

imaging

+foto **contact**

4/2005

€ 3,50 ISSN 1430 - 1121

34. Jahrgang 30605

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

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Die neue EXILIM Pro EX-P505 von CASIO



**Klein und leicht mit
manueller Kontrolle für
kreatives Fotografieren**



Get the big business.

Die exklusive EXILIM Digitalkamera Kollektion mit atemberaubenden Neuheiten.

Die EXILIM Digitalkamera Kollektion begeistert mit ihrer innovativen Modell- und Ausstattungsvielfalt. Wie z. B. die neue EXILIM Pro EX-P505, die sowohl MPEG4-Movies als auch Fotos in professioneller Qualität ermöglicht. Oder die EXILIM Zoom EX-Z57, die mit ihrem extragroßen 2,7 Zoll TFT-Farbdisplay fasziniert. Entdecken Sie auch die neue EX-Z750 mit 7,2 Megapixel oder die ultraflache EXILIM Card EX-S100 mit „keramischer Linse“. EXILIM – get the big picture & the big business.

.....5,0 Mega
Pixel



2,7 Zoll
TFT-Farbdisplay
6,9 cm



EX-Z57

EX-Z57

extragroßes 2,7 Zoll TFT-Farbdisplay
2-stufige Displayhelligkeit
3fach optischer Zoom
Movie mit Ton
in ca. 1,6 Sek.* betriebsbereit
BESTSHOT

EX-Z750

großes 2,5 Zoll TFT-Farbdisplay
3fach optischer Zoom
Highspeed-Serienbildaufnahme
manuelle Einstellmöglichkeiten
MPEG4-Movie mit Ton
AV-Ausgang über Dockingstation

.....7,2 Mega
Pixel



EX-Z750

EX-P505

schwenkbares 2 Zoll TFT-Farbdisplay
5fach optischer Zoom
MPEG4-Movie mit Stereo-Ton
Super Makro bis 1 cm
Auto Pop-up Blitz
AV-Ausgang



EX-P505

.....3,2 Mega
Pixel



EX-S100

.....5,0 Mega
Pixel



EX-S100

ultraschnell & ultrakompakt
„keramische Linse“
2,8fach optischer Zoom
2 Zoll TFT-Farbdisplay
in ca. 1,4 Sek.* betriebsbereit
Auslöseverzögerung ca. 0,01 Sek.**

EXILIM
ZOOM

EXILIM
PRO

EXILIM
CARD

* Blitz aus, ohne Speicherkarte, ** nach Fokussierung, Blitz aus



Zum Titelbild: Die neuen Exilim-Modelle für kreatives Fotografieren



Mit den kürzlich vorgestellten neuen Modellen der Exilim-Familie spricht Casio gezielt Hobbyfotografen an, die von einer Digitalkamera mehr als den schnellen Schnappschuß oder den kurzen Videoclip erwarten. Die zahlreichen manuellen Einstellmöglichkeiten der Exilim Pro EX-P505 und der Exilim EX-Z750 geben den Anwendern die Möglichkeit, das Bildergebnis nach klassischen fotografischen Kriterien zu beeinflussen und ihre Fotos kreativ zu gestalten. Dabei brauchen sie auf die Exilim-typische Kompaktheit und Eleganz nicht zu verzichten. **Seite 28**

Bildherstellung stand im Fokus der PMA



Strahlender Sonnenschein und das hochmoderne Orange County Convention Center in Orlando, Florida (USA), boten die perfekten Rahmenbedingungen für die PMA 2005, die mit mehr als 750 Ausstellern einmal mehr ihren Anspruch als größte internationale Fotomesse nach der photokina unterstrich. Angesichts der Tatsache, daß die immer noch wachsenden Verkäufe von Digitalkameras bald ihren Höhepunkt erreicht haben werden, konzentrierte sich das Messegesehen vor allem auf die Herstellung von Bildern. **Seite 8**

Handys legen bei Imaging-Funktionen zu

Mit Blick auf das Zusammenwachsen von Telekommunikation und Fotografie waren auf der CeBIT 2005 vier Trends zu beobachten. Der für die Fotobranche wichtigste: Mobiltelefone mit integrierter Zwei- oder Drei-Megapixelkamera werden in diesem Jahr Standard in der gehobenen Preisklasse. Die meisten dieser Geräte sind zusätzlich mit Autofokussystemen, deutlich verbesserten Bildverarbeitungsalgorithmen und Speicherkapazitäten bis in den Gigabytebereich ausgestattet. Selbst für Skeptiker im Fotohandel dürfte damit die Zeit gekommen sein, diese Ertragsbringer in ihr Portfolio einzubeziehen. **Seite 34**



imaging+foto-contact-Interviews



Seit Anfang des Jahres ist Mark Lansu als Vertriebsdirektor Independent Retail für das Deutschland-Geschäft von AgfaPhoto verantwortlich (mit Ausnahme des zentralgesteuerten Großlaborbereichs). imaging+foto-contact hat mit dem gebürtigen Holländer, der nach eigenen Worten mit dem Fotohandel und Minilabs bei Agfa aufgewachsen ist, über seine Ziele im Deutschland-Geschäft gesprochen. **Seite 20**



Mit einem ausgesprochen respektablen Stand hat Nokia auf der PMA ein klares Signal in Richtung Fotobranche gesetzt. Gezeigt wurden nicht nur die neuesten Fotohandys des finnischen Herstellers, sondern auch zahlreiche Bildanwendungen. ifc fragte David Watkins, Director Imaging Business, North America, Multimedia bei Nokia, welche Ziele sich das Unternehmen in der Imagingbranche gesetzt hat. **Seite 38**

Neue digitale Minilabs der SMI Gruppe



Eine neue Minilabfamilie unter dem Namen „MarKo Line“ hat die SMI Gruppe vorgestellt. Das Unternehmen, unter dessen Dach der italienische Hersteller San Marco Imaging und die frühere Minilab-Division von Gretag Imaging vereinigt wurden, setzt dabei auf ein modulares Konzept, das den Einstieg in die Selbstverarbeitung leicht machen soll. SMI Minilabs werden in Deutschland von Dohm vertrieben. **Seite 24**

Neues Frontier 550 Minilab von Fujifilm

Mit dem Frontier 550 hat Fujifilm ein weiteres digitales Minilab ins Programm genommen. Das Gerät kann Bilder im Minutenservice produzieren und unterscheidet sich von dem auf der photokina vorgestellten Frontier 570 durch eine geringere Kapazität und einen niedrigeren Anschaffungspreis. Es ist deshalb auch für Standorte mit geringerem Bildvolumen geeignet. Die kurze Verarbeitungszeit wird durch Verwendung des Fujicolor Crystal Archive Papiers Typ 02 im CP-49E-Prozeß erreicht. **Seite 27**

Neue Displaylösungen für den Point of Sale

„Trotz der Verbreitung des Internets und der Entwicklung alternativer Vertriebskanäle spielen Point of Sale-Displays auch weiterhin eine wesentliche Rolle im Einzelhandel, denn nach wie vor wird die Mehrzahl der Kaufentscheidungen direkt im Laden getroffen“, meinte Tom Byrnes, Director of Marketing Retail Programs bei Planar Systems, in einem Gespräch mit imaging+foto-contact. „Herkömmliche PoS-Lösungen erfüllen aber nicht mehr die Anforderungen des Marktes.“ Eine Lösung, die auf dem aktuellen Stand der Zeit ist und gleichermaßen den Bedürfnissen von Händlern und Konsumenten entspricht, sollen die neuen Flachbilddisplays darstellen, die der US-amerikanische Hersteller Planar Systems auf der Messe EuroShop in Düsseldorf vorstellte. **Seite 16**



Zum Titelbild

Die neuen Exilim-Modelle von Casio fördern das kreative Fotografieren mit Digitalkameras ... **28**

Editorial

Der doppelte Starbucks **5**

Wirtschaftspolitische Kommentar

Schröders perfide Dialektik **51**

Internationale Messen

Sonnige Messtage auf der PMA 2005 **8**

CeBIT 2005: Eher unterbelichtet **18**

Bilddienstleistungen

SMI Gruppe stellt neue digitale Minilab-Generation vor: Kompakt und vielseitig. **24**

Neues Frontier 550 Minilab von Fujifilm **27**

CeWe Color bietet umfassende Werbemittel an ... **42**

Handel

Planar Systems stellt neue Displaylösungen für den Point of Sale vor **16**

Ringfoto Meyer in Berlin hat umgebaut. **41**

H. D. Lehmann: Frühlingsstimmen **49**

Foto + Telekommunikation

Digitalkameras mit zwei oder drei Megapixeln werden in Mobiltelefonen zum Standard **34**

Drei neue Handys in Nokias Mid-Range-Portfolio. **39**

Sonys ultraflache Cyber-shot T7

Mit der Entwicklung und technischen Umsetzung der neuen ultraflachen Cyber-shot T7 schreibt Sony ein Stück Digital-kamera-Geschichte. Das neue Designmodell bringt es an seiner schmalsten Stelle gerade einmal auf 9,8 Millimeter und lässt trotzdem nichts in Sachen modernster Fototechnik vermissen. Mit der Cyber-shot T7 wendet sich Sony an die „Early Adopters“, also Konsumenten, die schon früh in das Thema Digitalfotografie eingestiegen sind, und heute zu den ersten gehören, die sich für neue Kamera-Modelle interessieren.



Seite 33

Neue Druckermodelle von Canon

Canon hat mit dem Pixma MP760 seine Range der Tintenstrahl-Multifunktionssysteme um einen „Fotospezialisten“ erweitert. Das Gerät wartet mit einer Auflösung von 4.800 x 1.200 dpi und einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 25 Seiten schwarzweiß pro Minute auf. Und mit dem Thermo-sublimationsdrucker Selphy CP600 bringt das Unternehmen den ersten mobilen Fotodrucker auf den Markt, der mit canon-eigenem Digic II Bildprozessor ausgerüstet ist.



Seite 32

imaging+foto-contact-Interviews

Mark Lansu, Vertriebsdirektor Independent Retail, AgfaPhoto Germany GmbH:

Die Rolle spielen, die uns zusteht. **20**

David Watkins, Director Imaging Business, North America, Multimedia bei Nokia: Erst gedruckte Fotos zeigen die Bildqualität. **38**

Nachrichten **6, 14, 22**

Video

Ulrich Vielmuth: Vom Umgang mit Lithium-Ionen-Akkus **50**

Neuheiten **23, 26, 40**

Neuer Fujichrome Velvia 100 Professional. **27**

Die neuen Exilim-Modelle für kreatives Fotografieren **28**

Die Caplio-Familie von Ricoh erhält Zuwachs. **30**

Zwei neue Digimax-Modelle von Samsung **31**

Neue Pixma und Selphy Drucker von Canon. **32**

Sony präsentiert das flachste Cyber-shot-Modell. . **33**

Leserbriefe **53**

der grosse foto-katalog

Nachträge. **45**

Literatur **52**

Rechtstips **44**

Klein- und Personalanzeigen **54**

Impressum **57**

Kaffee sollte nicht nur heiß und reichlich sein, sondern gut

Der doppelte Starbucks

Eines der meistgenannten Unternehmen auf der PMA stellte dort gar nicht aus: Es war die amerikanische Kaffeehauskette Starbucks, die ja auch in Deutschland aktiv ist. Dabei wurde das erfolgreiche Unternehmen, das im vergangenen Jahr mit 5,3 Milliarden US-\$ Umsatz einen Nettogewinn von 390 Millionen Dollar erzielte, gleich in doppelter Weise für die Foto- und Imagingbranche zum Leitbild ernannt.

In einer Hinsicht zu Recht, denn Starbucks ist ein Musterbeispiel für Qualitätsmarketing: Noch vor zehn Jahren hatte Kaffee in den USA durchweg die Qualität von Spülwasser – und wurde auch zu ähnlichen Preisen verkauft. Für 0,75 US-\$ konnte man sich in jedem ordentlichen Coffee-Shop so lange nachschenken lassen, wie man wollte. Dann änderte Starbucks die Kaffee-Kultur: In kleinen Läden, oft als Shop-in-Shop, auf Flughäfen und in Hotels schenkte man erstklassigen Kaffee aus, und zwar in zahlreichen Variationen – als Espresso, Cappuccino, Latte Macchiato, als klassischer Mokka und in jüngster Zeit immer häufiger auf Wunsch auch mit Vanille, Mandel oder sonst einem Aroma. So ein Getränk kostet bei Starbucks mindestens drei oder vier Dollar oder Euro, und die Leute zahlen es gerne. Denn sie bekommen eine hervorragende Qualität und haben eine große Auswahl. Und mit gekanntem Marketing hat es das Management verstanden, diese Botschaft auch an die Konsumenten zu bringen. Heute gibt es rund 9.000 Starbucks Geschäfte in Nord- und Lateinamerika, Europa, dem Mittleren Osten und dem Pazifischen Raum.

Es wäre zu schön, wenn es der Foto- und Imagingbranche gelingen würde, dieses Paradigma auf das Bilder-geschäft zu übertragen und aus dem fast wertlos gewordenen Billigartikel „Foto“ wieder ein echtes Qualitätsprodukt zu machen. Die Digitaltechnik bietet dazu die Voraussetzungen: Es ist viel einfacher als früher, den Kunden eine große Auswahl ganz unterschiedlicher Bildprodukte anzubieten – und das in hoher Qualität und bitte auch zu einem hohen Preis. Zwar muß man zugeben, daß auch das billigste Großlaborbild viel besser ist als das Schlubberwasser, was man früher in den USA als Kaffee verkauft hat. Aber grundsätzlich spricht nichts dagegen, es mit dem Starbucks Marketing-Konzept auch in der Fotobranche zu versuchen.

Das ist die gute Nachricht, und jetzt kommt die schlechte: nämlich der zweite Zusammenhang, in dem in Orlando geradezu penetrant von den einheimischen Kaffeespezialisten die Rede war. Die sollen nämlich, so malten es einige Hersteller von Kiosks an die Wand, in Zukunft auch Bilder verkaufen. Bei einer guten Tasse Kaffee, so wurde mehrfach vorgeschlagen, könnten die bisherigen Kunden des Fotohandels vor einem Terminal sitzen, ihre Bilder aussuchen, bearbeiten, vielleicht sogar über das Internet versenden und vor allen Dingen ausdrucken – zu Starbucks Preisen, versteht sich. Alles kalter Kaffee? Von wegen: Starbucks macht gerade die ersten Schritte ins Musikgeschäft und dürfte auch vor Bildern nicht bange sein. Und wer das Kaffee-Beispiel nicht überstrapazieren möchte, der stelle sich jetzt

bitte die Kiosks an Tankstellen, bei McDonalds oder an anderen Plätzen vor, wo Menschen häufig hingehen und sich eine Weile aufhalten. Entsprechende Versuche laufen ja bekanntlich schon in Deutschland, zum Beispiel bei McDonalds und bei der Post.

