

imaging

+foto

contact

4/2004

€ 3,50 ISSN 1430 - 1121

33. Jahrgang G 30605

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

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Der neue Trend von Fujicolor
pocket-photo

**Digitale
Bilder
für die
Tasche**



Easy imaging. Easy business.

Alles, was sich Ihre Kunden wünschen:
die neuen QV-R51 und QV-R41 Digital Cameras.



extragroßes 2 Zoll TFT-Farbdisplay



betriebsbereit in ca. 1 Sek. durch Direct-On



5,0 Megapixel (QV-R51)
bzw. 4,0 Megapixel (QV-R41)



3fach optischer Zoom

Jetzt wird das digitale Fotografieren für Ihre Kunden zur wahren Freude. Denn die neuen Digital Cameras QV-R51 und QV-R41 sind extrem einfach zu bedienen, blitzschnell und mit vielen innovativen Funktionen ausgerüstet. Freuen Sie sich auf neue Impulse im Abverkauf.



- Auslöseverzögerung von ca. 0,01 Sek.*
- extralange Betriebsdauer (NiMH-Akkus inkl.)
- BESTSHOT
- hochwertiges, kompaktes Metallgehäuse

* nach Fokussierung, LCD und Blitz aus

CASIO
www.casio-europe.com



Zum Titelbild: Minifotos für die Tasche

Die Großlabors der Fujicolor Central Europe Photofinishing (vormals Eurocolor) bieten jetzt einen neuen Service an, der besonders junge Zielgruppen begeistern soll. Unter dem Namen Fujicolor pocket-photo gibt es echte Fotos im Format 6 x 8 cm von allen gängigen Speichermedien. Alle Händler, die ein Fujicolor order-it Terminal in ihrem Geschäft haben, können den neuen Service anbieten.



Seite 22

CeBIT erneut ohne Rekorde, aber mit vielen Kameras

Digitalkameras mit und ohne Handy gab es reichlich auf der CeBIT, die vom 18. bis 24. März in Hannover stattfand. Trotz eines erneuten Rückgangs bei Ausstellern und Besuchern zeigten sich die Organisatoren am Ende zufrieden. Die CeBIT-Konjunktur, so die Deutsche Messe AG im Abschlußbericht, sei angesprungen.



Insgesamt bestätigte auch die diesjährige Veranstaltung, daß die Boomjahre, in denen die immer noch größte Messe der Welt fast 800.000 Besucher und 8.000 Aussteller

aktivieren konnte, vorbei sind. Wohlweislich hatten die Organisatoren mit 500.000 Besuchern gerechnet und konnten daher am Ende melden, mit 510.000 Besuchern habe die Veranstaltung die Erwartungen übertroffen.

Seite 8

Noritsu mit vielen Neuheiten auf der PMA



Mit zahlreichen neuen Produkten für digitale Fotofinishing-Dienstleistungen am Point of Sale unterstrich Noritsu auf der PMA seinen Führungsanspruch in diesem Marktsegment. Im Mittelpunkt stand die neue Minilab-Serie QSS-32 mit Laser-Technologie.

Seite 38



imaging+foto-contact-Interviews



Die BHG Color Print GmbH & Co. KG (BHG CP), die im August vergangenen Jahres die V-Dia Laborgruppe übernommen hat, erregte besonderes Aufsehen, als sie zum 1. Dezember 2003 die in der KFS Fotolabore GmbH zusammengefaßten Laborbetriebe von Kodak erwarb. Nachdem Ende Januar die Schließung von sechs der zehn KFS Labor-Standorten angekündigt worden war, überschlugen sich Ende Februar/Anfang März die Ereignisse. Zunächst wurde Ende Januar ein Interessenausgleich mit dem Gesamtbetriebsrat vereinbart, dann ließ der Betriebsrat die Verhandlungen über den Sozialplan scheitern und widersprach den vereinbarten und inzwischen ausgesprochenen Kündigungen. Dann wurden die Gehaltszahlungen ausgesetzt.



Am 5. März wurde schließlich beim Amtsgericht Heidelberg die Eröffnung eines Planverfahrens für die KFS Fotolabore GmbH beantragt. Wir fragten Uwe Gesper, Beiratsvorsitzender der BHG Color Print GmbH & Co. KG, und V-Dia Geschäftsführer Heinz Jansen nach den Zielen der BHG CP.

Seite 18



Schon unmittelbar nach der Vorstellung der neuen Relax-Tarife erreichte T-Mobile positive Resonanz von seiten der Handelspartner. imaging+foto-contact fragte Stefan Gilca, Geschäftsführer Vertrieb von T-Mobile Deutschland, nach Reaktionen der Händlerschaft und seinen ersten Erfahrungen.

Seite 35



Mit zahlreichen Neuheiten auf der PMA stellt sich Noritsu auf den rasanten Wandel des Bildermarktes durch die Digitaltechnik ein. imaging+foto-contact hat mit Osame Miki, Managing Director and Group General Manager Sales and Marketing der Noritsu Co. Ltd., in Las Vegas über die aktuellen Entwicklungen gesprochen.

Seite 39

T-Mobile

Telefonieren ohne Gebührenzähler im Kopf, ohne Blick auf die Uhr, einfach entspannt. Diese Assoziationen sollen die Relax-Tarife von T-Mobile beim Verbraucher wecken. Für den Fotohandel bedeutet das neue Tarifmodell zufriedene Kunden in den Verkaufsräumen, kurze, erfolgreiche Beratungsgespräche durch einfache und überzeugende Argumente und eine vorteilhafte Provision. Flankiert wurde die Einführung der neuen Tarife mit umfangreichen Schulungs- und Informationsangeboten. Im Zuge einer Roadshow machten sich rund 2.000 Vertriebspartner an 22 Veranstaltungsorten in ganz Deutschland mit „Relax“ vertraut. Zusätzlich realisierte T-Mobile mit Relax SMS 40 und Relax SMS 100 die bereits Mitte März angekündigten Tarifoptionen für den Versand von Kurzmitteilungen.

Seite 34



Zum Titelbild

Minifotos für die Tasche von Fujicolor. **22**

Editorial

Masse ohne Marge **5**

Wirtschaftspolitischer Kommentar

„Kommt der Aufschwung“ bei noch mehr Macht für Politiker und Gewerkschaften? **54**

Industrie

Tetenal fokussiert Aktivitäten auf die Kernkompetenzen Print und Bild. **24**

Internationale Messen

CeBIT 2004 in Hannover: Erneut ohne Rekorde, aber mit vielen Kameras . . . **8**

Bilddienstleistungen

Fujicolor pocket-photo für junge Zielgruppen . . . **22**

Kiosklösungen liefern schnelle Bilder von Digitalkameras und Fotohandys **26**

Noritsu mit zahlreichen Neuheiten auf der PMA. . . **38**

Handel

Zusatzerträge durch DSL und Internet **36**

Neue Produkte und Ideen sollen beim HaPa-Team Geschäfte auch im Jahr 2004 beflügeln . . . **48**

H. D. Lehmann: Das Lädchen **55**

Photo Porst läßt Ringfoto wachsen **56**

Digital Imaging

Sonys zweite DVD-Camcorder-Generation **42**

Cybershot-Innovationen von Sony **43**

Kiosklösungen werden immer beliebter



Mit der ungebrochen zunehmenden Zahl von Digitalkameras und Fotohandys werden digitale Fotos in nie zuvor erreichter Anzahl gemacht. Als Alternative zu teuren Minilabs greifen immer mehr Händler zu Kiosklösungen, um den Bedarf ihrer Kunden für schnelle Bilder am PoS befriedigen zu können. Mit ihren zahlreichen Schnittstellen für Speicherkarten und kabellose Datenübertragung per Infrarot oder Bluetooth bieten die Kioske zahlreiche Möglichkeiten für Bilderservices. **Seite 26**

Die ersten Megapixel-Handys sind da

Nachdem Vodafone bereits im Vorfeld der diesjährigen CeBIT ein Megapixel-Handy angekündigt hatte, stellten auch andere Unternehmen auf der High-Tech-Messe entsprechende Modelle vor. Mit der deutlichen Steigerung der Bildqualität gegenüber dem bisher eingesetzten VGA-Standard werden Megapixel-Handys zur echten Alternative zur Digitalkamera. Zunächst nur im Schnappschußbereich, aber schon bald werden sie auch in andere Segmente vordringen. Der Fotohandel hat jetzt zum letzten Mal die Chance, in das lukrative Geschäft mit Fotohandys, Mobilfunkverträgen und Handy-Bildern einzusteigen. **Seite 14**



Exilim EX-Z30 und EX-Z40: Die neuen kompakten Digitalkameras von Casio **46**
 Neuheiten Digital Imaging **12, 40, 47**

Nachrichten **6**

imaging+foto-contact-Interviews

Uwe Gesper, Beiratsvorsitzender der BHG Color Print GmbH & Co. KG, und V-Dia Geschäftsführer Heinz Jansen: Das Großlabor-Bild hat Zukunft . . . **18**

Stefan Gilica, Geschäftsführer Vertrieb von T-Mobile Deutschland: Unsere neuen Relax-Tarife sorgen für viele zufriedene Kunden am PoS **35**

Osame Miki, Managing Director and General Manager Sales and Marketing, Noritsu Co. Ltd: Die Vorteile der Minilabs nutzen **39**

Video

U. Vielmuth: Zukunft des Videofilms (IV) **52**

Neuheiten **53**

Foto + Telekommunikation

Das Handy als Alternative zur Digitalkamera. **14**

Samsung baut die Unterstützung für Partner in Sachen Handys aus **32**

T-Mobile unterstützt Händler beim Verkauf der Relax-Tarife **34**

Nachträge grosser foto-katalog **57**

Rechtstips. **50**

Leserbrief. **56**

Inserenten-Verzeichnis **65**

Klein- und Personalanzeigen **62**

Impressum. **65**

Es wird viel verkauft, aber wenig verdient

Masse ohne Marge

Es ist bekannt, daß der Fotomarkt zu den wenigen Konsumgüter-Segmenten gehört, die stark wachsen. Soeben hat der Photoindustrie-Verband offiziell eine Gesamtzahl von 6,83 Millionen verkauften Kameras (analog und digital) für das Jahr 2003 bekanntgegeben. Dabei hat sich der Absatz von Digitalkameras auf 4,9 Millionen Stück verdoppelt und einen Marktanteil von mehr als 70 Prozent erreicht.

Auch die Situation auf dem Bildermarkt ist besser als ihr Ruf. Nach den neuesten Zahlen des Bundesverbandes der Photo-Großlabors (BGL) ging zwar die Zahl der entwickelten Colornegativfilme im vergangenen Jahr um 7 Prozent von 159,8 Millionen auf 148,7 Millionen Stück zurück; auch die Zahl der in den Labs angefertigten analogen Bilder verringerte sich um denselben Prozentsatz von 5,89 Milliarden auf 5,48 Milliarden Fotos. Gleichzeitig hat sich allerdings die Zahl der Bilder aus digitalen Quellen mehr als verdreifacht und eine respektable Gesamtmenge von 322 Millionen erreicht. Für den gesamten Bildermarkt ergibt sich daraus nur ein relativ geringfügiger Rückgang von gut 3 Prozent auf 5,8 Milliarden Prints.

Soweit die guten Nachrichten. Trotz der erfreulichen Zahlen sind die Nachrichten aus dem Einzelhandel, besonders dem Fachhandel, bedrückend. Immer mehr, vor allem kleine Fotohändler, schließen ihren Laden zu. Auch bei großen hat es in der jüngeren Vergangenheit mehrere spektakuläre Pleiten gegeben. Ein serviceorientierter Kaufhaus-Konzern wie Karstadt zieht sich weitestgehend aus dem Technikbereich zurück. Der wichtigste Grund für diese Entwicklungen: nicht Absatz-, sondern Ertragsprobleme. Es wird viel verkauft, aber wenig verdient.

Die Handelsspannen beim boomenden Digitalkamera-Geschäft liegen oft im einstelligen Bereich – das mochte noch angehen, solange die Geräte so teuer waren, daß selbst unter solchen Voraussetzungen noch richtiges Geld in der Kasse blieb. Inzwischen können die Kunden des Fotohandels Einstiegsmodelle respektabler Markenhersteller mit 3 Millionen Pixeln für 149,- Euro bekommen. Zum Weihnachtsgeschäft dürften sie dann nur noch 99,- Euro kosten. Trotz aller Wachstumsraten: Die Deckungskostenbeiträge, die dabei überbleiben, reichen für eine qualifizierte Handelsleistung nicht aus. Gar nicht davon zu reden, was passiert,

wenn die Wachstumskurven einmal nicht mehr so steil nach oben zeigen wie in den letzten Jahren. Hinzu kommt: Die Bilderpreise im Analogsegment sind schon seit langem kaputt, und bei den digitalen Prints, die ja einen Ausgleich schaffen sollen, gibt es auch schon die ersten Billigangebote. Trübe Aussichten?

Nicht unbedingt. Trotz aller Probleme werden gerade serviceorientierte Vertriebskanäle wie der Fotohandel für die Industrie immer wichtiger. Viele Digitalkamera-Hersteller widmen diesem Absatzweg erhöhte Aufmerksamkeit: Sony, Sanyo, Panasonic und Kodak sind die jüngsten prominenten Beispiele. Auch im neuen Wachstumsmarkt Fotohandys genießt der Fotohandel einen guten Ruf: Namhafte Mobilfunkhersteller liebäugeln aus gutem Grund mit diesem Vertriebskanal, wie auch in dieser Ausgabe von *imaging+foto-contact* wieder zu lesen ist.

Allerdings nützen die schönsten Marketingkonzepte der Industrie nichts, wenn der Fotohandel mit den Produkten kein Geld verdienen kann. Es gibt glücklicherweise erfolgversprechende Ansätze für Vertriebssysteme, die unterschiedliche Handelsleistungen auch mit unterschiedlichen Konditionen honorieren. Das ist der richtige Weg, und wir brauchen mehr davon, und zwar schnell. Umgekehrt müssen aber auch noch mehr Fotohändler vom Umsatzdenken auf das Ertragsdenken umschalten. Denn wer die besseren Konditionen nur für eine neue Preisrunde nutzt, schaufelt sein eigenes Grab. Th. Blömer

Kodak kauft NexPress und Heidelberg Digital

Die Eastman Kodak Company hat angekündigt, den bisherigen Anteil des deutschen Herstellers Heidelberger Druckmaschinen AG an der NexPress Solutions LLC zu übernehmen. Bisher war Kodak an diesem Joint-Venture zu 50 Prozent beteiligt. Zusätzlich wird Kodak die gesamte Heidelberg Digital LLC, ein führender Hersteller von digitalen Schwarzweiß-Drucksystemen, erwerben. Zum Übernahmepaket gehören auch die NexPress GmbH, Heidelberg's deutsche Niederlassung, sowie Inventar und Vermögenswerte, die derzeit im Besitz von Heidelberg's regionalen Niederlassungen oder Market Centern sind. Vertriebs- und Servicemitarbeitern, die derzeit in Heidelberg's Market Centern beschäftigt sind, sollen Arbeitsverträge von Kodak angeboten werden. Die Ankündigung unterstreicht Kodaks Strategie, das Portfolio des Unternehmens im Digital

AZ-Video-Essen
 Videoschnitt-Produktion-Videobedarf,
 Umkopierung von Super 8 / Normal 8 auf DVD.
 Umkopierung sämtlicher Videosysteme
 Tel. 02543/219134, Fax. 02543/930678

Commercial Printing zu erweitern und die Präsenz in der digitalen Druckindustrie deutlich zu verstärken. Zum Jahresbeginn hatte Kodak den Kauf von Scitex Digital Printing, dem weltweit führenden Hersteller von Hochgeschwindigkeits-Inkjetdruckern für den variablen Datendruck, abgeschlossen und die Firma in Kodak Versamark Inc. umbenannt. In einer Pressemitteilung wird erläutert, daß die Kaufbedingungen, auf die sich Kodak und die Heidelberger Druckmaschinen AG geeinigt haben, auf einer ergebnisorientierten Formel basieren, die periodische Zahlungen von Kodak an Heidelberg vorsieht, wenn bestimmte Verkaufsziele erreicht werden. Wenn alle Verkaufsziele in den beiden Kalenderjahren bis zum 31. Dezember 2005 erreicht werden, wird Kodak maximal 150 Millionen US-Dollar in bar bezahlen. Weitere

Zahlungen hängen von den Ergebnissen über einen Zeitraum von fünf Jahren ab. Bei Vertragsabschluß leistet Kodak keine Zahlungen für die gekauften Geschäftsbereiche.

Martin Hubert hat Olympus verlassen

Martin Hubert hat Olympus aus persönlichen Gründen zum 31. März verlassen. Insgesamt war er 17 Jahre in verschiedenen Positionen für das Unternehmen tätig. Zwischen 1992 und 2003 leitete Hubert Vertrieb und Marketing der Olympus Consumer Produkte und war dabei besonders durch die Einführung der Digitalkamera-Palette des Unternehmens beim Fotohandel erfolgreich. Im Rahmen einer Umstrukturierung auf europäischer Ebene übernahm er ab April 2003 als Vertriebsleiter für die professionellen digitalen SLR-Produkte von Olympus die erfolgreiche Markteinführung des E-Systems in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Agfa-Gevaert erzielte 2003 66 Prozent mehr Gewinn

Die Agfa-Gevaert Gruppe hat im Geschäftsjahr 2003 ihren Nettogewinn um 66,5 Prozent auf 323 Millionen Euro gesteigert. Der Gewinn vor Steuern stieg um 54 Prozent auf 457 Millionen Euro. Der Gesamtumsatz des Unternehmens ging dagegen um zehn Prozent auf 4,215 Milliarden Euro zurück, hauptsächlich durch veränderte Währungsparitäten. Ohne den Einfluß der Stärke des Euros hätte der Rückgang nur 2,7 Prozent betragen, hieß es in einer Pressemitteilung aus dem Hause Agfa-Gevaert.

Im Geschäftsbereich Consumer Imaging ging der Gesamtumsatz um 17 Prozent auf 870 Millionen Euro zurück, ohne den Einfluß von Währungsparitäten um 11,6 Prozent. Das operative Ergebnis in diesem Geschäftsbereich kehrte sich von einem Gewinn von 16 Millionen Euro im Jahre 2002 auf einen Verlust von 84 Millionen Euro um. Als Gründe für diese Entwicklung wurden die schwache Konjunktur, verstärkt durch die negativen Einflüsse der Krise im Mittleren Osten, der Ausbruch von SARS sowie der Rückgang des weltweiten Marktes für Film und Fotopapier durch die steigende Popularität der Digitalfotografie genannt. Agfa hat inzwischen Maßnahmen zur Wiederherstellung der Profitabilität ergriffen und will, unter anderem durch den Abbau von 750 Arbeitsplätzen, 100 Millionen Euro pro Jahr einsparen. Durch diese Maß-

nahmen wurde das Ergebnis 2003 um 38 Millionen Euro belastet. Andererseits, so die Agfa-Pressemitteilung, sei sichergestellt, daß Consumer Imaging in diesem Jahr wieder schwarze Zahlen schreibe.

Wie Agfa weiter mitteilte, hat das Vorstandsmitglied John Glass das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen. Der Vorstand besteht jetzt aus Ludo Verhoeven, Chief Executive Officer, Marc Gedopt, Chief Financial and Administration Officer, und Albert Follens, Chief Operating Officer. Zu General Managern der einzelnen Geschäftsbereiche wurden Philippe Houssiau (Medizintechnik), Eddy Rottie (Consumer Imaging) und Stefaan Vanhooren (Graphic Systems) ernannt.

Im Bereich Grafische Systeme hat sich Agfa-Gevaert soeben durch die Übernahme der italienischen Microgran S.r.l. weiter verstärkt. Microgran ist die Holding des italienischen Herstellers Lastra aus Manerbio. Lastra stellt Druckplatten und dazugehörige Chemikalien sowie Geräte für den Offset-Druck her und setzte im Jahr 2003 240 Millionen Euro um. Als traditioneller Hersteller analoger Druckplatten hat sich das Unternehmen im Jahre 2002 durch die Übernahme der amerikanischen Western Litho Plate & Supply Co. für den digitalen Druckplatten-Markt gerüstet. Lastra betreibt sechs Fabriken in Italien und den USA und beschäftigt 900 Mitarbeiter.

Foto Quelle verkauft seine Großlabore

Mit Wirkung zum 31. März hat die Foto Quelle GmbH & Co. OHG, wie das Unternehmen in einer Pressemitteilung mitteilte, ihre unter RCL Colorlabor GmbH geführten Großlabore an die BT Mittelstand GmbH (Mannheim) verkauft, um sich künftig vollständig auf den Vertrieb zu konzentrieren. Die Produktionsstandorte Nürnberg und Berlin bleiben, wie es in der Mitteilung weiter heißt, auch nach dem Eigentümerwechsel erhalten und werden weitergeführt. Insbesondere würden die bestehenden Beschäftigungsverhältnisse übernommen. Die BT Mittelstand GmbH hat erst 2003 das Berliner Großlabor Wegert übernommen. „Wir wollen uns noch stärker auf unser Kerngeschäft und unsere Kernkompetenz konzentrieren – auf den Vertrieb unserer Fotoleistungen und die Pflege und den Ausbau unseres Franchise-Netzes“, erläuterte Stefan Hagemann, Geschäftsführer der Foto Quelle, die wesentlichen Gründe für den Verkauf der Laborsparte. Sowohl für Kunden als auch für Franchise-Partner werde Foto Quelle weiterhin den hohen Qualitätsstandard der Produktpalette und der Revue Markenbilder sicherstellen.

Erfragen Sie die aktuellen Tagespreise
bei der Niederlassung in Ihrer Nähe



Nikon D70

- Auflösung 3.008 x 2.000 Bildpunkte
- Wechselspeicher-Kompatibilität CompactFlash Typ I/II MicroDrive
- Dateiformat JPEG (.jpg) oder RAW (herstellereigenes Rohdatenformat)
- Verbindung zum Computer USB-Schnittstelle
- Wechselobjektivfassung Nikon-F 1,50-fache Brennweitenverlängerung
- Lichtempfindlichkeit ISO 200-1600 (automatisch, manuell)

**JETZT BEI UNS
ERSTE STÜCKZAHLEN
LIEFERBAR!**



Nikon Coolpix 8700

- Auflösung 3.264 x 2.448 Bildpunkte
- Dateiformat JPEG (.jpg), TIFF (.tif) oder RAW (Nikon-eigenes Rohdatenformat)
- Wechselspeicher-Kompatibilität CompactFlash Typ I & II, Microdrive
- Brennweite entsprechend 35-mm-Kleinbildformat 8-fach Zoom 35 bis 280 mm, zusätzliches digitales 4-fach Zoom
- Lichtempfindlichkeit ISO 50-200 (aut.) ISO 50/100/200/400 (man.)
- Verbindung zum Computer USB-Schnittstelle



Nikon Coolpix 2200

- Auflösung 1.600 x 1.200 Bildpunkte
- Dateiformat JPEG (.jpg) oder AVI-Video (.avi)
- Wechselspeicher-Kompatibilität SD Card
- Verbindung zum Computer USB-Schnittstelle
- Brennweite entsprechend 35-mm-Kleinbildformat 3-fach Zoom 36 bis 108 mm, zusätzliches digitales 4-fach Zoom
- Manuelle Belichtungskorrektur +/- 2 in 1/3 Stufen

Der Foto-Großhandel mit Beratung vor Ort durch qualifizierten Außendienst

Neuendorf
Tel. 038204-686 0
info@hansephot.de

Berlin
Tel. 030-261 731
berlin@bremaphot.de

Bremen
Tel. 04214-689 89
bremen@bremaphot.de

Mannheim
Tel. 0621-166 980
pdc.mannheim@bremaphot.de

Frankfurt
Tel. 069-944 327 0
frankfurt@kleffel-aye.de

Dresden
Tel. 0351-438 002-0
dresden@kleffel-aye.de

Essen
Tel. 0201-178 40 -0
essen@bremaphot.de

Saarbrücken
Tel. 0681-635 356
saarbruecken@bremaphot.de

Nürnberg
Tel. 0162-139 223 6
nuernberg@kleffel-aye.de

Karlsruhe
Tel. 0721-573 066
karlsruhe@bremaphot.de





Digitalkameras mit und ohne Handy gab es reichlich auf der CeBIT, die vom 18. bis 24. März in Hannover stattfand. Trotz eines erneuten Rückgangs bei Ausstellern und Besuchern zeigten sich die Organisatoren am Ende zufrieden. Die CeBIT-Konjunktur, so die Deutsche Messe AG im Abschlußbericht, sei angesprungen.

Insgesamt bestätigte auch die diesjährige Veranstaltung, daß die Boomjahre, in denen die immer noch größte Messe der Welt fast 800.000 Besucher und 8.000 Aussteller aktivieren konnte, vorbei sind. Wohlweislich hatten die Organisatoren mit 500.000 Besuchern gerechnet und konnten daher am Ende melden, mit 510.000 Besuchern habe die Veranstaltung die Erwartungen übertroffen. Obwohl vor einem Jahr noch 560.000 Besucher den Weg aufs Expo Gelände gefunden hatten, kam im Abschlußbericht durch die einen Tag

kürzere Messedauer am Ende ein Wachstum heraus. „Erstmals seit drei Jahren stieg die Zahl der Besucher pro Messetag gegenüber dem Vorjahr wieder an, im Mittel um 3.400 Besucher“, stellte die Deutsche Messe AG zufrieden fest. Die Zahl der Aussteller lag mit 6.411 um rund 200 unter dem Vorjahr – die prominentesten Absagen aus der Imagingbranche waren von Canon, Hewlett-Packard und Lexmark gekommen.

Jede Menge Digitalkameras

Außer dem Marktführer Canon waren alle wichtigen Digitalkamera-Hersteller in Hannover am Start. Nach der Neuheitenflut auf der PMA legten einige Unternehmen sogar noch einmal nach und stellten weitere neue Modelle vor. Die wichtigsten davon finden sich in diesem Heft.

Auch Zubehörlieferanten nutzten die CeBIT wieder zum Messeauftritt. Hama hatte dabei als Vollsortimenter ein breites Programm in den Bereichen Telekommunikation, PC-Accessories,

Digitalfotografie und Home Cinema zu bieten. Zudem konnten sich die Monheimer ebenso wie Lowepro darüber freuen, daß die Veranstalter der größten Computermesse der Welt es in diesem Jahr (vielleicht unter dem Eindruck des Ausstellerrückgangs) wieder gestattet hatten, nicht nur Notebooks, sondern auch die dazu passenden Taschen auszustellen.

Nach den Absagen der obengenannten Unternehmen hatte Epson im Bereich Inkjetdrucker sozusagen die Monopolstellung – das Unternehmen beschränkte seinen Auftritt dabei auf eine ausschließlich den Fachhandelspartnern vorbehaltene Lounge, hatte aber zusätzlich seine Fotodrucker bei vielen Kameraherstellern plaziert und zeigte im Rahmen einer Gemeinschaftspräsentation auch Großformatgeräte. Zudem sorgte Epson mit der Vorstellung der ersten Meßsucher-Digitalkamera für Aufsehen. Das in handwerklich hervorragender Qualität gefertigte Gerät mit 6 Millionen Pixeln, bei dem sogar die Rückspulkurbel nicht fehlt, ist für Objektive mit M-Bajonett (mit Aus-



Pentax Marketing- und Vertriebsleiter Stefan Thode war mit dem zweiten CeBIT-Auftritt des Unternehmens sehr zufrieden.

nahmen) geeignet und soll im Sommer dieses Jahres zum Verkaufspreis von rund 3.000,- Euro auf den Markt kommen.

Digitale Minilabs

Zur Herstellung der digitalen Bilder im Dienstleistungsgeschäft zeigten mit Agfa und Fuji zwei Unternehmen aus



Helmut Rupsch, Geschäftsleiter Deutschland bei Fujifilm (rechts), und Werbeleiter Wolfgang Winterscheidt mit den neuesten Digitalkameras des Unternehmens, von denen mit dem Printciao Kiosk sofort hochwertige Bilder hergestellt werden können.

der „CeBIT-Stammbesetzung“ ihre digitalen Minilabs. Fujifilm demonstrierte zudem die aktuelle Digitalkamerapalette und die order-it Terminals der Labortochter Fujicolor, die mit Hilfe eines Bluetooth-Moduls auch Bild-daten von Fotohandys verarbeiten können. Agfa zeigte das neue digitale Minilab d-lab.1 und nutzte auf einer Pressekonferenz die Gelegenheit, den

von LG, Nokia, Samsung, Sharp, Siemens und Sony Ericsson gezeigt und sollen im Laufe des Jahres auf den Markt kommen, das Sharp GX 30 ist bereits – wie berichtet – bei Vodafone erhältlich. Für den Fotohandel ist das eine gute Nachricht, weil mit der höheren Auflösung der neuen Geräte die Bilder in ansprechender Qualität ausgedruckt werden können. Kodak setzte



Sanyo Europa-Chef Keiichi Naito (rechts) und Stephan Madl (Division Manager Digital Imaging Products) setzen auf den Fotohandel als wichtigen Vertriebsweg, um die Xacti Digitalkameras und neue Produktkonzepte wie die Xacti C1 am Markt durchzusetzen.

Dienstleistungsgedanken bei der Digitalfotografie mit Kamera oder Handy auch einem breiteren Publikum nahe zu bringen. Konica Minolta hatte dagegen die in Las Vegas vorgestellten neuen Minilabs nicht am Stand und beschränkte sich im Fotobereich im wesentlichen auf Digitalkameras. Erstmals auf der CeBIT als Aussteller war Noritsu. Auf dem Stand wurden neben der neuen QSS-32 Minilabfamilie vor allem der dDP-411 Inkjet-Digitalprinter und der neue Fotokiosk Pribo präsentiert. Für Vertriebsleiter Thomas Mümken war die CeBIT dabei eine willkommene Gelegenheit, auch Kundenkreise anzusprechen, für die ein klassisches digitales Minilab im Dienstleistungsbereich überdimensioniert ist.

Die Megapixel-Handys kommen

Fotohandys waren ohne Zweifel ein großes Thema auf der CeBIT, zumal hier alle wichtigen Hersteller vertreten waren. Megapixel-Geräte wurden dabei

darum bei der Präsentation seiner Picture Maker Generation deutlich auf dieses wachsende Marktsegment und stellte zudem das bereits Ende Februar



David Watkins, Director Imaging für die Region Europa, Mittlerer Osten und Afrika bei Nokia, sieht die Einführung von Megapixel-Handys als wichtigen Schritt, den finnischen Mobilfunk-Hersteller auch in der Fotobranche zu etablieren. Bei der Entwicklung von Software-Lösungen für mobile Bildanwendungen im Internet und für Print-Dienstleistungen über Kiosk-Systeme arbeitet Nokia eng mit Kodak zusammen.



Kyocera Geschäftsführer Wilhelm Hotes erläuterte auf einer Pressekonferenz die NuCORE und RTUNE Technologien, die die Digitalkameras des Unternehmens besonders schnell machen. Für diese Technologien zeichnete die Zeitschrift Chip Kyocera mit dem Prädikat „CeBIT Highlight Digitale Fotografie“ aus.

Wohnzimmersessel aus mit der Fernbedienung – einer Diaschau mit den Bildern vom PC im Keller auf dem heimischen Bildschirm im Wohnzimmer steht somit wenig entgegen.

Aus Fotoperspektive muß man den Organisatoren zudem bescheinigen, daß die Konzentration des Fotoangebotes in Halle 1 weitere Fortschritte gemacht und die Laufleistung auf dem Messegelände deutlich reduziert hat. Dadurch wird der CeBIT Besuch deutlich bequemer. Den umfassenden Überblick über die ganze Welt der Fotografie und des Bildes auf der kommenden photokina kann er allerdings bestimmt nicht ersetzen.

auf dem 3 GSM World Congress in Cannes eingeführte Mobile Imaging Service Konzept einem breiten Publikum vor. Ab Mai soll dieser Service allen Benutzern von Mobiltelefonen zur Verfügung stehen, die den Standard WAP 2.0 unterstützen – zuerst für die Nokia Handys der Serien 6600, 7650 und 3650. Mit dem finnischen Mobilfunk-Giganten arbeitet Kodak darüber hinaus bei der Entwicklung weiterer Mobile Imaging Lösungen intensiv zusammen.

Blick über den Branchenzaun

Trotz mancher Lücke in der Ausstellerliste war die CeBIT durchaus eine Reise



Holger May, Leiter Marketing des Agfa Geschäftsfeldes Laborgeräte, und Wolfgang Göddertz, Leiter Handelsmarketing Deutschland, stellten auf einer Pressekonferenz die Konzepte des Unternehmens zur Herstellung digitaler Bilder vor.



*Am Stand des C.A.T.-Verlages informierten sich viele Messebesucher über die Fachzeitschriften *imaging+foto-contact*, *INTERNATIONAL CONTACT*, *PoS-MAIL* und *PrePress*.*

wert für Fotohändler, die sich nicht nur über die neuesten Digitalkamera-Modelle informieren, sondern auch einen Blick über das Stammgeschäft hinaus riskieren wollten. Die Auflösung der Grenzen zwischen Informationstechnologie und Consumer Electronics, zu denen ja neuerdings je nach Interessenlage auch Digitalkameras gezählt werden, war unübersehbar. Dazu trugen nicht nur die allgegenwärtigen Fotohandys bei, sondern auch die erstmals in konkreter Form zu beobachtende neue Allianz zwischen PC- und TV-Bildschirm. Mit drahtlosen WLAN-Modulen sollen nach den Vorstellungen der Industrie Bilder, Videos oder Musikdateien vom PC direkt auf den Fernseher gebracht werden – und das ist nicht einmal teuer. Der Abruf der Dateien erfolgt dabei vom



Mit dem neuen Pribio Kiosk will Noritsu Vertriebsleiter Thomas Mümken neue Zielgruppen für digitale Bild-Dienstleistungen begeistern.

Die Offensive im digitalen Bildergeschäft

Mehr
Kompetenz.

Mehr
Kunden.

Mehr
Umsatz.



Pribo



dDP-411



QSS-3201

NORITSU

CeBIT-Premiere für drei neue Camedias von Olympus

Mit der Sechs-Megapixel-Digitalkamera C-60 Zoom, der C-460 Zoom del Sol, die mit allem ausgestattet ist, was man für den Spaß in der Sonne benötigt, und der 3,2-Megapixel-Digitalkamera Camedia C-160 hat Olympus drei weitere neue Digitalkameras auf der CeBIT vorgestellt.

