

imaging

+foto contact

3/2006

€ 4,- ISSN 1430 - 1121

35. Jahrgang 30605

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

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Olympus E-330: Erste Digital-SLR mit „LifeView“



Zwei separate Bildsensoren ermöglichen die kontinuierliche Bildanzeige im Display



Small Cameras. Big Business.

Die neuen EXILIM Modelle mit vielen innovativen Features und Funktionen.



EX-S600

- 6,0 Megapixel
- brillantes 5,6 cm TFT-Farbdisplay
- MPEG4-Movie
- Anti Shake DSP*
- Filmstabilisierungsfunktion*
- 3fach optischer Zoom
- AV-Anschluss



EX-Z600

- 6,0 Megapixel
- helles 6,9 cm TFT-Farbdisplay
- Super Life Battery
- Anti Shake DSP*
- 3fach optischer Zoom
- AV-Anschluss



EX-Z850

- 8,1 Megapixel
- helles 6,4 cm TFT-Farbdisplay
- Super Life Battery
- MPEG4-Movie
- Anti Shake DSP*
- Filmstabilisierungsfunktion*
- 3fach optischer Zoom
- AV-Anschluss



Alles, was Ihre Kunden zu begeisterten Stammkunden macht: die neuen EXILIM Digitalkameras. Ausgerüstet mit innovativen Funktionen, die in jeder Situation eine optimale Performance garantieren. Ob Anti Shake DSP* zur Reduzierung verwackelter Bilder, die Filmstabilisierungsfunktion*, die das Verwackeln von Filmen minimiert, Movies für bewegende Momente, die Super Life Battery für extra-langen Foto- und Filmspaß oder die vielen weiteren Features und Funktionen – diese neuen Kameras werden neue Standards im Markt setzen und für starke Kaufimpulse sorgen. **EXciting EXILIM.**



ohne
Anti Shake
DSP*



mit
Anti Shake
DSP*

* Elektronischer Bild- und Filmstabilisator.



Zum Titelbild: Olympus führt mit der Digital-SLR E-330 „LifeView“ ein

Olympus hat auf verschiedenen Pressekonferenzen eine Vielzahl neuer Digitalkameramodelle vorgestellt, die dem Fotohandel die Chance geben, mit einer rundum stimmigen Olympus Modellpalette ins Frühjahrsgeschäft zu starten. Im Mittelpunkt steht dabei ganz klar die neue Olympus E-330, mit der das Unternehmen das neue Ausstattungsmerkmal LifeView einführt. LifeView ermöglicht erstmals in einer digitalen Spiegelreflexkamera eine kontinuierliche Anzeige auf dem Display. Dadurch können Fotografen den Bildausschnitt festlegen,

ohne durch den Sucher sehen zu müssen. So haben sie zum einen im Blick, was um sie herum vorgeht – ein Vorteil für Reportage- und Sportfotografen –, zum anderen ist diese technische Neuerung immer dann nützlich, wenn es schwierig wird, das Motiv durch den Sucher zu erfassen – zum Beispiel beim Fotografieren unter Wasser. **Seite 22**



Lumix Weltpremierer bei Panasonic

Nach der Vorstellung neuer Lumix Modelle im Januar setzt Panasonic seine Produktoffensive mit drei weiteren Lumix Kameras der gehobenen Klasse fort. Die Lumix TZ1 als kleinste Digitalkamera der Welt mit Zehnfach-Zoomobjektiv, die FX01 mit 28–102 Weitwinkelobjektiv und die Zwölfach-Kamera FZ7 sollen dazu beitragen, in diesem Jahr den Marktanteil von Panasonic bei Digitalkameras auf zehn Prozent zu steigern. Neue Fotodrucker und ein neuer Projektor machen zudem die Strategie des Unternehmens deutlich, als Systemanbieter aufzutreten. **Seite 8**



Produktvielfalt bei Samsung

Mit seiner aktuellen Produktpalette will sich Samsung deutlich vom Massenmarkt mit seiner ruinösen Preisgestaltung abheben. Dabei bieten die herausragenden Features der Kameras dem Fotohandel eine gute Möglichkeit, einmal mehr seine Beratungskompetenz hervorzuheben. Mit einem speziellen Softwarepaket liefert Samsung zudem ein gutes Verkaufsargument für die Ladentheke. **Seite 34**



imaging+foto-contact-Interviews



Seit Anfang des Jahres steht mit Fred Seibl ein neuer Mann an der Spitze des Foto- und Imaging-Geschäftes der Kodak GmbH. Nach 18 Jahren in der IT-Branche will der 44jährige Manager in seinem neuen Aufgabengebiet die Herausforderung annehmen, mit Kodak auch bei digitalen Bildern zur Nummer eins im Fotomarkt zu werden. imaging+foto-contact sprach mit Seibl über seine Ziele für Kodak in Deutschland. **Seite 16**



Zur Markteinführung der Digitalkamera Exilim Card EX-S600 hat Casio sich dazu entschlossen, die Promotion für die Kamera ausschließlich im Internet zu veranstalten. Dabei soll ein Gewinnspiel eine online-affine Zielgruppe ansprechen und dazu ermuntern, bei der „Mission Exilim“ in die virtuelle Welt der Geheimagenten einzutauchen. Wir sprachen mit Ricky L. Stewart, Senior Sales Manager Mobile Information Products bei Casio, über die Hintergründe für diesen ungewöhnlichen Auftritt. **Seite 36**

Canon erhöht die Zahl der Neuheiten auf 39

Insgesamt 39 Neuheiten umfaßt die Kollektion, mit der Canon ins Frühjahr 2006 startet. Nachdem das Unternehmen bereits im Januar sieben neue Camcorder und sechs neue Laserprodukte vorgestellt hatte, wurde das Portfolio im Februar um weitere 26 Neuheiten ausgebaut. Im Mittelpunkt standen dabei die digitale Spiegelreflexkamera Canon EOS 30D und zwei Systemobjektive. Darüber hinaus wurden auf einer Pressekonferenz in München und auf der PMA neun digitale Kompaktkameras, sechs Projektoren, sieben Tintenstrahlgeräte und ein weiterer Camcorder präsentiert. Bei den digitalen Kompaktkameras gab es die drei neuen Ixus Modelle Ixus 60, Ixus 65 und Ixus 800 IS, bei den PowerShots heißen die Neuen in der Einstiegsklasse A420 und A430. Für Ein-, Um- und Aufsteiger stehen demnächst A530, A540 und A700 bereit und mit der PowerShot S3 IS wurde hier ein Modell ins Programm genommen, das unter anderem mit einem Zwölfach-Zoomobjektiv ausgestattet ist. **Seite 28**



Erfolg mit einem Kodak Picture Kiosk

„Wir haben das Gerät ursprünglich angeschafft, um damit die Fotos zu printen, die wir im Studio produzieren, und um eigene digitale Bildideen umsetzen zu können. Daß es auch bei unseren Kunden so gut ankommt, hat unsere Erwartungen deutlich übertroffen.“ Detlef und Roland Schießler, die im sächsischen Gornsdorf unter anderem einen Fotohandel betreiben, haben die Anschaffung eines Kodak Picture Kiosk nicht bereut. Seit das Gerät im April des vergangenen Jahres in Betrieb genommen wurde, hat Fotoservice Schießler auf der Kodak Maschine rund 15.000 Fotos produziert. Eine Zahl, die Fotohändler in 1a-Lagen der Großstädte zu einem mitleidigen Schmunzeln veranlassen mag. Nicht jedoch einen Fotohändler in einer 2.300 Einwohner zählenden Erzgebirgs-Gemeinde, die weder eine eigene Fußgängerzone noch eine nennenswerte Einzelhandelstruktur aufweisen kann. **Seite 26**



Zum Titelbild

Olympus führt mit der Digital-SLR E-330 das neue Ausstattungsmerkmal LifeView ein und stellt weitere Frühjahrs-Neuheiten vor. **22**

Editorial

SLR macht Freude. **5**

Wirtschaftspolitische Kommentar

Wie das zarte Pflänzchen Aufschwung leichtfertig kaputt gemacht wird **40**

Bilddienstleistungen

Mitsubishi vervollständigt die Produktfamilie der Fotokioske für schnelle Bilder am PoS **38**

Video

Ulrich Vielmuth: Videosysteme – und wie sie sich unterscheiden. Eine Übersicht (2) **42**

Handel

Fotoservice Schießler in Gornsdorf arbeitet erfolgreich mit einem Kodak Picture Kiosk. **26**
H. D. Lehmann: Die goldene Mitte **47**

Nachrichten **6, 12, 46**

Neue Cyber-shots aus Sonys W-Serie

Sony hat die Cyber-shot W Serie, die sich aufgrund ihrer vielfältigen Ausstattungsmerkmale besonders für den Verkauf im Fachhandel eignet, um zwei Modelle erweitert: Mit der Cyber-shot W30 und der Cyber-shot W50 kommen verbesserte Versionen der Cyber-shot W5 und der Cyber-shot W7 auf den Markt. Das Motto, das hinter dem Konzept der beiden neuen Digitalkameras steht, lautet: „Bewährtes sollte man nicht ändern, es sei denn, man kann es verbessern.“ So wurden zahlreiche positive Eigenschaften aus den beiden Vorgängermodellen übernommen, andere Features aber deutlich verbessert. Eine wesentliche Veränderung ist dabei bereits von außen erkennbar, ohne sich intensiver mit den technischen Details zu beschäftigen: Beide neuen Cyber-shot Modelle sind deutlich schlanker als ihre Vorgänger W5 und W7, und auch das Design wirkt moderner.



Seite 32

Neue Kioske von Mitsubishi Electric

Mitsubishi Electric hat seine Familie digitaler Fotoprintsysteme vervollständigt und bietet ab sofort ein breites Portfolio an Produkten rund um die digitale Fotografie an. Die Geräte versprechen bei geringen Investitionskosten hohe zusätzliche Umsatz- und Ertragsmöglichkeiten. Darüber hinaus sorgen die Systeme für erhöhte Kundenfrequenz, ermöglichen die Kundenbindung und eröffnen Cross-Selling-Chancen. Eines der neuen Geräte im Sortiment von Mitsubishi Electric ist der All-in-One-Kiosk Click 5000, der sich zur Produktion hochwertiger Fotos aus unterschiedlichen Datenquellen eignet.



Seite 38

imaging+foto-contact-Interview

Fred Seibl, General Manager Kodak CDG/FPG Deutschland + Österreich: Die Freude am Bild **16**
Ricky L. Stewart, Senior Sales Manager Mobile Information Products bei Casio: Händler profitieren von der wachsenden Präsenz der Marke ... **37**

Neuheiten **39, 41, 43, 45**

Panasonic baut die Lumix Digitalkamerapalette weiter aus **8**
Drei neue Optio Kameras von Pentax für Einsteiger, Abenteuerer und Technik-Fans **14**
Drei neue Kamera-Kompaktklassen bei Nikon ... **15**
Drei neue FinePix-Modelle von Fujifilm **20**
Olympus führt mit der Digital-SLR E-330 das neue Ausstattungsmerkmal LifeView ein und stellt weitere Frühjahrs-Neuheiten vor **22**
Sanyos Xacti HD1 bringt Top-Technik in Kompaktform: High-Definition auf SD-Karte **25**
Canon startet mit 39 Neuheiten aus allen Bereichen des Fotosortiments ins Frühjahr **28**
Sony stellt Cyber-shot W30 und W50 vor **32**
Bei Samsung wächst das Kameraangebot für den Foto-Fachhandel weiter **34**

Point of Sale/Marketing

Gutes Verkaufsargument für Samsung Produkte .. **35**
Casio Kampagne exklusiv im Internet **36**

Literatur **48**

Rechtstips **44**

Klein- und Personalanzeigen **49**

Impressum **50**

Deutscher Fotomarkt wuchs 2005 um sechs Prozent

SLR macht Freude

Die Ende des vergangenen Jahres von Optimisten kolportierte Zahl von neun Millionen verkauften Kameras wurde im Jahr 2005 zwar nicht erreicht; dennoch erzielte der deutsche Fotomarkt ein Rekordergebnis. Kurz vor Redaktionsschluß dieser *imaging+foto-contact* Ausgabe gab der Photoindustrie-Verband bekannt, daß der deutsche Fotomarkt im Jahr 2005 mit einem Umsatz von 6,101 Milliarden Euro um sechs Prozent gewachsen ist. Allerdings hat der Boom im Kamerageschäft ein Ende gefunden: Mit 8,4 Millionen Stück blieb das Segment insgesamt stabil. Digitalkameras legten nochmals um sechs Prozent auf 7,43 Millionen Stück zu; die analogen Modelle nahmen dagegen um 32 Prozent ab und sanken mit 970.000 Stück erstmals unter die Millionen-Grenze. Im Gleichschritt marschierte der Filmmarkt um 30 Prozent nach unten – 90 Millionen Filme sind es aber immer noch gewesen, und der Anteil der „Exoten“ (Sofortbild, Schwarzweiß, Dia) legte sogar um einen Prozentpunkt auf 12 Prozent zu. Das bedeutet, daß namentlich Schwarzweiß und Dia immer noch interessante Nischen gerade für den Fotohandel sind. Das ist nicht erstaunlich, denn diese Materialien werden von engagierten Fotografen einge-

setzt, die sich ungern von ihrem gewohnten (und teuren) Handwerkszeug trennen.

Einwegkameras zeigten übrigens noch einmal leichtes Wachstum – ihr Verkauf nahm um vier Prozent auf 5,5 Millionen Stück zu.

Der Bildermarkt nahm im vergangenen Jahr insgesamt um acht Prozent ab – dabei erwischte es die Großlabors mit minus 14 Prozent am härtesten. Bilder aus Minilabs und Kiosks nahmen dagegen um 25 Millionen auf 575 Millionen Stück leicht zu; die Zahl der zu Hause ausgedruckten Bilder stieg um 175 Millionen auf 675 Millionen Prints. Positiv, aber mit plus 23 Prozent nicht sensationell gut, entwickelte sich der Absatz von Fotodruckern, der 425.000 Stück erreichte. 13,5 Millionen verkaufte Speicherkarten bedeuteten dagegen im Jahr 2005 ein Plus von 50 Prozent.

Das Sahnestück des Kameramarktes war ohne Zweifel das Spiegelreflex-Segment: Der SLR-Absatz stieg um 41 Prozent auf 430.000 Stück, davon 330.000 digitale. Noch erfreulicher war dabei die Umsatzentwicklung: 342 Millionen Euro für Spiegelreflex-Kameras bedeuten ein sattes Wachstum von 71 Prozent. Und in die-

sen Zahlen sind die Verkäufe von Wechselobjektiven (495.000 Stück – plus 46 Prozent), Blitzgeräten (123.000 Stück – plus 45 Prozent) und weiteren Zubehörartikeln, Taschen usw. nicht enthalten. Hier hat vor allem der qualifizierte Fotohandel Grund zur Freude, denn der Marktanteil der Fachmärkte ist im wachstumsstarken Spiegelreflex-Segment verhältnismäßig gering.

Das ist ein guter Grund, in diesem Jahr noch stärker auf Spiegelreflex zu setzen: Denn hier wächst nicht nur die Nachfrage, sondern auch – trotz des Ausstiegs von Konica Minolta – die Zahl der Anbieter. Die traditionellen „Platzhirsche“ Canon und Nikon bekommen mehr Konkurrenz. Olympus hat gerade ein innovatives Modell vorgestellt und kann in Sachen 4/3-System in Kürze Verstärkung von Panasonic erwarten. Samsung will sich mit Unterstützung von Pentax ebenfalls als SLR-Anbieter etablieren, und Sony wird auch noch in diesem Jahr mit neuen SLR-Kameras kommen, um an Konica Minolta anzuknüpfen. Das sind gute Voraussetzungen für den Fotohandel, Spiegelreflex-Kameras im Schaufenster, im Geschäft und in der Werbung in den Blickpunkt zu rücken: zuerst zur Urlaubsaison und dann natürlich rund um die photokina, wenn weitere Innovationen kommen.

Th. Blömer

AgfaPhoto Minilabor-Sparte hat neuen Besitzer

Knapp sechs Monate nach Eröffnung des Insolvenzverfahrens über das Vermögen der AgfaPhoto GmbH hat der Gläubigerausschuß dem Verkauf der Minilab-Sparte am bayrischen Standort Peiting zugestimmt. Neuer Besitzer ist die Minilab Factory GmbH, ein Gemeinschaftsunternehmen der Minilabsystems R. Saal GmbH und der Saxonia Systems AG. Saal ist weltweit einer der größten und erfolgreichsten Geräte-Händler im Minilab-Segment; die Saxonia Systems AG war in der Vergangenheit eine der wichtigsten Entwicklungspartner und Hauptlieferant der Software-Komponenten für alle Geräteklassen der AgfaPhoto Minilabs. Nach Angaben des Insolvenzverwalters Dr. Andreas Ringstmeier will der neue Investor nicht nur die Fertigung der Minilabs wieder aufnehmen, sondern auch die Geräteklassen d-lab 1 und d-lab 2 sowie die Kiosk-Systeme weiterentwickeln.

Plus X Award wird auch für Ökologie vergeben

Mit noch mehr Medialeistungen für seine Gewinner geht der Plus X Award ins dritte Jahr seines Bestehens. Dabei kommen in diesem Jahr zwei wichtige Neuerungen hinzu: Eine weitere

Produktgruppe für Wohntechnik und ein viertes Auszeichnungssiegel liefern noch mehr Argumente für die Marke. Sparsamer Strom-, Wasser- oder Reinigungsmittelverbrauch wird nun auch beim größten europäischen Technologie-Contest thematisiert. Das Siegel „ausgezeichnet für Ökologie“ oder, in der englischen Variante, „Achieved for Ecology“ komplettiert die Erfolgskategorien des Marken-Wettbewerbs und zeigt zudem ein herausragendes Verkaufsargument auf.

„Ökologie bedeutet im eigentlichen Wortsinn: Die Wissenschaft vom Haushalt. Mit der zur Verfügung stehenden Energie haushalten und gleichzeitig Spitzentechnologie mit Begeisterung entwickeln und nutzen – auch das sind entscheidende Impulse für unsere Branche“, erläuterte Oliver Haubrich, Vorsitzender der Geschäftsführung von ElectronicPartner und Vorsitzender des Jury-Panels für Elektrogeräte und Wohntechnologie.

Neben Mobil- und Heimtechnologie wird 2006 eine achte Produktgruppe anerkannt: In der Sparte „Wohntechnologie“ können sich Hersteller von Netzwerk- und heimischen Sicherheitstechniken ebenso beteiligen wie Produzenten von elektronisch ausgestatteten Möbeln, fortschrittlichem Ambiente-Zubehör und Beleuchtungs-Accessoires. Die Auszeichnungen in diesem Bereich sollen auf dem

zukunftsträchtigen Markt des „intelligenten“ und „vernetzten“ Heimes für Orientierung beim Einkauf sorgen. Der Plus X Award 2006 wird mit erheblich erweitertem Umfang durchgeführt. 18 spezialisierte Jury-Mitglieder werden die Produkte fachkompetent und objektiv in den verschiedenen Kategorien bewerten.

Kodak mit weiterem Verlust im vierten Quartal

Die Eastman Kodak Company hat ihre Ergebnisse für das vierte Quartal und das Gesamtjahr 2005 bekanntgegeben. Mit einem Anteil von 54 Prozent machten digitale Produkte im vergangenen Jahr erstmals in der Unternehmensgeschichte die Mehrheit des Umsatzes aus. Im vierten Quartal erzielte das Unternehmen einen Umsatz von 4,2 Milliarden US-\$, zwölf Prozent mehr als im selben Zeitraum des Vorjahres. Der Umsatz mit Digitalprodukten lag mit 2,7 Milliarden US-\$ um 45 Prozent über dem Wert des Vorjahres-Quartals. Dagegen nahm das Geschäftsvolumen mit traditionellen Produkten um 21 Prozent auf 1,5 Milliarden US-\$ ab. Aus den fortgesetzten Geschäftsbereichen verzeichnete Kodak im vierten Quartal erneut einen operativen Verlust, der mit 162 Millionen US-\$ allerdings um 31 Prozent geringer ausfiel als im vierten Quartal des Vorjahres.

Die Digital & Film Imaging Systems Division erzielte im vierten Quartal einen Umsatz von 2,5 Milliarden US-\$, drei Prozent weniger als im Vorjahr. Das operative Ergebnis ging auf 76 Millionen US-\$ zurück, nach 135 Millionen US-\$ im vierten Quartal 2004. Kodak meldet aber eine 65prozentige Umsatzsteigerung mit Home Printing Produkten und Verbrauchsmaterialien; die Verkäufe von Kodak EasyShare Printer Docks legten dabei um 95 Prozent zu.

Für das Gesamtjahr 2005 meldete Kodak einen Umsatz von 14,3 Milliarden US-\$, sechs Prozent mehr als 2004. Der Netto-Verlust beläuft sich auf 1,37 Milliarden US-\$ oder 4,74 US-\$ pro Aktie, nach einem Gewinn von 156 Millionen US-\$ im Jahr 2004. Mehr als eine Milliarde US-\$ des Verlustes entstanden durch Rückstellungen aus Wertberichtigungen des Anlagevermögens.

CeWe Color meldet „ein gutes Jahr“ 2005

Die CeWe Color Holding AG hat die Geschäftszahlen für das Jahr 2005 bekanntgegeben und „ein gutes Jahr“ gemeldet. Das Ergebnis vor Steuern stieg den Angaben zufolge um 79,7 Prozent auf 25,5 Millionen Euro, der Gewinn nach Steuern um 883,9 Prozent auf 11,5 Millionen Euro. Auch der Cashflow verbesserte sich, und zwar um 13,1 Prozent auf 51,4 Millionen Euro. Insgesamt setzte CeWe Color im Jahr 2005 431,1 Millionen Euro um. Das sind 0,6 Prozent mehr als im Vorjahr. Während die Gruppe in Mitteleuropa sowie in Deutschland und Österreich, wo CeWe von der Aufgabe großer Wettbewerber profitierte, zulegte, ging der Umsatz in Frankreich um 17,9 Prozent auf 52,0 Millionen Euro zurück.

Im Jahr 2005 stellte CeWe Color insgesamt 3,434 Milliarden Farbbilder her, 2,8 Prozent weniger als im Vorjahr. Der leichte Rückgang ergab sich aus der um rund 30 Prozent gesunkenen Nachfrage bei Filmen, wegen der CeWe Color mit 2,604 Milliarden Stück 13,9 Prozent weniger analoge Fotos produzierte. Der Absatz von digitalen Bildern stieg dagegen erneut kräftig, und zwar um 63,2 Prozent auf 829,8 Millionen Prints.

In diesem Jahr wird sich der Umbruch des Marktes bei CeWe Color deutlicher auswirken, da keine Effekte durch das Ausscheiden von Wettbewerbern zu verzeichnen sein werden. Deshalb rechnet der Vorstand mit einem Rückgang der analogen Bilder um 25 Prozent auf 1,9 Milliarden Stück. Der Absatz von Digitalfotos soll dagegen um 40 Prozent auf 1,15 Milliarden zulegen. Auf dieser Grundlage rechnet CeWe Color für 2006 mit einem Umsatz von 385 Millionen Euro. Das wären 10,7 Prozent weniger als im Jahr zuvor.

SONY

Jetzt wird's scharf.

Die neue Cyber-shot T9 verfügt nicht nur über ein Carl Zeiss Objektiv mit 3fach Zoom und eine Auflösung von 6 Mega Pixel, sondern sie ist auch die weltweit erste Kamera* mit doppeltem Verwacklungsschutz. Mit den revolutionären Super SteadyShot- und High-Sensitivity-Technologien machen Sie selbst mitten im Geschehen und bei ungünstigem Licht noch superscharfe Bilder.

Erfahren Sie mehr unter www.sony.de/cyber-shot



like.no.other™

Cyber-shot T9

'Sony' und 'Cyber-shot' sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan.
*Stand Januar 2006

Panasonic baut Lumix Digitalkamera-Palette weiter aus

Weltpremierieren

Nach der Vorstellung von drei neuen Lumix Modellen Anfang Januar (siehe **imaging+foto-contact** 1-2/2006, S. 32-33) setzt Panasonic seine Produkt-Offensive mit drei weiteren Lumix Modellen der gehobenen Klasse fort. Die Lumix TZ1 als kleinste Digitalkamera der Welt mit 10fach-Zoomobjektiv, die FX01 mit 28 – 102 mm Weitwinkel-Telezoom (Kleinbild-äquivalent) und die 12fach-Zoomkamera FZ7 sollen dazu beitragen, in diesem Jahr den Marktanteil von Panasonic bei Digitalkameras auf zehn Prozent zu steigern. Neue Foto-drucker und ein neuer Projektor machen zudem die Strategie des Unternehmens deutlich, als Systemanbieter aufzutreten.

„Die Lumix Digitalkameras sind Teil unserer Vision für den gesamten Consumer Electronics Bereich, zu dem unter anderem auch unsere Plasma-Fernseher, DVD-Recorder und Produkte rund um die SD-Card gehören“, betonte Yoshiiko Miyata, Geschäftsführer der Panasonic Marketing Europe. „Unsere integrierte Geschäftsstruktur macht es uns möglich, Systeme zu entwickeln, in denen die unterschiedlichen Komponenten problemlos miteinander kommunizieren können.“ Miyata erinnerte vor der europäischen Fachpresse daran, daß Panasonic innerhalb kurzer Zeit zu einem wichtigen Anbieter auf dem Digitalkamera-Markt geworden ist. „Im Jahr 2002 sind wir mit vier Modellen gestartet und haben allein in Europa im Jahr 2005 mehr als eine Million Kameras verkauft.“ In diesem Jahr sollen daraus drei Millionen Stück werden – damit hätte Panasonic in Europa das selbstgesteckte Ziel erreicht, zehn Prozent Marktanteil zu erringen.

Nach Ansicht von Mamoru Yoshida, Direktor des Geschäftsbereiches Digitalkameras in der japanischen Panasonic Zentrale, wird dies auch weltweit gelingen. Dabei stellt sich Panasonic bereits jetzt mit seiner Produktpolitik darauf ein, daß sich das Wachstum im Digitalkamera-Markt in den nächsten Jahren deutlich verlangsamen wird. Weltweit werde die Zahl der verkauften Digitalkameras in diesem Jahr 80 Millionen Stück erreichen, erklärte Yoshida und schätzte das Marktvolumen für 2007 auf 82,5 und für 2008 auf 84 Millionen Stück. In Europa sei in diesen Jahren mit einem stabilen Absatz von knapp 30 Millionen Einheiten zu rechnen, erklärte der Panasonic Manager.

Bereits jetzt verfügt Panasonic besonders in den höherwertigen Segmenten über eine beeindruckende Marktposition. In den fünf wichtigsten europäischen Ländern erreichten Lumix

den optischen Bildstabilisator O.I.S. und den Bildprozessor Venus Engine (in verschiedenen Versionen) gewährleistet wird, sondern auch die Vernetzung mit anderen Consumer Electronics Produkten von Panasonic. Dabei dient die SD-Karte als Plattform, den Datenaustausch zwischen Kamera, Printern, Viera Fernsehgeräten und DVD-Recordern sicherzustellen. Die Kamera-Palette wird dabei mit dem für die PMA angekündigten Eintritt in das Spiegelreflex-Segment in Kürze nochmals erweitert.

Lumix TZ1: die kleinste 10fach-Zoomkamera der Welt

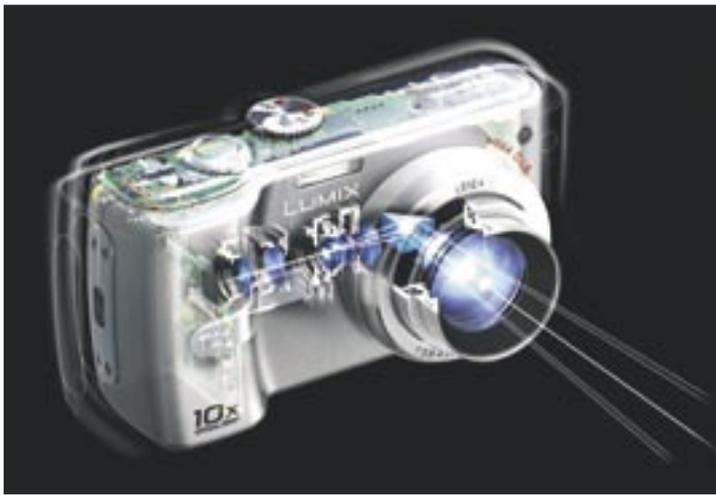
Mit Abmessungen von 112 x 58,1 x 40,2 mm ist die neue Lumix TZ1 nicht nur die kleinste 10fach-Zoomkamera der Welt, sondern bietet zudem weitere innovative Ausstattungsmerkmale. Möglich wurde die schlanke Bauweise



Die kleinste Kamera der Welt mit 10fach-Zoomobjektiv: die Panasonic Lumix TZ1, die ab April in den Farben Silber und Schwarz erhältlich ist.