Natürlich liegt der Einwand nahe, daß Kiosk-Bilder naturgemäß zu teuer sind, um gegen die überall beworbenen Billig-Angebote Erfolg haben zu können. Das Kaffee-Beispiel zeigt allerdings, daß dies nicht so sein muß. Starbucks hat das Geschäftsmodell einer ganzen Branche auf den Kopf gestellt und in einem Billigmarkt eine Hochpreis-Philosophie realisiert, weil Qualität, Angebot und Marketing stimmten. Niemand kann garantieren, daß das bei Bildern auch funktioniert. Schon gar nicht kann jemand garantieren, daß ausgerechnet Starbucks Erfolg mit Fotos haben wird, denn die Marke riecht nach Kaffee. Und Starbucks Mitarbeiter können zwar guten Kaffee kochen, aber nicht unbedingt Bilder verkaufen. Das aber kann der Fotohandel – und er muß es auch tun, und zwar alle Bildprodukte, für die es Nachfrage gibt. Wer heute meint, die eine oder andere Nische nicht besetzen zu müssen, weil sie nur ein Prozent vom Umsatz ausmacht, muß sich nicht wundern, wenn er morgen die 99 Prozent auch noch verliert. Die Industrie wird jedenfalls immer weniger bereit sein, auf den Fotohandel zu warten – auch wenn sie Gefahr läuft, daß Bilder dann in branchenfremden Vertriebsstellen als fünftes Rad am Wagen vermarktet werden.

Th. Blömer

CeWe Color gibt vorläufige Zahlen bekannt

Die CeWe Color Holding AG hat einen Cash Flow von 45,4 Millionen Euro und das Ergebnis vor Steuern (EBT) von 14,2 Mio. Euro gemeldet. Mit diesen Zahlen liegt das Unternehmen weit über den zuletzt genannten Zielwerten von 40 Mio. Euro bzw. zehn Millionen Euro. Einer Pressemitteilung zufolge erzielte CeWe im Jahr 2004 einen Umsatzzuwachs von drei Prozent auf 428,5 Millionen Euro (Vorjahr 416,2 Millionen Euro). Der Absatz von Farbfotos steigerte sich um 3,9 Prozent von 3,4 Milliarden Stück auf über 3,5 Milliarden Stück. Der Anstieg an Digitalfotos auf 508,6 Millionen Stück (Vorjahr 170,3 Millionen Stück) hatte daran maßgeblichen Anteil. Zudem stieg der Absatz von Image CDs um 19,4 Prozent von 4,1 Millionen auf 4,8 Millionen Stück. Durch diese positive Ergebnisentwicklung konnte CeWe 2004 mit 42,5 Millionen Euro nahezu denselben Cash Flow erzielen wie im Jahr 2003. Laut Aussage von Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG, konnte die Unternehmensgruppe im vierten Quartal 2004

ihren Marktanteil im industriellen Fotofinishing in Deutschland auf 45 Prozent und in Kontinentaleuropa auf über 40 Prozent steigern. Im Geschäftsjahr 2005 will das Unternehmen die Umsatz- und Ergebniszahlen des Jahres 2004 noch übertreffen.

Aufsichtsrat der AgfaPhoto GmbH konstituiert

Auf seiner ersten, konstituierenden Sitzung hat der Aufsichtsrat der AgfaPhoto GmbH, Leverkusen, Dr. Hartmut Emans, Geschäftsführender Gesellschafter der Nanno Beteiligungsholding, München, zum Vorsitzenden und Frank Löllgen, Bezirksleiter Leverkusen der Gewerkschaft IGBCE, zum stellvertretenden Vorsitzenden gewählt. Nanno ist Mehrheitsgesellschafter der eigenständigen AgfaPhoto-Gruppe, die zum 1. November 2004 aus dem früheren Geschäftsbereich Consumer Imaging von Agfa-Gevaert hervorgegangen ist.

Dem zwölf Mitglieder umfassenden Aufsichtsrat gehören je sechs Vertreter der Anteilseigner und der Arbeitnehmer an. Vertreter der Anteilseigner sind: Dr. Hartmut Emans, Geschäfts-

führender Gesellschafter der Nanno Beteiligungsholding, München; Kasimier Arciszewski, Mitgründer und Geschäftsführer des Telekommunikationsunternehmens Speech Design, Germering; Rechtsanwalt Winfried Klöpper, Seniorpartner der Kanzlei Beiten Burkhard, München; Staatssekretär a.D. Dr. Johannes Ludwig, Executive Director der Gemeinschaft der Europäischen Bahnen und Infrastrukturgesellschaften (CER), Brüssel; RA Hans-Jürgen Mohr, Mitglied des Vorstands der Agfa-Gevaert-Gruppe und Arbeitsdirektor der AG von 1986–1991, danach bis April 2000 Mitglied des Vorstands der Bayer AG sowie Wolfgang Reuther, bis Februar 2005 Seniorpartner der Beteiligungsgesellschaft Permira, München.

Die Arbeitnehmer werden vertreten durch: Frank Löllgen, Bezirksleiter IGBCE Leverkusen; Bernd Dykstra, Gesamtbetriebsrats- und Betriebsrats (BR)-Vorsitzender Leverkusen; Josef Hoke, BR-Vorsitzender Peiting; Dr. Dirk Hübner, Vertreter der Leitenden Angestellten, Leverkusen, Friedhelm Hundertmark, Stellv. Landesbezirksleiter IGBCE LB Bayern und Wolfgang Kage, BR Windhagen.

imaging+foto-contact-Gründer Hans Joseph Blömer feierte den 80. Geburtstag

Am 22. März hat Hans Joseph Blömer, Gründer und langjähriger Geschäftsführer des C.A.T.-Verlages, seinen 80. Geburtstag gefeiert. Der gelernte Druckfachmann gründete bereits 1956 gemeinsam mit den Inhabern einer Düsseldorfer Großdruckerei seinen ersten Verlag für Fotofachzeitschriften, den er im Laufe der folgenden 15 Jahre zu einem führenden Unternehmen dieser Branche in Europa ausbaute.

Nach seinem Ausscheiden Ende 1971 folgte 1972 gemeinsam mit seiner Ehefrau Eleonore die Gründung des C.A.T.-Verlages, zunächst mit den Publikationen foto-contact (heute imaging+foto-contact), der grosse foto-katalog und Saisonprospekten für den Fotohandel. Wenige Jahre später machte er zusätzlich sein Hobby zum Beruf und gründete mit „golf-contact“ die damals zweite deutsche Golfzeitschrift. Von 1982 an weitete er die Foto-Aktivitäten

des C.A.T.-Verlages mit der Gründung der englischsprachigen Zeitschrift INTERNATIONAL CONTACT über die deutschen Grenzen hinaus aus. Seit 1990 verlegt der C.A.T.-Verlag zudem Publikationen für die europäischen Mitglieder des in den USA beheimate-



ten internationalen Branchenverbandes Photo Marketing Association. Ebenfalls 1990 startete der C.A.T.-Ver-

lag mit dem Titel „PrePress“ in die grafische Industrie. Im Jahr 2000 folgte mit der Gründung der Fachzeitschrift PoS-MAIL die Ausweitung der verlegerischen Aktivitäten in den Bereich Neue Consumer Electronics. Für seine Verdienste um die Fotobranche wurde Blömer unter anderem mit der „Goldenen Nadel der photokina“ und dem „Distinguished Service Award“ der PMA ausgezeichnet.

Im Laufe der vergangenen zehn Jahre gab Blömer die operative Verantwortung für die Publikationen des C.A.T.-Verlages schrittweise in die Hände seiner Söhne Thomas und Andreas und zog sich Ende 2004 auch offiziell aus der Geschäftsleitung zurück. Weiterhin nimmt er am Branchengeschehen regen Anteil. ifc-Lesern ist er unter anderem durch seine ständige Kolumne „Unser wirtschaftspolitischer Kommentator“ vertraut.

CAMERA

Easy C-480 Zoom



- 4,0 Mio. Pixel CCD
- 4,6 cm//1,8" LCD-Monitor
- 3-fach optischer Zoom
- 15 Aufnahmeprogramme
- 14 MB interner Speicher

Digital SLR E-300 Kit mit 14-45 mm Objektiv und FL 36

- 8 Mio. Pixel
- FourThirds Full Frame Transfer CCD Bildsensor
- Im Kit mit 14-45 mm ZUIKO DIGITAL Zoom-Objektiv
- Extrem kompaktes Design
- FL-36
- Hohe Leitzahl auch bei Weitwinkel
- Super FP-Modus, exklusiv bei Olympus



Ideal für alle Einsteiger in die Welt der digitalen Spiegelreflex-Fotografie

μ DIGITAL 500



- 5 Mio. Pixel
- 6,4 cm HyperCrystal LCD
- 3-fach optischer Zoom
- TruePic TURBO
- Wetterfestes Metallgehäuse

Hansephot
Photo-Großhandel GmbH

Mecklenburger Str. 5 • 18184 Broderstorf/OT Neuendorf

Telefon: 03 82 04-68 60 • Telefax: 03 82 04-6 86 90

e-mail: info@hansephot.de

Sonnige Messetage auf der PMA 2005

BILDER-KONZEPTE



Strahlender Sonnenschein und das hochmoderne Orange County Convention Center in Orlando boten perfekte Rahmenbedingungen für die PMA 2005, die mit mehr als 750 Ausstellern einmal mehr ihren Anspruch als größte internationale Fotomesse nach der photokina unterstrich. Angesichts der Tatsache, daß die immer noch wachsenden Verkäufe von Digitalkameras bald ihren Höhepunkt erreicht haben werden, konzentrierte sich das Messegeschehen vor allem auf die Herstellung von Bildern.



Auch in diesem Jahr war das „Visionary Panel“, die von dem ehemaligen CNN Anchorman Stuart Varney moderierte „Elefantenrunde“ mit Top-Managern aus der Foto- und Imaging-Industrie, ein besonderer Höhepunkt des Vortragsprogramms. In diesem Jahr nahmen Jeff Hallock vom Mobilfunkbetreiber Sprint, Vyomesh Joshi von Hewlett-Packard, Hisatoyo Kato von Fujifilm, Bernard Masson von Kodak, John Lang von Epson und Josh Weisberg von Microsoft an der Podiumsdiskussion teil, die simultan auf deutsch, portugiesisch, spanisch, französisch und japanisch übersetzt wurde. Die kurzweilige Debatte machte die unterschiedlichen Interessen der verschiedenen Unternehmen deutlich, betonte aber auch Gemeinsamkeiten, zum Beispiel die Herausforderung, das Drucken von Bildern – ob zu Hause oder beim Handel – noch einfacher zu machen. Dabei werden Bilder immer stärker als Teil der gesamten digitalen Unterhaltungswelt gesehen, zu der auch Musik, Spiele oder Videos gehören. Ein Höhepunkt war mit Sicherheit die selbstbewußte Aussage von HP Imaging Chef Vyomesh Joshi, Inkjet-Druck sei bereits heute besser als chemisches Fotopapier (Gelächter im Publikum), ein weiterer der bühnenreife Protest von Bernard Masson, Präsident von Kodaks Digital & Film Imaging Systems Geschäft, auf Varneys Frage, ob der Film schon tot sei. Einhellige Zustimmung gab es dagegen bei der Forderung, Standards zu entwickeln, mit denen Bilder in die neuen, mobilen, digitalen Geräte zur Unterhaltung (Stichwort iPod) integriert werden können.

in Orlando

Natürlich waren auch Digitalkameras überall präsent, denn alle wichtigen Hersteller stellten sozusagen ihre Frühjahrskollektionen vor. Über die aktuellen Neuheiten berichtet(e) imaging+foto-contact in Ausgabe 3/2005 und in diesem Heft. Aufsehen erregte Canon mit der EOS 350D, mit der die zweite Generation massenmarktfähiger digitaler Spiegelreflexkameras vorgestellt wurde. Grundsätzlich geht der Trend zum Design: Die Anwender haben die Qual der Wahl zwischen unterschiedlichen Formen und Farben, und die Hersteller segmentieren den Markt immer sorgfältiger nach Anwendergruppen wie An-



Norbert Keller, General Manager Camera Division bei Konica Minolta, hier mit der digitalen Spiegelreflexkamera Dynax 7 Digital, freute sich über die Wachstumsraten auf dem digitalen SLR Markt.

fänger, modebewusste, engagierte Fotoamateure usw. Dies ist ein sicheres Zeichen dafür, daß echte Innova-

Mehr deutscher Einfluß bei der PMA

Trotz ihrer amerikanischen Heimat versteht sich die Photo Marketing Association als internationaler Verband für die Foto- und Imagingbranche. Das spiegelt sich auch in der Beteiligung von Nicht-Amerikanern in den Gremien und Ausschüssen wider. Hier sitzen bereits seit vielen Jahren immer wieder auch Vertreter aus Deutschland.

Martin Wagner von Ringfoto wurde in Orlando zum Präsidenten der Digital Imaging Marketing Association (DIMA), einer Sektion der PMA, gewählt.



Im kommenden Jahr wird CeWe Color Aufsichtsratsvorsitzender Hubert Rothärmel sogar für ein Jahr die Präsidentschaft der PMA übernehmen. Präsident bereits seit der diesjährigen PMA ist Martin Wagner, der bekannte „Digital Evangelist“ von Ringfoto – und zwar bei der Digital Imaging Marketing Association (DIMA), einer Sektion der PMA. Turnusgemäß abgelöst als Präsident der Professional School Photographers Association (PSPA), ebenfalls einer Sektion der PMA, wurde Jürgen Schuster von Boys & Girls Fotografie, Mannheim.

tionen bei Digitalkameras immer seltener und damit Verkaufsargumente wichtiger werden, die nicht direkt etwas mit Technik zu tun haben.

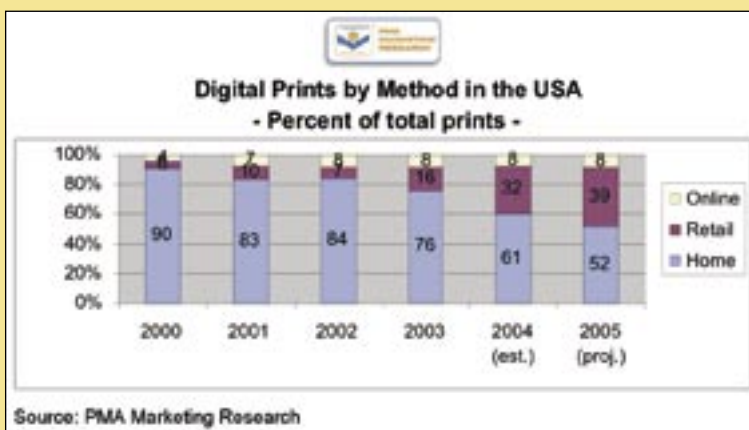
Höhepunkt bald erreicht

Einigkeit herrschte unter den Experten, daß Digitalkameras die längste

Zeit der wichtigste Wachstumsmotor für die Fotobranche gewesen sind. Bereits jetzt, so betonten gleichermaßen Ed Lee vom Marktforschungsunternehmen InfoTrends, und Liz Cutting vom amerikanischen GfK-Pendant NPD, kaufen immer mehr Kunden bereits die zweite oder dritte Digitalkamera. Das tut besonders dem oberen Marktsegment gut, denn in der Regel wird ja ein besseres Modell angeschafft als das, was zu Hause bereits im Schrank liegt. Im Jahr 2006, spätestens 2007, wird der Digitalkamera-Absatz seinen Höhepunkt erreicht haben. Danach wird sich der Markt deutlich beruhigen.

Bilder-Geschäfte

Gerade deshalb wird es für den Fotohandel immer wichtiger, mit den digitalen Bildern Geld zu verdienen. Darum ging es nicht nur bei vielen



Die PMA Marktforschung hat ermittelt, daß der Anteil von Bildern, die „at retail“, also beim Einzelhandel, ausgedruckt werden, in den vergangenen Jahren erheblich gestiegen ist und in diesem Jahr 39 Prozent erreichen soll.