In einem kompakten Metallgehäuse aus gebürstetem Aluminium präsentiert Olympus die Sechs-Megapixel-Digitalkamera Camedia C-60 Zoom. Ihre hohe Auflösung, das Dreifach-Zoomobjektiv und der TruePic Turbo Bildprozessor sorgen für eine hohe Bildqualität. Ein Sunshine LCD, genaue Belichtungs- und Weißabgleichsmechanismen, ein dualer Autofokus, verschiedene manuelle Einstelloptionen und eine Movie-Funktion runden die Ausstattung ab. Die C-460 Zoom del Sol wird in einem Kit angeboten, das alles für den Spaß in der Sonne enthält. Die Vier-Megapixel-Digitalkamera mit Dreifach-Zoom ist mit dem innovativen Sunshine LCD ausgestattet, das in der Lage ist, selbst bei starkem Lichteinfall Aufnahmen brillant darzustellen. Darüber hinaus zählen eine Ledertasche, ein Strandtuch sowie eine Après-Lotion zum Lieferumfang für den Sommerurlaub. Zur weiteren Kameraausstattung gehören ein Supermakro-Modus, der Fotos bis zu 7 cm Nähe erlaubt, eine Movieaufnahmefunktion mit Sound sowie fünf Aufnahmeprogramme. Mit der Camedia C-160 präsentiert Olympus eine komplett ausgestattete 3,2-Megapixel-Digitalkamera für Einsteiger. Zu ihren Ausstattungsmerkmalen zählt ein 5 mm-Autofokus-Objektiv, ein 1,5 Zoll LCD, vier Aufnahmeprogramme, eine Moviefunktion und die Unterstützung des herstellerübergreifenden Druckstandards PictBridge.



Camedia C-60 Zoom

Samsung präsentiert neun neue Kameras der Digimax-Familie

Die Modelle Digimax 401, Digimax 301 und Digimax 202 mit Auflösungen von 4, 3,14 und 2 Megapixeln wurden speziell für Einsteiger entwickelt, die eine Vollausstattung mit preiswerter Digitalzoom-Lösung suchen. Sie sind mit den Abmessungen 98 x 38 x 51 mm äußerst kompakt und bieten eine



UCA 401

einzigartige Selbstauslöser-Funktion: Sie erlaubt dem Anwender, den automatischen Selbstauslöser einzusetzen, um ein Foto nach 10 Sekunden aufzuneh-

men, gefolgt von einem zweiten (Überraschungs-) Foto nur zwei Sekunden später. Ein weiteres Einsteigermodell mit 2fach optischem Zoom und einer 2,1-Megapixel-Auflösung hat Samsung mit der Digimax 250 vorgestellt. Eine Auflösung von 5 Megapixeln hat die Digimax 530, die zudem mit einem 4 cm TFT-LCD, verschiedenen Blitzmodi und einem Supermakro-Modus, der Aufnahmen ab einem Abstand von 6 cm ermöglicht, ausgestattet ist. Die Kamera, mit der auch Videoaufnahmen mit Ton aufgezeichnet werden können, verfügt über einen internen Speicher von 32 MB und kann zudem um SD- und MM-Karten ergänzt werden. Mit der U-CA 401 präsentiert Samsung eine ultrakompakte (96,7 x 60 x 15 mm) 4-Megapixel-Digitalkamera mit 4fachem Digitalzoom. Sie speichert bis zu 406 Bilder (bei kleinster Bildgröße) im internen Speicher und kann um den Memory Stick Duo ergänzt werden. Um drei neue Modelle erweitert Samsung die hochwertige V-Digitalkameraserie des Unternehmens. Die V50 ist mit einem 5,3-Megapixel-CCD, die V40 mit

einem 4,1-Megapixel-Sensor ausgestattet. Beide Kameras verfügen über ein hochwertiges Schneider Kreuznach Objektiv mit einer Brennweite von 38 bis 113 mm (V50) bzw. 38 bis 114 mm (V40), äquivalent zum Kleinbildformat. Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen zählen ein schwenkbarer 5 cm (Diagonale) LC-Monitor, ein 5facher Digitalzoom, drei ISO- und fünf Blitzeinstellungen sowie eine MPEG-4-Videofunktion. Die Digimax V5 ist mit fünf Megapixeln ausgestattet und verfügt über ein 3faches optisches Zoom von Schneider Kreuznach. In ihrer Super-Makrofunktion können Aufnahmen ab einem Abstand von 5 cm gemacht werden, die mit Hilfe der Nachbearbeitungsfunktion noch am LC-Monitor bearbeitet werden können. Eine Videofunktion, die Möglichkeit, Fotos um Ton zu ergänzen, Einzel-, Serien- sowie Autobracketing- und Highspeed-Auto-Bracketing-Auslösefunktionen runden die Ausstattung der V5 ab.

FinePix F420 jetzt lieferbar

Zirka 20 Prozent kleiner als die Vorgängerkamera F410 konnte die jetzt lieferbare FinePix F420 gestaltet werden. Sie arbeitet mit dem 3,1 Millionen Pixel Super CCD-Sen-



sor vom Typ HR. Im Modus 2.816 x 2.120 lässt sich damit eine Bilddatei von 6 Millionen Bildpunkten erzeugen. Das 3fach optische Zoom bietet eine Brennweite von 36 bis 108 mm im Vergleich zum Kleinbildformat. Die Empfindlichkeit reicht von ISO 125 bis 640 bzw. ISO 800 im manuellen Modus. Die FinePix F420 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 399,- Euro.

Wir entwickeln Ihr Bildergeschäft.



Innovationen

Produkte

Dienstleistungen

Systeme

Verkaufsförderung

Fachhändler in Poleposition:

Digitalfotos über Nacht!

 &  in Rekordzeit.

Das macht Ihnen, als **Fotofachhändler**, so schnell keiner nach.

Während andere noch lange warten, machen Sie sich und Ihre Kunden über Nacht glücklich.

Denn **DigiFilm** und **ImageCD** gibt es **jetzt im Nachtexpress** – exklusiv bei CeWe Color Fotofachhändlern.

Megapixel-Modelle feierten ihre Premiere

Das Handy als Alternative zur digitalen Fotokamera

Nachdem gleich mehrere Unternehmen die CeBIT 2004 erwartungsgemäß zur Präsentation ihrer ersten Fotohandys mit Megapixel-Auflösung genutzt haben, lassen sich drei Voraussagen treffen: Erstens werden digitale Schnappschußkameras im unteren Preissegment massiv an Marktanteilen verlieren, sobald die Megapixel-Handys auf den Markt kommen. Denn während die Kamera immer noch bewußt mitgenommen werden muß, ist das Handy für die meisten seiner Besitzer zum ebenso selbstverständlichen Begleiter geworden wie der Hausschlüssel. Obendrein werden Digitalkameras mit Telefon- und vielfältigen Officefunktionen (sprich: Fotohandys) auch zukünftig ohne jeden Zweifel mit hohen Subventionen versehen sein, so daß sie nicht nur qualitativ, sondern auch preislich eine sehr ernst zu nehmende Alternative zur „Nur“-Digitalkamera darstellen. Warum also eine digitale Fotokamera kaufen, wenn es das „Immer-dabei“-Handy genauso gut tut?

Zweitens hat der Fotohandel in diesen Monaten zum letzten Mal die Chance, an dem profitablen Geschäft mit Fotohandys und Mobilfunkverträgen zu partizipieren. Denn, so erklärten übereinstimmend Vertreter von Handyherstellern und Netzbetreibern gegenüber imaging+foto-contact, es haben andere Branchen außerhalb von Telekommunikation und Consumer Electronic inzwischen offensichtlich klar erkannt, daß durch Fotohandys neue Geschäftsmodelle mit derzeit nicht abschätzbaren Umsatz- und Verdienstmöglichkeiten entstehen. Die CeBIT 2004 hat gezeigt: Wenn der Fotohandel jetzt nicht dabei ist, werden andere das Geschäft machen.

Drittens erwachsen auch aus den Bildern selbst, die mit den Fotohandys gemacht werden, neue Chancen. Schnelle Datenverbindungen via GPRS oder UMTS bieten die Möglichkeit, Fotos von überall und zu jedem Zeitpunkt in zuvor nicht gekannter Geschwindigkeit auch über weite Strecken zu versenden, kabellose Verbindungen wie WLAN, Bluetooth oder Infrarot ermöglichen das gleiche in räumlich engeren Grenzen, und auch

das Übertragen von Bildern über Wechselspeicherkarten und Datenkabel gehört bei den jüngsten HighTech-Geräten zur Selbstverständlichkeit. Hier kann der Fotohandel mit Pfunden wuchern, die keine andere Branche besitzt: seiner Bildkompetenz. Digitale Bildangebote für Fotohandy-Besitzer müssen her, und dabei muß die komplette Palette der Möglichkeiten ausgeschöpft werden, vom Internet über Services in Zusammenarbeit mit Großlaboren bis zur Bildproduktion am Point of Sale, sei es auf einem digitalen Minilab, einem Fotokiosk oder einfach nur einem Digitaldrucker.

Fotohändler, die meinen, es sei noch nicht an der Zeit, sich mit dem Thema Fotohandy auseinanderzusetzen, sollten sich ebensowenig darüber wundern, wie diejenigen, die bislang überhaupt noch keine Wertschöpfung aus der Telekommunikation für sich erkennen können, wenn andere das Geschäft machen. Bilder von Fotohandys werden sich zu einem gigantischen Markt entwickeln, und wenn der Fotohandel es nicht macht, dann werden es im schlimmsten Fall Tankstellen, Drogeriemärkte oder Bäckereien sein.

Über das erste Megapixel-Handy von Sanyo berichtete ifc bereits in der vergangenen Ausgabe. Hier jetzt ein kleiner Überblick über die wichtigsten neuen Fotohandys mit Megapixel- oder VGA-Auflösung, die es auf der CeBIT 2004 zu sehen gab.

Siemens

Als erstes Siemens Handy mit einer eingebauten 1,3-Megapixel-Kamera hat das **Siemens S65** auf der CeBIT Premiere gefeiert. Das Gerät erlaubt die Aufnahme hochauflöster Bilder und vertonter Videos, die auf dem



132 x 176 Pixel großen TFT-Farbdisplay mit 65.536 Farben brillant zur Geltung kommen. Außerdem ist das S65 mit einer 32 MB großen Speicherkarte ausgestattet. Alltag und Geschäftsleben lassen sich dank umfangreicher Business-Software und Outlooksynchronisation über Bluetooth und IrDA effizient gestalten. Passend zu seinem professionellen Inhalt präsentiert sich das Gerät in einem edlen galvanisierten Gehäuse. Die beiden Funktechnologien Bluetooth und Infrarot erlauben zudem die kabellose Übertragung von Fotos an einen Foto-Kiosk. Neben dem Aufnah-

mechip mit 1,3 Megapixeln verfügt die integrierte Digitalkamera über einen digitalen Vierfach-Zoom. Ein als Zubehör erhältlicher, ansteckbarer Blitz erweitert die Fotomöglichkeiten. Bevor der Nutzer die Bilder versendet oder im Album speichert, kann er sie mit einem Editor verändern. Die austauschbare MultiMedia-Card (reduced size) mit 32 Megabyte sorgt dafür, daß Fotos in unbegrenzter Menge gespeichert werden können – zum Beispiel von einer längeren Urlaubsreise. Mit der Kamera lassen sich auch vertonte Videos mit 15 Bildern pro Sekunde aufnehmen. Ob extra lange SMS, EMS, MMS mit Fotos und Videos oder E-Mails mit Anhängen – bei Nachrichten offeriert das S65 seinen Anwendern die volle Bandbreite.

Zu einem laut Hersteller äußerst günstigen Preis-/Leistungs-Verhältnis bringt Siemens außerdem das neue Multimedia-Handy **Siemens CX65** auf den Markt. Das Gerät wartet nicht nur mit einem 132 x 176 Pixel großen, neunzeiligen Display mit über 65.000 Farben sowie einer VGA-Digitalkamera auf, sondern ebenso mit einer Videofunktion. Java, MMS und E-Mail gehören zum Standard des Triband-Handys, ein ansteckbarer Blitz sorgt auch in dunklerer Umgebung für gute Bilder. Das Zubehör wird aktiv, sobald es mit dem Handy verbunden ist. Es läßt sich bequem in die gewünschte Richtung drehen, vermeidet den Effekt roter Augen und lädt automatisch nach. Für Foto-Fans hält das CX65 weitere Besonderheiten bereit:



beispielsweise ein Album zum Ablegen der Fotos, einen Editor sowie den ansteckbaren Blitz IFL-600. Für das Laden von Daten stehen Java, GPRS Klasse 10,

WAP 2.0 und ein bis zu elf Megabyte großer dynamischer Speicher (auch für Kontakte, MMS und Bilder) zur Verfügung. Das CX65 soll in der Farbe Cool Silver im zweiten Quartal 2004 in den Handel kommen.

Nokia

Nokia hat auf der HighTech-Messe ebenfalls sein erstes Mobiltelefon mit Megapixelkamera vorgestellt. Das schlanke und modische **Nokia 7610** mit seinem zweifarbig gestalteten Cover in den Farben Rubinrot und Onyx-Schwarz bietet neben den Vorteilen eines auf der Series 60-Platt-



form basierenden Mobiltelefons auch leicht zu bedienende und schnell nutzbare Funktionen zum Aufnehmen, Drucken, Speichern und Versenden von qualitativ hochwertigen Fotos und Videoclips. Das Triband-Gerät kommt voraussichtlich im Verlauf des zweiten Quartals 2004 auf den Markt. Fotos, die mit dem Nokia 7610 aufgenommen wurden, lassen sich über eine kabellose Bluetooth Funkverbindung auf einem kompatiblen Drucker, an einem Fotokiosk oder im Minilab ausdrucken. Darüber hinaus können die im Nokia 7610 gespeicherten Fotos über die Kodak-Foto-Anwendung von dem Mobiltelefon direkt in ein virtuelles Fotoalbum im Internet eingestellt werden. Dort können sich Freunde und Familie die Bilder anschauen oder über einen Online-Dienst Abzüge bestellen. Mit der im Lieferumfang des Nokia 7610 Mobiltelefons enthaltenen Adobe Photo Album-Software kann der Nutzer seine Digitalfotos auch auf dem PC verwalten und bearbeiten. Das Nokia 7610 Mobiltelefon verfügt über ein Farbdisplay mit über 65.000 Farben für die brillante



Darstellung von Fotos und Videoclips, die mit der eingebauten Kamera aufgenommen wurden. Der integrierte RealOne-Mobile Player ermöglicht Videostreaming in Echtzeit. Die Megapixel-Kamera hat eine Auflösung von 1.152 x 864 Pixeln und ist mit einer hochwertigen Linse ausgestattet. Neben einem Vierfach-Digitalzoom und einer Selbstauslöser-Funktion macht das Nokia 7610 Aufnahmen auch bei ungünstigen Lichtverhältnissen möglich.

LG Electronics

Mit der Vorstellung des neuen Digital Camera Phones **LG-T5100** trat auch der koreanische Hersteller LG Electronics auf der CeBIT 2004 in den Kreis der Unternehmen mit einem Megapixel-Kamerahandy ein. Das Klappenmodell ermöglicht Fotoaufnahmen mit einer Auflösung von 1,3 Megapixeln



(1.600 x 1.200 Bildpunkte). Damit soll das Gerät kompakten Digitalkameras Konkurrenz machen und zur echten Alternative für diese werden. Das mit weniger als 110 Gramm sehr leichte und kompakte Gerät bietet laut Hersteller sowohl volle Video- und Foto-Funktionalität als auch alle Vorzüge eines modernen Mobiltelefons. Das Äußere des Dual-Band-Handys LG-T5100 ähnelt einer Digitalkamera. Es ist mit zwei hochwertigen Farb-Displays ausgestat-

tet. Der Hauptbildschirm mißt zwei Zoll in der Diagonale und stellt 176 x 220 Pixel mit 262.000 Farben dar. Zur Aufnahme von Standbildern oder Videos wird das Display um 270 Grad gedreht. Dank der schwenkbaren Kamera sind auch Selbstporträts einfach aufzunehmen. Das Außendisplay (96 x 96 Pixel, 65.000 Farben) gibt auch in geschlossenem Handyzustand Auskunft über Netzstärke, Akkulaufzeit und eingegangene Nachrichten. Das Multimedia-Talent besitzt weiterhin alle Funktionen eines modernen GPRS-Handys.

Samsung

Auch Samsung Electronic reihte sich mit dem Modell **Samsung SGH-P730** in die Riege der Megapixelhandy-Unternehmen ein. Das Gerät verfügt über unterschiedliche Standbildformate und einen Digitalzoom. Viel Wert hat Samsung nach eigenen Angaben auf den Komfort beim Fotografieren gelegt: Die Twist-and-Flip-Funktion des frei schwenkbaren Displays erleichtert das Fotografieren ebenso wie das Betrachten der Aufnahmen. Mit dem SGH-P730 lassen sich darüber hinaus Videos bis zu einer Länge von 100 Minuten aufnehmen. Möglich wird dies durch eine hochauflösende Aufnahme- und



Abspielfunktion für bewegte Bilder (320 x 240 Pixel). Während der Aufnahme lassen sich Helligkeit und Zoom per Knopfdruck

steuern. Ein interner 64 MB-Speicher sorgt für ausreichendes Speichervolumen. Die Speicherkapazität kann bei Bedarf auf bis zu 512 MB über eine MultiMedia-Card erweitert werden.

Sony Ericsson

Beim japanisch-schwedischen Hersteller **Sony Ericsson** trägt das erste Megapixel-Handy den Namen **S700**. Das Gerät zeichnet sich durch eine Reihe von Kamerafunktionen und ein

extravaganter Design aus: Der eingebaute Megapixel-CCD liefert Fotos in einer Auflösung von bis zu 1.280 x 960 Pixeln, die sich bequem auf dem brillanten 2,3-Zoll-TFT-Display mit 262.000 Farben anschauen lassen. Die



Fotos kann man nicht nur per MMS verschicken, sondern auch auf dem mitgelieferten 16 MB-Memory Stick Duo speichern und im Fotoladen entwickeln lassen oder an einem PC mit Memory Stick-Steckplatz und entsprechender Software weiterbearbeiten. Die eingebaute LED-Fotoleuchte und der 16fache-Digitalzoom erweitern die Möglichkeiten des Fotografen. Durch Öffnen der Objektivabdeckung geht das Handy in den „Kamera-Modus“, und das Display wird zum Bildsucher. Das S700 ist ein weiteres Quick Share-Mobiltelefon, dessen Bedienkonzept auf wenige Tastenklicks zum schnellen Fotografieren und Versenden von Bildern ausgelegt ist. Im Kamera-Menü finden sich außerdem noch Funktionen, um Fotos mit einem Rahmen zu versehen oder mit Effekten zu verfremden. Auch das Aufnehmen von Video-Clips sowie Video-Streaming aus dem Internet ist mit dem S700 möglich. Das Handy läßt sich wie ein Taschenmesser in beide Richtungen aufdrehen und rastet in gerader Stellung ein. So liegt das S700 bei jeder Anwendung optimal in der Hand: Zusammengeklappt kann man mit Hilfe der Soft Keys Nachrichten aufrufen, durch das Menü navigieren und über die Fünf-Wege-Navigationstaste telefonieren. Halb aufgeklappt, mit der Tastatur als stabiler Grifffläche, ist das S700 laut Sony Ericsson optimal zum Fotografieren geeignet.

Kodak Picture Maker Digital Station akzeptiert auch Kartenbezahlung

Ab Juli 2004 wird die Bildbestellung an der Kodak Picture Maker Digital Station auch bargeldlos über TeleCash möglich sein. Der Payment Provider TeleCash ist einer der führenden Anbieter für den bargeldlosen Zahlungsverkehr in Deutschland. Akzeptiert wird die bargeldlose Zahlung mit EC- oder Kreditkarten der Anbieter Visa und Mastercard. Für den Verbraucher wird der Bestellprozeß damit noch einfacher und bequemer, da er das Gerät problemlos selbst bedienen kann. Die neue Picture Maker Generation verfügt seit Januar über eine drahtlose Anbindung für Fotohandys. Auf diese Weise können die Nutzer von Foto-Handys ihre Bilder in Minutenschnelle im beliebten Format 10 x 15 cm oder



als Komposition aus zwei, vier oder neun Bildern auf einem Blatt Fotopapier drucken. Die mit der Handy-Kamera aufgenommenen Bilder werden via Infrarot, Bluetooth oder Speicherkarte zur Station übertragen. Die gewünschten Motive können am einfachsten durch den Touch-Screen-Monitor der Station betrachtet und ausgewählt und im Anschluß über den integrierten Thermodrucker geprintet werden.

NEU

**Fujicolor pocket-photo
– das Fotoalbum für die
Hosentasche**

- Echte Fotos von digitalen Bildern im Format 6 x 8 cm
- Als 25er-, 50er-, 75er- oder 100er-Pack im stabilen Transparent-Case
- Begeistern Sie jetzt junge Zielgruppen mit Fujicolor pocket-photo

**Exklusiv nur am
Fujicolor order-it Terminal**

**Diesen Trend sollten
Sie Ihren Kunden
stecken!**



**Mehr Infos unter:
www.pocket-photo.net**

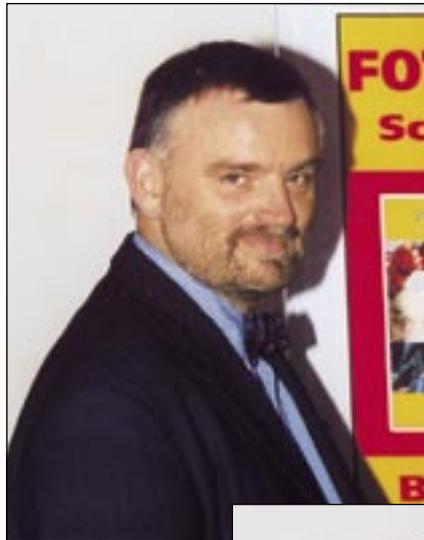
Welche Ziele hat die BHG Color Print Gruppe?

„Das Großlabor-Bild hat Zukunft“

Interview mit Uwe Gesper, Beiratsvorsitzender der BHG Color Print GmbH & Co. KG, und V-Dia Geschäftsführer Heinz Jansen

Die BHG Color Print GmbH & Co. KG (BHG CP), die im August vergangenen Jahres die V-Dia Laborgruppe übernommen hat, erregte besonderes Aufsehen, als sie zum 1. Dezember 2003 die in der KFS Fotolabore GmbH zusammengefaßten Laborbetriebe von Kodak erwarb. Nachdem Ende Januar die Schließung von sechs der zehn KFS Labor-Standorten angekündigt worden war, überschlugen sich Ende Februar/Anfang März die Ereignisse. Zunächst wurde Ende Januar ein Interessenausgleich mit dem Gesamtbetriebsrat vereinbart, dann ließ der Betriebsrat die Verhandlungen über den Sozialplan scheitern und widersprach den vereinbarten und inzwischen ausgesprochenen Kündigungen. Dann wurden die Gehaltszahlungen ausgesetzt. Am 5. März wurde schließlich beim Amtsgericht Heidelberg die Eröffnung eines Planverfahrens für die KFS Fotolabore GmbH beantragt.

Auch wenn Geschäftsbetrieb und Produktion in vollem Umfang fortgeführt wurden, ließ dieser spektakuläre Schritt die Gerüchteküche brodeln. imaging+foto-contact hat darum mit dem BHG CP Beiratsvorsitzenden Uwe



Uwe Gesper, Beiratsvorsitzender der BHG Color Print GmbH & Co. KG: „Der Markt schreibt uns vor, daß nur kostengerecht arbeitende Betriebe überlebensfähig sind.“

V-Dia Geschäftsführer Heinz Jansen: „V-Dia ist traditionell ein fachhandelsorientierter Betrieb, der dem Fotohandel eine große Palette von Fotofinishing-Dienstleistungen anbietet.“



Gesper und dem V-Dia Geschäftsführer Heinz Jansen über die Strategien und Perspektiven der BHG CP Gruppe und die Zukunft der KFS Fotolabore GmbH gesprochen.

imaging+foto-contact: Die BHG CP Gruppe ist einer breiteren Öffentlichkeit in der Foto- und Imagingbranche mit der Übernahme von V-Dia im August vergangenen Jahres bekannt geworden. Welche Konzepte stehen hinter diesem Unternehmen?

Uwe Gesper: Die BHG CP ist eine Beteiligungsgesellschaft privater Investoren, die über eine hohe Kompetenz in der Restrukturierung von Unternehmen verfügt. Vor diesem Hintergrund kamen wir vor mehr als zwei Jahren in Kontakt mit der V-Dia Gruppe, die sich wegen des rasanten Umbruchs auf dem Bildermarkt neu aufstellen mußte. Sie kennen die Rahmenbedingungen: Der Einfluß der Digitalfotografie und der harte Preiswettbewerb auf dem Bildermarkt verändern die Großlabor-Landschaft grundlegend. Kleine Unternehmen können auf diesem Markt ebenso wenig bestehen wie kleine Produktionseinheiten. Daher ist es notwendig, die Produktion auf rentable und effiziente Standorte zu konzentrieren und Überkapazitäten abzubauen. Das haben wir in der damaligen V-Dia Gruppe mit Erfolg durchgeführt, den Betrieb in Meißen geschlossen und die Laborbetriebe im Rahmen der Neuorientierung der Unternehmensgruppe Kube, als V-Dia Gruppe verselbständigt und der Holding BHG Color Print GmbH & Co. KG zugeordnet. Damit waren die Voraussetzungen für die im

Zuge des digitalen Umbruchs notwendigen Investitionen und eine expansive Unternehmenspolitik geschaffen, um auf dem hart umkämpften Bildermarkt die notwendige kritische Masse zu erreichen.

imaging+foto-contact: War das der Grund für die Übernahme der KFS Fotolabore GmbH von Kodak?

Uwe Gesper: Wenn man auf dem hart umkämpften deutschen Großfi-

nishing-Markt expandieren will, ist die Auswahl potentieller Übernahmekandidaten ja nicht sehr groß. Kodak wollte seine Großlabors verkaufen, und die BHG CP brachte sozusagen ideale Ausgangsvoraussetzungen mit. Denn die V-Dia Gruppe war zu diesem Zeitpunkt bereits restrukturiert und hatte die entscheidenden Weichen für eine erfolgreiche Strategie auf dem Bildermarkt der Zukunft gestellt. Die Erfahrung hat gezeigt, daß mittelständische Unternehmen ein Dienstleistungsgeschäft wie das Großfinishing besser und effizienter betreiben können als Großkonzerne. Wir brachten vier effizient arbeitende Standorte mit, brauchten aber noch Produktionsstätten, um bundesweit effizient liefern zu können. Dabei war von Anfang an klar, daß bei der KFS erheblicher Restrukturierungsbedarf besteht. Wir bringen die notwendige Erfahrung und Management-Kompetenz für diese Aufgabe mit. Dabei waren sich alle Beteiligten einig, daß diese Restrukturierung nicht zu Lasten der bereits restrukturierten V-Dia Gruppe erfolgen durfte. Deshalb hat der Verkäufer die KFS mit ausreichenden finanziellen Mitteln ausgestattet, um die notwendigen Maßnahmen durchzuführen.

imaging+foto-contact: Warum ist es dann zu einer Insolvenz gekommen?

Uwe Gesper: Das Planverfahren wäre meiner Ansicht nach nicht notwendig gewesen, wenn sich alle Beteiligten sachgerecht verhalten hätten. Wir haben nach der Übernahme konsequent und schnell gearbeitet und bereits nach sechs Wochen einen Vorschlag zur Restrukturierung der KFS fertiggestellt. Nach zehn Wochen hatten wir für die Schließung der Betriebe in Bochum, Marktleberg/Leipzig, Mühlenbeck/Berlin, Schwabach und Waldkirch und eines sechsten Standorts – inzwischen steht fest, daß es sich um Stuttgart handelt – mit dem Gesamtbetriebsrat einen Interessenausgleich vereinbart und zwei Wochen später die notwendigen Kündigungen für 819 Mitarbeiter ausgesprochen und einen entsprechenden Sozialplan aufgestellt. Leider hat der Gesamtbetriebsrat der KFS dann Ende Februar offensichtlich seine Meinung geändert und den Kündigungen widersprochen, außerdem konnte keine Einigung bzgl. des Auszahlungstermines

der Abfindungen erzielt werden. Damit drohte uns eine finanzielle Belastung, die durch die der KFS kurzfristig zur Verfügung stehenden Mittel nicht gedeckt ist. In einem solchen Fall sieht das neue Insolvenzrecht ein Planverfahren für das betreffende Unternehmen vor.

imaging+foto-contact: Presseberichten zufolge war einer der Streitpunkte, daß Leistungen aus dem Sozialplan erst im September erbracht werden sollten. Reichen die vorgesehenen Mittel nicht aus?

Uwe Gesper: Die der KFS zur Verfügung stehenden Mittel reichen selbstverständlich für den Sozialplan aus, den wir vorgesehen haben. Denn die Gesellschaft verfügte zum Zeitpunkt der Übernahme über langfristige Mittel in Höhe von etwa 9,7 Millionen Euro. Zusätzlich hat der Verkäufer 8,0 Millionen Euro für kurzfristige Zahlungen in einem Treuhandfond für die Restrukturierungskosten bereitgestellt. Sie wissen, daß um diese Jahreszeit die Liquidität von Großlabors saisonbedingt nicht auf dem höchsten Stand ist. Darum wollten wir einen Teil der Sozialplan-Leistungen im September auszahlen, weil nach der Saison mehr flüssige Mittel zur Verfügung stehen. Sonst wäre die BHG CP insgesamt durch die Restrukturierung belastet worden.

imaging+foto-contact: Welche Konsequenzen hat denn das Planverfahren für die weitere Restrukturierung der KFS?

Uwe Gesper: Mit dem Planverfahren haben wir die Voraussetzungen geschaffen, das operative Geschäft der KFS fortzuführen. Auch die Restrukturierung geht wie geplant weiter, denn die Schließungsgenehmigungen für die sechs Labors liegen vor, und der Interessenausgleich ist vereinbart. Für die Mitarbeiter ist zudem sichergestellt, daß jetzt die Gehälter im Rahmen der Vorfinanzierung ausgezahlt werden können.

imaging+foto-contact: Die Mittel für die Restrukturierung sind also nicht verloren oder werden anders eingesetzt.

Uwe Gesper: Im Gegenteil. Das Planverfahren stellt gerade sicher, daß diese Mittel vollständig für den Zweck der Restrukturierung verwendet werden. Der Sozialplan ist also nicht gefährdet, wenn der Verwalter nicht anders entscheidet. Wir gehen davon aus, daß die Restrukturierung wie geplant weiterläuft und der Erhalt von vier Laborstandorten gesichert werden kann. Entscheidend wird sein, daß die verbleibenden Labors effizient und wettbewerbsfähig arbeiten.

imaging+foto-contact: Welche Voraussetzungen müssen dazu geschaffen werden?

Uwe Gesper: Die von uns geplanten Restrukturierungsmaßnahmen haben ja genau den Zweck, diese Voraussetzungen zu schaffen. Der Markt schreibt uns vor, daß nur kostengerecht arbeitende Betriebe überlebensfähig sind. Dazu leisten die ausscheidenden Mitarbeiter einen Beitrag, und wir erwarten das auch von denen, deren Arbeitsplätze erhalten bleiben. Nur auf diese Weise können wir unser Ziel erreichen, die Gruppe zu einem führenden Unternehmen im deutschen Großfinishing zu machen. Auf dem hart umkämpften Bildermarkt kann eine Großlabor-Gruppe nur dann Erfolg haben, wenn alle Standorte rentabel arbeiten. Deshalb ist es für uns entscheidend, daß jeder Standort als selbständige rechtliche Einheit so effizient arbeitet, daß er aus eigener Kraft überlebensfähig ist.

imaging+foto-contact: Welche Beziehung besteht zwischen der BHG CP und der BT Mittelstands GmbH, die im September das Großlabor der Berliner Wegert Gruppe und soeben die zwei Großlabors von Foto Quelle übernommen hat?

Uwe Gesper: Die BT Mittelstands GmbH ist rechtlich von der BHG CP vollkommen unabhängig. Diese Gesellschaft hat im September letzten Jahres das Großlabor der Berliner Wegert Gruppe mehrheitlich übernommen. Einen Minderheitenanteil hält die BHG CP. Zudem wird die BT Mittelstands GmbH die zwei Standorte Berlin und Nürnberg weiter betreiben, die sie von der Foto Quelle übernommen hat. Diese Betriebe werden im Rahmen von Überlegungen zu strategischen Kooperationen eine Rolle spielen.

imaging+foto-contact: Die BHG CP hat bei Übernahme der KFS Fotolabore mit Kodak einen Lizenzvertrag abgeschlossen, um Bilddienstleistungen unter dieser Marke herstellen zu können. Wie tritt die BHG CP am Markt auf? Wer sind die Ansprechpartner für den Fotohandel?

Uwe Gesper: Die BHG Color Print GmbH & Co. KG ist die Dachgesellschaft der Gruppe. Unser operatives „Herz“ ist die V-Dia GmbH hier in Heidelberg. Das Management, das bereits bei der Integration in die BHG CP durch die Geschäftsführerin Mara Neumann verstärkt wurde, besteht aus bewährten Experten im Bildergeschäft: Heinz Jansen ist als Geschäftsführer für Marketing, Vertrieb und Produktion verantwortlich und wird in der Geschäftsleitung unterstützt von

Volker Picard als Vertriebsleiter, Werner Hennig, Marketingmanager, und Andreas Kluge für Produktion und Technik.

imaging+foto-contact: Konzentriert sich V-Dia nach der KFS-Übernahme besonders auf Kodak Bilddienstleistungen?

Heinz Jansen: Im Rahmen der Übernahme der KFS Fotolabore GmbH haben wir einen Lizenzvertrag mit Kodak abgeschlossen, der uns berechtigt, Kodak Bilddienstleistungen zu produzieren und auch zu vermarkten. Dabei werden die bestehenden Großkunden der Kodak GmbH weiterhin von dieser betreut. Zusätzlich bieten auch wir unseren Kunden Kodak Bilddienstleistungen an. Das bedeutet aber nicht, daß wir ausschließlich unter der Marke Kodak auftreten. Im Gegenteil: Sie wissen, daß V-Dia traditionell ein fach-handelsorientierter Betrieb ist, der dem Fotohandel eine große Palette von Fotofinishing-Dienstleistungen anbietet. Dazu gehören seit Dezember letzten Jahres alle Dienstleistungen der ehemaligen Kodak Labors und das Porst Königsbild, aber weiterhin auch die bewährten Bilderlinien, die unsere Kunden im Fotohandel kennen und schätzen. Diese Bilderlinien werden nicht nur weiter gepflegt, sondern durch innovative Angebote ausgebaut.

imaging+foto-contact: Können Sie dafür Beispiele geben?

