

imaging + foto

3
2007

contact

Größte Fachzeitschrift der Fotobranche • www.worldofphoto.de

Coolpix- Neuheiten

Sieben Kompakte
mit Nikon-
Technologie



COOLPIX



Neues Logo für Nikon Kompakt-Kameras

CeWe Color Management weist Hedge-Fond Forderungen zurück

CeWe Color Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander:
„Wir haben uns nicht erpressen lassen und werden
uns auch zukünftig nicht erpressen lassen!“ ... S. 10

Lumix hoch zehn - alle Neuen mit intelligentem Bildstabilisator

Bis zum Jahr 2009 soll Lumix mit einem
Marktanteil von 15 Prozent die Nummer eins
im weltweiten Kameramarkt werden ... S. 18

Neue Profi-SLR Canon EOS-1D Mark III

Die schnellste D-SLR der Welt mit 10,2 Mega-
pixeln, einem 3" LCD mit Live-View-Funktion,
neuem Autofokus- und Belichtungssystem
sowie überragender Geschwindigkeit ... S. 28



FÜR ALLE DIE BEI OPS NICHT AN EINEN KURIERDIENST DENKEN.



Samsung GX10

Stellen Sie sich vor:
die neue Samsung GX10 ist da.

Endlich gibt es einen innovativen Verwacklungsschutz. Das OPS-System der Samsung GX10, universell und Kosten sparend, sitzt im Gehäuse und nicht in der Optik. Selbst bei schlechten Lichtverhältnissen können Sie jetzt mit jedem System-Objektiv verwacklungsfrei fotografieren. Freuen Sie sich auch auf großartige Features wie Silikondichtung, 10 Megapixel, Antistaub-System mit Staubabsorber, Metallgehäuse und ISO 1600. Mit der Samsung GX-Serie ist eben alles vorstellbar. [imagine](#)

www.samsungcamera.de



Der Fotomarkt 2006 bot keinen Grund zur Klage

Auf hohem Niveau



Thomas Blömer, Verleger

Deutschland fotografiert weiter: Auch im vergangenen Jahr konnte der Konsumenten-Markt für Foto und ausgewählte Imaging-Produkte leicht zulegen und erreichte ein Umsatzvolumen von 6,113 Milliarden Euro. Dabei wuchsen – für manche überraschend – die Verkäufe von Digitalkameras nochmals um 5,7 Prozent und erreichten eine Menge von 7,85 Millionen Stück. Dazu kam noch eine gute halbe Million analoge Modelle. Dabei blieb der Kamera-Umsatz mit zwei Milliarden Euro stabil.

Wachstumstreiber waren wiederum die digitalen Spiegelreflexkameras: Sie legten gegenüber 2005 um

52 Prozent auf sage und schreibe 500.000 Stück zu. Dadurch belebte sich auch das Zubehör-Geschäft: 650.000 Objektive (plus 31 Prozent) und 135.000 Blitzgeräte (plus 10 Prozent) sprechen für sich. Auch der Absatz von Fotoprintern entwickelte sich mit 544.000 Stück (plus 28 Prozent) erfreulich. Und im Bereich Projektion lösten die rund 300.000 Beamer (plus 11 Prozent) die Diaprojektoren weitgehend ab.

Auch mit Taschen, Stativen, usw. war Geld zu verdienen: Der Umsatz stieg von 710 Millionen Euro im Jahr 2005 auf 820 Millionen Euro. Den noch 64 Millionen Filmen (minus 30 Prozent) standen 16 Millionen Speicherkarten (plus 18 Prozent) gegenüber.

Der Rückgang im Bildergeschäft verlangsamte sich: Auf rund fünf Milliarden Stück (minus 5 Prozent) schätzen Photoindustrie-Verband und GfK die Zahl der Farbbilder im Jahr 2006, davon entfielen 4,25 Milliarden auf Großlabore, Minilabs und Kiosks (Vorjahr: 4,575 Milliarden) und 750 Millionen auf Home Printing (Vorjahr: 677 Millionen). Dazu kommen rund 400.000 Fotobücher, die in Deutschland 2006 verkauft wurden.

Es hätte wirklich schlimmer kommen können – denn neben der ungebrochenen Nachfrage nach Spiegelreflexkameras wurden auch Kompaktkameras gut verkauft. Das ist vor allem dem

technischen Fortschritt zu verdanken: Immer mehr Kunden möchten ihre erste Digitalkamera durch ein schnelleres und besseres neues Modell ersetzen – ein Trend, der übrigens vor allem den oberen Marktsegmenten zugute kommt, denn schließlich soll die neue Kamera ja mehr können als die alte.

Experten erwarten darum für dieses Jahr im Kamerageschäft allenfalls einen leichten Rückgang, und Spiegelreflexmodelle sollen noch einmal um rund 30 Prozent zulegen. Eigentlich gibt es also keinen Grund zur Panik – meint man. Die Wirklichkeit sieht aber leider anders aus: An dem 20. Februar, an dem dieses Editorial geschrieben wurde, bot der Internet-Shop dnet.24, betrieben von Foto Thun, die vom Hersteller bis 28. Februar mit Sperrfrist versehene und erst Ende März lieferbare Sony Cyber-shot T100 bereits auf seiner Webseite an: und zwar über 80,- Euro oder gut 20 Prozent unter dem empfohlenen Verkaufspreis. Auskünfte über Ausstattung, Technik und Liefertermin gab es auch auf Anfrage nicht. So einen Mist brauchen wir hier nicht zu kommentieren – das können Sie sicher selbst.

Th. Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Nikon stellt sieben neue Coolpix-Kameras und ein neues Coolpix-Logo vor 22

Editorial

Auf hohem Niveau 3

Internationale Messen

„Made in Germany“ auf der PMA 8

Unternehmen

Kodak steigt mit neuem Geschäftsmodell ins Inkjet Home Printing ein 30

Bildergeschäft

CeWe Color Management weist Hedge-Fond Forderungen zurück 10

Das „trockene“ Tetenal ecojet System kann jetzt auch mit Noritsu Minilabs genutzt werden . . 34

Wichtiges aus worldofphoto.de 6, 39

Handel

Samsung verstärkt Präsenz beim Fotohandel . . 14

Ringfoto-Messe erwartet fast 100 Lieferanten . 32

CeWe Color Management weist Hedge-Fond Forderungen zurück

CeWe Color gilt als Musterbeispiel eines gelungenen Übergangs von der analogen in die digitale Welt: Während große Wettbewerber in den vergangenen Jahren das Handtuch warfen, wies der Großfinancier stets ansehnliche Gewinne aus und sorgte mit innovativen Produkten für Bewegung auf dem digitalen Bildermarkt. Dennoch gerieten Aufsichtsrat und Management jetzt unter den Druck internationaler Anleger, die sich in großem Umfang in die CeWe Color Holding eingekauft haben und vor einigen Wochen eine Liste mit verschiedenen Forderungen vorlegten. **Seite 10**



BILDERGESCHÄFT

Sieben neue Coolpix-Kameras und neues Coolpix-Logo bei Nikon

Nikon stellt auf der PMA sieben neue Coolpix-Kameras vor: ein Modell für die P-Serie sowie jeweils drei Kameras für die S- und die L-Serie. Highlight ist die Coolpix



P5000, die sich an Hobbyfotografen wendet, die alle Möglichkeiten einer Kompaktkamera ausschöpfen wollen.

Deshalb wurde sie so konzipiert, dass sich ihre Möglichkeiten durch verschiedene Zubehörprodukte deutlich erweitern lassen. Mit eigenen Technologien sollen sie das anspruchsvolle Image von Nikon auch im Kompaktsegment unterstreichen. Dieser Anspruch wird auch durch das neue Coolpix-Logo deutlich, das Nikon anlässlich des zehnjährigen Bestehens dieser Baureihe einführt. **Seite 22**

ZUM TITELBILD

WGO Oldenburg hat sich neu aufgestellt



Die WGO Warenhandels-gesellschaft in Oldenburg hat sich für die zukünftigen Aufgaben als Partner des Handels neu gerüstet.

Seit Anfang Februar Teil der Bunting Unternehmensgruppe aus Leer, stellte sich das aus der Wölftje-Gruppe hervorgegangene Internetunternehmen nicht nur im Geschäft mit dem Endkunden neu auf, sondern mit seinem sehr breiten Angebot aus Foto, Unterhaltungselektronik, Telekommunikation und Haushaltsgeräten auch als Lieferant des Fachhandels. **Seite 36**

HANDEL

Ringfoto lädt zur Frühjahrsmesse

Mitte März steht der Foto- und High-Tech-Branche insgesamt ein Messemarathon bevor: Doch während der Besuch der PMA in den USA für viele Fotohändler zu aufwendig ist und die Fahrt



zur CeBIT nach Hannover allein zur Begutachtung von Neuheiten für die Fotobranche kaum mehr lohnt, sollte die Ringfoto-Messe in Erlangen ein Pflichttermin für die Mitglieder und Partner der Kooperation sein. Denn die fast 100 Lieferanten und Industriepartner von AGI bis Zeiss stellen sicherlich mehr dar als nur einen repräsentativen Querschnitt. **Seite 32**

HANDEL

Samsung verstärkt die Präsenz im Fachhandel

Nach der Einführung von neun Kompaktkameras baut Samsung jetzt auch die Betreuung des Fotohandels aus.



Drei neue Außendienstmitarbeiter und ein neugestalteter Internetauftritt sollen die Präsenz bei den Kunden verstärken. „Mit der Erweiterung unseres Außendienst-Teams gehen wir einen wichtigen Schritt auf den Fotohandel zu“, erklärte Ricky Stewart, General Manager Samsung Opto Electronics. „Persönliche Betreuung ist eine wichtige Voraussetzung, damit wir

die Anforderungen unserer Handelspartner richtig erkennen und sie wirksam bei der Sortimentsgestaltung und beim Abverkauf unterstützen können.“ **Seite 14**

Zehn neue Panasonic Lumix Kameras

Nachdem Panasonic das 2003 formulierte Ziel erreicht hat, mit seinen Lumix Kameras bis Ende 2006 einen weltweiten Marktanteil von zehn Prozent zu gewinnen, strebt der japanische Elektronik-Gigant nach Höherem: Bis zum



Jahr 2006 soll Lumix nach den Worten von Mamoru Yoshida, Direktor DSC Business Unit der Panasonic AVC Networks Company, mit einem Marktanteil von 15 Prozent die Nummer eins im weltweiten Kameramarkt werden.

Zunächst sollen zehn neue Lumix Kompaktkameras, die auf einer internationalen Pressekonferenz in Paris vorgestellt wurden, neue Standards setzen. **Seite 18**

Olympus-Kameras richtig verkaufen

Das Angebot an Digitalkameras ist nahezu unüberschaubar geworden – sowohl für den Handel als auch für den Endkunden. Darunter sind viele Modelle, die sich von



ihrer Ausstattung her kaum voneinander unterscheiden. Zum Glück für den Fotohandel gibt es aber Ausnahmen, deren besondere Features eine intensivere Beratung erfordern – und dem Fotohandel

damit die Chance geben, sich als kompetenter Partner zu präsentieren. Zu der Kategorie der beratungsintensiven Kameras gehören auch einige Modelle aus dem Olympus-Portfolio, die sich mit herausragenden Merkmalen aus dem Gros der Mitbewerber abheben. **Seite 16**

HANDEL

NEUHEITEN

PROMOTION

WGO Oldenburg hat sich neu aufgestellt . . . 36

H. D. Lehmann: Promis und Profis. 46

Promotion

Die Beratung macht's: Die neuen Olympus-Modelle richtig verkaufen 16

Neuheiten 40, 43, 45

Panasonic stattet alle Kameraneuheiten mit intelligentem Bildstabilisator aus 18

Sieben Coolpix-Kameras von Nikon 22

Cyber-Shot Kompaktkameras von Sony mit Bionz-Prozessor 24

Sony stellt 18 neue Camcorder vor 27

Neue Profi-SLR Canon EOS-1D Mark III. 28

Neue Alben und Rahmen von Walther 41

Rubriken

Wirtschaftspolitische Kommentar

„Renate Künast setzt sich für japanische Hybrid-Autos ein“ 38

Video

Ulrich Vielmoth: Alles, was Recht ist (Teil 1). . . 42

Rechtstips 44

Literatur 47

Klein- und Personalanzeigen 48

Impressum 49



Immer aktuell:

www.worldofphoto.de

Samsung verstärkt die Präsenz im Fachhandel

Nach der Einführung von neun Kompaktkameras baut Samsung jetzt auch die Betreuung des Fotohandels aus.



Drei neue Außendienstmitarbeiter und ein neugestalteter Internetauftritt sollen die Präsenz bei den Kunden verstärken. „Mit der Erweiterung unseres Außendienst-Teams gehen wir einen wichtigen Schritt auf den Fotohandel zu“, erklärte Ricky Stewart, General Manager Samsung Opto Electronics. „Persönliche Betreuung ist eine wichtige Voraussetzung, damit wir

die Anforderungen unserer Handelspartner richtig erkennen und sie wirksam bei der Sortimentsgestaltung und beim Abverkauf unterstützen können.“ **Seite 14**

Zehn neue Panasonic Lumix Kameras

Nachdem Panasonic das 2003 formulierte Ziel erreicht hat, mit seinen Lumix Kameras bis Ende 2006 einen weltweiten Marktanteil von zehn Prozent zu gewinnen, strebt der japanische Elektronik-Gigant nach Höherem: Bis zum



Jahr 2006 soll Lumix nach den Worten von Mamoru Yoshida, Direktor DSC Business Unit der Panasonic AVC Networks Company, mit einem Marktanteil von 15 Prozent die Nummer eins im weltweiten Kameramarkt werden.

Zunächst sollen zehn neue Lumix Kompaktkameras, die auf einer internationalen Pressekonferenz in Paris vorgestellt wurden, neue Standards setzen. **Seite 18**

Olympus-Kameras richtig verkaufen

Das Angebot an Digitalkameras ist nahezu unüberschaubar geworden – sowohl für den Handel als auch für den Endkunden. Darunter sind viele Modelle, die sich von



ihrer Ausstattung her kaum voneinander unterscheiden. Zum Glück für den Fotohandel gibt es aber Ausnahmen, deren besondere Features eine intensivere Beratung erfordern – und dem Fotohandel

damit die Chance geben, sich als kompetenter Partner zu präsentieren. Zu der Kategorie der beratungsintensiven Kameras gehören auch einige Modelle aus dem Olympus-Portfolio, die sich mit herausragenden Merkmalen aus dem Gros der Mitbewerber abheben. **Seite 16**

HANDEL

NEUHEITEN

PROMOTION

WGO Oldenburg hat sich neu aufgestellt . . . **36**

H. D. Lehmann: Promis und Profis. **46**

Promotion

Die Beratung macht's: Die neuen Olympus-Modelle richtig verkaufen **16**

Neuheiten **40, 43, 45**

Panasonic stattet alle Kameraneuheiten mit intelligentem Bildstabilisator aus **18**

Sieben Coolpix-Kameras von Nikon **22**

Cyber-Shot Kompaktkameras von Sony mit Bionz-Prozessor **24**

Sony stellt 18 neue Camcorder vor **27**

Neue Profi-SLR Canon EOS-1D Mark III. **28**

Neue Alben und Rahmen von Walther **41**

Rubriken

Wirtschaftspolitischer Kommentar

„Renate Künast setzt sich für japanische Hybrid-Autos ein“ **38**

Video

Ulrich Vielmoth: Alles, was Recht ist (Teil 1). . . **42**

Rechtstips **44**

Literatur **47**

Klein- und Personalanzeigen **48**

Impressum **49**



Immer aktuell:

www.worldofphoto.de

Deutscher Fotomarkt ist 2006 weiter gewachsen

Der Foto- und Imaging-Markt in Deutschland ist auch 2006 wieder leicht gewachsen – und zwar auf ein Umsatzvolumen von 6,113 Milliarden Euro. Dabei legte die Zahl der Digitalkameras nochmals um 5,7 Prozent auf 7,85 Millionen Stück zu. Besonders erfreulich war die Nachfrage nach digitalen Spiegelreflexkameras, von denen 500.000 oder 52 Prozent mehr als im Vorjahr über die Ladentheken gingen. Zusammen mit gut einer halben Million analoger Modelle erreichte der Kameramarkt in Deutschland ein Niveau von 8,4 Millionen Stück und blieb damit stabil – gegen den Trend legten Single-Use Kameras um vier Prozent auf 5,7 Millionen Stück zu.

Das Zubehör-Geschäft wurde vor allem durch die erfreuliche Entwicklung bei den Spiegelreflexkameras angetrieben: Die Zahl der verkauften Wechselobjektive stieg um 31 Prozent auf 650.000 Stück, die der Blitzgeräte um zehn Prozent auf 135.000 Einheiten. Fotoprinter legten mit 544.000 Stück (plus 28 Prozent) ebenfalls erfreulich zu. Bei der Projektion übernahmen die rund 300.000 verkauften Beamer (plus elf Prozent) immer mehr die Funktion der Diaprojektoren. 64 Millionen verkauften Filmen (minus 30 Prozent) standen 2006 16 Millionen Speicherkarten (plus 18 Prozent) gegenüber.

Die Zahl der Farbbilder lag mit insgesamt fünf Milliarden Stück knapp fünf Prozent unter dem Niveau von 2005. Davon entfielen 4,25 Milliarden auf Großlabore, Minilabs und Kiosks (Vorjahr: 4,575 Milliarden) und 750 Millionen (Vorjahr: 675 Millionen) auf Home Printer. Hinzu kommen rund 400.000 Fotobücher, die 2006 in Deutschland verkauft wurden.

Auch für 2007 ist der Photoindustrieverband verhalten optimistisch. Impulse erhofft man sich vor allem durch das weiterhin wachsende SLR-Geschäft und neue Bildprodukte wie Fotobücher.

Eberhard Posern gestorben

Der langjährige Marketing-Direktor der Polaroid GmbH, Eberhard Posern, ist im Alter von 73 Jahren gestorben. Er war von 1976 bis 1995 für den Sofortbild-Spezialisten tätig. Nach seinem Ausscheiden bei Polaroid arbeitete Eberhard Posern bis zuletzt als Director Overseas Marketing Communications der weltweit verbreiteten englischsprachigen Schwesterzeitschrift von *imaging+foto-contact*, *INTERNATIONAL CONTACT*. Dabei hat er sich große Verdienste in der Steigerung der weltweiten Akzeptanz dieser Zeitschrift erworben und wurde in weiten Kreisen nicht nur wegen seiner profunden Kenntnisse des Foto- und Imaging-Marktes, sondern auch wegen seiner geradlinigen und freundlichen Persönlichkeit geschätzt.

Geschäftsleitung und Mitarbeiter des C.A.T.-Verlages trauern um einen liebenswerten Kollegen, der viel für unser Unternehmen geleistet hat und dem wir ein ehrendes Gedenken bewahren werden.



CeWe Color konsolidiert Markt in Mitteleuropa

Die CeWe Color Holding AG treibt die Marktkonsolidierung in Mitteleuropa voran und passt zugleich ihre Kapazitäten in West- und Zentraleuropa an: CeWe Color übernimmt den polnischen Großlabor-Wettbewerber Foto Classic, Tarnobrzeg, der zwei Fotolabore betreibt, sowie den tschechischen Wettbewerber Foto Star s.r.o., Teplice. Damit verbessert CeWe Color die Marktposition in beiden Ländern und erschließt neue Kunden.

In Tschechien erreicht CeWe Color bereits einen Marktanteil von 50 Prozent, in Polen von 40 Prozent. Der tschechische Wettbewerber Foto Star s.r.o. hat im Geschäftsjahr 2006 einen Fotofinishing-Umsatz von sieben Millionen Euro erzielt. Die beiden polnischen Labore haben im Geschäftsjahr 2006 einen Umsatz von 3,5 Millionen Euro erwirtschaftet. CeWe Color betreibt bereits zwei Standorte in Polen (Graudenz und Kozle). Das Unternehmen

wird kurzfristig zwei der dann vier Labore schließen, um die Auslastung zu optimieren und damit Synergiepotentiale zu heben.

In Zentraleuropa wird das Unternehmen im Geschäftsjahr 2007 die Produktionskapazitäten anpassen. Der Vorstand hat beschlossen, den Standort Nürnberg, an dem rund 170 Mitarbeiter beschäftigt sind, sozialverträglich zu schließen. Damit reagiert das Unternehmen wie angekündigt auf die sinkende Nachfrage nach analogen Fotos, die durch das stark wachsende Digitalgeschäft nicht vollständig kompensiert werden kann.

Insgesamt rechnet CeWe Color für 2007 mit einem Restrukturierungsaufwand von rund elf Millionen Euro brutto, die allerdings zu Kostensenkungen von einer Million Euro noch in diesem Jahr führen werden. Der Netto-Restrukturierungsaufwand ist nach derzeitigem Kenntnisstand somit zehn Millionen Euro. Nach Berücksichtigung des Restrukturierungsaufwands rechnet die CeWe Color Gruppe für 2007 mit einem Ergebnis vor Steuern (EBT) von 14,5 Millionen Euro.

LUMIX

(28 mm)
Weitwinkel

Kamera mit mehr Weitblick.



28 mm Weitwinkel



35 mm

Genießen Sie die große Freiheit bei der Bildgestaltung mit dem 28mm-Objektiv. Eindrucksvolle Weitwinkelaufnahmen auch aus kurzer Distanz zum Motiv. Für beeindruckende Bilder von der Crew und dem endlosen Meer.

LUMIX 28 MM WEITWINKEL-NEUHEITEN



FX30
Super Slim Stylish



TZ2
10x opt. Zoom mit 2,5" LCD



TZ3
10x opt. Zoom mit 3" LCD



Panasonic
ideas for life

Mehr Informationen unter: www.panasonic.de

„Made in Germany“ auf der PMA

Deutscher Pavillon mit 22 Ausstellern

Bereits auf der PMA 2006 präsentierte sich die deutsche Fotoindustrie mit einem repräsentativen Gemeinschaftsstand. In diesem Jahr hat sich die Zahl der Aussteller im „German Pavilion“ mehr als verdoppelt.

Vom 8. bis 11. März zeigen 22 Unternehmen auf rund 400 Quadratmetern ihre Produkte und Dienstleistungen auf der PMA.

Mit Unterstützung des Wirtschaftsministeriums, des Chemieverbands Imaging und Photo e.V. (Cipho) und des Ausstellungs- und Messe-Ausschusses der deutschen Wirtschaft e.V.

Die Aussteller im deutschen Pavillon

Ansmann Energy GmbH • Berlebach Stativtechnik • Carl Zeiss AG • Federal Ministry of Economics and Technology (BMW) • Franke & Heidecke GmbH • Heliopan Lichtfilter-Technik • Hostert Pro GmbH • Jobo AG • Leica Camera Inc. • Linos Photonics GmbH & Co. KG • Lupus Imaging & Media GmbH & Co. KG • Minox GmbH • Müllersohn • Multiblitz • Novoflex Präzisionstechnik GmbH • Omnia Fotolabortechnik GmbH • Photo Star GmbH • photokina – Koelnmesse GmbH • plawa-feinwerktechnik GmbH & Co. KG • Promaxx • Tetenal • Unomat International GmbH & Co. KG

Der deutsche Gemeinschaftsstand (Foto: PMA 2006) wird wieder vom Verband Spectaris organisiert.



(Auma) wurde der Stand von Spectaris, dem deutschen Industrie-Verband für optische, medizinische und mechatronische Technologien, organisiert. Unter den Ausstellern befinden sich Hersteller von Kameras, Blitzgeräten, Zubehör und Batterien/Akkus ebenso wie Objektiv-Spezialisten und der photokina Organisator Koelnmesse.