Digitalkameras im Superzoom-Segment im vergangenen Jahr einen Anteil von 23,2 Prozent und lagen damit an der Spitze. „Wir wollen im Digitalzeitalter eine völlig neue Foto-Kultur schaffen“, betonte Yoshida. Dazu soll nicht nur die hohe Bildqualität beitragen, die bei allen Lumix Digitalkameras durch

dadurch, daß das lichtstarke Leica DC Vario Elmarit 2,8 – 4,2/35 – 350 mm (Kleinbild-äquivalent) mit Hilfe eines Winkelprismas „um die Ecke gebaut“ wurde. Mit drei asphärischen Linsen bietet das Fünf-Megapixel-Modell ausgezeichnete Bildqualität, und zwar wahlweise im 4:3 (2.560 x 1.920 Pixel),



Das 10fach-Zoom Leica DC Vario Elmarit leitet das Licht mit Hilfe eines Winkelprismas „um die Ecke“ und ermöglicht mit drei asphärischen Linsen die äußerst kompakte Bauweise der TZ1.

Funktion „Reisedatum“, die nach Einstellung des Abreisedatums die Reisetage zählt.

16:9-Videos

Die Lumix TZ1 ermöglicht die Aufnahme von Videos (mit voller Zoomfunktion) nicht nur in normaler VGA-Auflösung, sondern auch im 16:9-Breitbildformat mit 848 x 480 Pixel W-VGA – und zwar mit einer ruckelfreien Bildfrequenz von 30 Bildern pro Sekunde. Das ermöglicht die formatfüllende Wiedergabe auf modernen Breitbild-Fernsehgeräten.

Für komfortable Bildkontrolle ist die neue Kamera mit einem 2,5“ LCD ausgestattet, dessen Helligkeit bei wenig Licht automatisch erhöht wird. Bei sehr heller Umgebung kann die Hintergrundbeleuchtung mit dem Power-LCD-Modus auf 140 Prozent verstärkt werden. Ganz neu ist die „High-Angle“-Funktion, mit der das

3:2 (2.560 x 1.712 Pixel) und 16:9 Format (2.560 x 1.440 Pixel). Letzteres ermöglicht die formatfüllende Wiedergabe auf Panasonic Plasma-TVs in HD-Qualität.

Mit der „Erweitertes Optisches Zoom“-Funktion kann die maximale Tele-Brennweite bei drei Megapixeln Auflösung sogar auf 438 mm erweitert werden – zumindest für Prints bis zu 13 x 18 cm ergibt sich daraus kein Qualitätsproblem.

Der optische Bildstabilisator O.I.S. macht es einfach, den großen Zoombereich wirklich zu nutzen. Dabei hat der Anwender die Wahl zwischen dem Mode 1 mit permanenter Aktivierung (auch für ein ruhiges Monitorbild) und Mode 2 mit Auslöse-Synchronisation für maximalen Ausgleich im Moment der Belichtung. Nach Angaben von Panasonic beträgt der Gewinn an Langzeitsicherheit bei Freihand-Aufnahmen mindestens drei Zeitstufen. Um Motive „einzufrieren“, die sich schnell bewegen, kann der optische Bildstabilisator durch eine Hochempfindlichkeits-einstellung (bis zu ISO 800) ergänzt werden. Bei dieser Betriebsweise zählt sich der erstmals zum Einsatz kommende Bildprozessor Venus Engine III besonders aus. Im Unterschied zur Venus Engine II wird jetzt Farb- und Helligkeitsrauschen separat korrigiert.

Neuer Bildprozessor Venus Engine III

Zusätzlich spart die Venus Engine III gegenüber der Version II rund 20 Prozent Energie und ist so reaktions-schnell, daß die Auslöseverzögerung der TZ1 nur noch bei 0,006 Sekunden

und die Bildfolgezeit bei 0,5 Sekunden (jeweils ohne AF-Zeit) liegt. Serienaufnahmen können im Burst-Modus mit einer Geschwindigkeit bis zu drei Bildern pro Sekunde (maximal fünf Fotos in Standard-/drei Fotos in Fine-Qualität) aufgenommen werden. Die Einschaltzeit der TZ1 beträgt dank des neuen Prozessors nur noch 0,95 Sekunden.

Durch den Einsatz von Linearmotoren zum Fokussierantrieb im Objektiv erfolgt die Entfernungsmessung bei der TZ1 besonders schnell und leise. Zudem erlaubt diese Technik das Zoomen auch bei Videoaufnahmen. Für die Scharfeinstellung stehen die Mehrfeld-Optionen 9-Feld-Normal und 3-Feld-Highspeed-Autofokus zur Wahl. Zusätzlich ist die gezielte Fokussierung auf einen kleinen Bereich mit 1-Feld-Highspeed, Normal-AF oder Spot-AF möglich. Das AF-System wird bei Dunkelheit durch ein Hilfslicht unterstützt.

Mit insgesamt 19 Motivprogrammen bietet die Lumix TZ1 dem Anwender Unterstützung für viele Foto-Situationen. Pfiffig ist zum Beispiel die „Baby-Funktion“, bei der das genaue Alter des fotografierten Nachwuchses festgehalten wird, wenn zuvor das Geburtsdatum eingegeben wurde. Mit einer „Weltzeituhr“ kann die Kamera bei Fernreisen schnell auf die richtige Zeit eingestellt werden. Neu ist auch die



Der Brennweitenbereich von 35 – 350 mm kann dank des optischen Bildstabilisators O.I.S. problemlos aus der freien Hand genutzt werden.

Monitorbild auch bei schrägem Einblick von unten, zum Beispiel bei Überkopfaufnahmen, gut erkennbar ist. Die hohe Auflösung von 207.000 Pixeln erlaubt die 9- oder 25fach Minibild-Darstellung der Fotos, die in der Kalender-Funktion für jeden Monat auch tageweise sortiert angezeigt werden können.

Die neue Lumix TZ1 ist ab April in den Farben Silber und Schwarz lieferbar. Der UVP beträgt 429,- Euro. ▶



Die Panasonic Lumix FX01 – hier in Silber – ist auch in Mattschwarz und Nachtblau erhältlich.

Großer Bildwinkel: Lumix FX01

Die neue Sechs-Megapixel-Kamera Lumix FX01 bietet mit ihrem Leica DV Vario 2,8 – 5,6/28 – 102 mm (Kleinbild-äquivalent) die besonders von anspruchsvollen Fotografen bei Kompaktkameras oft vermißte Weitwinkel-Perspektive. Um ein Objektiv mit diesem Leistungsprofil in einem äußerst kompakten Gehäuse mit Abmessungen von 94,1 x 51,1 x 24,2 mm unterbringen zu können, setzt Panasonic als erster Hersteller der Welt eine asphärische Linse aus extra hoch brechendem Glas mit einem Brechungsindex von über 2,0 ein. Bislang lag der höchste Brechungsindex asphärischer Linsen in konventionellen optischen Zoomkonstruktionen bei 1,9 – das machte es schwierig, in schlanken Kameragehäusen eine Anfangsbrennweite von 28 mm mit einem Telebereich von über 100 mm zu kombinieren. Auch bei diesem Modell kann der optische Bildstabilisator O.I.S. durch den neuen Hochempfindlichkeitsmodus – in diesem Fall bis zu ISO 1.600 – ergänzt werden, um besonders kurze Verschlusszeiten zu ermöglichen.

Ebenso wie die TZ1 bietet die FX01 eine Verlängerung des Zoombereiches durch die „Erweitertes Optisches Zoom“-Funktion, mit der bei einer Auflösung von drei Megapixeln 140 mm erreicht werden. Das hochauflösende LCD mit 207.000 Pixeln bietet in der „High-Angle“-Funktion auch bei schrägem Einblick von unten ein klares Bild.

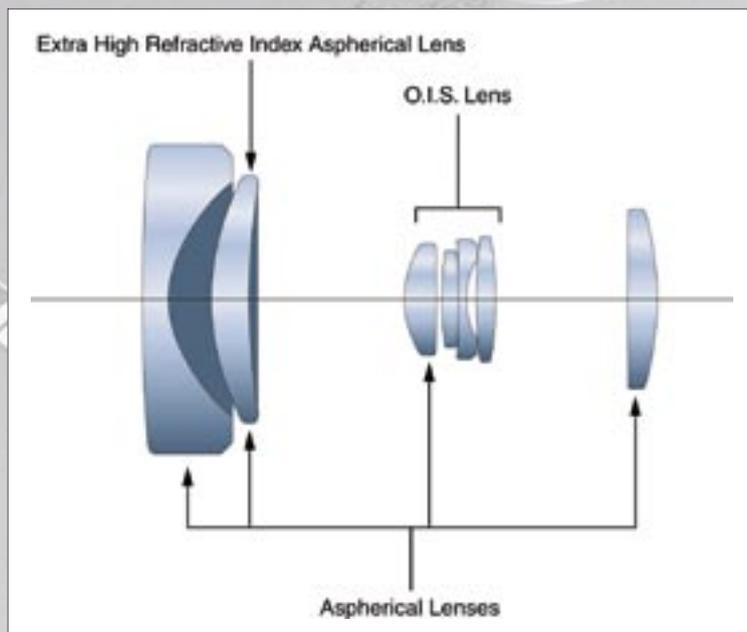
Als Bildprozessor kommt bei der Lumix FX01 die aktuelle Version Venus Engine Plus zum Einsatz, die im Vergleich zur Venus Engine II 30 Prozent

weniger Energie verbraucht und die Auslöseverzögerung auf 0,005 Sekunden reduziert. Die Bildfolgezeit liegt bei 0,7 Sekunden; Serienaufnahmen sind im Burst-Modus nun bis zu drei Bildern pro Sekunde möglich. Für die Scharfeinstellung hat der Anwender die Wahl zwischen 5-Feld-Normal-, 3-Feld-Highspeed-, 1-Feld-, 1-Feld-Highspeed- oder Spot-AF. Im Highspeed-Modus wird dem Autofokus mehr Prozessor-Rechenkapazität zugeteilt – dadurch verlangsamt sich der Aufbau des Monitorbildes.

Neben manuellen Einstellmöglichkeiten (ISO-Empfindlichkeit, Belichtungskorrektur, Belichtungsreihen, Automatik und Weißabgleich) und Vollautomatik bietet die Lumix FX01 17 Motivprogramme, darunter eines für Unterwasseraufnahmen in Verbindung mit dem separat erhältlichen Gehäuse. Auch diese neue Digitalkamera ermöglicht die Aufnahme von Videos nicht nur in 640 x 480 Pixel VGA-Auflösung, sondern auch im 16:9-Format mit 848 x 480 Pixeln. Die Lumix FX01 ist ab März in den Farben Silber, Mattschwarz und Nachtblau erhältlich. Der UVP beträgt 429,- Euro.

Superzoom: Lumix FZ7

Im Superzoom-Segment stellt Panasonic mit der nur 350 Gramm leichten FZ7 ein 12fach-Zoommodell mit sechs



Vier asphärische Linsen, darunter eine aus extra hoch brechendem Glas mit einem Brechungsindex von über 2,0, machen es möglich, eine Anfangsbrennweite von 28 mm mit einem Telebereich von über 100 mm zu kombinieren.

Megapixeln vor. Es ist mit einer verbesserten Version des Leica DC Vario Elmarit 2,8 – 3,3/36 – 432 mm ausgestattet. Wie bei den anderen Modellen bietet auch die FZ7 neben dem optischen Bildstabilisator O.I.S. einen Hochempfindlichkeitsmodus bis ISO 1.600. Die Brennweite kann bei drei Megapixeln Auflösung mit der „Erweitertes Optisches Zoom“-Funktion bis auf 595 mm erweitert werden.

Die Kamera bietet fünf verschiedene Autofokus-Varianten und manuelle Scharfeinstellung über einen Joystick. Dabei wird nicht nur die Entfernung, sondern auch der aktuelle Schärfentiefe-Bereich, abhängig von der Brennweiten- und Blendeneinstellung, auf dem LC-Display angezeigt. Mit der MF-Assist-Funktion kann ein zentraler Bildausschnitt zur präziseren Schärfekontrolle vergrößert werden.

16 Motivprogramme, darunter auch die Baby-Funktion, und zahlreiche manuelle Einstellmöglichkeiten (Zeit, Blende, ISO-Empfindlichkeit, Blitz, Belichtungskorrektur, Belichtungsreihen, Automatik und Weißabgleich) machen die Lumix FZ7 auch für engagierte Fotografen geeignet. Die Bildkontrolle erfolgt über einen 2,5“-LC-Monitor mit 114.000 Pixeln, dessen Beleuchtung sich bei hoher Umgebungshelligkeit um 40 Prozent verstärken läßt. Auch dieses Modell bietet



Das neue 12fach-Zoommodell Panasonic Lumix FZ7



Macht die Bedienung leichter: der praktische Joystick.



Scharf: Das 12fach-Leica DC Vario Elmarit mit optischem Bildstabilisator.

die neue High-Angle-Funktion für die Betrachtung von schräg unten. Videoaufnahmen können mit der FZ7 sowohl in VGA-Auflösung als auch im

Breitbild-Format W-VGA aufgenommen werden. Als Zubehör stehen ein Weitwinkel-Konverter (0,7fach) und ein Telekonverter (1,7fach) zur Verfü-

gung. Die Lumix FZ7 ist ab Ende März in Mattschwarz oder Silber mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 479,- Euro erhältlich.



Der KX-PX10 kann direkt an das Fernsehgerät angeschlossen werden. Die Auswahl der Bilder für den Druck erfolgt dann bequem mit der Fernbedienung.



Die beiden neuen Fotodrucker – hier der KX-PX1 – ermöglichen auch den Ausdruck von Bildern im Format 10 x 18 cm (Seitenverhältnis 16:9).

Der neue PT-1SD ist nach Angaben von Panasonic der kleinste und leichteste LCD-Projektor der Welt mit eingebautem SD-Kartenslot.



Neue Printer, neuer Beamer

Zusammen mit den drei neuen Digitalkameras hat Panasonic auch weitere Geräte vorgestellt, die die Integration der Lumix Serie in digitale Systeme erleichtern sollen. Dazu gehören zwei kompakte Fotodrucker und ein Beamer für die Projektion direkt von der Speicherkarte.

Die beiden neuen Fotodrucker KX-PX1 (UVP 129,- Euro) und KX-PX10 (UVP 149,- Euro) wurden speziell auf die Lumix Digitalkameras abgestimmt und „verstehen“ deshalb die Bildkorrekturen, die die Kamera mit ihren speziellen Programmen vorgenommen hat. Beide Geräte sind besonders kompakt, ermöglichen den Ausdruck von Bildern im Format 10 x 15 cm und 10 x 18 cm (Seitenverhältnis 16:9) und können dank PictBridge-Kompatibilität auch mit anderen Digitalkameras eingesetzt werden.

Der KX-PX10 verfügt zudem über einen SD-Kartenslot für den Direktdruck von der Speicherkarte. Die Auswahl der Bilder kann dabei am Bildschirm eines Fernsehgerätes erfolgen – und zwar mit Hilfe einer Fernbedienung bequem vom Sessel aus. Während das Gerät druckt, können bereits weitere Bilder betrachtet und für den Druck ausgesucht werden. Selbstverständlich sind beide Drucker auch für den Betrieb am PC geeignet.

Mit dem neuen Projektor PT-P1SD will Panasonic die Diashow ins Digitalzeitalter übertragen. Das Gerät ist nach Angaben des Herstellers nicht nur der kleinste und leichteste LCD-Projektor der Welt, sondern auch der erste, der mit einem SD-Kartenslot ausgestattet ist und so die Vorführung von Fotos oder Videoclips direkt von der Speicherkarte ermöglicht. Dazu werden die Bilder zunächst als Auswahl im Miniformat angezeigt. Nach dem Selektieren erstellt der Projektor selbstständig eine Diashow, für die verschiedene Effekte wie Überblendung, Splitbild, Wischblende etc. zur Verfügung stehen. Hochformat-Aufnahmen werden dabei automatisch richtig ausgerichtet, sofern die Bilddatei der DPOF-Norm entspricht.

Eine weitere interessante Anwendungsmöglichkeit für den neuen Projektor ist die Vorführung von PowerPoint-Präsentationen. Dazu müssen die PowerPoint-Daten zuvor am PC mit Hilfe der Panasonic Image Creator Software in JPEGs umgewandelt und auf SD-Karte gespeichert werden.

Der Panasonic PT-P1SD kann zudem vom PC, DVD-Spieler, Videorecorder oder Fernsehgerät angesteuert werden. Zum Lieferumfang des Gerätes, das eine Auflösung von 800 x 600 Pixeln und eine Helligkeit von 1.500 ANSI Lumen bietet, gehört eine Fernbedienung. Es kommt im März zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 1.099 Euro auf den Markt.

plawa verstärkt das Vertriebsteam

Die plawa-feinwerktechnik GmbH & Co. KG hat ihr Vertriebsteam erweitert. Daniel Bonomi ist jetzt für den Vertrieb aller plawa Produkte an Wiederverkäufer aus den Bereichen Foto, IT und Consumer Electronics in Deutschland, Österreich und der Schweiz verantwortlich. Zu seinem Verantwortungsbereich gehört auch der Online-Handel. Bonomi war zuletzt bei der Birkhold KG in Stuttgart beschäftigt. Dort war er für den Vertrieb von Pocket Computern an deutschsprachige Händler zuständig.

retec baut seinen Online-Shop aus

retec, Distributor für Speichermedien und Zubehör, hat sein Sortiment im Web-Shop um PoS-Material und Accessoires erweitert. Mit diesen neuen Bereichen will retec seinen Händlern einen besseren Service am Verkaufsort anbieten. So können interessierte Fachhändler ab sofort PoS-Material wie Blisterwände, Dummies oder Aufkleber zur Unterstützung ihrer Produktpräsentation online bestellen. Im Accessoires-Bereich sind attraktive Artikel rund um die Marke Store-Berry vertreten, vom Lanyard über die Baseball-Kappe bis zur modischen Schultasche. Zahlreiche Angaben rund um die angebotenen Produkte sowie Bildmaterial erleichtern die Auswahl.

Seit der Einführung des retec Web-Shops im Oktober 2005 wurde das Sortiment gezielt den Bedürfnissen der Anwender angepaßt. Der Web-Shop (www.retec-gmbh.de) führt das gesamte Produktportfolio der retec GmbH.

Franke & Heidecke erweitert Vertriebsnetz

Die Braunschweiger Franke & Heidecke GmbH, Feinmechanik und Optik, hat ihr Vertriebsnetz erweitert. Damit will das Unternehmen die individuelle Betreuung der Fachhandelskunden verbessern und insbesondere den Verkauf hochwertiger Rolleivision Überblenddiaprojektoren weiter unterstützen. In verschiedenen Bundesländern sind jetzt neue Handelsvertretungen für Franke & Heidecke im Einsatz: Sachsen-Anhalt, Thüringen, Franken: Handelsvertretung Klaus Perlit, Rietz-Neuendorf; Thüringen, Sachsen-Anhalt: Viola Schierz, Stumsdorf; Thüringen, Franken, Kurhessen: Hans-Dieter Krauß, Wolfmannshausen; Baden-Württemberg, Bayern: Klaus Stephan GmbH, Industrievertretungen, Röthenbach/Pegnitz; Berlin, Sachsen: Volker Wecker, Handelsvertretung FOG, Dresden. Franke & Heidecke ging im Herbst 2005 aus der ein Jahr zuvor gegründeten Rollei Produktion GmbH hervor. Das Unternehmen entwickelt, fertigt und vertreibt professionelle Kamera-Systeme unter der Marke Rolleiflex sowie Rolleivision Diaprojektoren.

Epson zeigt auf der CeBIT die gesamte Produktpalette

Epson will seinen Handelspartnern auf der CeBIT die gesamte Produktpalette des Unternehmens präsentieren. Neben den bekannten Lösungen für den Foto-Druck werden unter anderem auch Daten- und Videoprojektoren, Kassensysteme und – aus dem Hause Seiko Epson – eine Uhr mit E-Ink-Technologie gezeigt. Handelspartner können sich zudem über neue Displaysysteme für die Präsentation des Tinten- und Toner-Sortiments sowie über das Premium Fokus Partner Konzept informieren.

Kodak kommt mit digitalen Fotolösungen zur CeBIT

Kodak will auch in diesem Jahr wieder digitale Fotolösungen auf der CeBIT präsentieren. Auf dem Stand in Halle 1 sollen vor allem Konzepte für Wertschöpfung rund um das Produkt Digitalkamera im Vordergrund stehen. Neben den aktuellen Digitalkameras will Kodak auch Möglichkeiten für den Druck von Bildern präsentieren. Dazu gehören die Kodak EasyShare Druckerstationen und das Portfolio an Inkjet-Papieren für Amateure und Profis sowie die Kodak Picture Kiosks für den Handel. Daneben werden Drucksysteme für professionelle Anwender und Produkte des Geschäftsbereiches Document Imaging gezeigt.

Die Marke ITT meldet sich zurück

Mit designstarken Technologie-Produkten meldet sich die populäre Unterhaltungselektronik-Marke ITT nach zehn Jahren zurück. Der Relaunch des Labels geschieht auf Initiative der Karcher Television GmbH. In Birkenfeld bei Stuttgart werden einfache Bedienkonzepte, klare Menüstrukturen und innovative Designs eigens im Karcher-Labor entwickelt. „An ITT werden enorm hohe Erwartungen gestellt. Diese werden wir nicht enttäuschen, da wir auch in Zukunft den Anspruch einer spannenden A-Marke erheben“, meinte Klaus Karcher, Geschäftsführer des Unternehmens. „Der Handel darf sich auf hohe Margen und Spitzenprodukte freuen.“

Fujifilm Film- und Quicksnap-Promotion zur WM

Als einer der Hauptsponsoren und Official Imaging Partner der Fußball-Weltmeisterschaft bietet Fujifilm seinen Vertriebspartnern eine WM-Promotion für Quick Snap und Film. Sie ist im WM-Design gehalten und soll die Sammelleidenschaft der Fans hervorrufen. Ziel der Aktivitäten ist es, den Händlern die Möglichkeit zu geben, von der Begeisterung zur WM 2006 zu profitieren und dadurch den eigenen Umsatz anzukurbeln. Im Fokus der Aktion stehen die sieben Sieger-Nationen der bisherigen Fußball-Weltmeisterschaften: England, Frankreich, Uruguay, Italien, Argentinien, Deutschland und Brasilien. Die QuickSnaps sind in den Farben der WM-Champions gestaltet und werden in Zweier-Packs angeboten. Zu jeder Verpackung dieser Champions-Editions wird ein als Länder-Silhouette gestalteter Magnet-Pin als Onpack mitgeliefert. Zusätzlich enthält jede Zweier-Verpackung einen Bonuspunkt, der ausgeschnitten und gesammelt werden kann. Sind vier Punkte beisammen, kann der Verbraucher diese auf einer Postkarte einsenden, um eine passende, als Fußballfeld gestaltete Magnettafel im Format 60 x 40 cm kostenlos anzufordern. Bei der Film-promotion zum Superia 200 sind auf der Verpackung die Länder-Silhouetten der sieben Champions abgebildet. Es gilt, die Abbildungen von zwei der Vierer-Champions-Packs auszuschneiden und per Postkarte gegen das Siebener-Magnet-Set einzutauschen. Für beide Aktionen wird es ein spezielles Aktionsdisplay geben.



KIOSK 9000



CLICK 5000



CP-D2E



CP9550DW

DIGITAL PHOTO SOLUTIONS

DAS BESTE FÜR IHRE DIGITALFOTOS VON MITSUBISHI ELECTRIC.

Damit die Digitalfotografie ein Vergnügen zum Anfassen bleibt, bietet Mitsubishi Ihnen individuelle Lösungen auf technisch höchstem Niveau: Digitalprint-Systeme mit innovativen Features zur Bildbearbeitung und Weitergabe sowie Stand-alone-Drucker für beste Qualität beim Ausdruck. Dank dem hervorragenden Service haben Sie nicht nur lange Freude an den Produkten, sondern erleben die Möglichkeiten rund um die Digitalfotografie in gewohnt guter Mitsubishi Qualität. Profitieren Sie jetzt von unseren attraktiven Leasing-Angeboten und nutzen Sie unseren VKF-Werbemittelservice.

WEITERE INFOS UNTER WWW.MITSUBISHI-EVS.DE ODER 0180-5135130 (ZUM ORTSTARIF)

KIOSK

CLICK

SUBLIME

 **MITSUBISHI ELECTRIC**
Changes for the Better
Electronic Visual Systems

Für Einsteiger, Abenteurer und Technik-Fans Drei Neue von Pentax



Familienfreundlich: die Pentax Optio M10

Nach den ersten Neuheiten im Januar stellte Pentax auf der PMA drei weitere Digitalkameras vor. Die Buchstaben in den Modellbezeichnungen zeigen dabei bereits die Positionierung: M = Mittelklasse, W = Wasserfest und T = Touch Display.

Für die ganze Familie geeignet ist die Pentax Optio M10, denn sie ist wirklich kinderleicht zu bedienen. Das Sechs-Megapixel-Modell mit f2,8–4,9/35–105 mm 3fach-Zoomobjektiv (Kleinbild-äquivalent) bietet zehn Motivprogramme und die exklusive Pentax „Online“-Hilfe. Sie erklärt die verschiedenen Funktionen der Bedienelemente denkbar einfach und prägnant auf dem 2,5“ großen Monitor (115.000 Pixel), dessen Helligkeit in zwei Stufen eingestellt werden kann. Die neue Kamera verfügt über einen integrierten Speicher (22 MB), ermöglicht Video- und Tonaufzeichnungen und ist PictBridge-kompatibel. All das steckt in einem kompakten Gehäuse mit Abmessungen von 89 x 59,5 x 24,5 mm.

Die Pentax Optio M10 kommt im März zu einem UVP von 229,- Euro auf den Markt.

Wasser- und staubfest: die Pentax Optio W10

Als Nachfolgemodell der erfolgreichen Optio WPi zeigt sich die neue Pentax Optio W10 als robuste Digitalkamera, der Nässe, tropische Feuchtigkeit und Sand nichts ausmachen. Die 6-Megapixel-Kamera mit innenliegendem f3,3–4/38–114 mm 3fach-Zoomobjektiv (Kleinbild-äquivalent) ist wasserfest nach JIS 8-Norm und erlaubt somit den Einsatz unter Wasser bis zu 30 Minuten in einer maximalen Tiefe von 1,5 Metern. Mit Abmessungen von 107 x 54,5 x 23 mm ist sie schlank und elegant und unterscheidet sich von ihrer Vorgängerin vor allem durch das 2,5“ große TFT-Farb-LCD mit 115.000 Pixeln. Zur fotografischen Ausstattung gehören 15 Motivprogramme, die exklusive „Recovery“-Funktion zur Wiederherstellung versehentlich gelöschter Bilder und kontinuierlicher Autofokus für problemlose Scharfstellung bei Sport- und Action-Aufnahmen. Trotz der wasserfesten Bauweise sind Videoaufnahmen mit Bild und Ton bis zur Höchstkapazität der Speicherkarte möglich. Die neue Pentax Optio W10 ist ab März verfügbar; UVP: 329,- Euro.



Robust: Pentax Optio W10

ten in einer maximalen Tiefe von 1,5 Metern. Mit Abmessungen von 107 x 54,5 x 23 mm ist sie schlank und elegant und unterscheidet sich von ihrer Vorgängerin vor allem durch das 2,5“ große TFT-Farb-LCD mit 115.000 Pixeln. Zur fotografischen Ausstattung gehören 15 Motivprogramme, die exklusive „Recovery“-Funktion zur Wiederherstellung versehentlich gelöschter Bilder und kontinuierlicher Autofokus für problemlose Scharfstellung bei Sport- und Action-Aufnahmen. Trotz der wasserfesten Bauweise sind Videoaufnahmen mit Bild und Ton bis zur Höchstkapazität der Speicherkarte möglich. Die neue Pentax Optio W10 ist ab März verfügbar; UVP: 329,- Euro.

Mit 3“-Touch-Screen: die Pentax Optio T10

Mit der 6-Megapixel-Kamera Optio T10 zeigt sich Pentax innovativ in Technik

und Design. Sie ist mit einem 3“ großen Touch-Display ausgestattet, über das die Kamera schnell und unkompliziert durch das Antippen prägnanter Icons gesteuert werden kann. Die Auflösung von 232.000 Pixeln ermöglicht zudem die sichere Begutachtung von Bild-Details auf dem großen Display. Die Optio T10 ist mit einem 37,5–112,5 mm (Kleinbild-äquivalent) 3fach-Zoomobjektiv ausgestattet, bietet neun Motivprogramme, Bild- und Videoverarbeitungssoftware und ein ungewöhnliches Design, denn die Edelstahlfront der Kamera ist zweifarbig gestaltet. Das wurde möglich, indem die beiden Gehäuseteile der Optio T10 erstmals horizontal „aufeinandergestellt“ wurden – üblicherweise werden im Kamerabau Vorder- und Rückseite miteinander verbunden. Auf diese Weise erhielt das mit Abmessungen von 95 x 58,5 x



Zweifارbig: Pentax Optio T10

19,5 mm ausgesprochen kompakte Modell ein unverwechselbares Gesicht. Die Pentax Optio T10 ist ab April lieferbar – der UVP beträgt 399,- Euro.



Auf dem 3“ großen Touch-Screen der Optio T10 können die Kamera-Funktionen durch einfaches Antippen ausgewählt werden.