Heinz Jansen: Selbstverständlich. Wir bieten unseren Kunden mehrere Bilderlinien an: Besonders erfolgreich sind wir dabei, weil alle Bilder durch Einsatz der Agfa Dimax Technologie digital optimiert werden. Dabei wird auf den Auftrags-taschen die Premium Bilderlinie aufmerksamkeitsstark in den Vordergrund gestellt. Das hat dazu geführt, daß diese Bilder bei unseren Kunden im Fotohandel einen Anteil von 60 Prozent er-rungen haben. Einen überdurchschnittlichen Marktanteil haben wir mit dem hochwertigen 11 x 17 cm Bild, das wir fachhandelsexklusiv mit Rand anbieten. Zudem unterstützen wir gerade unsere Fachhandelspartner mit immer wieder neuen Aktionen, speziellen Bildprodukten und exklusiven Bilderlinien. Wie Sie wissen, sind wir auch bei dem Kodalux Konzept von Ringfoto dabei. Besonders erfolgreich sind zudem unsere Portrait-Aktionen und die Seminare, die wir unseren Fachhandelspartnern in diesem Bereich anbieten. Mit einer speziellen Portrait-Bestellsoftware bieten wir unse-

ren Portrait-Kunden zudem ein sehr in-teressantes Online-Geschäftsmodell an.

imaging+foto-contact: Welche Rolle spielen digitale Bilddienstleistungen für Amateure?

Heinz Jansen: Dieser Bereich zeichnet sich, wie Sie wissen, in den Großlabors zur Zeit durch besonders starke Wachstumsraten aus. Das gilt auch für V-Dia. Digitale Bilddienstleistungen fangen für uns mit der Picture CD vom Film an, die dem Fotohandel eine wichtige Möglichkeit zu mehr Wertschöpfung bei analogen Filmentwicklungen bietet. Für die An-nahme von Bildern von Digitalkameras und Speichermedien haben wir unsere digitale Fotostation entwickelt, die sich durch eine intuitiv zu bedienende Ober-fläche auszeichnet und wahlweise als reines Annahme-Terminal oder als Kiosk mit Drucker betrieben werden kann. Aktuell gibt es in diesem Segment zudem von uns die brandneue Bestellsoftware Web-Bilder-Shop, mit der die Endkunden ihre Printaufträge bequem am heimischen PC vorbereiten und entweder on-line ins Fotolabor senden oder auf CD brennen und beim Händler abgeben können. Dabei erhalten unsere Fachhandelspart-ner eine garantierte Spannengutschrift, auch wenn die Ware an den Endver-brucher nach Hause geschickt wird.

imaging+foto-contact: Werden sich mit zuneh-mender Popularität der Digitalfotografie nicht die Gewichte im Bildermarkt in Richtung Home Printing oder Kiosks verschieben?

Uwe Gesper: Wir würden wohl kaum eine expansive Unternehmenspolitik auf dem Großlabor-Markt betreiben, wenn wir nicht an die Zukunft dieses Geschäftes glauben würden. Die starken Wachstums-raten zeigen ja schon heute, daß das Papierbild auch in der digitalen Welt eine Zukunft hat. Home Printing oder Kiosks werden sicher bestimmte Segmente be-setzen, aber unserer Einschätzung nach nur in sehr eingeschränkter Größenord-nung. Denn das ausgezeichnete Preis-/Leistungsverhältnis des Großlaborbildes ist auch im digitalen Geschäft mit ande-ren Technologien nicht zu erreichen.

imaging+foto-contact: Ist expansive Unter-nnehmenspolitik nicht ein Widerspruch, wo zur Zeit wegen des Rückgangs im analogen Geschäft die Zahl der geprinteten Bilder ins-gesamt abnimmt?

Uwe Gesper: Im Gegenteil: Gerade deshalb ist Expansion notwendig. In diesem hart umkämpften Markt haben nur Unternehmen einer bestimmten

Sozialplan bei KFS Fotolaboren unterzeichnet

Am 16. März wurde nach dreistündigen Verhandlungen unter Vorsitz des Frankfurter Arbeitsrichters Roland Lukas in Mannheim der Sozialplan für die KFS Fotolabore vor der Einigungsstelle zwischen Gesamtbetriebsrat und Geschäftsleitung unterzeichnet. Er entspricht, wie in einer Pressemitteilung betont wird, in wesentlichen Punkten den Vorstellungen der Geschäftsleitung. So wurde Einigkeit erzielt, die Abfindungen erst im September, dem Zeitpunkt, in dem die Branche die stärksten Umsätze verzeichnet, auszuzahlen.

Die Abfindungshöhen liegen wie vorge-sehen bei einem halben Gehalt pro Be-schäftigungsjahr, die Kappungsgrenze wurde erhöht. Vereinbart wurde der Sozialplan für die 819 KFS Mitarbeiter an den Laborstandorten in Bochum, Markkleeberg/Leipzig, Mühlenbeck/Berlin, Schwabach, Waldkirch und Stutt-gart. Insgesamt werden dafür 10, 2 Mil-lionen Euro aufgewendet, 700.000 Euro mehr als ursprünglich angeboten. Nach Angaben des Unternehmens arbeiten Insolvenzverwaltung und Geschäfts-leitung konstruktiv im Sinne des Re-strukturierungskonzeptes zusammen. Der Geschäftsbetrieb und die Produk-tion laufen in vollem Umfang weiter. Die Produktionsverlagerungen verlaufen planmäßig.

Größenordnung eine Überlebenschance, weil nur sie effizient und kostengünstig genug produzieren können. Durch den Rückgang der Filmverkäufe ist die Gesamtzahl der Bilder zur Zeit noch rückläufig. Deshalb ist es absolut not-wendig, daß wir uns durch expansive Unternehmenspolitik ein möglichst großes Stück dieses kleiner werdenden Kuchens sichern. Die dadurch erwirt-schafteten Erträge ermöglichen die für die digitale Welt notwendigen Investi-tionen und helfen uns über die Zeit, bis der Bildermarkt sich wieder erholt. Und das wird sehr bald sein. Wir sind sicher, daß die Zahl der digitalen Bilder im Jahre 2006 den Rückgang im analogen Segment so weit kompensiert haben wird, daß wir wieder die gleiche Papier-menge verarbeiten wie 2003.

imaging+foto-contact: Wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

SANYO

Be in the moment
Xacti J4



VPC-J4EX

■ 4 Megapixel im edlen Design ■ 2,8fach interner optischer Zoom ■ extra großer LCD-Monitor ■ Videoclips in TV-Qualität ■ Aluminiumgehäuse

www.sanyo.de

Fujicolor pocket-photo soll junge Zielgruppen ansprechen

Minifotos für die Tasche

Die Großlabors der Fujicolor Central Europe Photofinishing (vormals Eurocolor) bieten jetzt einen neuen Service an, der besonders junge Zielgruppen begeistern soll. Unter dem Namen Fujicolor pocket-photo gibt es echte Fotos im Format 6 x 8 cm von allen gängigen Speichermedien. Alle Händler, die ein Fujicolor order-it Terminal in ihrem Geschäft haben, können den neuen Service anbieten.

Mit der neuen Dienstleistung will Fujicolor die Zahl der geprinteten Fotos von digitalen Aufnahmen erhöhen und vor allem junge Zielgruppen für hochwertige Fotos begeistern. „Die Digitalfotografie macht zur Zeit das Fotografieren gerade bei jungen Menschen wieder populär“, erläutert Fujicolor Geschäftsführer Bernd Kraus. „Allerdings lassen Jugendliche oft keine Fotos von ihren Aufnahmen printen. Das wollen wir mit Fujicolor pocket-photos ändern, indem



Die neuen Fujicolor pocket-photos werden im Format 6 x 8 cm in einer transparenten Box geliefert.

wir ein Produkt anbieten, das dem Lebensgefühl der jungen Generation entspricht. Durch das kleine Bildformat ist diese Dienstleistung zudem hervorragend für Bilddaten vom Handy geeignet, die zur Zeit noch eine relativ geringe Auflösung haben. Mit pocket-photos können unsere Kunden von Anfang an von dem starken Wachstum profitieren, das gerade im Bereich der Handyfotos zu erwarten ist.“

Packages zu festen Preisen

Die pocket-photos im Format 6 x 8 cm werden nur als Packages mit 25, 50, 75 oder 100 Bildern zum jeweiligen Festpreis geliefert. Die kleinste Einheit ist der 25er-Pack zum empfohlenen Verkaufspreis von 3,29 Euro. Der 50er-Pack kostet 4,89 Euro – dieser Preis wird auch fällig, wenn weniger Fotos als 50, aber mehr als 25 bestellt werden. Das gleiche gilt sinngemäß für den 75er-Pack zum empfohlenen Verkaufspreis

von 6,49 Euro und den 100er-Pack für 8,19 Euro. Ab dem 101. Foto beträgt der zusätzliche Stückpreis 0,07 Euro. Zur sicheren Aufbewahrung der Bilddaten kann zudem eine Archiv-CD zum empfohlenen Preis von 2,99 Euro bestellt werden.



Bernd Kraus, Geschäftsführer der Fujicolor Central Europe Photofinishing GmbH & Co. KG, sieht in den neuen Fujicolor pocket-photos ein echtes Zusatzgeschäft, mit dem der Fotohandel neue Zielgruppen erschließen kann.

Hohe Fotoqualität

Um die Minifotos, die in den Fujicolor Labors auf Frontier Lasergeräten produziert werden, in hoher Qualität anbieten zu können, war einiger technischer Aufwand notwendig. Denn die kleinen Bilder werden auf einer Papierbahn nebeneinander belichtet, so daß die Bildverbesserungssoftware der Frontier Geräte modifiziert werden

FUJIFILM
Du kannst mich mal ...
... einstecken: **NEU**
Fujicolor pocket-photo
– das Fotoalbum für die Hosentasche
Erste Fotos von digitalen Bildern
im Format 6 x 8 cm

Archiv-CD
2,99 €

25er-Pack (bis 25 Fotos) 3,29 €
50er-Pack (25 bis 50 Fotos) 4,89 €
75er-Pack (51 bis 75 Fotos) 6,49 €
100er-Pack (76 bis 100 Fotos) 8,19 €

Mehr Infos unter: www.pocket-photo.net

Fujicolor pocket-photos sind nur in 25er-, 50er-, 75er- oder 100er-Packs zum Festpreis erhältlich. Auf Wunsch kann auch eine Archiv-CD bestellt werden.



Dem Fotohandel stehen für Fujicolor pocket-photos verschiedene Werbematerialien mit knackigen Motiven zur Verfügung.

mußte, um auch bei unterschiedlichen Motiven kompromißlos gute Fotoqualität zu erzielen. Dabei paßt sich pocket-photo mit dem Format 6 x 8 cm an das bei den meisten Digitalkameras übliche Seitenverhältnis von 3:4 an. So können weiße Ränder oder ein Beschnitt des Motivs weitestgehend vermieden werden. Die Ausbelichtung der Fotos erfolgt auf Fujicolor Chrystal Archive Papier mit hoher Brillanz und Farbstabilität. Die Lieferzeit beträgt zwei Labortage.

Trendige Verpackung

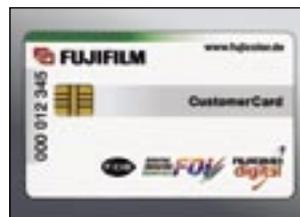
Die Auslieferung der Fujicolor pocket-photos erfolgt in stabilen Transparentboxen aus Kunststoff, die sich hervorragend zum Mitnehmen in der Hosen-, Jacken- oder Handtasche eignen. Das kommt sowohl



den Kleidungsgewohnheiten als auch der Mobilität der angepeilten jungen Zielgruppe entgegen, die sich bekanntlich selten am Wohnzimmer-tisch um ein Album versammelt. Die pocket-photos können problemlos in der Hosentasche auf die Party oder in die Disco mitgenommen werden und eignen sich nicht nur gut zum Zeigen, sondern auch zum Verschenken.

Da die Auftragsannahme für den Fujicolor pocket-photo Service an den order-it Terminals erfolgt,

Die Bestellung der Fujicolor pocket-photos erfolgt am Fujicolor order-it Terminal, das mit Hilfe der Kundenkarte sehr einfach zu bedienen ist.



Eurocolor Holding heißt jetzt Fujicolor



Die Eurocolor Photo-finishing GmbH & Co. KG firmiert ab sofort als

Fujicolor Central Europe Photofinishing GmbH & Co. KG. Die Änderung des Namens Eurocolor in Fujicolor bezieht sich derzeit ausschließlich auf die Holding mit Sitz in Grünwald bei München.

Die einzelnen Labors behalten vorerst den seit vielen Jahren bei Kunden und Partnern bestens eingeführten Namen Eurocolor. Die Fujicolor Central Europe Photofinishing GmbH & Co. KG, und damit alle Eurocolor Labors, gehört mehrheitlich zur Fuji Photo Film (Europe) GmbH mit Sitz in Düsseldorf. An den Anteilsverhältnissen der umfirmierten Laborgruppe hat sich nichts verändert. Bernd Kraus, Geschäftsführer der Fujicolor Central Europe Photofinishing GmbH & Co. KG, über die Namensänderung. „Die Planungen einer Änderung des Namens in Fujicolor bestehen schon länger, und sie bringt klare Vorteile. Die weltweit bei Verbrauchern und Kunden sehr bekannte Marke Fuji steht ab sofort in unserer Kommunikation, beispielsweise bei Messeauftritten, ganz vorne. Die Erweiterung des Namens mit dem Zusatz Central Europe besagt, daß wir im Gebiet Zentraleuropa bereits aktiv und erfolgreich Bild-dienstleistungen liefern – und daß wir diese Aktivitäten durch weitere Expansio-nen, vor allem in Osteuropa, weiter verstärken werden.“ Die Fortführung des Namens Eurocolor für die einzelnen Laborstandorte der Fujicolor Gruppe geschieht aus mehreren Gründen, so Bernd Kraus: „Diese Vorgehensweise gibt nicht nur unseren Kunden, sondern auch unseren Mitarbeitern das Gefühl von Konstanz, Vertrauen und Sicherheit, das in diesen wirtschaftlich schwierigen Zeiten besonders wichtig ist und seit jeher zur praktizierten Kultur des Unter-nehmens gehört. Mit der gefundenen Nomenklatur können wir auf der einen Seite die Vorteile der Marke Fuji beispielsweise in der Verbraucheransprache nutzen, auf der anderen Seite signalisieren wir unseren Partnern, daß sich für sie im operativen Bereich nichts ändert.“

können die neuen Minibilder von allen gängigen Speichermedien angeboten werden. Dazu gehört auch die Übertragung von Handyfotos über ein Bluetooth-Modul.

Für den Fotohandel bietet Fujicolor verschiedene Werbematerialien wie Flyer, Deckenhänger oder Thekendis-plays an.

Nach Ansicht von Bernd Kraus bietet sich so den Kunden von Fujicolor die Chance auf ein echtes Zusatz-geschäft: „Unsere pocket-photos sollen größere Formate nicht ersetzen, son-derm die jugendliche Zielgruppe,

die bislang keine oder wenig Bil-der bestellt hat, für echte Digi-talfotos begeistern. Das bringt dem Fotohandel nicht nur zu-sätzlichen Umsatz, sondern vor allem auch neue Kunden ins Geschäft.“

Tetenal fokussiert Aktivitäten auf Kernkompetenzen Print und Bild

Tetenal plant für das Jahr 2004 umfangreiche Projekte und Produkteinführungen, die die Entwicklung des Unternehmens weiter forcieren sollen. „Wir fokussieren uns zukünftig noch stärker als in der Vergangenheit primär auf alles, was mit Print zu tun hat“, erklärte Matthias Hübener, Geschäftsführer Tetenal Photowerk GmbH, mit Blick auf die neue Struktur. „Dazu gehört einerseits die Entwicklung von entsprechenden Produkten bis zur Marktreife, unter eigenem Markennamen oder im Auftrag für andere Unternehmen. Andererseits verstehen wir darunter aber auch eine klare Service-Initiative, die gemeinsam mit dem Produkt unser leistungsorientiertes Angebot an unsere Kunden bildet.“

Um diese Schritte möglichst zügig umzusetzen, habe man einige Veränderungen in der Unternehmensstruktur vorgenommen. So ist die Tetenal Vertriebsgesellschaft GmbH, die bislang als hundertprozentige Tochter der Tetenal Photowerk GmbH & Co. KG für die vertriebsbedingten Aktivitäten der Muttergesellschaft zuständig war, komplett in die Muttergesellschaft übergegangen. „Aus zahlreichen Gründen ist in Zukunft eine Aufteilung von Tetenal in eine herstellungs- und eine vertriebsorientierte Einzelgesellschaft nicht mehr sinnvoll“, meinte Hübener. „Die Tetenal Photowerk GmbH & Co. KG faßt ab sofort alle Aktivitäten zusammen, von der Entwicklung der Produkte über die eigene Herstellung bis zur weltweiten Vermarktung.“

Die neu strukturierte Gesellschaft betreut ihre Kunden ab sofort in fünf operativ eigenständigen Divisionen:

- Photo Imaging Europe vermarktet Verbrauchsmaterialien für Minilabs und Onsite-Printlösungen sowie Produkte für den Consumermarkt. Dazu gehören unter anderem Inkjet-Papiere, analoge Fotoprodukte, die über den Fotohandel bezogen werden können, alle Minilabprodukte sowie Dienstleistungen, die in Partnerschaft mit



Matthias Hübener, Geschäftsführer Tetenal Photowerk GmbH

Konica Minolta Europe in ausgewählten Ländern Europas angeboten werden. Hierzu zählt zum Beispiel das Konica Digital Photo Express Konzept in Deutschland.

- Die Division Photo Imaging International betreut die außereuropäischen Märkte für Fotoprodukte.
- Die Division Imaging Specialities betreut zum einen Zielgruppen, die spezielle Imaging-Chemikalien und Fine-Chemicals benötigen, etwa Finisher und Fachlaborkunden. Darüber hinaus kümmert sich diese Division um das bei Tetenal wachsende Aktivitätsfeld von Spezialtinten, unter anderem für industrielle Imaging-Applikationen.
- In der Division PrePress & Professional Printing wurde das Geschäft

mit graphischen Systemen und Large Format Printing zusammengefaßt.

- Die Division Medical Imaging entwickelt und vermarktet schließlich analoge und digitale Verfahren zur Erzeugung medizinischer Bilder.

„Mit der Aufteilung in fünf spezialisierte Divisionen präsentiert sich das Unternehmen den Kunden klar strukturiert und mit einem innovativen, leistungsstarken Produkt- und Service-Portfolio“, so Hübener. Der Kunde erhalte noch besser als in der Vergangenheit einen direkten Weg zu allen seinen Ansprechpartnern.

Die klare und ausschließliche Fokussierung auf Print soll in diesem Jahr durch einen starken Ausbau des Produktportfolios der Bereiche Inkjet, Minilab und digitale Medical Imaging Lösungen sowie durch den weiteren Ausbau des internationalen Geschäftes vorangetrieben werden. „Tetenal ist mit seinen Lösungen als Imaging-Spezialist in vielen Ländern immer noch zu wenig präsent“, erklärte Hübener. „In den wichtigen internationalen Imaging-Märkten will das Unternehmen daher in den nächsten Jahren seine Position zielgerichtet ausbauen.“

Aber auch in Sachen Digitaldruck sehe Tetenal großes Potential, hieß es. Das Unternehmen wolle sich daher auch in diesem Markt mit ebenfalls innovativen, marktgerechten Produkten und Lösungen stärker profilieren. Die Partnerschaft von Tetenal mit anderen Premium-Herstellern der Imaging-Branche werde im Laufe des Jahres weiter ausgebaut und zu neuen Lösungen am Markt führen. „Mit der organisatorischen Umstrukturierung, den bestehenden und zukünftigen innovativen Produkten sowie den zahlreichen Kooperationen mit anderen Unternehmen und Forschungseinrichtungen wird Tetenal den Imaging-Markt in Zukunft als Spezialist erfolgreich mitgestalten können“, gab sich Hübener optimistisch.

Herstellung und Vertrieb wurden zusammengefaßt

New camera.

New business.

Die neue EXILIM Pro EX-P600 für ambitionierte Fotografen.

kompakt & innovativ

.....6,0 Mega
Pixel

4fach optischer Zoom

Energie sparende Technologie
für längeres Fotografieren

2 Zoll TFT-Farbdisplay

blitzschnelles Autofokussystem

Auslöseverzögerung ca. 0,01 Sek.*

vielfältige manuelle
Einstellmöglichkeiten

TV-/Blitzanschluss



EX-P600



Extragroßes 2 Zoll TFT-Farbdisplay

Das Nonplusultra für alle, die noch bessere Fotos schießen möchten: die neue EXILIM Pro EX-P600. Ob 6,0 Megapixel, 4fach optischer Zoom oder die vielfältigen manuellen Einstellmöglichkeiten – diese neue, kompakte und superschnelle Digital Camera lässt keine Wünsche mehr offen. Die hochwertigen Materialien sowie eine neue, Energie sparende Technologie und die leistungsstarke SUPER-LIFE-Batterie für ultralangen Fotospaß werden alle ambitionierten Fotografen mehr als nur begeistern. EXILIM – get the big picture & the big business.



* nach Fokussierung, LCD und Blitz aus oder im Pan Fokus Mode.

www.exilim.de



Die Zahl der Digitalkamera-verkäufe steigt kontinuierlich an. Die Verbraucher machen mehr Fotos als je zuvor. So werden im Durchschnitt mit einer Digitalkamera dreimal so viele Fotos aufgenommen wie mit einem herkömmlichen Modell. Hinzu kommen immer mehr Fotohandys, die auf den Markt drängen. In Japan sind mittlerweile nur noch 3% der Handys ohne eine Kamera ausgestattet. Auch bei uns wird diese Entwicklung nicht lange auf sich warten lassen: So wurden laut einer Pressemitteilung von Fujifilm in Europa im Jahr 2003 rund 50 Millionen Handys verkauft, in Deutschland waren es 18 Millionen. Wie es in der Mitteilung weiter heißt, sind bereits rund 30 Prozent der in Deutschland neu verkauften Handys mit einer Kamera ausgerüstet. Diese Zahlen bedeuten, daß nicht nur von den Digitalkameras, sondern auch von den Fotohandys jede Menge Bilder zu erwarten sind.

Kiosk-Lösungen sind eine immer populärer werdende Alternative für das schnelle Bild am Point of Sale. Für den Fotohandel stellen sie eine einfache und preiswerte Möglichkeit dar, um den Kunden Bilder aus ihren digitalen Quellen anbieten zu können. Für diese wiederum sind sie eine schnelle und mittlerweile auch qualitativ hochwertige Option, um an Bilder ihrer Digitalkameras oder Fotohandys zu gelangen.

SCHNELLE BILDER VON DIGITALKAMERAS UND HANDYS



Mit der Weiterentwicklung der ursprünglich als Annahmelösung konzipierten image box präsentierte jetzt auch Agfa auf der diesjährigen CeBIT eine Kiosk-Lösung.

Für das schnelle Bild am Point of Sale bieten einige Unternehmen und Labore auch die Möglichkeit, bestehende reine Annahmelösungen umzurüsten.

So hat Agfa auf der CeBIT eine Weiterentwicklung der Agfa image box als Kiosk-Lösung vorgestellt. Ursprünglich für die Auftragsannahme von Bildern von Digitalkameras und von Fotohandys ausgelegt, kann der Kunde jetzt an der Kioskversion seine Bilder per Thermosublimationsverfahren sofort ausdrucken. Alle image boxen werden ab sofort mit einer erweiterten Software sowie je einer integrierten Bluetooth- und Fast-Infrared-Schnittstelle ausgestattet. Sobald die Kunden ihre digitalen Bilddaten an das System übertragen haben, können sie den Druckauftrag zusammenstellen und im Sofortservice



Die Annahmestation DigiFilm-Maker kann optional auch mit einem Drucker als Sofortbild-Lösung umgerüstet werden. Zusätzlich stehen auch Alternativen für die Annahme von Handybildern zur Verfügung.

auf dem Instant Printer Agfa image print.300 ausgeben. Als Formate stehen dabei 10 x 15 cm, 15 x 20 cm und 15 x 22 cm zur Verfügung. Die Betreiber können die image box und image print.300 als „Tischversion“ aufstellen oder zusammen auf einem Standfuß unterbringen, der auch Platz für weitere optionale Systemkomponenten wie etwa einen Belegdrucker oder einen Scanner für Bild-vom-Bild-Aufträge bietet. In den Markt gehen soll das modular aufgebaute System im Mai 2004.

CeWe Color

Auch der DigiFilm-Maker von CeWe Color kann durch den Anschluß eines



Das Fujicolor order-it-Terminal kann auch für die schnelle Bildausgabe am Point of Sale umgerüstet werden.

Altec-Druckers als Sofortbildlösung umgerüstet werden. Ausgegeben werden die Bilder dann in Formaten bis zu 13 x 18 cm. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, den DigiFilm-Maker mit einer Infrarot- bzw. Bluetooth-Schnittstelle auszurüsten, so daß auch problemlos Bilddaten von Kamerahandys an das Terminal übertragen werden können.

Fujifilm

Fujifilm bietet verschiedene Lösungen für die Sofortausgabe von Bildern am Point of Sale an. Dazu zählt das zusammen mit Fujicolor angebotene Fujicolor order-it-Terminal. Mittlerweile ist es in Deutschland an mehr als 2.000 Standorten erhältlich. Neben der Möglichkeit, es als Annahmeterminal für die Übertragung von Bilddaten zum Großlabor oder an ein Minilab zu nutzen, kann es mit Hilfe eines NC-400 Printers auch für den Sofortdruck ausgerüstet werden. Die Bilder können nach wenigen Minuten mitgenommen werden. Das Terminal kann in Selbstbedienung genutzt werden: Datenträger einschieben, Bilder auf dem Monitor ansehen und auswählen. Eine weitere Möglichkeit bietet das Digital Photo Center 2 von Fujifilm. Das



Rolf Inderbiethen:
“Der Präsentationswagen ist kostenlos dabei.”

Drei brandneue Holzbilderrahmen-Pakete für Sie!

- ☺ Profile und Farben zum Verlieben.
- ☺ Super EK- und VK-Preise.
- ☺ Traumhafte Margen und 30 Tage Extra-Valuta.
- ☺ Jetzt komplett ordern. Liefertermine der Pakete selbst bestimmen und einzeln bezahlen.



Innovation und Partnerschaft

Karl Walther
Alben und Rahmen GmbH & Co KG
Herrenpfad-Süd 26
D-41334 Nettetal

Bestell-Hotline: 02157/8186-0
Fax: 02157/8186-50
Service@WaltherDesign.de

NEU: www.walther-alben-rahmen.de



Das Princiao Terminal von Fujifilm kann von der Annahme bis zur Bezahlung als Selbstbedienungslösung genutzt werden.

eigentlich als Annahmeterminal konzipierte Gerät kann mit Hilfe des Digital Printer Pictography 3500 für die Direktbildausgabe umgerüstet werden. Das Gerät liefert Farbbilder von digitalisierten Vorlagen in einer Auflösung von bis zu 15,7 Bildpunkten/mm (400 dpi) bei insgesamt 16,7 Millionen Farben und 256 Graustufen. Sein Thermoentwicklungs- und -übertragungsverfahren benötigt für die Herstellung von Prints in Fotoqualität keine flüssige Chemie. An Speichermedien können CompactFlash, xD-Picture Card, SD Card, SmartMedia, Memory Stick, ZIP-Disk, PC-Karte, die Fujicolor CD und CD-Rs verwendet werden. Das Terminal verfügt über eine mehrsprachige Anzeige für die Bedienung am Bildschirm. Von der Annahme bis zur Bezahlung kann das Princiao Bargeld-Sofort-Print-Terminal als Selbstbedienungslösung genutzt werden. Der Kunde löst den gewünschten Print-Auftrag durch Einwerfen des entsprechenden Geldbetrages aus und kann die Bilder sofort mitnehmen. Dank einer platzsparenden Konstruktion ist die Aufstellung von Princiao auch bei kleiner Ladenfläche kein Problem, es kann sogar vor dem Geschäft aufgestellt werden. Das Terminal nutzt das von Fujifilm entwickelte Printpix-Druckverfahren, das ein Thermoautochrompapier einsetzt.

Standardmäßig ist es mit zwei Druckern ausgestattet. Eine unkomplizierte Benutzeroberfläche mit Touchscreen-Panel macht die Bedienung des Terminals einfach und effizient. Das System akzeptiert alle gängigen Speichermedien und kann auch Bilder-CDs auslesen. Darüber hinaus können auch die Bilder des Anwenders direkt am Terminal auf eine Bilder-CD gebrannt werden. Als Papier wird Fujifilms speziell beschichtetes Printpix Papier eingesetzt, das eigene Farben erzeugt. Mit 16,77 Millionen möglichen Farben (256 YMC-Abstufungen) kann jede Farbe in allen Schattierungen und Zwischentönen wiedergegeben werden. Da weder Farbbänder noch Toner erforderlich sind, ist das System wartungsarm. Lediglich Rollenpapier ist einzulegen. Es ermöglicht Farbdrucke in den Formaten 58 x 148 mm bis 148 x 203 mm. Eine weitere Sofortbildlösung, die bisher nur auf dem japanischen Markt existiert, ist der NP-1 Instax Digital Photo Printer. Er benötigt eine minimale Stellfläche, die kaum größer als eine CD ist und wiegt nicht mehr als 250 g. Das Gerät liefert Ausdrücke mit den Abmessungen einer Visitenkarte. Verwendet wird ein Instax Color Instant Film, der sich selbst entwickelt und dem Bild gleich ein weißes Passepartout mitgibt. Der NP-1 empfängt Bilddaten kabellos über eine Infrarot-Schnittstelle. Aufgrund der kleinen Ausgabeformate eignet sich das Gerät besonders gut für Handyfotos. Denn viele Fotohandys, die heute im Einsatz sind, haben nur eine geringe Auflösung, und die Bildqualität reicht meistens nicht aus, um größere Fotoabzüge herzustellen.

Kodak

Laut einer Pressemitteilung von Kodak zur CeBIT in Hannover werden schnelle Bilderservices beim Handel vor Ort einer der großen Wachstumsmärkte der Zukunft. Bei der immer größer werdenden Gemeinde der Digitalkamerabesitzer und Fotohandynutzer sind vor allem Bilder gleich zum Mitnehmen gefragt. Die unter anderem für diesen Service konzipierte neue Kodak Picture Maker Familie erlaubt die Eingabe aller gängigen Datenträger von der Speicherkarte bis zur CD-ROM. Über einen einfach zu bedienenden Touch Screen-Monitor können die gewünschten Bilder ausgewählt und in Minutenschnelle auf hoch-



Ausgestattet mit dem neuen Photo Printer 6800 kann die Picture Maker Digital Station Bilder in den Formaten 10 x 15, 13 x 18 und 15 x 20 cm drucken. Auch die Erstellung von Picture CDs ist möglich.

wertigem Kodak-Papier ausgedruckt werden. Seit Anfang des Jahres verfügt die neue Picture Maker Generation über eine drahtlose Anbindung auch für Fotohandys. Auf diese Weise können Besitzer dieser Geräte ihre Bilder blitzschnell im beliebten 10 x 15 cm-Format als Komposition aus zwei oder vier Bildern auf Fotopapier ausdrucken. Die mit der Handykamera aufgenommenen Bilder können via Infrarot oder Bluetooth zur Station übertragen und im Anschluß über den integrierten Thermoprinter gedruckt werden. Damit die Anwender noch schneller an ihre Bilder kommen, bietet Kodak seit Beginn des Jahres eine neue „High-Speed-Lösung“ an. Der Kodak Photo Printer 6800 ersetzt den 6400 Printer bei der Kodak Picture Maker Print- und der Picture Maker Digital Station. Er basiert wie der Vorgänger auf dem Thermo-sublimationsdruckverfahren und printet ein hochwertiges 10 x 15 cm-Bild in nur zehn Sekunden von der Rolle auf Kodak Thermopapier. Neben dem 10 x 15 cm-Format erlaubt der Drucker auch die Ausgabe von Bildern im 13 x 18 cm- und 15 x 20 cm-Format. Drei Modellvarianten zählen zur Kodak Picture Maker

Familie G3:
Neben der als reiner Annahmelösung konzipierten Kodak Picture Maker Digital Station existieren die für den Sofortdruck angebotenen Lösungen Kodak Picture Maker Digital Station und Kodak Picture Maker Print Station. Wie alle Modellvarianten setzen sich auch diese beiden Lösungen aus einem Touch-Screen-Monitor und einem Modul für die Eingabe digitaler

Bilddaten von Speicherkarten, CDs oder Disketten zusammen. Die Kodak Picture Maker Digital Station bietet neben dem beliebten 10 x 15 cm-Format auch optional das 13 x 18 cm- und das 15 x 20 cm-Format an. Auch das Brennen von Bildern auf CD ist möglich. Zu den Nachrüstooptionen zählt auch die direkte Bezahlung per Kassenbon. Die Kodak Picture Maker Print Station ist mit einem Scanner und einem CD-Brenner versehen und kann mit zwei verschiedenen Thermodruckern für unterschiedliche Printgrößen ausgerüstet werden, so daß Bildergrößen bis zum Format 20 x 30 cm ausgegeben werden können. Der Flachbettscanner bietet zudem die Möglichkeit, Bild-vom-Bild-Bestellungen auszuführen. Über die Kodak Picture Maker Print Station können die erstellten Bilder auch mit einem entsprechenden digitalen Schmuckrahmen versehen werden.

Mitsubishi

Auch Mitsubishi bietet verschiedene Sofortbildlösungen an. Das Digital Photo Service (DPS) ist ein variables, professionelles System zur Produktion hochwertiger Fotos unterschiedlichster Datenquellen.

Das System basiert auf einem leistungsstarken PC mit einem beweglich montierten 15"-TFT-Touchscreenmoni-



PHOTO + MEDIENFORUM KIEL

33. Hauptlehrgang 2005

Handelsfachwirt/-in (IHK) Fachrichtung "Foto- und Medientechnik"
3. Januar bis 10. Juni 2005

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.-25.03.2005
2. Foto- und Medientechnik: Abschluss "IHK-Zertifikat Foto- und Medientechnik" vom 28.03.-10.06.2005

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

tor und nimmt alle gängigen Speicherkarten wie CompactFlash, SmartMedia, Memory Stick, SD Card/Multimedia-Card und CD-ROM an. Es druckt digitale Bilder und erstellt, wenn es optional mit einem Scanner ausgestattet wird, auch Kopien von Fotos, Negativen und Dias. Zudem können mit der DPS Click auch Paßfotos, Bild-Postkarten, Foto-Kalender und Bildrestaurationen

realisiert werden. Eine weitere Sofortbildlösung ist die Express Print Station EPS8000. Das Gerät ist eine Kombination aus Highend-Printer, Touchscreen und Media-Reader auf kleinstem Raum. Über den klappbaren Touchscreen ist es kinderleicht zu bedienen. Auch Bildbearbeitungen kann der Anwender durchführen. Für den Ausdruck stehen die vier Standard-Formate (9 x 13, 10 x 15, 13 x 18 und 15 x 23 cm) zur Verfügung. Alle gängigen Speichermedien können verarbeitet werden.