Neuheiten auf der Messe, sondern auch im Vortragsprogramm, das ja bei der PMA fast genauso wichtig ist wie die Stände der Aussteller. Für das Bilder-geschäft gibt es offensichtlich einen weltweiten Trend mit zwei guten Nachrichten: Die Zahl der digitalen Bilder steigt rasant, und der Anteil davon, der beim Fotohandel ausgedruckt bzw. bestellt wird, auch, und zwar stärker als alle anderen Segmente. So ist in den USA die Zahl der digitalen Prints nach Angaben der PMA von drei Milliarden im Jahr 2003 auf 5,1 Milliarden im Jahr 2004 gestiegen und soll in diesem Jahr 7,7 Milliarden erreichen. Davon, so erwartet PMA Marktforschungschef Gary Pageau, sollen 3,1 Milliarden, also 39 Prozent, „at retail“, also beim Einzelhandel ausgedruckt werden, vier Milliarden (52 Prozent) zu Hause und der Rest über das Internet. Bereits im vergangenen Jahr hat sich der Anteil des Einzelhandels am digitalen Bildermarkt von 16 Prozent im Jahr 2003 auf 32 Prozent verdoppelt. Anders als in Europa spielt dabei das Großfinishing eine geringere Rolle: Der Löwenanteil der digitalen Bilder im Handel wird in den USA über Kiosks und Minilabs hergestellt.

Kiosk-Mania

Besonders die in den USA immer populärer werdenden Kiosks waren auf der Messe in beeindruckend großer Zahl zu sehen. Allein 20 unterschiedliche Modelle hatte die Digital Imaging Marketing Association (DIMA) für den



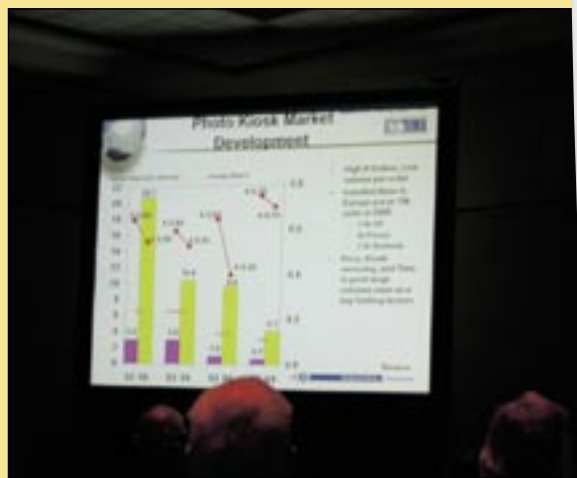
Helmut Rupsch, Geschäftsführer Deutschland der Fuji Photo Film (Europe) GmbH, freut sich über gute Resonanz auf die neuen Digitalkameras von Fujifilm und das neue digitale Minilab Frontier 550.

DIMA Printer-Shoot-Out im Foyer platziert. Ein wichtiges Thema waren die kompakten Bilderdrucker auch beim Vortragsprogramm, nicht nur auf der PMA, sondern auch auf der DIMA Konferenz, die am Freitag und Samstag vor der Messe stattfand. Auffallend war

die große Zahl von Fotohändlern aus Australien, die in Orlando über ihre (erfolgreichen) Erfahrungen mit Kiosks berichteten. Auf der anderen Seite der Erdhalbkugel scheinen diese Bilderdermaschinen wahre Goldgruben zu sein. Ein neues Wort machte die Runde: Multi-Kiosking. Dahinter steht die Erfahrung, daß ein Kiosk im Foto-geschäft nicht genügt. Denn die Verbraucher sollen Zeit haben, ihre Bilder zum Drucken auszusuchen und vorzubereiten, und sie möchten nicht in der Schlange stehen. Die australische Kette Photofast Digiphotoplatziert darum in ihren Läden zwischen vier und zwölf Kiosks – und verdient Geld. Dafür müssen die schnellen Bilder natürlich aktiv vermarktet werden. Die australische Kette Ted's hat darum einen Club gegründet und gibt die Ted Gold Card heraus. Inhaber dieser Karte bekommen nicht weniger als zehn Bilder im Monat umsonst – nach Ansicht des Managers Mark Allister eine lohnende Investition: Denn die Kunden kommen jeden Monat wieder und printen im Durchschnitt 50 Bilder pro Auftrag.

Im Blickpunkt: Fotohandys

Über Fotohandys wurde in Orlando ebenfalls viel gesprochen, nicht nur, weil mit Nokia einer der führenden Gerätehersteller ausstellte, sondern auch im Zusammenhang mit Print-Dienstleistungen. Die Prognosen über das zu erwartende Marktvolumen sind hier sehr unterschiedlich – man kennt das Verbraucherverhalten in diesem



Ein besonders wichtiges Thema auf der PMA 2005 waren Foto-Kiosks. Hier ein Modell von der Schweizer Flash AG, die in Orlando gemeinsam mit dem deutschen Unternehmen DI Support ausstellte. Die Flash AG bietet nicht nur Geräte, sondern auch komplette Kiosk-Konzepte an, bei denen die Terminals nicht nur für den Sofortdruck, sondern auch für die Anbindung zum Großlabor eingesetzt werden können. Zur Dienstleistungspalette der Flash AG gehört dabei auch die Vernetzung der Kiosks untereinander für die zentrale Software-Pflege und die betriebswirtschaftliche Auswertung.





Fachgespräche am Canon-Stand: (von links) Ringfoto Verwaltungsratsvorsitzender Rainer Schorcht, Stephan Riediger, jetzt Head of Special Retail im European Sales Management von Canon Consumer Imaging, und Jürgen Schmitz, General Manager Marketing Consumer Imaging bei der Canon Deutschland GmbH.

jungen Segment einfach noch zu wenig. Interessant sind die Marktforschungsergebnisse des amerikanischen Internet-Fotofinishers SnapFish: Demnach wollen 80 Prozent der Digitalkamera-Besitzer ihre Bilder von Handy zu Handy versenden, 77 Prozent über andere Medien (zum Beispiel das Internet) anderen zugänglich machen, und 73 Prozent möchten auch drucken. Die schlechte Nachricht: Genau diese drei wichtigen Funktionen führten zur größten Frustration bei den Fotohandy-Besitzern, weil sie zu kompliziert und zu teuer sind und die Qualität zudem auch noch unzureichend ist. Beim letzteren Punkt muß man natürlich berücksichtigen, daß Megapixel-Handys erst gerade richtig loslegen. Einen Hemmschuh, nämlich die unterschiedlichen MMS-Standards verschiedener Netzwerkbetreiber, will das amerikanische Software-Unternehmen LightSurf jetzt beseitigen: Es hat einen einheitlichen Standard für MMS

entwickelt, mit dem versandte 159 KB Dateien – das entspricht einem Megapixel – im Nachrichtencenter in fünf bis acht Kilobyte Dateien für Display-Auflösungen von 160 x 120 Pixeln verwandelt werden. Der amerikanische Mobilfunkbetreiber Sprint berichtete über 400 Millionen Multimedia-Nachrichten (Bilder, Video und Audio zusammen) im vergangenen Jahr, im Vergleich zu allein 30 Milliarden SMS in Deutschland noch eine verschwindend geringe Zahl. Kooperationen mit Fotounternehmen wie Fujifilm sollen dem mobilen Bildergeschäft allerdings Beine machen: Bilder können dann über das Handy bestellt und am selben Tag bei einem Fotohändler mit Minilab abgeholt werden.

Minilabs für Einsteiger

Auf die wachsende Nachfrage nach digitalen Bildern beim Fotohandel reagieren die Minilabhersteller mit immer kompakteren und preiswerteren digi-



Das neue digitale Minilab R3 Super 1000 von Konica Minolta ermöglicht mit einer maximalen Papierbreite von 30 cm die Herstellung von Bildern im Posterformat, wie Martin Bongard, General Manager Photo Imaging, hier zeigt.

Einer der weltweit größten Batteriehersteller startet jetzt die Deutschland-Offensive



→ GP Batteries ist der Erfinder des 9-V-Blocks und heute weltweit die Nr. 3 bei Alkali-Blöcken und die Nr. 2 bei NiMH-Akkus.

Die gewinnbringende Fachhandels-Aktion

Mit den abverkaufsstarken Fotobatterien, Akkus und Ladegeräten.



zusätzlich das Top Travel-Set



zusätzlich mit dem Werkzeugkoffer 'Toolmaster'

Bestellen Sie gleich bei Ihrem Batterie-Großhändler!

GP Batteries
www.gpbattery.de



Die Stärke des neuen Noritsu-Einsteigerminilabs QSS-3300 Digital liegt nach Ansicht von Thomas Mümken, Marketing- und Vertriebsmanager Westeuropa bei der Noritsu Deutschland GmbH, nicht nur in seinem guten Preis-/Leistungsverhältnis, sondern auch darin, daß unterschiedliche Bildprodukte und CDs auf einfache Weise produziert werden können.



Samsung Marketingleiter Ernst Thürmaier zeigt eine der neuen Digimax Kameras mit der neuartigen Safety-Flash-Funktion, mit der auch bei schlechten Lichtverhältnissen stimmungsvolle Bilder ohne Blitz aufgenommen werden können.

talen Geräten, um die Einstiegsschwelle für den Fotohandel zu senken. So kündigte AgfaPhoto mit dem d-lab.1s starter ein „abgespecktes“ Modell aus der d-lab.1 Serie an (siehe Seite 20 ff). Fujifilm rundete die Frontier Palette mit dem Modell 550 nach unten ab (siehe Seite 27), und Noritsu stellte das



Bernd Dührkop, Geschäftsführer der Digitalfoto & Logistic GmbH, informierte seine Kunden am Stand von Sakar über das reichhaltige Zubehör-Sortiment des Unternehmens. Hier das ultraschnelle Ladegerät, mit dem Akkus von Digitalkameras in 8,5 Minuten aufgeladen werden können.

kompatte QSS-3300 Digital vor, über das wir bereits in der vorigen Ausgabe berichteten. Auch bei KonicaMinolta gab es Neues: Das R3 Super 1000 bietet dieselbe Belichtungstechnologie wie die zur photokina vorgestellte R2 Super-Familie, ermöglicht aber mit einer maximalen Papierbreite von 30 cm auch die Herstellung von Bildern im Posterformat und ist nach Unternehmensangaben mit einer Stellfläche von knapp 1,5 qm das kleinste 12-Zoll-Gerät im Markt. Die San Marco Imaging Gruppe (Deutschlandvertrieb: Dohm GmbH) kündigte mit der MarKo Line gleich drei neue Digital labs mit Kapazitäten von 400 bis 1.000 Bildern in der Stunde an, die sich durch ein besonders günstiges Preis-/Leistungsverhältnis auszeichnen sollen (siehe Seite 24 f.).

Zusatz- und Funprodukte

Nachdem schnelle Digitalprinter für das Großfinishing auf dem Markt sind,



Der Leica-Stand in Orlando: Das deutsche Traditionsunternehmen sorgte auf der PMA mit seiner Verlustanzeige und der anschließenden teilweisen Kündigung der Kreditlinien durch die Banken für reichlich Gesprächsstoff.

Wir haben uns Gedanken über Ihre Zukunft gemacht!



Lassen Sie nicht zu, dass die Mobilfunkanbieter ihren Marktanteil auf Kosten des Fotofachhandels vergrößern.



Investieren Sie 232 Sekunden
und erfahren Sie wie das Geld in Ihrer Kasse klingelt:
www.foto.herweck.de

1 Mobilfunkvertrag entspricht 1.000.— € Umsatz mit Digitalkameras



HaPa Team Geschäftsführer Micaïl Hadji, hier mit einem der neuen Tamrac Fotorucksäcke, war sehr zufrieden mit der PMA 2005.

erwarten die Verantwortlichen nicht nur mehr Wertschöpfung in den Großlabors, sondern auch beim Fotohandel. Auch bei AgfaPhoto denkt man über solche Systeme nach, und zwar sowohl für Großlabors als auch für Minilabs.

Spannende Messetage

Auch wenn in diesem Jahr spektakuläre Neuheiten fehlten und wohl auch die Zahl der Besucher – nicht zuletzt wegen der geringeren Attraktivität von Orlando gegenüber Las Vegas – etwas zurückgegangen ist, war auch die PMA 2005 wieder eine Reise wert. Zum Aufspüren von Trends und Perspektiven ist besonders das Vortragsprogramm ausgesprochen produktiv. Leider wird dieses Angebot nur von einem Teil der deutschen Besucher angenommen, obwohl Sprachbarrieren kein Hinderungsgrund sein sollten. Für wichtige Vorträge gab es wieder Simultanübersetzungen ins Deutsche; zudem standen zu angenehmer Tageszeit um 14.00 Uhr an drei Tagen deutschspra-

chige Veranstaltungen auf der Speisekarte. So sprach Martin Wagner von Ringfoto über „digitale Ertragsmöglichkeiten im Fotofachhandel“, Stephan Johannes Reinhold von CeWe Color über „Moneymaker Digital vs. Analog – Was geht? Was kommt? Was bringt's?“ und Marion Knoche von der GfK sowie Dieter Meyer von der Sihl GmbH über „Erfolgreicher Inkjet Druck zu Hause“. Auch beim internationalen Vortragsprogramm traten deutsche Sprecher auf, zum Beispiel Martin Wagner bei der DIMA und Wulfd. Schmidt-Sacht von CeWe Color, der auf einer General Session die Aktivitäten des Unternehmens im Bereich Non-Printing-Dienstleistungen im Internet, in Mobilfunknetzen und im Digitalfernsehen vorstellte.

Auch im nächsten Jahr findet die PMA wieder in Orlando statt, und zwar vom 26. Februar bis 1. März 2006. Unmittelbar zuvor sind die Konferenzen der DIMA und der PSPA für den 24. und 25. Februar geplant.

konzentrieren sich die Hersteller von Großlabor-Systemen jetzt auf Zusatz- und Funprodukte, deren Volumen in den Großlabors in jüngster Zeit rasant zugenommen hat. Dabei geht es um die wirtschaftliche Herstellung kompletter Alben, Fotobüchern usw. Imaging Solutions, der Schweizer Gretag-Nachfolger, will bis Ende dieses Jahres ein komplettes System entwickelt haben, das die Herstellung von Fotobüchern im Großlabor-Tempo ermöglicht. Dabei sollen die Bilder mit den FastPrint-Geräten auf besonders dünnes Fotopapier belichtet und anschließend laminiert, geschnitten und gebunden werden. Von solchen Produkten



Dr. Klaus Petersen (links), Leiter des europäischen PMA Büros in München, und Jim Esp, der als Group Executive bei der PMA Zentrale für die internationalen Aktivitäten zuständig ist, freuten sich über die große Zahl von Besuchern aus Europa.

Die Zukunft hat begonnen!