Nikon baut zur PMA seine Produktpalette aus **Drei neue Kompakt-Klassen**

Nikon startet mit drei neuen digitalen Kompakt-kamera-Serien in ein spannendes Fotojahr. Mit den drei Kompakt-Klassen, die auf der PMA ihre Premiere feierten, richtet sich das Unternehmen an unterschiedliche Anwendergruppen. Mit den insgesamt sieben Coolpix Modellen werden preisbewusste Einsteiger, fortgeschrittene Hobbyfotografen sowie design-orientierte Verbraucher angesprochen. Alle Kameras überzeugen durch moderne, teilweise einzigartige Features. Mit der neuen Produktpalette erhofft sich Nikon einen erheblichen Marktanteil in dem hart umkämpften Digitalkamera-Segment.



Coolpix S6

Coolpix L-Reihe

Die Einstiegsklasse ist mit einem 3fach-Zoomobjektiv, hellem 2-Zoll-Monitor und 1/2,5-Zoll-Bildsensor aus-



gestattet. Die Modelle L2, L3 und L4 unterscheiden sich in erster Linie durch unterschiedliche Auflösungen mit 6, 5,1 und 4 Megapixeln und die Größe der internen Speicher. Wobei die L2 das Spitzenmodell in dieser Reihe darstellt. Die reichhaltige Ausstattung, wie beispielsweise Videofunktion, Motivprogramme, Digitalzoom, Blitz mit Rote-Augen-Korrektur, Makromodus etc., entspricht dem heute in dieser Kameraklasse üblichen Standard.

Coolpix P-Reihe

Deutlich anspruchsvoller präsentieren sich die Modelle P3 und P4, die mit einem 1/1,8-Zoll-CCD mit 8,1 Megapixeln (effektiv), 2,5-Zoll-Monitor mit Helligkeitseinstellung und einer VR-

Funktion (Vibration Reduction) ausgestattet sind. Darüber hinaus kann die P3 dank WiFi kabellos mit entsprechenden Geräten kommunizieren. Die Einstellung der Kamerafunktionen erfolgt über ein griffiges Wählrad. Die P-Modelle sind mit vielseitigen Belichtungs- und Videofunktionen, internem 23 MB Speicher, 3,5fach-Zoomobjektiv,



4fach-Digitalzoom und Serienbildfunktion ausgestattet.

Besonders erwähnenswert ist die neue Porträt-AF-Funktion, die automatisch auf ein Gesicht scharf stellt.

Coolpix S-Reihe

Bemerkenswert bei diesen schicken, extrem kompakten Kameras sind die 2,5- (S5) bzw. 3,0-Zoll (S6) großen LCDs (230.000 Pixel) und die Möglichkeit, die aufgenommenen Bilder mit Musik zu unterlegen und zu einer perfekten Diaschau zusammenzustellen. Hierzu sind fünf Musikstücke vorinstalliert. Allerdings lässt sich auch eigene Musik mit einer speziellen Software hinzufügen. Die Diaschau kann auf dem LC-Display oder Fernsehgerät betrachtet werden. Beide Kameras bieten eine Auflösung von 6 MP, 3fach-Zoomobjektiv mit ED-Linsen, automatischen Bildausrichtungs-Sensor, integrierten Speicher sowie die neue Porträt-AF-Funktion. Ferner ist die S6 mit WiFi für kabellose Datenübertragung ausgestattet.

Bei allen neuen Kameras lässt sich die Kapazität der eingebauten Speicher durch SD-Karten erweitern.

AF-S VR Micro-Nikkor 2,8/105 mm G IF-ED

Ebenfalls neu im Nikon Produktportfolio ist das mit einem Bildstabilisator ausgestattete 105 mm Makro-Objektiv, mit dem ein Abbildungsmaßstab von 1:1 zu erzielen ist. Es eignet sich sowohl für digitale als auch für analoge SLR-Kameras und gestattet ein einfaches Umschalten zwischen Autofokus und manueller Einstellung. Ein Silent Wave Motor (SWM) sorgt für eine schnelle AF-Geschwindigkeit. Innenfokussierung und ED-Glas runden die Ausstattung ab.



Kodak will auch im Digitalgeschäft auf den Fotohandel setzen

„Die Freude am Bild“

Interview mit Fred Seibl, General Manager Kodak CDG/FPG Deutschland + Österreich



Seit Anfang dieses Jahres steht mit Fred Seibl ein neuer Mann an der Spitze des Foto- und Imaging Geschäftes der Kodak GmbH. Nach 18 Jahren in der IT Branche will der 44jährige Manager in seinem neuen Aufgabengebiet die Herausforderung annehmen, mit Kodak auch bei digitalen Bildern zur Nummer eins im Fotomarkt zu werden. Dabei soll der Fotohandel eine wichtige Rolle spielen. **imaging+foto-contact** hat mit Fred Seibl über seine Ziele für Kodak in Deutschland gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Seibl, Sie sind seit dem 1. Januar für das Foto- und Imaging-Geschäft der Kodak GmbH verantwortlich. Mit welcher Zielsetzung haben Sie Ihren neuen Posten angetreten?

Fred Seibl: Ich möchte die Digitalfotografie für uns und unsere Handelspartner zu einem Geschäft machen, mit dem sich Wertschöpfung erzielen läßt. Und wenn ich von der Digitalfotografie spreche, meine ich nicht nur die digitalen Kameras, sondern das gesamte Spektrum an Produkten rund ums digitale Bild – von den Homeprintern bis zum Inkjet-Papier, von unseren Kiosk Systemen beim Handel bis hin zum Zubehör und last but not least auch den Online Bilderservice. Dieses umfangreiche digitale Portfolio ist unser großer Vorteil, und den werden wir nutzen. Um unser Ziel zu erreichen, werden wir das Digitalgeschäft weiter voranbringen und noch stärker als bisher auf Foto-Lösungen setzen. Ein Beispiel dafür sind unsere erfolgreichen Bundles: Digitalkameras im Paket mit einer Druckerstation. Der Verbraucher soll nicht nur digital fotografieren, wir

geben ihm ein komplettes System an die Hand, mit dem er am Ende – ohne großen Aufwand – ein hochwertiges Papierbild in den Händen halten kann. Denn das, um was es letztlich in der Fotografie geht – egal ob analog oder digital – ist die Freude am Bild.



Fred Seibl ist als General Manager Kodak CDG/FPG Deutschland + Österreich für das Foto- und Imaging-Geschäft der Kodak GmbH verantwortlich.

imaging+foto-contact: Wo liegen Ihrer Meinung nach die größten Herausforderungen für Kodak in Deutschland?

Fred Seibl: Die größte Herausforderung – nicht nur für Kodak Deutschland, sondern für Kodak weltweit – ist es, die zweifelsohne sehr guten Margen, die durch den Rückgang im analogen Sektor wegbrechen, durch digitale Produkte und Dienstleistungen aufzufangen. Das kann nicht durch den reinen Verkauf von Hardware erfolgen, sondern der Erfolg ist ganz eng mit dem Folgegeschäft um die Kameras herum verknüpft. Und hier geht es ganz konkret um das Drucken von Bildern. Was früher beim Film automatisch vom Labor erledigt wurde, ist heute in der Hand des Verbrauchers. Er hat die

Macht zu entscheiden, welche Bilder er als Print möchte und welchen Weg er wählt, um zum Papierbild zu kommen. Wir bieten ihm Lösungen für jeden Weg, sei es im Homeprinting über unsere Kodak Druckerstationen oder Inkjet-Papiere, mit Foto-Kiosken, oder über das Internet. Vor allem der Fotohandel kann und sollte sich im digitalen Bildergeschäft profilieren, denn unsere Untersuchungen zeigen, daß die Verbraucher den Service annehmen und ihn wirklich wollen. Für den Fotohandel ist ein starkes Engagement eine entscheidende Investition in die Zukunft, denn die Nachfrage nach digitalen Bildern wird weiter steigen. Alle Untersuchungen zeigen, daß Digitalfotografen ihre Bilder geprintet haben wollen – und zwar am liebsten sofort.

imaging+foto-contact: Das digitale Bildergeschäft fängt aber mit dem Kameraverkauf an. Wie ist Kodak auf dem Digitalkamera-Markt positioniert?

Fred Seibl: Die Herausforderung im digitalen Kamerageschäft ist der Wettbewerb mit vielen Anbietern, ein hohes technologisches Niveau mit konstant sinkenden Preisen und nicht zuletzt ein sehr kurzfristiger Produktzyklus. In diesem schwierigen Umfeld haben wir es in Deutschland innerhalb eines Jahres auf Platz drei geschafft, mit einem äußerst knappen Abstand zur Nummer zwei. Und das von einem Platz zwischen fünf und sieben in den Jahren davor. Wir werden heute – und das war nicht immer so – als innovativer Digitalkamerahersteller wahrgenommen. In den USA ist Kodak sogar die Nummer eins. Im Bereich der Small-Format-Printer und bei den Kiosken sind wir nicht nur weltweit Marktführer, sondern auch Marktführer in Deutschland. Wir ruhen uns auf diesen guten Zahlen aber nicht aus, sondern nehmen sie als Motivation, diesen Erfolg noch auszubauen.

imaging+foto-contact: Wo sehen Sie im Digitalkamera-Markt noch Verbesserungspotentiale für Kodak?

Fred Seibl: Der momentan dritte Platz im Digitalkamera-Markt ist ein großer Erfolg, aber wir peilen einen stabilen zweiten Platz an, und ich sehe hier gute Chancen. Im letzten Jahr haben wir ein attraktives Kamera-Portfolio präsentiert, und die Verbraucher haben das auch wahrgenommen und honoriert. Untersuchungen von JD Power haben gezeigt, daß Kodak bei der Kundenzufriedenheit von Digitalkamerabesitzern mit Abstand an der Spitze liegt. Kodak ist heute eine Marke, die man nicht nur mit dem Film verbindet, sondern eben auch mit der digitalen Fotografie. Mit der EasyShare-One, die es als erste Kamera erlaubt, Bilder mit WLAN direkt in ein Internet-Album zu schicken, sprechen wir eine neue Zielgruppe an. Die EasyShare V570, die dank ihrer Dual Lens Technologie ein Superweitwinkel- und ein Zoom-Objektiv in einer sehr kompakten und schicken Digitalkamera ermöglicht, kommt sowohl beim Handel als auch beim Endkonsumenten ganz hervorragend an. Diese Kamera wird derzeit in allen Medien als ein Hero Produkt dargestellt, sie gilt als ein „must have“ – darauf sind wir ganz besonders stolz.

imaging+foto-contact: Kodak hat sich bekanntlich aus dem Großlabor-Geschäft zurückgezogen und auch den Vertrieb von Minilabs eingestellt. Stattdessen setzen Sie im Bildergeschäft vornehmlich auf Home Printing und Kiosk-Systeme. Welche Konsequenzen soll der Fotohandel Ihrer Meinung nach in seinem Bildergeschäft aus dieser Strategie ziehen?

Fred Seibl: Lassen Sie mich zunächst die von Ihnen erwähnte Strategie präzisieren: Kodak ist aus dem Großlaborgeschäft als Betreiber ausgestiegen, aber natürlich gibt es jetzt und auch in Zukunft Kodak Bilder vom Großfinisher. Hier arbeiten wir mit kompetenten Partnern wie CeWe Color zusammen, die sich auf das Großlabor-Geschäft konzentrieren. Durch die Konzentration bei den Anbietern von Fotopapier wird diese Partnerschaft sogar noch enger werden. Ähnlich sieht es übrigens bei den Minilabs aus: Wir verkaufen keine Geräte mehr, aber wollen natürlich auch weiterhin die Betreiber von Minilabs dabei unter-



Mit fast 2.000 in Deutschland installierten Geräten – hier der Picture Kiosk der neuesten Generation – ist Kodak im Kiosk-Segment mit Abstand Marktführer.

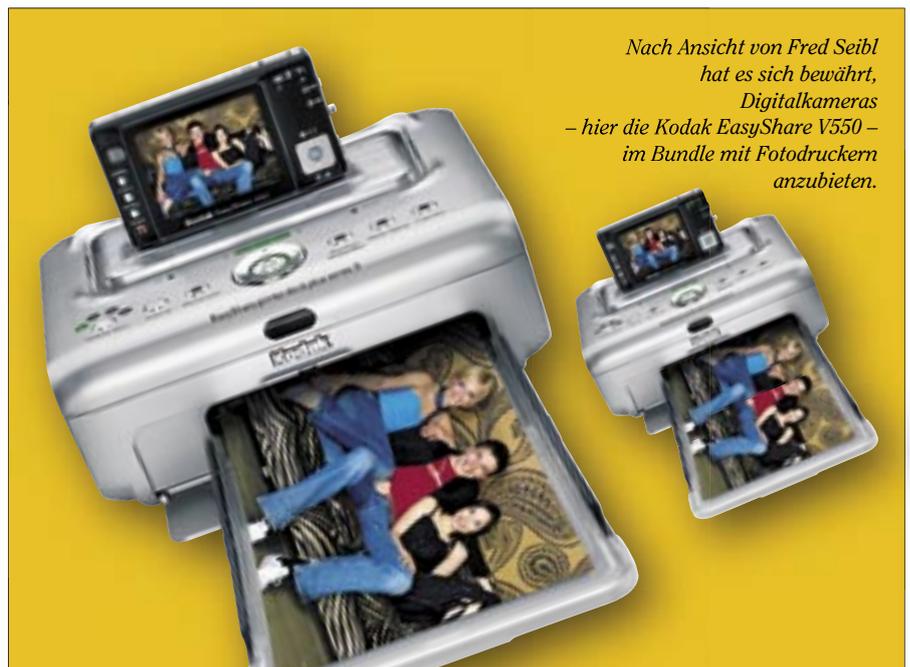
stützen, Kodak Bilder anzubieten. Deshalb haben wir die enge Zusammenarbeit mit Tetenal begonnen: Dieses Unternehmen kennt die Bedürfnisse der Minilab-Betreiber ganz genau und bietet als Distributionspartner Kodak Papiere und Chemie an.

In der digitalen Welt hat sich der Mechanismus, Bilder auf Papier zu bringen, gegenüber dem traditionellen

Geschäft nicht nur verändert, sondern deutlich erweitert. Deshalb setzen wir uns besonders für die Marktsegmente ein, die eine hohe Wertschöpfung versprechen, weil sie den Bedürfnissen der Verbraucher besonders entgegenkommen: Das sind in erster Linie drei Bereiche, in denen sich bereits heute im Handel sehr gute Margen erzielen lassen: erstens Kodak Bilder Kioske, zweitens Fotodrucker, drittens Inkjetpapiere. Unsere Strategie ist auf alle Bereiche fokussiert, denn es gibt aus heutiger Sicht keinen Königsweg, den der Verbraucher einschlägt. Er möchte unabhängig bleiben und von Fall zu Fall entscheiden, wie er zu seinem Papierbild kommen will. Wichtig für uns und unsere Partner im Fotohandel ist dabei allein, dem Verbraucher Anreize und bequeme Kodak Lösungen an die Hand zu geben, seine digitalen Bilder zu drucken.

imaging+foto-contact: Machen sich diese Lösungen nicht gegenseitig Konkurrenz, indem zum Beispiel ein Fotokiosk das Bildergeschäft mit dem Labor beeinträchtigt?

Fred Seibl: Dieses Argument hört man leider immer noch vom Fotohandel – aber die Realität spricht dagegen. Das weiß niemand besser als Kodak, denn wir sind im Bereich der Fotokioske unumstrittener Marktführer mit einem Anteil, der größer ist als der unserer zehn nächsten Mitbewerber zusammen. Ende 2005 waren in Deutschland



Nach Ansicht von Fred Seibl hat es sich bewährt, Digitalkameras – hier die Kodak EasyShare V550 – im Bundle mit Fotodruckern anzubieten.



**Interview mit Fred Seibl,
General Manager Kodak
CDG/FPG
Deutschland + Österreich**

etwa 3.650 Kioske aufgestellt, davon knapp 2.000 von Kodak. Dabei zeigt sich immer wieder, daß diese Geräte da besonders erfolgreich betrieben werden, wo bereits ein gutes Bildergeschäft vorhanden ist. Mit der vergleichsweise geringen Investition in einen Kiosk kann der Fotohandel neue Zielgruppen erschließen und so sein Bildergeschäft insgesamt ausweiten. Denn der Verbraucher erwartet heute in den qualifizierten Vertriebsformen die Kompetenz für alle Wege zum Bild. Diese Kompetenz hat der Fotohandel – er sollte sie nutzen. Mit einem Volumen von etwa 80 Bildern am Tag kann man einen Kodak Bilder Kiosk rentabel betreiben – denn die Preise für diese schnellen Bilder sind stabil und werden es nach unserer Einschätzung auch bleiben. Und die Nachfrage wächst in der Größenordnung von 100 – 200 Prozent pro Jahr. Das gilt übrigens auch für unsere EasyShare Fotodrucker. In beiden Segmenten hat der Fotohandel eine große Chance, eine hohe Wertschöpfung zu erzielen. Kodak ist dafür genau der richtige Partner: Denn in diesen Segmenten sind wir – wie traditionell bei Film und Fotopapier – mit Marktanteilen von über 50 Prozent die klare Nummer eins in Deutschland und in der Welt.

imaging+foto-contact: Welchen Stellenwert messen Sie dem Filmgeschäft (noch) bei?

Fred Seibl: Dieses nach wie vor lukrative Segment haben wir keinesfalls aus den Augen verloren. Wir setzen alles daran, um das Filmgeschäft zu stabilisieren und unsere Marktführerschaft in einem schrumpfenden Gesamtmarkt weiter auszubauen. Zur Zeit liegen wir bei rund

50 Prozent Marktanteil Film in Deutschland. Tendenz steigend. Als Marktführer wollen wir Filme so lange verkaufen, wie sie entsprechend nachgefragt werden – und das wird unserer Meinung nach noch ziemlich lange der Fall sein. Immerhin verfügen rund 80 Prozent der Haushalte über eine oder mehrere analoge Kameras, die zum Großteil auch nach wie vor in Gebrauch sind, denn für viele Verbraucher ist der Film noch immer eine bequeme, elegante und kostengünstige Art zu fotografieren. Und auch die Profiwelt setzt in verschiedenen Bereichen noch immer auf den



Verbrauchsmaterialien für Fotodrucker können dem Fotohandel zusätzliche Erträge bringen.

klassischen Film. Also: Das Filmgeschäft ist uns wichtig und wird für uns, aber auch für unsere Handelspartner, noch über Jahre einen hohen Stellenwert genießen.

imaging+foto-contact: Antonio Perez hat als Präsident und CEO der Eastman Kodak Company gerade bekanntgegeben, das Jahr 2005 sei das erste wirklich „digitale Jahr“ für Kodak gewesen. Erstmals wurde mit digitalen Produkten mehr als die Hälfte des Umsatzes erzielt. Welche Konsequenzen

hat diese Entwicklung für Ihre Vertriebswege? Welche Rolle spielt der Fotohandel dabei?

Fred Seibl: Als „Newcomer“ im Unternehmen bin ich sehr beeindruckt, wie schnell und wie gut Kodak den digitalen Wandel vollzogen hat. Natürlich haben auch wir – wie andere Marktteilnehmer auch – nicht alles richtig gemacht. Heute aber wissen wir: Der Fotohandel ist für uns im Bereich der digitalen Fotografie ein ebenso wichtiger Partner wie im analogen Bereich. Besonders erfreulich ist es daher, daß die aktuellen GFK Zahlen zeigen, daß der Fotohandel im Digitalgeschäft zulegen konnte. Diese Entwicklung werden wir mit unseren Vertriebsaktivitäten unterstützen, denn der Fachhandel ist für unser gesamtes Portfolio ein wichtiger Kanal. Bei den Digitalkameras kann der Fotohandel gerade bei höherwertigen Modellen, wie beispielsweise unserer EasyShare P Serie, den Verbrauchern mit seiner Beratungskompetenz die Vorteile unserer Produkte besonders gut vermitteln. Das ist nicht nur für den Geräteverkauf wichtig: Denn Kunden, die zu höherpreisigen Kameras greifen, sind in der Regel auch stärker an weiteren Angeboten rund ums digitale Bild interessiert. Und hier kommen dann wieder die Möglichkeiten eines guten Folgegeschäftes mit Kiosken, Homeprintern und Inkjet-Papieren ins Spiel. Der Handel kann dabei auf unsere Unterstützung zählen, was fachhandelsspezifische Promotions betrifft. Unter anderem haben wir auch in diesem Jahr wieder drei Kiosk Promotions und vier Kodak Express Aktionen geplant, die speziell auf den Fachhandel zugeschnitten sind. Außerdem werden wir in den nächsten Wochen allen Fachhändlern, die noch keine digitalen Bilderservices anbieten, ein besonders attraktives Angebot für einen Kodak Picture Kiosk der neuesten Generation machen. Seit Anfang dieses Jahres betreuen wir unsere Kunden im Fotohandel mit einer eigenen Vertriebsmannschaft. Auch daraus können Sie erkennen, wie wichtig dieser Vertriebsweg für uns ist.

imaging+foto-contact: Herr Seibl, wir danken Ihnen für dieses Gespräch!



LUMIX

BEDINGUNGSLOS SCHARF – DANK OIS.



OIS: OPTISCHER BILDSTABILISATOR



LUMIX FX01 mit
28 mm Weitwinkel
in silber, schwarz und blau



In den kleinen Abmessungen der FX01 sorgt der OIS blitzschnell für scharfe Aufnahmen ohne Verwackeln. Bei Schnappschüssen, im Telegbereich und selbst bei Aufnahmen ohne Stativ in der Dämmerung gelingen Ihnen perfekte Fotos. Und das 28 mm Weitwinkel erweitert Ihre fotografischen Gestaltungsmöglichkeiten.

Mehr Informationen unter:
www.panasonic.de

Panasonic
ideas for life

Fujifilm Technologien auch im Einstiegssegment

Drei neue FinePix-Modelle



FinePix A600

Fujifilm hat auf der PMA drei neue Digitalkameras vorgestellt. Sie alle sind mit Aufnahmechips ausgestattet, die eine Auflösung von über sechs Megapixeln bieten, und bringen Fujifilm Technologien wie Super CCD und Real Photo in das Einstiegsortiment.

Neueste Kompaktkamera der A-Serie im Einstiegssegment ist die FinePix A600. Sie nutzt für die Bildaufnahme in hoher Qualität einen 6,3-Megapixel Super CCD HR Sensor und ein Dreifach-Zoomobjektiv mit der Brennweite 36–108 mm (entsprechend Kleinbild). Diese Kombination erlaubt qualitativ hochwertige Bilder, die auf einem 2,4-Zoll-LC-Display betrachtet werden können.

Der Super CCD HR bietet eine außergewöhnliche Bildqualität. Diese zeigt sich beispielsweise in der präzisen Wiedergabe feiner Details, gleichmäßiger Hauttöne und originalgetreuer Farben. Dieser Sensortyp wurde von Fujifilm in der Vergangenheit überwiegend im High-End- und Mid-Range-Bereich verwendet.

Der Zielgruppe im Einstiegssegment entsprechend wurde für die FinePix A600 ein Bedienkonzept konzipiert, das das Fotografieren mit der Kamera besonders einfach macht. So wurde die Anzahl der Bedienelemente auf ein Minimum reduziert, und der 2,4-Zoll-Monitor sorgt nicht nur dafür, daß der Fotograf das Bild nach Belieben gestalten kann, sondern auch dafür, daß er stets über die wichtigsten Einstellungen informiert ist. Aufgenommene Bilder können entweder auf dem 12 MB großen internen Speicher (diese Kapazität reicht für bis zu sieben Fotos bei 6M-Normal-Auflösung) oder auf einer xD-Wechselspeicherkarte abgelegt werden. Videoaufnahmen mit zehn Bildern pro Sekunde (320 x 240 Pixel) und Ton sind ebenfalls

möglich. Vier Motivprogramme (Porträt, Landschaft, Sport, Nacht) unterstützen Einsteiger dabei, von Beginn an in den verschiedensten Aufnahmesituationen zufriedenstellende Bilderergebnisse zu produzieren. Das 3:2-Bildformat ist vordwählbar. Die Kamera arbeitet mit zwei handelsüblichen Mignon-Batterien (Größe AA) und gibt dem Anwender damit die Sicherheit, nahezu überall auf der Welt Ersatzenergie besorgen zu können, falls die Batterie einmal überraschend leer sein sollte. Alternativ dazu können auch NiMH-Akkus benutzt werden. Akkus und ein dazu passendes Ladegerät stehen bei Fujifilm als Zubehör bereit. Die FinePix A600 soll ab Juli verfügbar sein.

FinePix F30 mit ISO 3.200 und echten 6,1 Megapixeln

Schon mit der Einführung der FinePix F10 hatte Fujifilm neue Maßstäbe in der Digitalfotografie gesetzt. Diese vielfach ausgezeichnete Kamera setzte erstmals die Real Photo Technik ein, deren hohe Lichtempfindlichkeit von bis zu 1.600 ISO und exzellente Rauschminderung dafür sorgen, daß in vielen Fällen die Nutzung von Blitzgeräten unnötig ist und die natürliche Lichtstimmung im Foto erhalten bleibt.

Die Real Photo Technik wurde jetzt von Fujifilm weiterentwickelt und kommt dabei der Sehfähigkeit des menschlichen Auges noch näher. Auf Basis jahrzehntelanger Erfahrung in der Fotografie stellt Fujifilm die FinePix F30 vor, die nach eigenen Angaben weltweit erste kompakte Digitalkamera



FinePix F30



mit einer Lichtempfindlichkeit von 3.200 ISO bei voller Auflösung von 6,1 Megapixeln. Im Wettlauf um attraktive Kameras mit vielen Zusatzfunktionen komme manchmal das Wichtigste zu kurz, hieß es in einer Pressemitteilung: das Festhalten von Erinnerungen in ihrer schönsten Form.

Die Herausforderung sei es, den Moment so einzufangen, wie man ihn mit den eigenen Augen sieht – und nicht so, wie es eine oft wenig flexible Kameraautomatik vorgibt. Eine gute Digitalkamera sollte den Fotografen in die Lage versetzen, großartige Bilder aufnehmen zu können – spontan, immer und überall, wo etwas passiert. Die FinePix F30 mit der weiterentwickelten Real Photo Technik ist diesem Ziel nach Ansicht des Herstellers sehr nahe gekommen.

Begründet wird diese Meinung unter anderem durch den neu entwickelten Super CCD der sechsten Generation, der Licht noch effizienter in digitale Signale umwandelt und damit ein bisher nicht erreichtes Niveau an Lichtempfindlichkeit für eine kompakte Digitalkamera bietet. Selbst die kleinste Menge an Licht wird laut Fujifilm effizient und akkurat in Pixel umgesetzt. Der neue Super CCD bietet absolute Höchstleistungen bei der Bilderfassung, die er mit einem reduzierten Rauschverhalten kombiniert und so eine eindrucksvolle Bildqualität erzielt, hieß es.

Die Technik zur Rauschminderung mit dem neu entwickelten Real Photo Processor II reduziert dieses Phänomen eindrucksvoll und ergibt bessere Farbwiedergabe und Gradation. Die neue Kamera bietet auch einen noch exakteren und schnelleren Autofokus, der besonders bei Aufnahmesituationen mit wenig Licht zielsicher scharf stellt. Außerdem wird die Rauschminderung bei der Videofunktion ebenfalls wirksam. Dort sorgt sie auch bei hoher Empfindlichkeitseinstellung für störungsarme Filmszenen in hoher Qualität. Ein ebenfalls neu entwickeltes intelligentes Blitzsystem unterstützt die Real Photo Technik, indem das Motiv unabhängig von der Position im Bildaufbau gemessen wird. Die Stärke des Blitzes und die Belichtung werden dabei optimiert. Mit dem intelligenten Blitzsystem sind Bilder nicht mehr so oft überstrahlt. Hauttöne und Gesichtszüge werden sehr naturgetreu und harmonisch wiedergegeben, auch bei

Templates erleichtern Produktion von Paßbildern auf Frontier Minilabs

Seit November 2005 gelten in Deutschland neue Richtlinien für Ausweisbilder in Reisepässen. Bilder, die diesen Regeln nicht entsprechen, werden von den Zulassungsstellen abgelehnt. Dienstleister, die Ausweisbilder anbieten, sollten sicher sein, daß die angefertigten Porträts dem komplexen Regelwerk entsprechen. Fujifilm bietet allen Nutzern eines Frontier Minilab Systems daher spezielle Templates, die die korrekte Erstellung von Paßbildern nach den neuen Vorschriften auf einfache Weise ermöglichen. Die Templates liegen zum Download auf der Homepage des Unternehmens bereit und können kostenlos für den Einsatz auf digitalen Minilabs der Frontier Serie heruntergeladen werden. Ein Beitrag in der Kategorie Wissen und Know-how, der hierzu veröffentlicht wurde, liefert Tips und Anforderungen, damit das Bild den neuen Bestimmungen entspricht. Vor Jahren genügte es beispielsweise, daß mindestens ein Ohr vollständig sichtbar ist. Neuerdings aber muß sich ein Gesicht komplett den Gesetzen der Biometrie unterwerfen. Die neue Liste, wie ein deutsches Paßfoto auszu-sehen hat, ist lang. Mit einem gewöhnlichen Schnappschuß wird man daher im Rathaus nicht durchkommen. Händler, die mit einem digitalen Minilab Frontier ausgestattet sind, können mit Hilfe der neuen Templates Kundenaufträge schnell und zuverlässig ausführen.

extrem niedrigen ISO-Einstellungen. Die FinePix F30 soll ab Ende Mai im deutschen Markt verfügbar sein.