Auf der PMA hat Mitsubishi den neuen digitalen Fotokiosk VC-2 vorgestellt. Er wurde in Japan gemeinsam mit Casio und Fuji entwickelt und ist mit der APM-Software von Lucidium ausgestattet. Konzipiert als Standalone-Lösung nimmt der Kiosk alle gängigen Speichermedien auf und ist mit vier Dye-Sublimationsprintern ausgestattet. Das System druckt mehr als 400 10 x 15 cm Prints pro Stunde. Die Bilder werden mit einer speziellen Beschichtung zum Schutz und für eine längere Haltbarkeit versehen.

Noritsu

Auch der Minilabhersteller Noritsu hat dieses Jahr auf der CeBIT eine einfache Selbstbedienungsoption für die direkte Ausgabe digitaler Bilder vorgestellt. ➡



Mit der EPS8000 bietet Mitsubishi eine Sofortbildlösung an, die einen Highend-Printer, einen Touchscreen und einen Media-Reader auf kleinstem Raum kombiniert.

Das System wird unter der Bezeichnung „Pribo“ für „Printbox“ vermarktet. Es besteht aus dem CT-2-Kundenterminal und einem schmalen, hohen Unterschrank (Gesamthöhe etwa 1,40 m). In der schlanken Standbox mit einer Grundfläche von etwa 41 cm x 57 cm ist



Mit der Pribo bietet Noritsu ein Selbstbedienungsterminal, bestehend aus einem CT-2-Kundenterminal und einem trocken arbeitenden Thermosublimationsdrucker, an.

die Ausgabetechnik untergebracht: ein bis drei trocken arbeitende Thermosublimationsdrucker. Auf diese Weise kann das Arbeitsvolumen dem jeweiligen Auftragsvolumen angepaßt werden. Das System produziert Farbbilder im Format 9 x 13 cm oder 10 x 15 cm. Es können auch Stickerbögen geprintet werden, wobei Pribo allerdings mit einem speziellen Stickerprinter ausgestattet werden muß. Abhängig von der Anzahl der installierten Drucker variiert die Stundenleistung zwischen 150 und 450 Bildern. Zur Energieversorgung der SB-Station ist lediglich eine 230-Volt-Wechselspannungsversorgung erforderlich. Ausstattungsabhängig bringt die Pribo zwischen 99 und 129 kg auf die Waage. Natürlich liefert Noritsu zu der Station auch das Papier und die Farbfolien für die Drucker.

Oblò

Das italienische Unternehmen Oblò Multimedia hat auf der PMA neue Features für den im letzten Jahr mit dem 2003 DIMA Innovative Product Award ausgezeichneten Zero Multimedia Kiosk vorgestellt.

Mit dem Uno Kiosk hat das Unternehmen darüber hinaus eine neue Einstiegerlösung (basierend auf dem Zero Multimedia Kiosk) für die Sofortbildproduktion präsentiert. Mit dem Uno Kiosk können sowohl qualitativ hochwertige Prints ausgegeben, als auch Foto-CDs erstellt werden. Wie der große Bruder akzeptiert das Gerät Bildaten von CDs, DVDs, CompactFlash, SmartMedia, Secure Digital, Memory Stick, MultiMedia und xD-Picture Cards (über einen Adapter). Darüber hinaus sind beide Kiosk-Systeme mit einer Bluetooth- und Infrarotschnittstelle für die Annahme von Handybildern ausgestattet. Anders als andere handelsübliche Kiosksysteme können sie eine Vielzahl von Formaten, eingeschlossen Photoshop (PSD), TIFF und JPEG, lesen. Neben der Möglichkeit, alle Bilder einer Karte zu drucken, stellt Uno auch eine Select & Print-Option zur Verfügung. In dieser Funktion sind auch Bildbearbeitungen wie Vergrößerungen, die Entfernung von roten Augen oder die Justierung von Helligkeit und Kontrast möglich. Uno und Zero Kiosk können mit einem Dye-Sublimationsprinter ausgerüstet werden.

Mit dem Zero bietet Oblò einen Kiosk an, der sich durch ein besonderes Feature von allen anderen zur Zeit am Markt erhältlichen Kiosksystemen abhebt: Alle Kiosksysteme, die unter diesem Namen vertrieben werden, sind mit einer voll lizenzierten Musiksammlung ausgestattet, so daß Bilder, die über das Kiosk-System bearbeitet werden, mit Musik unterlegt werden können. Die folgenden drei Optionen bieten die Zero-Kioske inzwischen an: Neu ist die Funktion „You on CD“, mit der Kunden ihre Bilder als musikunterlegte Slideshow gestalten können. Dazu werden auf einer CD die individuellen Bilder der Kunden zusammengestellt und mit Musik kombiniert. Beides kann der Anwender anschließend über eine auf der CD enthaltene Viewer Software wiedergeben. Der Fotonhändler hat die Möglichkeit, das CD-Label mit einem individuellen Geschäftsetikett zu gestalten. „Duo Disc“ ist ein weiteres neues Programm des Zero. Es bietet dieselben Funktionen wie You on CD, kann aber darüber hinaus auch zur Produktion einer Video CD verwendet werden, die auf allen handelsüblichen DVD-Playern abgespielt werden kann.

Mit „You on TV“ schließlich kann eine professionelle DVD produziert werden, die über einen DVD-Player am TV angesehen werden kann. Mit You on TV können den Bildern nicht nur Musik, sondern auch Videosequenzen, Quick Time Clips und kreative Bildübergänge hinzugefügt werden. Die Anwendung eignet sich besonders für die Produktion von hochwertigen Hochzeits- oder Geburtstags-DVDs.



Olympus präsentiert mit dem Picture Express erstmals eine Komplettlösung für den Ausdruck digitaler Bilder.

Olympus

Laut einer Olympus-Pressemitteilung wurden in 2003 laut Marktumfragen allein in Europa über 1,8 Milliarden Digitalfotos gedruckt. Der Umsatz, der hier, wie es in der Pressemitteilung weiter heißt, mit Fotonachbearbeitungen und dem Drucken erzielt wurde, summierte sich auf 365 Mio. US-Dollar. Angesichts dieser attraktiven Marktaussichten hat Olympus eine Lösung entwickelt, die auf der CeBIT ihre Premiere feierte: das Olympus Picture Express. Dabei handelt es sich um ein System für die schnelle Direktproduktion von Farbfotos. Die Komplettlösung ist sehr vielseitig und in der Lage, alle Bildspeichermedien zu lesen, unter anderem xD-Picture-Karten sowie CD-ROMs. Darüber hinaus unterstützt auch das System von Olympus die drahtlose Infrarot- und Bluetooth-Kommunikation, so daß zum Beispiel auch Digitalbilder von Fotohandys gedruckt werden



Mit der PrintStation UPA-PC105 von Sony bietet sich Fotohändlern die Möglichkeit, ihr Angebot um hochwertige Drucke in Fotoqualität und Archivierung von Digitalfotos der Kunden auf CD zu erweitern.

können. Olympus Picture Express ist, wie sowohl das schnelle Herunterladen als auch das Ausdrucken zeigen, eine bemerkenswerte Highend-Lösung. So dauert das Drucken eines Fotos lediglich 15 Sekunden. Gleich nach dem Einstecken des Speichermediums in das Gerät erscheinen die Bilder auf dem Touchscreen. Hat der Anwender seine Auswahl getroffen, kann er den Bildausschnitt modifizieren oder die Aufnahmen bearbeiten, indem er zum Beispiel rote Augen korrigiert. Darüber hinaus können bestimmte Bilddetails hervorgehoben, Ausschnitte gefertigt oder vergrößert werden. Die Bilder lassen sich aber auch auf CD brennen. Die Menüführung kann in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch ausgewählt werden. Olympus Picture Express ist mit einem erstklassigen End-Thermosublimationsdrucker für 10 x 15 cm große Fotos bestückt. Darüber hinaus können Indexprints, Grußkarten- und Kalenderformate ausgewählt werden. Das System wird voraussichtlich ab Mai 2004 verfügbar sein und kann auf Wunsch auch geleast werden.

Sony

Auch Sony bietet mit der PrintStation UPA-PC105 ein sofort einsetzbares digitales Drucksystem zur Herstellung qualitativ hochwertiger Fotos von digitalen Bildern an. In Sekundenschnelle bietet es erstklassige Farbfotos in vielen gängigen Formaten, die Archivierung von Digitalfotos auf CD, Indexprints, Vergrößerungen, Paßfotos, Druckmotive mit Schmuckrahmen für verschiedene Anlässe, Package Prints und so weiter. Das System besteht aus dem Touch Screen-Terminal UPA-PC100, dem Fotodrucker UP-DR100 und hat lediglich einen geringen Platzbedarf

(nur 70 cm Breite). Das Druckerpapier zeichnet sich durch eine große Widerstandsfähigkeit aus und bietet den Kunden höchste Zuverlässigkeit: Selbst wenn es in eine Flüssigkeit wie zum Beispiel Kaffee getaucht wird, nimmt es keinen Schaden. Die Printstation UPA-PC105 unterstützt alle gängigen Speicherkarten: Memory Stick, SmartMedia, CompactFlash, SD/MMC, xD

Card (über PC-Kartenadapter), CD-R/CD-RW/CD-ROM und 3,5"-Disketten. Folgende Dateiformate werden unterstützt: JPEG, TIFF, BMP und FlashPix. In naher Zukunft wird auch das Format Exif 2.2 unterstützt. Darüber hinaus haben die Kunden die Möglichkeit, Fotos von entwickelten Filmen oder Duplikate von vorhandenen Fotos drucken zu lassen (hierfür sind der optionale Filmscanner UY-S100 und der Flachbettscanner Perfection 1260 von Epson erforderlich). Fotoprints können in den üblichen Formaten (9 x 13, 10 x 15 und 13 x 18 cm) sowie als unterteiltes Set für Paß- und Führerscheinfotos etc. erstellt werden. Durch die Verwendung eines laminierten Fotopapiers wird garantiert, daß die Bilder stabiler sind sowie beständiger und licht- und wasserfester. Über die von Sony entworfene LCD-Touchscreen-Steuerung können Anwender Bildbearbeitungs- und Druckoptionen auf einfache Art auswählen. Sonys Farbsublimationstechnologie macht Ausdrücke in der Qualität von echten Fotos mit Übergangslosen Farbverläufen möglich. Die Versiegelung kann pro Bild ausgewählt werden (matt, glanz oder mit Prägung), ohne das Druckerpapier zu ändern.

Werkpoint

Für die schnelle Ausgabe von Digitalbildern auf Papier bietet Werkpoint den PhotoKiosk No.1 an. Mit dem Gerät, das über einen 15" TFT-Touchscreen und die eigens von Werkpoint entwickelte Software einfach zu bedienen ist, können darüber hinaus auch Fotos auf CD gebrannt werden. Integriert in dem sicheren und robusten Gehäuse befinden sich ein leistungsstarker Pentium 4 Rechner und ein Fotodrucker. Über den angeschlossenen Multi-Card Reader lassen sich alle gängigen Speicher-

Sie wollen Ihren Kunden mehr bieten und damit

mehr Erfolg haben

Sie brauchen einen zuverlässigen und kompetenten Partner wie uns. Mit Ideen und Produkten für Studio, Labor und Fotohandel.

10 Jahre

Rufen Sie jetzt an!

Ritter+Wirsching
Fotovertrieb GmbH
www.ritter-wirsching.de

Tel. 07129-33 44, Fax 7010

kartenformate auslesen. Ein Bildbearbeitungsprogramm erlaubt die Verbesserung und Justierung des Fotoausschnitts vor dem eigentlichen Ausdruck. Gängige Schritte wie das Drehen, Vergrößerungen oder Verkleinerungen lassen sich genauso problemlos durchführen wie die Auswahl der Paßbildfunktion. Dabei setzt die Software den ausgewählten Bildausschnitt sechsmal auf ein Foto. Weniger als 12 Sekunden benötigt der integrierte Drucker, um ein Bild

im Format 10 x 15 cm auszudrucken. Durch die neuartige Dye Diffusion Thermal Transfer Technologie, einem speziellen Fotodruckverfahren, erhält der Anwender laut Aussage des Herstellers schnell eine exzellente Bildqualität. Die Bezahlung der Bilder erfolgt unmittelbar über den Münzeinwurf oder den integrierten Geld- bzw. Kreditkartenleser.

Die Preise für ein Bild 10 x 15 cm liegen zwischen 30 und 40 Cent. Auf Wunsch erhält der Anwender auch einen Indexprint oder eine Quittung mit ausgewiesener Mehrwertsteuer.



Eine Fotokiosklösung für die unkomplizierte Bildausgabe bietet Werkpoint mit dem PhotoKiosk No.1 an.

höl

„Unser Starlights Händlerprogramm ist im Jahr 2003 zu einem großen Erfolg geworden. Und auch die anderen Maßnahmen zur Unterstützung des Handels, vor allem die Samsung Trainings und die Starlights Partner Promotion Tour, haben die in sie gesetzten Erwartungen deutlich übertroffen.“ Tobias Müller, Channel Marketing Assistent bei der Samsung Electronics GmbH, zog im Gespräch mit **imaging+foto-contact** eine positive Bilanz für das Jahr 2003.

Das Starlights Programm belohnt Händler, die sich für Tk-Produkte des koreanischen Herstellers einsetzen und sich für das Bonusprogramm angemeldet haben: Mit dem Eintrag der IMEI-Nummer eines verkauften Samsung Handys im Partner Lounge Reporting System im Internet erhält der Händler



Im Extranet können die aktuellen Inhalte des Samsung Starlights Programms abgerufen werden.

Samsung baut die Unterstützung für Partner in Sachen Handys aus

Euro-Credits und PoS-Punkte. Diese kann er gegen Einkaufsgutscheine und Erlebniswochenenden oder unterschiedlichste Werbemittel und Verkaufsförderungsmaßnahmen umtauschen.

„In den ersten Monaten nach der Einführung des Starlights Programms hat es den ein oder anderen Stolperstein gegeben – so wie es immer passiert, wenn man etwas derartig Komplexes startet“, räumte Müller ein. „Aber dank eines intensiven Austausches mit unseren Handelspartnern haben wir diese Kritikpunkte erkannt und Lösungen zu deren Beseitigung gefunden. Das Starlights Programm 2004 wird für den Handel noch attraktiver sein und mit erheblichen Verbesserungen sowie deutlich vereinfachter Handhabung in Runde zwei starten.“ So wird in diesem Jahr die Mehrfacheingabe von IMEI-

Nummern möglich sein. „Bislang mußte für jede Eingabe ein komplett neuer Vorgang begonnen werden“, erläuterte Müller. „Die Mehrfacheingabe vereinfacht den Prozeßablauf und spart Samsung Händlern deutlich Zeit.“

Mehr Alternativen zum Eintausch von Bonuspunkten

Auch das Angebot an Werbe- und Vkf-Materialien, die gegen Bonuspunkte eingelöst werden können, soll ausgebaut werden. Unter anderem werden Streuartikel das Angebot erweitern. „Auch hier setzen wir einen Wunsch unserer Handelspartner um“, meinte Müller. Schließlich wird auch die Möglichkeit ausgebaut, Statuspunkte zu sammeln. So wächst beispielsweise das Punktekonto von Händlern, die an den Schulungen der Starlights Online Business Academy teilnehmen.

Die Online-Schulung stellt ebenfalls eine Erweiterung der Unterstützungsmaßnahmen für die Händler dar. Die einzelnen Teile der Schulungen werden sich mit dem Unternehmen Samsung, dessen mobilen Endgeräten und den Mobilfunktechnologien allgemein beschäftigen. Durch regelmäßige Teilnahme und nach erfolgreicher Beantwortung der Fragen des Abschlußquiz haben sich die Händler als zertifizierte Samsung Partner qualifiziert – gleichzeitig werden ihnen Statuspunkte gutgeschrieben. „Wir planen, über dieses Angebot alle Starlights Partner zu schulen und werden, um die Teilnahme attraktiv zu halten, die Inhalte den aktuellen Marktentwicklungen entsprechend ständig weiterentwickeln“, erklärte Müller.

Für wichtige Vertriebspartner des Unternehmens wurde ebenfalls ein profes-

Starlights Programm startet in Runde zwei

„Wir wollen im Jahr 2004 die größtmögliche Zahl der PoS erreichen“

Das Starlights Händlerprogramm ist zwar ein wichtiger, jedoch eben nur ein Teil eines kompletten Marketingkonzeptes, mit dem Samsung Wireless in diesem Jahr in Deutschland seine Marktposition weiter verbessern will. „Auf dem Handymarkt setzt Samsung seit Jahren mit innovativem Design, integrierten Kameralösungen, Farbdisplays in hochwertiger Technologie und bester Soundqualität immer wieder neue Maßstäbe“, betonte Alexandra Zaddach, Mitarbeiterin im Produktmarketing der Wireless Communications Division bei Samsung Electronics, im Gespräch mit *imaging+foto-contact*. „Dennoch sehen wir in Sachen Markenbekanntheit Potential für die Marke Samsung beim Endverbraucher.“ Dies soll im Laufe des Jahres genutzt werden. „Wir wollen das hohe Image der Marke Samsung, das immer wieder in Verbindung mit Qualität, Innovation und Design genannt wird, weiter etablieren und ausbauen“, so Zaddach. Zu den wichtigsten Instrumenten,

mit denen diese selbstgesteckte Vorgabe erreicht werden soll, zählt der Ausbau der Präsenz am Point of Sale. Zaddach: „Wir haben die Meßlatte für uns selbst sehr hoch gelegt und wollen in diesem Jahr eine größtmögliche Abdeckung am Point of Sale erzielen.“

Zur Imagesteigerung sollen nicht zuletzt die Geräte Neuheiten beitragen, die Samsung in diesem Jahr einführen wird. „Schon zur CeBIT sind einige sehr interessante Produkte auf den Markt gekommen“, meinte Zaddach, „die im Laufe des Jahres durch weitere Highlights ergänzt werden.“

Der Schwerpunkt wird auf dem Premiumsegment liegen, wobei die Themen UMTS und integrierte Megapixelkameras im Jahr 2004 ebenfalls eine Rolle einnehmen und vor allem dem Fotohandel, der sich auch in der Telekommunikation engagiert, nach Zaddachs Worten gegen Ende des Jahres ein weiteres Argument für das Verkaufsgespräch am Point of Sale bringen werden.

sionelles Trainingskonzept entwickelt. Bei diesem wird das inhaltliche Spektrum (Unternehmen, Geräte, Technologien) um einen großen Schulungspart mit speziellen, für den Vertriebspartner relevanten Themen erweitert. Geplant sind in diesem Jahr mindestens 50 Schulungstage. „Die exakten Inhalte stehen noch nicht fest und orientieren sich kurzfristig an den Vorstellungen der Vertriebspartner“, so Müller. „Diese wollen wir zum einen mit Blick auf den Markt möglichst aktuell und flexibel gestalten, zum anderen sollen die Vertriebspartner selbst aussuchen können, wer an den Trainings teilnimmt. Und eine Schulung, die auf die individuellen Bedürfnisse von Technikern zugeschnitten ist, sieht nun einmal anders aus als eine Schulung für Verkäufer.“

Auch die Starlights Partner Promotion Tour, oder kurz Samsung Truck Tour, soll in diesem Jahr wieder das Geschäft der Handelspartner ankurbeln. Das Äußere des Trucks wird sich laut Müller mit neuen, verbrauchergerechteren Motiven zeigen, im Inneren werden

Samsung Truck Tour unterstützt Händler bei individuellen Promotions

wieder alle aktuellen Mobilfunkgeräte und Samsung Funclub Terminals für die Besucher zum Ausprobieren zur Verfügung stehen. Mit dem Truck unterwegs sind vier Promotoren, eine Multimediaanlage und eine Bühne, die die notwendige Aufmerksamkeit erzeugen sollen.

Händler, die das Event-Mobil für ihre

Verkaufsaktivitäten einsetzen wollen, müssen verschiedene Kriterien erfüllen. So muß eine sehr hohe Endkundenresonanz garantiert (bzw. zumindest zu erwarten) sein. „Wir stellen uns hier zum Beispiel die Beteiligung des Händlers an großen Publikumsveranstaltungen wie Stadtfesten, Sportereignissen oder kulturellen Events vor“, so Müller. Darüber hinaus müsse der Händler, damit sich der Aufwand für beide Seiten lohne, eine Zielvereinbarung abschließen. Müller: „Samsung unterstützt seine Partner bei der Suche nach dem günstigsten Termin und den geeigneten Marketingmaßnahmen und versucht im Rahmen der Möglichkeiten, spezielle Angebote für das Event bereitzustellen, die dem Händler das Erreichen der Zielvereinbarung ermöglichen.“ hepä



Die Auseinandersetzung mit Ausstattungsmerkmalen und Möglichkeiten der Samsung Handys ist selbstverständlicher Bestandteil der Schulungen.

T-Mobile unterstützt Händler beim Verkauf der Relax-Tarife

Telefonieren ohne Gebührenzähler im Kopf, ohne Blick auf die Uhr, einfach entspannt. Diese Assoziationen sollen die Relax-Tarife von T-Mobile beim Verbraucher wecken. Für den Fotohandel bedeutet das neue Tarifmodell zufriedene Kunden in den Verkaufsräumen, kurze, erfolgreiche Beratungsgespräche durch einfache und überzeugende Argumente und eine vorteilhafte Provisionierung.

Flankiert wurde die Einführung der neuen Tarife mit umfangreichen Schulungs- und Informationsangeboten – so machten sich beispielsweise im Zuge einer Roadshow rund 2.000 Vertriebspartner an 22 Veranstaltungsorten in ganz Deutschland mit „Relax“ vertraut. Was es dort an Verkaufsargumenten zu hören gab, ist auch in einer Mappe zu finden, die T-Mobile unter dem Titel „Entspannt mobil telefonieren!“ zur Einführung der neuen Tarife auflegte. Hier lernt der Leser beispielsweise die Hauptargumente bei der Kundenberatung kennen:



Umfangreiche Verkaufsargumente und Berechnungshilfen für die Relax-Tarife finden Fachhändler in der „Entspannt mobil telefonieren“-Mappe von T-Mobile.

- Zeit sparen bei der Beratung durch einfache Tarife
 - einfach zu erklärende Tarife
 - zufriedene Kunden am PoS
 - Erweiterung des Produktportfolios erschließt neuen Kundenkreis.
- Und er wird über die Vorteile bei der Vermarktung informiert:
- Mehr Kundenfrequenz am PoS

- durch aufmerksamkeitsstarke und ansprechende Werbekampagnen
 - umfassende Unterstützung und Information durch T-Mobile mit hochwertigen Verkaufsmaterialien
 - attraktive Prämien.
- Weiterhin liefert ihm die Mappe Argumente für den Verkauf jedes einzelnen der vier Relax-Tarife, und die

SMS-Optionen ergänzen ab sofort die Relax-Tarife von T-Mobile

Mit Relax SMS 40 und Relax SMS 100 hat T-Mobile Mitte März die bereits angekündigten Tarifoptionen für den Versand von Kurzmitteilungen realisiert. Im Frühjahr wird Relax SMS 200 folgen. Die Budgets der Tarife gelten nicht nur für den SMS-Versand innerhalb des deutschen T-Mobile-Netzes, sondern auch für das Verschicken in alle deutschen Mobilfunknetze und ins Telekom-Festnetz.

Damit bietet T-Mobile auch beim Versand von Kurznachrichten Einfachheit und Transparenz und schreibt die Erfolgsgeschichte der Relax-Tarife fort: Sechs Wochen nach dem Vermarktungsstart haben sich bereits über 200.000 Kunden für die neuen „Wohlfühl“-Tarife entschie-

den. Mit den Relax-Tarifen bietet der Marktführer Minutenpakete zum festen Preis an, mit denen man sieben Tage die Woche rund um die Uhr bequem telefonieren kann. Ein monatlicher Grundpreis fällt nicht an.

Mit den zur Markteinführung der Relax-Tarife angekündigten SMS-Optionen entspricht T-Mobile den Wünschen vieler Kunden nach Zusatzangeboten für den günstigen Versand von Kurznachrichten. Mit der Option Relax SMS 40 können für einen monatlichen Aufpreis von fünf Euro 40 Kurzmitteilungen verschickt werden. Bei Relax SMS 100 sind für zehn Euro zusätzlich pro Monat 100 SMS inklusive. Für Power SMS-Nutzer stehen mit Relax SMS 200 für monatlich 18 Euro 200 Kurzmittei-

lungen zur Verfügung. Damit können SMS schon für neun Cent in alle deutschen Netze versendet werden.

Die Wunschoptionen Relax SMS 40, Relax SMS 100 und Relax SMS 200 gelten für den Versand von SMS beim Aufenthalt im Inland innerhalb des Netzes von T-Mobile Deutschland, in die deutschen Mobilfunknetze von Vodafone, E-Plus und O2 sowie in das Telekom-Festnetz. Nach Verbrauch des Budgets werden bei Relax SMS 40 und Relax SMS 100 für den Versand einer SMS im Inland 0,19 Euro berechnet, bei Relax SMS 200 fallen dann 0,15 Euro an. Neukunden können die Optionen gleich bei Vertragsabschluss buchen.

Konditionen für wechselwillige Vertrags- und Prepaid-Kunden werden ebenso aufgeführt wie die Besonderheiten bei Abschluß eines Neuvertrages. So bieten die Relax-Tarife beispielsweise demjenigen, der bei Vertragsabschluß auf ein neues Endgerät verzichtet, eine regelmäßige Reduzierung des gekauften Paketpreises. Darüber hinaus werden die buchbaren Wunschoptionen beschrieben, etwa World Class, World Class Holiday, More

Weekend, GPRS- und E-Mail-Push-Service.

Detailliert zeigt die Mappe auch, wie Vertriebspartner die Relax-Tarife über „Quickrun“ (bei Neukunden), per Fax oder über das Vertriebspartner-Portal (VPP; beides bei Bestandskunden) buchen können. Anhand einer Vergleichstabelle mit repräsentativen Telefonierdaten kann sich der T-Mobile Handelspartner von den Sparpotentialen der Relax-Tarife im

Vergleich mit den verschiedenen Telly-Tarifen überzeugen. Reichen alle Argumente immer noch nicht aus, so steht dem Händler noch eine parkscheibenähnliche Argumentationshilfe zur Verfügung, die ihn (und seinen Kunden) mit drei Fragen zum richtigen Relax-Tarif führt, und zwar sowohl bei Kunden, die kein neues Handy wollen, als auch bei Kunden, die sich für ein neues T-Mobile-Handy interessieren.

hepä

„Unsere neuen Relax-Tarife sorgen für viele zufriedene Kunden am PoS“

Schon unmittelbar nach der Vorstellung der neuen Relax-Tarife erreichte T-Mobile positive Resonanz von seiten der Handelspartner.

imaging+foto-contact: T-Mobile hat vor wenigen Wochen die neuen Relax-Tarife angekündigt. Warum war es notwendig, nochmals neue Tarife einzuführen?

Stefan Gilica: Für 2004 hat sich T-Mobile auf die Fahne geschrieben, unseren Kunden einen exzellenten Service und herausragende Qualität zu bieten – Einfachheit und Transparenz sind ein wichtiger Bestandteil dieser Ziele. Demnach war es konsequent, daß wir unseren Kunden einfache und transparente Tarife anbieten. Mit Relax können unsere Kunden nun preisgünstig, ohne Grundgebühr telefonieren.

imaging+foto-contact: Wie haben Ihre Partner im Handel auf das neue Tarifmodell reagiert?

Stefan Gilica: Die durchweg positive Resonanz in der Presse spiegelte sich im Verlauf unserer Veranstaltungen im Zuge unserer Relax Roadshow wider. Wir haben von unseren Vertriebspartnern ein sehr positives Feedback bekommen. In den zahlreichen Veranstaltungen, die wir deutschlandweit für über 2.000 Händler durchgeführt haben, konnten sich unsere Partner über die neuen Tarife informieren und ihre Fragen direkt an unser Vertriebsteam stellen. „Ein Kompliment zu den Relax-Tarifen“ war eine Aussage, die wir aus den Reihen unserer Vertriebspartner erfreulicherweise häufig gehört haben.

imaging+foto-contact: Mit welchen Argumenten sollen Ihre Handelspartner die neuen Tarife anbieten?

Stefan Gilica: Die Top-Argumente für den Kunden sind ganz klar: Die Relax-Tarife sind preisgünstig – T-Mobile Kunden können ohne Grundgebühr zu geringeren Preisen länger

telefonieren. ifc fragte Stefan Gilica, Geschäftsführer Vertrieb von T-Mobile Deutschland, nach Reaktionen der Händlerschaft und seinen ersten Erfahrungen.

Die Tarife sind einfach zu verstehen und flexibel in der Nutzung – sieben Tage in der Woche, rund um die Uhr telefonieren, das bietet bisher kein anderer Netzbetreiber.

imaging+foto-contact: Worin liegen die Vorteile für den Händler, der Relax-Tarife verkauft?

Stefan Gilica: Ein Thema, über das ich ganz besonders gerne rede. Durch die vielen Vorteile, die die Tarife den Konsumenten bieten, sorgen wir für viele zufriedene Kunden am Point of Sale. Darüber hinaus kann sich der Händler durch das erweiterte Produktportfolio einen neuen Kundenkreis erschließen. Selbstverständlich haben wir die neuen Tarife auch mit einem attraktiven Prämiemodell versehen.

imaging+foto-contact: Wie sehen Ihre Unterstützungsmaßnahmen für die neuen Tarife aus? Gibt es spezielle Aktivitäten für den Point of Sale?

Stefan Gilica: Einen ersten Vorschmack für unsere Aktivitäten rund um die neuen Relax-Tarife konnten unsere Vertriebspartner schon bei den Kickoff Veranstaltungen bekommen: Wir werden den PoS in ein „Relax Ambiente“ stecken

– die Dekos werden sehr aufmerksamkeitsstark sein und durch eine umfangreiche klassische Werbekampagne unterstützt, so daß der Wiedererkennungseffekt gewährleistet ist. Mit hochwertigen Verkaufsmaterialien unterstützen wir unsere Partner im Handel und machen es so einfach, den Kunden die neuen Tarife anzubieten.

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



Stefan Gilica, Geschäftsführer Vertrieb von T-Mobile Deutschland

In Zeiten, in denen das ehemalige Kerngeschäft durch rasanten Preisverfall immer weniger Spaß macht, können neue, zusätzliche Dienstleistungen dringend notwendige Umsätze und Margen sichern. Besondere Freude bereitet das Verkaufen zweifellos dann, wenn durch entsprechende Verkäufe nicht nur eine einmalige Provision gezahlt wird, sondern anschließend auch noch weitere Provisionszahlungen fällig werden. Ein Unternehmen, das seinen Partnern ein solches Modell anbietet, ist die Schlund + Partner AG in Karlsruhe. Sie zahlt Provisionen zwischen fünf und 30 Prozent auf alle verkauften DSL- und Internetdienstleistungen, Monat für Monat und so lange, wie der vermittelte Kunde auch Kunde bei Schlund + Partner bleibt.

Mit DSL- und Internetdienstleistungen hat sich Schlund + Partner auf einen Bereich spezialisiert, der seit Jahren Wachstum verzeichnet und noch ein fast unerschöpflich scheinendes Marktpotential bietet. „Der Bedarf an breitbandigen Internetzugängen wird weiterhin steigen, bei Privatanwendern ebenso wie bei Menschen, die das

Partner

Werden Sie Partner der Schlund + Partner AG

Sie beherrschen das Design. Wir bieten perfekte Technik und langjährige Erfahrung.

Mit Webdesign kennen Sie sich bestens aus. Sie kopieren, gestalten und programmieren Internet-Auftritte. Doch Ihre Kunden sind nur dann wirklich zufrieden, wenn sich die Seiten ihrer Präsenz auch bei tausenden von Zugriffen gleichzeitig reibungslos aufbauen. Also nicht nur Ihr Design ist gefragt, sondern auch die Professionalität des WebSpace-Providers. Und da gehört Schlund+Partner zu den ersten Adressen.

Schlund+Partner ist der ideale Partner für Ihre Agentur. Profitieren Sie von vielen Leistungen - von dem Schlundprogramm.

Selbstverständlich laden wir Sie ganz herzlich ein! Sprechen Sie mit unseren Fachleuten vor Ort und besuchen Sie eines der leistungsfähigsten Rechenzentren Europas.

→ Alle Vorteile im Überblick
→ Jetzt Partner werden

In einem viele Seiten umfassenden Bereich informiert Schlund + Partner seine Handelspartner über Möglichkeiten, Vorteile und Bedingungen der Zusammenarbeit.