Agfa image box kiosk



Agfa d-lab.1s starter



Agfa d-lab.1 basic 1/2



Agfa d-lab.1 allrounder 1/2



Agfa netlab.1 allrounder



Agfa d-lab.2 select



Agfa d-lab.2 plus select



Agfa netlab.2 plus



i+fc Nachrichten

Casio Europe GmbH strukturiert Außendienst neu

Für das Jahr 2005 ist ein anvisiertes Unternehmensziel der Casio Europe GmbH die stärkere Unterstützung und enge Zusammenarbeit mit dem Handel. Aus diesem Grund richtet das japanische Unternehmen sein Vertriebsnetz neu aus. Die Umstrukturierung des Vertriebs betrifft die Unternehmensbereiche Office- und Schul-Ausstattung, Mobile TV sowie Digital Imaging. Hier soll die Marke Casio am Point of Sale noch stärker gestützt werden. Diese Maßnahme soll der intensiveren Kontaktpflege und der effizienteren Gestaltung von Entscheidungsprozessen zwischen Handel und Unternehmen dienen. Im Mittelpunkt der Neustrukturierung liegt die Direktbetreuung des Handels durch den jeweiligen Casio Außendienstmitarbeiter. Damit will man bei Casio schneller auf die Bedürfnisse der Handelspartner eingehen können und somit einen zeitnahen und permanenten Ausbau des Leistungsangebots für den Händler gewährleisten. Neben aktuellen Produkten, geplanten Kampagnen oder PoS-Materialien, können die Händler zukünftig auch die Gestaltungsmöglichkeiten der Verkaufsräume, mögliche Verkaufsfaktionen und Produktschulungen für das Personal mit dem Außendienst erörtern und koordinieren. „Unser Kerngedanke ist der Dialog mit dem Kunden. Das war und wird auch in Zukunft so sein. Die direkte Kommunikation mit dem Händler sorgt für effizienten Informationsaustausch und Transparenz. Somit ist es uns möglich, schnell und gezielt auf die unterschiedlichsten Situationen zu reagieren“, so Jens Lehmann, Vertriebschef der Casio Europe GmbH.

Rollei ordnet den Vertrieb in Österreich neu

Die Braunschweiger Rollei Fototechnik GmbH ordnet ihre Vertriebsaktivitäten in Österreich neu. Konsequenz ist, daß der bisherige Rollei Partner, die Hama Technics GmbH, Breitenfurt, zukünftig nicht mehr den Fachhandel mit Rollei Produkten beliefert. Rollei wird kurzfristig den Vertrieb durch die Braunschweiger Zentrale direkt übernehmen und verspricht sich davon eine Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit. Der Service wird weiterhin über die Firma Kamera Service Helmut Redl, Bennogasse 24, 1080 Wien, wahrgenommen. Rollei dankte der Hama Technics GmbH für die geleistete Vertriebsarbeit in den vergangenen Jahren

und betonte, die Trennung der beiden Partner sei in bestem Einvernehmen erfolgt. Nach der Umstrukturierung soll der Fachhandel über Einzelheiten informiert werden.

Werner Hennig ist neuer Field Sales Manager bei Fujicolor

Seit 1. Januar ist Werner Hennig (60) in der Funktion des Field Sales Managers bei Fujicolor Central Europe Photofinishing tätig. Hennig übernimmt die Aufgaben von Dieter Esslinger, der zum Jahresende 2004 in den Ruhestand verabschiedet wurde. Er war zuvor bei der Laborgruppe V-Dia Vertriebsleiter und kam im September 2005 zu Fujicolor. Zu seinen Aufgaben bei Fujicolor gehört der weitere Ausbau und die Festigung der Marke Fujifilm in den Bereichen Vertrieb, Kundendienst und Marketing, rund um die digitale wie auch analoge Bilddienstleistung. „Trotz der schwierigen Situation des Fotofachhandels sehen wir diesen als wichtigen Teilnehmer des Fotomarktes, den wir mit neuen Konzepten und Angeboten konsequent unterstützen“, erklärte Hennig.

Deutscher Foto- und Imagingmarkt wuchs um vier Prozent

Der Siegeszug der Digitaltechnik und die Impulse der photokina haben im vergangenen Jahr für deutliches Wachstum auf dem Foto- und Imagingmarkt in Deutschland gesorgt. Das gab der Photoindustrie-Verband jetzt in einer Pressemitteilung bekannt. Insgesamt gaben die deutschen Verbraucher im Jahr 2004 5,761 Milliarden Euro für Amateurfoto- und Imagingprodukte aus. Das sind vier Prozent mehr als 2003. Einmal mehr wurde das Wachstum besonders vom Kameraabsatz getrieben: Mit 8,4 Millionen verkauften Geräten konnte ein Plus von 23 Prozent gegenüber dem Vorjahr erzielt werden. Digitalkameras erreichten mit rund sieben Millionen Stück einen Anteil von 83 Prozent an diesem Markt und legten damit um 42 Prozent zu. Mit 140.000 Stück und einem Zuwachs von 180 Prozent haben die digitalen Spiegelreflexkameras 2004 die Verkaufsmenge ihrer analogen Pendanten (165.000 Stück) schon fast erreicht. Durch die steigende Popularität von Digitalkameras nahm der Verkauf von Filmen um 18 Prozent ab und erreichte ein Gesamtvolumen von 127 Millionen Stück. Gegen den Trend legte die Nachfrage nach Einwegkameras um 20 Prozent zu und erreichte 5,3 Millionen Stück. Um 64 Prozent auf neun Millionen Stück stieg der Verkauf von Speicherkarten.

Starten Sie jetzt in Ihre Zukunft. Mit dem neuen d-lab.1s starter.

Schon ab
1500,-€
monatliche Rate*

*abhängig von Ihren individuellen
Leasing-Konditionen.

**Starten Sie ins
Bildergeschäft, denn
Foto liegt im Trend.**

Die Zahlen für die Foto-
Branche zeigen enorme
Wachstumsraten. Nutzen Sie
das gesteigerte Konsumenten-
Interesse durch die digitale
Fotografie für ein profitables
Bildergeschäft.



Machen Sie noch heute einen Termin mit
Ihrem persönlichen AgfaPhoto Fachberater!
Hotline: 0221-985 44 30 20

www.agfaphoto.com

 **AGFAPHOTO**

Planar Systems stellt Lösungen für den PoS vor

„Trotz der Verbreitung des Internets und der Entwicklung alternativer Vertriebskanäle spielen Point of Sale-Displays auch weiterhin eine wesentliche Rolle im Einzelhandel, denn nach wie vor wird die Mehrzahl der Kaufentscheidungen direkt im Laden getroffen“, meinte Tom Byrnes, Director of Marketing Retail Programs bei Planar Systems, in einem Gespräch mit *imaging+foto-contact*. „Herkömmliche PoS-Lösungen erfüllen aber nicht mehr die Anforderungen des Marktes.“



Über den Planar DS15 lassen sich auch problemlos Produktinformationen abrufen.

Neue Displays sollen Einkaufserlebnis und Kundenbindung steigern

Nach Byrnes Ansicht wird die aktuelle Situation im technischen Einzelhandel durch kurze Produktzyklen, eine zunehmende Funktionsvielfalt, hohe Fluktuation des Personals sowie zunehmendes Bewußtsein hinsichtlich der gewachsenen Ansprüche des Kunden bestimmt. „Diese Faktoren haben erheblich dazu beigetragen, daß sich die Möglichkeiten einer effektiven Kommunikation mit dem Kunden im Verkaufsraum geändert haben“, so Byrnes. „Als Antwort darauf werden neue Technologien entwickelt, die die Mängel des traditionellen PoS-Ansatzes ausgleichen sollen.“ Solche neuen Lösungen müßten den Ansprüchen des Einzelhandels vor allem mit Blick auf Interaktivität, Design, Software und Flexibilität des Einsatzes gerecht werden. Dabei stehe die Beeinflussung des Kaufverhaltens am PoS als treibende Kraft des zukünftigen Einzelhandels im Vordergrund. Eine PoS-Lösung, die unter den genannten Aspekten entwickelt wurde,

sollen die neuen Flachbilddisplays sein, die der US-amerikanische Hersteller Planar Systems auf der Düsseldorf Messe EuroShop vorgestellt hat. „Unsere Ziele sind, mit den Geräten den geänderten Bedürfnissen im Einzelhandel Rechnung zu tragen, die Einkaufserlebnisse der Kunden zu verbessern sowie Marken- und Einzelhändlerloyalität aufzubauen“, erklärte Byrnes. „Unsere integrierte, auf Selbstbedienungstechnologie basierende Marketinglösung DS15 gibt einerseits dem Handel die Chance, sich von seinen Wettbewerbern abzuheben, andererseits erhalten die Kunden die Möglichkeit, Informationen über Produkte einzuholen, wann und wo sie diese brauchen.“

Mit der Planar-Lösung erhalten Einzelhändler eine stärkere Kontrolle über das Einkaufserlebnis der Kunden, weil sie gezielter entscheiden können, was der Kunde wann am Point of Sale sieht. Byrnes: „Auf diese Weise können sowohl die Botschaften des Händlers als

auch der Industrie gezielter und effektiver an den Kunden gebracht werden, als das bei den traditionellen Werbewegen über saisonal wechselnde PoS-Dekorationen oder das Verkaufsregal der Fall ist.“

Kundenspezifische Software

Der Planar DS15 ist eine kombinierte Geräte- und Programmlösung, die nach Angaben des Herstellers leicht einzurichten ist und problemlos an Grundrißänderungen und wechselnde Promotionaktivitäten angepaßt werden kann. Er ist sechs Zentimeter tief und wiegt rund fünf Kilogramm. „Mit diesen Werten dürfte es keinem Händler schwerfallen, das Gerät in seine persönliche PoS-Umgebung zu integrieren“, stellte Byrnes fest. Ein wichtiges Element des Systems ist die kundenspezifische Software von Planar. Durch sie wird es möglich, interaktive Inhalte in Koordination mit bestimmten Produkten und Werbeaktionen zusammen- und darzustellen. Dadurch nimmt der Planar DS15 den Verkaufsmitarbeitern Arbeit ab, indem er den Kunden eine zweite Möglichkeit bietet, detaillierte Produktinformationen abzurufen.

Marketingmaterial kann in verschiedenen Formaten wie Flash, Shockwave, HTML, QuickTime, JPEG usw. hinterlegt werden. So kann das System beispielsweise mit 3-D-Animationen

„gefüttert“ werden, die von den Geräteherstellern zur Verfügung gestellt werden, es kann aber auch individuell vom Händler oder einer Kreativagentur gestaltete Promotions präsentieren, oder es kann auf Produktdatenbanken zugreifen, wie sie beispielsweise in Form des digitalen Fotokatalogs des C.A.T.-Verlages vorliegen. Außerdem läßt sich der Planar DS15 mit Peripheriegeräten wie Karten- oder Barcodelesern und Druckern für die verschiedensten Serviceanwendungen erweitern. „Die interaktiven Fähigkeiten des DS15 ermöglichen Einzelhändlern nicht nur, das Gerät zu Werbe-, Verkaufsförderungs- und Informationszwecken einzusetzen“, führte Byrnes aus, „sondern auch, erweiterte Einzelheiten zu Warenbestand-Einheiten zur

dem richtigen Publikum zur richtigen Zeit genau die richtigen Botschaften zukommen zu lassen.“

Das System umfaßt außerdem eine Player- und Administrator-Software von Planar zum Management von Rich Media-Inhalten (Rich Media = die Bezeichnung für Internetinhalte, bei denen auf die optische Wirkung mehr Wert gelegt wird als auf Performance) und zur Fernverwaltung. Dadurch erhalten zum Beispiel Unternehmen mit Filialen die Möglichkeit, Inhalte zentral zu verwalten und Informationen über neue Promotionaktivitäten zeitgleich allen Betrieben zur Verfügung zu stellen. Der Planar DS15 wird an eine Standard-Stromquelle angeschlossen und ist VESA-kompatibel (VESA = Abkürzung für „Video Electronic

Das Unternehmen Planar Systems

Planar Systems ist nach eigenen Angaben eines der weltweit führenden Unternehmen auf dem Gebiet von Flachbildschirmssystemen für marktspezifische Anwendungen. Das Unternehmen kooperiert eng mit Kunden und Vertriebspartnern und stützt sich auf ein weltumspannendes Beschaffungsnetzwerk. Das von Planar angebotene Produktspektrum reicht von Tischmonitoren bis zu Hochleistungsdisplays für anspruchsvolle Anwendungen in Medizin und Industrie. Das Unternehmen mit Sitz im US-Bundesstaat Oregon wurde 1983 gegründet und besitzt neben der Unternehmenszentrale Niederlassungen in den USA und Europa. Im Geschäftsjahr 2004 erzielte Planar Systems einen Gesamtumsatz von 256 Millionen US-Dollar.

Richtige Botschaften, richtige Zeit, richtiges Publikum

Verfügung zu stellen, Kundendaten zu erfassen, Bestellungen aufzunehmen und Käufe abzuwickeln.“ Als weitere Anwendungen seien darüber hinaus die Unterstützung von Hausmessen und ähnlichen Veranstaltungen, Produkt- und Preistests sowie die Schulung von Mitarbeitern denkbar.

Problemlos integrierbar

Der DS15 wurde laut Planar so entwickelt, daß er sich ohne großen Aufwand in Einzelhandelsumgebungen integrieren läßt. Dabei kann er als Einzelanwendung ebenso eingesetzt werden wie in Netzwerken. Das System läuft über die Content Manager-Software von Planar, die ein einfaches und sicheres Laden und Zusammenstellen von Inhalten ermöglicht. Es bietet ein hohes Maß an Flexibilität und kann so programmiert werden, daß automatisch dargestellte Inhalte beliebig wechseln können; so kann beispielsweise ein im Schaufenster plazierte Gerät in vorgegebenem Rhythmus Werbeinhalte abspielen – auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten –, während ein im Verkaufsraum aufgestelltes System sich inhaltlich an den im Tagesverlauf wechselnden Zielgruppen orientieren kann. Byrnes: „Dem Händler eröffnet sich damit die Möglichkeit,

Standard Association“, ein Firmenzusammenschluß, der unter anderem Schnittstellen-Standards entwickelt), damit er ohne Probleme an Wänden, Tischen, Regalen, Endkappen oder individuellen Displays angeschlossen werden kann. Der DS15 verbindet einen robusten, bei Einfall von Sonnenlicht gut lesbaren 15-Zoll-Touchscreen mit XGA-Auflösung (1.024 x

768 Pixel) mit einem leistungsstarken Tablet-PC-Prozessor, CD/DVD-ROM und bordeigener Festplatte. Das System läuft auf Microsoft Windows XP und verfügt über Plug-Ins für Flash, Quick Time und Windows Media Player, um Rich-Multimedia-Inhalte nahtlos abspielen zu können. Der Planar DS15 ist mit einer einjährigen erweiterten Austauschgarantie ausgestattet.

Kontakt zu Planar über die Agentur Golin/Harris B&L GmbH, Frankfurt, Matthias Link, Telefon 069/913043-25.



Der Planar DS15 wird in verschiedenen Designs und Ausstattungsvarianten angeboten.

CeBIT 2005 mit deutlich weniger Foto-Ausstellern



Trotz der Abstinenz vieler Kamera-Hersteller trugen digitale Bild-Anwendungen deutlich zur positiven Stimmung in den Telekommunikationshallen bei. In diesem Bereich erwartet die Branche wieder Wachstum – nicht nur durch Kamerahandys, sondern vor allem durch die Kommunikation mit Bildern, Musik und Videos. Dabei mutieren immer mehr Kamerahandys zu mehr oder weniger leistungsfähigen echten Digitalkameras: Samsung schoß mit einer Produktstudie mit sieben Megapixeln und umfangreicher Ausstattung dabei den Vogel ab. Fotohändler, die wegen des schmalen gewordenen Angebotes der eigenen Branche etwas Zeit übrig hatten, waren deshalb gut beraten, sich über das beeindruckende Telekommunikations-Sortiment zu informieren. Wer meint, Mobiltelefone mit Kamera paßten nicht in sein

Zur Eröffnung verkündete der Bundeskanzler vollmundig den Aufschwung, die Deutsche Messe AG meldete erstmals seit Jahren wieder mehr Aussteller, aber die Fotobranche hielt sich auf der CeBIT vom 10. bis 16. März zurück. Die Zukunft des Bildes konnte man daher in Hannover eher in einer Nebenrolle sehen.