FinePix F650 mit sechs Megapixeln, Drei-Zoll-Display und Fünffach-Zoomobjektiv

Mit der FinePix F650 erweitert Fujifilm die F-Serie um eine neue und außergewöhnliche Digitalkamera. Neben ihrem schick designten Gehäuse fällt vor allem die kompakte Bauweise auf, die es dem Benutzer ermöglicht, die Kamera selbst in kleinen Jackentaschen zu verstauen. Das technische Innenleben wird bestimmt durch das hochwertige Fujinon Objektiv mit Fünffach-Zoom (36 bis 180 mm entsprechend Kleinbild). In Zusammenarbeit mit dem Sechs-Megapixel-CCD-Bildsensor sorgt die Optik dafür, daß Bildvergrößerungen im Posterformat oder Ausschnitte in guter Qualität möglich sind. Im Mittelpunkt der Gehäuse-Hinterseite



FinePix F650



steht der große, hochauflösende Drei-Zoll-LCD-Monitor mit 230.000 Pixeln. Mit ihm können Bildausschnitte gewählt und Fotos komfortabel betrachtet oder sortiert werden.

Für die Speicherung der Bilddaten steht ein interner Speicher mit einer Kapazität von 32 MB bereit. Das reicht für zehn Bilder bei 6M-Auflösung und ist zum Beispiel dann hilfreich, wenn die vorhandene xD-Wechselspeicherkarte, auf der ebenfalls Bilddaten abgelegt werden können, einmal voll ist und man sich nicht dazu entschließen kann, einige der dort gespeicherten Bilder zu löschen.

Zehn verschiedene Motivprogramme (Porträt, Landschaft, Sport, Nacht, Blumen/Makro, Sunset, Strand/Schnee, Party, Museum und Text), die beispielsweise auch die Einstellung der Verschlusszeit berücksichtigen, ermöglichen dem Fotografen viele manuelle Einstellmöglichkeiten. Für den optimalen Druck ist ein 3:2-Bildformat wählbar. Auch eine Videofunktion (640 x 480 Pixel) mit 30 Bildern pro Sekunde und Ton steht in der neuen FinePix F650 zur Verfügung. Die FinePix F650 soll ab Juli im Handel verfügbar sein.

Zahlreiche Neuheiten fürs Frühjahrsgeschäft

Olympus führt mit der E-330 LifeView ein



Olympus hat auf verschiedenen Pressekonferenzen eine Vielzahl neuer Digitalkameras vorgestellt, die dem Fotohandel die Chance geben, mit einer rundum stimmigen Olympus Modellpalette ins Frühjahrsgeschäft zu starten. Im Mittelpunkt steht dabei ganz klar die neue Olympus E-330, mit der das Unternehmen das neue Ausstattungsmerkmal LifeView einführt. LifeView ermöglicht erstmals in einer digitalen Spiegelreflexkamera eine kontinuierliche Anzeige auf dem Display.

Dadurch können Fotografen den Bildausschnitt festlegen, ohne durch den Sucher sehen zu müssen. So haben sie zum einen im Blick, was um sie herum vorgeht – ein Vorteil für Reportage- und Sportfotografen –, zum anderen ist diese technische Neuerung immer dann nützlich, wenn es schwierig wird, das Motiv durch den Sucher zu erfassen – zum Beispiel beim Fotografieren unter Wasser.

Dank des verwendeten TTL-Spiegel-suchersystems konnte Olympus zwei separate Bildsensoren in die Kamera

einbauen, die zwei verschiedene Live-Anzeigemodi ermöglichen: Modus A für die Aufnahme mit Full Time Live View nutzt ein in den optischen Pfad des Suchers eingebautes CCD. Hierbei werden ein Bildfeld von 92 Prozent wiedergegeben und die volle Autofokus-Funktionalität bewahrt. Im Modus B wird der Spiegel in der hochgeklappten Position arretiert, und der neue Live MOS-Sensor, der ebenfalls zum ersten Mal in der Kamera eingesetzt wird, für den Macro Live View mit 100-prozentigem Bildfeld genutzt. Dieser

Modus empfiehlt sich speziell für das manuelle Scharfstellen von Motiven bei Makroaufnahmen. Ausgewählte Bereiche des angezeigten Motivs lassen sich auf das Zehnfache vergrößern. Darüber hinaus erleichtern zwei Paßfoto- und verschiedene Gitternetz-Templates die Bildkomposition.

Als Aufnahmechip dient in der Olympus E-330 ein neu entwickelter MOS-Sensor der jüngsten Generation mit 7,5 Millionen Pixeln. Dieser Sensortyp benötigt bei einer dem FFT-CCD vergleichbaren Bildqualität weniger Energie. Die effektiv vergrößerte lichtempfindliche Fläche trägt zu besserer Bildqualität sowie höherer Empfindlichkeit mit niedrigerem Rauschen bei.

Für die schnelle Verarbeitung der Daten mit dem Bildprozessor TruePic Turbo wurde die Reaktionsgeschwindigkeit gesteigert. Dadurch wird eine Bildfolge von drei Bildern pro Sekunde möglich.

Die E-330 wurde mit einem 6,4 Zentimeter großen, neigbaren Monitor ausgestattet, der auch in schwierigen Aufnahmesituationen einen guten Blick auf das Motiv gewährleistet. Weil Olympus beim LC-Display außerdem auf die HyperCrystal-Technologie setzt, ist für extraschnelle Reaktionszeiten und Blickwinkel von 160° gesorgt.



In der Olympus E-330 werden zwei separate Bildsensoren eingesetzt, die zwei verschiedene LifeView-Anzeigemodi ermöglichen. Bild links zeigt den Modus A, Bild rechts den Modus B.

Zum Speichern der Daten können CompactFlash oder xD-Picture Cards genutzt werden, zum Beispiel die neuen High Speed xD-Picture Cards von Olympus. Diese weisen eine bis zu dreimal höhere Datentransferrate als ihre Vorgänger auf und bieten neben der bekannten Panorama- auch eine 3D-Funktion sowie weitere Spezial-effekte.

An fotografischen Features steht alles bereit, was professionelle Ergebnisse ermöglicht. Dazu gehören die halb-automatischen Modi mit Blenden- oder Zeitvorwahl, die Programmautomatik, vier Belichtungsmodi und 20 Aufnahme- sowie sieben Kreativmodi für die gängigsten Fotosituationen, darunter solche für Naturmakro- und xD-Panoramaaufnahmen, Unterwasserfotos sowie eine Einstellung zur Reduzierung von Unschärfe. Speziell für die Bildkomposition in dunkler Umgebung gibt es den Live View Boost Modus, bei dem Kontrast und Helligkeit der LCD-Anzeige deutlich erhöht werden.

Neben der herkömmlichen mittenbetonten Integral- und der Spotmessung bietet die Kamera die ESP-Belichtungsmessung. Hier sorgen ein AE-Sensor mit 49 Meßfeldern und ein ausgefeilter Berechnungsalgorithmus für akkurate Belichtungswerte. Darüber hinaus ermöglichen licht-/schattenbasierte Spotmessung und Histogrammfunktion die exakte Steuerung der Belichtung. Die professionelle AE-



Wie schon andere Olympus Kameras bietet auch die neue E-330 hohen Bedienkomfort durch das abklappbare Display.

Unterwassergehäuse und Outdoor-Cases

Olympus hält für zahlreiche Kameras Unterwassergehäuse und Outdoor Cases bereit. Diese sind aus robustem, aber dennoch leichtem Polycarbonat gefertigt und erlauben das Bedienen aller Kamerafunktionen. Die Modelle sind, je nach Typ, bis zu einer Tiefe



von maximal 60 Metern wasserdicht. Für die Kompaktkameras FE-130/140, SP-310/350 sowie die neue SP-320 und die Modelle μ 700/720 SW stehen Gehäuse ebenso zur Verfügung wie für die neue Spiegelreflexkamera Olympus E-330. Weiteres Zubehör für das E-System kann ebenfalls mit unter die Wasseroberfläche genommen werden, so zum Beispiel das externe Blitzgerät FL-36.

Lock- (Belichtungsspeicher) Funktion ist anpaßbar. Leistungsmerkmale wie Sofort-Weißabgleich, Schärfentiefevorschau und Bracketing für Belichtung, Weißabgleich und Schärfe erhöhen den Bedienkomfort. Schwarzweiß-Aufnahmen und Fotos mit Farbfiltereffekten sind ebenfalls problemlos zu realisieren. Die Bilddaten lassen sich in den Formaten JPEG, TIFF und RAW speichern.

Kompaktkameras erfüllen viele Kundenbedürfnisse

Neben der neuen Digital-SLR nimmt Olympus auch zahlreiche neue Kompaktkameras ins Sortiment. Dadurch vergrößert sich die Palette so, daß viele unterschiedliche Kundenbedürfnisse mit einer Olympus Kamera befriedigt werden können. Einen besonderen Blick verdienen dabei die Designhighlights, die durch ihre modernen Gehäuseformen und vor allem ungewöhnliche Farbgebung auffallen.

So ist beispielsweise die neue Olympus μ 700 mit den vier Gehäusefarben Moonlight Silver, Sunset Orange, Midnight Black sowie Twilight Blue zu

Walther Rahmen- Aktionspakete: Super!

Jetzt Format-Mix selbst auswählen: Unschlagbar!



Karl Walther

Alben und Rahmen GmbH & Co KG

Herrenpfad-Süd 26, D-41334 Nettetal

Telefon: 02157/8186-0

Fax: 02157/8186-50

E-Mail: Service@WaltherDesign.de

www.walther-alben-rahmen.de



walther

Für Ihre Bilder das Beste



Die neue Olympus µ 700 gibt es in den vier Farbvarianten Twilight Blue, Sunset Orange, Midnight Black sowie Moonlight Silver.

haben, die ebenfalls neue Olympus µ 720 SW steht mit den Farbvarianten Dusky Pink, Polar Blue und Steel Silver zur Verfügung.

Besonderes Kennzeichen der Olympus µ 700 ist darüber hinaus neben dem Aufnahmechip mit 7,1 Megapixeln die integrierte BrightCapture Technology. Diese eignet sich vor allem für Aufnahmen in schwierigen Lichtsituationen und sorgt zum Beispiel dafür, daß die Atmosphäre einer abendlichen Stimmung auf der Aufnahme erhalten bleibt. Auch die Wahl des Bildausschnitts über das große 6,4-cm-LC-Display wird mit dieser Technologie vereinfacht, weil das Bild auf dem Monitor im Vergleich zu herkömmlichen Modellen viermal heller ist. Außerdem sorgen zahlreiche hochentwickelte Leistungsmerkmale der Kamera bei Tag und Nacht für hohe Bildqualität. Ein wetterfestes, kompaktes Metallgehäuse rundet die Liste der wichtigsten Ausstattungsmerkmale ab.

Olympus zeigt Neuheiten auf einer Roadshow

Olympus zeigt dem Fotohandel die Neuheiten des Frühjahrs auf einer deutschlandweiten Roadshow. Im Mittelpunkt stehen unter anderem die Olympus E-330 und die Kompaktkamera µ 720 SW. Darüber hinaus werden natürlich auch die weiteren neuen Kameras und das umfangreiche Zubehör-Sortiment des Unternehmens gezeigt. Zudem hat der Fotohandel die Möglichkeit, das Sofortbild-Kiosksystem „Olympus Picture Express“ kennenzulernen. In folgenden Städten macht die Olympus Roadshow im März Station: Frankfurt, 2.; Stuttgart, 7.; München, 9.; Köln, 21.; Dortmund, 23.; Göttingen, 28., und Hamburg, 30.

Beim Schwestermodell der µ 700, der neuen µ 720 SW, wurde der µ-Standard „Wetterfestigkeit“ weiter optimiert. Es entstand die erste µ-Kamera, die bis zu einem Wasserdruck entsprechend drei Meter Tiefe wasserdicht ist.



Letzte Neuheit der µ-Serie ist die Olympus µ 820. Sie ist mit einem versenkbaren Objektiv und einem neu positionierten Verschlusssystem ausgestattet. Dadurch konnte diese laut Hersteller kleinste Kamera der 8,0-Megapixel-Klasse mit innovativen Leistungsmerkmalen ausgestattet werden, zu denen auch die integrierte Bright Capture Technology gehört. Geschützt wird die Technik durch ein wetterfestes Gehäuse aus rostfreiem Edelstahl.

Fünf neue FE-Modelle

Die FE-Baureihe wurde mit fünf Modellen erweitert. Die FE-115 hat einen Fünf-Megapixel-Aufnahmechip, die FE-130 und FE-140 haben einen 5,1- bzw. 6,0-Millionen Pixel-CCD, und die Modelle FE-150 und FE-160 liefern mit einer Auflösung von 5,0 bzw. 6,0 Millionen Pixeln detailgenaue Bilder.



Die Olympus FE-115 und die Olympus FE-160 sind nur zwei der insgesamt fünf neuen FE-Modelle.

Alle Neuheiten dieser Serie wenden sich vor allem an Einsteiger, die, unterstützt von zahlreichen fotografischen Features und dem einfachen Bedienkonzept, von Beginn an gelungene Aufnahmen machen wollen.

SP-320 mit 7,1 Megapixeln

Mit der neuen Olympus SP-320 können ambitionierte Fotografen kreativ arbeiten und Aufnahmen machen, die sich durch Qualität und Individualität auszeichnen. Zu den wichtigsten Kennzeichen gehören 25 voreingestellte Aufnahmemodi sowie P/A/S/M-Belichtungssteuerung, 7,1 Millionen Pixel und das Dreifach-Zoomobjektiv. Dank maximalen ISO 800 ist ein Blitz auch bei ungünstigem Licht nicht



unbedingt erforderlich. Erfahrene Fotografen profitieren von der Histogramm-Funktion: Sie ermöglicht die Anzeige der Belichtungsinformationen auf dem 6,4 cm großen LC-Display, so daß der Anwender seine Einstellungen entsprechend vornehmen kann.

Sanyos Xacti HD1: Top-Technik in Kompaktform High-Definition auf SD-Karte

Frohe Kunde für alle Videofilmer, die Wert auf hohe Qualität legen: Der neue digitale Camcorder Sanyo Xacti HD1 ist eines der ersten ultrakompakten Geräte, die Videoclips in High Definition-Qualität auf SD-Karte aufnehmen. Mit dieser Fähigkeit und der sonstigen Top-Technik präsentiert Sanyo die Xacti HD1 als Camcorder, der selbst anspruchsvolle Anwender mit seiner hervorragenden Bildqualität überzeugt.

Mit den Maßen 80 x 119 x 36 mm und dem Gewicht von 210 g ist die Xacti HD1 kompakt und leicht genug, um High Definition Aufnahmen mit einer Hand selbst zu erstellen. Die Brennweite des Zehnfach-Zoomobjektivs 6,3–63 mm (38–380 entsprechend Kleinbild) reicht vom gemäßigten Weitwinkel bis zum extremen Tele und versetzt den Anwender damit in die Lage, die meisten Filmsituationen des Alltags zu meistern.

Hochauflösende Fernsehgeräte, die mit unvergleichlicher Schärfe feinste



Details sichtbar machen und die in diesem Jahr verstärkt auf den Markt kommen, öffnen den Freunden von Spielfilmen Filmerlebnisse in zuvor unbekannter Qualität. Mit der Xacti HD1 lässt sich diese Qualität im Breitwandformat ab sofort auch mit selbstgedrehten Videos auf die Mattscheibe bringen: Die Videofunktion der Xacti HD1 arbeitet mit einer Bildauflösung

von 1.280 x 720 im 720p-Modus und liefert damit klare detailreiche Filme. Die Verbindung zum TV-Gerät wird dabei einfach über ein Kabel hergestellt.

Ihre Flexibilität zeigt die Xacti HD1 mit vielen Details. Bei Videoclips ist neben der Darstellung im 16:9-Format auch das konventionelle 4:3-Format möglich. Extras wie Bildstabilisator und Flicker Reduction reduzieren Verwacklungen und störendes Flimmern spürbar. Damit die Tonqualität in Stereo der hohen Güte der Bilddarstellung entspricht, ist die Kamera mit einer Buchse für den Anschluß eines externen Mikrofons und mit einem Anti-Wind-Filter ausgestattet.

Fotos mit fünf Megapixeln

Doch mit der Xacti HD1 sind nicht nur Videoaufnahmen möglich. Die Kamera zeichnet auch Fotos mit fünf Megapixeln Auflösung auf SD-Karte auf. Frei wählbare Einstellungen wie die Belichtungs-korrektur oder die Empfindlichkeit von bis zu ISO 1.600 lassen dabei Spielraum für Kreativität. Bei unzureichenden Lichtverhältnissen kann der Fotograf auf den integrierten Popup-Blitz mit einer Reichweite von 2,8 Metern



Die mit der Xacti HD1 aufgenommenen Bilder kommen auf einem hochauflösenden Fernsehgerät erst richtig zur Geltung. Die Verbindung zwischen beiden Geräten erfolgt dabei einfach über ein Kabel.

zurückgreifen. Zeit- und Blenden-einstellung kann der Fotograf manuell vornehmen. Zudem kann er den eingebauten ND-Filter aktivieren und somit die Lichtmenge reduzieren. So können besondere Effekte erzielt werden und zum Beispiel ein fließender Wasserfall oder einzelne Wassertropfen „eingefroren“ werden.

Sucherbild und gespeicherte Fotos oder Videosequenzen lassen sich auf dem 2,2 Zoll großen (5,6 cm) brillanten OLED-Display mit 210.000 Bildpunkten in bester Qualität anzeigen. Diese extrem flachen Bildschirme aus organischen Leuchtdioden sind bis zu einem Bildwinkel von 160 Grad noch gut einsehbar, und ein hohes Kontrastverhältnis bringt Sucherbild oder gespeicherte Aufnahmen unabhängig von Wetter oder Lichtverhältnissen immer deutlich und mit natürlicher Farbwiedergabe auf den Bildschirm. Da OLED-Displays keine separate Hintergrundbeleuchtung benötigen, verbrauchen sie überdies viel weniger Strom als herkömmliche LC-Displays. Der Lithium-Ionen-Akku hat eine Kapazität von 1.200 mAh und kann damit im Videomodus bis zu 60 Minuten arbeiten. Der Datentransfer erfolgt über eine USB 2.0 Highspeed Schnittstelle.



Detlef (l.) und Roland Schießler sind mit der Anschaffung des Picture Maker mehr als zufrieden.

„Unsere Erwartungen wurden übertroffen“

„Wir haben das Gerät ursprünglich angeschafft, um damit die Fotos zu printen, die wir im Studio produzieren, und um eigene digitale Bildideen umsetzen zu können. Daß es auch bei unseren Kunden so gut ankommt, hat unsere Erwartungen deutlich übertroffen.“ Detlef und Roland Schießler, die im sächsischen Gornsdorf unter anderem einen Fotohandel betreiben, haben die Anschaffung eines Kodak Picture Kiosk nicht bereut.

Seit das Gerät im April des vergangenen Jahres in Betrieb genommen wurde, hat Fotoservice Schießler auf der Kodak Maschine rund 15.000 Fotos produziert. Eine Zahl, die Fotohändler in 1a-Lagen der Großstädte zu einem mitleidigen Schmunzeln veranlassen mag. Nicht jedoch einen Fotohändler in einer 2.300 Einwohner zählenden Erzgebirgs-Gemeinde, die weder eine eigene Fußgängerzone noch eine nennenswerte Einzelhandelsstruktur aufweisen kann. Und Fotoservice Schießler ist auch anders als man sich gemeinhin einen klassischen Fotohändler vorstellt. Nach dem Umzug in das ehemalige Postgebäude gibt es beispielsweise keine einladenden Schaufenster, und neben dem Fotoser-

vice unter dem Motto „Alles rund ums Bild“ bietet das kleine Unternehmen seinen Kunden auch seine Dienste als Postagentur und als Versorger mit einer kleinen Auswahl von Elektroartikeln an. So ist ein reger Kundenstrom gewährleistet, der sich positiv auf das Geschäft mit digitalen Bildern auswirkt, denn viele Kunden, die das Geschäft nicht wegen des Fotohandels betreten, werden auf den unübersehbar im Verkaufsraum platzierten Kodak Picture Kiosk aufmerksam, lassen sich Funktion und Möglichkeiten erklären und kommen irgendwann mit eigenen digitalen Bilddaten zurück, um sie auf Fotopapier vergrößern zu lassen. „Wir profitieren sicherlich davon, daß die Möglichkeit, Digitalbilder zu printen, in

der Gegend noch nicht allzu verbreitet ist“, meinte Detlef Schießler im Gespräch mit *imaging+foto-contact*. So werden weder die fast benachbarte Filiale einer bundesweit vertretenen Drogeriemarktkette, noch die im Umland ansässigen Fotografen und Fotohändler als ernstzunehmende Wettbewerber angesehen.

Das Manko des Preises, der Drogeriemarkt verlangt neben der Grundgebühr lediglich einen Cent pro 9 x 13 cm-Foto, gleicht Fotoservice Schießler durch die hohe Qualität der Picture Kiosk Bilder und die extrem einfache Handhabung der Bedienoberfläche des Gerätes aus. „Schon mit der automatischen Bildverbesserungsfunktion werden die meisten Aufnahmen sichtbar besser“, so Schießler, „und wenn die Kunden dann noch individuelle Möglichkeiten wie Ausschnittvergrößerungen, Farb- und Helligkeitskorrekturen

sowie die Entfernung roter Augen nutzen, dann erzielen wir einen mehr als deutlichen Qualitätsunterschied gegenüber dem Billiganbieter.“ Abgesehen davon bietet der Picture Maker eine

Reihe von Zusatzfunktionen, etwa die Bildgestaltung mit Rahmen oder die Einbeziehung von Text in das Bildmotiv, die an anderen Bildertheken und -annahmestellen nicht zu realisieren seien. Alles in allem Pluspunkte, die offensichtlich von den Kunden



Der Kodak Picture Maker ist unübersehbar im Verkaufsraum platziert.

geschätzt und an Freunde, Verwandte und Bekannte weitergetragen werden. Schießler: „Wir stellen fest, daß viele neue Kunden zu uns kommen, die vom Picture Kiosk per Mund-zu-Mund-Propaganda erfahren haben.“ Daß die Kunden zudem bereit sind, 40 Cent für ein 10 x 15 cm-Bild zu bezahlen, trägt überdies zur Zufriedenheit der Schießler-Brüder bei.

Mit der wichtigen Marketingunterstützung durch die zufriedene Kundschaft hat sich der Einzugsbereich des Fotoservices Schießler nach eigener Einschätzung deutlich ausgeweitet. „Bei der Betrachtung der Wohnorte unserer Kunden kommen wir zum Schluß, daß wir in den umliegenden Gemeinden

Fotoservice Schießler arbeitet erfolgreich mit dem Kodak Picture Kiosk

mittlerweile etwa 25.000 bis 30.000 Menschen ansprechen, die für eine vergleichbare Dienstleistung sonst wesentlich weiter fahren müßten, beispielsweise nach Chemnitz“, schätzt Roland Schießler.

Darüber hinaus trägt der Picture Kiosk auch zum Kameraverkauf und darüber wiederum zu neuen Bildaufträgen bei. Schießler: „Hin und wieder kommen Kunden, die sich gerade deshalb eine Digitalkamera kaufen, weil sie jetzt die Möglichkeit haben, die Bilder bei uns schnell und in hoher Qualität printen zu können.“ Stark angestiegen ist außerdem das Bild-vom-Bild-Geschäft, das mit einem Scanner ausgeführt wird. „Dabei spielt es offensichtlich eine wichtige Rolle, daß die Kunden ihre wertvollen Originale nicht mehr an ein Labor schicken müssen“, vermutet Detlef Schießler. „Sondern sie wissen, daß das Original unser Haus nicht verläßt und daß wir natürlich sehr behutsam damit umgehen.“

Hat sich die Anschaffung des Picture Kiosk positiv an der Bildertheke ausgewirkt, so war der ursprüngliche Grund, wie bereits erwähnt, ein ganz anderer: Selbst hergestellte Bilder sollten hochwertig, preiswerter und schneller als



Im ehemaligen Postgebäude in Gornsdorf im Erzgebirge ist seit einigen Monaten der Fotoservice Schießler zu finden.

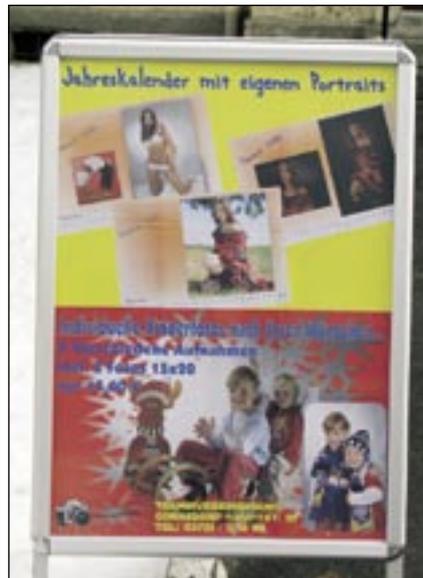
zuvor produziert werden, als man noch die Dienste eines Großlabors oder eines im Nachbarort arbeitenden Minilabs in Anspruch nehmen mußte. Denn

Bällen im Volkshaus, einem mehrere hundert Gäste fassenden Veranstaltungszentrum in Gornsdorf. „Unsere ursprüngliche Intention war es, zum Beispiel die Teilnehmer an einem Klassentreffen, die wir nachmittags fotografieren, schon bei der Abreise am Abend mit einem Erinnerungsfoto ausstatten zu können“, erläutert Detlef Schießler. Dies sei mit dem Picture Kiosk ebenso möglich geworden wie die schnelle Produktion von Porträtaufnahmen aus dem eigenen Studio. Schießler: „Das Studio ist mit dem Laden vernetzt, und bis die Kunden vom Studio zum Geschäft gefahren sind, ist das Foto in der Regel schon fertig.“

Schließlich realisiert Fotoservice Schießler auch eigene Bildproduktionen auf der Kodak Maschine. Beliebt sind dabei zum Beispiel selbst fotografierte Ansichtskarten des Ortes, Autogrammkarten für Musiker und Musikgruppen aus dem Umland oder Taschenkalender, die von örtlichen Unternehmen als Give-aways genutzt werden. „Der Vorteil liegt dabei darin, daß wir auch kleine Auflagen realisieren und die Qualität des Endproduktes selbst bestimmen können“, erläutert Schießler. „Wenn man die Aufträge nach außen vergibt, ist das leider nicht der Fall.“

Zufrieden zeigen sich die beiden Gornsdorfer schließlich auch mit der Unterstützung beim Kauf, der Installation, dem Support und der Versorgung mit Verbrauchsmaterial. „Wir haben den Picture Kiosk auf Anregung durch den Fotogroßhandel Foto Verbund angeschafft, der uns ebenso wie Kodak in Stuttgart bei allen Fragen rund um das Gerät zur Verfügung steht und etwaige Probleme schnell löst“, sagt Detlef Schießler.

neben dem Fotohandel ist eine der wichtigsten fotografischen Beschäftigungen die Arbeit im eigenen Studio, das an anderer Stelle des Ortes zu fin-



Die digitalen Möglichkeiten werden auch zur Produktion von Werbematerialien in eigener Sache genutzt.

den ist. Dort werden alle Arten klassischer Porträt- und Studiofotografie realisiert. Zusätzlich fotografieren die Schießlers auch bei Veranstaltungen wie Klassentreffen, Hochzeiten oder

Mit einer insgesamt 39 Neuheiten umfassenden Kollektion startet Canon ins Frühjahr 2006. Nachdem das Unternehmen bereits im Januar sieben neue Camcorder und sechs neue Laserprodukte vorgestellt hatte, wurde das Portfolio im Februar um weitere 26 Neuheiten ausgebaut. Im Mittelpunkt standen dabei die digitale Spiegelreflexkamera Canon EOS 30D und zwei Systemobjektive. Darüber hinaus wurden auf einer Pressekonferenz in München und auf der PMA neun digitale Kompaktkameras, sechs Projektoren, sieben Tintenstrahldrucker und ein weiterer Camcorder präsentiert.

Bei den digitalen Kompaktkameras gab es die drei neuen Ixus Modelle Ixus 60, Ixus 65 und Ixus 800 IS, bei den PowerShots heißen die Neuen in der Einstiegsklasse A420 und A430. Für Ein-, Um- und Aufsteiger stehen demnächst A530, A540 und A700 bereit, und mit der PowerShot S3 IS wurde hier ein Modell ins Programm genommen, das unter anderem mit einem Zwölfach-Zoomobjektiv, Bildstabilisator und überdurchschnittlichen Videofunktionen ausgestattet ist.