Die deutsche Fotoindustrie ist traditionell sehr exportorientiert und erzielt rund 60 Prozent ihrer Umsätze außerhalb der deutschen Grenzen. Nach Angaben des Verbandes Spectaris erreicht das Exportvolumen einen Umsatz von fast einer Milliarde US-\$ im Jahr. Neben Europa sind vor allem

die USA einer der internationalen Schlüsselmärkte.

Mit einem modernen Stand-Design soll der deutsche Pavillon das hohe technologische Niveau der Aussteller auch nach außen hin sichtbar machen. Außer den Ständen der einzelnen Unternehmen gibt es einen gemeinsam genutzten Bereich für Besprechungen und eine Rezeption, an der die Besucher Informationen über Produkte und Dienstleistungen der deutschen Foto- und Imaging-Industrie erhalten können.

Der deutsche Pavillon befindet sich im Obergeschoss der Südhalle des Las Vegas Convention Centers und hat die Standnummer K 181 – K 201.

Vorträge für deutschsprachige Besucher

Bei den großen Vortragsveranstaltungen auf der PMA wird eine simultane Übersetzung ins Deutsche angeboten. Zusätzlich stehen auch spezielle Vorträge für deutschsprachige Besucher auf dem Programm: **Am Donnerstag**, den 8. März, spricht Winfried Gaber, Geschäftsführer der printeria GmbH, von 14.00 bis 15.00 Uhr zum Thema „Neue Chancen für den Fotofachhandel!“ über innovative Geschäftsmodelle mit Fotobüchern und Fotogeschenken. Moderation: Werner Übelacker, Applied Business Solutions. **Am Freitag**, den 9. März, stellt Rudolf Dech (Marx AG) von 14.00 bis 15.00 Uhr aktuelle Marktforschungsergebnisse zum Geschäft mit Foto-Kiosks in Deutschland vor. Moderation: Thomas Blömer, imaging+foto-contact. **Am Samstag**, den 10. März, spricht Meik-M. Lindberg, Geschäftsführer der Fotokasten GmbH, von 14.00 bis 15.00 Uhr über innovative Online-Photofinishing-Konzepte. Moderation: Rainer Th. Schorch, Foto Schorch. **Anmeldungen** bei Elisabeth Scherer, PMA USA, E-Mail: escherer@pmai.org oder direkt vor Ort im Anmeldebereich für internationale Besucher im Obergeschoss des Las Vegas Convention Centers, South Hall.

Get closer to success.



Der **7fach optische Zoom**. Großer Zoom. Kleine Kamera. Unsichtbar in der neuen **EXILIM EX-V7**.

- > 7fach optischer Zoom
- > Mechanischer Bildstabilisator
- > 7,2 Megapixel
- > Elektronischer Filmstabilisator
- > Anti Shake DSP*
- > Manuelle Einstellungen
- > High Quality Movie** mit Stereo-Ton (auch im Format 16:9)
- > Extrahelles 6,4 cm TFT-Farbdisplay

Die neue EXILIM EX-V7 - ganz nah dran am Kunden: Im edlen Design bietet sie einen 7fach optischen Zoom. Neu ist auch der kombinierte Verwackelungsschutz, mechanisch und elektronisch. Die EX-V7 setzt völlig neue Maßstäbe im Digitalkamera-Segment.

7X OPTICAL HI-ZOOM

* Elektronischer Bildstabilisator.

** Maximale Aufnahmedauer: 10 Minuten pro Movie, H.264 Format.

CeWe Color Management weist Hedge-Fond Forderungen zurück

„Wir lassen uns nicht erpressen!“



Eigentlich gilt CeWe Color als Musterbeispiel eines gelungenen Übergangs von der analogen in die digitale Welt: Während große Wettbewerber in den letzten Jahren das Handtuch warfen, wies der Großfinisher stets ansehnliche Gewinne aus und sorgte mit innovativen Produkten für Bewegung auf dem digitalen Bildermarkt. Dennoch gerieten Aufsichtsrat und Management jetzt unter den Druck internationaler Anleger, die sich in großem Umfang in die CeWe Color Holding AG eingekauft haben. Am 25. Januar forderte der amerikanische Hedge-Fond M2

Capital Management LP, der bei Redaktionsschluss nach eigenen Angaben 10,29 Prozent des CeWe Aktienkapitals hielt, eine außerordentliche Aktionärsversammlung. Auf der Tagesordnung: die Abwahl von vier der sechs Aufsichtsratsmitglieder, Neuwahl von vier noch zu nominierenden Mitgliedern und ein Misstrauensvotum gegen die Vorstandsmitglieder Dr. Rolf Hollander, Andreas F. L. Heydemann und Michael Wefers. Ebenfalls auf der Forderungsliste: eine Sonderausschüttung von mindestens fünf Euro pro Aktie für das Geschäftsjahr 2006.

Mit dieser Forderung war David Marcus, Geschäftsführender Gesellschafter von M2 Capital, bereits am 15. Dezember in einem Brief an den CeWe Color Aufsichtsratsvorsitzenden Hubert Rothärmel herantreten. Am 16. Januar erweiterte Marcus mit der Feststellung, diese Sonderausschüttung könne „in den nächsten Jahren mehrfach wiederholt werden“, seine Geldforderungen auf die nächsten Jahre. Das erfreute auch andere Investoren: Der in Boston ansässige Hedge-Fond K Capital, der zuletzt nach Angaben der Analystenfirma GSC 7,6 Prozent des CeWe Color Kapitals hielt, erklärte seine Unterstützung für M2 Capital.

„Wir lassen uns nicht erpressen!“

Das CeWe Color Management schlug schnell zurück: „M2 Capital will CeWe Color in sehr großem Umfang Kapital entziehen“, schrieb Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander an die Aktionäre. „Schon seit einiger Zeit wurden in mehreren Briefen und Gesprächen von Hedge-Fonds immer wieder kreditfinanzierte Sonderausschüttungen in Höhe von 37 bis 120 Millionen Euro gefordert – bei 113 Millionen Eigenkapital. Nur um dieses Ziel zu erreichen, hat M2 Capital mit der Einberufung der außerordentlichen Hauptversammlung gedroht.“ Das Geld, so Hollander weiter,

werde aber in den kommenden fünf Jahren für Investitionen im Volumen von 150 bis 200 Millionen Euro benötigt. In einer Pressemitteilung wies Hollander das Ansinnen des Hedge-Fonds darum scharf zurück: „Wir haben uns nicht erpressen lassen und werden uns auch zukünftig nicht erpressen lassen.“

Schwere Vorwürfe an Management und Aufsichtsrat

In mehreren Briefen an den CeWe Aufsichtsrat und in Presseerklärungen hat M2 Capital schwere Geschütze gegen die derzeitige Unternehmensleitung aufgeföhren: CeWe Color sei

überkapitalisiert und an der Börse unterbewertet, hieß es in einer Pressemitteilung. Das Unternehmen sei zudem einer der „schlechtesten Werte“ im Index für kleine und mittelständische Unternehmen, SDAX. Bereits am 16. Januar hatte David Marcus Hubert Rothärmel attestiert: „Wir glauben, dass CeWe die schwächste Umsatzentwicklung innerhalb seines Wettbewerbs und Vergleichsumfeldes gezeigt hat. Unternehmen wie Spector erwarten wachsende Umsätze und Gewinne im Jahr 2007. Sie setzen auf Produkte mit hoher Marge...“ Später stellte M2 Capital in einer Presseerklärung fest: „CeWes Management hat jedoch versagt, die Gelegenheiten umzusetzen, die aus der Transition von analoger zu digitaler Technik resultieren. Dieses Versagen schadet den Interessen aller Gruppen, einschließlich Kunden, Mitarbeitern und langfristigen Investoren.“ Lösungsvorschlag aus derselben Presseerklärung: „Wir glauben, dass die Gesellschaft in ihr digitales Kerngeschäft und relevante Zusatzprodukte investieren sollte. Überschüssiges Kapital soll den Besitzern der Gesellschaft, den Aktionären, zurückgegeben werden.“ In zahlreichen Interviews und Presseerklärungen trat CeWe Color CEO Dr. Rolf Hollander diesen Anwürfen entgegen: „Die Behauptung, CeWe habe einen der schlimmsten Gewinn-



Offensichtlich Bargeld im Mittelpunkt: Die Internetseite von M2 Capital Management.

einbrüche hinnehmen müssen, ist falsch“, erklärte er dem *imaging+foto-contact*. „Die beiden letzten Jahre waren mit einem Vorsteuer-Gewinn von 25,5 Millionen (2005) und 21,1 Millionen (2006) die erfolgreichsten in sechs Jahren. Es hat keinen Gewinneinbruch gegeben.“

Der Vorwurf Nummer zwei, CeWe habe im Vergleich zu seinem Wettbewerbsumfeld, zum Beispiel Spector, dramatische Umsatzeinbrüche erleiden müssen, sei auch falsch, betonte Hollander. CeWe zeige vielmehr deutlich stabilere Umsätze als der Wettbewerber, und vor allem höhere Gewinne. „Im Jahr 2005 haben wir 25,5 Millionen Euro Gewinn vor Steuern gemacht und Spector 15 Millionen Euro Verlust. Im Jahr 2006 erzielte CeWe Color 21,1 Millionen Euro, Spector in den ersten drei Quartalen aber nur 300.000 Euro Gewinn.“ Auch der Behauptung von M2 Capital, das CeWe Management bekämpfe

„Wir hatten dort Probleme, weil dieser Markt sehr schwierig ist. Im Jahr 2006 haben wir den Verlust allerdings von 7,8 auf 3,1 Millionen Euro reduziert und erwarten in diesem Jahr ein positives Ergebnis.“ Im Januar hat CeWe Color in Frankreich den Einzelhandelsgiganten Carrefour als Kunden gewonnen.

David Marcus hatte auch die Planungen des Managements kritisiert und dem Vorstand eine Gewinnwarnung in 2006 vorgehalten. Dr. Rolf Hollander: „Auch falsch. Wir haben im Gegenteil eine Punktlandung auf dem prognostizierten Umsatz und Gewinn hingelegt.“

Ein weiterer Vorwurf von M2 Capital betrifft die Preispolitik von CeWe Color. Sie werde der starken Marktposition nicht gerecht, hatte David Marcus in einem Brief an das Management betont, und gebe sich mit viel zu geringen Margen zufrieden. „Auch falsch“, so Hollander dazu. „Die aggressiven Niedrigpreise von Internet-Anbietern sind für jeden Kunden über Preis-Suchmaschinen leicht zu finden. Diese Preismarken muss CeWe Color beachten, um für die Kunden attraktiv zu sein.“

„Wir brauchen keine Dekapitalisierung“

Auch das aggressive Wachstum im Digitalgeschäft, das M2 Capital ver-



Auf der CeWe Color Hauptversammlung 2006 noch friedlich: David Marcus, Geschäftsführender Gesellschafter von M2 Capital Management (rechts) und Sebastian Freitag, der die Interessen der amerikanischen Hedge-Fonds im CeWe Color Aufsichtsrat vertrat und im Februar zurückgetreten ist.



CeWe Color Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander: „Wir haben uns nicht erpressen lassen und werden uns auch zukünftig nicht erpressen lassen.“

misst, habe CeWe längst gezeigt, fuhr Hollander fort. „Wir haben im vergangenen Jahr mehr als 1,1 Milliarden digitale Bilder geprintet, das waren 34 Prozent mehr als 2005. In diesem Jahr rechnen wir mit über 1,4 Milliarden digitalen Bildern.“ Und gerade bei margenstarken neuen Bildprodukten hat CeWe Color nach Hollanders Ansicht die Nase vorn. „Wir haben das Fotobuch in den vorangegangenen anderthalb Jahren in Europa erst zu einem Massenartikel gemacht und im vergangenen Jahr 500.000 Stück verkauft.“ In neue Produkte will Hollander auch in den nächsten Jahren kräftig investieren. „Und deshalb brauchen wir keine Dekapitalisierung unseres Unternehmens, wie sie M2 Capital anstrebt. Kreditfinanzierte Sonderausschüttungen würden uns nachhaltig schwächen und unseren Wettbewerbern massive Vorteile verschaffen.“

Gerade von den Wettbewerbern droht nach Ansicht von M2 Capital

Gefahr für CeWe Color. Shutterfly und HP sahen Europa als zukunfts-trächtigen Markt, hatte David Marcus festgestellt, während das CeWe Color Management die Gelegenheiten des Internets verstreichen ließe. „Falsch“, stellte Dr. Rolf Hollander klar. „CeWe Color ist mit über 7,5 Millionen Online-Nutzern der größte Internet-Fotoservice-Anbieter in Europa und verfügt mit rund 1.000 Partnern in diesem Segment über das größte Multiplikatoren-Netzwerk, zu dem unter anderem Microsoft, Google/Picasa, Yahoo, ACD Systems und in einigen Ländern HP Snapfish gehören. Unsere Software-Applikationen sind preisgekrönt und werden von vielen Wettbewerbern kopiert. CeWe Color ist klarer Technologie- und Marktführer im Internet.“

Bleibt der Vorwurf, CeWe habe zu viel Geld und sei überkapitalisiert. „Falsch“, sagt Dr. Rolf Hollander.



„Wegen der hohen Saisonalität ist ein Liquiditätspuffer jeweils zum 31. Dezember notwendig.“

Auch die Behauptung von M2 Capital, das CeWe Color Management habe den Wunsch des Hedge-Fonds nach einer außerordentlichen Aktionärsversammlung nicht richtig kommuniziert und ihm auch nicht entsprochen, weist Hollander zurück. „Wir haben am selben Tag, an dem die Forderung

eingegangen ist, diese in einer ad-hoc-Meldung bekanntgegeben und in einer Pressemitteilung am 30. Januar 2007 kommentiert.“ Entsprochen habe man dem Wunsch allerdings bislang tatsächlich nicht, räumte Hollander ein. „Und zwar deshalb, weil der Antrag nicht formgerecht gestellt wurde. Allerdings sind wir M2 Capital sogar entgegengekommen und haben unsere ordentliche Hauptversammlung früher als üblich auf den 26. April 2007 terminiert.“

Einen weiteren Vorwurf des Hedge-Fonds, die Kommunikation des Managements mit den Aktionären sei unklar, kann Hollander ebenfalls nicht nachvollziehen. „Unsere Investor Relations finden internationale Anerkennung, zum Beispiel mit dem zweiten Platz des Investor Relations Preises der deutschen Zeitschrift Capital, dem siebten Platz in der League of American Communication Professionals (LACPI), die 1.900 Geschäftsberichte weltweit bewertete, und dem zweiten Platz beim American Design Award, wo CeWe Color aus 1.400 Geschäftsberichten weltweit als bester deutscher ausgezeichnet wurde.“ Auch bei einer Geschäftsberichts-analyse der deutschen Wirtschaftszeitung Handelsblatt landete CeWe Color auf den vorderen Plätzen.

Aktionäre, Fonds und Banken stützen Management

Die Forderungen der beiden amerikanischen Hedge-Fonds werden längst nicht von allen Aktionären geteilt. So stellte sich die Erben-gemeinschaft des Unternehmensgründers Heinz Neumüller, die Ende vergangenen Jahres ihre atypische stille Beteiligung in reguläre Aktien

wandelte und seither 27,1 Prozent des Kapitals hält, demonstrativ hinter den amtierenden Aufsichtsrat und das Management. „Die Forderungen der Hedge-Fonds nach einer kreditfinanzierten Sonderausschüttung sind scheinheilig begründet, ausschließlich auf cash out gerichtet und geeignet, Unternehmenswerte zu vernichten“, erklärten die Testamentsvollstrecker Helmut Hartig und Otto Korte. Ähnlich sieht es das deutsche Fonds-Management Unternehmen Loys. Man stimme den Hedge-Fonds zwar zu, dass Europa ein attraktiver Markt sei und in hochmargigen Bildprodukten und Zubehör-Artikeln Wachstumschancen liegen. „Loys ist jedoch der Meinung, dass der Vorstand der CeWe Color Holding AG die Dinge ebenso sieht und ja deshalb in den letzten Jahren die Weichen in diese Richtung konsequent gestellt hat“, erklärte Christoph Bruns, Geschäftsführender Gesellschafter der Loys GmbH.

Auch namhafte Banken stärken dem Vorstand und Aufsichtsrat den Rücken: „Wir sind an Ihrer Seite und werden mit Ihnen verhindern, was nicht passieren darf“, so Martin Grapentin, Vorstandsvorsitzender der Landessparkasse zu Oldenburg. Und Martina Noss, Analystin der NordLB des Landes Niedersachsen, erklärte: „Die Zurückweisung der Forderung einer kreditfinanzierten Sonderausschüttung halten wir für sinnvoll.“

Auch die Analystenfirma GSC Research hat für das Vorgehen von M2 Capital wenig Verständnis. „Wir sehen in Anbetracht der Herausforderungen, vor denen CeWe Color in den nächsten Jahren steht, keinen Grund, eine kreditfinanzierte Sonderausschüttung vorzunehmen“, erklärte das Unternehmen, das zudem feststellte, CeWe Color habe in den vergangenen Jah-

Ergebnis für 2006 im Plan

In den vorläufigen Geschäftszahlen für das Jahr 2006 hat CeWe Color ein planmäßiges Ergebnis bekanntgegeben. Das Unternehmen entwickelte knapp 2,9 Milliarden Farbbilder und erzielte einen Umsatz von rund 400 Millionen Euro. Das Ergebnis vor Steuern betrug 21,1 Millionen Euro bei einem Investitionsvolumen von 32,5 Millionen Euro.

Im Gesamtjahr stieg die Zahl der Digitalfotos um 34,3 Prozent auf über 1,1 Milliarden Prints; im vierten Quartal lag das Wachstum mit 41,7 Prozent deutlich darüber. Wichtiger Wachstumstreiber waren die Bildbestellungen über das Internet mit Zuwachsraten von 59,3 Prozent im Gesamtjahr und 76,7 Prozent im vierten Quartal. Die letzten drei Monate waren für CeWe Color auch durch die saisonbedingt starke Nachfrage nach Fotobüchern und anderen Fotogeschenken besonders erfolgreich: Der Anteil der Digitalfotos stieg im vierten Quartal auf 49 Prozent gegenüber 39 Prozent im Gesamtjahr.

Für das neue Geschäftsjahr erwartet der Vorstand, dass die Zahl der Digitalfotos die der analogen Bilder erstmalig übersteigt. Marktbedingt rechnet das Management nochmals mit einem Rückgang der Zahl der Farbbilder um rund zehn Prozent. Der Umsatz soll wegen der gestiegenen Bedeutung margenstarker Digitalprodukte allerdings nur um fünf Prozent auf 380 Millionen Euro sinken. Das Ergebnis vor Steuern und Restrukturierung ist mit 24,5 Millionen Euro geplant.

ren „stets eine aktionärsfreundliche Dividendenpolitik betrieben.“

Wechsel im Aufsichtsrat

Im Zuge der Ereignisse legte der von der Heinz Neumüller Stiftung als

Interessenvertreter von M2 Capital Management und K Capital Partners entsandte Aufsichtsrat Sebastian Freitag am 8. Februar sein Mandat nieder, weil er den Umgang des Gremiums mit den Forderungen der Hedge-Fonds nicht mittragen wollte. Die Stiftung ernannte den Nachfolger schnell: Es ist Rechtsanwalt Otto Korte, der die langfristigen Interessen der Erbgemeinschaft von Heinz Neumüller vertreten wird.



CeWe Color übernimmt Labors in Osteuropa, schließt Nürnberg

CeWe Color hat bekanntgegeben, den polnischen Wettbewerber Foto Classic, Tarnobrzeg, der zwei Fotolabore betreibt, sowie die tschechische Foto Star s.r.o., Teplice, zu übernehmen. Damit will CeWe Color den Marktanteil verbessern, der in Tschechien bereits 50 Prozent und in Polen 40 Prozent beträgt. Die tschechische Foto Star s.r.o. hat im Geschäftsjahr 2006 einen Fotofinishing-Umsatz von 7 Mio. Euro erzielt, die beiden polnischen Labore erwirtschafteten 2006 einen Umsatz von 3,5 Mio. Euro. CeWe Color betreibt bereits zwei Labors in Polen (Graudenz und Koźle) und will kurzfristig zwei der jetzt vier Labore schließen, um die Auslastung zu optimieren. In Zentraleuropa wird das Unternehmen die Produktionskapazitäten an den Markt anpassen. Der Standort Nürnberg, an dem rund 170 Mitarbeiter beschäftigt sind, soll sozialverträglich geschlossen werden. CeWe Color beabsichtigt auch, eine weitere Restrukturierungsmaßnahme in Frankreich, deren Details noch nicht bekannt sind.

Samsung verstärkt Präsenz beim Fotohandel

Direkter Kontakt

Nach der Einführung von neun neuen Kompaktkameras baut Samsung jetzt auch die Betreuung des Fotohandels aus. Drei neue Außendienstmitarbeiter und ein neugestalteter Internet-Auftritt sollen die Präsenz bei den Kunden verstärken.

„Mit der Erweiterung unseres Außendienst-Teams gehen wir einen wichtigen Schritt auf den Fotohandel zu“, erklärte Ricky Stewart, General Manager Samsung Opto Electronics, dem imaging+foto-contact. „Persönliche Betreuung ist eine wichtige Voraussetzung, damit wir die Anforderungen unserer Handelspartner richtig erkennen und sie wirksam bei der Sortimentsgestaltung und beim Abverkauf unterstützen können.“

Mit drei neuen Mitarbeitern will Samsung Opto-Electronics deshalb die Besuchsfrequenz beim Fotohandel erhöhen und neue Kunden gewinnen:

Seit Februar ist Benny Tost von Leipzig aus für das Vertriebsgebiet Süd/Ost zuständig. Er stieß aus der Versicherungsbranche zum Samsung Konzern und stieg vom Promoter über die Position des Merchandisers (verantwortlich für vertriebsunterstützende Maßnahmen) bis zum Gebietsverkaufsleiter im Bereich Mobilfunk auf. Roland Borghoff betreut jetzt zusammen mit Stephan Weber das bevölkerungsreichste Bundesland NRW für Samsung Opto-Electronics. Er kennt die Fotobranche besonders gut, denn nach einer Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann im Fotofachhandel war er bei Agfa als Gebietsverkaufsleiter tätig und arbeitete vor

seinem Eintritt bei Samsung als Key Account Manager für Printer & Photo-Systeme bei der Mitsubishi Electric Europe.

Bereits seit Ende letzten Jahres betreut Holger Bader die Samsung Kunden in Bayern. Der gelernte Fotograf ist durch seine frühere Funktion in der Geschäftsführung des Rosenheimer Traditionsunternehmens Foto Zitzlperger GmbH hervorragend mit dem Fotohandel vertraut.

„Wir sind sicher, mit den drei neuen Mitarbeitern besonders kompetente Ansprechpartner für unsere Kunden im Fotohandel gefunden zu haben“, erklärte Ricky Stewart. „Der verstärkte Kontakt zu unseren Kunden wird wesentlich dazu beitragen, dass wir unsere ehrgeizigen Ziele im Digitalkamera-Markt erreichen können.“

Neuer Internet-Auftritt

Auch im Internet verstärkt Samsung Opto-Electronics die Aktivitäten. Die

Webseite www.samsungcamera.de wurde von Grund auf neu gestaltet und zeichnet sich jetzt durch eine klarere Struktur und ein besonders ansprechendes Layout aus. Alle wichtigen Kamera-Daten können von einer integrierten Datenbank schnell abgerufen werden. Das Auffinden spezieller Informationen wird mit einer Volltextsuche über die komplette Seite erleichtert. Schnellere Ladezeiten und eine bessere Browser- und Plattform-Kompatibilität sollen den



Mit dem verstärkten Außendienst-Team stellt Samsung Opto-Electronics die bundesweite Betreuung des Fotohandels sicher.