Zusatzerträge durch DSL und Internet

Internet beruflich nutzen“, meinte Schlund + Partner Vorstand Kirsten Haynberg im Rahmen eines Besuches in der imaging+foto-contact-Redaktion. „Darüber hinaus werden täglich neue Internetshops gegründet, immer mehr Unternehmen schaffen virtuelle Netzwerke für ihre Mitarbeiter, und

die Registrierung von Domain-Namen wird millionenfach weiterlaufen.“

All diese Dienstleistungen wollen verkauft werden. Und dabei sei auch der Fotohandel ein interessanter Partner. „Potentiell ist jeder Kunde, der sich für Digitalkameras oder Bilddienstleistungen von digitalen Datenträgern interessiert, auch ein Kunde für breitbandige DSL-Angebote“, so Haynberg. „Denn diese geben ihm beispielsweise die Möglichkeit, seine Bilder kostengünstig in Internet-Fotoalben oder zum Printen ins Großlabor oder zu seinem Fotohändler zu schicken.“ Auch wer seine fotografischen Produkte als engagierter Amateur oder Fotoprofi auf einer eigenen Homepage präsentieren will, kann das über unterschiedliche Web-Hosting-Pakete bei Schlund + Partner machen. „Aber natürlich sind nicht nur Fotografen für den Fotohändler Ansprechpartner im beruflichen Umfeld, sondern auch Restaurants, Handwerker, Versicherungen, Reisebüros, kurz alle, die auch mit Fotos im Internet werben“, meinte Haynberg. „Hier kann der Fotohändler seine klassische Fotokompetenz durch neue Dienstlei-

Schlund + Partner Roadshow in zehn Großstädten

Von Ende April bis Mitte Juni informiert Schlund + Partner im Rahmen einer Roadshow interessierte Händler über seine DSL- und Internetangebote und die Möglichkeiten der Zusammenarbeit. Insgesamt steuert das Unternehmen zehn Hotels in deutschen Großstädten an. Die Orte und Termine:

- Hamburg: 28.04., Ambassador, Heidenkampsweg 34
- Hannover: 30.04., Arabella Sheraton, Pelikanplatz 31
- Berlin: 05.05., Alexander Plaza, Rosenstraße 1
- Leipzig: 07.05., Seaside Parkhotel, Richard-Wagner-Straße 7
- Nürnberg: 12.05., Arvena Park, Görlitzer Straße 51
- München: 14.05., Holiday-Inn, Kistlerhofstraße 142
- Stuttgart: Dorint Fontana, Vollmoellerstraße 5
- Köln: 26.05., Dorint Kongress Hotel, Helenenstraße 14
- Frankfurt: 04.06., Holiday Inn, Mailänder Straße 1
- Karlsruhe: 09.06., Dorint Kongress Hotel, Festplatz 2

Nähere Informationen zu Inhalten und Zeiten der jeweiligen Veranstaltungen gibt es unter der kostenlosen Telefonnummer 0800/33322-30.

stungspakete zukunftsorientiert ergänzen und sich in hervorragender Weise gegen Wettbewerber abgrenzen.“

Alle Angebote rund um DSL und Internet müssen natürlich aktiv verkauft werden. Das bedeutet, der Händler muß Inhalte, Vorteile und Details kennen und wissen, wodurch sie sich von vergleichbaren Produkten/Services unterscheiden. Und da die wenigsten Fotohändler dieses Expertenwissen bereits haben, hält das Karlsruher Unternehmen umfassende Informationstools bereit. So steht als Einstieg unter www.schlund.de eine ausführliche Internetpräsenz zur Verfügung, auf der sämtliche Informationen bereitliegen – auch spezielle Fragen zum Partnerprogramm werden hier behandelt. Darüber hinaus werden regelmäßige Schulungen und Partner-Treffen sowie eine

Provisionen lebenslänglich

kostenfreie Partner-Hotline angeboten. Zur Verkaufsunterstützung kann der Händler darüber hinaus kostenfrei auf eine Vielzahl professioneller Werbemittel zurückgreifen – von hochwertigen Prospektmaterialien und Produktinformationen bis zu Präsentationsständen für Haus- oder Regionalmessen.

Interessant werden die Themen DSL und Internetservices vor allem durch das Provisionsmodell von Schlund + Partner. Das Unternehmen provisioniert derzeit rund 80 Produkte und Dienstleistungen mit Beträgen zwischen fünf und 30 Prozent der monatlichen Gebühren. Bei DSL gibt es darüber hinaus für einige Produkte vorab zusätzlich einmalige Provisionszahlungen. In Zahlen lesen sich Provisionen zum Beispiel so: Verkauft der Händler ein ShopPro-Paket (79 Euro pro Monat), erhält er monatlich 23,70 Euro, bei einem WebStart-Paket (29 Euro/Monat) sind es 8,70 Euro, und für das zusätzliche Buchen einer sicheren SSL-Verbindung (18 Euro/Monat) werden ihm 5,40 Euro monatlich gutgeschrieben. „Einige dieser Beträge sehen für sich allein betrachtet recht niedrig aus“, räumte Haynberg ein. „Aber ‚Kleinvieh macht eben auch Mist‘. Und wir haben viele Partner, bei denen sich selbst die kleinen Beträge jeden Monat

zu einer stattlichen Summe addieren.“

Außerdem müsse man bedenken, daß die Provisionszahlungen durch einen einmaligen Verkaufsvorgang gestartet würden. „Nachdem der Endkunde einen Vertrag unterschrieben hat, braucht der Händler nichts weiter zu tun“, erläuterte Haynberg. „Wir kümmern uns anschließend komplett um den technischen Support und die Betreuung des Kunden. Der Händler bekommt eine Kundennummer für den Kunden und merkt nur über die regelmäßigen Provisionszahlungen, daß er diesen Kunden gewonnen hat. Die

Provision wird so lange gezahlt, wie der geworbene Kunde auch Kunde bei uns bleibt – unter Umständen also ein ganzes Leben lang.“ Entscheide sich der Endkunde später, weitere Optionen zu dem vermittelten Produkt online oder per Telefon zu bestellen, so werde dem Händler, der den Erstkontakt geschaffen hat, aufgrund der vergebenen Kundennummer auch die dann anfallende Provision zugerechnet.

Weitere Informationen zu den verschiedenen Services und den Konditionen für Partner erhalten Händler unter der kostenfreien Telefonnummer 0800-33322-30. hepä

Neue Produkte von Schlund + Partner zur CeBIT

Mit dem neuen Tarif DSL Business bietet Schlund + Partner erstmals einen Breitband-Internet-Zugang per DSL, der speziell auf die Anforderungen von Unternehmen zugeschnitten wurde. Bei einem monatlichen Preis von 24,90 Euro ist die Internet-Nutzung während der üblichen Geschäftszeiten (montags bis samstags von sieben bis 19 Uhr) inklusive. Außerhalb dieser Zeiten fallen 1,2 Cent pro Minute für Online-Verbindungen an. DSL Business kann in Verbindung mit einem entsprechenden T-DSL-Tarif der Deutschen Telekom ohne Aufpreis mit Geschwindigkeiten von bis zu 3.000 kBit/s (Download) bzw. 384 kBit/s (Upload) genutzt werden. Kunden, die zusammen mit dem Internet-

Internet-Lösungen für Ihr Unternehmen

WEB-HOSTING	ROOT-SERVER	SHOPS	INTRANET
Unser Hochleistungs-Rechenzentrum ist die beste Heimat für Ihre Homepage im Internet!	Sie erhalten einen Server ganz für sich alleine in einem der modernsten Rechenzentren Europas!	Ihr professioneller Internet-Vertrieb mit unseren flexiblen Met-Shop-Lösungen!	Sie wünschen ein eigenes Intranet? Mit Microsoft SharePoint™ bieten wir die moderne Alternative!
→ Produktinfos → Jetzt bestellen!	→ Produktinfos → Jetzt bestellen!	→ Produktinfos → Jetzt bestellen!	→ Produktinfos → Jetzt bestellen!

Zugang DSL Business von Schlund + Partner einen T-DSL-Neuananschluß beauftragen, erhalten zum Nulltarif einen DSL-Router, mit dem bis zu 253 PCs den Internetzugang gemeinsam nutzen können.

Als Option zu allen Web-Hosting-Paketen ab Web-Start bietet Schlund + Partner ab sofort die Branchen-Homepage. Dabei können sich Unternehmen aus über 30 Branchen für einmalig 199 Euro und eine Monatsgebühr von 9,90 Euro von professionellen Web-Designern das Screendesign und die Struktur ihrer Firmen-Homepage erstellen lassen. Das Content-Management erfolgt anschließend in Eigenregie.

Noritsu auf der PMA



Minilabs können mit Laufwerken für alle gängigen Speichermedien ausgestattet werden. Als Zubehör bietet Noritsu Software und Hardware für die Herstellung von renditestarken Zusatzprodukten wie Print Packages, Visitenkarten, Grußkarten, Kalendern etc. an. Auch ist der Anschluß eines externen CD-R-Writers möglich. Neben den Basismodellen QSS-3201, 3202 und 3203 umfaßt die neue QSS-32 Serie von Noritsu die Modelle QSS-3211, 3212 und 3213 mit besonders leistungsfähigen Prozessoren. Sie werden auch mit Kodak DLS Software erhältlich sein.

Stand-alone Drucksysteme

Unter dem Namen QSS-3202 bzw. 3203 Pro bietet Noritsu die Printer-/Prozessoreinheit der QSS-32 Serie zusammen mit einer Prin-

Die QSS-32er Minilabs standen im Mittelpunkt

Mit zahlreichen neuen Produkten für digitale Fotofinishing-Dienstleistungen am Point of Sale unterstrich Noritsu auf der PMA seinen Führungsanspruch in diesem Marktsegment. Im Mittelpunkt stand die neue Minilab-Serie QSS-32 mit Laser-Technologie.

Die neuen Modelle QSS-3201, QSS-3202 und QSS-3203 unterscheiden sich durch ihre Kapazität von 990, 1.286 bzw. 1.620 Prints (9 x 13 cm) pro Stunde. Diese Leistung wird auch bei der Verarbeitung von Speichermedien aus Digitalkameras erreicht.

Die neuen Minilabs der QSS-32 Serie bestehen aus zwei Elementen, dem Arbeitsplatz mit PC, Monitor und Filmscanner und dem Printer-Prozessor. Durch dieses Design können die Geräte den jeweiligen räumlichen Verhältnissen optimal angepaßt werden. Die neuen Minilabs zeichnen sich durch eine verbesserte Bildverbesserungs-Software aus und verfügen serienmäßig über die Software Digital Ice zur automatischen Beseitigung von Kratzern und Staub. Optional können mit Hilfe der Noritsu Digital Masking Software automatisch beidseitig Filmbeschädigungen erkannt und korrigiert werden, selbst wenn sie bis in die zweite Farbschicht des Filmmaterials reichen. Zur Grundausstattung gehört zudem eine software-gesteuerte Funktion zur Korrektur von Fehlern und zur Kompensation des aufnahmebedingten Lichtabfalls an den Bildrändern und der chromatischen Abwei-

chungen sowie Körnigkeit in unterbelichteten Aufnahmen.

Neue Scanner

Die neuen Geräte der QSS-32 Serie von Noritsu sind mit einem Hochgeschwindigkeits-Scanner ausgestattet, dem fünf extrem langlebige LEDs als Lichtquelle dienen. Zur schnellen Verarbeitung der Bilddaten ist der PC mit einem 2,4 GHz Pentium 4 Prozessor und einem schnellen 512 MB großen RIMM Arbeitsspeicher-Baustein bestückt. Die Laser-Belichtungseinheit produziert Bilder mit einer Auflösung von 300 dpi bis zu einem maximalen Format von 305 x 914 mm (12 x 36 inch), so daß die Herstellung von POP-Displays, Gruppenfotos und anderen anspruchsvollen Großformaten möglich ist. Serienmäßig verfügen die Geräte über ein Dual-Papiermagazin und können optional mit einem weiteren Magazin bestückt werden. Dabei hat der Anwender die Wahl zwischen allen handelsüblichen RA-4 Fotopapieren, denn das Gerät kann sowohl spezielle Digitelemulsionen als auch konventionelle Fotopapiere verarbeiten.

Die neuen QSS-32 Minilabs von Noritsu werden standardmäßig mit einer automatisch arbeitenden 135/240 AFC-II-Filmbühne ausgestattet und können zusätzlich mit einer automatischen 120er Bühne für 4,5 x 6 cm bis 6 x 9 cm Rollfilme bestückt werden. Auch eine Filmbühne für das Ausarbeiten von Pocketfilmen (110) ist lieferbar. Zur Verarbeitung von gerahmten 135er/240er Dias und Negativen bietet Noritsu eine automatische und eine manuell zu bedienende Filmbühne an. Die voll digitalen



Control Unit auch als Stand-Alone System, zum Beispiel für den Einsatz in digitalen Netzwerken, an. Auch die Scanner-Systeme S-900SA und S-1700SA, die sich durch ihre Kapazität von 844 bzw. 1.800 Aufnahmen pro Stunde voneinander unterscheiden, sind als separate Einheiten erhältlich. Ebenfalls neu am Noritsu-Stand waren das QSS-3102 Digital mit Laser-Belichtungstechnologie und einer Kapazität von 2.580 9 x 13 cm Prints pro Stunde und der neue, besonders kompakte und energiesparende Filmprozessor QSF-T15. Erstmals kündigte das japanische Unternehmen zudem einen Large-Format-Printer unter dem Namen Mytis-1 an, der in Kooperation mit Kiwa Chemical Industry entwickelt wurde.

Die Vorteile der Minilabs nutzen

Mit den zahlreichen Neuheiten auf der PMA stellt sich Noritsu auf den rasanten Wandel des Bildermarktes durch die Digitaltechnik ein. imaging+foto-contact hat mit Osame Miki, Managing Director and Group General Manager Sales and Marketing der Noritsu Co. Ltd., in Las Vegas über die aktuellen Entwicklungen gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Miki, welche Neuheiten der diesjährigen PMA sind für Sie besonders wichtig?

Osame Miki: Zu diesem Zeitpunkt steht natürlich unsere QSS-Minilab-Serie im Vordergrund. Wir haben zudem festgestellt, daß die enormen Wachstumsraten im Bereich der Digitalkameras und seit kurzem bei den Foto-Handys zu einer erhöhten Nachfrage nach Peripheriegeräten und Software für neue Anwendungen führen. Unsere neue QSS-Kids Software kann z. B. dazu genutzt werden, an einem separaten PC mit der gleichen Bedienoberfläche wie beim Minilab digitale Aufträge vorzubereiten, um sie dann über die QSS-32 Geräte auszudrucken. Und unsere d-Storage Software macht es möglich, Bilder, die von einem QSS gescannt wurden, auf einem PC zu bearbeiten und abzuspeichern. Zusätzlich stellen wir hier auf der PMA unter anderem unsere Stand-Alone-Drucker für bezahlbare Netzwerk-Lösungen in Fach- und Großlaboren vor. Und nicht zuletzt ermöglicht es unser neuer S-1 Scanner für das digitale System dDP-411, eine große Bandbreite von Fotofinishing Dienstleistungen vom Film und digitalen Speichermedien mit Inkjet-Druck anzubieten.

imaging+foto-contact: Gibt es auch Kiosk-Lösungen für den Digitaldruck von Noritsu?

Osame Miki: Selbstverständlich. Ein weiteres neues Produkt ist unsere Print-Box, kurz Pribo, die einen Thermodrucker enthält. Sie soll unseren Kunden dazu verhelfen, sich vom Wettbewerb dadurch abzuheben, daß sie schnelle Sofortbilder, ebenso wie Minilab



Osame Miki auf der diesjährigen PMA in Las Vegas

Fotofinishing-Dienstleistungen, anbieten können. Denn diese Einheit kann nicht nur als Stand-Alone-Kiosk genutzt werden, sondern auch als Kundenterminal für das Minilab.

imaging+foto-contact: Ihr Inkjet-Minilab dDP-411 ist nun seit einiger Zeit auf dem Markt. Wie haben die Kunden darauf reagiert?

Osame Miki: Der Verkauf des dDP-411 begann im Mai 2003 in Japan und Nordamerika und im September letzten Jahres folgten Europa und Asien. Im Fotofinishing-Bereich wird das Gerät häufig zusätzlich von Betreibern analoger Minilabs eingesetzt, um digitale Dienstleistungen erbringen zu können. Aufgrund seiner hohen Druckqualität hat sich das dDP-411 einen sehr guten Ruf in der Branche erworben. Ein weiterer Grund für den guten Absatz ist die leichte Bedienung des Gerätes: Es ist kompakt, frei von Chemikalien, es hat hohe Kapazitäten und ist flexibel genug, um verschiedene Druck-Dienstleistungen zu unterstützen. Zusätzlich ist es noch günstig in der Anschaffung.

imaging+foto-contact: Was sind Ihrer Meinung nach die Zukunftsperspektiven

der Tintenstrahl-Technologie im Minilab-Segment?

Osame Miki: Momentan bieten wir nur den dDP-411 Drucker an, aber in Zukunft werden wir eine vollständige Produktlinie mit niedrigem, mittlerem und hohem Leistungsvermögen und einem Film-Scanner zur Erweiterung der Maschinen anbieten. Unsere Kunden können in naher Zukunft auch mit einem Hochglanzpapier rechnen. Daraus können Sie schließen, daß wir einen Markt für Inkjet-Minilabs sehen.

imaging+foto-contact: Aber die Kosten für das Material sind noch deutlich höher als beim Fotopapier.

Osame Miki: Sicherlich sind die Druckkosten des dDP-411 momentan zweimal so hoch wie die Bilderausgabe mit einem Fotopapier-Minilab. Wir glauben jedoch, daß wir die Kosten senken können, wenn die Nachfrage nach Tintenstrahl-Drucken steigt. Das Herabsetzen der Preise für Verbrauchsmaterialien wird erforderlich sein, um herauszufinden, wie extensiv wir digitale Tintenstrahl-Drucksysteme vermarkten können.

imaging+foto-contact: Auf dem Bildermarkt herrscht Preiswettbewerb. Haben denn Bilder aus digitalen Minilabs, die ja mehr kosten müssen als aus dem Großlabor, überhaupt eine Chance?

Osame Miki: Der Erfolg mit einem Minilab hängt definitiv von den Marketing-Strategien seines Betreibers ab, davon, wie stark er seine Kunden an sich binden kann. Dies kann durch die vollständige Nutzung aller Vorteile eines Minilabs im Vergleich mit anderen Print-Technologien erreicht werden: die Bildqualität, Schnelligkeit, Mehrwertprodukte und renditestarke Leistungen wie digitale Archivierung, großformatige Fotos, Internetservice etc. Damit kann man sich vom preiswerten Massenprodukt aus dem Großlabor differenzieren. Andererseits werden Kiosks mit Tintenstrahl- oder Thermodruck-Technologie gebraucht, damit die steigende Zahl der Digitalkameraanwender bequem zu ihren Bildern kommt. In der digitalen Welt wird die Anzahl der Bilder steigen. Daher ist es wichtig, Fotos in allen Varianten, die der Kunde wünscht, herstellen zu können.

imaging+foto-contact: Herr Miki, wir danken Ihnen für das Gespräch.

Sanyos C1 im neuen Look

Die Xacti Digital Movie C1 von Sanyo wird ab April nicht nur in Silber, sondern auch in Schwarz erhältlich sein. An den technischen Details und Features der digitalen Videokamera wurde nichts verändert. Die schwarze C1 verfügt ebenso wie die silberne Schwester über ein ergonomisches Aluminiumgehäuse und die „Dual Shot-Funktion“, die die Möglichkeit bietet, während der Videofilmaufnahme Einzelbilder in 3,2-Megapixel-Auflösung zu schießen. Die Kamera verfügt weiterhin über Zweikanal Stereo Ton und ein optisches 5,8fach Zoom.

Die Videofilme der Xacti C1 werden im MPEG4-Format aufgenommen und können per USB oder Docking Station von der Kamera auf den PC gespielt werden. Fertig bearbeitete Filme lassen sich dann auf CD oder DVD speichern. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 699.- Euro.

Neuer leistungsstarker Batterietyp

Speziell für elektrische und digitale Geräte mit hohem Stromverbrauch hat Panasonic Batteries mit OxyRide einen neuen Batterietyp entwickelt, der über mehr Kraft und eine längere Leistungsdauer gegenüber bisher eingesetzten Alkali-Batterien verfügt. Tests bei Panasonic Batteries japanischem Mutterkonzern Matsushita ergaben, daß die OxyRide-Batterie doppelt so lange läuft wie herkömmliche Alkali-Batterien. Weitere Tests bei Panasonic Batteries zeigten, daß auch andere Geräte, wie Spielzeuge oder elektrische Zahnbürsten, mit dieser Batterie länger laufen. Das Unternehmen entwickelte für diesen Batterietyp das Material Oxy Nickel

Hydroxid weiter und nutzt dafür ein vollständig neues Produktionsverfahren. Laut Oliver Zeh, dem Leiter Handelsbatterien Deutschland und Österreich, ermöglicht diese Kombination eine extreme Steigerung der Energieleistung.

Der Einführungszeitpunkt der OxyRide-Batterie für Europa wird in der nächsten Zeit bekanntgegeben.

HP Photosmart R707

HP stellt mit der Photosmart R707 die erste Kamera der neuen R-Serie vor. Das R im Namen der Photosmart R707 steht dabei für die neuen Real Life Technologies. Unter anderem beinhaltet die neue Technologie Möglichkeiten zur Bildabschattung, zum Weißabgleich und zur Regulierung der Tonwertkurven.

Als „Paket“ kommt die Technologie erstmals in der R707 zum Einsatz. Die Kamera ist besonders klein und handlich (98 x 60 x 36 mm / B x T x H) und mit einem 5,1 Megapixel-CCD und einem 24-fach Zoom ausgestattet.



Sie verfügt über einen Speicher von 32 MB und bietet neben zahlreichen automatischen auch viele manuelle Einstellmöglichkeiten. Videoaufnahmen in beliebiger Länge und Tonaufnahmen von 60 Sekunden Länge können mit der Kamera aufgenommen werden. Aus zehn Bildmodi kann je nach Anforderung

und Situation ausgewählt werden. Die Aufnahmen können in Sepia, Schwarzweiß oder Farbe gemacht werden. Mittels HP Direct Print lassen sie sich direkt über ein USB-Druckerkabel ausdrucken. Für eine komfortable Bildbearbeitung und Archivierung sorgt die mitgelieferte HP Image Zone Software für Mac und PC.

Mit der Funktion „Instant Share“ kann der Anwender seine Fotos oder Videofilme direkt von der Kamera aus an bis zu 34 verschiedene E-Mail-Adressen oder den Computer zur weiteren Bearbeitung senden. Die Digitalkamera ist ab Mai lieferbar, der Preis steht derzeit noch nicht fest.

SD-Speicherkarte von Pentacon

Mit den Praktica SD-Cards erweitert die Pentacon GmbH ihr Angebot im Digitalsektor. Die kleine (32 x 24 x 2,1 mm) Praktica verfügt über neun Anschlußkontakte, wodurch eine Datentransfer rate bis zu 10 MB pro Sekunde möglich ist. Digitalkameras, aber auch MP3-Player, Handys, Pocket-PCs oder digitale Videokameras können mit der SD-Card ausgerüstet werden.

Seit Anfang des Jahres ist die Praktica SD-Card in den Größen 32 MB, 64 MB, 128 MB und 256 MB erhältlich. In Kürze folgt noch ein Modell mit 512 MB Speicherkapazität. Die Karte verfügt über eine hohe Lese- und Schreibgeschwindigkeit, einen Schutz gegen statische Entladungen und einen Schreibschutzschalter. Des Weiteren hat Pentacon noch die Praktica „High-speed“-SD-Card im Programm. „High-speed“ steht für noch schnellere Lese- und Schreibgeschwindigkeit. Das Unternehmen gewährt auf seine Praktica SD-Cards fünf Jahre Garantie.

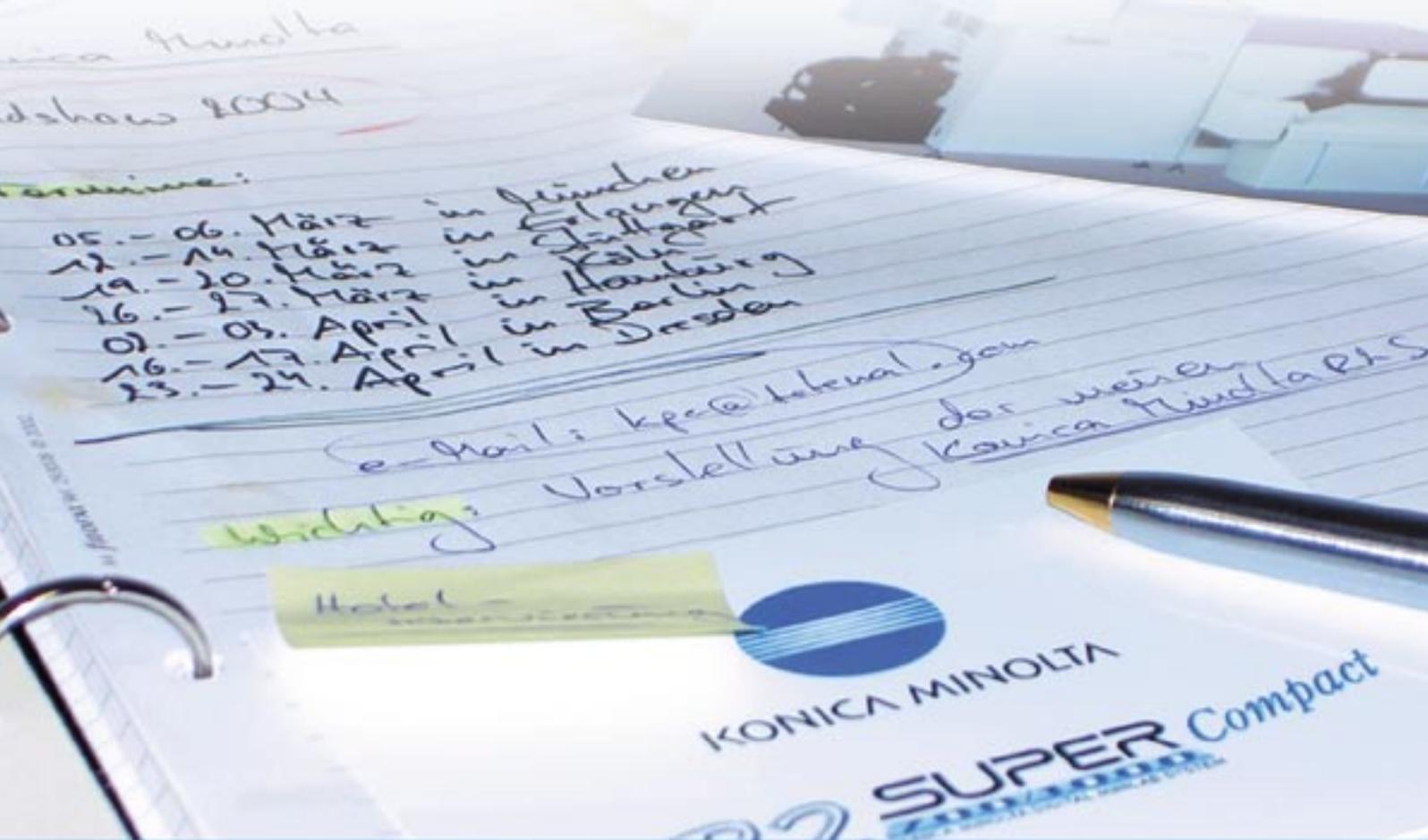
Neues Einsteiger-Digitalkameramodell von Fujifilm

Mit der FinePix A120 stellt Fujifilm eine neue Einsteigerdigitalkamera mit einer Auflösung von 3,1 Megapixeln und Dreifach-Digitalzoom vor.

Mit nur 120 Gramm ist die kleine Kamera, die auch Videos mit 320 x 240 Pixeln aufnimmt, überall dabei. Ergonomie steht bei der FinePix A120 hoch im Kurs. So hat man die Kamera dank einer Daumen-Mulde auf der Geräterückseite immer im Griff. Das 1,5 Zoll große LCD zeigt die fotografierten Bilder an, außerdem können hier 9-Bild-Übersichten dargestellt werden. Der eingebaute Blitz sorgt auch bei lichtarmen Umgebungen bis zu einer Entfernung von drei Metern für ausreichende Beleuchtung. Ein automatischer Weißabgleich sowie voreingestellte Parameter für Standardsituationen, eine Makrofunktion und die Umschaltmöglichkeit zwischen PAL und NTSC runden die Ausstattung ab. Die FinePix A120 wird voraussichtlich im April lieferbar sein.



„Schon notiert?!“



- | | |
|---------------|-----------|
| 05.-06. März | München |
| 12.-14. März | Erlangen |
| 19.-20. März | Stuttgart |
| 26.-27. März | Köln |
| 02.-03. April | Hamburg |
| 16.-17. April | Berlin |
| 23.-24. April | Dresden |



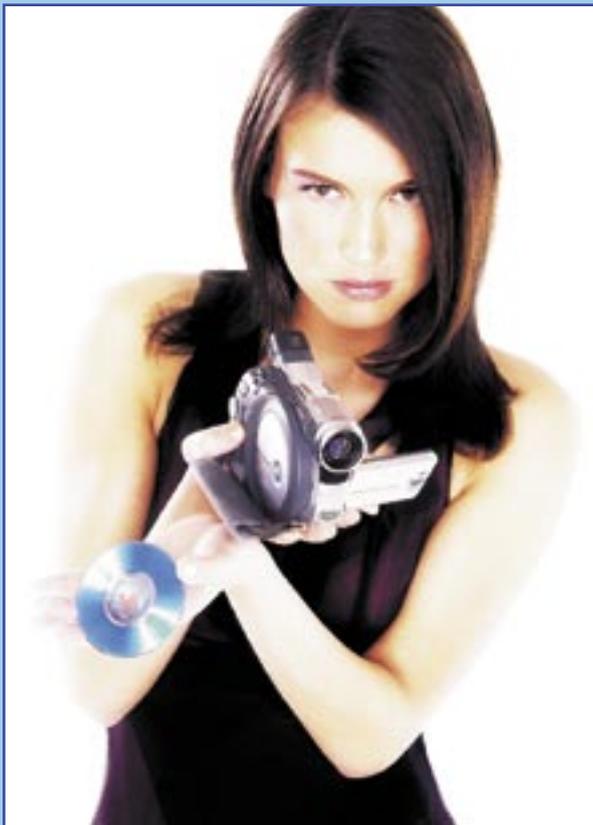
R2 SUPER Compact

NEU!

Anmeldung unter:
Tel.: 040/521451-47
e-mail: kpe@tetenal.com

Roadshow 2004

Sony stellt zweite DVD-Camcorder-Generation vor



Mit den DVD Handycams DCR-DVD201, DCR-DVD101 und DCR-DVD91 präsentiert Sony die zweite DVD-Camcordergeneration, welche die Bildqualität und die vielfältigen Möglichkeiten eines Camcorders mit den Vorteilen der DVD-Technologie verbindet.

Äußerlich deutlich kompakter konstruiert, bieten die neuen Modelle hochwertige Ausstattungsmerkmale wie ein Carl Zeiss Vario-Tessar Objektiv mit 10fach optischem (120fach digitalem) Zoom oder ein Hybrid LCD mit einer Diagonale von 6,35 Zentimetern und mit 123.000 Pixeln Auflösung.

Zusätzlich kann die Motivauswahl über einen optischen Farbsucher mit 113.000 Pixeln erfolgen. Für eine noch komfortablere Aufnahme sorgt ein zusätzlicher Aufnahme- und Stopbutton direkt am LC-Display. Zur einfachen Bedienbarkeit trägt auch eine leicht verständliche, deutsche Menüführung mit mehrdimensional strukturierten Symbolen bei.

Fotofunktion

Auch Fotos lassen sich mit den DVD Handycams problemlos aufnehmen. Die DCR-DVD91 und die DCR-DVD101 verfügen über einen 800.000 Pixel CCD, die DCR-DVD201 ist sogar mit einem 1.070.000 Pixel-CCD ausgestattet. Auf dem DVD-Player oder dem PC können die Schnappschüsse später als Diashow wiedergegeben werden.

Bei der Filmaufnahme hilft der Super SteadyShot, Verwacklungen zu korrigie-

ren. Mit der NightShot Plus-Funktion können Aufnahmen auch bei völliger Dunkelheit gefilmt werden. Der DCR-DVD201 bietet zudem die Möglichkeit, im hochauflösenden 16:9-Modus aufzunehmen.

Damit stets für eine ausreichende Ener-

gieversorgung gesorgt ist, sind die DVD Handycams mit einer Akku-Restlaufanzeige ausgestattet. Mit dem im Lieferumfang enthaltenen Akku hält die DCR-DVD 201 bis zu zwei Stunden, die DCR-DVD101 und die DCR-DVD91 bis zu zwei Stunden und 15 Minuten.

Sony präsentiert auf der CeBIT erstmals High Definition Video (HDV)

Mit dem Prototyp eines HDV (High Definition Video) Camcorders gewährte Sony auf der CeBIT erstmals einen Einblick in die spannende Welt hochauflösender Videotechnologie. Sony präsentierte erstmals einen Camcorder, der auf dem neuen HDV-Format basiert und sich wie alle High Definition Produkte durch eine extrem hohe Bildqualität auszeichnet. Diese soll deutlich über dem jetzigen PAL-Standard liegen.

Sony, Canon, Sharp und JVC gaben die Einführung des HDV-Formats gemeinsam im September 2003 bekannt. Seitdem wird HDV durch sieben weitere Technologieunternehmen unterstützt, u. a. auch durch Hersteller nicht-linearer Editiersoftware, so daß Anwender zukünftig nicht nur HD-Formate ansehen, sondern auch selber in HD filmen und editieren können.

HDV ist ein neuer hochauflösender Video-Aufnahmestandard, der mit MPEG-2-Kompression arbeitet. Das bisher meistgenutzte Videospeichermedium MiniDV ist mit der weiterentwickelten Technologie kompatibel. HDV nimmt auf herkömmlichen MiniDV-Kassetten auf und spielt die Aufnahmen auch in derselben Geschwindigkeit und mit demselben Spurenabstand ab – und das in viel höherer Auflösung. So können Anwender die kompakten und günstigen MiniDV-Kassetten weiterhin nutzen.

Vielseitiges Speichermedium

Sony setzt bei dem neuen Dreiergespann auf die acht Zentimeter große DVD-R/-RW als Speichermedium. Der Anwender kann dabei zwischen einseitig und doppelseitig bespielbaren DVDs wählen. Auf jeder einseitig bespielbaren DVD (1,4 GB) können bis zu 60 Minuten aufgenommen werden. Die doppelseitig bespielbare DVD (2,8 GB) nimmt bis zu 60 Minuten pro Seite auf. Beide DVD-Medien speichern sowohl Videos als auch Fotos.

Beim Einsatz von DVD-RWs können Aufnahmen im Video Recording Mode (VR-Modus) erstellt werden. In der Nachbearbeitung lassen sich hiermit Szenen leicht verschieben, teilen oder löschen und zu einem Video zusammen-

stellen. Die im VR-Modus erstellten DVDs können sofort auf einem kompatiblen DVD-Player abgespielt werden. Die DCR-DVD201 und die DCR-DVD101 verfügen über eine USB 2.0-Schnittstelle. Zusätzlich haben sie einen analogen Ein- und Ausgang. Die DCR-DVD91 besitzt einen analogen Ausgang.

Im Lieferumfang der drei DVD Handycams sind jeweils ein InfoLithium Akku sowie das dazugehörige Ladegerät, eine Fernbedienung, ein AV-Kabel und eine 8 cm-DVD enthalten. Der DCR-DVD101 und der DCR-DVD201 liegen ein Software-Paket mit Pixela Image Mixer 1.5 und USB-Treiber sowie ein USB-Kabel bei.

Der DCR-DVD91 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 870,- Euro, der DCR-DVD101 von 950,- Euro und



Für die Aufnahme von Fotos ist die DCR-DVD101 mit einem 800.000 Pixel-CCD ausgestattet. Für die schnelle Übertragung der Bilddaten zum PC verfügt die DVD Handycam über eine USB 2.0-Schnittstelle.

der DCR-DVD201 von 1.050,- Euro. Alle drei Produkte werden ab Mai 2004 ausgeliefert.