Bei den Tintenstrahldruckern der Pixma Pro-Serie wird das Sortiment um die beiden neuen Modelle Pixma Pro 9500 und Pixma Pro 9000 erweitert. Der „Fotospezialist“ Pixma Pro 9500 arbeitet mit zehn neu entwickelten, pigmentierten Tinten, während der Pixma Pro 9000 das exklusive Acht-Tintensystem Chromaplust aus farbstoffbasierten Tinten für hohe Farbstabilität einsetzt. Beide sind für den optimierten Workflow mit digitalen Spiegelreflexkameras konzipiert. Die

Canon erweitert das Fotosortiment in allen Bereichen



Mit der neuen Canon EOS 30D spricht Canon professionelle Anwender ebenso an wie ambitionierte Amateurfotografen.

Mit 39 Neuheiten ins Frühjahr 2006

neuen Multifunktionsgeräte Pixma MP800R, Pixma MP830 und Pixma MP530 wenden sich an Nutzer aus dem SoHo-Bereich. Mit ihren unterschiedlichen Funktionen, teilweise auch Faxfunktionalität, stellen die Geräte Alternativen für verschiedenste Einsatzgebiete dar.

Neben den sieben Januar-Modellen gibt es nun noch einen weiteren Camcorder: den DC100, der als DVD-Version mit 16:9 Modus und 25fach-Zoom vor allem Einsteiger begeistern soll.

Auch für das Wachstumssegment der Digitalprojektoren gibt es bei Canon sechs neue Geräte. Damit zeigt sich die Produktpalette so breit aufgestellt, daß

für die meisten Anwendungen das passende Modell dabei ist. Der LV X6 bedient den günstigen Einstieg im Schulungs- und Bildungsbetrieb, die Businessprojektoren LV-7255

und LV-7250 finden sich im Business-einsatz wieder, und auch die Fotospezialisten kommen nicht zu kurz: Mit Xeed S600, Xeed SX 60 und Xeed SX 6 (siehe Kasten auf Seite 30) kommen drei neue Modelle der Xeed Reihe auf den Markt, die je nach Modell heller, leiser oder preiswerter sind als ihre Vorgänger.

Canon EOS 30D löst die Canon EOS 20D ab

Ebenfalls für ein Wachstumssegment geschaffen wurde die neue Digital-Spiegelreflexkamera Canon EOS 30D. Sie löst die EOS 20D ab und richtet sich mit einer Reihe von Weiterentwicklungen bzw. für dieses Preissegment neuen Ausstattungsmerkmalen an Profis und anspruchsvolle Amateure. Die EOS 30D soll im März verfügbar sein. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 1.399 Euro für das Gehäuse, zusammen mit dem Objektiv EF-S 18-55 1.499 Euro, und als Set mit dem EF-S 17-85 IS 1.949 Euro.

Der 8,2-Megapixel Canon-CMOS-Sensor, der 1,6fache Verlängerungsfaktor, der schnelle Neun-Punkt-Autofokus, Digic-II-Bildprozessor und die Kompatibilität zur gesamten Canon EF- und EF-S-Objektivpalette bilden wie schon bei der EOS 20D auch bei der neuen EOS 30D die Grundlage.

Darüber hinaus wartet das neue Modell aber mit einer Reihe von Neuerungen auf. Hier die wichtigsten:

- Das große, hochauflösende **2,5-Zoll-Farbdisplay** mit 230.000 Pixeln – dieses gab es bislang nur bei der Vollformat-DSLR EOS 5D und der professionellen EOS 1D Mark II N.
- Ebenso wie ihre beiden Profi-Schwester verfügt nun auch die EOS 30D über die **Picture Style Funktion**, die eine besonders komfortable Kontrolle und Einstellung der Bildcharakteristik erlaubt.
- Die mit 0,15 Sekunden im Vergleich zur EOS 20D um satte 25 Prozent **schnellere Startzeit** und die **verbesserte Serienbildfunktion** machen einen noch dynamischeren Einsatz der neuen EOS möglich. Bis zu **30 Aufnahmen als JPEG** bei voller Auflösung stellen in kritischen Aufnahmesituationen eine beruhigende Reserve für den Fotografen dar. Bei Serienaufnahmen stehen wahlweise fünf Bilder pro Sekunde oder drei Bilder pro Sekunde zur Verfügung.
- Der mechanische Verschluss ist robuster und wurde auf das Niveau von mindestens **100.000 Auslösungen** ausgelegt.
- Auf Wunsch vieler Fotografen hat

Verbessertes Nachfolgemodell der Canon EOS 20D: Die Canon EOS 30D wartet mit zahlreichen Neuerungen auf.



Canon EF-S 17–55 mm 1:2,8 IS USM und Canon EF 85 mm 1:1,2 II L USM



Das neue EF-S 17–55 mm 1:2,8 IS USM bietet eine konstante Lichtstärke von 2,8 über den gesamten Brennweitenbereich und einen optischen Bildstabilisator. Es eignet sich für Canon EOS Spiegelreflexkameras mit EF-S Bajonett. Die Verwendung von UD-Glas und asphärischen Elementen gewährleistet eine ausgesprochen gute Bildqualität hinsichtlich Schärfe, Kontrast und Farbwiedergabe. Das EF-S 17–55 mm 1:2,8 IS USM deckt mit einem Zoombereich von 27–88 mm (entsprechend Kleinbild) den am häufigsten genutzten Brennweitenbereich vom leichten Weitwinkel bis zum Porträt-Tele ab. Im Zusammenspiel mit den Canon CMOS-Sensoren der EOS-Kameras und der Digic

II Bildprozessortechnologie liefert das EF-S 17–55 mm 1:2,8 IS USM laut Hersteller eine Bildqualität, die bei vielen Einsätzen dem Anspruch kommerzieller Fotoaufträge gerecht wird.

Mit dem EF 85 mm 1:1,2 II L USM stellt Canon ein extrem lichtstarkes Objektiv in der professionellen L-Serie vor. Von der großen Offenblende dieses Objektivs profitieren vor allem fotografische Aufgabenstellungen, bei denen es darauf ankommt, das wenige vorhandene Licht konsequent zu nutzen und durch selektive Schärfe besondere Akzente in der Bildgestaltung zu setzen. Die nahezu kreisförmige Blendenöffnung sorgt dabei für einen besonders angenehmen, gleichmäßigen Verlauf der Unschärfe. Gegenüber dem Vorgänger wurde die Autofokusgeschwindigkeit spürbar gesteigert. Dabei führt die neueste Generation der USM-Ringmotoren die optische Konstruktion präzise zum Fokuspunkt, ohne zu überziehen. Neu ist auch die Unterstützung der E-TTL-II-Blitzfunktion durch die Übertragung der Entfernungsdaten zur Kamera. Im Lieferumfang des Objektivs sind eine passende Streulichtblende und Objektivbeutel enthalten.



die EOS 30D eine zusätzliche **Spotmessungsfunktion** für eine punktgenaue Belichtungssteuerung.

- Die **Empfindlichkeitseinstellung** läßt sich zwischen ISO 100 und ISO 1.600 in 1/3-ISO-Werten einstellen. Zusätzlich steht noch die Einstellung 3.200 ISO zur Verfügung.
- Die **maximale Anzahl der Bilder** in einem Ordner der Speicherkarte wurde von 100 auf **9.999** angehoben.
- Erweitert wurde auch der **Umfang der Custom-Funktionen**, mit denen der Fotograf die Funktion seiner Kamera konfigurieren kann: Jetzt stehen 19 Custom-Funktionen mit insgesamt 53 Einstellungen zur Verfügung.
- Das **Display** zeigt mit vier Stufen präziser als bisher den Ladezustand des Akkus an. Mehr Informationen beinhaltet auch die Histogramm-Funktion, die wahlweise die Verteilung der Tonwerte in bezug auf die RGB-Farbkanäle oder die Helligkeit anzeigt.
- Wie alle neuen Canon-Modelle verfügt auch die EOS 30D über die

Print/Share-Taste, die das schnelle und unkomplizierte Drucken ohne PC mit PictBridge-kompatiblen Printern vereinfacht.

Kompaktkameraportfolio enthält 16 Modelle

Komplett runderneuert wird zum Frühjahr das Portfolio der Canon Kompaktkameras. Rechnet man die neun neuen Modelle zu und zieht die Modelle ab, die schon abverkauft sind oder demnächst aus dem Programm genommen werden, so enthält das Frühjahrsprogramm insgesamt 16 Kameravarianten für die verschiedensten Anwenderbedürfnisse.

Die Kultserie unter den Canon-Digitalkameras erhält ein neues Flaggschiff in Hinblick auf Design und technische Ausstattung. Bei der Digital Ixus 800 IS sorgen 800 ISO und ein optischer Bildstabilisator (IS) dafür, daß auch ohne den eingebauten Blitz Innenaufnahmen mit natürlicher Lichtstimmung realisiert werden können. Auch der 6-Megapixel-CCD-Sensor und das brillante 2,5-Zoll-Farbdisplay gehören



zu den Ausstattungsmerkmalen. Erstmals gelang es, ein voll versenkbares Vierfach-Zoomobjektiv (35–140 mm entsprechend Kleinbild) in ein Modell der Digital-Ixus-Serie zu integrieren, und das in einem gewohnt kompakten und schicken Metallgehäuse. Ganz neu ist der 16:9-Breitbildmodus mit einer Auflösung von 2.816 x 1.584 Pixeln. Dieser Aufnahmemodus eignet sich besonders für die Bildwiedergabe auf

hochauflösenden 16:9-TV-Geräten oder für Panoramaprints im Format 10 x 20 cm mit den aktuellen Selphy Compact Photo Printern CP510, CP710 und CP600. Die Digital Ixus 800 IS kommt im April für 499* Euro in den Handel. Bei der Digital Ixus 65 kommt erstmals in der Digital Ixus Serie ein hochauflösendes Drei-Zoll-Display zum Einsatz. Maßgeblich unterscheidet sich die Digital Ixus 60 von ihrer größeren Schwester durch das eher klassische



Ixus-Design, das 2,5-Zoll-Display und den optischen Sucher. Beide Kameras sind mit einem Dreifach-Zoomobjektiv 35–105 mm (entsprechend Kleinbild) und einem 6-Megapixel-CCD-Sensor ausgestattet. Der große Empfindlichkeitsbereich von ISO 80–800 und die neue High ISO Auto Einstellung erweitern den Einsatzbereich bei Fotos mit wenig Licht.

16 Aufnahmeprogramme und Kreativfunktionen wie der My-Color-Modus sowie der neue 16:9-Breitbildmodus liefern die Grundlage für gelungene Bilderergebnisse. Die „My Color“-Funktionen lassen sich dabei auch nachträglich auf ein Foto anwenden oder – mit Vorschau – bereits bei der Aufnahme. Die neuen Modelle wurden für designorientierte Anwender entworfen, die laut Canon „keine Abstri-

Drei neue Xeed-Projektoren mit LCOS-Technologie und Aisys-System

Xeed X600, Xeed SX60 und Xeed SX6 sind die drei neuen Digitalprojektoren, die Canon mit LCOS-Technologie und dem optischen Canon-System Aisys ausgestattet hat und die dem Handel ab dem Frühjahr zur Verfügung stehen sollen. Erweiterte automatische Funktionen sorgen bei den Nachfolgern des Xeed SX50 für eine vereinfachte Handhabung, ein niedrigeres Betriebsgeräusch und bei den Modellen SX6 und X600 für gesteigerte Helligkeit. Das Spitzenmodell der Serie, der Xeed SX6, eignet sich vor allem für besonders großflächige, professionelle Projektionen, während der Xeed SX60 für geschäftliche Zwecke und Heimkino-Anwendungen konzipiert wurde. Der Xeed X600 ist das Einstiegsmodell der Klasse und bietet LCOS-Technologie mit XGA-Auflösung und hohe Lichtleistung.

Bei LCOS-Projektoren liegen die einzelnen Pixel des Panels viel näher zusammen. Daraus ergibt sich eine hervorragende Bildqualität nahezu ohne störende Gitternetzlinien.

Mit der Entwicklung des optischen Präzisions-systems Aisys (Aspectual Illumination System) gelang es Canon nach eigenen Angaben, die typischen Probleme herkömmlicher LCOS-Projektoren bei Helligkeit und Kontrast, bei Größe und nicht zuletzt beim Preis zu lösen. Aisys optimiert die präzise auf die LCOS-Panels abgestimmte Lichtführung und erhöht die Lichtausbeute der Projektorlampe für besonders starke Helligkeit. Diese Technologie macht bei allen drei Projektoren einen Kontrastumfang von 1.000:1 möglich. Das sichtbare Ergebnis sind satte Farben und tiefe Schwarztöne. Darüber hinaus führt diese Technologie zu einer kompakten Bauweise und reduziertem Gewicht der Geräte. Xeed SX6 und Xeed SX60 arbeiten mit SXGA+ Auflösung von 1.400 x 1.050 Pixeln, der Xeed X600 mit XGA-Auflösung. Die Modelle Xeed SX6 und Xeed X600 bieten eine Lichtleistung von 3.500 Lumen, der Xeed SX60 2.500 Lumen. Bei diesem Modell kann im Home-Cinema-Modus der Kontrastumfang auf 2.000:1 gesteigert werden.

Auf Knopfdruck messen die neuen Modelle den Projektionsabstand und nehmen eine automatische Fokussierung vor. Die automatische

vertikale Keystone-Korrektur gleicht trapezförmige Verzerrungen bis zu +/- 20 Grad aus. Eine manuelle Justierung ist für die vertikale und horizontale Achse ebenfalls möglich. Die automatische Erkennung des Eingangssignals definiert, welche Anschlußbuchse belegt ist und aktiviert die entsprechenden Einstellungen. Die automatische Wandfarbkorrektur kompensiert die Hintergrundfarbe und optimiert das Präsentationsbild. Der automatische Framelock sorgt für die korrekte Synchronisation bei der Wiedergabe bewegter Bilder von einer PC-Quelle.



Das 1,7fach-Weitwinkelzoomobjektiv läßt sich per Fernbedienung oder per Knopfdruck am Projektor steuern. Es erlaubt eine flexible Aufstellung des Projektors, da auch aus einem kleinen Abstand zur Projektionsfläche großflächige Präsentationen möglich sind. Extrem reduziert wurde das Betriebsgeräusch. Für den Xeed XS60 gibt Canon 27 dB (A) im Silent Mode an, während bei Xeed SX6 und Xeed X600 der

Geräuschpegel mit 31 dB (A) im Silent Mode ebenfalls im unteren Bereich liegt. Alle Canon Projektoren sind bei analogem Signal HD-kompatibel bis 1.080i. Dank der SXGA-Auflösung bei digitalem TV- und Videosignal sind Xeed SX6 und Xeed SX60 „HD ready“ für High Definition Präsentationen mit 720p. Die „Off and Go“-Funktion macht auch das Ende einer Präsentation mühelos. Ein integrierter Akku sorgt für das ordnungsgemäße Abkühlen des Projektors, während in der Zwischenzeit schon alle Kabel komfortabel verstaut werden können.

Die neuen Projektoren der Xeed-Serie unterstützen in ausgewählten Wiedergabemodi den gesamten sRGB-Farbraum für das optimierte Zusammenspiel mit sRGB-Systemen. Der Xeed SX6 erreicht satte 86 Prozent Abdeckung des Adobe RGB-Farbraums und ist damit ideal geeignet für professionelle Anwender aus dem Fotografie-Bereich und Design-Studios.

Das Einstiegsmodell X600 gibt es ab Juni für 2.999* Euro, SX60 und SX6 sind ab Mai für 3.999* beziehungsweise 5.999* Euro zu haben. (* unverbindliche Preisempfehlungen)

che bei der Ausstattung und der fotografischen Qualität akzeptieren“. 349* Euro kostet die Digital Ixus 60, die ab Anfang März verfügbar ist, die Digital Ixus 65 ist ab Mitte April für 399* Euro zu haben.



Die neue PowerShot S3 IS bietet ein Zwölf-fach-Zoomobjektiv (36–432 mm entsprechend Kleinbildformat) mit optischem Bildstabilisator und ein großes dreh- und schwenkbares Display. Der neue Sechs-Megapixel-Sensor sorgt bei der Nachfolgerin der Power Shot S2 IS für höhere Auflösung. Das Echtzeit-Histogramm ermöglicht eine Kontrolle der Belichtung bereits vor der Aufnahme. Zum Filmen stehen umfangreiche, über den gewohnten Standard bei digitalen Kompaktkameras hinausgehende Video-Funktionen bereit. Das Gehäuse in edlem anthrazitfarbigen Finish verleiht der Power Shot S3 IS „Profilook“. Darüber hinaus hat die Neue ein großes dreh- und schwenkbares Zwei-Zoll-Display, einen erweiterten Empfindlichkeitsbereich von ISO 80–800, die Möglichkeit, Fotos im 16:9-Breitbildformat zu erstellen und ein zusätzliches, spezielles Aufnahmeprogramm für Sportfotos. Die PowerShot S3 IS kommt Anfang Mai für 549* Euro in den Handel.



Für Ein-, Um- und Aufsteiger, die bei einer Digitalkamera Wert auf umfassende Ausstattung, hohe Geschwindigkeit und Qualität legen, stellt Canon drei maßgeschneiderte PowerShot-

Modelle vor. Alle Kameras kommen ab Anfang März in den Handel, die Power Shot A700 für 349* Euro, die Power Shot A530 für 229* Euro und die Power Shot A540 für 299* Euro. Das Standardmodell PowerShot A530 besitzt einen Fünf-Megapixel-CCD Sensor, ein Vierfach-Zoomobjektiv (35–140 mm entsprechend Kleinbild) und ein 1,8-Zoll-Display. Ihre größere Schwester, die PowerShot A540, hat mit dem Sechs-Megapixel-CCD-Sensor und dem 2,5-Zoll-Display noch mehr zu bieten. Das Topmodell des Trios, die PowerShot A700, ist mit einem Sechs-Megapixel-CCD-Sensor und einem hochauflösenden 2,5-Zoll-Display besonders üppig ausgestattet. Zudem wurde erstmals ein Sechsfach-Zoomobjektiv (35–210 mm entsprechend Kleinbild) in ein Gehäuse der Power Shot-A-Serie integriert. Alle



Modelle weisen eine Vielzahl von Aufnahmeprogrammen auf, die je nach Situation oder Erfahrung ins Spiel gebracht werden können. Einfache Bedienung und solide Verarbeitung gehen bei den Einsteigermodellen PowerShot A420 und PowerShot A430 Hand in Hand mit einer technischer Besonderheit: Dazu zählen der 4-Megapixel-CCD-Sensor, der in Kombination mit dem Digidig II Bildprozessor für hohe Bildqualität und Geschwindigkeit sorgt, ebenso wie die Möglichkeit, Videoclips unkompliziert aufzuzeichnen. Beide Modelle sind ab Anfang März im Handel verfügbar. Die PowerShot A420 wird für 149* Euro, die PowerShot A430 für 169* Euro angeboten. Auf die neuen Tintenstrahldrucker und Multifunktionsgeräte der Pixma Serie, die Canon in den kommenden Monaten nach und nach ins Programm aufnehmen wird, kommen wir in der nächsten Ausgabe von *imaging+foto-contact* ausführlich zurück.

* unverbindliche Preisempfehlungen

JOBBO FOR YOUR BEST IMAGE

GIGAVU PRO
evolution

Professioneller Photospeicher 40-120GB
DVI | VGA Display | RAW Decoding
... um nur 3 Gründe zu nennen.

MORE THAN 80 YEARS OF PHOTO EXPERIENCE **WWW.JOBBO.COM**

DVD-Camcorder zum Einstiegspreis

Mit dem DC100 bringt Canon einen DVD-Camcorder im Einstiegssegment auf den Markt. Das Gerät, das vom Handel für 579 Euro verkauft werden soll, zeichnet sich unter anderem durch ein 25fach-Zoomobjektiv, Fotomöglichkeit und einen 16:9-Modus aus. Dank der bebilderten Szenenübersicht sind alle Szenen und Fotos schon im Camcorder direkt anwählbar und sofort abspielbar.



Wird auf wiederbeschreibbare DVDs im Video-Recording-Modus aufgezeichnet, lässt sich schon in der Kamera eine Szenenfolge zusammenstellen. Auch Schneiden, Löschen und Kürzen von Szenen ist möglich. 800.000 Pixel auf dem Aufnahmechip ermöglichen 16:9-Aufnahmen, die auf einem 2,7-Zoll-Breitformat-Display dargestellt werden. Videos können auch im klassischen 4:3-Format aufgenommen werden. Mit dem DC100 kann auch unkompliziert fotografiert werden. Parallel zum Video können die Einzelfotos in einer Auflösung von 1.024 x 768 Pixeln aufgenommen werden.

Sony stellt Cyber-shot W30 und W50 vor

Zwei Neue für den Fotohandel

Sony hat die Cyber-shot W Serie, die sich aufgrund ihrer vielfältigen Ausstattungsmerkmale besonders für den Verkauf im Fachhandel eignet, um zwei Modelle erweitert: Mit der Cyber-shot W30 und der Cyber-shot W50 kommen verbesserte Versionen der Cyber-shot W5 und der Cyber-shot W7 auf den Markt.

Das Motto, das hinter dem Konzept der beiden neuen Digitalkameras steht, lautet „Bewährtes sollte man nicht ändern, es sei denn, man kann es verbessern.“ So wurden zahlreiche positive Eigenschaften aus den Vorgängermodellen übernommen, andere Features aber deutlich verbessert. Eine wesentliche Veränderung ist dabei bereits erkennbar, ohne sich intensiver mit den technischen Details zu beschäftigen: Die beiden neuen Cyber-shot Modelle sind deutlich schlanker als ihre Vorgänger W5 und W7, und auch das Design wurde modernisiert.

Anwenderfreundliche Benutzerführung

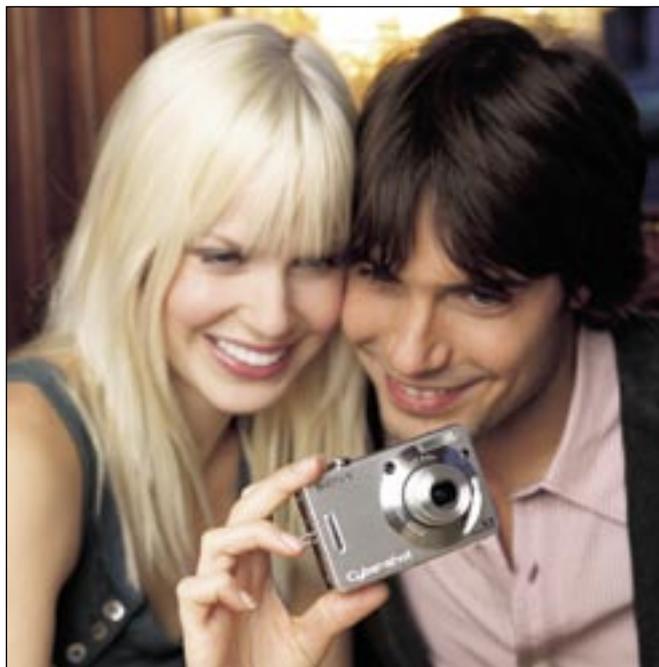
Modernen Ansprüchen an die Bedienungsfreundlichkeit einer Kamera wurde auch die Benutzerführung angepasst: Beim Einschalten der Kamera erscheinen animierte Menüs und Erklärungen für die Icons, Tastenfunktionen und Kameramodi. Auf diese Weise wird nicht nur das Navigieren durch die verschiedenen Funktionen vereinfacht, sondern vor allem Anfängern fällt es leicht, intuitiv die vielfältigen Möglichkeiten der Kameras zu erschließen. Der Blick in die Bedienungsanleitung wird dadurch

nur noch in den seltenen Fällen erforderlich, in denen es gilt, schwierige fotografische Probleme zu lösen. Auch zur Bildauflösung erscheinen Zusatzinformationen auf dem LC-Display, und insgesamt 15 Menüsprachen geben dem Handel die Chance, die Kameras an eine breitgefächerte Zielgruppe zu verkaufen.

Neu bei beiden Modellen ist die Direkttaste für den Wiedergabemodus, die ebenfalls deutlich zur einfacheren Handhabung der neuen Kameras bei-



trägt. Mit der ebenfalls neuen Funktion „LCD Boost“ wurde zudem eine Lösung für das Problem gefunden, daß Displays mit Standardausstattung bei bestimmten Lichtverhältnissen, vor allem bei starkem Sonnenschein, oftmals schlecht zu erkennen waren. Mit dieser Technologie läßt sich das



Das einfache Bedienkonzept der neuen Kameras garantiert Fotovergnügen von Anfang an.

Display auf Knopfdruck aufhellen und wird dadurch bei hellem Umgebungslicht besser sichtbar. Die Cyber-shot W30 ist mit einem Zwei-Zoll-LCD (5,1 Zentimeter, 85.000 Pixel) ausgestattet, bei der W50 fällt der Monitor mit 2,5 Zoll (6,2 Zentimeter, 115.000 Pixel) noch etwas größer aus.

Sechs-Megapixel-CCD und Carl Zeiss Zoomobjektiv

Für die hohe Qualität der Aufnahmen sind bei beiden Neuheiten in erster Linie ein Sechs-Megapixel-CCD und ein Carl Zeiss Vario-Tessar Dreifach-Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 38 bis 114 mm (entsprechend Kleinbild) verantwortlich. Der ISO-Verwacklungsschutz ermöglicht auch noch in schwierigen Lichtsituationen scharfe Fotografien: Bei sich bewegenden

Preise und Verfügbarkeit

Die Cyber-shot W30 und die Cyber-shot W50 sollen dem Handel ab März zur Verfügung stehen. Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten 229 Euro für die Cyber-shot W30 und 279 Euro für die Cyber-shot W50.

den Motiven oder geringem Licht erhöhen die Kameras automatisch die ISO-Empfindlichkeit, was kürzere Verschlusszeiten gestattet und Verwacklungen bzw. Bewegungsunschärfen vorbeugt. Dies kann allerdings, wie immer bei elektronischen Anti-Verwacklungsfunktionen, zu erhöhtem Bildrauschen führen. Auch manuell lassen sich jetzt die zusätzlichen höheren Empfindlichkeiten ISO 800 und 1.000 nutzen.

Mehr Spielraum bei unzureichenden Lichtverhältnissen gestattet zudem der verbesserte Wirkungsgrad des integrierten Blitzes: Bis zu einem Abstand von 7,30 Metern können die W30 und W50 Motive aufhellen. Dabei stammt die Energie (nicht nur für den integrierten Blitz) aus einem leistungsstarken Lithium-Ionen-Akku, der Energie für zirka 400 Bilder bei der W30 und etwa 390 Bilder bei der W50 liefert (gemessen nach dem CIPA Standard).

Weiteren Komfort bringt die Schnelligkeit der beiden Cyber-shot Digitalkameras. Die Verzögerungen betragen beim Einschalten 1,3 Sekunden, bei der Verschlusszeit 0,3 Sekunden und beim Auslösen 0,009 Sekunden.

Fotofunktionen für Fortgeschrittene

Mit dem Verschlusszeitenspektrum von einer bis 1/2.000 Sekunde und Blenden von 1:2,8 bis 1:13 werden beide neuen Modelle schon mit ihren Automatikprogrammen den Anforderungen der überwiegenden Zahl der Alltagsmotive gerecht, von stimmungsvollen Aufnahmen bei Dämmerlicht bis zu dynamischen Sport- und Actionfotos. Die Belichtungsmessung erfolgt dabei als Mehrfeldmessung, mittenbetont integral oder als Spotmessung. Sieben Motivprogramme unterstützen den Nutzer bei der Einstellung der richtigen Aufnahmeparameter in den unterschiedlichsten Fotosituationen.

Doch auch fortgeschrittene Fotografen sind mit den beiden Neuheiten aus Sonys Cyber-shot W Serie gut bedient, denn eine Fülle von Fotofunktionen erlaubt die individuelle Beeinflussung des Bildergebnisses und damit die



Bild oben: Auf der Sony Homepage werden die beiden neuen Modelle der W-Serie prominent präsentiert; nicht zuletzt, um die Nachfrage im Handel zu beflügeln. Bild unten: Die Sony Cyber-shot W50 ist mit einem 2,5 Zoll großen Display ausgestattet.



Umsetzung kreativer Bildideen, die mit einer Automatik nicht zu realisieren wären. So lässt sich etwa die Belichtung im Bereich von \pm zwei Blendenwerten in Drittelwerten manuell korrigieren, und der Weißabgleich kann nicht nur zur Erzielung eines natürlichen Bildergebnisses genutzt werden, sondern auch für Farbeffekte.

Darüber hinaus können auch Konturen und Kontraste beeinflusst werden, und neben den neuen Farbmodi satte bzw. natürliche Farben stehen auch noch Modi für schwarzweiße Bilder und Aufnahmen mit Sepia-Tönung zur Verfügung.