Fachhändler und Verkäufer: eLearning – bequemes Online-Lernen für mehr Verkaufserfolg. Das von der Münchener Firma Creative Channel im Auftrag von Samsung entwickelte Trainingsportal soll in erster Linie Verkäuferinnen und Verkäufer für Kundengespräche fit machen. Das geschieht auf unterhaltsame Weise, ist kostenlos und bietet sogar die Chance auf attraktive Gewinne.

Die produktorientierten Verkaufstrainings führen auf wenigen Seiten zielgerichtet zu den wichtigsten Verkaufsargumenten für die verschiedenen Digitalkamera-Serien von Samsung Opto-Electronics. Dabei werden auch Wege aufgezeigt, möglichen Einwänden der Kunden verkaufsfördernd zu begegnen. Wer am Ende des Trainings einen kleinen Fragebogen ausfüllt, nimmt – richtige Antworten vorausgesetzt – an den wöchentlich und monatlich stattfindenden Verlosungen teil. Zum Mitmachen reicht es, sich unter www.handel.samsungcamera.de zu registrieren – der Nutzer erhält dann umgehend eine User-ID und ein Passwort für den Zugang zum Samsung eLearning Portal.

Die Internetseite soll in den nächsten Wochen und Monaten konsequent ausgebaut und unter anderem um ein spezielles Segment erweitert werden, das Informationen zu den von Samsung eingesetzten Schneider Kreuznach Objektiven enthält.

Der neue Internet-Auftritt von Samsung Opto-Electronics (www.samsungcamera.de) bietet eine klare Struktur in einem ansprechenden Layout.

Komfort für die Benutzer ebenso erhöhen wie der neustrukturierte Support-Bereich.

Umfangreiche „Infotainment“-Funktionen sollen den Besuch der Internetseite unterhaltsam und informativ machen. Dazu gibt es beispielsweise Gewinnspiele, eine Fun Zone mit Download-Möglichkeiten von E-Cards und einen Kamera-Wizzard, der dabei hilft, das richtige Modell für spezielle Kundenansprüche zu finden. Alle Seiten sind als PDF speicherbar und können leicht gedruckt oder per

E-Mail verschickt werden. Aktuelle Banner weisen auf spezielle Aktionen, Messen und Veranstaltungen hin. Über das erweiterte Händlerportal wird der Fotohandel besonders umfassend informiert, auch die Presse erhält einen eigenen, passwortgeschützten Bereich.

Samsung Camera Akademie

Zum neuen Internet-Auftritt von Samsung Opto-Electronics gehört auch ein besonderes Angebot für

NV3-Sondermodell in limitierter Auflage

Für Kunden, die das Besondere suchen, bringt Samsung Opto-Electronics jetzt die kompakte, edle und vielseitige NV3 als Sonderausgabe heraus. Sie übertrifft das hochwertige Äußere ihrer Serienschwester mit einem Design in extravagantem Ornamentlack. Unverändert ist die Vielseitigkeit der NV3, die gleich sieben Funktionen auf kleinstem Raum vereinigt: Digitalkamera, portabler Media-Player, MP3-Player, digitales Diktiergerät, E-Book, Camcorder und USB-Stick. Zudem sorgt sie als erste Digitalkamera mit eingebauten Stereo-Lautsprechern für beeindruckenden Sound. Das Sondermodell gibt es zum gleichen Preis wie die Serienkamera.





Fachhändler und Verkäufer: eLearning – bequemes Online-Lernen für mehr Verkaufserfolg. Das von der Münchener Firma Creative Channel im Auftrag von Samsung entwickelte Trainingsportal soll in erster Linie Verkäuferinnen und Verkäufer für Kundengespräche fit machen. Das geschieht auf unterhaltsame Weise, ist kostenlos und bietet sogar die Chance auf attraktive Gewinne.

Die produktorientierten Verkaufstrainings führen auf wenigen Seiten zielgerichtet zu den wichtigsten Verkaufsargumenten für die verschiedenen Digitalkamera-Serien von Samsung Opto-Electronics. Dabei werden auch Wege aufgezeigt, möglichen Einwänden der Kunden verkaufsfördernd zu begegnen. Wer am Ende des Trainings einen kleinen Fragebogen ausfüllt, nimmt – richtige Antworten vorausgesetzt – an den wöchentlich und monatlich stattfindenden Verlosungen teil. Zum Mitmachen reicht es, sich unter www.handel.samsungcamera.de zu registrieren – der Nutzer erhält dann umgehend eine User-ID und ein Passwort für den Zugang zum Samsung eLearning Portal.

Die Internetseite soll in den nächsten Wochen und Monaten konsequent ausgebaut und unter anderem um ein spezielles Segment erweitert werden, das Informationen zu den von Samsung eingesetzten Schneider Kreuznach Objektiven enthält.

Der neue Internet-Auftritt von Samsung Opto-Electronics (www.samsungcamera.de) bietet eine klare Struktur in einem ansprechenden Layout.

Komfort für die Benutzer ebenso erhöhen wie der neustrukturierte Support-Bereich.

Umfangreiche „Infotainment“-Funktionen sollen den Besuch der Internetseite unterhaltsam und informativ machen. Dazu gibt es beispielsweise Gewinnspiele, eine Fun Zone mit Download-Möglichkeiten von E-Cards und einen Kamera-Wizzard, der dabei hilft, das richtige Modell für spezielle Kundenansprüche zu finden. Alle Seiten sind als PDF speicherbar und können leicht gedruckt oder per

E-Mail verschickt werden. Aktuelle Banner weisen auf spezielle Aktionen, Messen und Veranstaltungen hin. Über das erweiterte Händlerportal wird der Fotohandel besonders umfassend informiert, auch die Presse erhält einen eigenen, passwortgeschützten Bereich.

Samsung Camera Akademie

Zum neuen Internet-Auftritt von Samsung Opto-Electronics gehört auch ein besonderes Angebot für

NV3-Sondermodell in limitierter Auflage

Für Kunden, die das Besondere suchen, bringt Samsung Opto-Electronics jetzt die kompakte, edle und vielseitige NV3 als Sonderausgabe heraus. Sie übertrifft das hochwertige Äußere ihrer Serienschwester mit einem Design in extravagantem Ornamentlack. Unverändert ist die Vielseitigkeit der NV3, die gleich sieben Funktionen auf kleinstem Raum vereinigt: Digitalkamera, portabler Media-Player, MP3-Player, digitales Diktiergerät, E-Book, Camcorder und USB-Stick. Zudem sorgt sie als erste Digitalkamera mit eingebauten Stereo-Lautsprechern für beeindruckenden Sound. Das Sondermodell gibt es zum gleichen Preis wie die Serienkamera.



Die Beratung macht's

Die neuen Olympus-Modelle richtig verkaufen

Das Angebot an Digitalkameras ist nahezu unüberschaubar geworden – sowohl für den Handel als auch für den Endverbraucher. Darunter sind viele Modelle, die sich von ihrer Ausstattung her kaum unterscheiden. Zum Glück für den Fotofachhandel gibt es aber immer noch die Ausnahmen, deren besondere Features eine intensivere Beratung erfordern – und dem Fotohandel eine gute Gelegenheit bieten, sich als kompetenter Partner zu präsentieren.

Zu der Kategorie der beratungsintensiveren Kameras gehören auch einige Modelle aus dem Olympus-Portfolio, die sich mit herausragenden Merkmalen aus dem Gros der Mitbewerber abheben.

Beispiel: BrightCapture Technologie

Diese Technologie wurde entwickelt, um bei ungünstigen Lichtverhältnissen bessere Bilder zu machen. Das geschieht in zwei Stufen: Zum einen wird in bestimmten Aufnahmemodi die Empfindlichkeit heraufgesetzt, wodurch auch ohne Blitzgerät gut belichtete Aufnahmen mit korrekter Farbwiedergabe, hohem Kontrast und exzellenter Schärfe entstehen – sogar bei Unterwasseraufnahmen. Dabei wird in manchen Situationen die Auflösung



Die Olympus μ 770 SW gehört zu den Kameras, bei denen die Verkaufsargumente nicht so schnell ausgehen: wasserdicht bis zu zehn Meter, Anzeige der Tauchtiefe im Display und Speicherung der Daten in der Exif-Datei, wasserabweisende Objektivbeschichtung, stoßfest für Fallhöhen bis 1,5 Meter, bruchstark für Belastungen bis 100 kg, frostsicher bis minus zehn Grad, BrightCapture Technologie, HyperCrystalLCD und vieles mehr.

verringert. Zu den Motivprogrammen, die von der BrightCapture Technologie profitieren, gehören beispielsweise Kerzenlicht, Nachtaufnahme und vorhandenes Licht.

Zum zweiten fließen sämtliche vom Bildsensor zur Verfügung gestellten Informationen zum LCD, wodurch die Darstellung auf dem Monitor bis zu viermal heller wird als auf konventionellen Displays. Dadurch wird die



Auch das Spitzenmodell der Einsteigerklasse, die FE-250, ist mit der BrightCapture Technologie ausgestattet.

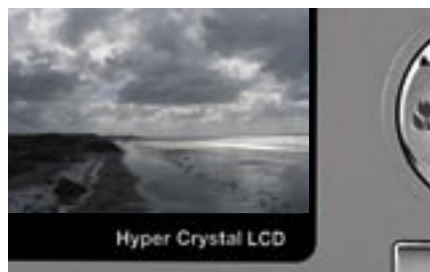
Motivauswahl bei geringem Umgebungslicht erheblich erleichtert.

Die BrightCapture Technologie ist in folgenden neuen Kameramodellen zu finden: μ 770 SW, μ 760, SP-550 UZ und FE-250.

Beispiel: HyperCrystal Display

Bei dieser in LCDs verwendeten halbdurchlässigen Technologie wird eine zusätzliche Hintergrundschicht eingesetzt, die Licht von externen Quellen reflektiert. Dadurch wird die Helligkeit des Displays gesteigert, so dass die Bilder selbst bei direkter Sonneneinstrahlung scharf und gegenüber herkömmlichen LCDs mit dreimal so hohem Kontrast dargestellt werden. Außerdem wird eine blend- und schattenfreie Anzeige bei Blickwinkeln von bis

zu 170° ermöglicht. So lässt sich die Bildgestaltung aus unterschiedlichen Winkeln einstellen, und die Ergebnisse können von mehreren Personen gleichzeitig betrachtet werden.



Die HyperCrystal LCD-Technologie kommt in der μ 770 SW zum Einsatz.

Beispiel: Guide-Funktion

Die zahlreichen Motivprogramme sind besonders für ungeübte Fotografen und in extremen Aufnahmesituationen äußerst hilfreich, erfordern jedoch ein ausführliches Studium der Bedienungsanleitung. Abhilfe schafft die Guide-Funktion der neuen μ 760, die sich bequem mit dem zentralen



Einstellrad auf der Kamerarückseite aktivieren lässt.

Mit der Guide-Funktion werden die wichtigsten Kamerafunktionen und deren Verwendung sowie die Menü-Optionen übersichtlich auf dem Display erklärt. Ohne lästiges Blättern im Handbuch wird dadurch das Fotografieren bzw. die Wahl der richtigen Kamerafunktion erleichtert – ein Ausstattungsdetail, das nicht nur Anfänger zu schätzen wissen. Besonders vorteilhaft auch, wenn man unterwegs ist und keine Anleitung zur Hand hat.

Beispiel: Dual Image Stabilization

Um Verwacklungsunschärfen durch schlechte Lichtverhältnisse, bewegte Motive oder lange Brennweiten auszuschließen, sind einige Olympus Kameras mit einem elektronischen und mechanischen Bildstabilisator ausgestattet. Während beim elektronischen Verwacklungsschutz die ISO-Empfindlichkeit automatisch erhöht wird, registriert bei dem CCD-basierten mechanischen Bildstabilisator ein Kreiselsensor Kamerabewegungen und passt die Position des CCD entsprechend an. So sind verwacklungsfreie Aufnahmen in doppelter Hinsicht garantiert. Diese Funktion ist bei den Modellen μ 760 und SP-550 UZ serienmäßig an Bord.



Bei der SP-550 UZ mit ihrem extrem großen Brennweitenbereich ist der doppelte Verwacklungsschutz ganz besonders vorteilhaft.

Beispiel: „One button, one function“

Die Modellreihe FE ist besonders bei Anwendern gefragt, die einfach und problemlos schöne Bilder machen wollen. Zu dem Erfolg dieser beliebten Serie hat nicht zuletzt das „One button, one function“-Prinzip beigetragen, bei dem für alle wichtigen Aktionen wie Aufnahme, Wiedergabe und Löschen jeweils eine separate Taste vorhanden ist, die nur mit einer Funktion belegt ist. So erlangt der Benutzer schnell die erforderliche

Sicherheit für eine perfekte Bedienung.

Beispiel: TruePic TURBO

Hinter der Bezeichnung TruePic TURBO verbirgt sich ein von Olympus entwickelter Bildprozessor, der nicht nur eine hohe Verarbeitungsgeschwindigkeit der Bilddaten garantiert, sondern auch automatisch alle die Bildqualität beeinflussenden Parameter verbessert. Dazu gehören Farbumfang, Sättigung, Helligkeit und Bildschärfe. Dieser Bildprozessor kommt bei allen Olympus Digitalkameras zum Einsatz.

Beispiel: Manometer

Eine bei Digitalkameras völlig neue Funktion ist der integrierte Manometer, der den Atmosphärendruck in der Höhe und Tiefe anzeigt. Über eine Einblendung im Kameradisplay wird der Fotograf sowohl über die aktuelle Tauchtiefe als auch über Höhenangaben informiert. Die Anzeige umfasst den Bereich von minus zehn bis 5.000 Meter und kann wahlweise in Meter- oder Feet-Angaben erfolgen. Parallel dazu wird diese Information bei einer Aufnahme in der entsprechenden Exif-Datei gespeichert, so dass diese Daten beim Betrachten und Auswerten der Bilder jederzeit zur Verfügung stehen – ganz gleich, ob die Aufnahmen unter Wasser oder im Gebirge entstanden. Kurz vor Erreichen der maximalen Wassertiefe von zehn Metern erscheint im Display eine Warnmeldung. Prädestiniert für dieses Novum ist die μ 770 SW, die für Tauchtiefen bis zu zehn Meter ausgelegt ist. Optional stehen für die μ 770 SW, wie für die meisten anderen Kameras auch, spezielle Unterwassergehäuse zur Verfügung, mit denen bis zu 40 Meter getaucht werden kann. ig

Panasonic: alle neuen Modelle mit intelligentem Bildstabilisator

Lumix hoch zehn

Nachdem Panasonic das 2003 formulierte Ziel erreicht hat, mit seinen Lumix Kameras bis Ende 2006 einen weltweiten Marktanteil von zehn Prozent zu gewinnen, strebt der japanische Elektronik-Gigant nach Höherem: Bis zum Jahr 2009, so Mamoru Yoshida, Direktor DSC Business Unit der Panasonic AVC Networks Company, auf einer internationalen Pressekonferenz in Paris, soll Lumix mit einem Marktanteil von 15 Prozent die Nummer eins im weltweiten Kameramarkt werden. Zunächst sollen zehn neue Lumix Kompaktkameras neue Standards setzen.

Sechs der neuen Modelle kommen mit Leica Objektiv, alle mit intelligentem Bildstabilisator und drei mit 28 mm Weitwinkel-Anfangsbrennweite, darunter die ultra-kompakten 10fach-Zoom-Modelle Lumix TZ und TZ2.

Zusätzlich soll in allen Modellen die Venus Engine III mit intelligenter Rauschunterdrückung zur Fortsetzung des Lumix-Erfolges beitragen: Innerhalb von vier Jahren katapultierte das Unternehmen seine weltweiten Verkaufszahlen von einer knappen Million Kameras im Jahr 2003 auf acht Mil-

lionen im Jahr 2006 und erreichte damit das selbstgesteckte Ziel von zehn Prozent Marktanteil. Möglich wurde das, so Yoshida, durch Qualität und Innovationen: So stattete Panasonic alle Lumix Kameras mit optischem Bildstabilisator aus, führte die intelligente ISO-Kontrolle ein und integrierte die Kameras in das Gesamtsortiment digitaler AV-Produkte, zu denen unter anderem die Viera Plasma Bildschirme, Printer, Projektoren und Diga DVD-Spieler mit SD-Kartenlaufwerk gehören. Diesen Weg setzt Panasonic fort: Alle neuen Modelle können Filme im Wide VGA-Format (1848 x 480 Pixel) zur formatfüllenden Wiedergabe auf 16:9-Fernsehern aufnehmen.

Intelligenter Bildstabilisator

Alle zehn Kameras der neuen Lumix Generation sind mit intelligentem Bildstabilisator ausgestattet. Dabei handelt es sich um eine Kombination des optischen Bildstabilisators mit der



Mamoru Yoshida, Direktor DSC Business Unit der Panasonic AVC Networks Company und Vorstandsmitglied des Mutterkonzerns Matsushita, erläuterte der internationalen Fachpresse in Paris seine Strategie für den Digitalkamera-Markt.

im vorigen Jahr bei einigen Modellen eingeführten intelligenten ISO-Kontrolle. Während der optische Bildstabilisator Verwacklungen durch unbeabsichtigtes Bewegen der Kamera entgegenwirkt, reduziert die intelligente ISO-Kontrolle Bewegungsunschärfen, indem die Kamera automatisch eine höhere Empfindlichkeit



Hat höhere Marktanteile schon im Blick: Yoshiiko Miyata, Geschäftsführer der Panasonic Marketing Europe.



bis zu ISO 1.250 wählt, um das Motiv mit einer kürzeren Verschlusszeit „einzufrieren“.

Neuer Venus Engine III Prozessor

Allen neuen Lumix Modellen gemeinsam ist auch der Venus Engine III Prozessor, der sich durch eine separate Unterdrückung von Helligkeits- und Farbbräunen auszeichnet. Dies geschieht so intelligent, dass die volle Rauschunterdrückung nur bei hohen Empfindlichkeiten (bis ISO 1.250 bei voller Auflösung) eingesetzt wird – bei geringeren Empfindlichkeiten unterdrückt die Venus Engine III sozusagen die Rauschunterdrückung, da diese die Feinzeichnung von Details beeinträchtigen kann. Nach Angaben von Panasonic können die neuen Lumix Kameras deshalb bei geringerem oder vergleichbarem Rauschen deutlich mehr Details aufzeichnen als vergleichbare Wettbewerbsprodukte. Ein weiterer Vorteil der Venus Engine III ist die Rechengeschwindigkeit, durch die die Auslöseverzögerung auf 0,005 bis 0,006 s zurückgeht. Ein neues Interface macht zudem das Auswählen der zahlreichen Motivprogramme einfacher – und unterhaltsam dazu: Denn die Symbole sind animiert.

Der Palette von Motivprogrammen hat Panasonic originelle Neuheiten hinzugefügt, zum Beispiel den „Haustier-Modus“, bei dem die Kamera nicht nur auf intelligente ISO-Kontrolle schaltet, sondern auch die Möglichkeit bietet – wie beim „Baby-Modus“ –, das Geburtsdatum des lieben Tieres einzugeben, damit man sein genaues Alter zum Zeitpunkt der Aufnahme kennt. Neu ist auch der „Sonnenuntergang“-Modus, der die spektakulären Farben dieses beliebten Motives so festhalten soll, wie sie das menschliche Auge sieht. Die „Datums-

stempel“-Funktion ermöglicht die Einblendung des Datums im Bild, so dass es auch mit Druckern ausgedruckt werden kann, die keine Schriften verarbeiten können.

Für alle Klassen

Die zehn neuen Lumix Frühjahrsmodelle decken alle wichtigen Zielgruppen für digitale Kompaktkameras ab: die Lumix FZ8 mit 12fach-Zoom und anspruchsvoller Ausstattung für die Super-Zoom-Klasse, die ultra-kompakten TZ3/TZ2 mit 28–280 mm (KB-äquivalent) 10fach-Zoom für die Reise, die flache FX30 für Designfreunde, die FX12 und FX10 für die Lifestyle-Einsteigerklasse und die 6fach-Zoom-Modelle LZ7, LZ6 sowie die Kameras LS75 und LS60 mit 3fach-Zoom für das Standard-Segment.

10fach-Zoom noch kleiner: Lumix TZ3/TZ2

Mit den neuen Lumix Modellen TZ3/TZ2 übertrifft Panasonic die bislang einzigartige Reisekamera TZ1 selbst. Sie sind noch kompakter und bieten



Mit Abmessungen von 105,0 x 59,2 x 36,7 mm sind die TZ3 (Bild) und die TZ2 noch kompakter als die TZ1.

eine Anfangsbrennweite von 28 mm bei einer Auflösung von 7,2 (TZ3) bzw. 6 Megapixeln. Das 10fach-Zoom Leica DC Vario-Elmar 3,3–4,9/28–280 mm besteht aus elf Linsen in neun Gruppen, darunter geringbrechende ED-Gläser und drei asphärische Linsen. Die praktische Zoom-Speicherefunktion stellt die Kamera automatisch auf die zuletzt eingesetzte Brennweite ein, auch wenn sie ausgeschaltet wurde.

Wer noch mehr Brennweite braucht, kann den Zoombereich bei der TZ3 auf 12fach (bei 5 Megapixeln) oder sogar 15fach (bei 5 Megapixeln im

Zwei neue Mini-Fotodrucker

Zu den neuen Kameras stellt Panasonic zwei handliche Thermosublimations-Fotodrucker vor: Das Farb-Display des neuen KX-PX20 ist mit einer Diagonale von 3,6" (9,1 cm) das größte, das zur Zeit in einem A6-Fotodrucker zu finden ist. Dieses Gerät bietet zudem die Möglichkeit, die Bilder über das mitgelieferte Videokabel über einen Beamer oder Fernseher vorzuführen – im 16:9-Modus aufgenommene Fotos auch formatfüllend auf entsprechenden TV-Geräten. Beide Drucker können Bilder in diesem Format auch drucken, wenn eine spezielle Kassette eingelegt wird.

Besonders komfortabel ist der KX-PX20 durch einen Doppelprozessor, der es ermöglicht, bereits das nächste Bild zu bearbeiten, während das erste ausgedruckt wird. Neben Standard-Bildern können die beiden Drucker auch Kalenderblätter, Fotorahmen und Bilder mit Effekten wie Ölgemälde, Sepia, usw. ausdrucken. Der KX-PX20 bietet zudem die Möglichkeit zum Druck von Postkarten mit Clip-Arts.

Der KX-PX2 ist als Einstiegsgerät mit einem 1,5" Farb-Display ausgestattet. Beide Printer sind in der Lage, die Bilddaten von Lumix Kameras für die Optimierung der Ausdrücke zu nutzen. Die Drucker kommen im April auf den Markt. Der KX-PX20 soll 199,- Euro, der KX-PX2 129,- (UVP) kosten.



Neuheiten

4:3-Format) erweitern, bei der TZ2 auf 13,8fach bei 3 Megapixeln (4:3). Zusammen mit der 4fach-Digitalzoom-Funktion ergibt sich bei der TZ3 ein (leider theoretischer) 60facher Zoombereich. Außer durch die Auflösung unterscheiden sich die beiden Modelle durch die Größe des Displays: 3,0" und 230.000 Pixel bei der TZ3, 2,5" und 207.000 Pixel bei der TZ2. Die TZ3 bietet zusätzlich die Möglichkeit, zwei Fotos gleichzeitig oder neun Bilder aus einem Video-Clip auf dem Display anzuzeigen.

Ein besonderes Merkmal beider Kameras ist der größere Bildsensor: Er bietet bei der TZ3 insgesamt 8,5 Millionen, bei der TZ2 7,39 Millionen Pixel bei einer Diagonale von 1/2,35 Zoll. Der Vorteil: Auch im 16:9-Modus, den alle neuen Lumix Modelle bieten, bleibt der volle Bildwinkel von ca. 75° bei 28 mm bzw. 9° bei 280 mm erhalten, da der ganze Bildkreis des Objektivs genutzt wird. Es gibt also auch im Breitbildformat keine Verschiebung der Perspektive. Praktisch ist die neue „Clipboard-Funktion“, mit der nützliche Informationen wie Stadtplan-Ausschnitte



Die FZ8 ähnelt einer kleinen SLR-Kamera.

oder Fahrpläne mit einer Auflösung von 1 oder 2 Megapixeln festgehalten, im eingebauten Speicher (12,7 MB) untergebracht und schnell abgerufen werden können.