Cybershot-Innovationen von Sony

Im Pocket- und Kompakt-Kameradesign

Sony hat auf der CeBIT eine ganze Range an neuen Pocketmodellen für Einsteiger und ambitionierte Fotografen präsentiert, die Wert auf Qualität, gekoppelt mit einem trendigen Design, legen. Für Anwender, die trotz modernster Digitaltechnik nicht auf ein herkömmliches Fotografiegefühl verzichten möchten, bietet Sony das Kompakt-Digitalkameramodell Cyber-shot W1 mit einer Fünf-Megapixel-Auflösung an.

Mit der Cyber-shot P100 stellt Sony ein neues Pocketmodell mit einer Fünf-Megapixel-Auflösung und einem dreifachen Zoomobjektiv vor. Das hochwertige Carl Zeiss Vario-Tessar-Objektiv wird ergänzt um ein sechsfaches

Digitalzoom und bietet eine Brennweite, umgerechnet aufs Kleinbildformat, von 38 bis 114 mm. Zu den weiteren Features der Kamera zählen neun verschiedene Motivprogramme, manuelle Modi für Verschlusszeiten (über 40 Werte) und Blende (2 Werte)



Das neue Top-Pocketmodell, die Fünf-Megapixel-Digitalkamera P100, ist in den Farben Blau (siehe Bild oben), Rot und Silber lieferbar.

und eine Serienfunktion mit 15 Bildern im Standardmodus bei 1,2 Fotos pro Sekunde. Möglich wird dieses Tempo



durch den eingebauten Real Imaging Prozessor. Er sorgt zudem dafür, daß die Kamera innerhalb von 1,6 Sekunden startbereit ist und die Auslöseverzögerung bei nur 0,32 Sekunden liegt. Ein 4,5 Zentimeter (Diagonale) großes Hybrid LC-Display sorgt für eine komfortable Bildkontrolle. Eine MPEG VX Fine Funktion (30 Bilder pro Sekunde), mit der Videosequenzen in VGA-Qualität aufgezeichnet werden können, Pictbridge-Kompatibilität und eine USB-Schnittstelle runden die Ausstattung der Kamera mit den Maßen 51,5 x 108 x 26,6 mm ab. Die P100 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 430,- Euro und ist ab Mai in den Farben Rot, Blau und Silber erhältlich.

Fortsetzung auf Seite 44



Im klassischen Kompaktkamera-Design wurde die Fünf-Megapixel-Digitalkamera Cyber-shot W1 gestaltet.

Fortsetzung von Seite 43

Kompaktmodell

Für Anwender, die auch in der Digitalfotografie nicht auf ein konventionelles Fotografie-Gefühl verzichten möchten, stellt Sony die Cyber-shot W1 vor. Sie verfügt über ein elegantes Kameradesign, ein robustes Aluminiumgehäuse und ein 6,35 Zentimeter (Diagonale) großes LC-Display. Zu ihren weiteren Ausstattungshighlights zählt ein hochwertiges Carl Zeiss Vario Tessar Objektiv. Das dreifach optische Zoom bietet eine Brennweite von 38 bis

114 mm (äquivalent Kleinbildformat). Dank des Real Imaging Prozessors hat die Kamera eine Auslöseverzögerung von lediglich 0,32 Sekunden. Mit ihrer Serienbildfunktion können 1,2 Fotos pro Sekunde bei bis zu neun Fotos nacheinander im Fine-Modus aufgezeichnet werden. Kurzfilme nimmt die W1 im MPEG Movie VX Fine Modus mit einer Auflösung von 640 x 480 Pixeln auf. Zahlreiche kreative Features wie manuelle Einstellmöglichkeiten für Blende und Verschlusszeit, neun Motivprogramme, eine Histogramm-Funktion und ein 5-Punkt-Autofokus runden die Ausstattung der Kamera ab.

Einfache Bedienung

Für ein einfaches Handling der neuen Cyber-shot sorgen eine neugestaltete Menüführung, die selbstverständlich auch in Deutsch verfügbar ist, und große, leicht abzulesende Menü-Symbole. Für die schnelle Bildübertragung ist die pictbridge-kompatible Digitalkamera mit einer USB 2.0-Schnittstelle ausgestattet. Die Cyber-shot W1 ist ab Juni lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von ebenfalls 430,- Euro.

Einsteigerklasse

Mit den Cyber-shots P93, P73 und P43 stellt Sony drei Pocket-Einsteigermodelle vor. Alle drei sind mit Sonys Real Imaging

Prozessor ausgestattet. Er sorgt für eine wesentlich längere Akkulaufzeit, eine schnellere Startzeit und eine kürzere Auslöseverzögerung. Die P93 ist mit einem Fünf-Megapixel-CCD und einem dreifach optischen Zoom (6-fach digi-

talem Zoom), das eine Brennweite umgerechnet aufs Kleinbildformat von 38 bis 114 mm bietet, ausgestattet. Die P73 hat einen Vier-Megapixel-CCD und eine Kleinbildbrennweite von 39 bis 117 mm. Sie besitzt auch einen Vier-Megapixel-CCD und eine Festbrenn-



Das große Hybrid LC-Display mit 123.000 Pixeln und die übersichtliche Anordnung der Bedienelemente auf der Kamerarückseite ermöglichen eine komfortable Handhabung der W1.

weite von 33 mm (im Vergleich zum Kleinbild).

Über einen Klickmechanismus am Objektiv der P93 und der P73 ist es mit Hilfe eines Adapters möglich, Filter und Vorsätze mit einem Gewindedurchmesser von 30 mm zu nutzen. Durch die verbesserte Akkuleistung sind mit der P93 bis zu 410, mit der P73 bis zu 420 und mit der P43 bis zu 390 Bilder mit nur einer Ladung der im Lieferumfang enthaltenen Akkus möglich.

Neben diversen Motivprogrammen und einer schnellen Serienbildfunktion bieten auch die Einsteigerkameras verschiedene manuelle Einstellmöglichkeiten für Verschluss und Blende. Ein 5-Punkt-Autofokus, Mehrfeldbelichtung und eine Histogramm-Automatik (bei der P93 und P73) gehören zu den weiteren Vorzügen der Kameras. Darüber hinaus sind sie pictbridge-kompatibel, verfügen über eine USB 2.0-Schnittstelle und bieten den MPEG Movie VX Fine Modus mit 30 Bildern pro Sekunde. Die Cyber-shot P93 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 380,- Euro und die Cyber-shot P73 von 330,- Euro. Die P93 wird ab Anfang, die P73 ab Mitte Mai ausgeliefert. Die Cyber-shot P43 ist ab Anfang Juni lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 250,- Euro. höl



Über einen Klickmechanismus am Objektiv der P93 ist es mit Hilfe eines Adapters möglich, Filter und Vorsätze mit einem Gewindedurchmesser von 30 mm zu nutzen.

114 mm (äquivalent Kleinbildformat). Das in der Fotografie als „Adlerauge der Kamera“ bezeichnete Objektiv sorgt zusammen mit dem Fünf-Megapixel-Super-HAD-CCD und dem 14 Bit Analog-/Digital-Wandler für eine hohe



Share Moments. Share Life.

Sie fotografiert
digital und will ihre
Bilder sofort.

Mit dem KODAK Picture Maker bieten Sie Ihren Kunden eine bequeme Möglichkeit, schnell und einfach KODAK Bilder von digitalen Daten zu bekommen. Ob von Digitalcameras oder per Bluetooth Technologie von Foto-Handys. Der KODAK Picture Maker macht's möglich. **Lassen Sie sich dieses Geschäft nicht entgehen.**



Willkommen in der digitalen Welt von KODAK

Die neuen kompakten Digitalkameras von Casio



Exilim EX-Z30 und Exilim EX-Z40

Mit der EX-Z30 und der EX Z40 erweitert Casio sein Exilim-Sortiment um zwei weitere Digitalkameras. Die kompakten Digitalkameras sind mit einem 3-(EX-Z30) bzw. einem 4-(EX-Z40) Megapixel-CCD ausgestattet und verfügen über einen 3fach optischen Zoom.

Die mit einem edlen Metallgehäuse versehenen Exilim-Modelle sind mit einem optischen Sucher und einem zwei Zoll großen TFT-Display mit einer Auflösung von 84.960 Pixeln ausgestattet. Die Kamera wurde mit Casios neuer Triple Stack MCM- (Multi Chip Modul) Technologie gestaltet. Sie ermöglicht eine neue, um 35 Prozent reduzierte Bauweise. Dadurch wurde es möglich, einen Akku mit nahezu doppelter Kapazität zu verwenden. Mit diesem können kontinuierlich bis zu ca. 360 Aufnahmen oder eine kontinuierliche Wiedergabe von ca. 360 Minuten gewährleistet werden. Weiterhin steht für Aufnahmen bei ungünstigen Lichtverhältnissen ein integrierter Blitz mit Red-Eye-Reduction zur Verfügung. Dieser schaltet sich entweder automatisch zu oder kann bei Bedarf auch manuell eingeschaltet werden. Die Blitzreichweite liegt zwischen 0,4 und 3,4 Metern.

Belichtung

Die Objektive der EX-Z30 und der EX-Z40 bieten Lichtstärken von F=2.6-4.8 und eine Brennweite umgerechnet aufs Kleinbildformat von 35 bis 105 mm.

Zusätzlich zum 3-fach optischen Zoom verfügen beide Kameras noch über ein vierfach digitales Zoom. Die Belichtungsmessung erfolgt als Mehrfeldmessung, und die Belichtung wird dabei durch eine Automatik gesteuert. Neben einem Autofokus besteht auch die Möglichkeit der manuellen Fokussierung. Die Verschlusszeit variiert zwischen 4 und 1/2.000 Sekunde und kann elektronisch oder mechanisch geregelt werden. Die Empfindlichkeitsbereiche (ISO 50/100/ 200 /400) werden automatisch oder durch manuelle Umschaltung eingestellt. Die Aufnahmen werden entweder im internen, 10 MB-fassenden Speicher oder wahlweise auf SD-Speicherkarte bzw. MultiMedia Card gespeichert.

„Achtung Aufnahme“

Über die „Direct-On-Funktion“ sind die Kameras bei ausgeschaltetem Blitz nach ca. 1,6 Sekunden einsatzbereit. Die Auslöseverzögerung beträgt zirka 0,01 Sekunden nach erfolgter Fokussierung. Neben der Einzelaufnahme besteht auch die Möglichkeit, die Fotos mit einem gesprochenen Kurztext zu versehen. Im Bestshot-Modus verfügen die Kameras über 21 voreingestellte Motivprogramme. Diese ermöglichen es, eine Voreinstellung zu bestimmen, um das beste Fotoergebnis zu erzielen. Darüber hinaus können eigene Bestshot-Szenen erstellt werden. Mit der Videofunktion können Filmsequenzen mit Ton aufgenommen werden. Sie werden in einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln mit 15 Bildern pro Sekunde aufgezeichnet.

Wiedergabefunktionen

Auch für die Bildwiedergabe halten die Kameras für den Anwender verschiedene Funktionen und Features bereit. So verfügen beide über ein vierfach digita-

les Zoom, eine Funktion zur nachträglichen Größenänderung und einen Trimming-Mode, mit dem Bildausschnitte festgelegt werden können. Des Weiteren gibt es eine Neun-Bild-Anzeige, eine Kalenderanzeige und die Möglichkeit zur Slide-Show-Wiedergabe. Der Nutzer kann seine Lieblingsbilder entweder in einem Favoriten-Ordner archivieren oder mit der Album-Funktion z. B. die Fotos vom letzten Geburtstag zusammenfassen. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, die Bilder zu drehen, eine Bildumkehr vorzunehmen oder jedem Foto Datum und Zeit zuzuordnen. Die EX-Z30 und EX-Z40 sind PictBridge- und Epson USB-Direct-Print-kompatibel: So können Bilder direkt von der Kamera, ohne Umweg über den PC, ausgedruckt werden.

Zum Lieferumfang der Kameras zählen eine USB-Dockingstation, ein AC-Adapter für die Dockingstation, ein USB-Kabel, ein Lithium-Ionen-Akku, ein Handtrageriemen sowie Software auf CD-ROM.



Die Exilim EX-Z30 von Casio verfügt über eine Drei-Megapixel-Auflösung und ein dreifaches Zoomobjektiv.

Die EX-Z30 und die EX-Z40 sind ab Ende März für den Handel erhältlich. Die unverbindlichen Preisempfehlungen sind noch nicht bekannt. epe

Kodak Ultima Picture Paper

Kodak präsentierte auf der CeBIT 2004 das neue Ultima Picture Paper mit neuer Kodak ColorLast-Technologie.

Mit dem Inkjet-Papier lassen sich laut Aussage von Kodak mit Fototintenstrahldruckern Ausdrücke erstellen, die sich durch brillante Farben und größere Farbbeständigkeit auszeichnen. So besitzt das neue Papier als Basis dieselbe Harz-



beschichtung wie traditionelle Fotopapiere. Der Schlüssel für das Gleichgewicht zwischen Printqualität und -stabilität ist eine drei Lagen umfassende tintenabsorbierende Schicht. Diese nutzt in den unteren beiden Lagen eine Grundierung, die die Tinte fixiert, und in der oberen Schicht kleine, keramische Partikel, die das Bild weiter stabilisieren. Das Ultima Picture Paper mit ColorLast-Technologie gibt es in den zwei

Ausführungen Satin (seidenmatte Oberfläche) oder High Gloss (ultra-hochglänzende Oberfläche). Das Inkjet-Papier mit einem Gewicht von 270 g/qm ist seit Februar im A4-Format und in den Kleinformaten 10 x 15 cm und 13 x 18 cm (beide Formate nur mit ultra-hochglänzender Oberfläche) lieferbar.

Pentax Optio 43WR

Eine Wasserdichtigkeit von bis 30 Minuten in einem Meter Tiefe bietet die Pentax Digitalkamera Optio 43WR. In ihrem robusten Gehäuse steckt eine Vier-Megapixel-Digitalkamera mit einem 2,8fachen optischen Zoom.

Gegenüber ihrem Vorgängermodell, der Optio 33WR, besitzt sie neben der höheren Auflösung auch eine weiter verbesserte Moviefunktion (2.288 x 1.712 Pixel), die jetzt Sequenzen mit 30 Bildern pro Sekunde aufzeichnet. Im aktivierte Quick Start-Modus können mit der Kamera



sogar Fotos im abgeschalteten Zustand aufgenommen werden. Bereits 0,9 Sekunden nach dem Einschalten ist die Kamera einsatzbereit, auch die Auslöseverzögerung beträgt lediglich 0,9 Sekunden. Ihr Makrobereich beginnt bei einem Zentimeter, die Lichtempfindlichkeit umfaßt ISO 50 bis ISO 400 und die Verschlusszeiten reichen von 1/2.000 Sekunde bis zu vier Sekunden. Die Optio 43WR wiegt lediglich 160 Gramm und hat die Maße 81,5 x 76 x 30,5 mm. Sie wird ab diesem Monat ausgeliefert und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 399,- Euro.

Ihre Partner für Foto und Digital Imaging!

Bremaphot

Biedebach & Co. (GmbH & Co.)

28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51

☎ 04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55

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

Dinkel KG

80336 München • Landwehrstr. 6

☎ 0 89 / 55 218 - 0 • Fax 0 89 / 55 77 59

e-mail: info@dinkel-foto.de • www.dinkel-foto.de

Hansephot GmbH

18184 Neuendorf • Mecklenburger Str. 5

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

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

Kleffel + Aye

(GmbH & Co.)

28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51

☎ 04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55

e-mail: info@kleffel-aye.de • www.kleffel-aye.de

Photo Universal

Kleiber GmbH & Co. KG

70736 Fellbach, Max-Planck-Str. 28 • 70708 Fellbach, Postf. 18 04

☎ 07 11 / 9 57 60 - 0 • Fax 07 11 / 9 57 60 - 40

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

Carl Wöltje

GmbH & Co. KG

26133 Oldenburg, Meerweg 30 - 32 • 26042 Oldenburg, Postf. 52 40

☎ 04 41 / 4 80 91 77 • Fax 04 41 / 48 09 183

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

Ihre Fachberater für den Einkauf in 2004

HaPa-Team erzielte sehr gutes Geschäftsergebnis Neue Produkte und Ideen sollen Geschäfte auch 2004 beflügeln

„Wir haben das Geschäftsjahr 2003 trotz des schwierigen wirtschaftlichen Umfeldes mit einem sehr guten Ergebnis abgeschlossen und sind im Vergleich mit dem Jahr 2002 gewachsen, bei einigen Produktgruppen sogar zweistellig.“ Hapa-Team-Chef Micaïl Hadji zeigte sich im Gespräch mit *imaging+foto-contact* mehr als zufrieden, denn neben dem positiven Ergebnis des vorigen Jahres sind laut Hadji vor allem die Perspektiven für das laufende Jahr Grund zum Optimismus.

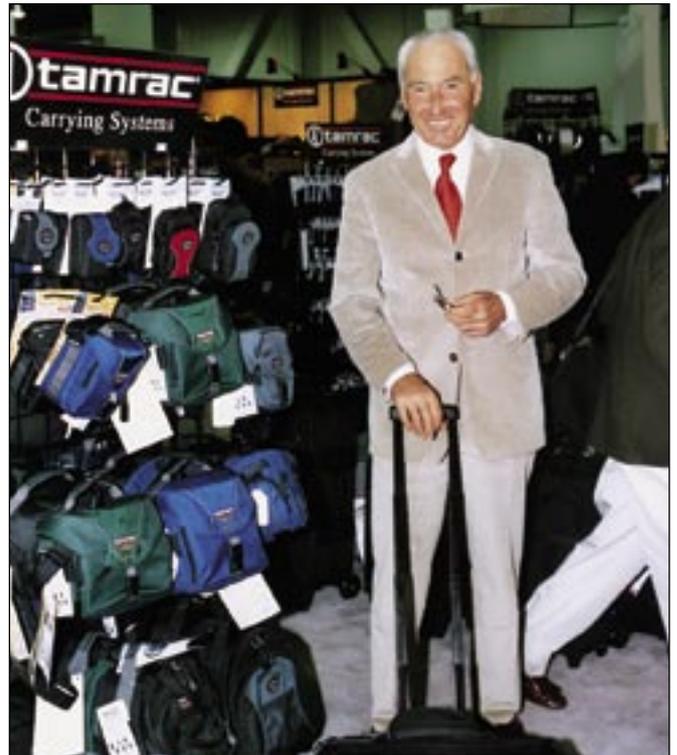
Besonders stark zur Umsatzsteigerung beigetragen haben die Marken Tamrac (Taschen), Slik (Stativ) und Raynox Objektiv (Konverter und Digitalvorsätze), und auch Kenko (Konverter und Digitalvorsätze) und Delkin (Speicherkarten) haben sich besser als erwartet entwickelt. Weniger erfreulich verlief dagegen die Geschäftsentwicklung für Filter von Cokin und Hoya sowie Tokina

Objektive. „Hier haben wir ganz deutlich gespürt, daß das Geschäft mit analogen Spiegelreflexkameras und damit natürlich auch das Zubehörgeschäft dem Handel derzeit wenig Freude bereitet“, meinte Hadji. „Aber ich bin zuversichtlich, daß wir im Laufe des Jahres zwischen 15 und 20 digitale SLR-Modelle zu Preisen im Markt haben werden, die für eine Vielzahl von Kun-

den Anlaß sind, in die digitale Spiegelreflexfotografie einzusteigen. Damit steigen auch die Chancen für unsere Partner wieder, Zubehör an engagierte Fotografen zu verkaufen.“

Großen Anteil am Geschäftserfolg des HaPa-Teams hatte der Export, der laut Hadji stärker gewachsen ist als die Verkäufe im Inland. Und hier wiederum besonders erfolgreich verlief das Geschäft mit Tamrac Taschen, die von der deutschen Handelsgesellschaft exklusiv in Europa zwischen Gibraltar und Rußland (außer in Italien und Großbritannien) vertrieben werden. Rund 70 Prozent des Exportgeschäftes entfallen auf Tamrac. „Eine Zahl, die uns außerhalb der USA zur größten Vertriebsgesellschaft für Tamrac macht“, so Hadji. „Dabei sind wir vor allem in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Tschechien und Frankreich sehr dominant vertreten, während in anderen Ländern das Taschengeschäft auf hohem Niveau ausgeweitet wurde.“

Als Hauptgründe für diesen Erfolg nannte der HaPa-Team-Chef vor allem das hohe Markenimage, die ausgezeichnete Produktqualität und eine deutliche Ausweitung des Sortiments. „Nachdem in den vergangenen Jahren



Neue Modelle bei Tamrac-Taschen standen im Mittelpunkt der Produkte, mit denen HaPa-Team-Chef Micaïl Hadji auf der PMA vertreten war.

Die erste Digitalkamera der Marke Albinar

HaPa-Team hat den vor Jahren in der Fotobranche gut bekannten Markennamen Albinar wiederbelebt und mit der Albinar DX-330 die erste Digitalkamera unter diesem Markennamen auf den Markt gebracht. Die Kamera wird von Partnern in Fernost gefertigt, die auch OEM-Produkte für große Unternehmen der Fotobranche herstellen. Die Albinar DX-330 besitzt einen Aufnahmechip mit drei Millionen Pixeln und ein optisches Dreifach-Zoomobjektiv (36–105 mm entsprechend Kleinbild), dessen Brennweitenbereich digital fünffach erweitert werden kann. Für die Scharfstellung sorgt ein Autofokussystem. Aufnahmen sind (im Makromodus) ab einer Motiventfernung von 15 Zentimetern möglich. Die Belichtung erfolgt automatisch mit Belichtungszeiten zwischen 1/4 und 1/2.000 Sekunde. Die Kamera ist weiterhin mit vier Blitz- und acht Motivprogrammen ausgestattet und bietet ebenfalls die Möglichkeit, kurze Videoclips aufzunehmen. Bilder/Filme können auf einem internen 16 MB-Speicher oder auf MMC/SD-Wechselspeicherkarten abgelegt werden.



vor allem kleine Digitaltaschen nachgefragt wurden, sehe ich in diesem Jahr wieder gute Chancen für Modelle, die digitale SLRs und Zubehör aufnehmen“, betonte Hadji. „Auch das Taschengeschäft für andere Digitalprodukte, zum Beispiel Notebooks, wird steigen – allerdings dürfte der Fotohandel an diesem Wachstum nicht so stark beteiligt sein.“ Weitere exklusive Lieferverträge in vielen Ländern Europas für Produkte der Marken Kenko, Hoya, Slik und Tokina tragen außerdem zum außerdeutschen Geschäftserfolg bei.

Realisiert werden die Geschäfte derzeit von einem 25 Personen umfassenden Mitarbeiterstamm. Verantwortlich für das nationale Geschäft ist weiterhin



Die neue Tamrac Tasche 5684 wurde für Besitzer einer digitalen Spiegelreflexkamera entwickelt.

Gerd Stiller, ebenfalls geschäftsführender Gesellschafter des HaPa-Teams, der die nationalen Kunden gemeinsam mit einer Reihe von Außendienstlern be-

treut. Auf diese direkten Ansprechpartner stützt Micail Hadji einen großen Teil seines Optimismus für die Geschäftsentwicklung. „Wir verstehen uns als Partner des Handels, der nicht nur die Produkte bringt, sondern auch fair über die Sortimentsgestaltung informiert“, so Hadji. „Wer sich auf unsere Empfehlungen verläßt, kann sicher sein, daß er sich keine Ladenhüter ins Geschäft

holt.“ Und laufe ein Artikel doch einmal allen Erwartungen zum Trotz schlecht, „dann finden wir sicherlich Wege, dieses Problem schnell und zur Zufriedenheit unserer Partner zu beheben.“

Aber auch neue Ideen und Produkte sollen die Geschäfte im Jahr 2004 beflügeln. So hat das HaPa-Team die Marke Albinar wieder aktiviert, die vor Jahren in der Fotobranche einen sehr guten Ruf hatte. Heute vertreibt das Unternehmen unter diesem Markennamen Speicherkarten (als preiswerte Alternative zu Delkin) und mit der DX-330 auch die erste Digitalkamera (siehe Kasten auf der vorigen Seite). Sie soll eine preiswerte Alternative zu den A-Marken darstellen. „Ich bin überzeugt, daß viele Händler die Chance ergreifen werden, sich durch dieses Produkt, das wir mit einer Verkaufspreisempfehlung von 129 Euro ausliefern, vom Wettbewerb zu unterscheiden oder es gezielt in Aktionen einzubinden“, sagte Hadji. So eigne sich die Kamera ausgezeichnet zur Zusammenstellung individueller Pakete, in die beispielweise auch noch eine Speicherkarte und eine Tasche hineingepackt werden könnten.

Weiterhin forciert werden soll das Geschäft mit Raynox Konvertern und Digitalvorsätzen. Die Auswertung der Abrufe der Hapa-Team-Internetseiten zeige, daß sich ein großer Teil der Besucher für diese Produkte interessiere. Hadji: „Die tatsächlichen Verkaufszahlen spiegeln dieses Interesse aber nicht wider. Für mich bedeutet das, daß der interessierte Kunde diese Produkte

Cokin Konverter werden magnetisch gehalten

Neu beim Hapa-Team sind Konverter des französischen Herstellers Cokin, die sich an fast allen Digitalkameras anbringen lassen. Der Clou besteht darin, daß die Konverter magnetisch an einem Metallring befestigt werden, der zuvor an das Kameraobjektiv angesteckt wird. Auf diese Weise lassen



sich die Zubehörteile schnell und ohne großen Aufwand anbringen, abnehmen und wechseln. Es stehen Weitwinkelkonverter (mit zirka 0,5facher Vergrößerung) und Telekonverter (zirka 1,5fach) zur Verfügung, die vor allem die Einsatzmöglichkeiten von Kameras erweitern sollen, die nicht mit einem Objektivgewinde ausgestattet sind.

zwar haben will, sie im Handel aber nicht findet. Hier liegt eine große Chance für unsere Partner, ihr Portfolio gezielt auszubauen und deutlich mehr lukrativen Umsatz zu machen.“

Schließlich sollen auch neue Produkte und Produktsegmente das bislang existierende Sortiment beim HaPa-Team ergänzen. Um hier immer mit neuen Ideen aufwarten zu können, knüpft Oliver Hadji, Mitglied der HaPa-Team Geschäftsleitung, in vielen Ländern der Welt Kontakte. Inwieweit sich Neuheiten schließlich in das Angebot integrieren lassen, wird dann von Fall zu Fall geprüft. Derzeit testet man die Resonanz auf eine extrem flache Digitalkamera. Micail Hadji: „Die Foxz 2 ist eine Digitalkamera, die sich an junge Leute wendet, für die nicht das Preis-/Leistungsverhältnis im Mittelpunkt steht, sondern die Designaspekte und kompakte Bauweise bevorzugen.“

Weitere innovative Designprodukte, die unter Umständen beim HaPa-Team bald zum Standard gehören könnten, sind ein USB-Stick und eine Armbanduhr mit integriertem Fernsehgerät.

Wiederaufladbarer CR-V3 Lithium Ion Akku

HaPa-Team hat einen wiederaufladbaren Lithium Ion Akku der populären Größe CR-V3 ins Sortiment aufgenommen. Er stammt aus dem Hause Delkin und läßt sich in allen 3V-Digitalkameras der Marken Canon, Kodak,



Minolta, Nikon, Olympus, Pentax und Samsung einsetzen, die mit diesem Batterietyp oder zwei Mignon-Batterien (Größe AA) betrieben werden können. Für den Einsatz in 6V-Kameras ist ein weiterer Akku erforderlich. Der Delkin RCR-V3 steht einzeln oder komplett im Paket mit einem Ladegerät zur Verfügung.

Aufhebungsverträge

...werden üblicherweise am Arbeitsplatz oder im Personalbüro geschlossen. Das ging bis zum Inkrafttreten des „Schuldrechtsmodernisierungsgesetzes“ Anfang 2001 problemlos. Dann kam jemand auf die Idee, nach dem neuen § 312 BGB ein generelles Widerrufsrecht anzunehmen. Dem hat das BAG nun eine Absage erteilt: Der Verhandlungsort ist typisch und in Ordnung. Es gibt hier keinen „Überrumpelungseffekt“ wie bei Geschäften an der Haustür (Urteil vom 27.11.2003 – 2 AZR 177/03).

Fotos

...sind nicht nur schön. Sie haben auch eine Aufgabe. Mit amtlichen Shots aus der Radarfalle können beispielsweise Raser identifiziert werden. Dabei darf die Behörde die Bilder aus dem „Starenkasten“ sogar zwecks Fahreridentifizierung mit dem bei der Meldebehörde hinterlegten Ausweisfoto vergleichen. Das Tollste: Werden dabei datenschutzrechtliche Bestimmungen mißachtet, führt das zu keinem Beweisverwertungsverbot (BayObLG – Beschluß vom 27.8.2003 – 1 ObOWi 310/03).

Leasingverträge

...sind im Wirtschaftsleben üblich. Ihre Abwicklung fordert indes häufig die Gerichte. Beim AG Mannheim war ein Fall anhängig, in dem es um eine Vorfälligkeitsentschädigung ging. Im Prinzip kein Problem, sagte das Gericht, sie darf nur dann nicht weitergegeben werden, wenn ihre Abrechnung greifbare Ungereimtheiten aufweist. Ein am Anfang fehlendes Käuferbenennungsrecht kann dagegen auch noch nachträglich eingeräumt werden (AG Mannheim – Urteil vom 16.5.2003 – 3 C 256/02).

Rechnungen

...müssen seit dem 1.1.2004 durchlaufend nummeriert sein. Schon seit einigen Jahren ist darauf unbedingt die Steuernummer anzugeben. Tut der Aussteller der Rechnung das nicht, steht dem Rechnungsempfänger für die eigene Leistung ein Zurückbehaltungsrecht zu. Weiter vorausgesetzt: Er ist vorsteuerabzugsberechtigt und es besteht die Gefahr, daß das Finanzamt den Umsatzsteuerabzug ohne Steuernummer nicht anerkennt (AG Waiblingen – Beschluß vom 10.11.2003 – 14 C 1737/03).

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

Die **Zahl säumiger Kunden** scheint zu wachsen. „Geiz ist geil“, sagt die Werbung. „Warum bezahlen Sie überhaupt noch?“ könnte das nächste Motto sein. Was macht ein Einzelhändler nun? Richtig: ärgern oder vorbeugen!

Die **Vereinbarung eines Eigentumsvorbehalts** ist eine gute Möglichkeit, dem Heer nachlässiger Schuldner entgegenzutreten. So ein Eigentumsvorbehalt ist leider keine Selbstverständlichkeit. Vereinbart man ihn nicht, geht der Kunde mit „seinem“ Teil aus dem Laden und wird rechtmäßig Eigentümer.

Die **gesetzliche Regelung** in § 449 Abs. 1 BGB ist einfach: „Hat sich der Verkäufer einer beweglichen Sache das Eigentum bis zur Zahlung des Kaufpreises vorbehalten, so ist im Zweifel anzunehmen, daß das Eigentum unter der aufschiebenden Bedingung vollständiger Zahlung des Kaufpreises übertragen wird.“ Klartext: Ohne Bezahlung behält der Kaufmann sein Eigentum.

Die **praktische Konsequenz**: Der Eigentumsvorbehalt muß zwischen Händler und Kunde vereinbart werden. Das geschieht am zweckmäßigsten vor oder bei Abschluß des Kaufvertrags. Wer kein großzügig gestaltetes AGB-Werk auf die Rückseite seiner Auftrags- oder Vertragsformulare gedruckt hat, sollte zumindest diesen Satz auf die Rechnung bringen: „Die Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung des Kaufpreises unser Eigentum.“ Das reicht schon.

Die **Form der Vereinbarung** ist zunächst offen. Aus Beweisgründen ist in jedem Fall Schriftform empfehlenswert. Handelt es sich um einen Ratenzahlungsvertrag, bleibt einem sowieso nichts anderes übrig. § 502 Abs. 1 Nr. 6 BGB sagt dazu: „Die vom Verbraucher zu unterzeichnende Vertragserklärung muß bei Teilzahlungsgeschäften angegeben ... die Vereinbarung eines Eigentumsvorbehalts oder einer anderen zu bestellenden Sicherheit.“ Vereinbarungen, die das Schriftformerfordernis mißachten, sind nichtig, der Eigentumsvorbehalt unwirksam.

Die **Durchsetzung des Eigentumsvorbehalts** erfolgt nicht nach Wildwest-Manier. Man kann den säumigen Kunden nicht einfach besuchen und ihm die Teile wegnehmen. § 449 Abs. 2 BGB verlangt: „Auf Grund des Eigentumsvorbehalts kann der Verkäufer die Sache nur herausverlangen, wenn er vom Vertrag zurückgetreten ist.“ Nach dem Rücktritt sind „die empfangenen Leistungen zurückzugewähren und die gezogenen Nutzungen herauszugeben (§ 346 Abs. 1 BGB).“ Damit entsteht ein „Abwicklungs- und Rückgewährschuldverhältnis“. Rückt der Schuldner die Ware nicht freiwillig raus, muß man ihn (leider) verklagen.

Teilurlaubsansprüche

...entstehen nach dem Bundesurlaubsgesetz, wenn a) ein Arbeitnehmer wegen nicht erfüllter Wartezeit keinen Vollanspruch hat, b) vor erfüllter Wartezeit ausscheidet oder c) nach erfüllter Wartezeit in der ersten Jahreshälfte draußen ist. Während der so genannte „Resturlaub“ automatisch aufs Folgejahr übertragen wird, ist das beim Teilurlaub nicht der Fall. Seine Übertragung aufs nächste Kalenderjahr muß der Arbeitnehmer ausdrücklich verlangen (BAG – Urteil vom 29.7.2003 – 18 O 321/02).

Steuerberater

...haben für den mittelständischen Einzelhandel eine wichtige Funktion. Ihr Wort gilt oft mehr als das anderer. Rät so ein Steuerberater seinem Mandanten zur Aufgabe des Gewerbebetriebs, muß er dabei vorsichtig sein. Macht er das nämlich pflichtwidrig und führt das zur Aufdeckung stiller Reserven, stellt die darauf entfallende Einkommensteuer grundsätzlich einen ersatzfähigen Schaden dar. Der Berater muß die Steuernachzahlungen dann ersetzen (BGH – Urteil vom 23.10.2003 – IX 249/02).

Heinz J. Meyerhoff, Rechtsanwalt

Alles in einem Heft!

DIGITAL +++ PROFESSIONELLE BILDBEARBEITUNG +++ DIGITAL

**Inkl. CD-ROM
mit Übungsbildern
für Mac und PC**



NEU: 4. komplett überarbeitete Auflage!