Lieferumfang und optionales Zubehör

Zum Lieferumfang der beiden neuen Cyber-shot-Modelle gehören ein Akkuladegerät, ein USB- und ein AV-Kabel. Beiden Kameras beigelegt ist außerdem ein erweitertes und verbessertes Software-Paket. Das neue Programm Cyber-shot Viewer 1.0 ermöglicht eine leichtere Handhabung der Aufnahmen auf einem PC. Neben dieser Standardausstattung bietet Sony eine reichhaltige Auswahl an Zubehör. So stehen zum Beispiel zur Erweiterung der Brennweite des Objektivs der Vorsatzadapter VAD-WB (30 Euro*), der 0,7fach-Weitwinkelkonverter VCL-DH0730 (130 Euro*) sowie der 2,6fach-Telekonverter VCL-DH2630 (140 Euro*) zur Verfügung. Die Nylontasche LCS-WF (30 Euro*) oder die Ledertasche LCS-WE (40 Euro*) schützen die Kamera. Das Unterwassergehäuse SPK-WA (100 Euro*) ist bis zu einer Tiefe von drei Metern wasserdicht. Zusätzlich kann das Equipment mit dem Zusatzakku NP-BG1 (50 Euro*) erweitert werden. Zum sofortigen Drucken der Bilder steht der Fotodrucker DPP-FP50 (170 Euro*) bereit. In zirka 67 Sekunden sind die Fotos gedruckt. (* unverbindliche Preisempfehlungen)

Angebot für den Foto-Fachhandel wächst weiter

Produktvielfalt bei Samsung

Mit einer neuen Produktpalette will sich Samsung deutlich vom Massenmarkt mit seiner ruinösen Preisgestaltung abheben. Dabei bieten die herausragenden Features der Kameras dem Fotohandel eine gute Möglichkeit, einmal mehr seine Beratungsstärke und Fachkompetenz hervorzuheben.

Mit der Digimax i6 PMP, dem neuen Flaggschiff im Kompaktsegment, richtet sich das koreanische Unternehmen an anspruchsvolle Multimedia-Fans. Der Newcomer kombiniert die Qualität einer Sechs-Megapixelkamera mit den Eigenschaften eines MP3- und Video-Players. Mit der i6 PMP lassen sich nicht nur MP3-Musikstücke anhören, sondern auch Videos mit Ton abspielen. Ferner lassen sich Fotos mit Musik unterlegen und zu einer perfekten Diashow zusammensetzen. Selbst während des Fotografierens läßt sich die Kamera als MP3-Player benutzen. Tonaufnahmen sind sowohl in der Foto- als auch Video-Funktion möglich. Darüber hinaus kann die Kamera als digitales Diktiergerät bis zu einer Stunde Ton mitschneiden.

Neben maßgeschneiderten Belichtungs- und Motivprogrammen bietet der üppig ausgestattete Multimediazweig mit der ASR-Funktion einen neuartigen Verwacklungsschutz. ASR ist eine Weiterentwicklung der Samsung „Safety-Flash-Technologie“, die vor allem bei



Die Digimax i6 PMP macht mit ihrem schicken, leicht geschwungenen Design aus allen Perspektiven eine gute Figur. Die Rückseite wird von einem hochauflösenden 2,5-Zoll-Display mit 230.000 Bildpunkten dominiert, auf dem sich die gespeicherten Fotos oder Videos bequem betrachten lassen. Griffgünstig angeordnete Bedienelemente tragen zu einer einfachen Handhabung bei.



längeren Belichtungszeiten noch effektiver arbeitet. Im ASR-Betrieb fertigt die i6 PMP automatisch zwei Aufnahmen mit derselben ISO- und Blenden-einstellung vom Motiv an, eine unterbelichtete mit schneller Verschlusszeit für die Fokuginformation und eine exakt belichtete, aber verwackelte Aufnahme mit langer Verschlusszeit für die Farb-information. Diese beiden Aufnahmen werden dann von der ASR-Algorithmik unter Berücksichtigung sämtlicher Sensordaten blitzschnell kombiniert. Das Ergebnis: gestochen scharfe und brillante Fotos auch bei ungünstigen Lichtverhältnissen. Der ASR-Modus läßt sich in kritischen Situationen einfach per Knopfdruck zuschalten.



Samsung Digimax L85 mit HDMI-Schnittstelle

Auch mit der brandneuen Digimax L85, die im März in den Handel kommt, bringt Samsung ein weiteres Modell mit Anschluß an die Multimedia-Zukunft auf den Markt. Das neue Topmodell der Stylish-Premium-Klasse ist mit einer HDMI-Schnittstelle ausgestattet, die eine verlustfreie Übertragung von Audio- und Videodaten mit perfekter Bild- und Tonqualität zu hochauflösenden Systemen wie LCD- und HDTV-Geräten, Computermonitore, Set-Top-Boxen oder DVD-Rekordern garantiert. Als Premium-Modell repräsentiert die L85 natürlich den aktuellsten Stand digitaler Fototechnik und erfüllt mit ihrem hochauflösenden 8,1 Megapixel-CCD-Sensor und dem hochwertigen 5fach-Zoom von Schneider Kreuznach höchste Ansprüche an die Bildqualität.

Zur reichhaltigen Ausstattung gehören unter anderem präzise arbeitende Belichtungs- und Motivprogramme, Makro- und Serienbildfunktion, automatische Belichtungs- und Fokusreihen, 2,5-Zoll-LC-Display, MPEG4-Videomodus und 16:9-Modus.

Ebenfalls im März kommt die Digimax L60 auf den Markt, mit der Samsung sein Angebot in der populären 6-Megapixel-Klasse erweitert. Die attraktive Kamera mit hochwertigem Aluminiumgehäuse wird in drei Farben angeboten. Trotz ihrer kompakten Abmessungen und des geringen Gewichts überzeugt die L60 durch ein 2,4-Zoll-LCD sowie eine Ausstattung, die auch anspruchsvollen Anwendern gerecht wird. Neben einer Programm-Automatik stehen elf Szene-Programme und sechs Blitzfunktionen zur Verfügung. Einen ganz besonderen Akzent setzt der „Highlight-Effekt“, der beispielsweise interessante Portraitaufnahmen ohne stö-



Digimax L60

renden und unruhigen Hintergrund macht. Kreative Möglichkeiten bieten zudem „Composit-Shot“, mit dem sich noch in der Kamera vier Aufnahmen kombinieren lassen, oder die „Photo-Frame-Funktion“ mit bis zu neun vir-

tuellen Bilderrahmen. Neben Fotos lassen sich auch MPEG4-Videos mit Ton anfertigen. Dabei eliminiert der „Movie-Stabilizer“ Erschütterungen während der Aufzeichnung. Die Videos lassen sich in der Kamera bearbeiten. Außerdem können aus den Filmsequenzen einzelne Standbilder gespeichert werden. Und mit der „Copy-to-Card-Funktion“ lassen sich die Daten bei Bedarf aus dem internen 32 MB Speicher auf eine Speicherkarte kopieren.

Bei allen neuen Digimax Modellen lassen sich die Bilddaten wahlweise in den internen Speichern oder auf SD- bzw. MultiMedia-Karten speichern.

Ein gutes Verkaufsargument für Samsung Produkte: Kamera und Profi-Software SilverFast im Bundle

Beim Kauf einer Pro 815 oder einer der beiden brandneuen SLR-Modelle GX-1S und GX-1L erhält der Käufer jetzt zusätzlich die Samsung Sonderedition der Profi-Software SilverFast DC VLT mit einem Wert von 175,- Euro (UVP).

Aber auch Kunden, die ihre Kamera zwischen Dezember 2005 und Februar 2006 erworben haben, können die Software erhalten. Hierzu muß sich der Kunde auf der Samsung-Website unter www.samsungcamera.de registrieren und dort die Seriennummer seiner Kamera prüfen lassen. Der Besitzer kann so leicht feststellen, ob es sich bei seiner Kamera um einen Grau- oder Re-Import handelt. Wurde die Kamera von Samsung Opto-Electronics vertrieben, erhält der Kunde einen ID-Code, den er zusammen mit der Kopie des Kaufbelegs an Samsung schicken muß. Von dort erhält er dann innerhalb von zwei Wochen die Software ohne weitere Kosten zugeschickt. Dieses Angebot steht ausschließlich Kunden zu, die ein durch Samsung Opto-Electronics vertriebenes Produkt erworben haben.

Für den Fotohandel bietet diese Aktion eine gute Gelegenheit, sich mit seiner Preisgestaltung von den Billigangeboten seiner Wettbewerber bzw. Internetshops abzuheben.

Des Weiteren hat der Fotohandel die Möglichkeit, auf der Registrierungs-Website die Seriennummern bei Diebstahl registrieren zu lassen, bzw. zu prüfen, ob es sich bei Kameras, die ihm angeboten werden, um reguläre Modelle handelt.

Der kostenlosen Software liegt außerdem ein Gutschein für ein Update auf LaserSofts Flaggschiff SilverFast DC Pro inklusive IT8-Target bei (UVP ca. 450,- Euro), mit dem der Kunde noch einmal 200,- Euro spart.

Professionelle Bildbearbeitung

SilverFast DC VLT von LaserSoft Imaging zählt zu den besten Bildbearbeitungsprogrammen auf dem Markt. Mit der intuitiv zu bedienenden Software lassen sich neben den Standardbildformaten JPEG und TIFF auch perfekt RAW-Daten verschiedenster Kamerahersteller importieren, bearbeiten und konvertieren. Natürlich unterstützt SilverFast DC VLT auch

die RAW-Dateien der Samsung-Modelle Pro815, GX-1S und GX-1L. Mit der RAW-Bearbeitung kann der Fotograf nachträglich gezielt in die digitale Aufnahmekette eingreifen und beispielsweise verlustfreie Farb-, Helligkeits- oder Kontrastkorrekturen sowie Nachschärfungen ausführen. SilverFast DC VLT unterstützt als einer der besten RAW-Konverter des Marktes den Fotografen mit zahlreichen Hilfsmitteln und professionellen Einstellmöglichkeiten.

Eine weitere interessante Funktion ist der Virtuelle Leuchttisch (VLT). Er hilft beim Sichten und Sortieren digitaler Aufnahmen, bietet ein hohes Maß an Übersichtlichkeit und ist extrem schnell bei der Erzeugung und Verarbeitung der Vorschaubilder aus unterschiedlichsten Quellen.

Der Benutzer kann für seine Fotos Archive erstellen, die Aufnahmen mit Kommentaren versehen, Alben anlegen und Kontaktbögen der gesamten Arbeitsfläche erzeugen oder einzelne Bilder in hoher Auflösung und in verschiedenen Größen ausdrucken.

Samsung Sonderedition

Eine Besonderheit der Samsung Sonderedition ist der SilverFast JobManager. Das Zusatzprogramm ist normalerweise nur Bestandteil der SilverFast DC Pro-Software und ermöglicht eine einfache und professionelle Stapelverarbeitung ganzer Bildserien; so erspart sich der Fotograf zeitraubende Einzel-Bearbeitungsschritte.



Die mit einem speziellen Siegel gekennzeichneten Produkte enthalten die hochwertige Software.

Auf der Jagd nach der „gestohlenen“ Exilim



Unter www.mission-exilim.de beginnt das Online-Abenteuer rund um die neue Casio Kamera.

Casio Kampagne exklusiv im Internet

Zur Markteinführung der Digitalkamera Exilim Card EX-S600 hat Casio ein ungewöhnliches Internet-Event gestartet: „Mission Exilim“ führt in die Welt der Geheimagenten und ist auf www.mission-exilim.de und bei T-Online zu erleben. Partner von Casio bei der Realisation des innovativen Online-Werbekonzepts sind der Qualitätsvermarkter Interactive Media CCSP GmbH und der Internet-Provider T-Online.

Im Mittelpunkt des Online-Spiels steht die Jagd nach der „gestohlenen“ EX-S600, der neuesten ultrakompakten Casio Digitalkamera mit erweiterter Movie-Funktion. Hauptgewinn ist eine Reise nach New York, daneben wird jedes der drei Level, Runde drei hat Ende Februar begonnen, mit weiteren attraktiven Preisen prämiert.

Um erfolgreich zu sein, muß der Teilnehmer auf der Jagd nach der „gestohlenen“ EX-S600 in die Rolle eines Geheimagenten der fiktiven „Casio

Special Forces“ schlüpfen und Hinweise entschlüsseln, die seiner virtuellen Partnerin Sonia Phoenix helfen, die Diebe zu verfolgen. Alle Informationen zum Abenteuer bietet www.mission-exilim.de: Agenten-Dossiers, kodierte Botschaften und vieles mehr. Die Jagd führt durch drei europäische Städte bis zum Showdown – und zum Hauptgewinn, der Reise nach New York. Startschuß für die erste Aufgabe des ausschließlich im Internet stattfindenden

den Produktlaunches „Mission Exilim“ war der 30. Januar, danach folgten zwei weitere „Episoden“ im Abstand von je 14 Tagen. Eine Extra-Chance bietet sich auf www.t-online.de: Hier können User ein alternatives Start-Level mit exklusiven Preisen spielen.

Den Grund für den exklusiven Internet-auftritt sieht Casio darin, „daß die neue Exilim EX-S600 in der Tat ein lohnendes Objekt für Industriespione ist“, wie es in einer Pressemitteilung hieß. So besitzt die 6-Megapixel-Digitalkamera umfassendere Movie-Funktionen als bisherige Casio-Modelle: Eine 1 GB-SD-Speicherkarte ermöglicht die Aufnahme von MPEG4-Movies von bis zu einer Stunde im Normalmodus, der Anti-Shake DSP reduziert die Verwacklungsfahr durch Kamerabewegun-



Die neue Casio Exilim Card EX-S600.

gen oder unruhige Hände. Die Super Life Battery ermöglicht bis zu 300 Fotos mit nur einer Akkuladung (nach CIPA Standard). Verbesserte Bildauflösung und ein Dreifach-Zoomobjektiv sorgen für hohe Fotoqualität. Das Gehäuse gibt es in drei Farben: Sparkle Silver, Mistral Blue und Latin Orange.



Bei der „Mission Exilim“ warten attraktive Gewinne auf die Sieger.

„Der Handel profitiert von der wachsenden Präsenz der Marke“

Es ist für die Fotobranche recht ungewöhnlich, daß sich ein Hersteller bei der Einführung einer neuen Kamera mit seiner Kampagne ausschließlich auf das Internet konzentriert – so wie es Casio derzeit mit der Exilim Card EX-S600 handelt. Wir fragten Ricky L. Stewart, Senior Sales Manager Mobile Information Products bei Casio, nach den Hintergründen dieser Vorgehensweise.

imaging+foto-contact: Herr Stewart, warum haben Sie sich entschlossen, die Kampagne zum Produktlaunch der Exilim Card EX-S600 ausschließlich online stattfinden zu lassen?

Ricky L. Stewart: Die Erfahrung hat gezeigt, daß Exilim Besitzer und potentielle Kunden eine hohe Affinität zum Internet haben. Sie nutzen das schnelle Medium zu Informations- und Gebrauchszwecken. Für Casio bietet das die Chance, den User mit nur einem Mausklick auf die Exilim Homepage zu ziehen, wo er in die Exilim Welt eintauchen kann. Darüber hinaus haben uns die kurze Reaktionszeit und die hohe Transparenz von Kosten und Nutzen einer Online Kooperation überzeugt.

imaging+foto-contact: Warum eignet sich gerade dieses Kameramodell für eine derartige Internet-Kampagne?

Ricky L. Stewart: Die Exilim Card EX-S600 besticht neben den hervorragenden Fotoeigenschaften durch ihre ausgereifte Moviefunktion. Diese ist über das Internet besonders gut zu vermitteln, da sie anhand von animierten

Beispielen vorgeführt und erklärt werden kann. Animationen geben einen schönen Einblick in die Funktionsvielfalt der EX-S600. Nach dem Motto „Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte und ein Movie mehr als 1.000 Bilder“ wird dem User in kürzester Zeit die Kamera präsentiert.

imaging+foto-contact: Wer sind Ihre Partner bei der Aktion?

Ricky L. Stewart: Wir sind sehr stolz darauf, mit T-Online einen marktführenden und exklusiven Partner für die Kampagne gewonnen zu haben. Darüber hinaus sind wir mit Media-Aktivitäten auf diversen Portalen und News-Seiten aktiv.



Ricky L. Stewart

imaging+foto-contact: Warum haben Sie gerade diese Partner ausgewählt?

Ricky L. Stewart: Die Marke Exilim steht für Vielfältigkeit und moderne

technische Lösungen. Das gilt nicht nur für die Produkte, sondern auch für die Vermarktung. Die breit gefächerten Zielgruppen der drei Exilim-Kamerakategorien Card, Zoom und Pro erfor-



Die Funktionen der Exilim EX-S600 werden im Internet ausführlich erläutert.

dern einen gesunden Mix bei der Auswahl der konzeptionellen Werbemittel. Unterschiedliche Zielgruppen nutzen unterschiedliche Onlineangebote.

imaging+foto-contact: Was genau passiert im Rahmen der Kampagne?

Ricky L. Stewart: Die Kampagne macht potentielle Kunden auf die EX-S600 aufmerksam. Darüber hinaus dient sie als Informationstool, mit dem die Schlüsselfunktionen der Digitalkamera veranschaulicht werden. Die Verlinkung zur Exilim-Homepage www.exilim.de bietet die Möglichkeit, sich als Interessent genauer mit der Kamera zu beschäftigen und eine durchdachte Kaufentscheidung zu treffen.

imaging+foto-contact: Inwieweit wird der Handel in die Aktion eingebunden bzw. inwieweit profitiert der Handel von dieser innovativen Kampagne?

Ricky L. Stewart: Die neue Exilim Card EX-S600 wird in der aktuellen Kommunikation in den Mittelpunkt gerückt und damit die Bekanntheit dieses Kameramodells gesteigert. Der Handel profitiert von der wachsenden Präsenz der Marke Exilim, die wir mit der Kampagne erreichen. Das wirkt sich nachhaltig auf die Abverkaufsmöglichkeiten im Handel aus.

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

Interview mit Ricky L. Stewart, Senior Sales Manager Mobile Information Products

Mitsubishi Electric vervollständigt Produktfamilie **Kioske für schnelle Bilder**

Mitsubishi Electric hat seine Familie digitaler Fotoprintsysteme vervollständigt und bietet ab sofort ein breites Portfolio an Produkten rund um die digitale Fotografie an. Die Geräte versprechen bei geringen Investitionskosten hohe zusätzliche Umsatz- und Ertragsmöglichkeiten. Darüber hinaus sorgen die Systeme für erhöhte Kundenfrequenz, ermöglichen die Kundenbindung und eröffnen Cross-Selling-Chancen.

Als All-in-one-Fotosystem präsentiert Mitsubishi Electric den Kiosk Click 5000. Das variable System eignet sich zur Produktion hochwertiger Fotos aus unterschiedlicher Datenquellen, ist ein Upgrade des erfolgreichen DPS-Click (IT2000) und bietet dem Fotohandel alle Möglichkeiten der professionellen Bildbearbeitung. Der Kiosk



Mitsubishi Electric Kiosk 7000

druckt digitale Bilder und erstellt bei Bedarf Kopien von Fotos, Negativen und Dias (in Verbindung mit einem Scanner bzw. Film-Scanner). Zahlreiche Features, zum Beispiel der 17" TFT-Touchscreen, machen die Arbeit mit dem Click 5000 komfortabel. Das neue ICC-Profil garantiert hohe Bild-

qualität. Neben Standardbildern lassen sich mit dem Gerät auch Paßfotos, Bild-Postkarten, Foto-Kalender produzieren und alte oder beschädigte Fotos restaurieren. Mit dem Softwaretool „Foto-Slide-Show“ kann der Betreiber einen zweiten Monitor anschließen, Fotos bearbeiten und gleichzeitig den Kunden präsentieren. Die Eingabe der Bilddaten erfolgt über alle gängigen Speichermedien oder via Bluetooth, zjm Beispiel vom Fotohandy. Gedruckt wird auf den leistungsstarken Thermo-sublimations-Printern von Mitsubishi Electric: für Formate bis 15 x 23 auf dem CP9550DW-S und für Prints im A4-Format auf dem CP3020DE. Das System wird durch den Shopbesitzer bedient und kann auch via Lan mit einem Minilab und/oder via Internet mit einem Großlabor verknüpft werden.

Der Kiosk 7000, in dem sich ebenfalls bis zu zwei Mitsubishi Thermo-sublimationsdrucker einsetzen lassen, wurde dagegen als SB-Terminal konzipiert. Mit dem Gerät kann der Händler einfach und effizient soliden Sofort-Fotoservice anbieten. Kunden können hier dank der intuitiven Menüführung ihre digitalen Bilder selbständig einlesen, bearbeiten und drucken. Der Kiosk 7000 akzeptiert ebenfalls alle gängigen Speichermedien und die Datenübertragung per Infrarot und Bluetooth. Kiosk 7000 ist als Thekenmodell oder mit optionalem Podest erhältlich. Der Kunde kann zwischen der Bezahlung per Prepaidkarte oder mit Beleg an der Kasse (mittels optionalem Belegprinter) wählen.

Schon länger im Programm ist das System Kiosk 9000 (früher: DPSKIOSK). Das SB-Multimediaterminal, optional

erhältlich mit Podest und bis zu zwei anschließbaren Druckern, bietet Multi-mediaservice aus einer Hand: Bilder bearbeiten und drucken, auf CD brennen, Handydownloads und vieles mehr. Dank seiner intuitiven Benutzerführung ist die Bedienung des Kiosk 9000 laut Hersteller extrem einfach. Bildbearbeitungsoptionen wie Zoom und Formatbearbeitung, Rote-Augen-Korrektur oder automatische Farb- und Helligkeitseinstellung sind nur einige



Mitsubishi Electric Kiosk 9000

der Features. Die Bilddaten können von allen gängigen Speichermedien und via Bluetooth eingelesen werden. Darüber hinaus gibt es die Option „Mobile Content“. Sie ermöglicht es, Spiele, Klingeltöne und Bilder auf Handys herunterzuladen und bietet damit eine interessante Möglichkeit für zusätzlichen Umsatz.

Zwei neue Kompaktblitzgeräte erweitern das Digital-Sortiment von Metz

Metz ergänzt sein Sortiment um zwei neue Kompaktblitzgeräte: Während der Metz mecablitz 44 AF-40 speziell auf Olympus-Digitalkameras abgestimmt wurde, eignet sich der Metz mecablitz 20 C-2 als preisgünstiges Einsteigermodell.

Der neue Metz mecablitz 44 AF-40 wurde für Olympus-Digitalkameras sowohl der Camedia- als auch der E-Serie entwickelt. Er bietet eine hohe Lichtleistung, einfache Bedienbarkeit, viele Sonderfunktionen und ein nach Angaben des Herstellers auffallend gutes Preis-/Leistungsverhältnis. Der mecablitz 44 AF-40 ist mit einer Ultrakurzzeitsynchronisation (HSS) ausgestattet. Diese wird beispielsweise im Porträtbereich eingesetzt, um einen unscharfen Hintergrund zu erzielen. Wie seine Schwestermodelle zeichnet er sich durch ein übersichtliches LC-Display und einfache Menüführung aus. Der empfohlene Verkaufspreis liegt bei 199,90 Euro. Deutlich wirkungsvoller als der in die Kamera integrierte Blitz ist das derzeit kleinste Kompaktblitzgerät von Metz.



Fotohandy BenQ-Siemens S88 mit zwei Megapixel-Kamera

BenQ-Siemens, die neue Handy-Marke von BenQ, hat das neue Mobiltelefon S88 vorgestellt. Bei dem Gerät handelt es sich um ein hochklassiges Fotohandy mit hochauflösendem Activ Matrix OLED-Display (262.144 Farben, 176 x 220 Pixel). Das mit dem iF-Award 2006 für herausragendes Produktdesign ausgezeichnete BenQ-Siemens S88 wartet mit der gesamten



Bandbreite moderner Multimediafunktionen auf. So gehören eine Zwei-Megapixelkamera mit Autofokus, 16facher Digitalzoomfunktion und LED-Fotolicht ebenso zur Ausstattung wie der Photo-Editor und PictBridge-Kompatibilität für den direkten Foto-Druck auf entsprechenden Druckern. Das Handy lässt sich außerdem als Videokamera und Musikplayer nutzen: 3D-Surround-Sound aus dem im Lieferumfang enthaltenen Stereo Headset verwöhnt die Ohren. Filmsequenzen in beliebiger Länge werden im MPEG4-Format aufgezeichnet. Die Kapazität des internen Speichers (16

MB) lässt sich durch wechselbare Micro-SD-Karten erweitern. Die umfangreiche Funktionalität dieses BenQ-Siemens Mobiltelefons findet im schlicht-elegantem Design seine optische Entsprechung. Wer weiteren Telefoniekomfort wünscht, kann Zubehör wie Headsets oder Pkw-Freisprechanlagen via Bluetooth mit dem Gerät verbinden. Das BenQ-Siemens S88 ist ab dem ersten Quartal 2006 erhältlich.

Der mecablitz 20 C-2 mit Leitzahl 20 bei ISO 100/21° und 35 mm Brennweite ist für all jene gedacht, die einen Blitz mit kompakten Abmessungen bevorzugen. Das kleine Gerät bietet zwei Telecomputerblenden, einen Schwenkreflektor sowie manuelle Teillichtleistung. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 39,90 Euro.

Zwei vielseitige Ladegeräte von texcus laden unterschiedliche Akkumodelle

texcus hat zwei neue Akku-Ladegeräte angekündigt. Das texcus TC 1000 automatic ist nach Angaben des Herstellers ein preisgünstiges und trotzdem vielseitiges Einsteigermodell, und mit dem texcus TC 6000 family können alle gängigen Zellengrößen schnell und zuverlässig geladen werden. Bereits das preisgünstige TC 1000 automatic ist mikroprozessorgesteuert und bietet nach Herstellerangaben weit mehr Funktionen als vergleichbare Geräte seiner Klasse. Es kann mit NiCd- und NiMH-Akkus bestückt werden und lädt ein bis vier Zellen in den Größen Mignon (AA) und Micro (AAA) ebenso wie ein bis zwei 9-V-Blöcke. Die vier Ladeschächte



Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!



PSP-530 – Ultimate Gaming Kit
bestehend aus:

- Autoladekabel
- USB Kabel mit automatischem Kabeleinzug
- Kopfhörer mit automatischem Kabeleinzug
- Schutzfolie für PSP Display
- Gel Schutzüberzug
- UMD Aufbewahrungsbox

Sakar Germany GmbH
Frankfurter Straße 95 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany
Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 91 · E-Mail: info@sakar-germany.de · www.sakar-germany.de

arbeiten unabhängig und werden einzeln überwacht, so daß die Akkus individuell nach ihrer jeweiligen Befüllung geladen und nach erfolgter Ladung automatisch abgeschaltet werden. Zwei LED's zeigen den jeweiligen Ladestatus an. Zum Lieferumfang gehören vier NiMH-Akkus mit einer Kapazität von 2.500 mAh. Univer-

sell einsetzbar ist das TC 6000 family. Es eignet sich vor allem für Familien und Haushalte, die über viele Geräte mit unterschiedlichen Akkugrößen verfügen. Es ist ebenfalls mikroprozessorgesteuert und verarbeitet NiCd- und NiMH-Akkus. Neben



Micro- (AAA) und Mignon- (AA)-Zellen lädt es auch die Größen Baby (C), Mono (D) und 9-Volt. Die Ladeschächte werden einzeln überwacht und der jeweilige Ladestatus auf einem LC-Display separat angezeigt.

Das TC 6000 family wird mit weltweit einsetzbarem 12-Volt-Steckernetzteil mit Euro-Stecker und drei weiteren, austauschbaren Steckeradaptern ausgeliefert. Es kann per Adapterkabel auch im Auto betrieben werden.

Streiks zur Unzeit: „Wie das Pflänzchen Aufschwung leichtfertig kaputt gemacht wird!“

Prof. J. Tarnow: „Klinik-Streik ist unmoralisch“, Rh. Post, 14.2.06

Der Rückfall in alte Zeiten, Lohn-erhöhungen mit Erpressungen durch-zusetzen, ist offensichtlich eingetreten, obwohl es im Vorjahr noch so schien, daß führende Gewerkschaftler bereit wären, mitzuhelfen, mit einer vernünftigen Lohnpolitik den Standort Deutschland für ausländische Investoren wieder attraktiv zu machen. Wer aber auf Kosten von Kranken, alleinstehenden Frauen und der Allgemeinheit mit Müll vor der Türe streiken läßt, hat weder Herz noch Verstand. Ich habe darum den Werdegang von Herrn Bsirske hier mit meinen Fragen zum Abdruck gebracht, damit wir alle wissen, mit was für Demagogen wir es heute wieder in Deutschland zu tun haben. Und kein führender Politiker traut sich, einmal deutlich zu sagen, daß man die Bsirskes, Peters und Sommers besser nach Hause schicken

sollte, damit wir wieder zu einem leistungsfähigen Deutschland kommen, wo Arbeiten Freude macht und wo Unternehmer Gewinn machen können für Neueinstellungen und Investitionen, ohne dafür noch als Ausbeuter gebrandmarkt zu werden.

Aus meiner Perspektive will ich keine Gründe zur Beurteilung der derzeitigen Streiksituation aufführen. Ich erlaube mir aber, einige Zitate von Fachleuten und der führenden Wirtschaftspresse abzudrucken, weil ich gesehen habe, daß ich nicht alleine, als kleiner Verleger, die Situation richtig einschätze.