Kompakter Zoom-Riese: Lumix FZ8

Die neue Lumix FZ8 bietet das vom Vorgänger FZ7 bekannte 12fach-Zoom Leica DC Vario-Elmarit 2,8–3,3/36–432 mm jetzt mit 7,2-Megapixel-Auflösung und Zoom-Speicher. Mehr Auflösung, nämlich 207.000 Pixel, hat auch das 2,5" große LCD. Der elektronische Sucher ist jetzt 0,44" groß und hat 188.000 Pixel. Verbessert wurden auch die manuellen Einstellmöglichkeiten. So kann der

Autofokus-Bereich mit Hilfe des Joysticks frei gewählt werden. Der Wechsel zwischen Autofokus Makro und manueller Schärfereinstellung ist auf Knopfdruck möglich. Anspruchsvolle Details wie die Bildspeicherung im RAW-Format, Zweiachsen-Weißabgleich und die Wahl zwischen zwei Zoomgeschwindigkeiten charakterisieren die Ausstattung.

Klein und schick: Lumix FX30

Mit Abmessungen von nur 94,9 x 51,9 x 22 mm ist die 7,2-Megapixel-Kamera FX30 zur Zeit (1. Februar 2007) die weltweit schlankste 28-mm-Weitwinkel-Digitalkamera. Das Leica DC Vario-Elmarit 2,8–5,6/28–100 mm bietet eine 3,6fach-Zoomfunktion; fünf der sieben Elemente sind asphärische Linsen. Die Power-LCD-Funktion des 2,5" LCD mit 207.000 Pixeln ermöglicht eine Helligkeitsanhebung um 40 Prozent. Die Autofokus-Funktion kann durch die Wahl von 5-Feld-, 3-Feld-High-speed-, 1-Feld-normal- oder High-speed- sowie Spotmessung dem Motiv angepasst werden. Häufig

Alle Lumix Modelle auf einen Blick					
	Lumix LS60	Lumix LS75	Lumix FX10	Lumix FX12	Lumix FX30
CCD-Sensor	1/2,5 Zoll	1/2,5 Zoll	1/2,5 Zoll	1/2,5 Zoll	1/2,5 Zoll
Pixel (effektiv)	6,0 MP	7,2 MP	6,0 MP	7,2 MP	7,2 MP
Objektiv	2,8–5,0/35–105	2,8–5,0/35–105	2,8–5,0/35–105	2,8–5,0/35–105	2,8–5,6/28–200
Display/Auflösung	2,0 Zoll / 85.000	2,5 Zoll / 115.000	2,5 Zoll / 115.000	2,5 Zoll / 115.000	2,5 Zoll / 207.000
interner Speicher	27 MB	27 MB	27 MB	27 MB	27 MB
Akku/Batterie	2 x AA	2 x AA	Lithium-Ionen	Lithium-Ionen	Lithium-Ionen
Maße (BxHxT)	93,7 x 62,0 x 29,7	93,7 x 62,0 x 29,7	94,1 x 51,4 x 24,2	94,1 x 51,4 x 24,2	94,9 x 51,9 x 22,0
Gewicht	181 Gramm	184 Gramm	153 Gramm	153 Gramm	154 Gramm
UVP	179,- Euro	199,- Euro	249,- Euro	279,- Euro	399,- Euro
Farbe(n)	Silber	Silber / Schwarz	Silber / Blau	Silber / Schwarz	Silber / Schwarz / Blau / Bronze

genutzte Einstellungen wie Weißabgleich, Empfindlichkeit, Bildauflösung und -kompression stehen über eine Schnellfunktionstaste ohne Umweg über das Menü zur Verfügung.

Lifestyle für Einsteiger: Lumix FX12/FX10

Bei weitgehend identischer Ausstattung bieten die Lumix Modelle FX12 (7,2 Megapixel) und FX10 (6 Megapixel) mit Metall-Gehäuse Lifestyle-Gefühl für Einsteiger. Sie sind mit einem Leica DC Vario-Elmarit 3fach-Zoomobjektiv 35–105 mm mit einer Anfangslichtstärke von f2,8 und 2,5" Farb-Display (115.000 Pixel) ausgestattet. Die Lumix FX12 wird in Silber und Schwarz, die FX10 in Silber und Blau angeboten.

6fach-Zoom in der Standardklasse: Lumix LZ7/LZ6

Diese beiden Lumix Modelle unterscheiden sich durch die Größe des LC-Displays: Es misst bei der LZ7 2,5" (115.000 Pixel) und bei der günstigeren LZ6 2,0" (85.000 Pixel). Gemeinsam haben beide einen 7,2-Mega-

pixel-Sensor und das 6fach-Zoom DC Vario 2,8–4,5/37–222 mm Objektiv. Praktisch ist der „Easy-Zoom“-Knopf: Einmaliges Drücken stellt die Brennweite sofort auf 222 mm ein, nochmaliges Drücken aktiviert die erweiterte Zoom-Funktion mit dem Faktor 9fach im 3-Megapixel-Modus. Mit einem weiteren Knopfdruck schaltet die Kamera zurück zur Anfangsbrennweite.

Die LZ7 ist in Silber und Schwarz, die LZ6 in Silber und Blau erhältlich.

Standard mit Lumix Ausstattung: LS75/LS60





Selbst die Basismodelle der Lumix Familie bieten den intelligenten Bildstabilisator, die Venus Engine III und zahlreiche weitere, interessante Ausstattungsmerkmale. 7-Megapixel-Auflösung und ein 2,5" LCD kennzeichnen die LS75. Die LS60 bietet 6-Megapixel-Auflösung und ein 2,0" LCD. Gemeinsam haben die Kameras den „Easy-Zoom“-Knopf und das 3fach-Zoom Lumix DC Vario 2,8–5,0/35–105 mm mit einer höchsten Lichtstärke von f2,8.

Schnellere Profi-Karten

Anlässlich der Vorstellung der Lumix Kameras in Paris gab Panasonic bekannt, die Palette seiner SDHC-Karten weiter auszubauen. Dabei will das Unternehmen besonders die Pro Highspeed Linie wiederbeleben. Sie bietet Übertragungsraten von bis zu 20 MB pro Sekunde. Bereits im Februar wird es in dieser Produktlinie eine 4-GB-Karte geben. Höhere Kapazitäten von 8 und 16 MB sollen im Laufe dieses Jahres folgen.

Führungsanspruch unterstrichen

Nach Ansicht von Mamoru Yoshida setzen die neuen Lumix Modelle neue Standards für den Digitalkamera-Markt: „Unsere Produkt-Palette bietet zur Zeit (1. Februar 2007 – die Red.) die meisten Modelle mit optischem Bildstabilisator, die meisten Modelle im High-Zoom-Bereich und die meisten Modelle mit 28 mm Anfangsbrennweite.“ Im Spiegelreflex-Segment soll es ebenfalls bald Neues von Panasonic geben, auch wenn darüber in Paris noch nicht gesprochen wurde.

Alle Lumix Modelle auf einen Blick					
	Lumix LZ6	Lumix LZ7	Lumix TZ2	Lumix TZ3	Lumix FZ8
CCD-Sensor	1/2,5 Zoll	1/2,5 Zoll	1/2,35 Zoll	1/2,35 Zoll	1/2,5 Zoll
Pixel (effektiv)	7,2 MP	7,2 MP	6,0 MP	7,2 MP	7,2 MP
Objektiv	2,8–4,5/37–222	2,8–4,5/37–222	3,3–4,9/28–280	3,3–4,9/28–280	2,8–3,3/36–432
Display/Auflösung	2,0 Zoll / 85.000	2,5 Zoll / 115.000	2,5 Zoll / 207.000	3,0 Zoll / 230.000	2,5 Zoll / 207.000
interner Speicher	27 MB	27 MB	12,7 MB	12,7 MB	27 MB
Akku/Batterie	2 x AA	2 x AA	Lithium-Ionen	Lithium-Ionen	Lithium-Ionen
Maße (BxHxT)	98,5 x 62,3 x 33,1	98,5 x 62,3 x 33,1	105,0 x 59,2 x 36,7	105,0 x 59,2 x 36,7	112,5 x 72,2 x 79,0
Gewicht	226 Gramm	230 Gramm	247 Gramm	257 Gramm	357 Gramm
UVP	249,- Euro	279,- Euro	399,- Euro	449,- Euro	429,- Euro
Farbe(n)	Silber	Silber / Schwarz	Silber / Schwarz	Silber / Schwarz	Silber / Schwarz

Coolpix-Neuheiten

Nikon: Sieben Kameras, neues Logo

Nikon stellt auf der PMA sieben Coolpix-Neuheiten vor: eine Kamera für die P-Serie sowie drei S- und L-Modelle. Mit eigenen Technologien sollen sie das anspruchsvolle Image von Nikon auch im Kompakt-Segment unterstreichen. Dieser Anspruch wird auch durch das neue Coolpix-Logo deutlich, das Nikon anlässlich des zehnjährigen Bestehens dieser Baureihe einführt.



Die Coolpix P5000 (hier mit externem Blitz SB400) wurde als System-Kompaktkamera konzipiert.

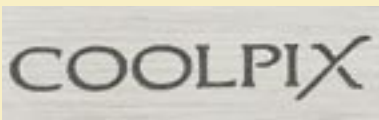
Die Coolpix P(= Performance) Serie wendet sich an Hobbyfotografen, die auf viele Möglichkeiten Wert legen. Daher wurde die neue Coolpix P5000 von Nikon als „System-Kompaktkamera“ angelegt, für die verschiedene Objektiv-Vorsätze und externe Blitzgeräte mit i-TTL-Steuerung zur

Verfügung stehen. Ein 10-Megapixel Bildsensor, das hochwertige 36–126 mm (KB-äquivalent) Nikkor Objektiv mit optischem Bildstabilisator und die höchste Empfindlichkeit von ISO 3.200 kennzeichnen dieses Modell. Eine neue Anordnung der Tasten erlaubt unkomplizierte und schnelle Handhabung.

Die neue Coolpix S200 fällt durch ihr 18,5 mm flaches und an der Frontseite gebürstetes Aluminiumgehäuse auf. Darin stecken unter anderem ein

Neues Coolpix-Logo

Anlässlich des zehnjährigen Bestehens der Kompaktkamera-Baureihe führt Nikon ein neues Coolpix-Logo ein. Es soll die Nikon-typischen Qualitätsmerkmale wie hochwertige Verarbeitung in Verbindung mit Stil, großartiger Leistung, modernster



Technologie und Benutzerfreundlichkeit ausdrücken, erklärte das Unternehmen. Dabei wurde die Form der Buchstaben dem Meißel eines Bildhauers nachempfunden, und zwar – so Nikon – „als Versinnbildlichung der Handwerkskunst und der Qualität, die in Nikon-Produkten stecken.“

In der S(= Style) Serie für Kunden, die auf Design und Kompaktheit Wert legen, bringt Nikon drei Coolpix-Modelle in hochwertigen Metallgehäusen. Edelstahl ist der Werkstoff für die Coolpix S500 mit einer effektiven Auflösung von 7,1 Megapixeln und 35–105 mm (KB-äquivalent) 3fach-Zoom Nikkor Objektiv. Nikon Bildverarbeitungstechnik, ein optischer Bildstabilisator und ein Empfindlichkeitsbereich bis ISO 2.000 stehen für gute Bildergebnisse, die kurze Auslöseverzögerung von 0,005 s für Schnelligkeit.



Die Coolpix S500 im kompakten Edelstahlgehäuse.

7,1 Megapixel-Chip, ein 38–114 mm (KB-äquivalent) Nikkor Objektiv und ein digitaler Bildstabilisator. Drahtlose Datenübertragung durch WiFi-Funktionalität bietet die neue Coolpix S50c in einem superflachen Aluminiumgehäuse, das mit seinen weich geschwungenen Linien eine



Zur besseren und schnelleren Identifizierung der Ausstattungsmerkmale werden mit den neuen Kameras auch neue Icons eingeführt.

ganz eigene Formensprache kultiviert. Zu den Ausstattungsdetails gehören ein 7,2-Megapixel-Sensor, ein 38–114 mm (KB-äquivalent) Zoom-Nikkor mit integriertem optischem Bildstabilisator und eine höchste Empfindlichkeit von ISO 1.600.

Neues Flaggschiff der populären Coolpix L(= Life) Serie für Einsteiger ist die Coolpix L12. Sie wurde vor allem für Schnappschuss-Fotografen konzipiert, erfüllt aber mit 7,1 Megapixeln, optischem Bildstabilisator, Zoom-Nikkor 35–105 mm (KB-äquivalent) und einer höchsten Empfindlichkeit von ISO 1.600 auch den Anspruch an gehobene Bildqualität und Ausstattung.

Moderne Aufnahme-Funktionen stecken auch in den Gehäusen der neuen Einsteiger-Modelle Coolpix L10 und Coolpix L11. Fünf (L10) bzw. sechs Megapixel, Nikon Bildverarbeitungstechnologie und eine Empfindlichkeit bis ISO 800 unterstützen den Fotografen dabei, auf einfache Weise gute Bildergebnisse zu erzielen.



Eine ganz eigene Formensprache spricht die neue Coolpix S50c (oben). Die Coolpix L12 ist das neue Flaggschiff der Coolpix L-Serie.

Eigene Nikon-Technologien

Bei den neuen Coolpix-Kameras setzt Nikon drei eigene Bildverbesserungstechnologien ein: Die intelligente Gesichtserkennung des Portrait-Autofokus identifiziert Gesichter im Bild und optimiert die Scharfeinstellung entsprechend. Die erweiterte Rote-Augen-Korrektur entfernt wirksam die unnatürliche Rotfärbung der Pupillen, die unter ungünstigen Bedingungen bei Blitzaufnahmen auftreten kann, und mit der einzigartigen D-Lighting-Funktion können unterbelichtete Bildpartien – etwa im Schatten liegende oder im Gegenlicht aufgenommene Motive – naturgetreu aufgehellt werden, während korrekt belichtete Bereiche unverändert bleiben. Das Ergebnis wird als zusätzliche Bilddatei gespeichert.

Coolpix	P5000	S500	S200	S50c	L10	L11	L12
CCD-Sensor	1/1,8 Zoll	1/2,5 Zoll	1/2,5 Zoll	1/2,5 Zoll	1/2,5 Zoll	1/2,5 Zoll	1/2,5 Zoll
Pixel	10 MP	7,1 MP	7,1 MP	7,2 MP	5,0 MP	6,0 MP	7,1 MP
Brennweite (KB)	36–126 mm	35–105 mm	38–114 mm	38–114 mm	37,5–112,5 mm	37,5–112,5 mm	35–105 mm
Bildstabilisator	optisch	optisch	elektronisch	optisch	–	–	optisch
Empfindlichkeit	ISO 80–3.200	ISO 50–2.000	ISO 50–1.000	ISO 50–1.600	ISO 50–800	ISO 50–800	ISO 50–1.600
Display	2,5 Zoll	2,5 Zoll	2,5 Zoll	3,0 Zoll	2,0 Zoll	2,4 Zoll	2,5 Zoll
interner Speich.	28 MB	20 MB	20 MB	20 MB	10,5 MB	10,5 MB	20 MB
Wechselspeich.	SD-Karte	SD-Karte	SD-Karte	SD-Karte	SD-Karte	SD-Karte	SD-Karte
Maße (in mm)	98 x 65 x 42	88 x 51 x 22	91 x 56 x 19	97 x 59 x 21	990 x 61 x 26	90 x 61 x 27	91 x 61 x 26
Besonderheiten	Blitzschuh	Stahlgehäuse	sehr schlank	WLAN-fähig	15 Motivprogr.	Best Shot Selector	Best Shot Selector
UVP (Euro)	419,-	329,-	249,-	379,-	139,-	169,-	199,-

Sony: Kompaktkameras mit Bionz-Prozessor Cyber-shot für die HD-Welt



Die neue Sony Cyber-shot W80 gibt es auch in Schwarz als Sondermodell W85 mit einer Tasche im Kit.

Nach der Ankündigung von drei Basis-Modellen (Cyber-shot S650, W35 und W55 – siehe *imaging+foto-contact* 1-2/2007, S. 45) stellt Sony jetzt neue Digitalkameras für das mittlere und obere Marktsegment vor. Sie alle sind mit dem Bionz-Prozessor und Optiken von Carl Zeiss ausgestattet, bieten Gesichtserkennung, doppelten Verwacklungsschutz und HD-Wiedergabe auf HD ready- oder Full HD-Fernsehgeräten. Für den Fachhandel gibt es interessante Sondermodelle.

Im oberen Segment der Cyber-shot W-Familie legt Sony die W80, W85 und W90 nach; eine W200 mit 12,1 Megapixeln soll im Mai folgen. Drei neue Modelle gibt es in der design-orientierten T-Klasse, und im Super-zoom-Segment kommen im Mai zwei Modelle mit 15fach Carl Zeiss Zoom-Objektiv.

Mehr Leistung mit Bionz

Der aus der Spiegelreflex Alpha 100 bekannte Bionz-Bildprozessor erweitert das Leistungsprofil der Cyber-shot Kompaktkameras erheblich: Die neuen Kameras erkennen automatisch bis zu acht Gesichter, stellen Schärfe und Belichtung automatisch darauf ein (das größte Gesicht wird bevorzugt) und justieren Kontrast, Bildhelligkeit und Farbe entsprechend. Die hohe Rechenleistung des Bionz-Prozessors ermöglicht zudem die Foto-Nachbearbeitung in der Kamera, zum Beispiel die Korrektur roter Augen, Weichzeichner, Sternfilter und Fischaugen-Effekte. Dabei bleibt die Originaldatei erhalten. Durch die bionz-typische hohe Rauschunterdrückung

werden zudem Empfindlichkeiten bis zu 3.200 ISO möglich.

Digitalfotos auf HD-Fernseher

Alle neuen Cyber-shots verfügen über einen HD-Output und bieten so die Möglichkeit, über ein optionales Kabel Bilder in HD-Qualität auf einen HD ready- bzw. Full HD-Fernseher zu übertragen – bei Einstellung des 16:9-Formates auch mit formatfüllender Wiedergabe. „Damit bieten wir den Kunden einen echten Mehrwert“, betonte Oliver Kaltner, Direktor Marketing Consumer Electronics und IT bei Sony. „Denn die neuen Cyber-shots bieten von der Frontlinse bis zum TV-Bildschirm sozusagen High Definition von Glas zu Glas.“

Kompakte Allrounder: W80, W85, W90

Die neuen Sony Cyber-shot Kameras W80 mit 7,2 Megapixeln bzw. W90 (8,1 Megapixel) entpuppen sich mit 35–105 mm (KB-äquivalent), f1:2,8–5,2 Carl Zeiss Vario Tessar 3fach-Zoomobjektiv, 2,5" LCD (115.000 Pixel)

und optischem Sucher als praktische Allround-Kameras in einem mit 22,9 mm überraschend flachen Gehäuse. Beide Modelle gibt es in Silber oder Schwarz; die W80 heißt in Schwarz W85 und kommt im Kit zusammen mit einer Tasche als Sondermodell für den Fachhandel auf den Markt.

Komplette HD-Lösung

Unter der Produktbezeichnung Cyber-shot DSC-W80HDPR bringt Sony eine komplette HD-Lösung für das Wohnzimmer heraus: Sie besteht aus einer W80 Digitalkamera sowie einem Dock und einem Drucker im Design der Sony Bravia TVs zum direkten Anschluss an HD ready- oder



Als HD-Komplettlösung W80HDPR kombiniert Sony eine Cyber-shot W80 mit einem Dock und einem Drucker im Design der Sony Bravia TVs.

Full HD-Fernsehgeräte. Die Übertragung der Bilddaten erfolgt in Full HD 1.920 x 1.080 Pixeln. Die Docking Station dient auch als Ladegerät für die

Kamera; der Drucker braucht für ein 10 x 15 cm-Foto je nach Auflösung zwischen 50 und 60 Sekunden. Zum Lieferumfang gehört eine Fernbedienung, mit der die Bildwiedergabe am Fernseher einschließlich der Möglichkeit einer Slide-Show gesteuert wird.

Edel: T20, T25, T100

Die neuen Cyber-shot T-Modelle treten die Nachfolge der T10 bzw. T50 an und bieten eine Auflösung von 8,3 Megapixeln. Die T20 ist in Schwarz



Die neue Cyber-shot T20 löst die erfolgreiche T10 ab.



Superflach, elegant und mit 5fach-Zoom: die neue Cyber-shot T100.

und Silber erhältlich und mit einem 38–14 mm (KB-äquivalent) f1:3,5–4,3 Carl Zeiss Vario Tessar Zoom-Objektiv ausgestattet, das wie bei allen T-Modellen senkrecht in die Kamera eingebaut ist. Das 2,5" LCD hat eine Auflösung von 230.000 Pixeln. Unter der Bezeichnung T25 verbirgt sich eine identische Kamera speziell für den Fachhandel, zu deren Lieferumfang ein HD-Komponentenkabel zur direkten Ausgabe der Bilddaten

auf ein HD ready- oder Full HD-Fernsehgerät gehört.

Die neue Cyber-shot T100, erhältlich in Silber und Schwarz, bietet ein 35–175 mm (KB-äquivalent) f1:3,5–4,4 Carl Zeiss Vario Tessar Zoom-Objektiv und eine 3" LCD mit 230.000 Pixeln.



15fach-Zoom: die Cyber-shot H7

15fach-Zoom: H7, H9

Die neue Sony Cyber-shot H7 bietet mit einem 15fach Carl Zeiss Vario Tessar Zoom-Objektiv eine Brenn-

UND WAS SEHEN SIE?



**GESCHÄFTSERFOLG BRAUCHT PHANTASIE ...
... UND INNOVATIVE TECHNIK UND ANWENDUNGEN.**

Machen Sie sich Ihr Bild von der digitalen Fotografie auf der CeBIT 2007:

- ✓ Aktuelle Digital Imaging Technik zum Anfassen und Ausprobieren
- ✓ Digitalkameras, Fotodrucker, Software und Zubehör im Praxis-Workflow
- ✓ Das Highend-Fotostudio: Digitalrückteile, Large Format Drucker, Colourmanagement
- ✓ Knowhow, Präsentationen, Vorträge rund um die Fotografie
- ✓ Fotostudio-Aktionen, Publikums-Shootings, Foto-Wettbewerbe, Ausstellungen

The leading business event
for the digital world



HANNOVER
15.–21.3.2007
cebit.com

Deutsche Messe
Hannover · Germany

Deutsche Messe · Messegelände
Hannover, Germany · Tel: +49-511/89-0 · cebit@messe.de

Neuheiten

weite von 31–465 mm (KB-äquivalent) bei einer Lichtstärke von f 1:2,7–4,5. Wer noch mehr Flexibilität braucht, kann auf verschiedene Konverter und Vorsatzlinsen zurückgreifen. Das 2,5" Farb-LCD hat eine Auflösung von 115.000 Pixeln. Die weitgehend identische H9 zeichnet sich durch ein schwenkbares 3" LCD mit 230.000 Pixeln aus.



Mit 12,1 Megapixeln soll die Cyber-shot W200 auf den Markt kommen.