Bücher zum Thema Photoshop gibt es viele, aber das neue PrePress-Special „Photoshop-Praxis“ ist ganz anders: Auf jeweils einer Doppelseite wird der Lösungsweg für ein praktisches Problem aus der grafischen Produktion dargestellt, und zwar in Form einer Schritt-für-Schritt-Anleitung, die mit einer Vielzahl von Bildern illustriert ist. Statt von vorn bis hinten zu lesen, findet man schon allein durch flüchtiges Blättern die Themen, die einem weiterhelfen, und kann das Beschriebene unmittelbar nachvollziehen. Einsteigern ist das Werk allerdings nur bedingt zu empfehlen, da Grundkenntnisse im Umgang mit Photoshop sowie dem Macintosh- oder Windows-Betriebssystem vorausgesetzt werden.



Für Photoshop bis Version 7.0

Das Special enthält 52 ausgewählte Beiträge der Rubrik **Photoshop-Praxis**, die in PrePress erschienen sind. Das Durchwühlen alter Zeitschriften – soweit man sie überhaupt gesammelt hat – gehört damit endgültig der Vergangenheit an. Ein Inhalts- und ein ausführliches Stichwortverzeichnis helfen zusätzlich dabei, ein bestimmtes Thema wiederzufinden oder eingestreute Hinweise aufzuspüren.

**Ja, ich/wir bestelle(n) Exemplar(e)
des PrePress-Specials **Photoshop-Praxis**
inkl. CD-ROM zum Preis von 18,90 Euro**

Unterschrift

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

Name/Firma:

Straße/Nr.:

Plz/Ort:

Telefon/Fax:

Fax: 0 21 02 / 20 27 90



Ulrich Vielmuth

Zukunft des Videofilms (IV)

Eine Serie über Camcorder der Zukunft (letzte Folge)

Haben in sechs bis acht Jahren Festspeicher, wie immer sie dann aussehen mögen, die anderen Videoformate überholt? So habe ich im letzten Heft geschlossen.

Dieses Szenario kann sich auch Canon vorstellen, einer der großen Player bei hochwertigen Camcordern. Weitere Frage: Kann sich

Canon ebenfalls vorstellen, einmal digitale Camcorder in unterschiedlichen Formaten anzubieten? Dazu Jürgen Schmitz, verantwortlicher General Manager Marketing für Consumer-Produkte bei Canon: „Vorstellbar ist sicher vieles. Allerdings gehört eine Vielfalt an Formaten momentan unserer Ansicht nach nicht zu den Aspekten, die dem Verbraucher nutzen. Zwar bieten wir Geräte mit SD-Card für das Speichern von Fotos an, das Filmmaterial wird jedoch nach wie vor auf DV-Band gespeichert: Nicht zuletzt, weil dies immer noch die beste Art der Archivierung darstellt.“

Beim Blick in die Zukunft des Videofilms orientiert sich Canon ebenfalls an den unterschiedlichsten Anwendern im Kundenpotential. „Jedem das Seine, d.h. eine Produktpalette, die für jede Anwendung, für jede Zielgruppe, das passende Gerät bereitstellt, ist ein wichtiger Aspekt unseres Line-Ups“, ergänzt Jürgen Schmitz. Ein Mann, der es wissen muß. Und weiter: „Wie auch bei den Kameras liefert Canon Equipment, das vom Einstieg bis hin zum professionellen Einsatz jedem Anwender das richtige Produkt liefert.“

Wie lautet nun die Camcorder-Philosophie von Mitbewerber Panasonic, bisher in dieser Serie noch nicht zu Wort gekommen? Gibt es womöglich eine spezielle Strategie bei der Vielfalt der zukunftssträchtigen digitalen Formate? Dazu Productmanager Camcorder Philipp Heintzenberg: „Panasonics Produkt-Philosophie basiert auf den drei Säulen Innovation, Qualität und Design. Diese Ansprüche finden Sie entsprechend auch im neuen Camcorder Sortiment 2004.“

Im Bereich MiniDV wollen wir unsere Marktführerschaft mit drei grundverschiedenen Modell-Linien ausbauen. Daneben werden wir als Zukunftsformate auf SD (Speicherkarte) und DVD setzen. SD-Camcorder sind aufgrund ihrer Kompaktheit der ideale ständige Begleiter und perfekt geeignet für den digitalen Schnappschuß. Bei den DVD-Camcordern steht die einfache Wiedergabe im DVD-Player im Vordergrund. Zusätzlich können diese innovativen Speichermedien direkt in den Panasonic DIGA DVD-Recordern genutzt werden, die neben DV-Eingängen auch SD-Kartenslots aufweisen. Die Möglichkeit, SD-Karten abzuspielen, wird es zukünftig auch in Plasma- und LCD-Fernsehgeräten geben.“

Neue Zielgruppen

Wie sieht nun Panasonic, seit Einführung des MiniDV-Formats 1995 mitbestimmend im Konzert der großen Anbieter und Trendsetter, die Zukunft des Videofilms? Philipp Heintzenberg: „Durch neue Technologien werden wir auch

2004 neue Impulse im Markt setzen. Neben dem bewährten MiniDV-Format mit kompakten 3CCD-Camcordern, die durch ihre professionelle Technik Qualitätsmaßstäbe setzen werden, sorgen die neuen Technologien SD und DVD für eine Belebung im Markt. Denn diese Innovationen erlauben es uns, ganz neue Zielgruppen anzusprechen und für Camcorder zu interessieren. So ist der SD-Camcorder SV-AV100 der weltweit kleinste Camcorder, der im hochqualitativen MPEG2-Format aufzeichnet, und damit der ideale ständige Begleiter. Egal wo man sich befindet, dieser Camcorder ist immer dabei und man ist ständig aufnahmebereit.

DVD-Camcorder bieten enormen Komfort und Zusatznutzen. Bei keinem anderen Camcorder können Sie so einfach im Gerät die Aufnahmen editieren, um dann die DVD direkt und ohne Verkabeln im DVD-Player abzuspielen. Obendrein läßt sich der DVD-Camcorder ganz einfach als externer DVD-Brenner einsetzen. Durch diese neuen Technologien ergeben sich auch neue Zielgruppen, die wir im Jahr 2004 direkt ansprechen werden.“

Wie kann nun zusammenfassend das Fazit lauten, wenn es um die Zukunft des Videofilms geht? Die Frage des Aufnahmeformates wird an Bedeutung verlieren, da sind sich die Experten ziemlich einig. Fachautor Wilfried Strauß: „Wer mit MiniDV filmt, der wird es noch viele Jahre tun können und dabei unbeschwert die technische Entwicklung beobachten können.“ Vielleicht geht sie dann endlich in Richtung HDTV, also einem neuen, deutlich verbesserten und vor allem hochauflösenden Fernsehstandard. Da will – und muß – der Camcorder natürlich mithalten! Das geplante neue hochauflösende HDV-Format für den Consumer-Bereich wäre dann eine zeitgemäße Variante. Doch noch ist es nicht so weit! Markus Nierhaus von Sony: „Das MiniDV-Format bietet, bezogen auf den heutigen Fernsehstandard (PAL), eine optimale Bild- und Tonqualität. Zukünftige Standards benötigen höhere Auflösungen und dadurch neue Formate. Komprimierungsstandards wie beispielsweise MPEG-2, bieten hier die entsprechenden Voraussetzungen. Für mobile Anwendungen sind auch andere Codecs wie MPEG-4 zu berücksichtigen, die in Richtung Internet und Video Streaming ausgelegt sind.“

Wie letztlich die zukünftige Camcorder-Generation aussieht, wird mehr oder weniger durch die neuen Medien wie HDTV, Internet-TV und UMTS bestimmt werden. Die Aufzeichnung auf Kassette – heute immer noch die preiswerteste Lösung – wird jedoch nicht so schnell vom Markt verschwinden. Aber neue Aufzeichnungsverfahren, wie die Disk, Mini Harddisk und Speicherkarten, halten derzeit Einzug in die Unterhaltungselektronik. Der neue Mobilfunkstandard UMTS geht jetzt so langsam an den Start. Vielleicht wird es schon bald möglich sein, Videoaufnahmen via Direkt-Stream zum heimischen Server zu übertragen. Die Zukunft des Camcorders wird einige spannende Entwicklungen für uns bereithalten, die auch von Entwicklungen in anderen Bereichen beeinflusst werden.“

Pentax baut die Palette an Ferngläsern aus

Pentax hat in den ersten Wochen des Jahres 2004 seine Fernglas-Palette deutlich ausgebaut. Zu den Neuheiten zählen das Pentax FB-7 Lite und das FB-9 Lite. Beide Modelle zeichnen sich durch eine extrem kompakte Bauweise



Pentax FB-Serie: FB-9 Lite

(95 x 64 x 26,5 mm) und ein niedriges Gewicht (148 g) aus. Es gibt sie mit sieben- bzw. neunfacher Vergrößerung in der Gehäusefarbe Silber/Grau. Die Gläser lassen sich ab einer Motiventfernung von 1,80 m einsetzen und bieten ein Bildseitenverhältnis von 4:3. Ebenfalls neu bei Pentax sind zwei Modelle der UCF R Porroprismen-Serie. Das 8x21 UCF und das 10x21 UCF R besitzen neben einer hochauflösenden



Pentax UCF R-Serie: 10x21 UCF R

Optik auch ein elegantes, stromlinienförmiges Design. Der Mindestbeobachtungsabstand beträgt 2,80 m. Weiterhin ausgebaut wurde die DCF-Serie, und zwar mit den beiden Fernglas-Modellen DCF XP 8x33 und



Pentax DCF-R Serie: DCF XP 8x33

DCF XP 10 x 33. Deren kompakte und leichte Konstruktion sowie der Augenabstand von 20 mm bieten diese beiden Neuheiten besonders für ausgedehnte Beobachtungen an.



Kienzle Beleuchtungskopf für Vergrößerer von Durst

Kienzle Phototechnik hat einen neuen Beleuchtungskopf für Durst 138 S Vergrößerer (für Negative und Dias bis zum Format 13 x 18 cm) auf den Markt gebracht. Das System lässt sich wahlweise für Color, Multigrade, Halogen-Kaltlicht oder Splitgrade, VCC und PCC einsetzen.

Dörr stellt neue Serie von Profistativen vor

Dörr hat eine neue Serie von Profistativen vorgestellt, bei der nach Unternehmensangaben folgende Vorgaben



verwirklicht wurden: höchste Qualität bei möglichst geringem Gewicht, maximale Variabilität innerhalb des Systems, komplette Abdeckung der Anforderungen des ambitionierten Fotografen, einfacher Ersatzteilservice durch komplette Verschraubung, überdurchschnittliches Preis-/Leistungs-

3030 FOR YOUR BEST IMAGE

BEST WAY TO SAVE YOUR IMAGES

Apacer Disc Steno CP200
 Ultramobiler digitaler Photo-Viewer und -Kopierer
 Direkt von jeder Speicherkarte Daten auf CD brennen
 Auch für Kapazitäten über 512 MB geeignet

WWW.JOBO.COM

verhältnis. Das komplette System umfasst je drei Ein- und Dreibeinstative, zwei Wanderstäbe, sechs Kugelköpfe, eine Schnellwechselplatte sowie einen 3-D-Neiger mit Wasserwaage.



Dynax 40 ergänzt Minoltas analoges SLR-Programm

Mit der Dynax 40 hat Konica Minolta ab sofort eine weitere analoge Kleinbild-Spiegelreflexkamera im Programm. Zu ihren Hauptausstattungsmerkmalen gehören das moderne und funktionelle Design, drei AF-Sensoren mit zentralem Kreuzsensor, automatische Scharfstellung mit Allrichtungs-Prädiktion (erkennt auch sich verändernde Bewegungen und Richtungen des Objekts), ADI-Blitzsteuerung (Advanced Distance Integration), fünf Motivprogramme (Porträt, Landschaft, Nahaufnahme, Sport/Action, Nachtaufnahme) und die schnelle Bildfolge von bis zu 1,7 Bildern pro Sekunde. Neben der Programmautomatik stehen die manuelle Belichtungseinstellung sowie Zeit- und Blendenautomatik zur Verfügung.

„Kommt der Aufschwung“ bei noch mehr Macht für Politiker und Gewerkschaften?

Die obige Frage kann ich aus meiner Perspektive als mittelständischer Unternehmer nur verneinen. Was man als selbständiger Unternehmer jeden Tag erleben muß, nimmt einem jede Einsatzfreude für erfolgreiche wirtschaftliche Expansion; denn nur so werden wir „patriotisch“ die große Zahl an Arbeitslosen spürbar verringern können.

Ich möchte unseren Lesern ein paar Beispiele aus meinem wirtschaftlichen Bereich geben – nicht etwa, damit noch mehr selbständige Mittelständler resignieren, sondern damit sich mehr Menschen in unserem Lande engagieren, daß den vielen unausgebildeten und unerfahrenen Politikern, Managern und Gewerkschaftlern, die heute, wie zum Beispiel ein Minister Trittin, das Sagen in unserem Lande haben, auch von der Basis der arbeitenden Bevölkerung bei den nächsten Wahlen das Vertrauen entzogen wird.

Zuerst möchte ich feststellen, daß heute leider auch viele Topmanager in Großbetrieben keine echten Unternehmer mehr sind, die persönlich mit der Verantwortung tragen, wenn es mit der Firma einmal „bergab“ geht. Viele dieser „Kapitalisten“ denken leider oftmals nur daran, wie sie selbst finanziell bestens aus einer schlechten Finanzlage eines Unternehmens herauskommen. „Nach mir die Sintflut“ denken sie wie der biblische Noah! Wenn wir heute in unserem Lande insbesondere bei der SPD einen Ruck nach links verspüren, dann mache ich auch Banker wie bei der Commerzbank für diese Entwicklung mit verantwortlich, die sich als Vorstand nicht schämen, noch dicke Prämien zu kassieren – und zum gleichen Zeitpunkt verkünden, daß viele tausend Mitarbeiter erhebliche Nachteile bei ihrer Betriebsrente hinnehmen sollen! Von solchen Managern müssen wir uns in Deutschland trennen, wenn wir wieder zu einem fröhlichen Unternehmertum kommen wollen, mit dem es wirklich bergauf geht.

Ein miserables Beispiel, wie wir abgezockt werden, hat mir ein Restaurantbesitzer am Beispiel der Stadtwerke Düsseldorf AG demonstriert, die ihm im Januar 2004 eine Rechnung für Gas und

Strom geschickt haben. Für ca. 47.000 KW-Stunden muß er Euro 4.842,80 zahlen – und dies nach einer erheblichen Erneuerung der Küche mit energiesparenden Geräten, womit es gelungen war, den Verbrauch von 58.000 KW auf 47.000 KW zu senken! Der Schönheitsfehler an dieser Sache ist nur, daß 58.000 KW vor einem Jahr nur 3.700 Euro gekostet haben. Ein krasses Beispiel, wie Unternehmerinitiative durch die Monopolstellung der Stadtwerke Düsseldorf mit erheblichen Mehrkosten für 2004 bestraft wird.

Wenn ich jetzt noch darüber nachdenke, daß wir als Verlag, wenn wir auch nur einen kleinen Bericht eines Lesers oder freien Journalisten abdrucken, außer seinem Honorar an die sogenannte „Künstlersozialkasse“ bisher 3,8% des Honorars zusätzlich nach Wilhelmshaven zahlen mußten und der Prozentsatz für 2004 auf 4,3% erhöht worden ist! Das wahrhaft Kriminelle an diesen Zahlungen ist für mich, daß die Leute, die gelegentlich einen Artikel neben ihrem Hauptberuf geschrieben haben, nicht einen einzigen Cent später als eventuellen Steigerungsbetrag ihrer Rente sehen werden; dieses Geld bekommen irgendwelche Leute, die es verstehen, bei der Künstlersozialkasse die Hand aufzuhalten und Geld zu kassieren, das andere mit uns für sie sauer erarbeitet haben.

Wenn ich jetzt zum Schluß noch zu dem Thema Ausbildungsplatzabgabe komme, wozu ich mich schon mehrfach im *imaging+foto-contact* geäußert habe, dann ärgern mich besonders die Großsprecher bei den Gewerkschaften, die nach dem Grundsatz handeln: „Moral ist das, was man vom anderen erwartet“. Ich zitiere hier aus dem Buch „Arbeitgeber-Handbuch Betriebsrat“ vom Verlag für die deutsche Wirtschafts AG, Bonn, wo es heißt: „Die lautstarke Forderung der deutschen Gewerkschaften nach einer Ausbildungsplatzabgabe klingt unehrlich. Nach einem Bericht des Bonner Informationsdienstes „Arbeitgeber-Handbuch Betriebsrat“ bilden die Arbeitnehmervertretungen selbst viel zu wenig aus. Wird die Abgabe beschlossen, müßten gerade sie als erste kräftig bezah-

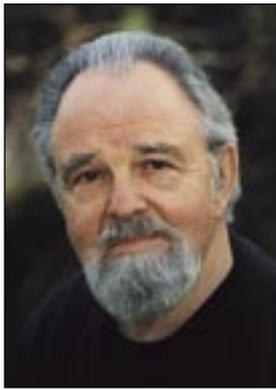
len – allen voran die Lehrgewerkschaft GEW, die Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) und die Polizeigewerkschaft GdP. Alle drei bilden überhaupt nicht aus, so der Informationsdienst unter Berufung auf das Institut der Deutschen Wirtschaft.

Aber auch bei den großen Einzelgewerkschaften klafft eine Kluft zwischen politischer Forderung und eigenem Verhalten. So beträgt die Ausbildungsquote bei der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di gerade mal 0,3% und bei der IG Metall 0,9%. Die kleinere IG Bau bringt es auf 0,5% der Beschäftigten. Am besten schneidet noch der Arbeitgeber DGB mit einer Quote von 2,3% ab. Nur die ehemalige Eisenbahnergewerkschaft Transnet hat den Worten auch Taten folgen lassen: In den letzten fünf Jahren wurden dort die Ausbildungsplätze verdoppelt. Jeder sechste Beschäftigte war im vergangenen Jahr ein Azubi.

Nach den Plänen der Bundesregierung würden die Gewerkschaften somit kräftig zur Kasse gebeten. Danach sollen Betriebe mit einer Ausbildungsquote von weniger als sechs Prozent mindestens 5.000 Euro für jede fehlende Lehrlingsstelle pro Jahr als Abgabe bezahlen.“ (8.3.2004)

Wenn ich dann noch überlege, daß die hochbezahlten Topmanager bei der IG Metall, wie ehemals Genosse Steinkühler oder heute die Herren Sommer, Zwickel oder jetzt Jürgen Peters, deren Einkommen bei fast 500.000 DM (teilweise bis 1,5 Millionen DM) pro Jahr gelegen hat und liegt, sich darüber aufregen, daß 11 Millionen Euro Prämie für Herrn Ackermann von der Deutschen Bank zu viel sind, dann muß ich noch mal wieder zu meinem obengenannten Satz kommen: „Moral ist das, was man vom anderen erwartet.“

Ich kann auch immer wieder nur stauen, wenn zum Beispiel bei Warnstreiks der Gewerkschaften die Arbeitnehmer gegen ihre „eigene“ Geschäftsleitung lautstark mit Trillerpfeifen antreten, wobei ich dann denken muß: „Und das dumme Volk klatscht Beifall.“ H. J. Blömer



Horst Dieter Lehmann

Das Lädchen

Fotogeschäfte gibt es (noch) in den unterschiedlichsten Größen. Sie unterscheiden sich sowohl in ihrer Charakteristik als auch in den angebotenen Artikeln. So kann es sich nicht nur um ein reines Fotofachgeschäft handeln, sondern um einen Laden mit breit gefächertem Sortiment.

Im kleinen vergleichbar mit einem ganz großen Kaffeeröster, bei dem es einen schon erstaunt, daß er bei dem reichen Angebot seiner diversen Artikel tatsächlich auch Kaffee vertreibt. Bei Fotografen und Fotohändlern handelt es sich grundsätzlich um drei Typen: den Handwerker, den Händler und den Atelierhändler.

Der Fotograf als Handwerker, egal ob er sich nun als Künstler oder zumindest Kunsthandwerker bezeichnen möchte, war lange Zeit der „Klassiker“. Dann aber kam der Amateur und mit ihm der Fotohändler und der Atelierhändler, der somit auf zwei Beinen stand und aus der Not eine Tugend machte.

Der Fotograf aus dieser Zeit schaute mit einem Anflug von Arroganz, aber auch mit Sorge auf die sich anbahnende Konkurrenz durch den Amateur und auf den Atelierhändler und Fotohändler. Wie wir heute wissen, nicht ganz unberechtigt mit Blick auf den Semiprofi und Digitalisten.

Das Aussterben der Tante-Emma-Läden und die leerstehenden Geschäfte bedauern alle. Aber wer tut etwas dagegen? Jeder ist sich selbst der Nächste, der Großmarkt ist nicht weit, das Auto steht vor der Tür, Billigangebote locken und das Geld ist knapp.

Nicht nur der erwähnte Kaffeegigant bietet alles. Jeder kleinere und größere Markt hat ein breites Sortiment und dazu viele Sonderangebote. Da lohnt sich aus der Sicht so manchen Käufers auch eine etwas weitere Reise.

Lohnen würde sich allemal, die Preise der Großen mit dem Angebot der Kleinen zu vergleichen. Vielleicht rentiert es sich ja doch, das Angebot des Kleinkrämers um die Ecke mit dem zusätzlichen Service zu beachten.

Leider, wenn auch aus verständlichen Gründen, geht heute fast alles nur über den Preis. Da hat es das Lädchen um die Ecke natürlich nicht leicht. Es kann nicht in großen Massen und zu den Konditionen einkaufen, die dem Großabnehmer gewährt werden. Um weiter existieren zu können, muß es sich da schon einiges einfallen lassen. Ein kleines Beispiel: Die Filiale eines Fotohauses sollte aufgegeben werden. Da fand sich ein Interessent, der zwar nur ein wenig mit dem Fotogeschäft vertraut war, aber trotz seines Alters noch sehr flexibel war. In dem beengten Raum, der zur Verfügung stand, vollbrachte er Erstaunliches. Vollgestopft mit den neuesten Geräten, Digital eingeschlossen, deckt er ein breites Angebot ab und zeichnet sich vor allem im Schwarzweiß- und Farbdruck aus.

Darüber hinaus gehören auch Paßbilder, wenn auch in einem winzigen Eckchen, zu seinem Angebot. Die Qualität der Auf-

nahmen ist zwar nicht mit der eines Atelierfotografen zu vergleichen, aber preiswert und „ausreichend“.

Außerdem stehen vor seiner Tür acht Postkartenständer, und er nimmt Pakete für einen Versandhandel an. „Nur von Foto kann man ja nicht leben“, sagte er zu mir. Damit gab ich ihm nicht nur Recht, sondern er lieferte mir auch das Stichwort für eine Art von Fotogeschäften, die selten erwähnt werden, wovon es aber gerade in Urlaubsorten viele gab und gibt.

Der aktive und erfolgreiche „Einzelkämpfer“, für den wirklich noch das Wohl seiner Kunden an erster Stelle steht, hat u.a. auch Zeitungen und Zeitschriften im Programm, die ebenfalls noch zusätzliche Kunden in sein Lädchen locken.

Als ich vor Jahren einmal einen Fotohändler darauf aufmerksam machte, daß er sich eigentlich bei seiner „Gemischtwarenhandlung“ mit dem verschwindend kleinen Anteil an Fotoartikeln nicht „Fotohändler“ nennen könnte, gab er mir eine vielsagende Antwort: „Wenn öfter als zweimal am Tag bei mir nach einer Ware gefragt wird, dann nehme ich sie in mein Angebot auf!“

Was damals in den Ohren der „echten“ Fotografen und Händler befremdlich klingen konnte und heute in allen Märkten praktiziert wird, war bei genauerem Betrachten aber auch damals schon keine Seltenheit – nämlich in den bereits erwähnten Urlaubsorten, im Sommer an der See, im Winter in den Bergen. Kaum ein Fotohändler hatte dort nicht neben reinen Fotoartikeln auch andere „Verkaufsschlager.“ Ansichtskarten, von deren Ständern unser geschildertes

quickpoint

Die einzigen Diarahmen mit

* Format-Indikatoren

* Haftfixierung

* Seitenkennung

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

Lädchen fast erdrückt wird, gehören selbstverständlich zum Standardprogramm. Nicht selten hat der Inhaber einige Motive selbst fotografiert oder einen eigenen kleinen Verlag, Schreib- und Lederwaren sind häufig vertreten, vor allem aber Souvenirs.

Hier wendet sich der Gast selten mit Grausen, sondern er kauft. Der „Fotograf von Welt“, eher der Kunst verschrieben als versessen auf Geld, wird versuchen, seinem Metier treu zu bleiben, denn vornehm geht die Welt zugrunde.

Weniger Bedenken dieser Art haben da natürlich die Großanbieter, denen es auch nicht darum geht, Arbeitsplätze zu schaffen, sondern Profit zu machen.

Füllt in den kleinen Läden der Mensch, und sei es nur ein einziger, den Raum mit Leben, so sind es in den Märkten eben nur die Kunden, wenn der Laden läuft. Verkäufer und Berater findet man in den Gängen und Hallen weniger, höchstens wenn jemand Ware nachfüllt, der aber selten sachkundig ist.

Selbst das Paßbild steht nicht mehr auf sicheren Beinen. Der Daumendruck ist seit langem im Gespräch. Jetzt kommt aber der Blick in die Pupille im Spezialgerät zur genauen Identifizierung.

Photo Porst läßt Ringfoto wachsen

Von einem für die Ringfoto-Gruppe zufriedenstellenden Geschäftsjahr 2003 hat deren Geschäftsführer Michael Gleich im Rahmen der Ringfoto Frühjahrsmesse im Kongresszentrum Erlangen berichtet: Den Angaben zufolge beendete die Kooperationszentrale in Fürth das Lagergeschäft mit einer 16prozentigen Steigerung gegenüber dem Vorjahr (2003: 147 Mio. Euro), während das Streckengeschäft um vier Prozent gegenüber 2002 auf 154 Millionen Euro abnahm.



Bei einer Ringfoto-Messe dürfen natürlich die Kameras der Marke Voigtländer nicht fehlen.

Damit erzielte die Ringfoto Zentrale im vorigen Jahr einen Gesamtumsatz in Höhe von 301 Millionen Euro, nach 287 Millionen Euro im Jahr 2002 (plus fünf Prozent). „Dieses Wachstum in der rezessiven Periode im gesamten Einzelhandel resultiert in hohem Maße durch den ‚Volljahreseffekt‘ Photo Porst“, betonte Gleich. „Bekanntlich übernahm die Ringfoto Gruppe die Aktivitäten der insolventen Porst AG und führte diese mit großem Erfolg weiter.“ Flächenbereinigt dürfte der Umsatz im Fotohandel um zirka drei Prozent rückläufig gewesen sein, vermutete Gleich.

Ende Dezember gehörten Ringfoto 630 Gesellschafter und 997 Partner mit insgesamt 2.494 Vertriebsstellen an. Davon traten 323 Vertriebsstellen unter dem Namen Photo Porst auf. Plusfoto zählte Ende Dezember 202 Mitglieder mit 289 Vertriebsstellen. Gleich: „Mit insgesamt 1.829 Mitgliedern und 2.783 Vertriebsstellen ist die Ringfoto-Gruppe weltweit die mitgliederstärkste

Fotoverbundgruppe. Diese Stellung konnten wir erneut ausbauen.“ Der Außenumsatz aller Mitglieder zu Endverbraucherpreisen werde zirka 1,1 Milliarden Euro betragen, prognostizierte der Ringfoto-Geschäftsführer.

Wichtigster Faktor für das hohe Wachstum im Lagergeschäft waren nach Gleichs Worten Digitalkameras. Dieser Bereich konnte um 54 Prozent gesteigert werden; insgesamt wurden von der Ringfoto-Zentrale über 500.000 digitale Fotokameras abgesetzt. Darunter befand sich ein großer Anteil höherwertiger Modelle.

Eine noch höhere Wachstumsrate gab es laut Gleich beim Mobilfunk. In diesem Bereich wurde der Umsatz um 98 Prozent gegenüber dem Vorjahr gesteigert. Gleich: „Die Renner waren wie bereits im letzten Quartal 2002 die Fotohandys. Der Fotohandel kann hier deutlich punkten, da zu den bereits bekannten Möglichkeiten das Bildermachen hinzukommt.“

i+fc Leserbrief

Zu unserem Beitrag: „Vorsprung für den Fotohandel – CeWe Color führt Über-Nacht-Service für digitale Aufträge ein“, erreichte uns folgender Leserbrief:

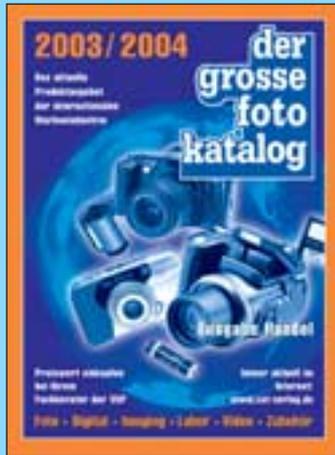
Sehr geehrter Herr Blömer,

da der imaging+foto-contact für mich als Fotohändler ein Fenster der Information zur Industrie und nach draußen ist, studiere ich die Zeitschrift gern! So auch das Gespräch mit Harald Pirwitz, Vertriebs-Geschäftsführer bei CeWe Color, über Digital-Aufträge „über Nacht“. Da ich selbst alle Fotoaufträge entgegennehme und dabei dem Kunden auch anbiete, welche Dienstleistung möglich ist, also auch digitale Bildaufträge über Nacht anzunehmen, muß ich feststellen, dies wünscht der Kunde bisher nicht, dies stellt der Kunde zu Hause selbst her! Bisher!

Der Einsatz unseres Digimakers ist seit Februar erst unentbehrlich, d. h. als kompetenter Fotoarbeiten-Fotohändler ist es wichtig, dieses Gerät zu haben. Knapp 100 Aufträge auf CD von Digimaker habe ich angenommen von Oktober bis Februar, dazu noch CDs von Kunden – der Auftragswert liegt höher –, doch auch Miniaufträge kommen jetzt vermehrt (Verkaufsvolumen 2,50 Euro bis sieben Euro), meine Marge liegt geringer als bei analogen Aufträgen. Das neue Gerät kann auch vom Handy Fotos auf CD über zum Beispiel Infrarot speichern. Auch dieses Produkt bietet ich gerne an – bei zig Millionen Fotohandybesitzern laut Herstellern ein großer Markt. Doch oh Schreck: Bisher war kein Handy-auftrag zu kriegen. Entweder, wie Vodafone, mit Sperre, Sharp ging nicht, ebenso andere Hersteller. Auf Nachfrage bei der Verkaufsleitung von CeWe: Wissen wir nicht.

Für mich heißt dies: Auf auffällige Werbung am Fenster etc. verzichte ich. Nun richte ich www.bilderbär.com ein – vielleicht werde ich, da ich es für meine Verhältnisse massiv bewerbe, überrascht, ob der vielen Fotoaufträge!

E. Karbe, Bilderbär, Berlin



NACHTRAG 7

Alle Produkte, die in den Katalogen und Nachträgen vorgestellt werden, finden Sie auch im Internet unter:

www.cat-verlag.de



Kamera-Shop

Kodak Advantix T50 APS Camera

Einsteigermodell mit den typischen Vorteilen des APS Systems.

Ausstattungsmerkmale:

- Fixfokus-Objektiv • TOP FLASH reduziert besonders wirksam den „Rote-Augen-Effekt“ • Automatische Blitzzuschaltung
- LCD Display
- Topmodernes und kompaktes Design
- Drei verschiedene Bildformate inkl. Panoramafenster.



Kodak Advantix T 60 APS Camera

Kompakte APS Kamera mit Autofokus.

Ausstattungsmerkmale:

- 2-Zonen-Autofocussystem für noch schärfere Bilder • TOP FLASH mit automatischer Blitzzuschaltung reduziert besonders wirksam den „Rote-Augen-Effekt“ • LCD Display • Topmodernes und kompaktes Design • Drei verschiedene Bildformate inkl. Panoramafenster



Rollei 35RF

35 mm-System-Meßsucherkamera mit Wechselobjektiven.

Ausstattungsmerkmale:

- Meßsucherkamera mit mechanisch gesteuertem, vertikal ablaufendem

Metallamellen-Schlitzverschluss • Manuelle Scharfeinstellung über gekuppelten Mischbild-Entfernungsmesser • Meßrahmen für 40/50/80 mm Objektive • M-Bajonett • Mittenbetonte TTL-Belichtungsmessung • Belichtungsabgleich über LED-Lichtwaagenanzeige • Solides Metallgehäuse • Manueller Filmtransport mit Doppelbelichtungssperre • Manueller Schnellaufzug (Rollei QW 35) als Zubehör • Manuelle Rückspulung mittels ausklappbarer Kurbel



Technische Daten:

Objektivanschluss:

M-Bajonett

Verschlusszeiten:

1 bis 1/2000 Sek. und B

Filmempfindlichkeit:

ISO 25/15° bis ISO 3200/36°

Batterietyp:

2 x 1,5 Volt Knopfzellen Alkalimangan (LR 44) oder Silberoxid (SR 44)

Abmessungen:

135,5 x 81 x 33,5 mm (BxHxT)

Gewicht (Gehäuse):

440 Gramm (ohne Batterien)

Artikel-Nummer:

22100

Zubehör: • Speziell abgestimmte Gegenlichtblende für extreme Lichtverhältnisse für Sonnar 2,8/40 mm • Aufstecksucher für Sonnar 2,8/40 mm (bei Verwendung des Objektivs an anderen Meßsucherkameras • Manueller Schnellaufzug QW 35



Links:
Sonnar 2,8/40 mm HFT



Rechts:
Sonnar 2,8/40 mm HFT

Olympus μ [mju:] III 150

Vollautomatische Kleinbild-Autofokuskamera mit passivem Multi-Wide-AF-System, elektronisch gesteuerter Programmautomatik und hochwertigem Zoomobjektiv.