Beginnen möchte ich mit dem schwedischen Electrolux-Chef Straberg, der in der Welt am Sonntag vom 12. Februar 2006 feststellte: „Wer will noch das Risiko eingehen, in Ihrem Land zu investieren?“ Und

H. J. Blömer fragt sich, was ein solcher Mann denkt, wenn noch der Vize-Chef der IG Metall, Berthold Huber, fordert, „die Schließung von Electrolux so teuer wie möglich zu gestalten“. Ich halte ein solches Postulat für schädlich, weil es doch nur, besonders bei ausländischen Arbeitgebern, dazu führen kann, mit der Faust in der Tasche hier möglichst schnell zu verschwinden. Schließlich sind die heutigen hohen Löhne bei Electrolux bzw. AEG auch dadurch entstanden, weil die Gewerkschaften in den letzten Jahren viel zu massiv Forderungen durchgesetzt haben, die zu den kürzesten Arbeitszeiten und höchsten Löhnen in der Welt führten. In einer globalisierten Welt muß für erfolgreichen Wettbewerb eine neue Basis gefunden werden, was aber offensichtlich mit bornierten Gewerkschaftsvertretern nicht möglich ist.

Ausschneiden und verwahren, damit man nicht vergißt, warum es in Deutschland weiter bergab geht.

Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft – Lebenslauf Frank Bsirske

Frank Bsirske ist Mitglied von Bündnis 90/Die Grünen

10. Februar 1952 geboren in Helmstedt als Sohn des Arbeiters Rudi Bsirske und der Krankenschwester Luise Bsirske

1967 Realschulabschluß

1971 Abitur

1971–1978 Studium der Politikwissenschaft, Hans-Böckler-Stipendiat

1978–1987 Bildungssekretär im Bezirk Hannover der Sozialistischen Jugend Deutschlands – Die Falken

1987–1989 Fraktionsmitarbeiter der Grünen Alternativen Bürgerliste im Rat der Landeshauptstadt Hannover

1989–1990 Sekretär der Kreisverwaltung Hannover der

Gewerkschaft Öffentliche Dienste, Transport und Verkehr (ÖTV)

1990–1991 Stellvertretender Geschäftsführer der ÖTV-Kreisverwaltung Hannover

1991–1997 Stellvertretender Bezirksvorsitzender des ÖTV-Bezirks Niedersachsen

1997–2000 Stadtrat, Personal- und Organisationsdezernent der Landeshauptstadt Hannover

November 2000 Vorsitzender der Gewerkschaft ÖTV

seit 2001 Vorsitzender der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft ver.di (im März 2001 zusammengeschlossen aus fünf Gewerkschaften)

- Bsirske hat niemals einen normalen Arbeitsvertrag gehabt!
- Er weiß überhaupt nicht, was es heißt, Arbeitnehmer zu sein!
 - 7 Jahre Studium Politikwissenschaft!
- Was hat er da gelernt? Sprüche klopfen, wie wir heute hören!
- Damit kommen wir zu keinem wirtschaftlichen Aufschwung!

Meine Forderung an Herrn Bsirske:

Bitte sagen Sie, wieviel Sie im Jahr verdienen, damit jeder weiß, warum Sie so vehement Ihre hohen Einkünfte verteidigen, die Ihnen die treuen Gewerkschaftsmitglieder bezahlen müssen.

Straberg bot aber generös an : „Jeder Arbeiter soll im Schnitt 60.000 Euro Abfindung erhalten.“ Ich muß noch erwähnen, daß Electrolux Schweden weltweit über 11 Milliarden Euro umsetzt. Man wird sich doch nicht von solchen Gewerkschaftsfunktionären wie Bsirske erpressen lassen. Jetzt wollen die Schweden sogar in Nürnberg, wie man heute sagt, den Laden früher als geplant dicht machen.

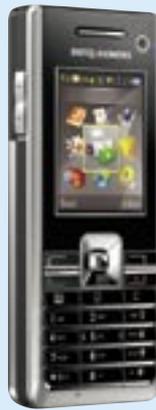
Die Welt am Sonntag bezeichnet Bsirske als „Einpeitscher“. Was er für ein Mensch ist, habe ich versucht, auf diesen Seiten darzustellen. Ich finde es besonders schlimm, daß so viele Deutsche bereit sind, wegen ein bißchen mehr Arbeit gleich zu streiken. Ich weiß aber, daß immer noch das alte deutsche Sprichwort gilt: „Ohne Fleiß kein Preis!“ Und daran werden auch Bsirske und Co. nichts ändern können. Nach dem Krieg haben wir den Wohlstand nur mit viel Arbeit erreicht; leider ist früher den Agitatoren für „Volksfaulheit“ von meiner Generation nicht genügend widersprochen worden.

Die Aufhetzung des deutschen Volkes beginnt für mich schon mit DBB-Chef Peter Heesen, der leichtfertig von der „Macht-Gier der Staatskanzleien“ spricht, nur weil Herr Schäuble für eine 41-Stunden-Woche plädiert oder weil in Nordrhein-Westfalen Finanzminister Linssen einen Sparkurs durchsetzen will, weil „das Land 20 Jahre über seine Verhältnisse gelebt hat!“ (insbesondere unter dem früheren Ministerpräsidenten Rau). So gehen heute junge, kräftige Menschen mit Trillerpfeifen auf die Straße, um weiter für unverdienten Wohlstand bei wenig Arbeit zu demonstrieren. Und es schämt sich keiner, sobald es um die eigenen Vorteile geht! Zum Schluß kann ich mich nur fragen, was Frau Merkel und Herr Müntefering zu den Streiks sagen, die zur Unzeit vom Zaune gebrochen werden und die es meiner Meinung nach verhindern werden, daß wir in Deutschland zu mehr Arbeitsplätzen kommen, weil viele Unternehmer, besonders ausländische, einfach keine Lust haben, sich mit Bsirske und Co. herumschlagen zu müssen.

Zum Schluß meine Erkenntnis: Wer faul ist, schämt sich nicht!

H. J. Blömer

BenQ Mobile bringt das erste Handy mit HSDPA



BenQ Mobile hat das flache UMTS-Telefon BenQ-Siemens S81 vorgestellt. Reduziertes Design, klassische Eleganz und Metallelemente auf der Rückseite des Gehäuses verleihen dem schwarz glänzenden Handy eine hochwertige Anmutung. Per UMTS-Verbindung kann der Nutzer Filme, Videoclips oder Musikstücke in allen gängigen Formaten (H264, MP3, AAC, AAC+, AMR, WMA) laden oder in Echtzeit ansehen/hören. Für Fotos hat das Handy eine integrierte 1,3-Megapixelkamera mit Zehnfach-Digitalzoomfunktion, LED-Fotolicht und separatem Auslöser, und zum Nachbearbeiten der Aufnahmen einen Foto-Editor. Für Video-Telefonate ist das S81 mit einer zweiten Kamera (VGA) oberhalb des großen Zwei-Zoll-TFT-Bildschirms (262.144 Farben, 176 x 220 Pixel) ausgestattet. Mit dem eingebauten Camcorder sind auch Videoaufnahmen möglich. Die Kapazität des internen Speichers (30 MB) kann mit microSD-Karten auf bis zu 1 GB erweitert werden. Ein eingebauter Organizer und die Möglichkeit der Synchronisation mit einem PC sprechen Businessnutzer an. Das BenQ-Siemens S81 steht dem Handel ab dem zweiten Quartal in der Farbvariante Schwarz/Silber zur Verfügung.

Nokia ergänzt das mittlere Segment

Mit den beiden Kamerahandys Nokia 6131 und Nokia 6070 erweitert Nokia sein Produktportfolio im mittleren Preissegment. Das Klapphandy Nokia 6131 bietet umfassende Funktionen, darunter eine 1,3-Megapixel-Kamera und ein hochwertiges Display mit 16,7 Mio. Farben. Den preislich tieferen Eckpunkt in diesem Segment setzt das klassische, einfach zu bedienende Nokia 6070. Beide Geräte werden voraussichtlich im Verlauf des zweiten Quartals ausgeliefert.

Neben seinem vertrauten Nokia Design bietet das Nokia 6070 grundlegende Kamerafunktionen und ein Stereo-UKW-Radio. Das Handy läßt sich dank seines großen Farbdisplays und eines übersichtlichen Tastaturlayouts sowie der intuitiv nutzbaren und vertrauten Nokia Series 40-Benutzeroberfläche komfortabel bedienen. Das Nokia 6070 bietet alle grundlegenden Mitteilungsfunktionen, darunter SMS- und MMS-Mitteilungen, Nokia Xpress Audio-Mitteilungen, E-Mails und Instant Messaging. Zu den Sprachfunktionen gehören Push-to-talk, Sprachaufzeichnung und Freisprechen. Eine Infrarot-Schnittstelle rundet das Funktionsangebot ab. Für Unterhaltung sorgen ein Stereo-UKW-Radio und die Unterstützung für Musik- und Klangaufnahmen im WB-AMR-Format, MP3- sowie polyphone (mehrstimmige) Klingeltöne im MIDI-Format. Das Nokia 6070 soll im Verlauf des zweiten Quartals erhältlich sein.



Beim Nokia 6131 hat das Unternehmen nach eigenen Angaben besonderen Wert auf die Bedienbarkeit gelegt, die sich unter anderem im kompakten, schlanken Design des schwarzen Gehäuses mit Chrom-Elementen und dem übersichtlichen Tastaturlayout äußert. Mit einem Tastendruck läßt sich das Telefon öffnen und offenbart dann ein QVGA-Display mit 16,7 Mio. Farben. Das Außendisplay bietet 262.144 Farben. Zu den umfassenden Funktionen des Nokia 6131 gehören auch ein digitaler Musik-Player und ein Stereo-UKW-Radio mit Unterstützung von Visual Radio-Diensten. Die integrierte 1,3-Megapixel-Kamera wird durch eine spezielle Kamerataste aktiviert. Die Achtfach-Digitalzoom-Funktion unterstützt die kreativen Möglichkeiten beim mobilen Fotografieren. Sowohl das Hauptdisplay innen als auch das kleine Außendisplay können als Sucher genutzt werden. Zu den weiteren Funktionen gehören Bluetooth, ein E-Mail-Client mit Unterstützung für Dateianhänge, ein Hot-Swap-Steckplatz für microSD-Speicherkarten sowie Nokia Xpress-Audio-Mitteilungen und Push-to-talk-Funktion. Das Nokia 6131 unterstützt Quadband-Betrieb und soll im Verlauf des zweiten Quartals 2006 erhältlich sein. Der Verkaufspreis ohne Mobilfunkvertrag und Steuern wird für das Nokia 6070 voraussichtlich bei rund 135 Euro liegen, das Nokia 6131 wird voraussichtlich rund 275 Euro kosten.





Ulrich Vielmuth

Videosysteme – und wie sie sich unterscheiden

Eine Übersicht (2)

DVCAM (Markenname von Sony) Seit der Einführung im Jahre 1996 hat sich das DVCAM-Format von Sony weltweit bei geschäftlichen Nutzern, Produktions-einrichtungen und Broadcastern

durchgesetzt. Es ist die professionelle Erweiterung des weltweit standardisierten DV-Formats. Die Bandgeschwindigkeit wurde gegenüber DV um ein Drittel erhöht.

Das DVCAM-Format verwendet die digitale 8-Bit-Komponentenaufzeichnung mit einer Komprimierungsrate von 5:1 und einer Abtastrate von 4:2:0. Es arbeitet mit einer größeren Spurbreite (15 µm) im Vergleich zum DV-Format (10 µm), um den Ansprüchen von Kunden aus dem industriellen wie auch Fernsehproduktionsbereich zu entsprechen, denen das Consumer-DV-Format mit seinem geringeren Spurabstand nicht zuverlässig genug ist.

Besonders bei der Schnitt- und Abspielkompatibilität ist Zuverlässigkeit von höchster Priorität. Mit dem breiteren Spurabstand des DVCAM-Formats wird nun das Risiko einer „Block-Bildung“ im Bild ausgeschlossen.

Der digitale Ton hat CD-Qualität. Folgende Audiokanäle stehen zur Auswahl: ein Zwei-Kanal-Modus mit 48 kHz/16-Bit-Aufzeichnung und ein Vier-Kanal-Modus mit 32 kHz/12-Bit-Aufzeichnung.

DVCAM-Kassetten sind in zwei Größen erhältlich: Standard und Mini.

Die Standard-Kassette ermöglicht Aufzeichnungen von bis zu 184 Minuten, mit der Mini-Kassette sind Aufnahmen von bis zu 40 Minuten möglich. Die Bandbreite beträgt jeweils 6,35 mm (1/4 Zoll). Übrigens können DVCAM-Geräte auch DV-Kassetten abspielen.

Die DVCAM-Camcorder von Sony sind „voll-digitale Camcorder“. Die Kamerakomponente ist mit DSP (Digital Signal Processing) für eine komplett digitale Signalverarbeitung und die Videorecorderkomponente mit einer digitalen Aufnahmetechnik ausgestattet. Das Videosignal der Kamera behält während der Aufnahme sein digitales Komponentenformat bei. Somit wird eine Abbildungsqualität ohne Artefakte – also unerwünschte Effekte im Videobild – und ohne den bei A/D- und D/A-Umwandlungen typischen Auflösungsverlust erreicht.

Ebenso können die beim DVCAM-Format aufgezeichneten Daten auch auf die Festplatte eines nonlinearen Schnittsystems übertragen werden. Dabei treten bei einer nativen Übertragung, also natürlichen Überspielung datenreduzierter Signale ohne Decodierung und erneute Codierung, keine Qualitätsverluste auf.

Obwohl das DVCAM-Format, was die verkaufte Stückzahl betrifft, weltweit bei den Profis zu einem der erfolgreichsten

zu zählen ist, hat es sich bei den deutschen Fernsehsendern nicht etablieren können. Das war von Sonys Marketingstrategen auch nicht anders geplant, hatte man doch von Anfang an für die DVCAM-Camcorder vor allem den Corporate-Markt im Visier.

DVCPRO (Markenname von Panasonic)

Diese DV-Profivariante von Panasonic wurde schon kurz nach der DV-Einführung 1995 der Öffentlichkeit vorgestellt. Parallel zu Sonys Weiterentwicklung von DV zum professionellen DVCAM hat Panasonic eine professionelle Weiterentwicklung namens DVCPRO entwickelt, gleichfalls mit einer Komprimierungsrate von 5:1.

Ihre Verwandtschaft können diese drei digitalen Formate also nicht leugnen. Die Panasonic-Ingenieure haben jedoch beim DVCPRO-Format gegenüber DVCAM (15 µm) die Spurbreite auf 18 µm erhöht, ebenso die Bandgeschwindigkeit gegenüber DV um fast das doppelte (33,8 mm/s). Vorteil: Sichtbare Bildfehler können vermindert werden.

DVCPRO zeichnet ein digitales Komponentensignal nach dem Standard (Abtastverhältnis) 4:1:1 und einer 8-Bit-Quantisierung auf. Im Gegensatz zu Sonys DVCAM-Format und dessen Abtastverhältnis von 4:2:0 will man bei Panasonic mit dem geänderten Verhältnis von Helligkeitssignal zu den beiden Farbdifferenzsignalen möglichst vertikale Farbfehler vermindern, die bei DV-Material nach mehreren Kopiergenerationen als sogenanntes Farbschmier beobachtet werden können.

Die Magnetbandkassetten (1/4-Zoll-Kassetten) unterscheiden sich von DV und DVCAM, weil bei DVCPRO anstelle des metallbedampften ME-Bandes (metal evaporated) dickeres und damit robusteres MP-Band (metal powder) verwendet wird. Außerdem ist MP-Band besser dazu geeignet, Längsspuren aufzunehmen. Davon hat das DVCPRO-Format zwei, eine analoge Tonspur zum Mithören bei Schnellsuchlauf und eine CTL-Spur zur exakten Steuerung der Schnittgeräte.

DVCPRO50 (Markenname von Panasonic)

DVCPRO50 ist eine Weiterentwicklung von DVCPRO zur Verbesserung der Abbildungsqualität. Dies wird mit doppelter Bandgeschwindigkeit erreicht, indem das digitale Komponentensignal nach dem Standard 4:2:2 aufgezeichnet wird, mit einer Videodatenrate von 50 Megabit pro Sekunde und einer Komprimierungsrate von 3,3 : 1. Die Bandlaufzeit reduziert sich durch die Verdopplung der Geschwindigkeit – gegenüber DVCPRO – um die Hälfte. Es können bis zu 10 Generationen ohne sichtbaren Bildqualitätsverlust kopiert werden. Genauso wie beim DVCPRO-Format gibt es bei DVCPRO50 zwei Videokassettengrößen. Die kleinere hat eine Spieldauer von 33 Minuten, die größere eine von 92 Minuten.

Fortsetzung im nächsten Heft

Erno frischt das Alben- und Rahmensortiment zum Frühjahr mit vielen Neuheiten auf

Mit mehreren Dutzend Rahmen- und Albenneuheiten stellt die Erno Warenvertriebs GmbH auch im Frühjahr 2006 wieder ihren Anspruch unter Beweis, Spezialist und kompetenter Handelspartner für margenstarke Präsentationsprodukte zu sein. In einem 16seitigen Katalog hat das Unternehmen die Neuheiten von A wie Aktionsware bis zu T wie Trendrahmen zusammengefaßt. Eine Besonderheit im Jahr der Fußball-Weltmeisterschaft sind dabei die fünf Fußball-Rahmen, die es ermöglichen, jeweils ein auffälliges Fußballmotiv mit einem Foto zu kombinieren. Schwerpunkte innerhalb des Sortiments stellen wie immer Metall- und Holzrahmen dar. Bei den Metallrahmen finden sich elf neue Modelle, von denen drei in zwei verschiedenen Farbvarianten angeboten werden. Als Materialien dominieren hier Silber und Aluminium. Bei den Holzrahmen präsentiert Erno 13 neue Modelle, von denen eins in zwei Farben und eins in vier Farbvarianten zu



haben ist. Auffällig ist hier der Rahmen „Kivik“, der mit seinen Pastelltönen aus dem Angebot der sonst eher naturnahen Farbgebung heraussticht und als Zielgruppe vor allem junge Kunden ansprechen dürfte. Weiterhin hat Erno drei neue edle Glas-/Acryl-Fotorahmen ins Sortiment aufgenommen, die jeweils in den komplimentären Farben Schwarz und Weiß zu haben sind. Jeweils zwei Modelle ergänzen die Palette der Finest Collection und der Trend-Fotorahmen. Letztgenannte kommen mit Leisten mit einer ungewöhnlichen Perlmutter-Struktur auf den Markt. Bei den Kinder-Fotorahmen hat Erno sieben neue Modelle vorgestellt. Hier gibt es für die

Freunde der klassischen Babyfarben Blau und Rosa ebenso Rahmen wie solche mit Tier- oder Schulmotiven und verschiedenen Applikationen. Neun Aktionsrahmen in insgesamt 17 unterschiedlichen Ausführungen runden Ernos Neuheiten ab.

Neues Zwei-Megapixel-Handy K610i von Sony Ericsson mit UMTS-Technik

Sony Ericsson hat das neue Mobiltelefon K610i angekündigt. Dabei handelt es sich um ein schlankes und leichtes UMTS-Imaging-Handy. Das 17 mm dünne K610i ist mit einem ganzen Paket moderner Kommunikations-, Business- und Unterhaltungsanwendungen ausgestattet.



Darüber hinaus verfügt das Gerät über eine 2-Megapixel-Kamera, einen erweiterbaren Speicher (Memory Stick Micro) und Bluetooth. Bei der Entwicklung des Geräts wurde viel Wert auf die Benutzerfreundlichkeit gelegt: Dafür sorgen unter anderem die helle Beleuchtung, das große Tastenfeld und ein 262.000-Farben-Display.

Dank UMTS und einer Zwei-Megapixel-Kamera eignet sich das K610i hervorragend dazu, Bilder zu schießen und sofort mit anderen zu teilen. Der schnelle Internetzugang und eine Vielzahl von Business-Anwendungen machen das K610i zum mobilen Büro. Das Gerät unterstützt außerdem Standard-Push-E-Mail via IMAP. Der Flight Mode stellt sicher, daß der Nutzer auch offline arbeiten kann. Neben UMTS wartet das K610i mit Bluetooth- und Infrarot-Schnittstellen, einer USB 2.0-Schnittstelle für die Microsoft Outlook-Synchronisation für Kalender und Adressbuch und einem 64 MB Memory Stick Micro auf. Der NetFront-Browser stellt HTML-Seiten komplett dar und paßt die Fotos,

SAKAR GERMANY GMBH



Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!

**CH-369
Ladegerät für
CR-V3 Akkus**

Sakar Germany GmbH
Frankfurter Straße 95 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany
Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 91 · E-Mail: info@sakar-germany.de · www.sakar-germany.de

Videos, Texte und Grafiken auf das 1,9“-Farbdisplay an. Dank des integrierten Music-Players und den im Lieferumfang enthaltenen Stereo-Headsets ist das Musikhören einfach und komfortabel. Das Sony Ericsson K610i ist in den Farben Evening Red und Urban Silver erhältlich.

U3-Technologie macht USB-Speichersticks von Hama zum flexiblen Büro

Hama stellt auf der CeBIT USB-Speichersticks mit der neuen U3-Technologie vor. Diese ermöglicht es, eigene Programme auf jedem beliebigen PC auszuführen, in den der Speicherstick gesteckt wird, ohne dabei sichtbare Spuren auf dem Gastrechner zu hinterlassen – vom Maildownload bis zum Musikhören. Wird der neue U3-Stick an einem System mit Windows 2000 Service-Pack 4 oder Windows XP angeschlossen, öffnet sich nach dem Klick auf das erschienene Icon das U3-Desktopmenü, das die Programme beherbergt. Die Hama FlashPens sind ab Werk mit dem Virenschanner „Antivirus“ von McAfee und einer Demoversion der Synchronisationssoftware „Carry it Easy“ von Cososys für die Überspielung eigener Internet-Favoriten oder Mailkonto-Daten bestückt und in den Größen von 512 MB bis 2 GB lieferbar.

Zuschläge

...sind oft das, was Sonn- und Feiertagsarbeit attraktiv macht. Soweit Tarifverträge auf ein Arbeitsverhältnis anwendbar sind, regeln sie, was es an Zuschlägen gibt. Und was gilt ohne Tarif? Nun, das ArbeitszeitG sieht bloß für Nachtarbeit einen „angemessenen Zuschlag“ vor. Für Sonn- und Feiertagsarbeit gilt das nicht. Hier gibt es keinen gesetzlichen Zuschlag (BAG – Urteil vom 11.01.2006 – 5 AZR 97/05). Arbeitgeber und Arbeitnehmer müssen diesen Punkt vertraglich regeln – oder nicht.

Versandarten

...gibt es viele. Wer sichergehen möchte, entscheidet sich für das Nachnahme-Verfahren. Hier kann er davon ausgehen, daß er sein Geld auch vom Empfänger bekommt. Allein die Tatsache, daß die versandfertig verpackte Ware an ein Beförderungsunternehmen mit dem Auftrag weitergegeben wurde, die Sendung per Nachnahme zuzustellen, begründet indes keinen Anscheinsbeweis dafür, daß die Ware tatsächlich bezahlt worden ist (BGH – Urteil vom 14.9.2005 – VIII ZR 369/04).

E-Werbung

...ist aus dem Geschäftsleben nicht mehr wegzudenken. Sie kann aber auch ganz schön lästig sein. Ein Versender bot seinen Kunden an, das virtuelle Angebot des gekauften Artikels per E-Mail an einen von ihm zu benennenden Interessenten zu schicken. Der bekam aber nicht nur die E-Mail, sondern gleich eine Menge Werbung dazu. Das ist, so das OLG Nürnberg, eine unzumutbare Belästigung, die gegen § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG verstößt (Urteil vom 25.10.2005 – 3 U 1084/05).

Eigenbedarf

...ist im Wohnungsmietrecht ein anerkannter und beliebter Kündigungsgrund. Wohnungen, das sagt schon der Name, sollen in erster Linie dem Wohnen dienen. Daß auch eine gewerbliche Nutzung Eigenbedarf sein kann, hat der BGH in einem Urteil vom 5.10.2005 bestätigt – VIII ZR 127/05: Die Berufsfreiheit wird ebenfalls durchs Grundgesetz geschützt. Daher reicht es aus, wenn der Vermieter die vermieteten Räume wegen eines gewerblichen Bedarfs für seine Selbstständigkeit braucht.

Im Focus: Wenn's wieder mal abgewickelt wird...

Der **Online-Handel** boomt. Die Verkäufe über's Internet nehmen zu. Das virtuelle Shopping-Erlebnis vom Heim-PC aus hat was: Der Kunde braucht nicht vor die Tür zu gehen – er kann sich die Ware schicken lassen.

Die **Liefer- und Versandkosten** sind beim Online-Kauf oft gut versteckt. Das BGB verlangt zwar Transparenz. Wird in Allgemeinen Geschäftsbedingungen aber deutlich darauf hingewiesen, daß und in welcher Höhe Versandkosten anfallen, reicht das (BGH – Urteil vom 5.10.2005 – VIII ZR 382/04).

Das **Bestellformular** braucht im Internethandel nach Auffassung des höchsten Zivilgerichts nicht so ausgestaltet zu sein, daß die anfallenden Liefer- und Versandkosten in der abschließenden Bestellübersicht noch einmal extra neben dem Warenpreis ausgewiesen sein müssen. Der Käufer muß im Versandhandel davon ausgehen, daß Liefer- und Versandkosten hinzukommen.

Der **Internetkunde** hat bei Fernabsatzverträgen allerdings ein Widerrufs- und Rückgaberecht (§ 312d BGB). Dieses Widerrufs- und Rückgaberecht muß nicht begründet werden. Übt der Besteller sein Rücktrittsrecht aus, sind nach dem gesetzlichen Leitbild in § 346 Abs. 1 BGB „die empfangenen Leistungen zurückzugewähren“. Das heißt: Ware zurück, Geld zurück. Was im BGB einfach aussieht, macht in der Praxis Arbeit: die leidige Abwicklung der Bankgeschäfte.

Die **AGB-Lösung** könnte so aussehen: „Wenn Sie uns keinen bestimmten Wunsch mitteilen, wird der Wert der Rücksendung Ihrem Kundenkonto gutgeschrieben oder Sie erhalten beim Nachnahmekauf einen Verrechnungsscheck.“ Was auf den ersten Blick praktikabel erscheint, stößt indes auf rechtliche Grenzen: Der online-Kunde bekommt nämlich nicht „sein Geld“ zurück, sondern stattdessen etwas ganz anderes. Der BGH hält diese AGB-Klausel deswegen in dem oben angesprochenen Urteil für unwirksam. Sie verstößt gegen das Transparenzgebot.

Das **Problem** liegt darin, daß das Gesetz davon spricht, daß „die empfangenen Leistungen“ zurückzugeben sind. Der Internet-Versender hat Geld bekommen. Dieses Geld muß er zurückgeben. Die Gutschrift auf dem Kundenkonto ist nur ein abstraktes Schuldversprechen (und soll zu weiteren Bestellungen animieren). Der Kunde kann allein mit der Gutschrift noch nicht über sein Geld verfügen. Die Beschränkung der Versendung von Verrechnungsschecks auf Nachnahmekäufe drängt den falschen Eindruck auf, daß dies in anderen Fällen nicht möglich ist. Der Kunde bleibt über seine wahren Rechte im Dunkeln. Das geht nicht.

Schulfotos

...sind für die einen liebevolle Erinnerung, für die anderen teure Erfahrung. Um in den Markt zu kommen, gehen Studios oft kreative Wege. Ein Brandenburger Betrieb versprach einer Schule für die Vermittlung einer Schulfotoaktion einen PC. Das mahnte die Wettbewerbszentrale ab. Sie sah in der Aktion u. a. einen psychologischen Kaufzwang – zumindest, bis der BGH entschied: Der konnte darin nämlich gar nichts Wettbewerbswidriges erkennen (Urteil vom 20.10.2005 – I ZR 112/03).

Pauschalsteuer

...ist ein Punkt, der die Abrechnung bei geringfügig beschäftigten 400-Euro-Jobbern einfach macht. In der Regel zahlt sie der Arbeitgeber und packt die zwei Prozent rechnerisch auf die 400 Euro drauf. Daß es auch anders geht, hat gerade das BAG entschieden: „Ist im Arbeitsvertrag eine Bruttovergütung vereinbart, hat der Arbeitnehmer die anfallende Lohnsteuer im Verhältnis zum Arbeitgeber zu tragen (Urteil vom 1.2.2006 – 5 AZR 628/04).“ Das gilt auch für die Pauschalsteuer.

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

Neuer Hochleistungsakku GP 2700

GP Batteries hat die neuen Hochleistungsakkus GP 2700 vorgestellt. Die wiederaufladbare Zelle überzeugt nach Meinung des Herstellers durch ihre hochentwickelte und ausgereifte Technologie und gehört mit ihrer Leistung von 2700 mAh zu den derzeit leistungsstärksten und ausdauerndsten Batterien am Markt. Sie wurde speziell für den Einsatz in



modernen digitalen Multimedia-Geräten mit hohem Energiebedarf entwickelt. Sowohl die GP 2700 als auch die GP 1000, das Pendant in Microgröße, können eine Vielzahl an Aufladezyklen ohne Memory Effekt durchlaufen.