„Eines der wichtigsten Geschäftsfelder“

Anlässlich der Vorstellung der neuen Cyber-shot Modelle betonte Sony Geschäftsführer Manfred Gerdes die Wichtigkeit des Digitalkamera-Geschäfts für den UE-Riesen: „Digitalkameras machen bereits 20 Prozent unseres Umsatzes aus und sind deshalb eines der wichtigsten Geschäftsfelder.“ Dabei rechnet Sony auch für 2007 mit einem wachsenden Markt, denn viele Kunden erwerben jetzt ihre zweite oder gar dritte Digitalkamera. „Von dieser Nachfrage wollen wir profitieren und in diesem Jahr nach Wert die Nummer zwei im Markt werden“, erklärte Gerdes. „Und das werden wir auch erreichen: durch technologische Highlights, eine intensive Zusammenarbeit mit dem Fachhandel und intensive Kommunikation mit dem Endkunden.“

Die im letzten Jahr eingeleitete Neuausrichtung des Vertriebs beginnt nach Ansicht von Gerdes zu greifen: „Der Warenverkehr über die Grenzen hinweg geht deutlich zurück, die

Reaktion des Fachhandels ist sehr positiv, und auch die Kooperationen wissen zu schätzen, dass wir die Margen für ihre Mitglieder verbessern“, erklärte Gerdes im Gespräch mit imaging+foto-contact. Zu der neuen Vertriebsstrategie gehöre ein klares Anforderungsprofil für die Handelspartner, aber auch eine umfassende Unterstützung durch Sony, erklärte Gerdes. „Wir wollen gemeinsam mit dem entsprechenden Händler das

passende Sortiment zusammenstellen und vermarkten. Dazu gehört die Ausbildung des Verkaufspersonals, die Steuerung des Durchverkaufs und eine partnerschaftliche Jahresplanung mit regelmäßiger Kontrolle, ob die Ziele auch erreicht werden.“ Mit speziellen Produkten und Sondermodellen für qualifizierte Vertriebskanäle will Sony sicherstellen, dass beide Seiten von der Zusammenarbeit profitieren.

Sony Cyber-shot W80, W85, W90, T20, T25, T100, H7, H9

Gemeinsame Pluspunkte

- + schneller, leistungsfähiger Bionz-Bildprozessor
- + automatische Gesichtserkennung
- + HD-Output für Wiedergabe der Bilder in HD-Qualität auf HD ready/ Full HD-Fernsehgeräten
- + hohe Empfindlichkeit bis zu 3.200 ISO
- + MPEG-Movie VX fine (640 x 480 Pixel, 30 Bilder pro Sekunde)

Ausstattung

Cyber-shot DSC-W80

- 7,2 Megapixel, 35–105 mm Carl Zeiss Vario Tessar 3fach-Zoom-Objektiv
- 2,5" LCD

Vorgänger-Modell:

DSC-W70

verfügbar ab: 26. April 2007

UVP: 279,- Euro

Cyber-shot DSC-W85

- wie W80, Sondermodell für den Fachhandel mit Tasche

Cyber-shot DSC-W90

- wie W80, aber mit 8,3 Megapixeln

Cyber-shot DSC-T20

- 8,3 Megapixel
- 38–114 mm Carl Zeiss Vario Tessar 3fach-Zoom-Objektiv
- 2,5" Farb-LCD (230.000 Pixel)

Vorgänger-Modell:

DSC-T10

verfügbar ab: 19. April 2007

UVP: 349,- Euro

Cyber-shot DSC-T25

- wie T20, Sondermodell für den

Fachhandel in Schwarz mit HD-Komponentenkabel im Lieferumfang

UVP: 379,- Euro

Cyber-shot DSC-T100

- wie T20, aber 35–175 mm Carl Zeiss Vario Tessar 5fach-Zoom-Objektiv und 3" LCD (230.000 Pixel)

verfügbar ab: 22. März 2007

UVP: 449,- Euro

Cyber-shot DSC-H7

- 8,3 Megapixel
- 31–465 mm Carl Zeiss Vario Tessar 15fach-Zoom-Objektiv
- 2,5" LCD (115.000 Pixel)

Vorgänger-Modell:

DSC-H2

verfügbar ab: 17. Mai 2007

UVP: 449,- Euro

Cyber-shot DSC-H9

- wie H7, aber mit schwenkbarem 3" LCD (230.000 Pixel)

Vorgänger-Modell:

DSC-H5

verfügbar ab: 17. Mai 2007

UVP: 499,- Euro

Sonys neue Camcorder

Ein breites Sortiment mit 18 Modellen

Sony präsentiert in diesem Frühjahr ein breitgefächertes Camcorder-Sortiment. Ob Mini-DV, DVD, Aufnahmen auf Festplatte oder in High Definition – die 18 neuen Camcorder bieten für jeden Anspruch das passende Modell.

Für höchste Auflösung auf DVD oder Mini-DV sorgen die vier Modelle im High Definition-Format 1.080i. Der HDR-UX3 und HDR-UX7 filmen auf Mini-DVDs und im von Sony mitentwickelten Format AVCHD (Advanced Video Codec High Definition). Sie sind geeignet für Double Layer-DVD-Rohlinge, die im Long Play-Modus High Definition Videos mit bis zu 60 Minuten Länge aufnehmen können. Mit einem Akku der neuesten H-Serie halten beide Camcorder fünf Stunden durch. Die Modelle HDR-HC5 und HDR-HC7 bleiben bis zu zwei Stunden länger aktiv. Sie nutzen die konventionellen Mini-DV-Cassetten als Speichermedium. Die UVPs lauten: 1.499 Euro für den HDR-HC7 und 1.199 Euro für den HDR-HC5. Die AVCD-Geräte gibt es seit März. UVP: 1.399 Euro für den HDR-UX7 und 999 Euro für den HDR-UX3.

HDD

Sony hat bei den neuen HDD-Modellen die Festplattenkapazität erweitert. Der DCR-SR32 und der DCR-SR52 haben eine Speicherkapazität bis zu 30 GB, die Modelle DCR-SR190 und -SR290 speichern bis zu 40 GB, und der DCR-SR72 bietet mit 60 GB Platz für bis zu knapp 43 Stunden Videoaufnahmen oder alternativ für 9.999



Fotos. Die Top-Modelle SR190 und SR290 sind mit einem ClearVid CMOS-Bildsensor ausgestattet, der Fotoaufnahmen mit einer Auflösung von vier bis sechs Megapixeln ermöglicht. Ein besonderes Feature bei Sonys neuen HDD-Camcordern ist ein doppelter Erschütterungsschutz, der den empfindlichen Schreibmechanismus der Festplatte vor Stößen sichert. Sonys neue HDD-Camcorder sind ab April lieferbar. UVPs: DCR-SR290 (nur für Foto-Fachhandel lieferbar): 999 Euro; DCR-SR190: 849 Euro; DCR-SR72: 749 Euro; DCR-SR52 (nur für Fachhandel lieferbar): 649 Euro; DCR-SR32: 599 Euro.

DVD

Fünf Modelle umfasst Sonys neueste DVD-Camcorder-Serie. Die Geräte tragen die Produktbezeichnungen DCR-DVD106, -DVD109, -DVD306, -DVD406 und -DVD506. Bei allen fünf Camcordern können Double-Layer Discs verwendet werden, wodurch sich die maximale Aufnahmedauer pro Rohling von 60 auf 110 Minuten erhöht, ohne dass die Disc gewendet werden muss. Für die Speicherung

von Fotos ist jeder Camcorder mit einem Memory Stick Duo Einschub ausgestattet. Dank der unkomplizierten Menüführung sind die Camcorder intuitiv bedienbar. Tips auf dem LC-Display und Bedienknöpfe am Monitor erleichtern die Handhabung zusätzlich. Den DCR-DVD106 ausgenommen, zeichnen alle neuen Sony DVD-Camcorder den Ton in Dolby Digital 5.1 auf. Die Modelle DCR-DVD106 (449 Euro), DCR-DVD109 (499 Euro, nur für den Fachhandel) und DCR-DVD306 (549 Euro) sind seit Februar lieferbar. Die Modelle DCR-DVD406 (749 Euro) und DCR-DVD506 (899 Euro) sind ab März lieferbar.

Mini-DV

Im Mini-DV-Segment präsentiert Sony vier neue Modelle. Die neuen Camcorder sind mit Carl Zeiss Vario Tessar Objektiven mit 20-, 25-, bzw. 40facher optischer Zoom-Funktion ausgestattet. Der Weitwinkelbereich konnte im Vergleich zu den Vorgängermodellen nochmals deutlich erweitert werden. Zum Standard gehören außerdem ein elektronischer Bildstabilisator (Super-Steady-Shot), die Nachtaufnahme-Funktion (NightShot) und umfangreiche Belichtungsautomatiken. Der HC47 ist außerdem mit dem neuen Auto Slow-Shutter-Modus (automatische Verschlusszeiten-Anpassung von 1/25–1/215 Sekunde) ausgestattet.

Sonys neue Mini-DV-Camcorder sind seit Ende Februar lieferbar. Die empfohlenen Verkaufspreise lauten: 449 Euro (DCR-HC47); 369 Euro (DCR-HC45); 349 Euro (DCR-HC37) und 329 Euro (DCR-HC27). miz

Neuheiten

Neue Profi-SLR Canon EOS-1D Mark III

Von Grund auf neu

Canon hat mit der EOS-1D Mark III eine neue SLR für Profis angekündigt. Die Nachfolgerin der EOS-1D Mark II wurde von Grund auf neu konstruiert. Wichtigste Merkmale: 10,2 Megapixel, 3" LCD mit Live-View-Funktion, neues Autofokus-System, neue Mehrfeld-Belichtungsmessung und überragende Geschwindigkeit.

Äußerlich wurde das Magnesium-Gehäuse der neuen Profi-SLR im Vergleich zum Vorgänger um sechs Pro-

zent leichter, bei verstärktem Bajonett und umfassendem Schutz- und Spritzwasserschutz, der auch bei angesetztem Zubehör wie dem neuen Blitzgerät Speedlite 580EX II wirksam ist. Damit ist das gesamte System voll outdoorfähig. Staub auf dem Sensor wird jetzt mit dem „EOS- Integrated-Cleaning-System“ bekämpft: Bereits die Konstruktion der Kamera-Mechanik minimiert Staub-Abrieb, Antistatikttechnologien auf dem Infrarot-Sperrfilter reduzieren die Staubanziehung und die selbstreinigende Sensoreinheit schüttelt kleine Partikel mit hochfrequenten Schwingungen ab. Zusätzlich können sichtbare Partikel im Bild mit dem software-basierten



Ultraschnell und voll outdoorfähig: die neue Canon Profi-SLR EOS-1D Mark III.

„Dust Delete Data“-System nach der Aufnahme entfernt werden.

Zwei DIGIC II Prozessoren

Die EOS-1D Mark III ist mit zwei DIGIC II Prozessoren ausgestattet, die die Bilder statt mit 12 Bit (wie beim Vorgänger) jetzt mit 14 Bit Farbtiefe pro Kanal verarbeiten. Das bedeutet eine Vervierfachung der Farbinformation. Zudem machen die beiden Prozessoren die neue Profi-SLR rasend schnell: Sie ist nach 0,2 Sekunden aufnahmebereit, kann über 100 Megapixel Bilddaten pro Sekunde erfassen und verarbeiten sowie 110 große JPEG Bilder in Folge (30 bei

Canon EOS-1D Mark III

Pluspunkte

- + umfassende Profi-Ausstattung
- + schnellste D-SLR der Welt mit 10 Bildern pro Sekunde und maximal 110 großen JPEG-Bildern (30 bei RAW-Dateien)
- + auch mit angesetztem Zubehör schmutz- und spritzwassergeschützt
- + neues AF-System mit 19 Kreuzsensoren
- + neues Belichtungssystem mit 63 Sektoren
- + 3" LCD mit Livebild-Funktion



UVP: 4.307,59 Euro
lieferbar ab: Ende April 2007

Ungewohnte UVPs

Seit Anfang dieses Jahres wirken die Preisempfehlungen von Canon ungewohnt: 306,74 Euro für die Ixus 70, zum Beispiel, scheinen sich nicht an den in Deutschland üblichen Eckpreisen zu orientieren. Das hat, so Jürgen Schmitz, Direktor Marketing Consumer Imaging bei Canon Deutschland, einen einfachen Grund: „Die Netto-Preise für Canon-Produkte gelten europaweit. Aufgrund unterschiedlicher Mehrwertsteuer-Sätze in den einzelnen Ländern ergeben sich deshalb empfohlene Verkaufspreise, die tatsächlich ungewöhnlich erscheinen. Die endgültige Entscheidung über den Preis eines Produktes trifft allerdings der Fotohandel.“

RAW Dateien) mit einer maximalen Geschwindigkeit von 10 Bildern pro Sekunde aufnehmen. Der 10,1 MP CMOS Sensor in der APS-H-Größe 28,1 x 18,7 mm (Verlängerungsfaktor 1,3 gegenüber KB) bietet einen Empfindlichkeitsbereich von 100–3.200 ISO nach Canon Qualitätsstandard. Mit kleinen Kompromissen in Dynamik bzw. Rauschverhalten ist er auf 50 bzw. 6.400 ISO erweiterbar. Da die Kamera nach Angaben von Canon auch bei 3.200 ISO nur ein geringes Rauschen aufweist, ist die Rauschunterdrückung zugunsten einer höheren Detailwiedergabe standardmäßig ausgeschaltet.

Noch mehr Präzision

Das neue Autofokus-System verfügt nun über 19 Kreuzsensoren, die von 26 Hilfsmesspunkten unterstützt werden. Der Sucher ist größer und heller geworden, und das Belichtungssystem der Kamera arbeitet jetzt mit 63 Sektoren.

LCD mit Livebild-Funktion

Das helle 3" LCD hat eine Auflösung von 230.000 Pixeln und bieten erstmals in der EOS-Serie eine Live-View-Funktion, bei der das Bild nach Hochklappen des Spiegels bei geöffnetem Verschluss direkt vom Aufnahme-Sensor erzeugt wird. Das Menü-System wurde neu gestaltet und an die Größe des Displays angepasst. Es bietet eine Auswahl von 57 benutzerdefinierten Funktionen mit 156 Einstellungen, von denen häufig verwendete Parameter mit der neuen „My Menu“-Funktion separat gespeichert und schnell abgerufen werden können. Auch Zubehör, zum Beispiel der Blitz Speedlite 580EX II und der Wireless Fire Transmitter WFT-E2, kann über das LC-Display gesteuert werden.

Zuwachs in der Canon Kompaktklasse:

Zweimal Ixus, zweimal PowerShot

Mit je zwei Modellen erweitert Canon zur PMA die PowerShot- und Ixus-Familie. Allen gemeinsam ist der DIGIC III Bildprozessor, der unter anderem Rauschunterdrückung bis 1.600 ISO, Gesichtserkennung mit Schärfe und Belichtungsoptimierung sowie Rote-Augen-Korrektur im Wiedergabe-Modus ermöglicht. Wichtige Daten wie ISO-Wert, Belichtungszeit und Blende werden jetzt im Display angezeigt und in der Exif-Datei abgespeichert.



Mit Bildstabilisator: PowerShot A570 IS

Die PowerShot A560 und die PowerShot A570 IS sind mit einem 7,1 Megapixel CCD und einem 35–140 mm (KB-äquivalent) 4fach-Zoom-Objektiv mit der Lichtstärke 1:2,6–5,5 sowie 2,5" Display ausgestattet. Die A560 bietet 14, die A570 IS 19 Motivprogramme, wobei das Unterwasser-Programm für den Einsatz mit dem Gehäuse WP-DC12 konzipiert ist. Bei der PowerShot A570 IS, die auch manuelle Eingriffe in die Belichtung erlaubt, stehen die Buchstaben IS für den optischen Bildstabilisator.

Lieferbar sind die beiden PowerShots ab Mitte März. Der UVP beträgt 306,74 Euro (A570 IS) bzw. 255,44 Euro (A560).

Typisch Ixus

Im typischen „Box and Circle“-Design der Ixus-Familie präsentieren sich die neue Digital Ixus 70 und Digital Ixus 75 – beide mit 7,1 Megapixeln, 35–105 mm (KB-äquivalent) 3fach-Zoom und hochauflösendem PureColor-Display. Dieses ist bei der IXUS 70 2,5", bei der 75 3" groß.

Interessant ist bei beiden Kameras die Video-Funktion in VGA-Qualität mit 30 Bildern pro Sekunde oder in QVGA (320 x 240 Pixel) mit 60 Bildern für die Wiedergabe im Zeitlupen-Modus. Zudem gibt es einen Zeitraffer: Im Abstand von zwei Sekunden aufgenommene Bilder werden mit 15 Bildern pro



Klassisch: Digital Ixus 70

Sekunde in VGA-Auflösung wiedergegeben. Die außerordentlich kompakte Ixus 70 erinnert in ihrem eckigen Design stark an die „Ur-Ixus“ und ist im silberfarbenen Gehäuse wahlweise mit schwarzen oder weißen Applikationen zu einem UVP von 306,74 Euro erhältlich, die Ixus 75 mit eher geschwungenem Gehäuse für 337,51 Euro. Die neuen Canon Kompaktkameras kommen Mitte März auf den Markt.



Elegant: Digital Ixus 75

Kodak: Einstieg ins Inkjet Home Printing mit neuem Geschäftsmodell

Drucken ohne Preis-Schock

Mit einem selbst entwickelten System aus Druckern, Tinten und Fotopapieren will Kodak den Inkjet-Druck zu Hause preiswerter, schneller und einfacher machen. Zu den zunächst zwei Multifunktionsdruckern gibt es auch ein neues Geschäftsmodell: Günstige Tinten sollen den Preis für ein 10 x 15 cm Inkjet-Foto im günstigsten Fall auf 0,10 Euro drücken.



Der neue EasyShare 5300 Inkjet-Drucker (ganz links) kann auch scannen und kopieren. In den USA soll das mit einem 3" LCD ausgestattete Gerät 199,- US-\$ kosten. Der EasyShare 5500 Drucker bietet zusätzlich eine Fax-Funktion. Ein Preis in den USA: 299,- US-\$.

Mit der Entwicklung des neuen Inkjet-Systems will Kodak den Markt für Home Printing insgesamt vergrößern. „Der Marktanteil von Home Printing geht seit Jahren zurück“, erklärte Magnus Felke, Direktor Future Product Marketing in Kodaks Kaliforniens San Diego Systems Division, auf einer Pressekonferenz in München. „Im Jahr 2003 wurden noch 79 Prozent aller digitalen Bilder zu Hause gedruckt, im Jahr 2009 werden es nach Ansicht von Experten nur noch 29 Prozent sein.“ Der Grund dafür, so zitierte Felke Marktstudien der amerikanischen Unternehmen InfoTrends und Lyra Research, liege vor allem in den hohen Kosten für die Verbrauchsmaterialien, besonders für die Tinte.

Eigene Drucker-Technologie

Die neuen Kodak Inkjet-Drucker EasyShare 5300 und 5500 arbeiten mit zwei Tintenkartuschen – eine mit schwarzer Tinte für den Dokumentendruck und eine Farbpatrone mit fünf Tinten: cyan, magenta, gelb, fotoschwarz und eine farblose Tinte, die besonders gleichmäßigen Glanz gewährleisten soll.

Kodak hat einen eigenen, fest in den Drucker eingebauten Druckkopf mit 3.840 Düsen entwickelt, der durch mikrop präzise Platzierung der Tröpfchen in variabler Größe von 2,7 oder 6,5 Picoliter „Laborqualität“ gewährleisten soll.

Dabei dauert der Ausdruck eines 10 x 15 cm Fotos nur 28 Sekunden – 20 Bilder sind also nach 10 Minuten fertig. Auch im Dokumentendruck kann sich die Geschwindigkeit der Kodak Drucker mit 32 Schwarzweiß- bzw. 22 Farbseiten pro Minute sehen lassen. Beide Geräte sind mit Laufwerken für Speicherkarten der gängigen Formate ausgestattet und verfügen über eine USB Schnittstelle zum Direktdruck von Speichersticks, Festplatten und Digitalkameras mit PictBridge. Um den Fotodruck einfacher zu machen, bietet Kodak jetzt Inkjet-Papiere mit einem Barcode auf der Rückseite an, mit dessen Hilfe die Drucker automatisch erkennen, welches Material ein-



Die neuen Kodak Drucker arbeiten mit zwei Tintenpatronen: eine schwarze für den Dokumentendruck und eine mit fünf Tinten für Farbe und Foto.

gelegt ist und die entsprechenden Einstellungen vornehmen. Die doppelt ausgelegte Papierkassette ermöglicht die gleichzeitige Bevorratung von Standard- und Fotopapieren.

Neue Tinten

Kodak setzt für die Inkjet-Drucker neu entwickelte Pigment-Tinten ein, die durch eine spezielle Zusammensetzung eine besonders differenzierte Farbwiedergabe ermöglichen sollen. Dazu gehören neuartige Nanopartikel, eine besonders homogene Verteilung der Farbstoffe und polymerische Bindemoleküle, die die Farbe mit dem Papier verbinden. Wasser- und

Wischfestigkeit der Bilder, betont Kodak, seien deutlich besser als bei farbstoffbasierten Tinten. Dank der mikroporösen Oberfläche der Kodak Fotopapiere seien die Bilder praktisch sofort trocken und könnten ohne Wartezeit ins Album geklebt werden. Die Haltbarkeit gibt Kodak dabei mit deutlich über 100 Jahren an – und zwar, auch wenn das Bild ohne Glaschutz an der Wand hängt.

Neues Geschäftsmodell

Zusätzlich zur Technik will Kodak mit einem neuen Geschäftsmodell für die Verbrauchsmaterialien für Nachfrage sorgen: „Mit einem empfohlenen Verkaufspreis von 14,99 Euro kostet die Farbpatrone bis zu 50 Prozent weniger als Tinten von Wettbewerbern“, erklärte Magnus Felke. „Für diesen Preis können 105 Bilder gedruckt werden; beim nächstbesten Wettbewerber sind es nur 69. Und die Schwarzpatrone für 9,99 Euro reicht für 349 Seiten; bei anderen Systemen erhält man für diesen Preis höchstens 213 Seiten.“ Im Kombi sollen beide Patronen für 21,99 Euro angeboten werden, und besonders günstig sind

„Value Packs“ mit Tinte und Papier für bis zu 180 Bilder, mit denen die Kosten für ein 10 x 15 cm Foto auf 0,10 Euro sinken sollen.

Die Preise für die Drucker selbst stehen bislang nur für die USA fest: Dort soll der EasyShare 5300 (mit den Funktionen Drucken, Kopieren, Scannen und 3" Farbdisplay) 199,- US-\$, der EasyShare 5500 (mit zusätzlicher Faxfunktion und 2,4" Display) 299,- US-\$ kosten. Die Geräte werden im Mai (5300) bzw. Juni lieferbar.

Kodak EasyShare 5300/5500 All-in-One Drucker

Pluspunkte

- + eingebauter Druckkopf mit 3.840 Düsen
- + variable Tröpfchengröße 2,7 oder 6,5 Picoliter
- + Zwei-Patronen-System: Schwarz für Dokumentendruck; Fünf-Tinten-Kassette für Farbe
- + farblose Tinte für gleichmäßigen Glanz
- + duale Papierkassette für Normal- und Fotopapier
- + 3" (5300) bzw. 2,4" (5500) großes, hochauflösendes Display
- + Laufwerke für alle gängigen Speicherkarten
- + zwei eingebaute USB Schnittstellen
- + optionale Bluetooth-Schnittstelle
- + automatischer beidseitiger Druck mit Duplex-Einheit (Zubehör beim 5300; im Lieferumfang bei 5500)



UVP noch nicht bekannt
Lieferbar ab Mai (5300) bzw. Juni (5500)



Das Kodak Management auf der Pressekonferenz: (von links) Magnus Felke, Direktor Future Product Marketing in Kodaks San Diego Systems Division, Andreas Lippert, General Manager des Geschäftsbereichs CDG und FPG bei der Kodak GmbH in Stuttgart, James McConnell, Verkaufsdirektor in Europa für Kodaks Geschäftsbereich Consumer Digital, Film & Photofinishing, und Antoine Dreyfus, Direktor Marketing Services von Kodaks europäischer Consumer Digital Imaging Group.