Nachdem im Vorjahr das Foto- und Imaging-Angebot bis auf wenige Ausnahmen durchaus gekonnt in Halle 1 konzentriert war, zeigten sich im früheren Vorzeige-Gebäude der CeBIT in diesem Jahr bedenkliche Lücken, die zum Teil nicht einmal wenigstens optisch kaschiert worden waren. AgfaPhoto, Fuji, Pentax, Nikon, Noritsu und Ricoh – allesamt vor einem Jahr mit respektablen Auftritten dabei – waren dem Messegesehen ferngeblieben. Auch die bereits im Vorjahr vermissten Canon, Hewlett-Packard und Lexmark kehrten nicht zurück. So blieben von den bekannteren Marken aus dem Kamerabereich Casio, Concord mit dem Ableger Jenoptik, Kodak, Konica Minolta, Olympus, Panasonic, Sanyo und Sony. Olympus hatte den offensichtlich langfristig gemieteten repräsentativen Stand kurzerhand untervermietet und bot so unter anderem Lowepro und Sigma Raum für den CeBIT-Auftritt. Hama zeigte wieder ein umfassendes Zubehör-Sortiment. Auch Hersteller von

Speicherkarten wie SanDisk waren auf der größten IT-Messe selbstverständlich vertreten. Bei den (Foto-)druckern hatte Epson zumindest im Inkjet-Bereich sozusagen die Monopol-Stellung (und einen rappelvollen Stand). Überhaupt zeigten sich die Vertreter der ausstellenden Foto- und Imaging-Unternehmen durchaus nicht unzufrieden mit dem Messegesehen. Besonders die, deren Verantwortungsbereich über Deutschland hinausgeht, hoben die Internationalität des Publikums hervor. Zudem bietet die CeBIT eben die Möglichkeit, Kontakte über die eingefahrenen Vertriebsbahnen hinaus zu knüpfen, zum Beispiel in die Segmente Telekommunikation, IT und Unterhaltungselektronik.



Lowepro Geschäftsführer Dietrich Müller zeigt den neuen Card Safe von Gepe – eine robuste Box für Speicherkarten, die die wertvollen Datenträger nicht nur vor Wasser und Staub schützt, sondern auch die Unterbringung verschiedener Formate im selben Kartenfach erlaubt.



Waren mit den Händlerkontakten auf der CeBIT sehr zufrieden: Ricky Stewart, Senior Sales Manager Digital Imaging von Casio, und Deputy Sales Manager Christine Szerement-Hühn.

Sortiment, wird diese Einstellung vielleicht überdenken, wenn es sich eigentlich um Kameras mit eingebautem Mobiltelefon handelt.

Eine positive Bilanz...

... zog nach der CeBIT Kodak-Geschäftsführer Rainer Dick in einer Pressemitteilung: „Sowohl bei unseren Handelspartnern als auch den Verbrauchern fanden unsere Produkte und Dienstleistungen großes Interesse. Wir konnten unsere für die CeBIT gesteckten Ziele weit übertreffen. Die Kombination von EasyShare Kameras mit Druckerstation hat die vielen Besucher und den Handel überzeugt.“

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.

Deutschlandvertrieb von AgfaPhoto unter neuer Leitung

„Die Rolle spielen, die uns zusteht“

Interview mit Mark Lansu,
Vertriebsdirektor Independent Retail
der AgfaPhoto Germany GmbH

Seit Anfang dieses Jahres ist Mark Lansu als Vertriebsdirektor Independent Retail für das Deutschland-Geschäft von AgfaPhoto (mit Ausnahme des zentralgesteuerten Großlaborbereiches) verantwortlich. Der gebürtige Niederländer stieß vor zwölf Jahren zu Agfa-Gevaert und war sieben Jahre lang im Ausland tätig, zuletzt als Leiter des Bereiches Consumer Imaging in Brasilien. Zuvor betreute er in Argentinien das Geschäftsfeld Laborgeräte, das ihm auch aus früheren Tätigkeiten in München bekannt ist. **imaging+foto-contact** hat mit Lansu, der nach eigenen Worten mit dem Fotohandel und Minilabs bei Agfa aufgewachsen ist, über seine Ziele im Deutschland-Geschäft gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Lansu, wo sehen Sie die Herausforderungen im Deutschland-Geschäft von AgfaPhoto als konzernunabhängiges Unternehmen?

Mark Lansu: Zunächst einmal sehe ich in der Unabhängigkeit den Vorteil, daß wir als mittelständisches Unternehmen schnell und flexibel auf Kundenwünsche und Marktentwicklungen reagieren können. Als deutsche Firma sind wir auf dem deutschen Markt in besonderer Weise zu Hause und können darum mit wiedererstarktem Selbstbewußtsein

auftreten, um die Rolle zu spielen, die uns zusteht.

imaging+foto-contact: Welche Rolle ist das?

Mark Lansu: Wir haben ein klar definiertes Ziel: AgfaPhoto soll zum wichtigsten Partner für den Fotohandel werden, wenn es um Minilabs geht, und wir wollen mit einer erweiterten Produktpalette, die über den Film hinausgeht, die Umsätze und Erträge im Fotohandel steigern.

imaging+foto-contact: Sie sehen digitale Minilabs also als besonders wichtiges Thema für den Fotohandel an.

Mark Lansu: Das ist richtig. Das Bildergeschäft ist schon immer der wichtigste Ertragsfaktor für den Fotohandel gewesen. Das war schon im analogen Zeitalter der Fall, und durch die digitale Revolution wird das Geschäft mit dem Foto sogar noch wichtiger, denn die Margen bei Digitalkameras sind ja deutlich geringer als bei ihren analogen Pendants. Dabei wissen wir, daß mit diesen Digitalkameras sehr viel mehr Aufnahmen gemacht werden als früher: Diese Klicks in Prints zu verwandeln, ist darum die entscheidende Voraussetzung für eine erfolgreiche Zukunft des Fotohandels. Mit unserer umfangreichen Palette digitaler Minilabs haben wir dafür genau das richtige Angebot.

imaging+foto-contact: Nun ist das Bildergeschäft bekanntlich ebenfalls durch einen harten Preiskampf ge-



Seit Anfang dieses Jahres als Vertriebsdirektor Independent Retail für das Agfa Geschäft mit dem deutschen Fotohandel verantwortlich: Mark Lansu.

kennzeichnet. Spricht das nicht gerade gegen den Einsatz von Minilabs, die ja naturgemäß höhere Bilderpreise voraussetzen, im Fotohandel?

Mark Lansu: Nein, im Gegenteil. Der Fotohandel kann im Bildergeschäft nur dann ausreichende Erträge erwirtschaften, wenn er sich von anderen Handelsformen deutlich unterscheidet. Genau dafür sind unsere digitalen d-lab Geräte die richtigen Werkzeuge: In ihnen steckt die Technologie von AgfaPhoto als Weltmarktführer für Laborgeräte. Sie produzieren eine außergewöhnlich gute Qualität, und zwar schnell und mit einem hervorragenden Preis-/Leistungsverhältnis. Damit signalisiert der Fotohandel seinen Kunden genau die Bildkompetenz, die sie ihm zutrauen, und kann durch bessere Leistung auch bessere Preise erzielen. Dabei wird er von uns mit zahlreichen Maßnahmen unterstützt.

imaging+foto-contact: Welche sind das?

Mark Lansu: Zum einen tragen wir über das Agfanet zur Auslastung der Geräte durch Aufträge über das Internet bei. Zudem haben wir seit

der photokina unser Agfa-Partner-Programm gestartet, das von unseren Kunden hervorragend angenommen wird. Die Teilnehmer an diesem Programm können kostenlose Werbemittel erhalten und ihr Geschäft mit regelmäßigen Aktionen, Saison-Promotions und interessanten Zusatzartikeln beleben.

imaging+foto-contact: Nun gibt es auch Fotohändler, bei denen das Bildervolumen für den Betrieb eines Minilabs nicht ausreicht. Welche Alternativen können Sie dieser Zielgruppe anbieten?

Mark Lansu: Natürlich müssen vor der Installation eines digitalen Minilabs die Standort-Bedingungen analysiert werden. Dafür hat AgfaPhoto soeben die Version 6.0 des Beratungstools Minilab Consult entwickelt. Mit dieser Software, die im persönlichen Gespräch von unseren Verkaufsberatern präsentiert wird, berücksichtigen wir alle wichtigen Aspekte wie Betriebskosten, Preisgestaltung, Finanzierung und selbst Schulungsbedarf, um für das jeweilige Geschäft die richtige, individuell zugeschnittene Minilab-Lösung zu finden. Das ist einer der Gründe, warum wir von unserem d-lab.1 so viele Varianten anbieten und zudem durch die modulare Bauweise ermöglichen, daß das Gerät mit dem Bildergeschäft mitwächst.

Für Standorte, deren Auftragsvolumen selbst für das neue d-lab.1s starter zu gering ist, bieten wir mit unserem image box Kiosk einen noch preiswerteren Einstieg in das Geschäft mit digitalen Bildern. Diese Kiosks können sowohl als Annahmestation für Großlaborbilder als auch als „Mini-Minilab“ für schnelle Bilder im Direktdruck eingesetzt werden.

imaging+foto-contact: Nun sind Fotos im Direktdruck bekanntlich nicht gerade billig.

Mark Lansu: Sie sind aber auch nicht zu teuer, denn es handelt sich um Sofortbilder, die man nicht mit Großlaborfotos vergleichen darf, auf die man tagelang warten muß. Ein Sofortbild aus unserem image box Kiosk sollte meiner Meinung nach nicht unter 0,39 Euro verkauft werden; besser sind sicher 0,49 Euro.

Denken Sie bitte einmal daran, was eine MMS kostet: nämlich auch 0,49 Euro. Und zu diesem Preis erhält der Kunde nicht mehr als die Übertragung eines Minibildes von Handy zu Handy. Dagegen können unsere Kiosks mehr aus den digitalen Bildern machen: nicht nur Abzüge – bei dem neuen Modell sogar in den zwei Formaten 10 x 15 cm und 15 x 23 cm –, sondern auch Grußkarten, Ausschnittvergrößerungen, Schmuckrahmen usw. Und das sofort und in hoher Qualität: Denn auch in den image box Kiosks steckt die anerkannte Bildverarbeitungstechnologie von AgfaPhoto.

imaging+foto-contact: Welche Rolle soll der Film beim Fotohandel spielen?

Mark Lansu: Wegen der rückläufigen Nachfrage wird leider oft übersehen,

wie wichtig der Film für den Fotohandel immer noch ist. Im vergangenen Jahr wurden 127 Millionen Stück verkauft; in diesem Jahr werden es voraussichtlich immer noch 100 Millionen sein. Das ist ein guter Grund, auch Filme, besonders in den verkaufstarken Zeiten, wieder stärker in den Blickpunkt zu stellen, zum Beispiel durch Zweitplatzierungen. Dabei werden wir den Fotohandel unterstützen. Darüber hinaus gibt es ja auch Filmsegmente, die nach wie vor wachsen, zum Beispiel Einwegkameras, wo wir mit unseren Agfa Le Box Go-Modellen interessante Produkte anbieten. Besonders erfolgreich ist zur Zeit zudem unser Fun Cam Konzept, bei dem wir echte Kleinbildkameras mit automatischem Blitz, motorisiertem Filmtransport

Neu: d-lab.1s starter von AgfaPhoto

Auf der PMA stellte AgfaPhoto mit dem neuen d-lab.1s starter ein neues digitales Minilab vor, das dem Fotohandel den Einstieg in das digitale und analoge Bildergeschäft mit einer vergleichsweise geringen Investition ermöglichen soll. Die neue kompakte Maschine hat eine Kapazität von bis zu 550 Prints pro Stunde im Format 4" x 6" (10 x 15 cm). Damit ist es auch für Standorte geeignet, für die beispielsweise die Modelle d-lab.1 allrounder und d-lab.1s basic mit einer Geschwindigkeit von bis zu 900 Prints pro Stunde überdimensioniert sind. Bei der Grundausstattung des neuen Gerätes hat AgfaPhoto auf bestimmte Leistungsmerkmale der bisherigen d-lab.1 Familie verzichtet, da sie nicht für alle Anwendungen benötigt werden.

Beim neuen d-lab.1s starter werden die digitalen Bilddaten wie beim d-lab.1s basic direkt am Gerät eingegeben. Dafür kann das Minilab wahlweise mit einer Kombination von CRT-Bildschirm und Maus oder mit einem LVD-Touchscreen ausgestattet werden. Serienmäßig ist das neue AgfaPhoto Minilab mit einem Papiermagazin ausgerüstet; die Erweiterung um ein zweites ist optional möglich. Die Bilddaten werden mit der AgfaPhoto Belichtungstechnologie MDDM auf das Fotopapier gebracht. Zur Serienausstattung gehört das AgfaPhoto-eigene Bildverbesserungssystem d-TFS und ein Sorter, der drei Aufträge faßt und auch das größte Bildformat von 8" x 12" (20 x 30 cm) aufnimmt. Wie die Schwestermodelle kommt das d-lab.1s starter mit einer Standfläche von 1,3 qm aus.

Optional kann das neue AgfaPhoto Minilab mit einer Filmbühne für APS und einem Cartridge Feeder ausgestattet werden. Zudem ist wie bei allen Agfa d-lab Minilabs die automatische Rote-Augen-Korrektur a-REDC erhältlich.



und zwei Vista Filmen zu einem sensationell günstigen Preis anbieten. Dieses Konzept hat der Fotohandel sofort verstanden: Unsere Fun Cam war in der Berichtsperiode Oktober-November 2004 in Deutschland die meistverkaufte Kompaktkamera. Das ist ein klarer Hinweis darauf, daß auch Digitalfotografen gerne noch einmal zum Film greifen, besonders wenn sie zum Beispiel am Strand ihre teure Digitalkamera keinen Gefahren aussetzen wollen.

imaging+foto-contact: Wie hat sich das Geschäft mit Speicherkarten seit der photokina bei Ihnen entwickelt?

Mark Lansu: Wir sind außerordentlich erfolgreich gestartet und rechnen damit, bereits im März den Marktanteil zu erreichen, den wir für uns erwartet

haben. Dabei ist unser Sortiment, das erstklassige Produkte in attraktiver Präsentation bietet, wegen der Stärke der Marke Agfa gerade für den Fotohandel besonders geeignet. Und hier gibt es noch ein großes Potential: Denn bisher hat der Marktanteil des Fotohandels beim Speicherkartenverkauf noch nicht die Größenordnung erreicht, die dieser Vertriebsweg sich im Digitalkamera-Geschäft gesichert hat. Das sollte für den Fotohandel ein Grund mehr sein, Agfa Speicherkarten aktiv zu verkaufen. Und wir werden in diesem Jahr noch weitere Consumer-Produkte anbieten, die dem Fotohandel – und natürlich auch uns – viel Freude machen werden.