Ausstattungsmerkmale:

- Zoomobjektiv (8 Elemente/ 7 Gruppen) mit einer Brennweite von 37,5 - 150 mm
- Batteriezustandsanzeige im LC-Display
- Passives Multi-Wide-Autofokussystem (max. 11 Punkte) mit Schärfespeicher
- Realbild-Zoomsucher mit Dioptrienkorrektur
- Automatische Einstellung der Filmempfindlichkeit
- Automatische Filmfunktionen
- Eingebauter hochklappbarer Blitz mit sechs Funktionen
- Selbstauslöser mit zwölf Sekunden Verzögerung
- Infrarot-Fernbedienung mit drei Sekunden Auslöseverzögerung



Technische Daten:

Objektiv: 5,1 – 13,3 / 37,5 – 150 mm
Entfernungsbereich: 0,6 Meter bis unendlich (WW)
 0,8 Meter bis unendlich (Tele)
Batterietyp: 1 x 3 Volt Lithium (CR 123A/DL 123A)
Abmessungen: 117 x 61 x 43 mm (BxHxT)
Gewicht: 225 Gramm (ohne Batterie)
Artikel-Nummer: N1241192
Preis: 159,- €

Olympus μ [mju:] III 80

Kleinbild-Autofokuskamera mit wetterfestem Gehäuse, ansprechendem Design und hochwertiger Ausstattung.

Ausstattungsmerkmale:

- Zoomobjektiv (5 Elemente/ 4 Gruppen) mit einer Brennweite von 38 - 80 mm
- Batteriezustandsanzeige im LC-Display
- Passives Multi-Wide-Autofokussystem mit Schärfespeicher
- Realbild-Zoomsucher
- Automatische Einstellung der Filmempfindlichkeit
- Automatische Filmfunktionen
- Blitz mit sechs Funktionen
- Elektronisch gesteuerte Programm-Automatik
- Selbstauslöser mit zwölf Sekunden Verzögerung
- Infrarot-Fernbedienung mit drei Sekunden Auslöseverzögerung (optional)



Technische Daten:

Objektiv: 5,3 – 10,4 / 38 – 80 mm
Entfernungsbereich: 0,6 Meter bis unendlich (WW)
Batterietyp: 1 x 3 Volt Lithium (CR 2)
Abmessungen: 111,5 x 59 x 40 mm (BxHxT)
Gewicht: 180 Gramm (ohne Batterie)
Artikel-Nummer: N1241592
Preis: 99,90 €

Canon EOS 30 V Date / EOS 33 V

Einäugige Spiegelreflexkamera mit dem schnellsten AF in seiner Klasse (AI-Servo auf EOS-1V Niveau)

Ausstattungsmerkmale:

- verbesserte E-TTL II Blitzlichtmessung
- beleuchtetes Display
- verbesserte Oberfläche
- Metallgehäuse
- Exzellente Features
- 35-Feld Mehrfeldmessung
- 7-Punkt-AF mit Meßfeldindikator ca. 4 Bilder pro Sekunde, extrem leise
- 13 Custom-Funktionen
- Batteriegriff BP-300 für Mignon-Zellen optional
- Abblendtaste
- Selbstauslöser
- Vier AF-Funktionen
- Serienbilder (max. 4 pro Sekunde)
- EOS 30V: inkl. Eye-Control und Datenrückwand



Technische Daten:

Suchertyp: Feststehender Dachkant-Prismensucher mit Dioptrieneinstellung -2,5 bis +0,5 dpt
Dioptrieneinstellung: Vertikal ablaufender Schlitzverschluß
Verschluß: 30 bis 1/4.000 Sek. halbstufig, kürzeste X-Synchronzeit 1/125 Sek.
Verschlußzeiten: Offenblenden-Innenmessung mit 35-Zonen-Silicium-Fotodiode
 1. Mehrfeldmessung (mit AF-Meßfeldern verknüpft)
 2. Zentrale Selektivmessung
 3. Mittenbetonte Integralmessung
Belichtungsmessung: ISO 25/15°-5000/38° oder manuell SO 6/9°-6400/39°
Filmempfindlichkeit: ±2 LW halbstufig
Belichtungskorrektur: Programmautomatik (mit Verschiebung), Blendenautomatik, Zeitautomatik, Schärfentiefenautomatik (mit Verschiebung), Vollautomatik, Sechs Motivprogramme: Porträts, Landschaften, Nahaufnahmen, Action, Nacht, Manuelle Belichtungseinstellung, Programm-Blitzautomatik (E-TTL II, E-TTL, A-TTL, TTL)
Blitzbetriebsarten: E-TTL II, E-TTL, A-TTL, TTL
Mehrfachbelichtungen: Bis zu neun Belichtungen einstellbar
Autofokussystem: TTL-CT-SIR (Through-the-lens Cross-type Secondary Image Registration) mit CMOS-Sensor mit sieben Meßfeldern. Aktive AF-Meßfeldindikatoren (aktive Felder werden im Sucher rot hervorgehoben). Eye-Control bei EOS 30V Date vorhanden bei EOS 30V Date
Datenrückwand: Zwei Lithium-Batterien CR123A. Mit Batterieteil BP-300: Vier Alkalin-Mignonzellen
Stromversorgung: ca. 146,7 x 103 x 69 mm
Abmessungen (BxHxT): ca. 585 g (EOS 30V Date), ca. 575 g (EOS 33V)
Gewicht o. Batterien: EOS 30V Date Gehäuse 549,00 €
 EOS 33V Gehäuse 449,00 €
 EOS 30V Date 28-105 Kit 649,00 €
 EOS 33V 28-105 Kit 549,00 €
unverb. Preisempf.:

Sony DSC-T1

21 mm flache Design-Kamera mit riesigem Display, edlem gebürstetem Stahlgehäuse, effektiven 5,0 Megapixeln und Carl Zeiss Vario-Tessar.



Ausstattungsmerkmale:

- 1/2,4" Super-HAD-CCD
- 5,2 Millionen Pixel / 5,0 Millionen Pixel effektiv
- 6,35 cm hybrides LCD (211.000 Pixel)
- Verschlusszeit: 1 Sek. bis 1/1.000 Sek.
- Zoom: 3x optischer (38 - 114 mm) / 6x digital / 12x Smart-Zoom
- Extrem kurze Auslöseverzögerung von nur 0,009 Sekunden (0,24 Sekunden inkl. AF)
- Fokus: AF (50 cm bis unendlich) / Makro AF (8 cm bis unendlich) Lupenfunktion (1 cm bis 20 cm)
- Mehrzonen Autofokus / Permanenter Autofokus
- Real Imaging Prozessor: Neuartiger energiesparender –Prozessor für schnelle Bildverarbeitung
- Vierfach Serienbildfunktion (3 Bilder/Sekunde)
- MPEG VX fine (30 Bilder/Sekunde)
- Belichtungsmessung: Matrix (49 Felder) / Spot / Vorblitz
- Acht Programmautomatiken
- Empfindlichkeit: Auto / ISO 100 / ISO 200 / ISO 400
- Speichermedium: Memory Stick Duo (Pro)
- PictBridge-kompatibel per Firmware-Update
- USB 2.0 High-Speed-Anschluß
- Akku-Kapazität 170 Bilder (maximal)
- Zubehör (Lieferumfang): Cyber-shot-Station mit PC-Anbindung und Ladestation, InfoLithium Akku NP-FT1, Ladeadapter, 32 MB Memory Stick Duo, USB-/AV-Kabel, umfangreiches Softwarepaket
- Abmessungen (BxHxT): 91 x 60 x 21 mm (ohne Objektivklappe 17,3 mm flach)
- Gewicht: 155 Gramm
- Farbe: Metallic-Silber
- UVP: 630,- Euro

Sony DSC-P93

Kompakte Cyber-shot mit effektiven 5,1 Megapixeln, 3fach optischem Zoom, schneller Auslöseverzögerung und umfangreicher Ausstattung.



Ausstattungsmerkmale:

- 1/1,8" Super-HAD-CCD
- 5,3 Millionen Pixel / 5,1 Millionen Pixel effektiv
- Real Imaging Prozessor für schnelle Reaktionszeiten und energiesparenden Betrieb
- 3x optischer / 6x digital / 12x Smart-Zoom
- Objektivdaten 2,8 - 5,6 / 38 - 114 mm (im Vergleich zu KB)
- Verschlusszeit: 30 Sekunden - 1/1.000 Sekunde
- Manuelle Belichtungseinstellung

- Auslöseverzögerung: 0,31 Sekunden (inkl. AF)
- 15fache Serienbildfunktion
- Optischer Sucher
- 3,8 cm Farb-LCD
- PictBridge-kompatibel
- Integrierter Blitz mit Vorblitz (Reduzierung Rote-Augen-Effekt)
- MPEG Movie VX fine (640 x 480 Pixel, 30 Bilder/Sekunde)
- Mehrzonen-AF / AF-Hilfslicht
- Belichtungsmessung: Matrix (49 Felder) / Spot / Vorblitz
- Empfindlichkeit: Auto / ISO 100 / ISO 200 / ISO 400
- Sechs Programmautomatiken
- Speichermedium: Memory Stick (PRO)
- Anschlüsse: AV und USB 2.0
- Akku-Kapazität: 410 Bilder (maximal)
- Zubehör (Lieferumfang): 2 Ni-MH-Akkus (je 2.100mAh), Ladeadapter, 32 MB Memory Stick, USB- / AV-Kabel, umfangreiches Softwarepaket
- 30 mm Filter und Vorsätze adaptierbar über optionalen Ring
- Farbe: Silber

Sony DSC-P100

Kleine, flache Cyber-shot mit effektiven 5,1 Megapixeln, Carl Zeiss Vario-Tessar 3fach Zoomobjektiv im eleganten metallic-silbernen Aluminiumgehäuse.



Ausstattungsmerkmale:

- 1/1,8" Super-HAD-CCD
- 5,3 Millionen Pixel / 5,1 Millionen Pixel effektiv
- Real Imaging Prozessor für schnelle Reaktionszeiten und energiesparenden Betrieb
- 3x optischer / 6x digital / 12x Smart-Zoom
- Objektivdaten 2,8 - 5,2 / 38 - 114 mm (im Vergleich zu KB)
- Verschlusszeit: 30 Sekunden - 1/2.000 Sekunde
- Auslöseverzögerung: 0,32 Sekunden (inkl. AF)
- 15fache Serienbildfunktion
- Optischer Sucher
- 4,6 cm Farb-LCD
- PictBridge-kompatibel
- Integrierter Blitz mit Vorblitz (Reduzierung Rote-Augen-Effekt)
- MPEG Movie VX fine (640 x 480 Pixel, 30 Bilder/Sekunde)
- Mehrzonen-AF / AF-Hilfslicht
- Fokus: AF (50 cm bis unendlich) / Makro AF (6 cm bis unendlich)
- Belichtungsmessung: Matrix (49 Felder) / Spot / Vorblitz
- Empfindlichkeit: Auto / ISO 100 / ISO 200 / ISO 400
- Neun Programmautomatiken
- Manuelle Einstellungen von Belichtung, Farbsättigung, Schärfe und Kontrast
- Speichermedium: Memory Stick (PRO)
- Anschlüsse: AV und USB 2.0
- Praktischer Anschluß an TV und PC über optionale Cyber-shot Station CSS-PHA
- Akku-Kapazität: 340 Bilder (maximal)
- Zubehör (Lieferumfang): Lithium-Ionen-Akku NP-FR1, Ladeadapter, 32 MB Memory Stick, USB- / AV-Kabel, umfangreiches Softwarepaket
- Abmessungen (BxHxT): 108 x 51,5 x 26,6 mm
- Gewicht: 158 Gramm
- Farbe: Silber

der grosse foto-katalog im Internet:
www.cat-verlag.de

Praktica DCZ 5.1

5,0 Mega Pixel Digitalkamera mit 1,6" TFT-Farbmonitor, 3-fach optischem Zoom, 4-fach digitalem Zoom und vielen Funktionen.



Ausstattungsmerkmale:

- 5,0 Mega Pixel CCD-Matrix
- 1,6" TFT-Farbmonitor
- 3x optischer und 4x digitaler Zoom
- 16MB Festspeicher, erweiterbar mit SD Card
- Objektiv f: 2,77-4,90 / 7,80-23,40 mm (entspricht Kleinbild 37-115 mm)
- Makro-Aufnahmemodus 20-70 cm
- Landschafts-Modus
- Portrait-Modus
- Nachtaufnahme-Modus
- Sport-Modus
- Belichtungskorrektur- und Weißabgleichskorrektur-Modus
- Bildwiedergabe mit Ton über TV möglich

Lieferumfang:

Digitalkamera, Tasche, Trageschleufe, 2 x 1,5 Volt Batterien, USB-Kabel, Videokabel und Software-CD mit Bildbearbeitungsprogramm, Anleitung

Praktica DCZ 5.1 1.34900

Praktica DCZ 3.2 S

3,3 Mega Pixel Digitalkamera mit 1,5" TFT-Farbmonitor und 4-fach Digitalzoom.



Ausstattungsmerkmale:

- 3,3 Mega Pixel CMOS Sensor
- Interpolation auf 6,6 Mega Pixel möglich (2.976x2.240)
- Integriertes Blitzgerät mit 2 Funktionen und Reduzierung des „Rote-Augen-Effekts“
- 16MB Festspeicher, erweiterbar mit SD/MM Card
- Objektiv f: 3,0 / 9,61 mm
- 4x Digitalzoom
- Energieversorgung durch 2x 1,5 Volt Batterien LR06 Typ AA
- PC/Web-Modus und Videosequenz-Modus
- Bildwiedergabe über TV möglich

Lieferumfang:

Digitalkamera mit Tasche und Trageschleufe, 2 x 1,5 Volt Batterien, USB-Kabel, Videokabel und Software-CD mit Bildbearbeitungsprogramm, Anleitung

Praktica DCZ 3.2 S 1.16900

Praktica DC 42

4,2 Mega Pixel Digitalkamera mit 1,6" TFT-Farbmonitor, 4-fach Digitalzoom und Videosequenz-Modus mit Ton.



Ausstattungsmerkmale:

- 4,2 Mega Pixel CCD-Matrix; Interpolation auf 6,0 Mega Pixel
- 4 Ausgabeauflösungen
- 16MB Festspeicher, erweiterbar mit SD Card
- Prakticar Objektiv f: 2,9 / 5,10 mm (entspricht bei KB 31 mm)
- Videosequenz- und PC/Webcam-Modus
- Belichtungskorrektur-Modus
- Energieversorgung durch 2 x 1,5 Volt Batterien LR06 Typ AA

Lieferumfang:

Digitalkamera, Tasche, Trageschleufe, 2 x 1,5 Volt Batterien, USB-Kabel, Software-CD mit Bildbearbeitungsprogramm, Anleitung

Praktica DC 42 1.19900

Exakta DC 4200

4,0 Mega Pixel Digitalkamera im Metallgehäuse mit 1,6" TFT-Farbmonitor und 3-fach optischem Zoom und 4-fachem Digitalzoom.



Ausstattungsmerkmale:

- 4,0 Mega Pixel CCD-Matrix
- Metallgehäuse
- 3x optischer Zoom und 4x digitaler Zoom
- Interpolation auf 5,5 Mega Pixel möglich (2.720x2.040)
- 4 Ausgabeauflösungen
- 16MB Festspeicher, erweiterbar mit SD/MM Card
- Integriertes Blitzgerät mit 4 Funktionen
- 5 Weißabgleichsmodi, Belichtungskorrekturmodus
- 3 Belichtungsmessungen (Matrix, Zentrum, Punkt)
- Objektiv f: 2,8-4,9 / 8,0-24,0 mm (entspricht KB 38-115 mm)
- Makro-Aufnahmebereich 15-50 cm
- Energieversorgung durch Lithium-Ionen Akku 3,7 Volt
- 3 Bildqualitätsmodi, 3 Farbeffektmodi, 3 Bildscharfeinstellmodi
- mehrere Programm-Modi, Soundfunktion
- Videosequenzaufnahme mit Ton, Bildwiedergabe über TV möglich

Lieferumfang:

Digitalkamera, Tasche, Trageschleufe, Lithium-Ionen Akku, Akku Ladegerät, USB-Kabel, Videokabel, Software-CD mit Bildbearbeitungsprogramm, Anleitung

Exakta DC 4200 1.29900

JETZT BESTELLEN!

Die Auflage ist erfahrungsgemäß
schnell vergriffen.

Große Werbeaktion zur Foto- Sommersaison!

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

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

Das attraktive Werbemittel
für den Fotohandel – kostenlos!



Sichern Sie sich jetzt Ihre
Exemplare der Broschüre

FOTO-SOMMER 2004

Senden oder faxen Sie den
Bestellcoupon bitte an:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
„FOTO-SOMMER 2004“

Postfach 1229
40832 Ratingen

Fax: 0 21 02 - 20 27 90

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

FOTO-SOMMER 2004

Ab 1.000 Exemplaren besteht die Möglichkeit des individuellen Firmeneindrucks.
Die Gebühr beträgt 43,50 € für die ersten 1.000 Exemplare und jeweils 19,90 € für
weitere 1.000 Exemplare (zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer).

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

Wir wünschen einen Firmeneindruck.

Wir wünschen eine eigene Preisliste.

Absender/Firma:

Name des Sachbearbeiters:

Postfach/Straße: PLZ/Ort:

Datum: Unterschrift:

Für Rückfragen: Tel. Nr.:

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

www.fotolabor.de ● 0228-623177

Kamera-Reparaturen

Nikon • Minolta • Minox
Coolpix • Coolscan

Nikon Vertragswerkstatt
Kompetent, preiswert, schnell

**KARL-HEINZ
HOPFAUER**
KAMERA
SERVICE GmbH

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

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

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



FOTO-, VIDEO-, HIFI-
REPARATUREN

HERBERT GEISSLER

Lichtensteinstraße 75

72770 REUTLINGEN-GÖNNINGEN

Telefon 0 70 72/92 97-0

Telefax 0 70 72/20 69

E-mail: Geissler-Reutlingen@t-online.de

www.geissler-service.de

Autorisierte
Vertragswerkstatt

Canon

Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Rollei

ZETT
Germany The Leica
Camera Group

Kodak

Mez

reflecta

BRAUN
PHOTO TECHNIK

Saeco
Kaffeautomaten

SOLIGOR
HARMAN/BECKER
AUTOMOTIVE SYSTEMS

nass

GmbH & Co. KG

foto • video • elektronik

Reparatur Service:

Foto-Film-Video-Kameras, Blitzgeräte,
Dia-Film-Overhead-Projektoren,
Digital-Kameras, Scanner,
Camcorder, Ferngläser

Vertragswerkstatt

Nikon **Rollei**

Feldstraße 4 30171 Hannover
tel. 0511-804007 fax 0511-889950
e-mail: nass.Kamera-service@t-online.de

FILM- u. VIDEOSERVICE

Filmkopien – Tonspuren

Videouberspielungen

Videokopien - Normwandlung

VHS - Serienkopien

CD / DVD Einzel- u. Mengenkopien

alle Formate

8, 9,5, 16 mm Filme

alle Systeme

enorm preisgünstig

schnell und preiswert

CHRIS-Filmtechnik GmbH Tel./Fax (089) 3 19 41 30
Frühlingstr. 67, 85386 ECHING bei München

Kameraservice SCHÄFER OHG



Hausanschrift

Moritzstraße 47
Ecke 1. Ring
65185 Wiesbaden

Postfachanschrift

Postfach 2767
65017 Wiesbaden

Telefon 0611/3 96 79
Telefax 0611/37 81 73

Öffnungszeiten

Mo - Fr 9 - 17 Uhr
Samstag 9 - 12 Uhr

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

DER TISCH

Das neue **DESKTOP**
Foto-Digital-Studio

Produktfotos in optimaler Qualität



Acrylplatte
59 x 69 cm
3 Flächenleuchten
für Auf- und
Durchlicht



Photo+Video
Technik

Unterlagen und Händlernachweis anfordern:

Amselstr. 23, 51149 Köln
Tel. 02203/16262, Fax 13567,
e-mail: info@cf-photo-video.de
www.fotolicht.de

Paepke – Fototechnik

GmbH & Co. KG

Seit mehr als 50 Jahren
autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica **Mez** **Rollei**

Kameras • Objektive
Dia-Projektoren
Blitzgeräte

Das Leica-Team
für Sucherkameras
und Projektoren

Rollei-Profi
Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

BOWENS
TRADING GMBH

Rollei

Neu: Produkte- und Systemberatung
Termine auf Anfrage

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

DGH
GROSSHANDEL

Wir haben das passende Zubehör!

20.000 Artikel von A - Z • 24 Stunden Lieferservice*



555,-

Bestellnr. 600724

ARCHOS AV 340 USB 2.0

- 3,8 Farb-LC-Display
320 x 240 Pixel (RGB)
- 40 GB Speicher
- MPEG4, MP3, AVI, DivX, JPEG
- TV-Anschluss



250,-

Bestellnr. 613499

METZ 54 MZ 4 STANDARD

- max. Leitzahl 54
- D-TTL Betrieb
- lediglich 2 Funktionstasten und ein Einstellrad für optimale Übersicht
- speziell für Digitalkameras optimiert



296,-

Bestellnr. 608802

EPSON STYLUS PHOTO R 800

- Tintenstrahldrucker
- DIN A4
- 5760 x 1440 dpi
- FireWire, USB 2.0

5 + 1: 5 gleiche Taschen bestellen - 1 Tasche kostenlos dazu!



NEUE TASCHENLINIE!

11,90

Bestellnr. 579892

DIFOX SPORTS 350 SCHWARZ

- strapazierfähiges 1680D Nylonmaterial
- Vortasche für Zubehör
- Innenmaße:
5,1 x 12,7 x 11,5 cm (B x L x H)



6,90

Bestellnr. 579850

DIFOX SPORTS 150 SCHWARZ

- strapazierfähiges 1680D Nylonmaterial
- Vortasche für Zubehör
- Innenmaße:
3,5 x 6,0 x 10,0 cm (B x L x H)



10,90

Bestellnr. 586486

DIFOX SMART 100 SCHWARZ

- strapazierfähige Tasche im Wildleder-Look
- Softinnenfutter
- Innenmaße:
1,9 x 4,7 x 9,0 cm (B x L x H)



53,90

Bestellnr. 488997

ANSMANN DIGISPEED 4

INKL. 4 AKKU NIMH 2200 MAH

- Super-Schnellladung
- für 1 - 4 Akkus Micro-Mignon
- Akkudetekterkennung
- Einzelschachtüberwachung
- Betrieb am Netz und mit 12V KFZ Bordspannung



SANDISK 1 GB SD CARD

312,60

Bestellnr. 564044



SANDISK CRUZER MICRO 256 MB

- USB-Speicherstick

45,55

Bestellnr. 608074

www.dgh.de

*Vorausgesetzt Sie sind im Nachtsprung der Deutschen Post AG erreichbar.

Kleinanzeigen • Angebote

LUMPP

Stative und Köpfe Sonderanfertigungen

T. 07121/52456 – F. 07121/52477

Internet: <http://people.freenet.de/h.lumpp>

E-Mail: Lumpp-Feinwerktechnik@t-online.de

Beam – CCS – Solafash-Halogenlampen
Horst von Bröckel – Studioblitzlicht
Fon: 04265/8772 Fax: 8792 www.ccs-licht.de

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Wir bieten

Foto-/Journalisten

(auch freiberufl. u. Berufsanfänger) und Verlagen Hilfe durch Vermittlungsdatei, Fachliteratur und -informationen, u.U. Ausstellung eines Presseausweises, Beratung, Unfallschutz, Internetforum, Medienversorgung und mehr.

Kostenlose Informationen:

DPV Deutscher Presse Verband e.V.
Stresemannstr. 375 • D-22761 Hamburg
Tel.: 040/8 99 77 99 • Fax 040/8 99 77 79
e-mail: dpv.hh@dpv.org • www.dpv.org

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

Tel. 0 89/6 51 99 75, Fax 6 51 99 81,
Mobil 01 71/2 68 83 30

Ideal für Existenzgründer

Modernes Fotogeschäft mit Portrait-Studio in süddeutscher Großstadt zu verpachten.

Gutes Paßgeschäft und Stammkunden vorhanden.

Chiffre 1237544

Foto-Aktienkurse

	15.3.2004	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa-Gevaert	EUR 21,45	23,60	22,35	23,90
Bayer	EUR 21,12	23,70	21,80	25,39
Canon	YEN 5.280	5.140	3.910	6.210
Casio	YEN 1.153	1.080	639	1.200
CeWe Color	EUR 17,71	20,45	17,75	21,30
Dow Chemical	USD 39,37	43,83	38,98	43,83
Du Pont	USD 42,30	44,78	41,55	46
Eastman Kodak	USD 26,23	29,15	25,30	30,95
Fujifilm	YEN 3.300	3.080	2.830	3.920
Hewlett-Packard	USD 22,36	22,91	22,06	26,12
Hitachi	YEN 758	674	366	788
ICI	GBP 219	224,25	194	247,25
Imation	USD 37,15	35,	34,65	38,81
Jenoptik	EUR 10,09	11,10	8,90	11,90
Konica/Minolta	YEN 1.326	1.288	800	1.708
Kyocera	YEN 8.300	7.460	5.570	8.830
Leica	EUR 5,36	5	4,80	5,45
Lintec Computer	YEN 1.705	1.567	919	1.830
Olympus	YEN 2.215	2.095	1.753	3.080
Samsung	KRW 525.000	555.000	449.000	571.000
Sharp	YEN 1.825	1.761	1.140	1.958
Sony	YEN 4.330	4.330	2.720	5.130
Spector	EUR 10,80	11,20	10,06	12,40
Toshiba	YEN 458	435	303	541
Varta	EUR 11,99	12	9,49	12

Wir verkaufen sehr preisgünstig Minilabs:

Kiss Leader Print: 9 x 13, 13 x 18, 18 x 24;

Kiss AK S 300: 9 x 13, 10 x 15 + APS

Tel. 03 83 26 / 22 11 • Fax 03 83 26 / 22 11

Inserenten-Verzeichnis

AZ-Video.....	6	Konica Minolta.....	41
Bremaphot.....	7	Loersch.....	55
Brückner.....	15	Noritsu.....	11
C.A.T.-Verlag.....	51, 61	Photo + Medienforum ...	29
Canon.....	66, 3. U., 4. U	Ritter & Wirsching.....	31
Casio.....	2. U., 25	Sanyo.....	21
CeWe.....	13	VGP.....	47
Fujicolor.....	17	Walther.....	27
Jobo.....	53	Kleinanzeigen.....	62-65
Kodak.....	45		

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

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

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Dipl. Kfm. Andreas Blömer
Birgit Hölker-Schüttler, M.A.

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

Neuheitenredaktion:

Theo Six

Redaktion profi-contact:

Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff,
Ulrich Vielmuth

Anzeigen:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Ralf Gruna
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 31 v. 1. Januar 2004

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach, Theo Six

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:

Printpartner Digitaldruck GmbH, Bocholt

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

imaging+foto-contact erscheint zum 1. des Monats, außer am 1. Januar.
Der Abonnementspreis beträgt:
Inland: 38,50 € jährlich
Ausland: 60,00 € jährlich
Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1430-1121

Analoge High-Tech-Kompaktkamera mit Vierfachzoom:

PRIMA SUPER 150u Date

Features PRIMA SUPER 150u Date:

- ▶ Modern, superkompakt und leicht
- ▶ Elegantes Design
- ▶ 4fach Zoom 38-150 mm
- ▶ Macro bis 60 cm über alle Brennweiten
- ▶ AiAF-Autofokussystem
- ▶ 6 Belichtungsprogramme (PIC)
- ▶ 5 Custom-Funktionen
- ▶ 4 Blitzmodi
- ▶ Integrierte Datumseinbelichtungsfunktion



Preis:

PRIMA SUPER 150u Date 179,99* EUR

Die neue Prima Super 150u QD stellt sich jetzt als eine der kleinsten analogen Kompaktkameras mit Vierfachzoom vor. Mit einem Zoombereich von 38 bis 150 mm und zahlreichen High-Tech-Funktionen macht sie das Fotografieren noch einfacher und präziser.

Bei der Prima Super 150u QD ist es den Entwicklungsingenieuren von Canon gelungen, durch Miniaturisierung beim Zentralverschluss und beim Blitzreflektor sowie durch den Einbau eines extrem kleinen CMOS-Sensors für die Belichtungsmessung die gesamte High-Tech-Ausstattung in einem ca. 107 x 58,7 x 51,5 mm kleinen und etwa 200 g leichten Gehäuse unterzubringen. So bietet diese

analoge Kompaktkamera ein Motorzoom 5,6-11,3/38-150 mm, das aus neun Linsen besteht, zwei davon sind asphärisch. Das passive Autofokussystem ermöglicht die brennweitenabhängige Wahl von drei aus sieben AF-Meßfeldern. Im Makromodus liegt die Naheinstellgrenze bei 0,6 m. Bei kritischen Lichtsituationen sorgt die 16-Zonen-Mehrfeldmessung für die korrekte Belichtung. Möglich ist auch eine Belichtungskorrektur von +/-1,5 EV. Die häufigsten Aufnahmesituationen meistert die Prima Super 150u Date entweder vollautomatisch oder mit einem der weiteren fünf Belichtungsprogramme: Action, Porträt, Nachtporträt, Makro sowie Schnappschüsse im Real Time-Modus, wobei die Auslöse-

verzögerung bei aktiviertem zentralen AF-Meßfeld lediglich 0,03 Sekunden beträgt. Der Verschlusszeitenbereich reicht von 2 bis zu 1/305 Sekunden. Weitere Features: Fünf Individualfunktionen, eingebautes Zoom-Blitzgerät mit automatischer Zündung bei schwachem Licht und Gegenlicht, Selbstauslöser mit zehn Sekunden Vorlaufzeit, automatische Empfindlichkeitseinstellung, motorischer Filmtransport und eingebaute Datenrückwand mit automatischem Kalender.

Die im hochwertigen Metallic-Look gestylte Kompaktkamera kommt gerade zur rechten Zeit, so daß Ihre Kunden gleich einfach und präzise die schönsten Frühlingsschöne im Bild festhalten können.

Die schnellen analogen SLR-Kameras jetzt noch preisgünstiger für den Einsteiger : *EOS 300V und EOS 3000V*

Mit der EOS 300V und der EOS 3000V hat Canon zwei analoge Kameras im Programm, die besonders für die Einsteiger in den Bereich der Spiegelreflex-Fotografie interessant sind. Neben ihrer üppigen Ausstattung überzeugen beide auch durch ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis, das durch die Kits noch interessanter wird.

Die EOS 300V/3000V verfügen über einen superschnellen Autofokus auf Profiniveau. Sieben AF-Meßfelder sorgen für eine blitzschnelle und hochpräzise automatische Fokussierung. Die zuverlässige Belichtungsmessung (35-Zonen Mehrfeld-, Selektiv- und mittigenbetonte Messung) sorgt auch bei schwierigen Lichtverhältnissen für einwandfreie Ergebnisse. Trotz High-Tech-Design im Cool-Silver-Look liegen beide Kameras gut in der Hand durch die kompakten Abmessungen, das geringe Gewicht und den großzügig dimensionierten und ergonomischen Kameragriff. Das zentrale Bedienelement ist das bewährte EOS-Wahlrad. Die Bedienung ist sehr einfach ausgelegt und erschließt sich intuitiv. Ein großer LCD-Monitor auf der Kamerarückseite informiert über alle wichtigen Kameraeinstellungen. Die weitgehende Kompatibilität mit dem umfangreichen EOS System läßt bei Objektiven und Zubehör keine Wünsche mehr offen. Da die EOS 300V noch über einige zusätzliche Features verfügt, bleibt die Qual der Wahl.



Preise:

EOS 300V Gehäuse	229,00* EUR
EOS 300V QD Gehäuse	249,00* EUR
EOS 300V 28-90 II Kit	299,00* EUR
EOS 300V 28-105 Kit	329,00* EUR
EOS 300V 28-300 DZ-Kit	449,00* EUR

Preise:

EOS 3000V Gehäuse	169,00* EUR
EOS 3000V 28-90 II Kit	209,00* EUR
EOS 3000V 28-300 DZ-Kit	329,00* EUR



Drei Neue für die Kultserie: *Digital IXUS IIs – Digital IXUS 430* *Digital IXUS 500*



Digital IXUS IIs

- ▶ 3,2 Megapixel CCD-Sensor
- ▶ 2fach optisches Zoomobjektiv
- 35-70 mm äquivalent Kleinbild
- ▶ Elegantes Metallgehäuse
- ▶ 9 Punkt AiAF
- ▶ DIGIC-Bildprozessor, iSAPS
- ▶ Intelligenter Orientierungssensor
- ▶ Histogramm-Anzeige bei Bildwiedergabe
- ▶ Tonaufzeichnung zu jedem Bild
(max. 60 s pro Bild)
- ▶ **Neu:** Print/Share Taste
- ▶ **Neu:** Paßfoto- und Movie-Print
- In Verbindung mit Canon Card Photo Printern
- ▶ **Neu:** Oberflächenfinish: Silver White

Preis:

Digital IXUS IIs 349,00* EUR

Digital IXUS 430

- ▶ 4,0 Megapixel CCD-Sensor
- ▶ 3fach optisches Zoomobjektiv
- 36-108 mm äquivalent Kleinbild
- ▶ Elegantes Metallgehäuse
- ▶ 9 Punkt AiAF
- ▶ DIGIC-Bildprozessor, iSAPS
- ▶ Intelligenter Orientierungssensor
- ▶ Histogramm-Anzeige bei Bildwiedergabe
- ▶ Tonaufzeichnung zu jedem Bild
(max. 60 s pro Bild)
- ▶ **Neu:** Print/Share Taste
- ▶ **Neu:** Paßfoto- und Movie-Print
- In Verbindung mit Canon Card Photo Printern
- ▶ **Neu:** Quick-Shot Funktion

Preis:

Digital IXUS 430 429,00* EUR

Digital IXUS 500

- ▶ **Neu:** 5,0 Megapixel CCD-Sensor
- ▶ 3fach optisches Zoomobjektiv
- 36-108 mm äquivalent Kleinbild
- ▶ Elegantes Metallgehäuse
- ▶ 9 Punkt AiAF
- ▶ DIGIC-Bildprozessor, iSAPS
- ▶ Intelligenter Orientierungssensor
- ▶ Histogramm-Anzeige bei Bildwiedergabe
- ▶ Tonaufzeichnung zu jedem Bild
(max. 60 s pro Bild)
- ▶ **Neu:** Print/Share Taste
- ▶ **Neu:** Paßfoto- und Movie-Print
- In Verbindung mit Canon Card Photo Printern
- ▶ **Neu:** Quick-Shot Funktion
- ▶ **Neu:** Movie-Auflösung max. 640 x 480 Pixel

Preis:

Digital IXUS 500 499,00* EUR

Print/Share Taste – für noch einfacheres Drucken und Überspielen von Bildern auf einen Windows PC

Paßfoto-Print – Möglichkeit, Bilder in

Paßbildgröße direkt und ohne Umweg über den PC auf einem Canon Card Photo Printer auszudrucken

Movie-Print – Möglichkeit, Einzelbilder

einer Filmsequenz direkt über einen Canon Card Photo Printer hintereinander auszudrucken, um z. B. Bewegungsabläufe beim Sport zu kontrollieren