Handel

Mitte März steht der Foto- und der High-Tech-Branche insgesamt ein Messemarathon bevor. Doch während der Besuch der PMA in den USA für viele Fotohändler zu aufwendig ist und die Fahrt zur CeBIT nach Hannover allein zur Begutachtung von Neuheiten für die Fotobranche kaum mehr lohnt, sollte die Ringfoto-Messe in Erlangen wieder ein Pflichttermin für die Mitglieder und Partner der Kooperation sein.



Im Mustershop und an den Ständen der Ringfoto-Zentrale können sich die Messebesucher über neue Marketingkonzepte ihrer Zentrale informieren.

Von AGI bis Zeiss

Ringfoto-Messe mit fast 100 Lieferanten

Denn die fast 100 Lieferanten und Industriepartner von AGI bis Zeiss, die vom 9. bis 11. März Standfläche im Erlanger Kongresszentrum gebucht haben, stellen sicherlich mehr dar als einen repräsentativen Querschnitt der Fotobranche. So werden viele Besucher der Ringfoto-Messe erstmals die Gelegenheit haben, die wichtigsten Neuheiten der Kameraproduzenten zu sehen, die zum Beispiel zuvor auf den beiden US-Messen CES und PMA und anderen Veranstaltungen vorgestellt wurden, und damit das Geschäft für die kommenden Monate zu planen. Zahlreiche Zubehörlieferanten, Laborpartner und Dienstleister werden überdies ihr Angebot vorstellen, und mit dem Telekommunikations Service Provider debitel und Workshops zum Thema „Mobile Navigation im Fachhandel“ findet auch der immer wichtiger werdende Bereich Mobilfunk bzw. mobiles Entertainment angemessene Berücksichtigung.

Wie immer ist die Ringfoto-Zentrale mit allen Abteilungen vertreten. So besteht traditionell die Möglichkeit, sich mit den umfangreichen Marketingmaßnahmen vertraut zu machen, die für 2007 geplant sind, und auch



Michael Gleich

ein Einblick in den Ringfoto-Mustershop ist möglich. In den kommenden Wochen sollen die ersten dieser Flaggschiffe mit dem neuen Markenkonzept ausgestattet werden. „Ich hoffe, dass unsere Mitglieder auf der Messe die verschiedenen Infor-

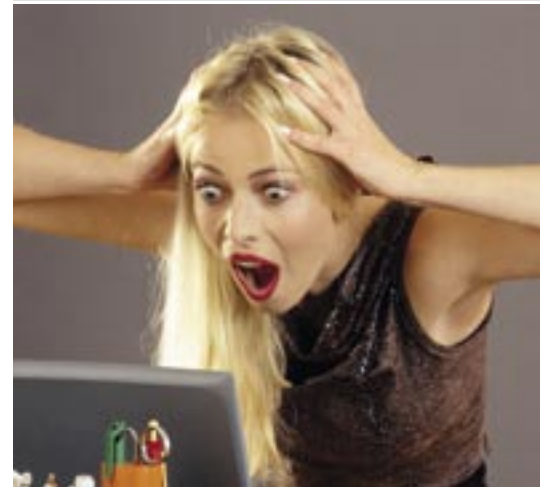
mations- und Ordermöglichkeiten der Zentrale wahrnehmen und auch zukünftig verstärkt auf ihre Einkaufskooperation setzen und ihre Umsätze weitgehend bei ihrer Ringfoto-Gruppe bündeln“, meinte Ringfoto-Geschäftsführer Michael Gleich gegenüber *imaging+foto-contact*. „Je kürzer die Produktzyklen werden, je mehr der Händler Beratung hinsichtlich neuer Produktsegmente braucht und je mehr der günstige Preis immer noch im Fokus steht, desto größer wird die Bedeutung einer starken Kooperation.“ Ringfoto werde alle Möglichkeiten nutzen, die Schlagkraft der Gemeinschaft zu erhöhen, um die Bindung der Händler an das Haus Ringfoto zu erhöhen.

Wie diese Aktivitäten aussehen, erläuterte Gleich anhand einiger Beispiele: So will die Gruppe in diesem Jahr möglichst viele Mitglieder mit ihrem neuen Markenkonzept ausrüsten und dabei die wesentlichen Kom-

petenzbereiche der einzelnen Geschäfte individuell herausarbeiten. Zudem habe man ein neues, zeitgemäßes Ladenbausystem erarbeitet, das noch im ersten Quartal bei den ersten Händlern installiert werden solle. „Darüber hinaus wollen wir ein komplett neues Schulungsprogramm für das Verkaufspersonal unserer Händler aufsetzen“, führte Gleich aus. Außerdem sollen zahlreiche Empfehlungen und Ideen für eine individuelle Händlerwerbung erarbeitet und diese den Ringfoto-Händlern zukünftig online zur Verfügung gestellt werden.

der Kunden rücken, da sie den altbekannten Diaprojektor ersetzen und als Basis für ein modernes Heimkino vielfältige Anwendungsmöglichkeiten eröffnen.“ Die Fotobranche werde an dieser Entwicklung mit Sicherheit partizipieren und Händler, die diese Chance erkennen, werden sich in 2007 neue Umsatzfelder im UE-Bereich erschließen. Die Ringfoto-Messe schaffe dazu eine hervorragende Basis, könne der Händler dort doch die einzelnen Hersteller, Produkte und Handelskonzepte auf Herz und Nieren prüfen.

Das neue Aktionsprogramm ist da!



Seite für Seite frische Ideen für mehr Umsatz und Ertrag mit Alben + Rahmen



Schon in wenigen Tagen
bei Ihnen auf dem Tisch:
Telefon: 02157/8186-0
Fax: 02157/8186-50
E-Mail: service@waltherdesign.de
www.waltherdesign.de



Fotobücher gehören zu den Imagingprodukten, die weiterhin an Bedeutung gewinnen und im Fotohandel dafür sorgen werden, Umsatzrückgänge bei analogen Bildern aufzufangen.

Der Besuch der Ringfoto-Messe sei für die Händler aber auch wichtig, um neue Trends zu sehen, aus denen dann individuelle Konzepte zur persönlichen Steigerung des Erfolgs entwickelt werden könnten. „Ich erwarte, dass das Interesse der Verbraucher an hochwertigen Digitalkameras deutlich zunimmt, und davon werden auch alle arrondierenden Produktbereiche wie Objektive, Systemblitzgeräte, Stativ und sonstiges SLR-Zubehör profitieren“, sagte Gleich. „Im Zuge dieser Entwicklung werden auch Beamer verstärkt in den Fokus

Hinsichtlich des Imagingbereichs befürchtete Gleich, dass das Plus bei Digitalprints auch 2007 den Rückgang der analogen Bilder noch nicht auffangen könne. „Spürbare Chancen werden sich aber im Bereich der klassischen Geschenkartikel und insbesondere im Segment der Fotobücher eröffnen“, so der Ringfoto-Geschäftsführer. Die Messe gebe die Möglichkeit, die unterschiedlichen Angebote aus diesem Bereich ausführlich kennenzulernen, um sie anschließend am Point of Sale zum Verbraucher transportieren zu können.



Tetenal erweitert das ecojet System

Noritsu „extra dry“

Das „trockene“ Tetenal ecojet System mit Fotochemie in Tablettenform kann jetzt auch mit entsprechend ausgerüsteten Minilabs von Noritsu eingesetzt werden. Für diese einzigartige Chemie sind jetzt spezielle Modelle aus den QSS-35- und QSS-32-Serien erhältlich.

Die ecojet Tabletten werden in kompakten, leichten Containern geliefert.

Die ecojet Tabletten werden in kompakten, leichten Containern ausgeliefert, die saubere und einfache Handhabung mit höchster Anwendungssicherheit verbinden: Es gibt keinen Hautkontakt mit Flüssigkeiten, Kanister und Flaschen sind überflüssig, Konzentrate müssen weder abgemessen noch gemixt und gerührt werden. Denn die Container werden einfach in Sekundenschnelle an den Papier- bzw. Filmprozessor angedockt, ohne dass der Arbeitsablauf beeinflusst wird.

Um Verwechslungen zu vermeiden, sind die Container nicht nur farblich markiert, sondern auch so konstruiert, dass sie nur an der richtigen Stelle eingesetzt werden können: Der Entwickler passt also nur an den Entwick-



Die ersten Noritsu Minilabs für das Tetenal ecojet System wurden auf der photokina gezeigt.

ler-Tank, Bleichfixierer und Stabilisator an die entsprechenden Steckplätze. Da die Tabletten naturgemäß geruchlos sind, gehören entsprechende Belästigungen der Vergangenheit an.

Platzsparend und leicht

Im Vergleich zu Flüssigchemie benötigen die ecojet Tabletten erheblich

weniger Lagerplatz und sind durch ihr geringes Gewicht besonders bequem zu handhaben.

Das komplette System besteht nur aus zwei unterschiedlichen Kits: einem für Film und einem für Papier. Bei normaler Auslastung reicht das Papier-Kit ungefähr für einen Monat, das Film-Kit für etwa zwei. Das erleichtert die Planung erheblich, da der Anwender sozusagen mit einem Blick feststellen kann, wie weit er mit seinem Vorrat kommt.

Kaum Entsorgungsprobleme

Zu den weiteren Vorteilen des Tetenal ecojet Systems gehören die niedrigen Regenier-Raten, bei denen der Anfall von verbrauchter Chemie gegen Null tendiert, so dass nur geringe oder gar keine Entsorgungskosten entstehen. Durch die trockene Tablettenform sind die Container so kompakt, dass nur eine geringe Müllmenge an Verpackungsmaterial anfällt.



Die Container mit der Tabletten-Chemie werden einfach und sicher an Film- oder Papierprozessor angedockt. Verwechslungen sind unmöglich.

Jetzt neu im grossen foto-katalog Online:

Canon:

PowerShot A460
PowerShot A550
Camcorder DC50
Camcorder DC210
Camcorder DC220
Camcorder DC230
Camcorder HV20

Casio:

Exilim EX-Z75
Exilim EX-Z1050

Fujifilm:

FinePix A610
FinePix A800
FinePix F40fd

Kodak:

EasyShare C653
EasyShare V803
EasyShare V1003

Olympus:

Unterwassergehäuse

Panasonic:

Lumix FX10/FX12/FX30
Lumix FZ8
Lumix LS60/LS75
Lumix LZ6/LZ7
Lumix TZ2/TZ3

Pentax:

Optio M30
Optio T30

Sony:

Cyber-shot DSC-W35
Cyber-shot DSC-W55
Cyber-shot DSC-S650
Camcorder DCR-DVD106
Camcorder DCR-DVD109
Camcorder DCR-DVD306
Camcorder DCR-DVD406
Camcorder DCR-DVD506
Camcorder DCR-HC27
Camcorder DCR-HC37
Camcorder DCR-HC45
Camcorder DCR-HC47
Camcorder DCR-SR32
Camcorder DCR-SR52
Camcorder DCR-SR72
Camcorder DCR-SR190
Camcorder DCR-SR290
Camcorder HDR-HC5/HC7
Camcorder HDR-UX3/UX7



Die umfassende Produkt-Datenbank für den Fotohandel!

Jetzt Newsletter
und/oder aktualisierte CD
anfordern bei newsifc@cat-verlag.de
Für imaging+foto-contact
Abonnenten kostenlos!



Im eigenen Warenlager hält die WGO Warenhandelsgesellschaft Tausende von Artikeln für Foto, UE, Telekommunikation und Haushalt vor; was nicht direkt geliefert werden kann, wird schnellstmöglich beschafft.

Fokus auf die Kleinen

WGO in Oldenburg hat sich neu aufgestellt

Die WGO Warenhandelsgesellschaft in Oldenburg hat sich für die zukünftigen Aufgaben als Partner des Handels neu gerüstet. Seit Anfang Februar Teil der Bunting Unternehmensgruppe aus Leer, stellte sich das aus der Wöltje-Gruppe hervorgegangene Internetunternehmen nicht nur im Geschäft mit dem Endkunden neu auf, sondern mit einem sehr breiten Angebot aus Foto, Unterhaltungselektronik, Telekommunikation und Haushaltsgeräten auch als Lieferant des Fachhandels.

Als Partner im B2B-Geschäft sieht WGO Fachgeschäfte der genannten Branchen sowie Fotoketten, Kaufhäuser und Drogerien. Ein Fokus liegt dabei vor allem auf den kleineren Händlern, für die das Unternehmen eine schlagkräftige Alternative zur Industrie oder den großen Lieferanten sein will. „Die Kleinen profitieren unter anderem davon, dass es bei uns keine Mindestbestellmenge gibt“, meinte WGO Geschäftsführer Florian Sieg im Gespräch mit *imaging+foto-contact*. „Das wirkt sich beispielsweise für Händler positiv aus, die selbst kein großes Lager betreiben oder die eigene Dienstleistungen wie Passbildservices oder Posterdruck anbieten



WGO Geschäftsführer
Florian Sieg

und hier nur geringen Durchsatz haben. Diese Händler geraten mit den Mengen, die sie bei anderen Lieferanten abnehmen müssen, vor allem

unter finanziellen Gesichtspunkten oft unter Druck.“ Außerdem halte WGO in seinem mit vielen tausend Artikeln ausgestatteten eigenen Lager unter anderem auch zahlreiche Produkte vor, die andere Lieferanten bereits ausgelistet hätten, obwohl weiterhin Nachfrage danach besteht. So etwa eine breite Palette von Verbrauchsmaterialien für die (professionelle) analoge Fotografie.

„Wir setzen neben guten Preisen vor allem auf umfangreiche Verfügbarkeit und sehr schnelle Belieferung“, so Sieg. Konkret bedeutet das, dass Waren, die bis mittags online, per Fax oder telefonisch bestellt werden, mit 95prozentiger Sicherheit – diesen Wert garantieren die Spediteure und Kurierdienste – am nächsten Arbeitstag beim Händler eintreffen. Und sollte einmal ein Artikel nicht am eigenen Lager vorrätig sein, bemüht sich WGO, diesen so schnell wie möglich zu beschaffen.

Händler, die sich einen Überblick über das aktuelle Sortiment des Oldenburger Unternehmens machen

„Renate Künast setzt sich für japanische Hybrid-Autos ein!“

Neues vom Öko-Wahn

Viele Leser wissen, dass ich schon immer etwas gegen die grüne Politikerin Künast gehabt habe, als sie noch Ministerin war. Ich halte sie wesentlich mit dafür verantwortlich, dass es bei uns zu so vielen Arbeitslosen gekommen ist, weil sie mit ihrem Öko-Wahn deutsche Unternehmen motiviert hat, Produktion, Forschung und Entwicklung ins Ausland zu verlagern.

Toyota?

Hybrid hat Künast im Gehirn,
drum fordert sie mit dreister Stirn,
wir soll'n Toyota Autos kaufen;
die würden besser bei uns laufen?

Mercedes oder auch VW,
sie deshalb gar nicht gerne seh',
doch wieder ist es ihr passiert,
sie war nicht richtig informiert;
und sie vergisst beim Japan-Kosen
in Deutschland wohl
die Arbeitslosen!

Was Künast redet hierzulande,
ist für die Grünen eine Schande.
Ich frag', was tut uns Künast an,
mit ihrem blöden Öko-Wahn?

Man kann sie wirklich
nicht versteh'n,
sie sollte schnell in Rente geh'n!

H.J. Blömer

Als ich dann lesen musste, dass sich Frau Künast dafür einsetzt, dass die deutschen Bürger japanische Toyota Hybrid-Autos kaufen sollen, da fragt man sich, wie so etwas von einer deutschen Politikerin überhaupt gesagt werden kann, nachdem Deutschland der führende Autohersteller in der Welt ist.

So blieb es auch nicht aus, dass Fachleute der grünen Vorsitzenden sofort vorgeworfen haben, keine Ahnung von der Fabrikation der deutschen Autos zu haben. Ich zitiere aus der Rheinischen Post den Sprecher des Verbandes der Automobilindustrie, Eckehart Rotter. er verwies „auf 38 deutsche Modelle, die beim Ausstoß unterhalb des Grenzwertes von 130

Gramm Kohlendioxid pro Kilometer liegen. Die einzigen Autos, die unter vier Liter verbrauchten, stammten aus Deutschland.“

Laut Aussage von Ferdinand Dudenhöffer, Direktor des Center of Automotive Research in Gelsenkirchen, kommt 2008 eine Reihe deutscher Hybrid-Modelle auf den Markt. Im Schnitt seien diese Fahrzeuge 3.500 Euro teurer als ein vergleichbarer Benziner.

Die Aufforderung von Frau Künast an deutsche Bürger, japanische Hybrid-Autos zu kaufen, ist ungefähr so, als würde der Tenno (japanischer Kaiser) den Japanern empfehlen, statt Sushi jetzt deutsches Schweinefleisch zu kaufen.

Welt am Sonntag vom 11.2.2007: Klimawandel ist natürlich. Zu: „Können wir die Welt noch retten?“ vom 4. Februar:

„...In den letzten vier Warmzeiten ist die Temperatur dramatischer gestiegen als in der gegenwärtigen Warmzeit. Bereits in vielen anderen Zeitaltern der Erdgeschichte (etwa in der Kreidezeit) sind Treibhausbedingungen sogar mit mehr Wucht registriert, bei denen Meeresspiegelanstiege von über 200 Metern über dem heutigen Stand gut dokumentiert sind. ...Außerdem spielen andere natürliche Phänomene wie Methanemissionen aus dem Meeresboden, Vulkanismus, Bioaktivität eine Rolle.

Wesentlich ist, dass zuerst die Temperatur und dann der CO₂-Wert

steigt – anders als allgemein angenommen. Das weiß man aufgrund präziser Isotopen-Messungen von Mikrofossilien und radioaktiver Datierungen. Das wichtigste Treibhausgas ist Wasserdampf mit 95 Prozent, während andere Gase (CO₂, CH₄) nur mit fünf Prozent zum Treibhauseffekt beitragen, wovon der menschliche Beitrag auf 0,28 Prozent geschätzt wird.

Dennoch wird immer wieder betont, dass die anthropogenen Treibhausgase, und damit die Menschheit, verantwortlich für den Klimawandel seien...“

Dr. L. V. Streinesberger, Norderstedt

Zitate

SPIEGEL-ONLINE

vom 12. Februar 2007, Berlin

Der Sturm der Entrüstung ließ nicht lange auf sich warten. „Moralapostel“ ist noch eine der milden Bezeichnungen, die SPIEGEL-ONLINE-Leser für Künast fanden. „Solche Äußerungen schaden dem Standort Deutschland“ – so lautet der Tenor der Reaktionen in Dutzenden Leser-mails. Die Grünen-Politikerin war in der „Financial Times Deutschland“ mit den Worten zitiert worden: **„Leute, kauft Hybrid-Autos von Toyota!“**

Rheinische Post, 4.2.07:

Honda ruft weltweit 45.000 Civic-Hybrid-Autos zurück. Grund ist ein Fehler bei einem Spannungswandler...

Die Rheinische Post schrieb am 12.2.2007: Künast ist alt-grün

Es ist einmal mehr bemerkenswert alt-grün, wie sich Renate Künast eingelassen hat. „Leute, kauft Hybrid-Autos von Toyota!“ Na bravo. Mit solchen Sprüchen dürfte die grüne Front-Frau die Herzen der Manager im Land der aufgehenden Sonne im Sturm erobern. Von solcherlei industriepolitischer Unterstützung haben die Japaner seit der Abwertung des Yen nicht mehr zu träumen gewagt...

...dafür aber (haben wir) sparsame Diesel-Fahrzeuge... Trotz Rußfilter ward aus grünem Munde noch nicht gehört: „Leute, kauft Lupos“. Es scheint so, als passe VW oder Smart nicht so recht ins Freund-Bild von Renate Künast. Vielmehr drängt sich der Verdacht auf, als wolle die Fraktions-Chefin diese unökologische Autoindustrie am liebsten ins Ausland verlagern...
Th. Wels

Wolfgang Venzl wird Sony Sales Director

Wolfgang Venzl wird zum ersten April seine Tätigkeit als Regional Sales Director bei Sony Deutschland aufnehmen und in dieser Funktion die strategisch-operative Steuerung sämtlicher regionaler Vertriebsaktivitäten für den Bereich Consumer Electronics verantworten. Venzl berichtet zunächst direkt an Manfred Gerdes, der nach dem Weggang von Frank Lubnau interimswise die Vertriebs-

leitung, zusätzlich zu seiner Funktion als Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH, ausübt.

Venzl kommt von Samsung Electronics Deutschland, wo er seit 2002 in verschiedenen leitenden Vertriebsfunktionen tätig war, zuletzt als National Sales Manager Consumer Electronics. Seine berufliche Laufbahn begann der Diplom-Volkswirt 1991 bei der Sharp Electronics (Europe) GmbH, unter anderem als Key Account Manager für den Bereich Unterhaltungselektronik.



Die Goldbuch Georg Brückner GmbH war mit einem gut sortierten Albenprogramm auf dem Optimal Event 2007 vertreten.

Optimal Event 2007 in Fulda zählt 250 Besucher

Viele Partner der Optimal Händlerkooperation sind am letzten Sonntag im Januar der Einladung gefolgt und haben den Optimal Event 2007 in Fulda besucht. Mit den Gesellschaftern wurden insgesamt 250 Besucher gezählt. Pünktlich zum Start der Messe um zehn Uhr waren alle 35 Aussteller mit dem Aufbau der zum Teil aufwendigen Messestände fertig und konnten den fachkundigen Besuchern neueste Produkte, Dienstleistungen und Trends zeigen. Einer der Schwerpunkte lag dabei auf dem Bereich „Onsite Printsysteme“. Gefragt waren auch zukunftsorientierte Produkte der Laborpartner für den Point of Sale, so zum Beispiel das „Mein CeWe Fotobuch“, Geschenkartikel und DVD-Transfer. Immer mehr Bedeutung erlangen auch die Lieferanten für spezielle Studio-Artikel. Diese Entwicklung soll auf dem Optimal Event 2008 mit einem speziellen Fotografen-Workshop und einer Bildergalerie der Optimal Fotografen unterstützt werden. Alles in allem waren die Veranstalter mit Verlauf und Ergebnis der Messe zufrieden, und viele Aussteller haben sich noch vor Ort für den Event 2008 angemeldet.

Täglich neue Branchen-Nachrichten: www.worldofphoto.de

Neuheiten

Ilford SFX200 kommt wieder auf den Markt

Im Laufe des Frühjahrs wird der Ilford SFX200 wieder erhältlich sein. Auf vielfachen Wunsch von engagierten Fotografen hat sich Harman Technologies, Hersteller der Ilford Schwarzweißfilme und -papiere entschlossen, das Material wieder aufzulegen. Es kommt als Kleinbildfilm mit 36 Aufnahmen und als Rollfilm 120 auf den Markt. Der Ilford SFX200 ist ein Schwarzweißfilm mit erweiterter Rotempfindlichkeit. In Verbindung mit der Verwendung verschiedener Filter ergeben sich Bilderergebnisse, die in ihrem Charakter den Resultaten von Infrarotfilmen ähneln. Anders als diese speziellen Materialien kann der Ilford SFX200 aber bei normalen Lichtverhältnissen in die Kamera eingelegt werden und braucht keine speziellen Lagerbedingungen.

In Deutschland und Österreich wird der Ilford SFX200 wie alle Fotomaterialien dieser Marke von Le Bon Image in Hofheim vertrieben. Zur Produkteinführung des SFX200 gibt es eine spezielle Aktionspackung, die aus drei Kleinbildfilmen und einem SFX Rotfilter von Cokin (P-System) besteht.