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



Mit der Fun Cam Slimline hält AgfaPhoto in diesem Frühjahr ein besonderes Aktionsangebot für den Fotohandel bereit: Die echte Kleinbildkamera mit automatischem Blitz, motorisiertem Filmtransport und gleich zwei Vista Filmen für 54 Aufnahmen kann zum sensationell günstigen empfohlenen Preis von 9,99 Euro verkauft werden. Dafür erhalten die Kunden eine vollwertige Kamera für unkomplizierten Fotospaß, der auch das Bildergeschäft beleben kann.

i+fc Nachrichten

Ferrania Inkjet Papier ist Testsieger

Ein unabhängiges US-Institut hat bestätigt, daß Ferrania Papiere mit PerDura-Technologie eine elfmal längere Lebensdauer von Farbdrucken als Wettbewerbsprodukte bieten. Das neue Ferrania OptiJet Professional Plus Advanced Archival Paper mit PerDura-Technologie bietet, laut einer Pressemitteilung von Ferrania, längere Farbqualität und Brillanz. Das belegt ein Test des unabhängigen Rochester Institute of Technology (RIT) aus den USA mit dem Ferrania Papier und verschiedenen Konkurrenzprodukten. Die Lebensdauer von nanoporösen Papieren beträgt allgemein weniger als 1,7 Jahre, und schon nach sechs Monaten ist ein deutlicher Farbverlust festzustellen. Beim Einsatz der PerDura-Technologie beträgt der Farbverlust, Ferrania zufolge, erst nach 20 Jahren rund 30 Prozent. Mikroporöse Papiere gelten als besonders ozonanfällig, und beim oxidativen Ausbleichen zersetzen Radikale die Farbstoffe und lassen den Ausdruck schnell verblassen. Ferrania hat eine Schutzschicht entwickelt, die diese aggressiven Radikale eliminiert. Diese Schutzschicht gewährleistet langlebige Farbbeständigkeit mit allen Eigenschaften eines mikroporösen

Papiers wie schnelle Trocknung und Wasserfestigkeit. Das Ferrania OptiJet Professional Plus Advanced Archival Paper (280 g) mit PerDura-Technologie ist in den Formaten A4 und 10 x 15 cm in Packungen zu jeweils 20 Blatt erhältlich.

Der Epson Händlerbeirat ist gewählt

Der Epson Händlerbeirat ist gegründet worden. Auf der CeBIT traten mit Oliver Thiele (OTI), Markus Heiderich (Mac House), Martin Kipke (Comacs), Hans Richrath (Datec Software), Tobias Hörmann (Cancom Deutschland) und Christian Rockefeller (Rockefeller Industries Europe) sechs der insgesamt sieben Mitglieder zur konstituierenden Sitzung des Beirates zusammen. Die Wahl des Vorsitzenden wurde auf eine spätere Sitzung verschoben, da Andreas Elze (Office24), das siebte Mitglied, erkrankt war.

Im Februar 2005 hatte das Unternehmen alle Epson ontop Fachhändler bundesweit dazu aufgerufen, sich online an der Wahl der sieben Gremiumsmitglieder zu beteiligen. Aus jeder Region galt es, je einen Delegierten in den Beirat zu wählen. Für die Geschäftsbereiche Daten-/Video-Projektoren, Corporate Reseller und Supplies wurden drei zusätzliche Mitglieder gestellt, die allerdings überregional agie-

ren. Der Beirat wird bis zu sechsmal pro Jahr tagen. Bei diesen Sitzungen sollen die Bedürfnisse und Interessen der Fachhändler aus den Regionen diskutiert und die Ergebnisse in gezielten Aktionen umgesetzt werden.

„Mit dem Händlerbeirat bekennen wir uns erneut zum Fachhandel als unserem strategischen Partner am Markt. Jeder einzelne Fachhändler in Deutschland hat damit einen lokalen und direkten Ansprechpartner bekommen, der seine Ideen, Anregungen und Optimierungsvorschläge hinsichtlich Epson zusammenfaßt und kanalisiert. Und darauf sind wir wirklich stolz!“, betonte Henning Ohlsson, Country Manager Epson Deutschland GmbH. „Epson profitiert insbesondere von der langjährigen Expertise eines jeden Mitglieds in dessen regionalem Markt. Wir haben mit dem Gremium kompetente und erfahrene Berater hinsichtlich Vertrieb, Service und Marketingaktivitäten an unserer Seite. Wir freuen uns auf eine gute und partnerschaftliche Zusammenarbeit, in der auch Kritik an uns jederzeit herzlich willkommen ist. Last but not least: Epson wurde Anfang dieses Jahres zur Fachhandelsmarke 2004/2005 in der Kategorie Homeprinting gewählt. Nicht zuletzt mit dem neuen Gremium werden wir das uns entgegengebrachte Vertrauen der Fotohändler und Fotografenmeister dauerhaft stärken und ausbauen.“

Jobo stellt mobilen DVD-Brenner vor

Die Jobo AG bringt jetzt den mobilen DVD-Brenner Jobo Image Maestro Pro mit Akkupack auf den Markt. Häufig reicht der Speicherplatz einer CD nicht mehr zur Sicherung der Daten aus. Mit dem Image Maestro Pro bietet Jobo jetzt auch einen DVD-Brenner für den mobilen Einsatz an.



Der Image Maestro Pro bringt alles für die mobile Datensicherung mit.

Wie die mobilen CD-Brenner, ist auch der Image Maestro mit einer Disk-Spanning-Funktion ausgestattet und kann damit Daten über 1 GB nicht nur auf DVD, sondern bei Bedarf auf mehrere CDs brennen.

Das Gerät bietet am unteren Gehäuse- rand verschiedene Kartenslots, über die die Daten von CF I + II, MicroDrive, MS, MS PRO, SD, MMC, SM eingelesen und direkt von der Speicherkarte auf DVD bzw. CD gebrannt werden können. Für Dateien auf xD-Karten benötigt der Anwender einen optional erhältlichen Adapter.

Der Image Maestro kann als externer DVD/CD-Brenner am PC oder Mac sowie als MP3-Player eingesetzt werden. Im Lieferumfang des Gerätes befindet sich neben einer Tasche, in der das gesamte mitgelieferte Zubehör transportiert werden kann, auch ein Kabel, über das der Brenner an einen Fernseher angeschlossen werden kann. Mit der ebenfalls im Lieferumfang enthaltenen Fernbedienung lässt sich der Image Maestro unterwegs zudem als DVD-Player nutzen. Der Jobo Image Maestro Pro ist ab sofort mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 299 Euro erhältlich.

Der neue Filmscanner von Konica Minolta

Mit dem Dimage Scan Elite 5400 II bietet Konica Minolta jetzt ein weiteres Gerät seiner bekannten Dimage Scan Elite-Reihe an. Der 35-mm-Filmscanner eignet sich sowohl für Einsteiger als auch Profis, und mit dem neu entwickelten Film-Expert-Algorithmus kann jetzt eine noch bessere Farbproduktion von Farbnegativfilmen erreicht werden.

Manuelle Anpassungen an unterschiedliche Belichtungen, Farbbalancen und Negativfilmtypen gehören damit der Vergangenheit an. Konica Minoltas neuer 35-mm-Filmscanner arbeitet mit einer Auflösung von 5.400 dpi und einem 16 Bit A/D-Wandler. Mit einem Dichteumfang von 4,8 und einer Farbtiefe von 48 Bit oder 16 Bit pro Farbkanal RGB können 65.536 Farbabstufungen pro Kanal erreicht werden.

Die neue Digital ICE⁴-Technologie beinhaltet insgesamt vier Anwendungen zur Bildbearbeitung und -verbesserung. Mit Digital ICE können Staub, Kratzer, Fingerabdrücke und andere Verunreinigungen auf der Filmoberfläche beseitigt werden.

Digital ROC analysiert die Farben und ermöglicht so die Wiederherstellung der Originalfarben verblaßter Filmstreifen. Digital GEM analysiert die Strukturen der Filmemulsion und reduziert die Körnigkeit, laut Unternehmensangaben, ohne Qualitäts-, Schärf- oder Farbverlust.

Digital SHO optimiert den Kontrast und die Belichtung, um zusätzliche Bilddetails in Lichtern und Schatten sichtbar zu machen.

Mit der Pixel Polish Funktion können automatische Bildverarbeitungs-korrekturen durch einfaches Anklicken der optimalsten Bildparameter vorgenommen werden. Und über die Dimage Scan Utility wird das Resultat sofort angezeigt.

Zur Schärfenkontrolle steht neben dem Autofokus auch eine manuelle Fokussierung zur Verfügung. Als Ergänzung zur Steuerung über die Software befindet sich ein großes Schärferrad direkt am Scanner, welches eine präzise Regulierung von Hand erlaubt. Weiterhin

JOB FOR YOUR BEST IMAGE

Sind Sie bereit für den nächsten Schritt?

GIGA^VPRO



Mobiler Fotospeicher mit Profi-Anspruch 40/60 GB

- > Verify
- > RAW Decoding
- > Wi-Fi kompatibel
- > Staub-Detektor
- > Touchscreen

WWW.JOBO.COM

wurde der Dimage Scan Elite 5400 II mit einem neuen Quick-Scan-System ausgestattet. Durch die Optimierung der internen Verarbeitungsprozesse und eigens entwickelte Optiken konnte die Scanzeit auf nur 25 Sekunden pro Bild reduziert werden. Eine weitere Zeitersparnis für den Anwender bietet der Indexscan, der automatisch beginnt, sobald der Filmhalter eingesetzt wird. Durch einfaches Anklicken wird das Bild sofort und ohne Vorscan als Vorschau vergrößert. Dies beschleunigt den Arbeitsablauf und erleichtert den Bildvergleich und die Bildauswahl.

Der Scan Elite wird über eine USB 2.0 Schnittstelle an den Computer angeschlossen und ermöglicht damit den schnellen Datentransfer vom Scanner zum PC.

Der Dimage Scan Elite 5400 II ist ab sofort mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 899 Euro erhältlich.



Der Dimage Scan Elite 5400 II digitalisiert 35-mm-Filme nicht nur, sondern läßt alte und verblaßte Negative wieder wie neu aussehen.

SMI Gruppe stellt neue digitale Minilab-Generation vor

Kompakt + vielseitig

Eine neue Minilab-Familie unter dem Namen „MarKo Line“ stellte die SMI Gruppe auf der PMA vor. Das Unternehmen, unter dessen Dach der italienische Hersteller San Marco Imaging und die frühere Minilab-Division von Gretag Imaging vereinigt wurden, setzt dabei auf ein modulares Produkt-Konzept, das den Einstieg in die Selbstverarbeitung leicht machen soll. Die SMI Minilabs werden in Deutschland von der Dohm GmbH vertrieben.

Die MarKo-Familie besteht aus drei Minilabmodellen mit einer Kapazität von 400, 650 bzw. 1.000 10 x 15 cm Bildern pro Stunde. Die Belichtung des Fotopapiers erfolgt mit einem LCD-System, das von der Schweizer SMI Tochtergesellschaft Swiss Imaging Technologies entwickelt und mit einer speziellen LED Reihenlichtquelle versehen wurde. Damit soll nach Angaben des Herstellers eine Auflösung von 500 dpi für 10 x 15 cm Bilder gewährleistet werden. Selbst bei Großbildern mit 30 cm Kantenlänge werden noch 300 dpi erreicht.

Preiswertes Einstiegsmodell MK4

Mit einer Kapazität von 400 10 x 15 cm Bildern pro Stunde bietet bereits das Einstiegsmodell der MarKo Line, das MK4, die Möglichkeit zur Herstellung zahlreicher verschiedener Bildprodukte und ermöglicht ein maximales Format von 20 x 30 cm. In einem kompakten Gehäuse sind Film- und Papierprozessor, ein hochauflösender Filmscanner, die Workstation und ein

Dr. Amilcare Berti, Vorsitzender der Geschäftsleitung der SMI Gruppe, und Consuelo Staiz, Marketing, freuten sich sehr über die Auszeichnung der neuen Minilabs mit dem DIMA Innovative Digital Product Award.



Digitalprinter vereinigt. „Unser MK4 benötigt von allen digitalen Minilabs auf dem Markt die kleinste Stellfläche, nämlich weniger als 1 qm“, erklärte Dr. Amilcare Berti, Vorsitzender der Geschäftsleitung der SMI Gruppe, in Orlando dem imaging+foto-contact.



Das Einstiegsmodell MK4

„Damit ist es auch für den Einsatz in Fotogeschäften mit eingeschränkten räumlichen Möglichkeiten geeignet.“ Die eingebaute Filmentwicklungsmaschine mit einer Kapazität von 21 Kleinbildfilmen in der Stunde ist für die Formate 110, 135, 120/220 und APS geeignet. Mit dem eingebauten Scanner können Colornegativ-, Dia- und Schwarzweiß-Filme der Formate 35 mm und APS digitalisiert werden. Zudem akzeptiert das Gerät alle populären Kamera-Speichermedien und CDs. Bereits das Einstiegsmodell ist netzwerkfähig und kann in Verbindung mit Annahmeterminals bzw. Fotokiosks für digitale Bildaufträge betrieben werden.

Während der Bildherstellung können mit dem SMI MK4 auch Bilder-CDs beschrieben werden. Zudem erlaubt das Gerät die Herstellung weiterer Bildprodukte wie Paßbilder, Ausschnitt-Vergrößerungen, Kalender oder Schmuckrahmen und bietet die Möglichkeit zur Entfernung roter Augen bei Blitzaufnahmen. Das Gerät ist mit den SMI-eigenen Bildverbesserungstechnologien Eye-Tech Scanning und



Das MK10 bietet eine Kapazität von 1.000 Bildern (10 x 15 cm) in der Stunde mit einer Auflösung von 500 dpi.

LODECO (lokale Dichtekontrolle) für die automatische Korrektur von Farbe und Dichte bei Filmaufnahmen ausgestattet; mit dem d!pep System werden auch digitale Bilder automatisch optimiert. Die Bedienung über den 15 Zoll Touch-Screen Monitor ist einfach und schnell zu erlernen. Erst später lieferbar wird das Modell MK6 sein, das über die gleiche Ausstattung wie das MK4 verfügt, aber eine höhere Kapazität von 650 10 x 15 cm Bildern in der Stunde aufweist.

Auf der PMA ausgezeichnet: das MK10

Das Spitzenmodell der neuen MarKo-Familie ist das MK10 mit einer Kapazität von bis zu 1.000 10 x 15 cm Bildern in der Stunde und einem maximalen Bildformat von 30 x 45 cm. Es wird serienmäßig mit einem zweiten Papiermagazin geliefert, so daß Formatwechsel schnell und einfach möglich sind. Die Filmentwicklung schafft bis zu 40 Kleinbildfilme in der Stunde. Das MK10 ist mit dem hochauflösenden und schnellen F335 Filmscanner ausgerüstet, der mit Hilfe der Digital ICE Software Staub und Kratzer auf der Filmoberfläche automatisch erkennt und beseitigt. Auf der PMA wurde das Gerät mit dem DIMA Innovative Digital Product Award ausgezeichnet.

Mit diesem Prädikat honoriert die Digital Imaging Marketing Association, eine Sektion der PMA, wegweisende Produkte und Konzepte für die digitale Bildverarbeitung. „Diese Auszeichnung ist für uns der Beweis, daß wir mit der Entwicklung der MarKo-Familie richtig auf die Bedürfnisse des Marktes reagiert haben“, erklärte Dr. Amilcare Berti. „Unsere neue Minilab-Generation bietet eine hohe Bildqualität, niedrige Betriebs- und Wartungskosten und ermöglicht es so dem Fotohandel, selbst in einem wettbewerbsintensiven Umfeld in die digitale und analoge Selbstverarbeitung einzusteigen.“



Besuchen Sie mich.



IFA 2005. Die weltweite Nr. 1 für Consumer Electronics.

Merken Sie sich den wichtigsten Termin des Jahres 2005: die IFA in Berlin. Auf dem größten Messe-Event der Branche finden Sie die spannendsten Innovationen aller

internationalen Hersteller. Verschaffen Sie sich eine lückenlose Marktübersicht und treffen Sie dort die Entscheidungen für Ihr Sortiment. Bis bald auf der IFA.