Damit leisten sie nicht nur einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz, sondern schonen auch des Endverbrauchers Portemonnaie. Die außerordentliche Produktsicherheit beider Batterie-Typen sowie ihre Zuverlässigkeit und Umweltverträglichkeit wurden offiziell bestätigt, denn beide Batterien verfügen über die ISO 9001 und ISO 1400 Zertifizierung. Die neue GP 2700 ist ab April in Viererpacks für 22,95 Euro (unverbindliche Preisempfehlung) erhältlich.

Dörr Digitalrahmen jetzt in zwei Farben

Der digitale Bilderrahmen, den Dörr bereits seit 2004 im Programm hat, ist jetzt mit zweifarbigem Rahmen in Schwarz oder Silber lieferbar. Er eignet sich zum Abspielen von Fotos, Videos und MP3. Das LC-Display hat die Abmessungen 165 x 127 mm mit 640 x 480 Bildpunkten und zeigt die Bilder im Seitenverhältnis 4:3. Das Gerät akzeptiert alle



gängigen Speicherkarten, inklusive der Reduced Sized MMC-Karten (mit Adapter), die in vielen Mobiltelefonen eingesetzt werden. Neben dem Fotoformat JPEG werden auch die Videoformate MPEG und MPEG I/II sowie das Audioformat MP3 unterstützt. Musik kann mit Hilfe der integrierten Lautsprecher abgespielt werden. Eine automatische Diashow lässt sich mit Zeitintervallen von einer Sekunde, drei, fünf oder zehn Sekunden einrichten. Die Außenmaße des Rahmens betragen 254 x 203 x 41 mm. Das Gewicht liegt bei zirka 400 Gramm. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 259 Euro.



Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!



Mobility Starterkit
bestehend aus:

- Laptop Tasche
- 4 Port USB Hub
- optische Maus mit automatischem Kabeleinzug
- weltweiter universal Steckeradapter

Sakar Germany GmbH
Frankfurter Straße 95 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany
Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 91 · E-Mail: info@sakar-germany.de · www.sakar-germany.de

Dörr verbessert die Chip Taschen Serie

Dörr hat in der zweiten Generation die Chip Taschen Serie verbessert. Das Nylonmaterial dieser Serie ist den Angaben zufolge extrem reißfest und äußerst strapazierfähig. Durch das eingenähte Speicherkartenfach können auch mobile Speicherkarten sicher aufbewahrt werden. Das Extrafach für Ersatzakkus an der Vorder-



tasche stellt ebenfalls eine nützliche Ergänzung dar. Bei der Chip Mini, Chip 1 und Chip 2 lässt sich das Innenteil herausklappen (etwa 45 Grad), damit die Kamera leichter entnommen und wieder eingesteckt werden kann. Das von Dörr entwickelte Lens Clean Futter bietet der Kamera

eine Umgebung, in der weder Objektiv noch Display verkratzt werden können. Für größere Ausrüstungen steht die Chip Twin zur Verfügung. Sie besteht aus zwei voneinander trennbaren Teilen: Im oberen findet die Kamera Platz, im unteren kann Zubehör untergebracht werden.

Pigmenttinten für Epson Drucker

Media Streets neueste Generation der farb- und kostensparenden 100-Prozent-Pigmenttinten ist jetzt für die aktuellste Druckergeneration von Epson R2400 und PRO 4800 erhältlich. Die Tinten zeichnen sich laut Hersteller durch ihren außergewöhnlich großen Farbraum, der Proofqualitäten erreicht, ihre ausgezeichnete Lebensdauer und Unempfindlichkeit gegenüber Abrieb, Feuchtigkeit, Temperaturschwankungen, UV-Strahlung und schädliche Umwelteinflüsse sowie ein einzigartiges Preis-/Leistungsverhältnis aus. Die Pigmenttinten sind sowohl in Patronen als auch im innovativen Continuous Flow-Flaschensystem Niagara erhältlich. Ein Set enthält je acht Patronen bzw. Reservoirflaschen mit dreimal Schwarz – das Hauptschwarz wahlweise in Photo Black oder Matte Black – sowie überaus ergiebige, satte und kräftige sowie langlebige Pigmentfarben. Bis zu 100 Jahre bleiben die Farbbrillanz und Leuchtkraft der mit diesen Tinten erstellten Ausdrucke auf entsprechend geeigneten Medien erhalten, dies hat kürzlich das unabhängige Wilhelminstitut bestätigt.



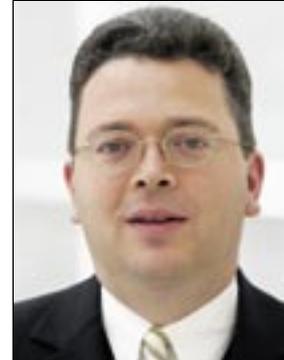
debitel auf der Suche nach Existenzgründern

Der Stuttgarter Service Provider debitel will seine Präsenz in diesem Jahr auch in kleineren Städten erhöhen: Dafür sucht der Serviceprovider Existenzgründer und freie Unternehmer, die den Weg in die Selbständigkeit wagen wollen. Das neue Partnercenter-Konzept von debitel bietet dabei Starthilfe und langfristige Begleitung. So stellen die Stuttgarter den neuen Partnern nicht nur ihr umfangreiches Tk-Angebot zur Verfügung, sondern

auch die komplette Ladenausstattung. Außerdem versorgt debitel zukünftige Partner mit einer Standortanalyse. Das neue Partnercenter-Konzept kommt ohne Franchise-Gebühren aus.

„Unser Ziel ist es, in jeder Woche ein neues Partnercenter zu eröffnen“, sagte Berndt Pföhler, Geschäftsführer der debitel Vertriebs GmbH. „Wir sind überzeugt, daß das Partnercenter-Konzept ein attraktives Angebot für alle diejenigen ist, die sich mit geringen Investitionskosten selbständig machen wollen.“ Auf diese Weise will debitel den bundesweiten Service

sowie die Beratung vor Ort ausbauen, um die Kundenbindung zu intensivieren. Potentielle debitel Partner sollten möglichst eine kaufmännische Ausbildung und Erfahrungen im Vertrieb mitbringen und Spaß am Umgang mit



Berndt Pföhler

Foto Koch in Düsseldorf mit erfolgreichem Canon Shop-in-Shop-Konzept

Foto Koch, Düsseldorfs größtes Fachgeschäft für Foto, Video und Unterhaltungselektronik, hat gemeinsam mit Canon ein innovatives Shop-in-Shop-Konzept umgesetzt. Start für das Konzept war November letzten Jahres. „Informieren, einkaufen und sich gleichzeitig in einem ansprechenden Shop-in-Shop-Areal voller interessanter Produkte unbekümmert und frei zu bewegen, das stellt eine sympathische Alternative zu unpersönlichen und unübersichtlichen Großmärkten dar“, so Jens Blinn, Marketingleiter bei Foto Koch. Neben der attraktiven Präsentation der Produkte ist es die kompetente und freundliche Beratung des Foto Koch-Verkaufspersonals, die dem Kunden



einen schnellen Einblick in die Welt von Canon bietet. Übersichtlich und ansprechend werden alle wesentlichen Canon-Produkte funktionsfähig präsentiert und laden sogleich zum Anfassen und Ausprobieren ein. Dabei kommt erstmals ein neues Canon-Shop-Design zum Einsatz. Die Eröffnung des Shop-in-Shops, der nun zum festen Inventar bei Foto Koch zählt, wurde mit verschiedenen Aktivitäten wie Promotions, Produktvorstellungen und pfiffigen Gewinnspielen flankiert. „Die Idee zu diesem positiven Vorhaben ist aus der hervorragenden Zusammenarbeit mit Canon entstanden“, so Jens Blinn. „Bereits das vergangene Weihnachtsgeschäft ist überaus positiv verlaufen, und mit Vorfreude blicken wir der Urlaubssaison entgegen.“

Menschen haben. debitel unterstützt potentielle Partner im Gegenzug bei der Standortwahl, stellt die Ladenausstattung im Look and Feel der debitel-Center und übernimmt die Potential-einschätzung: Entsprechend stehen dem neuen Shop-Mieter dann neben dem kompletten Tk-Angebot Kommissionsware für Hardware (Handys und Zubehör) und den aktuellen Werbemitteln auch zusätzliche Produktgruppen zur Verfügung, die für Frequenz sorgen sollen. Beispiele hierfür sind zum Thema Musik angesagte MP3-Player wie der iPod oder aber die Aufstellung von Fotodruckern, die das Thema Fotografie adressieren. Produktschulungen und Weiterbildungen sowie Training-on-the-job in einem debitel-Center helfen auch Neulingen beim Start in die Welt der mobilen Kommunikation.

Neue ICC-Profile von Fujifilm

Fujifilm bietet ab sofort die ICC-Profile für die neuen Colorpapiere „Crystal Archive Supreme Type II“ und „Crystal Archive Digital Paper Type DP II“ zum kostenlosen Download im Internet (www.fuji.de/serv_1120.html) an. Auf der Fujifilm Homepage werden auch ICC-Profile für Fujifilm Pictography und für Durst Großformatprinter angeboten. Zusätzlich steht eine Anleitung mit Empfehlungen für optimale ICC-Arbeitsabläufe mit Frontier-Systemen in englischer und deutscher Sprache bereit.



Horst Dieter Lehmann

Die goldene Mitte

Höchstleistungen sind nach wie vor gefragt, werden aber keineswegs immer honoriert, gewürdigt oder bezahlt. Da fragt sich doch manch einer, ob es nicht richtiger wäre, die „goldene Mitte“ anzupeilen, ohne in der Mittelmäßigkeit zu versinken, denn das ist noch ein entscheidender Unterschied.

Es allen recht zu machen, ist sowieso unmöglich. Außerdem ist, was heute noch gefragt ist, morgen schon ein Flop.

Stammkunden, die alten, treuen Kunden, sind in jeder Branche seltener geworden, mitunter sogar ausgestorben. Das gleiche gilt für die Geschäfte. Die Großen werden immer größer, die Kleinen immer kleiner, und die „goldene Mitte“ verdünnt oder verdünnt sich, obwohl der „gesunde Mittelstand“ gerade in unserem Land viel beneidet wurde.

Aber nicht „Pleiten, Pech und Pannen“ soll die Devise lauten, obwohl sie auch am Platze wäre. Pech hat jeder nicht nur einmal, mitunter auch nicht ganz ohne Mitverschulden. Pannen kommen ebenfalls öfter vor, als einem lieb ist. Pleiten haben sich in letzter Zeit gehäuft, Tendenz steigend.

Die meisten Hochzeitsmessen haben bereits im Januar stattgefunden. In den örtlichen Zeitungen wurden sie immer als grandiose Erfolge gefeiert. Wünschen wir den Heiratswilligen ebenfalls viel Glück und ein möglichst langes „Verfallsdatum“ bis zur Silbernen oder gar Goldenen, den Kirchen regen Zulauf – und den Fotografen ebenfalls! Schon manches Brautpaar hörte ich später sagen: „Die standesamtliche Trauung war ja nötig und auch aufregend, die kirchliche Trauung war aber etwas ganz Besonderes und Feierliches. Und die Bilder vom Profi sind doch ein ziemlicher Unterschied zu denen der ‚Mitknipser‘.“

Diese Einschätzung sollte man bewahren. Aber für die kirchliche Trauung gilt das gleiche wie für die Hochzeitsaufnahmen vom Fachmann: „Es ist alles eine reine Geldfrage“, war der ständige Spruch eines alten Bekannten, der damit leider nicht Unrecht hatte. Nur werden es die Betroffenen selten zugeben. Sie sagen dann lieber, daß sie mit der Kirche „nichts am Hut“ haben. Und der Fotograf mache doch nur so „gestellte“ Aufnahmen. Aber hinterher und wenn es zu spät ist, hört der „eingesparte“ Fotograf dann nicht selten, daß von den gemachten Aufnahmen nicht eine „vernünftige“ dabei war, von der sich eine Vergrößerung gelohnt hätte.

Fotografen wie Fotohändler müssen umlernen, und sie bemühen sich auch, wenn sie nicht untergehen wollen – von Schwarzweiß auf Color, von analog auf digital, manches war ein Vorteil, anderes fatal. In den Schaufenstern der Fotografen sieht man immer mehr Schwarzweißaufnahmen. Wenn sie keine „Kunst“ sind, was sie offensichtlich sein sollen, ist es ein Rückfall in die Nostalgie. Manch einer, sei es nun ein Amateur wie auch ein Profi, vergißt die analoge Fotografie nicht ganz und pendelt zwischen den beiden Verfahren. Er sucht sich das Beste für ihn heraus, was finanziell noch

machbar ist. Mit „Umdenken“ allein ist es ja nicht getan. Es kommen noch Unkosten hinzu, verbunden mit der Frage: „Rentiert sich das Ganze noch?“

Wie die letzten Meldungen für viele Unternehmen – und nicht nur für Fotografen – zeigen, wirft der Einsatz nicht mehr genug ab, um überleben zu können. Geschweige denn so, wie wir Händler, Handwerker oder beides, nämlich Atelierhändler, es gewohnt waren, als das Handwerk noch „goldenen Boden“ hatte und der Handel nicht am Fotohändler vorbei in die Billigmärkte ging.

Aber auch diese haben einige Mühe, die Wahnsinnspreise bei den Bildern zu halten. Sie werben zwar nach wie vor mit den Superpreisen, stellen dabei aber immer den Bilderpreis in den Vordergrund. Filmentwicklung und Bearbeitungsgebühr fallen weniger auf. Nicht zu übersehen ist, daß jetzt auch bei den „teureren Bildern“ Rückgaben entfallen und Reklamationen oft nur sehr unwillig ausgeführt werden. Der Wunsch des Amateurs ist nicht immer der Wunsch der Annahmestelle – ersichtlich aus der Liefertasche, die den Kunden suggeriert, was und in welcher Größe er seine Bilder bestellen sollte. Dabei lockt das Großformat 13 x 18 cm schon mit leuchtender Farbe, überboten noch vom „Idealbild 11 x 17 cm“. Wie

quickpoint

Die einzigen Diarahmen mit

* Format-Indikatoren

* Haftfixierung

* Seitenkennung

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

der Name schon sagt: winzig klein das Kleinformat 9 x 13 cm. Wobei die wenigsten noch wissen, daß es auch einmal 7 x 10 cm als Standard gab. Ein Farbbild in dieser Größe kostete in den fünfziger Jahren stolze 1,80 DM – und das in einer Zeit, wohl gemerkt, in der ein Angestellter froh war, wenn er zwischen 200 und 300 DM im Monat verdiente – dafür war er aber zufriedener. Er lachte vielleicht auch häufiger, aber das fällt ihm heute offenbar schwerer. Deshalb muß er jetzt auch beim Fotografen kein Lächeln mehr aufsetzen, zumindest nicht beim Bild für den Reisepaß! Das geforderte Bild muß bei einer genau bestimmten Größe des Kopfes frontal von vorn aufgenommen sein. Lächeln verboten! Mancher Portraitfotograf mußte sich ohnehin umstellen – nicht nur auf digital, was jetzt schon fast „normal“ ist. Die Kamera im „goldenen Mittelformat“ mit 6 x 7 cm und zehn Aufnahmen auf einem 120er Film hatte sich lange Zeit mehr als bewährt. Obwohl der Kopf beim Paßbild zwar relativ klein war und viel Raum verschenkt wurde, konnten auf Wunsch jedoch hiervon sehr gute Vergrößerungen erstellt werden. Für Eilige kam noch die Rückwand für das Sofortbild in Frage. Die Frage ist aber auch, wie lange es noch die Filme hierfür gibt? Eines steht jedoch fest: Der Fotograf von heute hat es nicht leichter, mit „Gut Licht“ in die bald beginnende Saison zu gehen, ohne nasse Füße zu bekommen. Er sollte das Alte nicht gleich wegwerfen, aber das Neue auch nicht verpassen, denn „die goldene Mitte“ bringt vielleicht kein Gold, dafür aber Silber.

**Dresden Vaterstadt
1945 • 2005****Fotos von Jochen & Harf Zimmermann**

Nachdem Dresden, eine der schönsten deutschen Städte, im Februar 1945 von den Alliierten in Schutt und Asche gelegt worden war, erholte sich die alte, aufgrund ihrer prachtvollen Bauten einstmals als „Elbflorenz“ gepriesene Residenzstadt nur langsam wieder. Die Frauenkirche, die jahrzehntelang als Mahnmal für die Bombenopfer und die Verwüstungen des Krieges galt, wurde erst in den letzten Jahren wieder aufgebaut.

Jochen Zimmermann, später als Journalist und Redakteur bei großen Tageszeitungen der DDR tätig, kehrte 1945 verwundet von der Front in seine Heimatstadt zurück. Im Sommer 1949 begann er, mit einer Kleinbildkamera



die zerstörte Stadt zu fotografieren. Diese bislang unveröffentlichten Aufnahmen sind Dokumente von besonderer Eindringlichkeit: Sie zeigen in einer ruhigen, klaren Bildersprache die erschütternden Ansichten einer Katastrophe, aber auch erste zaghafte Versuche eines Neubeginns.

Der ebenfalls in Dresden geborene Sohn von Jochen Zimmermann, der für Magazine wie Stern, Spiegel, Merian, Geo France oder New York Times Magazin tätige Fotograf Harf Zimmermann, hat nun die Arbeit seines Vaters fortgesetzt und vollendet. Er hat exakt die gleichen Orte fotografiert, an denen sein Vater mit der Kamera stand. Entstanden ist dabei ein faszinierender, Generationen überspannender Blick auf Dresden, eine außergewöhnlich anschauliche Annäherung an Geschichte und nicht zuletzt eine besondere Begegnung zwischen Vater und Sohn im Medium der Fotografie.

Dresden Vaterstadt, 1945 • 2005, Fotos von Jochen & Harf Zimmermann, 120 Seiten, 100 Abb. im Duotone, Nicolaische Verlagsbuchhandlung, Berlin 2005, 24,5 x 22,5 cm, geb. mit Schutzumschlag, ISBN 3-89479-203-5, 19,90 Euro.

**Aus der Edition Quadra:
Nord Schwarzwald
Süd Schwarzwald**

Naturliebhaber werden ihre wahre Freude an den handlichen Bildbänden mit traumhaften Naturaufnahmen aus dem Schwarzwald haben, die in der Edition Quadra im Tecklenborg Verlag erschienen sind und das ideale Mitbringsel für jede Gelegenheit darstellen.

Der Nordschwarzwald zeichnet sich durch vielfältige Landschaftsformen aus: ausgedehnte Nadelwälder, karge, moorige Hochflächen, dunkle Karsen und das tief eingeschnittene Tal der Murg. Zu allen Jahreszeiten lässt sich hier, nur wenig abseits lebendiger Touristenzentren, Stille erfahren und Natur erleben. Zwischen dem Bummel im mondänen Kurort Baden-Baden und der einsamen Wanderung entlang der Hänge des Murgtals liegen nur wenige Kilometer Fahrt.

Die Berge des Südschwarzwalds bedeckten vor gut 10.000 Jahren mächtige Gletscher und wälzten sich von dort kilometerweit in die umliegenden Täler und formten eine Landschaft, in der die Spuren der eisigen Vergangenheit noch heute deutlich sichtbar sind. Skifahrer freuen sich über schneereiche Winter. Frühling, Sommer und Herbst dagegen locken die Wanderer, denen es hier leicht fällt, dem touristischen Trubel in urwüchsige Wälder oder die tiefen Schluchten des Hotzenwaldes zu entfliehen.



Nord Schwarzwald, Naturerlebnis zwischen Murg und Mummelsee, ISBN 3-934427-60-X; Süd Schwarzwald, Landschaft zwischen Kandel und Hotzenwald, ISBN 3-934427-80-4. Je 48 Seiten, ca. 30 Abb., gebunden, 16,5 x 16,5 cm, Edition Quadra, Tecklenborg Verlag, Steinfurt 2005, je 7,80 Euro.

**R. Dorau, R. Krahm, H. Kraus:
Das dbook zur Nikon D70(s)**

Die dbook-Reihe zur Digitalfotografie bietet Titel zur praktischen Anwendung von Digitalkameras. Die neuartigen Handbücher mit digitalem Zusatznutzen versorgen ambitionierte Fotoamateure, Semiprofis und Profifotografen mit umfassenden Informationen und nützlichen Tools für den kreativen und erfolgreichen Umgang mit ihrer Digitalkamera.

Sowohl mit der Fülle der angebotenen Informationen als auch der neuartigen interaktiven Struktur geht das dbook



weit über das Originalhandbuch der digitalen Spiegelreflexkameras hinaus. So bietet es: • ein Handbuch im PDF-Format • schnelle Suche, Interaktivität und direkte Überlagerung von Bildern für Vorher-Nachher-Vergleiche oder Bilderserien • Beispielfotos im originalen RGB-Farbmodus, in hoher Auflösung und einer augenfreundlichen Darstellungsgröße • Toolbox mit nützlichen Photoshop-Aktionen zur schnellen und professionellen Nachbearbeitung digitaler Bilder • Handliches Booklet mit stabiler Spiralbindung, u. a. mit Übersichten über die Bedienelemente der Kamera und eine kurze Erläuterung der Menüfunktionen.

Das dbook zur Nikon D70s und D70 ist ein reich illustriertes und mit zahlreichen Tips angereichertes digitales Handbuch, das den Einsatz der Kamera in der fotografischen Praxis und die Weiterverarbeitung digitaler Bilder am Computer in den Vordergrund stellt. Fundiertes Grundlagenwissen und praktische Infos zum Kamerazubehör komplettieren das Themenangebot.

Rainer Dorau, Rudolf Krahm, Helmut Kraus: Das dbook zur Nikon D70(s). Grundkurs Digitale Spiegelreflexfotografie. Digitales Buch auf CD mit 18-seitigem Booklet, ca. 500 Seiten, dpunkt.verlag, Heidelberg 2006, ISBN 3-89864-359-X, 39,- Euro.

Kleinanzeigen • Personalanzeigen • Kleinanzeigen



Portra • Supra • Ultra • Metallic
 Endura-Fotopapier Blatt- / Rollenware, auch ausgefallene Oberflächen, in allen Größen.
 Optimale Ergebnisse mit Original-KODAK-Chemie.
 Gute Preise, schneller Service
 Telefon 040 / 529 86 50 www.nordfoto.de

NORDFOTO
 Versand

Gute und preiswerte Color-Chrom-
Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK	Auflagendruck
Einbildkarte nach Dia € 110,-	1500er Aufl. € 60,- p.1000 St.
2-4 Bildkarte nach Dia € 165,-	3000er Aufl. € 45,- p.1000 St.
-incl. Proof-Andruck-	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

DAYLIGHT POWER
DIE ERLEUCHTUNG

7.000 Std.
 Brenndauer
 bei 5.200 K
 (Daylight)

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

Unterlagen und Händlernachweis:
 Tel. 0 22 03 / 162 62, Fax 1 35 67
 e-mail: info@cf-photo-video.de
www.fotolicht.de

CF
 Photo-Video
 Technik

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

...die bandlose Zeit ist eingeläutet!
 Sie besitzen jetzt auch einen DVD-Player? – Super! Und was können Sie damit?
 Nur gekaufte Filme abspielen – schlecht!
 Gönnen Sie sich Ihr persönliches DVD Erlebnis und lassen Sie von uns Ihre Dias, Filme oder Videos auf DVD brennen.
 Seit 1978
Viernheimer Video Transfer
 Schultheißen Str. 9. 68519 Viernheim
 Tel.: 06204/71984

Paepke – Fototechnik
 GmbH & Co. KG

Seit mehr als 50 Jahren
 autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica **Metz** **Rollei**

Kameras • Objektive
 Dia-Projektoren
 Blitzgeräte

Das Leica-Team für Sucherkameras und Projektoren
 Rollei-Profi Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

BOWENS **Rollei**
TRADING GMBH

Neu: Produkte- und Systemberatung
 Termine auf Anfrage

40233 Düsseldorf - Albertstr. 92-94
 Telefon 0211 / 98 68 88 0 - Fax 0211 / 98 68 88 29
 e-Mail's bitte an: paepke-fototechnik@gmx.de
 Mehr Info's über uns: www.paepke-fototechnik.de



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

40832 Ratingen

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

Gelegenheits- und Stellenausschreibungen

Mein Anzeigentext lautet:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

i+fc 3/2006

Einzugsermächtigung: Ich/wir ermächtige/n Sie, den Rechnungsbetrag von meinem/unserem Konto-Nr.:
 Bankverbindung:
 BLZ:, abzubuchen.
Für Bestellungen aus der Europäischen Union: Geben Sie hier bitte unbedingt Ihre Umsatzsteuer-Identifikations-Nr. an:

Ort, Datum Unterschrift/Firmenstempel mit genauer Anschrift

Kleinanzeigen • Angebote

GAF Vertragswerkstatt

W W
ürz

FILM-FOTO-VIDEOTECHNIK KÖLN

Service für:

Foto-, Video-, Digitalgeräte
Objektive, Projektoren +
Blitzgeräte aller Systeme
Inh. S. Rottpeter

Elsterweg 7
51149 Köln (Porz-Ensen)
Tel./Fax: 02203-12136
Email: fototechnik-koeln@web.de
www.fototechnik-koeln.de

Foto-Aktienkurse

		17.02.06	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa-Gevaert	EUR	17,50	15,10	13,80	27,35
Bayer	EUR	34,96	34,60	24,79	36,37
Canon	YEN	7.260	6.947	5.400	7.340
Casio	YEN	1.922	1.987	1.339	2.165
CeWe Color	EUR	37,40	34	23,54	52,90
Dow Chemical	USD	43,98	42,61	40,63	56,42
Du Pont	USD	41,50	39,95	37,83	54,55
Eastman Kodak	USD	26,41	24,61	20,95	34,40
Fujifilm	YEN	3.696	3.790	3.353	4.090
Hewlett-Packard	USD	34,02	31,66	19,79	34,02
Hitachi	YEN	805	808	613	860
ICI	GBP	343,86	342	243,50	367
Imation	USD	44,63	45,80	32,45	84,81
Jenoptik	EUR	7,27	7,21	6,77	9,80
Konica/Minolta	YEN	1.411	1.232	928	1.472
Kyocera	YEN	10.247	9.086	7.172	10.740
Leica	EUR	8,11	4,60	4,50	7
Lintec Computer	YEN	3.023	2.753	1.445	3.390
Olympus	YEN	3.312	3.007	2.082	3.400
Samsung	KRW	673.000	680.000	452.000	740.000
Sharp	YEN	2.040	1.992	1.564	2.175
Sony	YEN	5.516	4.816	3.670	5.860
Spector	EUR	1,64	1,60	1,45	7,20
Toshiba	YEN	687	736	420	800
Varta	EUR	10,12	9	8	27,90

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

Kleinanzeigen • Verkäufe/Gesuche



Zentraler Reparatur - Service

GEDDERT

Edixa – Voigtländer – Porst –
Samsung – Service

Camcorder – Computer – Service

Film – Foto – Elektronik – HiFi – Video – TV

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

SPEZIAL REPARATUREN FÜR:

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

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

Zu verkaufen

Foto-Fachgeschäft am Boden-
see, 35 Jahre Familienbetrieb.
Tel. 07531-27233
10.00 bis 13.00 Uhr

Anzeigenschluß für Kleinanzeigen

in der Ausgabe 4/2006 ist der 14. März 2006.

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

Inserenten-Verzeichnis

Canon	4. U.	Panasonic.....	19
Casio	2. U.	Sakar	39, 43, 45
C.A.T.-Verlag.....	3. U.	Sony	7
Jobo	31	Walther	23
Loersch.....	47	Kleinanzeigen	49-50
Mitsubishi	13		

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, Video, Labor- und Studioteknik
Einem Teil der Auflage liegt die Verlegerbeilage „Der Handel“ bei.

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

Herausgeber:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Thomas Blömer, Geschäftsführer

Redaktion:

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

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

Neuheitenredaktion:

Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff,
Ulrich Vielmuth

Anzeigen:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Ralf Gruna
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 33 v. 1. Januar 2006

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Dettlef Gruss,
Dieter Heilenbach, Albert Willmann

Vertrieb:

Silke Gräfel

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:

Printpartner Digitaldruck GmbH, Bocholt

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

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



ISSN: 1430-1121

Jetzt neu im grossen foto-katalog Online:

Braun:

D600 Digitalkamera

Fujifilm:

FinePix A600

FinePix F30

FinePix F650

Olympus:

E-330

FE-115

FE-130

FE-140

μ 700

μ 720 SW

μ 810

Panasonic:

Lumix DMC-FX01

Lumix DMC-TZ1

Pentax:

Optio M10

Optio T10

Optio W10

smc DA 3,5-4,5/10-17 mm ED (IF)

Ricoh:

Caplio R30

Samsung:

Digimax L60

Digimax L85

Sony:

Cyber-shot DS-W30

Cyber-shot DSC-W50

NEWTREN



Die umfassende Produkt-Datenbank für den Fotohandel!

*Jetzt Newsletter und/oder
aktualisierte CD anfordern
bei newsifc@cat-verlag.de*

*Für [imaging+foto-contact](mailto:imaging+foto-contact@cat-verlag.de)
Abonnenten kostenlos!*



you can
Canon



**DIGITAL
IXUS**

Digital IXUS 750 Ca. 7,1 Megapixel Optischer 3fach-Zoom DIGIC-II-Prozessor 2,5"-LCD-Bildschirm www.canon.de