Cullmann Fototaschen für kompakte Digitalkameras

Fünf Fototaschen für kompakte Digitalkameras, Trento Mini 108, 110, 115, 120 und 140, bilden den Auftakt zur neuen Serie Trento von Cullmann. Die kleinen Fototaschen sind mit displayschonendem Nylon gefüttert und mit geteiltem Reißverschluss ausgestattet. Seitliche Stegbänder halten die Kamera und verhindern, dass der Deckel wegkippt. Stauraum für Speicherkarten und Kleinutensilien bieten ein separates Netzfach innen und ein Reißver-

Hahnemühle stellt neues 320 g/m² FineArt Papier vor

Hahnemühle FineArt hat das Photo Rag Pearl 320 in ihrer prämierten Premium Produktlinie von Fine Art Inkjet Medien vorgestellt. Bei der neuen Qualität handelt es sich um ein naturweißes, reines Baumwollpapier mit der feinen, homogenen Photo Rag-Oberfläche, veredelt mit der Hahnemühle Pearl-Beschichtung. Viele professionelle Fotografen und semi-professionelle Anwender erwarten nach Aussage des Herstellers das naturweiße Papier mit der seidig glänzenden Pearl-Beschichtung. Photo Rag Pearl 320 erinnert an ein warm-toniges Barytpapier. Durch den großen Farbraum und die hohe Farbdichte werden außergewöhnliche Farb- und Schwarzweiß-Nuancen erzielt



und damit eine große Dreidimensionalität der Drucke erreicht. Die edle Haptik des reinen Baumwollpapiers eröffnet außerdem eine „vierte Dimension“: die Sinnlichkeit und Emotion von Fine Art Fotos oder Kunstreproduktionen. Das hochwertige Papier ist aufgrund der ausschließlichen Verwendung von Baumwoll-Linter außergewöhnlich alterungsbeständig und entspricht höchsten konservatorischen Anforderungen. Es ist auf die neueste Drucker- und Tintengeneration von Epson, Canon und HP abgestimmt. Photo Rag Pearl mit einer Grammatur von 320 g/m² ist ab sofort in allen gängigen Bogen- und Rollenformaten verfügbar.

schlussfach außen. Eine Gürtelschleufe sowie ein Schultergurt gehören ebenfalls zur Ausstattung. Durch den Materialmix aus hochwertigem wasserabweisenden Nylon und weichem Neopren sind die Taschen flexibel und angenehm in der Haptik. Sie werden in den Farben Rot, Silber und Schwarz angeboten.

Neues HD-Flaggschiff bei den Canon Camcordern

Mit dem HD-Camcorder HV20 hat Canon ein neues Flaggschiff ins Sortiment genommen. Das HDV1080i-Gerät ist ein leistungsfähiges Consumermodell, das parallel zum HV10 angeboten wird.

Neben der vollen HD-Auflösung für die HDV1080i-Aufnahme, bietet der HV20 als erstes Modell dieser Klasse die Möglichkeit zu progressiven Aufnahmen für echten Kinolook. Der True-HD-CMOS-Hochleistungssensor arbeitet mit 2,96 Megapixeln, in 1.920

x 1.080-Auflösung. Das Canon-HD-Kamerasystem – die Kombination aus True-HD-CMOS-Sensor, original Canon-Objektiv und dem HD-optimierten DIGIC DV II-Prozessor – ist integraler Bestandteil des HV20.



Neben dem optischen Super-Range-Bildstabilisator und Canons Instant-AF-System für den präzisen und superschnellen Autofokus ist der HV20 als erster Canon-Consumer-Camcorder mit einem HDMI-Anschluss ausgestattet. HDMI ist die effizienteste Verbindung eines Camcorders mit einem kompatiblen Fernseher und vereinfacht somit den Genuss der hochauflösenden Videos am heimischen Bildschirm.

Neue Alben & Rahmen

Walther präsentiert Aktionsprodukte

Zufrieden hat sich Rolf Inderbiethen, Geschäftsführer Walther Alben und Rahmen, mit dem Geschäftsverlauf der vergangenen Monate gezeigt: „Das Jahresendgeschäft 2006 mit Rahmen und Alben war im Fotohandel überraschend gut. Wir haben das am Bestelleingang in den vergangenen Wochen festgestellt.“ Und damit die augenblickliche Entwicklung so positiv weitergeht, startet Walther mit einer Reihe von Aktionen in den Frühling.



Für die neuen Duo Alben gibt es ein spezielles Präsentationsdisplay.

Laden ergänzt, in den vergangenen Jahren gute Resonanz im Fotohandel gefunden und diese ständig weiterentwickelt.

imaging+foto-contact hatte Gelegenheit, einen Blick in das Walther Neuheiten- und Aktionsprogramm zu werfen, mit dem das Nettetalen Unternehmen auch auf der Ringfoto-Frühjahrsmesse vertreten sein wird. Hier einige der interessantesten Neuheiten im Walther-Programm:

Geht es um die Frage, mit welchen Artikeln im Fotohandel nach wie vor hohe Deckungsbeiträge zu erzielen sind, so gehören Alben und Rahmen nach wie vor zu den unverzichtbaren Bestandteilen des Sortiments. Hauptgründe dafür sind der problemlose Verkauf, der fast keinen Verkäufer-Einsatz erfordert, und die auskömmlichen Margen dieser Produktgruppen. Walther hat mit dem Angebot einer kombinierten Sortiments- und Aktions-Strategie, die den Verkauf von Alben und Rahmen im Geschäft durch Aktionen vor dem



Orange ist eine der neun Farbvarianten der „Casa“-Rahmen.

• Zu den Highlights zählt das Echtleinen-Albenprogramm „Duo“, das mit zehn verschiedenen Farben und verschiedenen Albenarten aufwartet.

• Ebenfalls neu ist die Holzrahmen-Aktion „Casa“. Diese Rahmen werden durch ein modernes Flachprofil, fünf Formate und neun trendige Farben gekennzeichnet. Interessante Einkaufs- und attraktive Verkaufsempfehlungen runden das Angebot ab.

• Zwölf kleine, verschiedene Geschenkalben, einsortiert

quickpoint

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit

* Format-Indikatoren

* Haftfixierung

* Seitenkennung

in Verkaufsdisplays mit attraktiver Aufmachung, bieten sich zur Präsentation am Point of Sale an.

• Das Aktionsalben-Programm „Maya“ besteht aus Jumbo-, Einsteck-, Selbstklebe-, Mini- und Flipalben sowie Fotoboxen. Auch hier wurde modernes Design mit günstigen Preisen kombiniert.



Zum Aktionsalben-Programm „Maya“ gehören auch Fotoboxen.

Um den Verkauf von Alben und Rahmen für den Handel optimal zu gestalten, bietet Walther „Aktionen just in time“. Damit können Händler sofort alle gewünschten Aktionen bestellen, aber nacheinander abrufen und bezahlen. Das Neuheiten- und Aktionsprogramm kann ab dem 8. März telefonisch, per E-Mail oder über das Internet angefordert werden.



Ulrich Vielmoth

Alles, was Recht ist

Rechtsfragen im Drehalltag, Teil 1

Beim Auftragsfilm, selbst im Low-Budget-Bereich, geht es nicht nur um das Aufnahme-Equipment, den professionellen Schnitt und eine gute Geschichte. Darüber hinaus sind auch immer Gesetze und verbindliche Vorschriften zu beachten, die von Land zu Land im Detail sehr unterschiedlich sein können. Nachfolgend einmal ein kompakter Überblick mit Ratgebercharakter über die kleinen und größeren Fallstricke bei der Produktion von Filmen.

Wer mit wertvoller Kameraausrüstung unterwegs ist, läuft immer Gefahr, im oft hektischen Drehalltag Teile davon zu verlieren oder gar gestohlen zu bekommen – Erlebnisse, die natürlich jeder Kameramann zu verhindern sucht. Wenn ich beispielsweise in einem Hotel übernachtete, suche ich mir eines mit Garage und nehme erst zur Schlafenszeit den wertvollen Camcorder, teuerstes Stück der Ausrüstung, mit aufs Zimmer. Den Camcorder schon vorher – während meiner Abwesenheit – auf dem Zimmer zu deponieren, ist mir zu unsicher, weil er in diesem Fall nicht versichert wäre und ich bei Diebstahl das Nachsehen hätte. Deshalb bietet es sich in so einem Fall an, gegen einen Einlieferungszettel als Nachweis das gute Stück bei der Rezeption des Hotels zur sicheren Aufbewahrung abzugeben. Dann würde das Hotel in voller Höhe für den etwaigen Verlust haften.

Recht aufs eigene Bild

Es darf noch lange nicht jeder mit der Videokamera aufgenommen werden. Besonders dann, wenn nicht im privaten, nichtkommerziellen Bereich, sondern unter dem Aspekt der kommerziellen Auswertung der Filmaufnahmen gehandelt wird. Denn es ist prinzipiell immer das allgemeine Persönlichkeitsrecht der abgebildeten Person zu beachten. Den Moslems ist es vom Glauben her schon grundsätzlich verboten, sich abbilden zu lassen. Die Wasserverkäufer in Marokko jedoch scheren sich nicht darum, sie lassen sich gerne fotografieren – wenn dafür ein Obolus gezahlt wird. Bezogen auf die Rechtslage bei uns sind die Fragen und Antworten in diesem Zusammenhang sehr differenziert zu sehen. So müssen bei Filmaufnahmen im Kindergarten sogar die Eltern aller im Bild zu sehenden Sprösslinge um Erlaubnis gefragt werden, denn eine Einwilligung setzt Volljährigkeit voraus. Geschieht dies nicht, kann im schlimmsten

Fall eine von den Eltern gerichtlich erwirkte „Einstweilige Verfügung“ später sogar die Ausstrahlung des fertiggestellten Filmbeitrags verhindern.

Weniger Probleme gibt es im professionellen Drehalltag beim Dreh auf öffentlichen Straßen und Plätzen. Ein beliebtes Filmmotiv sind besonders Fußgängerzonen, wenn es darum geht, passendes Bildmaterial für Texte über Steuererhöhungen, Gesetzesänderungen, innenpolitische Themen, u. ä. aufzunehmen. Also allgemeine Bilder zu Themen, bei denen es um Menschen geht. Hier sind Filmaufnahmen ohne besondere Drehgenehmigung der in der Menschenmenge befindlichen Personen erlaubt, solange nicht die Würde des abgebildeten Menschen verletzt wird. In diesem Zusammenhang sollten ehrverletzende Situationen nicht gefilmt und unbedingt in der Drehpraxis das Gebot der Verhältnismäßigkeit eingehalten werden.

Eine Person, die im Straßencafé sitzt und genussvoll ihren Cappuccino trinkt, darf vom Prinzip her ebenfalls mit dem Camcorder aufgenommen werden. Auch wenn diese Person bemerkt, dass sie gedreht wird, und augenscheinlich nichts dagegen hat, ist von einer stillschweigenden Einwilligung auszugehen, und damit sind in der Folge selten Probleme zu erwarten. Meist wird der Kameramann gefragt, für welchen Sender gedreht wird und wann der Beitrag zu sehen ist. In diesem Fall muss immer eine ehrliche Antwort gegeben werden, um spätere Schadensersatzansprüche zu vermeiden, wenn die Aufnahmen mit der abgebildeten Person auch in einem weiteren Programm ausgewertet werden – vielleicht sogar noch mit werblichem Charakter. Dann sprechen die Juristen vom Verstoß gegen das allgemeine Persönlichkeitsrecht und das Recht am eigenen Bild.

Ich habe aber auch schon ähnliche Situationen erlebt, wo nicht nur anschließend freundlich gefragt wurde, wann es in welchem Programm gesendet werden soll, sondern uns unmissverständlich die Ausstrahlung verboten wurde. Um spätere Schadensersatzansprüche zu vermeiden, sollte man diesem Wunsch entsprechen und alternativ eine andere Caféhautszene drehen.

Aktuelle Aufnahmen von einem schweren Autounfall müssen unbedingt mit verantwortungsvoller Zurückhaltung gedreht werden. Dabei sollte nicht nur das Persönlichkeitsrecht der an dem Unfall beteiligten Personen geachtet werden, sondern auch deren verfassungsrechtlich verankerter Schutz der Menschenwürde.

Drei Dicota Jubiläumstaschen

Dicota hat mit den Modellen Vision-Compact, VisionExtend und VisionPlus drei neue hochwertige „High end“-Notebooktaschen auf den Markt gebracht. Sie vereinen laut Hersteller 15 Jahre Erfahrung, Kompetenz und Know-how in der Entwicklung von Notebooktaschen für allerhöchste Ansprüche. Bei allen drei Jubiläums-Modellen bilden ausgesuchte, erstklassige Materialien, hochwertige Verarbeitung und intelligente Raumkonzepte die Basis. Für außergewöhnlichen Schutz des Notebooks sorgen die wir-

kungsvolle Schutzpolsterung aus High-Density-Foam (HDF) in Kombination mit Elementen des patentierten Luftkammersystems „Permanent Air Cells“ (PAC). VisionCompact sowie VisionPlus eignen sich für Notebooks der Größen 15" bis 15,4", während VisionExtend sich auf Größeres konzentriert: Hier finden Notebooks bis



17" Platz. Die drei eleganten Notebooktaschen sind zu unverbindlichen Verkaufspreisen von 79,90 Euro (Vision-Compact), 89,90 Euro (VisionPlus) und 99,99 Euro (VisionExtend) erhältlich.

Digitale Bilderrahmen aus dem Hause Hama

Hama hat zwei neue digitale Bilderrahmen ins Programm genommen: Der Sieben-Zoll-Biderrahmen zeigt die über Speicherkarte eingespeisten Bilder auf einem 640 x 480 Pixel großen TFT-Display, während die Fotos beim Acht-Zoll-Modell auf einem 800 x 400 Pixel großen entspiegelten TFT-Moni-



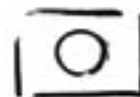
tors zu sehen sind. Beide Rahmen akzeptieren alle gängigen Speicherkartenformate, das größere Gerät bietet zusätzlich einen USB-Anschluss.

Varta Ladegerät lädt in nur 15 Minuten

Der neue 15 Minute Ultra Fast Charger von Varta braucht nur eine Viertelstunde, um 2.100-mAh-Zellen wieder vollständig mit neuer Energie zu versorgen. Dabei erkennt das Gerät selbständig den Zustand jeder Zelle. Durch ausgefeilte Sicherheitsmechanismen wer-



den Überhitzung und Überladung vermieden. Werden Akkus falsch herum eingelegt, wird der Ladevorgang nicht gestartet. Vier LED-Leuchten zeigen den individuellen Lademodus für jede Zelle an. Der Charger steht mit zwei 1.000-mAh-Zellen der Größe AAA (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung 39,99 Euro) oder vier 2.500-mAh-Zellen der Größe AA und 12V-Autoadapter (UVP 49,99 Euro) zur Verfügung.



PHOTO+
MEDIENFORUM
KIEL

STIPENDIUM!

Für was?

Externe Vorbereitung auf die
Gesellenprüfung zum Fotografen

Wann?

13. August 2007 - Januar 2010

Von wem?

vertragspartner
fotografeninnung

OLYMPUS

Your Vision. Our Future

PENTAX



PHOTO+
MEDIENFORUM
KIEL

Wo gibt's Infos?

www.photomedienforum.de

oder direkt beim

PHOTO+MEDIENFORUM KIEL

Feldstr. 9-11, 24105 Kiel

Tel.: 0431/ 57 97 0 0

mail@photomedienforum.de



Änderungskündigungen

...müssen wie Beendigungskündigungen innerhalb von drei Wochen nach Zugang per Kündigungsschutzklage angefochten werden – sonst sind sie rechtskräftig. Natürlich möchte man als Arbeitgeber nach dem Änderungsangebot gern schneller wissen, ob der Mitarbeiter es annimmt oder ablehnt. Aber selbst wenn man dem Arbeitnehmer einen kürzeren Zeitraum setzt: Die gesetzliche Annahmefrist von drei Wochen wird damit nicht unterlaufen (BAG – Urteil vom 01.02.2007 – 2 AZR 44/06).

Handy-Verbot

...im Straßenverkehr müsste mittlerweile Allgemeinwissen sein – die eigene Wahrnehmung lehrt uns leider anderes. Es wird allorts nach Lücken im Gesetz gesucht. Was passiert zum Beispiel, wenn ich beim Fahren einen „Palm-Organizer“ betätige? Ganz einfach: Hat das Teil eine Mobiltelefonfunktion und eine Mobilfunkkarte, ist es ein Mobiltelefon im Sinn des § 23 Abs. 1a StVO und fällt unter das Handy-Verbot (OLG Karlsruhe – Beschluss vom 27.11.06 – 3 Ss 219/05): 40 Euro Geldbuße.

Pflichtmitgliedschaft

...in der örtlichen Werbegemeinschaft würde dem Einzelhandel in vielen Städten helfen. In Einkaufszentren steht so etwas gleich im Mietvertrag. Der Mieter verpflichtet sich, der hauseigenen Werbegemeinschaft beizutreten. Aber: In einem Formularvertrag müssen die Höhe der Mitgliedsbeiträge und andere Faktoren transparent sein. Kann der Mieter die auf ihn zukommenden Kosten nicht erkennen und kalkulieren, ist so eine Vertragsklausel rechtswidrig (BGH – Urteil vom 12.7.2006 – XII ZR 39/04).

Schein-Beschäftigung

...besteht in vielen Fällen nur auf dem Papier. Die Unternehmer-Gattin ist pro forma Inhaberin, der Unternehmer-Gatte zieht die Fäden. Offiziell ist er „Angestellter“, soll damit sozialversichert sein und einen gewissen Mindestschutz haben – einschließlich des Anspruchs auf Arbeitslosengeld. Ergibt eine Prüfung, dass gar kein Beschäftigungsverhältnis, sondern eine Unternehmertätigkeit vorliegt, entfällt dieser Versicherungsschutz (LSG Nord-

Im Focus: Wenn's wieder vorgespielt wird...

Der **volkswirtschaftliche Schaden** durch „Blaumachen“ ist beachtlich. Die Sozialversicherer erhöhen – nicht nur deswegen – schon wieder die Beiträge. Das Gros der Ehrlichen zahlt am Schluss die Zeche der „Krankfeierer“.

Die **schwänzenden Mitarbeiter** kosten ihren Arbeitgebern unnötig Geld. Das „Bummeln“ bringt sogar die Kollegen gegen sie auf. Der motivierte Arbeitskamerad muss nämlich für den „Drückeberger“ mitarbeiten. Und das tut er nur so lange überzeugt, wie er ihm nicht auf die Schliche gekommen ist.

Das **Entgeltfortzahlungsgesetz** hat für vorgetäuschte Arbeitsunfähigkeit ein probates Mittel: Der Arbeitgeber ist berechtigt, die Vorlage einer Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung gleich ab dem ersten Krankheitstag zu verlangen. Die Folge: Ohne Nachweis der Arbeitsunfähigkeit gibt es keine Entgeltfortzahlung. Ohne ärztliches Attest muss der Arbeitgeber keinen Euro locker machen.

Der **Arbeitgeber** braucht seinen Wunsch nicht einmal besonders zu begründen. Die Nutzung der gesetzlichen Möglichkeit ist keine Schikane. Das Recht ist auf seiner Seite. Besonders dann, wenn einer immer freitags oder montags krank ist – oder immer an den Brückentagen zwischen einem Feiertag und dem Wochenende. Ursache für den Arbeitsausfall ist nämlich oft keine echte Krankheit, sondern meistens nur „Faulfieber“ oder ungehemmter Alkoholgenuss.

Die **Anordnung der Attestvorlage** ist in betriebsratslosen Betrieben allein Sache des Chefs. Das Recht dazu gibt ihm § 5 Abs. 1 Satz 3 EFZG. Der Mitarbeiter hat keine Möglichkeit, sich dagegen zu wehren. Aber: Muss der Arbeitgeber mit einem Betriebsrat zusammenarbeiten, hat er die Mitbestimmungsrechte der Arbeitnehmervertretung zu beachten. Bei einer generell und allgemein angeordneten Attestvorlage handelt es sich um eine Frage der betrieblichen Ordnung und des Verhaltens der Arbeitnehmer im Betrieb (§ 87 Abs. 1 Nr. 1 BetrVG).

Das **Vorlegen des Attests** nach § 5 Abs. 1 Satz 3 EFZG ist eine arbeitsvertragliche Nebenpflicht. Der Arbeitgeber hat bei einer Verletzung dieser Nebenpflicht mehrere Möglichkeiten: Das erste Gegenmittel wäre vielleicht eine Abmahnung. Sie bereitet eine Kündigung vor, die bei wiederholten Verstößen und weiteren Abmahnungen verhaltensbedingt durchgeht. Als weitere Maßnahme kommt die Ausübung des Leistungsverweigerungsrechts aus § 7 Abs. 1 EFZG in Betracht: Solange das Attest nicht da ist, gibt es keine Lohnfortzahlung. Und wer betrügt und seine Krankheit nur vortäuscht, nun, der ist sowieso reif für die Kündigung...

rhein-Westfalen – Urteil vom 29.1.2007 – L 1 AL 60/06).

Sozialversicherungsfreiheit

...wird oft Vertragsgegenstand. Betroffen sind vor allem Studenten, Rentner und „studentische Aushilfskräfte“. Ihre Arbeitgeber wollen für sie keine Sozialversicherungsbeiträge zahlen und damit Lohnkosten sparen. Stellt ein Sozialversicherer dann doch mal eine Versicherungspflicht fest, reicht das nicht aus, den bis dahin „kostengünstig“ arbeitenden Mitarbeiter deswegen zu kündigen. Die Sozialversicherungsfreiheit ist kein notwendiges Eignungsmerkmal (BAG – Urteil vom 18.1.2007 – 2 AZR 731/05).

Untervermietung

...ist manchmal die letzte Möglichkeit, aus den gemieteten Räumen zu kommen. Der Vermieter muss aber nicht jeden ins Haus lassen. Er hat nämlich ein Interesse daran zu erfahren, wie sich zukünftig Mietzins und Vertragsdauer gestalten und wie die wirtschaftliche Lage des Untermieters ist. Das gilt vor allem dann, wenn der Hauptmieter eine Betriebspflicht übernommen hat. Allein der Umstand, dass der Hauptmieter für alles einzustehen hat, reicht nicht (BGH – Urteil vom 15.11.2006 – XII ZR 92/04).

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

Manfrotto Spitzenstativ für den Outdoor-Einsatz

Manfrotto präsentiert mit dem Modell 190XPROB ein neues Spitzenstativ für den Outdoor-Einsatz. Es ersetzt die bestehenden Manfrotto-Modelle 190PRO und 190PROB. Der optimierte Beinwinkel und die neuen Stativschultern ermöglichen es, die Kamera in jeder beliebigen Höhe zu positionieren. Ein breiter Beinwinkel erhöht dabei die Stabilität des Stativs – insbesondere bei ungünstigen Wetterbedingungen oder auf unebenem Gelände. Die hohe Position der Mittelsäule erlaubt eine extrem niedrige Kameraposition. Eine Besonderheit des Manfrotto 190XPROB ist der spezielle Mechanis-



mus der Mittelsäule. Mit dieser patentierten, neuartigen Technik lässt sich die Mittelsäule innerhalb von Sekunden von der vertikalen in die horizontale Position und umgekehrt bringen. Dies geschieht ohne lästiges und zeitaufwendiges Schrauben und Umstecken. Schnellspannverschlüsse im neuen Design bieten eine noch sicherere Handhabung. Die Verschlüsse der Beinwinkel wurden in Form und Funktion weiter verbessert. Das insgesamt ergonomischere Design kommt dem Anwender im hektischen Fotoalltag noch mehr entgegen und macht das Arbeiten mit dem 190XPROB noch einfacher und perfekter. Hierzu trägt auch das nochmals verringerte Gewicht bei. Das Manfrotto 190XPROB ist ab sofort lieferbar.