IFA Television & Entertainment



IFA Personal Communication



IFA Digital Imaging & Digital Music



IFA Sound & CarMedia



IFA Personal Computing & Games



IFA SNC Satellite, Networks & Cable

Berlin, 2. – 7. September 2005

www.ifa-berlin.de

Neuer Multimedia-Player von Panasonic

Mit der D-snap SV-AS3 bringt Panasonic eine neue Generation kompakter Mehrzweck-Kameras mit Audio-Funktionen auf den Markt. Das kleine Multitalent wurde mit einem 3,1-Megapixel Bildsensor ausgestattet, der Ausdrücke in Foto-Qualität bis zum Format 13 x 18 cm ermöglicht. Speziell für die Bildwiedergabe auf 16:9 TV-Geräten steht ein optimierter Aufnahmemodus mit 1.920 x 1.080 Pixeln zur Verfügung.



Die kompakte D-snap SV-AS3 kann als Digital-kamera, Camcorder und Musik-Player genutzt werden.

Ein Nacht-Modus erlaubt Aufnahmen selbst bei geringem Umgebungslicht, und die sparsame Energieversorgung reicht, laut Panasonic, für bis zu 260 Fotos.

Die D-snap SV-AS3 kann zudem als mobile Videokamera eingesetzt werden. Die Mini-Videos werden im MPEG4-Format mit Ton sowie einer Bildfrequenz von 30 Bildern pro Sekunde aufgenommen.

Der Multimedia-Player speichert Musikdateien auf einer SD Memory Card im WMA-, MP3- und AAC-Format. Und aufgrund ihrer energiesparenden Eigenschaften und der hohen Akkuleistung kann der Anwender bis zu 40 Stunden lang seine Lieblingsmusik abspielen. Da die AS3 ohne bewegliche Bauteile auskommt, ist sie unempfindlich gegen Erschütterungen, und über einen Regler an der Gerätefront kann die Lautstärke schnell und einfach eingestellt werden.

Mit der Voice Memo-Funktion wird die D-snap SV-AS3 zum Diktiergerät, wobei das Jog-Dial Bedienelement bei der Aufnahme rot und bei der Wiedergabe grün leuchtet. Weitere Funktionen werden durch Anwählen von Icons

aktiviert. Die mitgelieferte Software SD-Jukebox 5.0LE und SD Viewer 3.4 ermöglicht zudem die flexible Wiedergabe und Organisation der Bild- und Tondateien.

Die D-snap SV-AS3 ist ab sofort in den Farben Orange, Blau und Silber erhältlich, die unverbindliche Preisempfehlung lautet 249 Euro.

Neue Kameramodelle von Nikon

Die Nikon Basis-Modelle sind die Coolpix 5600 und die Coolpix 4600. Sie wurden für den unkomplizierten Einstieg in die Digitalfotografie konzipiert. Die beiden neuen Kompakten wurden mit einer Auflösung von fünf (5600) bzw. vier (4600) Millionen Pixeln und einem 3fach-Zoomobjektiv ausgestattet. Die Coolpix 7600 ist das 7-Megapixel-Topmodell der neuen Basisreihe. Wie die beiden neuen Premium-Modelle Coolpix 7900 und Coolpix 5900, die für den anspruchsvollen Hobbyfotografen entwickelt wurden, bietet sie neben der neuen Portrait-Autofokus-Funktion auch eine kamera-interne Korrektur des Rote-Augen-Effekts und die D-Lighting-Funktion. Diese verbessert Bilder, deren Hintergrund überstrahlt oder das Motiv durch den Blitz nicht ausreichend ausgeleuchtet wurde.

Die fünf neuen digitalen Kompaktkameras sind ab sofort erhältlich, ihre unverbindliche Preisempfehlung liegt zwischen 219 und 429 Euro.

Im digitalen SLR-Segment stellt Nikon mit der D2Hs das Nachfolgemodell der D2H vor.

Mit acht Bildern pro Sekunde bei bis zu 50 Bildern pro Serie und einer effek-



Die D2Hs ist die Nachfolgerin der digitalen Spiegelreflexkamera D2H von Nikon.

tiven Auflösung von 4,1 Megapixeln wurde sie unter anderem für die Reportagefotografie mit ihren hohen Anforderungen an die Schnelligkeit der Bilderfassung konzipiert.

Die ursprünglich für die D2X entwickelte Kombination aus Bildverarbeitungstechnologie und 3D-Color-Matrixmessung II mit neuen Algorithmen wurde jetzt auch in die D2Hs integriert.

Die D2Hs ist kompatibel zur Produktlinie der DX-Nikkor-Objektive und zur Objektivpalette der hochwertigen AF-Nikkore. Durch die volle Unterstützung des Nikon Creative Lighting Systems kann die D2Hs die i-TTL-Steuerung der Nikon-Blitzgeräte SB-800 und SB-600 nutzen, einschließlich des Advanced Wireless Lighting für Multiblitzszenarien.

Die D2Hs ist ab sofort mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 3.499 Euro erhältlich.

HP Photosmart R717

Die neue HP Photosmart R717 bietet eine Auflösung von 6,2 Megapixeln und



Die R717 ist die neue High-End-Digitalkamera von Hewlett-Packard.

ein 3fach-Zoomobjektiv. Neben zwölf Aufnahmemodi und manuellen Einstellmöglichkeiten stehen dem Anwender ein neues Mehrzonen-Fokus-System und die bekannten HP Real Life Technologies zur Verfügung. Das 4,6 Zentimeter große LC-Display erleichtert zudem die Betrachtung der Motive und Aufnahmen. Weiterhin lassen sich die verschiedenen Menü-einstellungen über den Monitor vornehmen.

Die HP Photosmart R717 ist ab April mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 279 Euro erhältlich. Als Bundle kostet sie inklusive Docking-Station, Schnelllade-Kit, Ersatzakkus und AC-Netzteil 349 Euro (UVP).

Neues Frontier 550 Minilab von Fujifilm



Neu: Fujichrome Velvia 100 Professional

Der neue Fujichrome Velvia 100 Professional Diafilm soll die Nachfolge des seit 1990 von Profis und ambitionierten Amateuren geschätzten Diafilms Velvia 50 antreten. Er bietet die charakteristischen Eigenschaften dieses besonderen Materials bei doppelter Empfindlichkeit.



Eine neue Emulsion, bei der verbesserte Farbkuppler für Cyan, Magenta und Gelb sowie die CEL (Color-Extension Layer)-Technologie eingesetzt werden, macht es möglich, daß die für den Velvia 50 charakteristische hohe Farbsättigung auch beim Velvia 100 erhalten bleibt. Trotz der höheren Empfindlichkeit ist der neue Film erheblich feinkörniger als sein Vorgänger und steht mit einer RMS-Körnigkeit von acht auf der gleichen Stufe wie andere professionelle Filmprodukte von Fujifilm, zum Beispiel der Provia 100F oder der Velvia 100F. Die neuen Farbkuppler sollen darüber hinaus die Farbstabilität und Haltbarkeit des Materials deutlich verbessern. Zudem verfügt der Velvia 100 jetzt über eine gute Eignung für die Push/Pull-Verarbeitung bei äußerst geringen Farb- und Dichteänderungen. Der Belichtungsspielraum reicht jetzt von -1/2 Blende bis +1 Blende und kann je nach Motiv auf bis zu zwei Blenden erweitert werden.

Der Velvia 100 ist ab Juli 2005 in Deutschland erhältlich. Bis ins Jahr 2006 hinein soll auch der Velvia 50 verfügbar bleiben.

Für schnelle Bilder

Mit dem neuen Frontier 550 stellte Fujifilm auf der PMA ein weiteres digitales Minilab vor, das Bilder im Minutenservice produzieren kann. Es unterscheidet sich vom auf der photokina eingeführten Modell Frontier 570 durch eine geringere Kapazität und einen niedrigeren Anschaffungspreis und ist deshalb auch für Standorte mit geringerem Bildvolumen geeignet.

Die kurze Verarbeitungszeit wird durch Verwendung des Fujicolor Crystal Archive Supreme Papiers Typ 02 im CP-49E Prozeß erreicht. Damit können nach Angaben von Fujifilm Bilder im Minutenservice angeboten werden, die besonders von Digitalkamera-Besitzern immer stärker nachgefragt werden. Für hervorragende Bildqualität sorgt neben der Laserbelichtung auf hochwertigem Fotopapier die Fujifilm-eigene Software Image Intelligence, die unter anderem eine voll-

automatische Rote-Augen-Korrektur ermöglicht und für einzelne Marktsegmente und Nutzeranforderungen individualisiert werden kann.

Das Fujifilm Frontier 550 ist kompakter als seine Vorgängermodelle und bietet eine Kapazität von 1.210 Bildern im Format 10 x 15 cm pro Stunde. Diese Geschwindigkeit wird sowohl bei der Belichtung von Filmen als auch bei Bildern aus digitalen Quellen erreicht. Möglich wird das durch den neuen Frontier Manager Controller, der auch beim Frontier 570 eingesetzt wird und eine besonders schnelle Verarbeitung der Bilddaten gewährleistet.

Die zusätzliche Frontier Manager Software optimiert zudem den Workflow und soll mögliche Fehlerquellen deutlich reduzieren. Auf einem gegenüber dem Vorgängermodell Frontier 355 um 40 Prozent verringerten Installationsraum kann eine breite Palette von Bild-Dienstleistungen bis zu Großbildern im Format 30 x 45 cm angeboten werden. Da lediglich die Vorderfront und die Seiten für die Wartung zugänglich sein müssen, kann das Frontier 550 an der Wand aufgestellt werden.

Die neuen Exilim-Modelle für kreatives Fotografieren

Volle Bildkontrolle

Mit den kürzlich vorgestellten neuen Modellen der Exilim-Familie spricht Casio gezielt Hobby-Fotografen an, die von einer Digitalkamera mehr als den schnellen Schnappschuß oder den kurzen Videoclip erwarten. Die zahlreichen manuellen Einstellmöglichkeiten der Exilim Pro EX-P505 und der Exilim EX-Z750 geben den Anwendern die Möglichkeit, das Bildergebnis nach klassischen fotografischen Kriterien zu beeinflussen und ihre Fotos kreativ zu gestalten. Dabei brauchen sie auf die Exilim-typische Kompaktheit und Eleganz nicht zu verzichten.



Trotz des klassisch gestalteten Gehäuses und eines Fünffach-Zoomobjektives ist die Exilim Pro EX-P505, wie das Foto zeigt, extrem kompakt.

Wer die Exilim Pro EX-P505 nur von Produktfotos her kennt, erlebt eine echte Überraschung, wenn er die Kamera erstmals in natura sieht: Trotz ihres klassisch gestalteten Gehäuses und des Fünffach-Zoomobjektives ist die Kamera eine echte Exilim, die in einem hochwertigen und vor allem verblüffend kompakten Gehäuse steckt. Im typischen Exilim-Design präsentiert sich die EX-Z750 mit 7,2 Megapixeln und voll versenkbarem Dreifach-Zoomobjektiv.

Bei beiden Modellen können wichtige Funktionen wie Schärfe, Belichtungs-kontrolle, Empfindlichkeit, Weißabgleich sowie Blende und Verschlusszeiten vom Anwender manuell eingestellt werden.

Für ambitionierte Kunden

Nach Ansicht von Ricky Stewart, Senior Sales Manager Digital Imaging der Casio Europe GmbH, sind die neuen Exilim-Modelle wegen ihrer reichhaltigen fotografischen Ausstattung vor allem für die Kunden des Fotohandels interessant: „Wer auf die fotografischen Möglichkeiten einer Kamera besonderen Wert legt, rennt nicht dem nächstbesten Billigangebot hinterher“, erklärte Stewart dem imaging+foto-contact. „Gerade der qualifizierte Fotohandel mit aktiver Beratung hat darum die Kunden, die wir als Zielgruppe für unsere neuen Exilim-Kameras im Visier haben. Den etwas

Die Exilim EX-Z57 jetzt auch in „Black Metal“

Die Exilim Zoom EX-Z57 gibt es jetzt auch als „Black Metal“ im schwarzen Aluminiumgehäuse. Sie ist mit einem 2,7-Zoll-TFT-Farbdisplay, das sich bequem in zwei Helligkeitsstufen einstellen läßt, ausgestattet.

Die 5,0-Megapixel-Kamera bietet ein 3fach-Zoomobjektiv und ist dank der Super Life-Battery extrem leistungsstark. Nach einmaligem Aufladen des Lithium-Ionen-Akkus macht die kompakte Schwarze, laut Casio, bis zu circa 400 Aufnahmen.

Benutzerfreundliche Elemente wie die Auto Makro-Funktion, der integrierte 4-Funktionen-Blitz mit Red-Eye-Reduction und der Flash-Assist-Funktion erleichtern dem Hobbyfotografen die Aufnahme gelungener Fotos. Auch bei der schwarzen Z57 hat Casio nicht an den Bestshot-Funktionen gespart.

Hier stehen dem Anwender verschiedene voreingestellte Motivprogramme für unterschiedlichste Bildsituationen, wie beispielsweise Portrait oder Retro zur Verfügung. Darüber hinaus können selbst erstellte Bestshot-Szenen hinzugefügt werden.

Mit der Movie-Funktion zeichnet die Kamera Videos mit Ton ohne Zeitlimit auf. Der interne, circa 9,3 MB große Flash-Speicher ist durch handelsübliche SD- und MMC-Karten beliebig erweiterbar.

Zur EX-Z57 „Black Metal“ gehört zudem eine USB-Dockingstation. Diese stellt die Verbindung zum PC her, überträgt die Bilddaten auf den Computer oder lädt den leistungsstarken Akku auf.

Die Exilim Zoom EX-Z57 „Black Metal“ ist ab April mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 399 Euro erhältlich.



höheren Verkaufspreis kann man im Beratungsgespräch mit den großen fotografischen Möglichkeiten gut begründen. Das bedeutet auch mehr Rendite, die unsere Partner im Fotohandel beim Kamerageschäft dringend brauchen.“

Mehr Video-Ausstattung

Ein weiteres Argument für die beiden Exilim-Modelle sind die erweiterten Video-Funktionen, die sich auch für bewegte Bilder ein Qualitätsniveau erstellen sollen, das man bislang von



Im silbernen Gehäuse des Sieben-Megapixel-Modells EX-Z750 stecken auch neue Bestshot-Funktionen.

digitalen Kompaktkameras nicht unbedingt erwarten konnte. Möglich wird das durch die neuen Movie Bestshot-Funktionen: Die Aufzeichnung erfolgt im MPEG4-Format mit VGA-Auflösung für bildschirmfüllende, ruckelfreie Wiedergabe mit gutem Ton. Interessant ist der Past Movie-Modus, mit dem die Kamera kontinuierlich alles aufnimmt, was sich vor der Linse abspielt. Wenn der Anwender durch Drücken des Auslösers eine interessante Szene endgültig festhalten will, speichert die Kamera automatisch auch die fünf Sekunden zuvor und sorgt so dafür, daß auch der Beginn der interessanten Szene festgehalten bleibt.

Funktion als Foto ausgedruckt werden, oder auf Wunsch fügt die Kamera dem ausgewählten Bild nach dem Zufallsprinzip acht weitere hinzu und stellt sie zu einer Komposition zusammen. Bei der EX-Z750 wurden zudem die bewährten Bestshot-Funktionen der Exilim-Familie nochmals erweitert: Mit „Art Shot“ wirken Fotos beispielsweise wie gemalt, „ID Shot“ arrangiert ein fotografiertes Portrait automatisch in passender Größe für amtliche Dokumente mehrfach auf einem Ausdruck, und die neue „Continuous Zoom Shooting“-Funktion erleichtert die Wahl des passenden Bildausschnittes, denn die Kamera nimmt dabei nach dem Drücken des Auslösers automatisch zwei Aufnahmen mit unterschiedlichen Zoom-Faktoren auf.