Multifunktionsgerät aus dem Hause Aiptek

Aiptek bietet mit dem PocketDV Z100Pro ein neues digitales Multifunktionsgerät. Die Aiptek PocketDV Z100Pro vereint einen DV-Camcorder mit einer Digitalkamera sowie MP3-Player, Webcam, USB-Speicher, Diktiergerät und Media-player in einem handlichen Gerät, das ungefähr die Maße einer Zigarettenschachtel hat. Die Aiptek PocketDV Z100Pro ist mit einem schwenkbaren 2,4"-Display, einem Dreifach-Zoom mit achtfacher Digitalzoomfunktion sowie einem Drei-Megapixel-CMOS-Sensor ausgestattet und eignet sich auch für längere Video-Aufnahmen im MPEG4-Format. Der integrierte Speicherkarten-Slot nimmt MMC- und SD-Cards (bis 2 MB) auf, die wiederum auch im neuen digitalen Foto-Rahmen Picasso von Aiptek eingesetzt werden können.



Auf dem Sieben-Zoll-Farbdisplay des digitalen Foto-Rahmens Picasso lassen sich die JPEG- und MOV-Dateien als Fotos bzw. Videoclips auch im 16:9-Format präsentieren. Die Speicherkarte mit den ausgewählten Bildern wird dazu einfach in den Rahmen gesteckt. Auch das Abspielen von MP3-Musik-aufnahmen zum Beispiel als Hintergrundmusik ist problemlos möglich. Zudem ist eine dezente LED-Beleuchtung auf Wunsch aktivierbar. Alle wichtigen Funktionen lassen sich direkt am Gerät steuern. Weitere Ausstattungsmerkmale neben dem Acrylglas-Design sind die 480 x 234 Pixel des Displays, der interne 16 MB Speicher und zwei integrierte Lautsprecher.

Neue SDHC- und mini SDHC-Karten von Lexar

Lexar erweitert sein Sortiment an professionellen Produkten um eine Secure Digital High Capacity (SDHC) Speicherkarte mit einem Speed-Rating von 133x. Die 133x SDHC-Speicherkarte wurde speziell für Profi-Fotografen und anspruchsvolle Amateurfotografen entwickelt, die mit ihrer SDHC-fähigen Digitalkamera in kurzer Zeit eine große Anzahl an hochauflösenden Fotos erfassen wollen. Dank einer durchgängigen Mindestschreibgeschwindigkeit von 20 MB pro Sekunde können Fotografen mehr Fotos aufnehmen und verbringen dabei weniger Zeit mit dem Wechseln der Speicherkarte. Die erweiterte Kapazität ist nur einer der vielen Vorteile von Lexars neuen Professional SDHC-Karten. Die High-Speed Performance der Karte reduziert die Download-Zeit ebenfalls merklich. In Zusammenhang mit dem



Lexar High-Speed USB 2.0-Kartenlesegerät, das Lexar jeder seiner Professional SDHC-Karten beilegt, sollten Fotografen eine sofortige Verbesserung spüren.



Ebenfalls neu bei Lexar sind eine 4 GB miniSDHC-Karte und eine 2 GB microSD-Karte. Die erweiterten Kapazitäten der neuen Speicherkarten erlauben es dem Anwender, den größtmöglichen Nutzen aus einer breiteren Anzahl an Funktionen heutiger Mobiltelefone, einschließlich Applikationen wie Spiele, Musik, Video, Fotos und Datenspeicherung, zu ziehen. Lexars neue miniSDHC-TM-

und microSDTM-Karten werden weltweit ab April 2007 ausgeliefert. Lexars neue 4 GB miniSDHC-Karte ermöglicht es dem Anwender beispielsweise, mehr als 100 Stunden Videoaufnahmen im MPEG4-Format, mehr als 1.000 Songs im MP3-Format oder 4.000 Fotos (unter Verwendung eines Drei-Megapixel-Kamerahandys) zu speichern.



Horst Dieter Lehmann

Promis und Profis

Wer ein Promi und wer ein Profi ist – darüber entscheidet letztlich die Macht und die Masse der Medien. Vom Fernsehen bis zum Anzeigenblättchen, über die Vielzahl der bunten Magazine wird manch einer gleich zum Star oder Starfotografen

gemacht, der es tatsächlich ist oder sich nur dafür hält. Die Frage stellt sich natürlich dann, wie hell, wie weit und wie lange dieser Stern dann auch strahlt.

Eines aber ist wohl klar: Ohne sie wäre die Welt ärmer, zumindest die Welt der Unterhaltung. Im Moment steht aber im Mittelpunkt, dass die Welt wärmer wird – mit den absehbaren und katastrophalen Folgen. Alle reden darüber, aber wer tut etwas dagegen?

Bleiben wir bei den Promis und was wir Profis mit ihnen zu tun haben. Der Fotohändler weniger, der Atelierhändler vielleicht etwas mehr, der „Reporter“ von Foto, Film und Fernsehen rund um die Uhr, der sich im Gedränge mit den Kollegen herumschlagen muss, um, wenn auch nicht zum goldenen, so doch zum druckreifen Schuss zu kommen.

So wie uns Profis die Semiprofis Konkurrenz machen, hat sich im Lager der Reporter auch einiges getan. Sie haben ebenfalls „Kollegen“ bekommen, die von Zeitungen forciert als sogenannte „Leser-Reporter“ oder „Handy-Reporter“ Schnappschüsse machen, die nicht selten fast unter die Gürtellinie gehen.

Nun gibt es ja klare Gesetze über das Recht am eigenen Bild, die den Privatmann schützen sollen. Eine „Person des öffentlichen Lebens“ dagegen ist weniger geschützt, und das führt oft zu heftigen Turbulenzen.

Der Fortschritt der Technik mit Tele, Supertele, Unabhängigkeit von Licht und Dunkel (das Fotohandy ist immer dabei) macht es den Jägern mit der Kamera immer leichter, den so verfolgten Opfern auf die Pelle zu rücken.

Im Mittelpunkt von kleineren Orten, wo jeder jeden kennt, steht für mindestens einen Tag das Brautpaar. In den Ländern rund um das Mittelmeer, wo Gastfreundschaft kein Fremdwort ist, werden Hochzeiten mit gewaltigem Aufwand gefeiert – oft über die Verhältnisse, aber man heiratet ja schließlich nur einmal. In der Größe und Vielzahl der Gäste wird dieses Fest aber noch monströser von Indien und China überboten – aber natürlich nur in den Hochburgen und reicheren Familien. Davon profitieren natürlich auch die

Fotografen – mit zum Teil riesigen Bildern werben sie, die nicht nur durch ihre Größe, sondern auch Qualität auffallen. Es wird aber nicht nur fleißig fotografiert, sondern mit großen, professionellen Videokameras gefilmt, was das Zeug hält. Wie lange dort nun die Ehen halten, sei dahingestellt. Aber einen solchen Aufwand kann sich wohl niemand des öfteren leisten.

Wie sieht es nun bei uns aus? Die Zahl der Hochzeiten sinkt, die der Geburten auch. Allein die Zahl der Scheidungen steigt. Das Alter der Trau- und Traumpaare steigt. Vielleicht überlegt man heute länger? Gern gewählt für die Hochzeitsannonce wird der Spruch: „Wir trauen uns zu trauen!“ Traurig, möchte ich dazu sagen, wenn man sich schon von Anfang an nicht ganz sicher ist. Mit stürmischen Zeiten muss man immer rechnen. Wenn nun aber auch die Zahl der kirchlichen Trauungen bedenklich abnimmt, kann das nicht nur Kirchgänger bedenklich stimmen. Wenig erfreut sind verständlicherweise auch die Hochzeitsfotografen, die ihren „Hoch-Zeiten“ auch nur noch nachtrauern können.

Die Hochzeitsmessen sind für dieses Jahr schon weitgehend über die Bühne gegangen. Sie locken mit Sprüchen wie: „Alles rund um den schönsten Tag im Leben!“ Wäre man nun ein wenig spitzfindig, könnte man meinen, von nun an geht's bergab. Denn den „schönsten Tag im Leben“ hat man demnach ja schon hinter sich.

Seit vielen Jahren werden die Hochzeitsaufnahmen mit Vorliebe im Freien gemacht. Wie im Leben scheint auch dann nicht immer die Sonne, die für die Aufnahmen nicht einmal erforderlich ist, der Regen aber auch nicht!

Der versierte Fotograf wird natürlich auch damit fertig, das Brautpaar bei den Aufnahmen aber zumindest zum Lächeln zu bringen, ist schon eine Kunst für sich und bedarf einer Portion eigenen Humors. Aber über den muss man ohnehin verfügen, denn bei Außenaufnahmen hat man meistens ungebetene Zaungäste.

Hat man nun schon einige Jährchen Berufserfahrung, manch Prominenten vor der Kamera, kann man sich wohl Profi nennen. „Starfotografen“ sind die anderen. Als publikumswirksam hat sich erwiesen, die Prominenz aus Politik und Unterhaltung an den Wänden „aufzuhängen“. Die Passanten und Kunden sind meist sehr angetan und fragen dann: „Ach, waren die auch hier?“ Man hört aber auch gelegentlich eine kritische Bemerkung: „Wenn die solche Leute fotografieren, sind die für uns sicher viel zu teuer.“ Wir können es nicht jedem recht machen, aber möglichst vielen.

Christian Haasz: Digitale Fotografie Nikon D200

Die Nikon D200 zeichnet sich durch ihre vielfältigen Einsatzmöglichkeiten aus: Von der Landschafts-, Nah-, Sport- oder Porträtfotografie bis zur High-end-Studioaufnahme eignet sie sich für alle Situationen. Dank des schnellen Autofokus-Systems und des 10,2-Megapixel-Sensors erreicht die Nikon D200 eine professionelle Bildqualität.



Im Buch zur Kamera wird erläutert, wo sich die wichtigen Einstellungen für perfekte Fotos im Kameramenu befinden. Der erste Teil widmet sich ausschließlich dem praxisnahen und kreativen Einsatz der Spiegelreflexkamera. Im folgenden vermittelt der Autor nicht nur das für die zahlreichen Einstellungsmöglichkeiten notwendige technische Know-how, sondern auch das fotografische Rüstzeug, das der Spiegelreflexfotograf für die Erstellung erstklassiger Fotos benötigt: Kamertechnik, RAW-Konvertierung und Fotoschule sind die Basis für kreative, anspruchsvolle Digitalfotografie. Anhand von Workshops wird gezeigt, worauf es bei der Spiegelreflexfotografie ankommt: Fotos mit maximaler Bildqualität. Somit richtet das Buch seinen Fokus auf die Parameter, die vor einer Aufnahme festgelegt werden müssen wie optimale Lichtverhältnisse und die Wahl der richtigen Perspektive, denn diese entscheiden über die Qualität der Aufnahme. Somit ist das Buch aus der Feder von Christian Haasz der ideale Begleiter für die Tier-, Landschafts- und Porträtfotografie sowie für spontane Fotos vom Geburtstag oder vom Livekonzert. Auf der beiliegenden CD-

ROM befinden sich Adobe Photoshop CS2 Tryout, Adobe Photoshop Elements 4 Tryout, Adobe DNG Converter, Adobe Camera Raw Update.

Zum Autor: Christian Haasz arbeitete nach dem Studium für ein Computermagazin. Seit 1999 ist er selbständiger Medienschaffender und setzt die Digitalfotografie konsequent ein. Er hat mehrere erfolgreiche Fachbücher zu den Themen Photoshop und Digitalfotografie geschrieben.

Christian Haasz: Digitale Fotografie Nikon D200, 320 Seiten, zahlr. Farbabbildungen, incl. CD-ROM, Franzis Verlag, Poing 2006, ISBN 3-7723-7560-X, 39,95 Euro.

Langenscheidt Fachwörterbuch Ingenieurwesen Englisch

Das neu erschienene Fachwörterbuch Ingenieurwesen Englisch aus dem Langenscheidt Verlag ist ein einbändiges und umfassendes Nachschlagewerk. Rund 185.000 Fachtermini aus beiden Sprachrichtungen decken nicht nur die wichtigsten relevanten Ingenieursthemen – von Antriebstechnik bis Werkstoffprüfung – ab. Das Fachwörterbuch liefert auch reichhaltige semantische Informationen, Fachge-



bietsangaben, Hinweise auf regionale Varianten oder Stilebenen. Damit empfiehlt sich der Band von Peter A. Schmitt als verlässliches, kompaktes Werkzeug für Übersetzer, Fachleute, technische Redakteure, Wissenschaftler und Studenten.

Dabei berücksichtigt das neue Fachwörterbuch 30 Fachgebiete aus dem Ingenieurwesen, darunter beispielsweise Elektro- und Kraftfahrzeugtechnik, Maschinenbau und Kunststoffverarbei-

tung, Mess- und Fertigungstechnik, Werkstoffe und Werkzeuge. Zur schnelleren Auswahl der optimal passenden Übersetzung wurden jedem Eintrag zusätzliche Daten an die Seite gestellt: Abkürzungen, Sachgebetsangaben, semantische Hinweise und Informationen zur Verwendungssituation, zur Stilebene, zu Textsorten oder Sprechergruppe helfen bei der korrekten Zu- und Einordnung der Termini und ihrer Übersetzungen. Zu diesen Kontextinformationen kommen Hinweise auf regionale Varianten, Normen oder Corporate Language – wertvolle Angaben, mit denen sich in der Praxis schnell und sicher arbeiten lässt.

Die Inhalte des Wörterbuchs gehen auf den gewaltigen Datenpool zurück, der auch dem 2006 neu bearbeiteten Langenscheidt e-Fachwörterbuch Technik und angewandte Wissenschaften Englisch von Peter A. Schmitt zugrunde liegt. Jahrzehntelange Fachübersetzungs- und wissenschaftliche Terminologiearbeit, zahlreiche Publikationen und wissenschaftliche Arbeiten, vielfältige Praxisquellen wie Zeitschriften, Kataloge und Broschüren sowie zahlreiche Internetrecherchen lieferten das zusätzliche „Baumaterial“ für diesen Band.

Um einen benutzerfreundlichen Umfang zu erzielen, ohne jedoch den Fachcharakter einzuschränken, also auf die Übersetzung auch sehr spezieller Termini zu verzichten, konzentrierte sich der Autor bei der Stichwortauswahl gezielt auf die Themenbereiche der Ingenieurwissenschaft und schuf damit ein handliches Wörterbuch mit beiden Übersetzungsrichtungen in nur einem Band. Nicht weniger wichtig war Autor und Verlag die Aktualität der Stichwörter – so wurde der Zeitraum zwischen Redaktionsschluss und Erscheinen des fertigen Titels so kurz wie möglich gehalten.

Langenscheidt Fachwörterbuch Ingenieurwesen Englisch, Englisch-Deutsch, Deutsch-Englisch, von Prof. Dr. Peter A. Schmitt, rund 185.000 Stichwörter und deren Übersetzungen, 2.038 Seiten, 17 x 24 cm, gebunden, Langenscheidt Fachverlag GmbH München 2007, ISBN 3-86117-259-3, 99,- Euro.

Kleinanzeigen Angebote/Verkäufe



Noch Plätze frei!

PHOTO+MEDIENFORUM KIEL

35. Hauptlehrgang 2007

Handelsfachwirt/-in (IHK) Fachrichtung "Foto- und Medientechnik"
3. Januar bis 15. Juni 2007

Verantwortung übernehmen, den Aufstieg im Beruf in den Branchen des "Umfeld des Bildes" schaffen! Das setzt Fachkompetenz und einen erweiterten kaufmännischen Horizont voraus. In praxisnaher Ausbildung wird Ihnen das notwendige Wissen der Betriebswirtschaftslehre und der Foto-/Medientechnik vermittelt.

1. Kaufmännischer Teil: Abschluss "Handelsfachwirt (IHK)" vom 03.01.-30.03.2007
2. Foto- und Medientechnik: Abschluss "IHK-Zertifikat Foto- und Medientechnik" vom 04.04.-15.06.2007

Eine Förderung nach Meister-BaföG und BFD ist möglich.

PHOTO+MEDIENFORUM KIEL Feldstr. 9-11 24105 Kiel Tel.: 04 31 / 57 97 00
Fax: 04 31 / 56 25 68 www.photomedienforum.de mail@photomedienforum.de

Seit 1. Januar 2007: 19% Mehrwertsteuer!

Schon bestellt? Schnelle Kalkulation ohne PC mit der praktischen Kalkulationstabelle!

Für die Mehrwertsteuererhöhung seit dem 1. Januar 2007 hat der C.A.T.-Verlag für jeden, der mit Ein- und Verkaufspreisen kalkulieren muss, eine wertvolle Kalkulationshilfe herausgebracht. In übersichtlicher Tabellenform findet der Anwender neben Einkaufspreisen von 100 bis 999 (Euro oder Cent) sieben mit den gebräuchlichen Handelsspannen berechnete Bruttoverkaufspreise einschließlich des neuen Mehrwertsteuersatzes aufgeführt.

Auf der Rückseite der neuen Kalkulationstabelle sind als weitere Hilfe 14 Umrechnungsfaktoren für Spannen von 10 bis 40 Prozent einschließlich 19% Mehrwertsteuer genannt. Damit wird die Preisfindung sowohl in der Aufwärts- als auch in der Abwärtskalkulation äußerst vereinfacht. Auch für die Errechnung des Mehrwertsteuersatzes als reiner E-Betrag oder des Verkaufspreises ohne Mehrwertsteuer sind Hilfen aufgeführt. Die Kalkulationshilfe ist schmutzabweisend laminiert im DIN A4-Format erhältlich.

Bestellen Sie Ihre Kalkulationstabelle(n) zum Preis von 7,50 € für die erste Tabelle und 2,50 € für jedes weitere Exemplar inkl. Portokosten, zzgl. MwSt. mit dem unten abgedruckten Bestellcoupon direkt bei:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29, 40832 Ratingen, Tel. 02102/2027-10, Fax 02102/2027-90

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

Der Preis für das erste Exemplar beträgt 7,50 €,
für jedes weitere Exemplar 2,50 €, inkl. Portokosten, zzgl. MwSt.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Kalkulationstabelle 2007
Postfach 12 29
40832 Ratingen

Fax: 0 21 02 / 20 27 - 90

Meine Anschrift lautet:

Name/Firma:

Straße/Nr.:

PLZ/Ort:

Telefon/Fax: Datum/Unterschrift:

TAMRON

Wir sind die europäische Vertriebsniederlassung eines renommierten japanischen Unternehmens der optischen Industrie und suchen zum frühestmöglichen Termin eine/n Mitarbeiter/in

für den **Außendienst**

zur Betreuung des Fotohandels in den neuen Bundesländern und in Berlin. Erfahrung im Aussendienst ist keine Bedingung, erwartet werden jedoch fundierte Kenntnisse im Bereich Spiegelreflexfotografie. Ein entscheidender Vorteil wären Ver- und Einkaufserfahrungen aus verantwortlichen Positionen im Einzelhandel.

Die Marktentwicklung im Bereich digitaler Spiegelreflexfotografie bietet gerade jetzt hervorragende Perspektiven für Menschen mit Engagement und Enthusiasmus.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung, die wir (mit allen erforderlichen Unterlagen, bitte auf dem Postwege) erbitten an:

TAMRON Europe GmbH, Vertriebsleitung Inland, Robert-Bosch-Str. 9, 50769 Köln.
Tel. 02 21-9 70 32 50 • Fax 02 21-9 70 32 54 • e-mail tamron-europe@tamron.de
www.tamroneurope.com



**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 03/1 62 62, Fax 1 35 67
e-mail: info@cf-photo-video.de
www.fotolicht.de

...die bandlose Zeit ist eingeläutet!
Sie besitzen jetzt auch einen DVD-Player? – Super!
Und was können Sie damit? schlecht!
Nur gekaufte Filme abspielen –
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



**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

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

IMPRESSUM

imaging+foto-contact
Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, Video, Labor- und Studioteknik

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. 34 v. 1. Januar 2007

Layout und Herstellung:
Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach, Albert Willmann

Vertrieb:
Silke Gräbel

Satz- und Repro:
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:
D+L PRINTPARTNER 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

Kleinanzeigen Angebote/Verkäufe

Anzeigenschluß für Kleinanzeigen
 in der Ausgabe 4/2007 ist der 9. März 2007.
 Senden Sie uns einfach ein Fax an: 0 21 02 / 20 27 90

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

Der **Verband für Journalisten** bietet Beratung, Fachinfos, Presseausweis, Medienversorgung und vieles mehr. Kostenlose Infos für hauptberufliche Journalisten & Pressesprecher:
DPV Deutscher Presse Verband e.V.
 Stressemannstr. 375 • D-22761 Hamburg
 Tel. 040/8 99 77 99 • Fax 040/8 99 77 79
 info@dpv.org • www.dpv.org

Kodak Professional
 Batterien, Thermo- + Inkjet-Papier, Color-Blatt- und Rollenpapier, Chemie, Filme, Verbrauchsmaterial für Kiosksysteme Picturemaker.
Alles ab Lager vom autorisierten KODAK Professional Distributor
NORDFOTO Versand
 e-mail: post@nordfoto.de
 Tel. 0 40 / 5 29 86 50
 Fax 0 40 / 5 29 32 17
 www.nordfoto.de

Foto-Aktienkurse					
		14.02.2007	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	6.278	6.459	4.673	6.760
Casio	YEN	2.491	2.521	1.805	2.775
CeWe Color	EUR	36,65	34,48	26,35	37,96
Du Pont	USD	51,10	49,73	39,05	51,14
Eastman Kodak	USD	24,99	25,38	19,09	29,73
Epson	YEN	804	831	677	1.160
Fujifilm	YEN	5.272	4.742	3.610	5.350
Hewlett-Packard	USD	42,10	43,53	29,79	43,53
Hitachi	YEN	821	797	655	886
ICI	GBP	473,25	481,50	330,25	480,50
Imation	USD	43,37	48,50	37,50	48,50
Jenoptik	EUR	7,70	8,04	6,30	8,35
Leica	EUR	12,47	12,50	6,30	12,70
Metro	EUR	54,41	51,45	41,25	54,40
Olympus	YEN	4.095	3.683	2.780	4.050
Samsung	KRW	562.000	613.000	549.000	691.000
Sharp	YEN	2.120	1.997	1.613	2.150
Sony	YEN	5.977	5.678	4.440	6.150
Spector	EUR	1,14	1,14	0,90	1,68
Toshiba	YEN	742	823	627	836
Varta	EUR	9,55	9,95	4,69	10,71

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

Techn. Positiv-Retusche
 helmut.bodenschatz@t-online.de

Inserenten-Verzeichnis

C.A.T.-Verlag	35	Photo+Medienforum..	43, 48
Canon	4. U.	PlusXAward	3. U.
Casio	9	Samsung	2. U.
Loersch	41	Walther	33
Messe Hannover	25	Kleinanzeigen	48–50
Panasonic	7		

Beilage: BHS Binkert



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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

.....

i+fc 3/2007

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

präsentiert Europas größten Technologie-Wettbewerb!

Merken Sie sich die Siegel für ausgezeichnete Markenqualität:



Eine namhafte Jury benennt alljährlich die herausragendsten Consumer-Technology-Produkte. Freuen Sie sich schon jetzt auf die Sieger des Plus X Awards 2007. Denn die Plus X-Siegel für Elektro-, IT- und Unterhaltungselektronik-Produkte helfen Ihnen bei der Sortimentsgestaltung.

www.plusxaward.de

you can
Canon

Was auch immer Sie interessiert – das Multifunktionssystem PIXMA MP600 (Drucker, Kopierer und Scanner in einem) mit FINE-Druckkopf-Technologie hilft Ihnen, Ihre Visionen umzusetzen. Dank seiner benutzerfreundlichen Bedienung mit intuitivem Easy-Scroll-Bedienrad und einem 6,3 cm großen LCD-Farbdisplay ist Drucken nicht nur einfach, sondern macht auch noch Spaß. Weitere inspirierende Druckideen finden Sie auf www.canon.de/pixma.

PIXMA MP600

Mein Pixma,
mein Stil.