Hohe Wertschöpfung

„Mit der Exilim Pro EX-P505 und der EX-Z750 setzen wir unsere Strategie fort, dem Fotohandel mit der Exilim-Familie eine Produktpalette anzubieten, deren Erfolg nicht auf Niedrigpreisen beruht, sondern auf der hohen Qualität und dem attraktiven Design, das diese Produkte so begehrnt macht“, betonte Stewart. „Die Tatsache, daß unsere sehr erfreulichen Marktanteile nach Stückzahlen durch unseren Marktanteil nach Wert noch übertroffen werden, ist ein klarer Beweis dafür, daß diese Strategie nicht nur richtig ist, sondern auch vom Fotohandel erkannt und umgesetzt wird.“

Mit dem speziellen Zubehör, das Casio für die Exilim-Produkte anbietet, kann diese Wert-

schöpfung noch verbessert werden. Dazu gehören paßgenaue Taschen, Unterwassergehäuse, Tischstative oder Adapter für Vorsatzlinsen und Filter, mit denen die Bindung der Kunden an die Marke Exilim noch verstärkt werden kann. „Dieses Angebot spezieller Zubehör-Artikel unter der Marke Exilim ist eine der besten Ideen, die wir je hatten“, stellte Stewart zufrieden fest. „Die Erfahrung hat gezeigt, daß Exilim-Käufer gerne zu diesen Artikeln greifen, weil sie zum Beispiel nicht irgendeine Tasche akzeptieren, sondern auch hier auf Design, Qualität und das Image der Marke Wert legen.“



Im Exilim Cleaning Kit befinden sich alle Produkte, um die Kamera von Staub und Schmutz zu reinigen.



Das 2,5 Zoll große Display der EX-Z750 rundet die hochwertige Ausstattung der Kamera ab.

Die Short-Movie-Funktion ermöglicht die Aufzeichnung kurzer Filme von bis zu acht Sekunden Länge, bei denen der Beginn der Szene wahlweise vor, gleichzeitig mit oder nach dem Drücken des Auslösers festgelegt werden kann. Einzelne Bilder aus dem Videofilm können mit der Motion Print-



Für die typische Form der Pro EX-P505 hat Casio auch eine entsprechend gestaltete Tasche im Angebot.

Zusätzlich bieten die beiden neuen Exilims mit ihrer hohen Auflösung von fünf bzw. 7,2 Megapixeln die Gelegenheit, auch hochwertige Speicherkarten mit bis zu 1 GB Kapazität mitzukaufen.

Für den aktiven Verkauf der Exilim-Produkte bietet Casio umfangreiche Werbemittel und PoS-Materialien an, zu denen unter anderem Poster, Banner, DIN A1-Plakate, ein Brand-Pack mit Thekenmatte, Tür- bzw. Fensteraufklebern sowie verschiedene Displays gehören.



Die Caplio-Familie von Ricoh erhält Zuwachs **IN DER CAPLIO R2** **STECKT SO EINIGES DRIN**

Ricoh erweitert mit der Caplio R2 seine Digitalkamera-Reihe um ein weiteres 5-Megapixel-Modell. Wie auch die anderen Caplio-Kameras wurde die R2 äußerlich schlicht und schmal gehalten, ohne dabei Abstriche bei der technischen Ausstattung zu machen.

Auch die Caplio R2 wurde mit dem von Ricoh entwickelten einfahrbaren Objektivsystem ausgestattet. Daher konnte trotz der geringen Gehäusentiefe von nur 25,8 mm ein 4,8fach-Zoomobjektiv mit einem Brennweitenbereich von 28 bis 135 mm in der Kamera untergebracht werden.

Für die schnelle Wahl der passenden Brennweite stehen fünf Zoomstufen zur Verfügung. Mit einem einfachen Tastendruck kann der Anwender dabei zwischen 28 mm, 35 mm, 50 mm, 85 mm und 135 mm wechseln.

Der 5-Megapixel-CCD und der Bildverarbeitungs-Prozessor „Smooth Image Engine“ von Ricoh sorgen zudem für scharfe und farbenfrohe Bilder, die sich auch großformatig printen lassen.

Fast die gesamte Rückseite der R2 wird durch den hochauflösenden, 2,5 Zoll großen Monitor eingenommen.



Die detailreichen Aufnahmen der Caplio R2 kommen auf dem großen TFT-Monitor erst richtig zur Geltung.

Funktionen und Gestaltung

Bereits 0,8 Sekunden nach dem Einschalten ist die Kamera aufnahmebereit. Wird der Auslöser für die Aufnahme in einem Zug durchgedrückt, beträgt die Zeit bis zur Verschlussöffnung nur etwa 0,06 Sekunden. Zwischen der fertigen automatischen Scharfeinstellung bei halb gedrücktem Auslöser bis zur Bildbelichtung vergehen sogar nur 0,003 Sekunden. Ferner ist die Kamera nach etwas weniger als einer Sekunde für die nächste Aufnahme bereit.

Die Symbole für die aktuellen Kameraeinstellungen sind auf dem Monitor so angeordnet, daß sie möglichst wenig vom angezeigten Motiv verdecken. Im Wiedergabe-Modus kann der Anwender wählen, ob eine, drei oder zwölf Aufnahmen auf einmal angezeigt werden. Mit der Multibild-Serienfunktion werden 16 Bilder mit nur einem Druck auf die Auslösertaste in schneller Folge aufgezeichnet. Solche Serien können nach der Aufnahme auf dem LCD-Monitor entweder Bild für Bild oder als Animationsschau betrachtet werden.

Alles voll im Blick

Auch die R2 bietet die Ein-Zentimeter-Makrofunktion von Ricoh. Nützlich ist hier das manuell im Bildfeld verschiebbare Autofokus-Zielfeld, wodurch die

Schärfe ohne Veränderung der Kameraposition exakt auf die gewünschte Objektart gelegt werden kann. Das eingebaute Blitzgerät gibt im Makro-Modus nur abgeschwächte Blitze ab, damit die Objekte klar und ohne „Ausbleich-Effekte“ abgebildet werden. Weiterhin berücksichtigt das optimierte Autofokus-System bei Makroaufnahmen den



Abstand, die Abbildungsgröße und den Kontrast, um die präzise Scharfeinstellung gewährleisten zu können.

Unter Berücksichtigung der vorhandenen Beleuchtung wählt die Caplio R2 bei Innenaufnahmen automatisch die passende ISO-Empfindlichkeit und Verschlusszeit.

Die Belichtungsreihenautomatik sorgt zudem bei schwierigen Lichtverhältnissen für optimale Ergebnisse, indem sie direkt nacheinander drei etwas unterschiedlich hell belichtete Fotos aufnimmt. Und für den einfachen und schnellen Fotoprint unterstützt die Kamera den PictBridge-Standard.

Hier wird Strom gespart

Für die Stromversorgung der Caplio R2 stehen ein wiederaufladbarer Lithium-Ionen-Akku, Alkali-Mangan-Batterien oder Nickel-Metallhydrid-Akkus in Mignongröße sowie ein Netzteil für die Steckdose zur Wahl. Mit dem voll aufgeladenen Lithium-Ionen-Akku sind, laut Ricoh, bis zu 500 Aufnahmen möglich.

Ein Paar Alkali-Mangan-Batterien schaffen rund 200 Aufnahmen.

Weiterhin schaltet die stromsparende Monitorsynchronisierung das Display automatisch ab, wenn die Kamera nicht bedient wird.

Die Caplio R2 ist seit Mitte März lieferbar, die unverbindliche Preisempfehlung lautet 349 Euro.

Zwei neue Digimax-Modelle von Samsung

Für Foto-Romantiker

Mit zwei neuen digitalen Kompaktkameras erweitert Samsung seine Digimax-Serie um ein Fünf- und ein Sieben-Millionen-Pixel-Modell. Die Digimax V700 und die Digimax U-CA 5 bieten neben ihren Qualitäten als Digitalkamera erweiterte Videofunktionen und die neue SafetyFlash-Technologie für bessere Bilderergebnisse bei schwierigen Lichtverhältnissen.

Mit einer Auflösung von sieben Megapixeln, einer deutlich verbesserten Einschalt- und Bildfolgezeit sowie einem 3fach-Zoomobjektiv von Schneider-Kreuznach hat Samsung die neue V700 ausgestattet.

Neben Effekten wie Sepia oder Schwarzweiß ist sie zusätzlich mit einem Modus ausgestattet, in dem zwischen zwei und vier nacheinander aufgenommene Einzelbilder in nur einem Foto zusammengeführt werden können. Dazu wird der zwei Zoll große TFT-Monitor auf der Gehäuserückseite wahlweise halbiert, gedrittelt oder geviertelt. Hiermit können beispielsweise verschiedene Ansichten eines Objektes ohne zusätzliche Bildbearbeitung in nur einer Datei abgebildet werden, um diese anschließend per E-Mail zu verschicken.

Eine weitere Neuheit ist die SafetyFlash-Funktion. Soll die Stimmung bei einem schwach ausgeleuchteten Motiv erhalten bleiben und deshalb kein Blitz eingesetzt werden, kann es aufgrund der langen Belichtungszeit zu Verwacklungen kommen. Bei Aktivierung der SafetyFlash-Funktion werden in kurzer Folge zwei Aufnahmen geschossen: ein Foto mit sehr kurzer Belichtungszeit für die Schärfen- und Kontureninformationen des Motivs sowie ein weiteres mit der passenden Belichtungszeit zur Erfassung der Farbinformation und der Lichtstimmung. Anschließend werden beide Aufnahmen von der Kamera zu einem Foto zusammengesetzt. Dabei wird gleichzeitig der Rote-Augen-Effekt unterdrückt.

Die Digimax V700 nimmt Videos im MPEG-4-Format mit bis zu 30 Bildern in der Sekunde auf. Bei der Aufnahme der kleinen Movies kommt nun ein Verfahren zur Bildstabilisation zum Einsatz: Da die zur Verfügung stehende Fläche des CCD-Chips größer als die Aufnahmefläche ist, wird trotz Verwacklungen immer das ganze Bild aufgenommen. Durch eine nachgeschaltete digitale Neuberechnung wird dann, laut Samsung, ein verlässlicher Verwacklungsschutz ermöglicht.

Neu ist auch, daß mit der Pausen-/Resume-Taste der aktuelle Clip unterbrochen werden kann. Wird die Aufnahme wieder aufgenommen, erfolgt die Speicherung in die gleiche und nicht wie sonst üblich in eine separate Datei. Darüber hinaus hat der Anwender die Möglichkeit, die Videoclips schon in der Kamera zu schneiden. Die Digimax V700 ist in den drei Design-Varianten Milk Silver, Noble Wine (Matt-Rot)

sowie Anthrazitblau (Indigo Blue) erhältlich und wird ab sofort mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 399 Euro angeboten.



Die Digimax V700 bietet Videofunktionen wie ein kleiner Camcorder.

Digimax U-CA 5

Die Digimax U-CA 5 ist das neue 5-Megapixel-Modell von Samsung. Das 1,8-Zoll-LC-Display und ein lichtstarkes 3fach-

digitalfoto & logistic
df&l GmbH

**Fragen Sie nach
unseren
aktuellen Angeboten!**



CH-3988:

**Schnelladegerät mit 4AA und 4AAA Nimh
Akkus + Autoadapter**

digitalfoto & logistic

Frankfurter Straße 52-56 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany

Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 96 · E-Mail: info@dflogistic.de · www.dflogistic.de

Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 35 bis 105 mm (entsprechend KB-Format) wurden in einem kompakten und mit nur 131 Gramm leichten Gehäuse untergebracht. Die Digimax U-CA 5 unterstützt wie ihre große Schwester V700 das MPEG-4-Format. Die Video-Aufnahmen mit bis zu 30 Bildern pro Sekunde werden hierbei nur noch durch die Größe des verwendeten Speichermediums limitiert.

Analog zur Digimax V700 ist auch die Digimax U-CA 5 mit dem neuen Verfahren zur Bildstabilisation sowie der praktischen Pausenfunktion ausgestattet. Und auch bei diesem Modell hat Samsung die neue SafetyFlash-Funktion eingebaut. Alle Funktionen der Digimax U-CA 5 werden über eindeutig beschriftete Tasten oder die auf der Rückseite der Kamera positionierte Vier-Wege-Wippe gesteuert. Neu hinzugekommen ist zudem die praktische Quick-Mode-Change-Taste auf der Gehäuserückseite, mit der der Fotograf direkt in die Menüwahl der Programm-Modi gelangt.

Mit Hilfe der Vier-Wege-Wippe kann hier zwischen den verschiedenen Motiv-Programmen ausgewählt werden, ohne das Haupt-Menü auswählen zu müssen.

Ab sofort ist die Digimax U-CA 5 in den drei Farbvarianten Neo Blue, Neo Wine und Neo Grey für 299 Euro (UVP) erhältlich.



Mit SafetyFlash hält die U-CA 5 auch stimmungsvolle Momente klar im Bild fest.

Die neuen Pixma und Selphy Drucker von Canon

Fotos sind hier genau richtig

Canon erweitert mit dem Pixma MP760 seine Range der Tintenstrahl-Multifunktionssysteme um einen „Fotospezialisten“. Und mit dem Thermosublimationsgerät Selphy CP600 bringt das Unternehmen den ersten mobilen Fotodrucker auf den Markt, der mit dem canon-eigenen Digic II Bildprozessor ausgerüstet wurde.



Der Pixma MP760 ist nicht nur schnell und sparsam, er lässt auch verblaßte Farben wieder wie neu erscheinen.

Als Drucker wartet der MP760 mit bis zu 4.800 x 1.200 dpi, bis zu 25 Seiten pro Minute im Schwarzweißdruck und mit bis zu 17 Seiten pro Minute im Farbdruck auf. Für einen randlosen Fotoprint im Format 10 x 15 cm benötigt er nur rund 36 Sekunden, und auch hier kommt die Canon Fine Technology zum Einsatz. Das Gerät wurde zudem mit Mikrodüsen ausgestattet, die bis zu zwei Picoliter feine Tintentröpfchen auf das Papier spritzen.

Das 5-Tintensystem inklusive Contrast-PLUS sorgt für ein Druckbild mit hoher Schärfe, Kontrast, Farbgenauigkeit und Farbschattierung. Beidseitiges Drucken und Kopieren kann über die integrierte Duplexeinheit erfolgen, und mit seinen zwei Papierzuführungen (Papiereinzug und Papierkassette) ist eine gleichzeitige Bevorratung mit Normalpapier und Fotopapier möglich. Dabei umfaßt der maximale Papiervorrat 300 Blatt. Zudem besteht die Möglichkeit, CDs oder DVDs direkt mit Text und Bild zu bedrucken.

Über das 2,5-Zoll-Farbdisplay läßt sich der Druck auch ohne PC-Anbindung steuern. Vor dem Druck einer gescannten Durchlichtvorlage oder eines Fotos von der Speicherkarte können vom Display aus die Vorschau, Auswahl und Größenänderung der Bilder bequem vorgenommen werden.

Der Pixma MP760 ist das erste Canon Multifunktionssystem mit kompakter Durchlichteinheit. Die Halterung für Scanvorlagen wurde dabei platzsparend in den Deckel integriert. Damit können bis zu sechs KB-Negative oder

vier gerahmte Dias mit maximal 2.400 dpi und 48 Bit Farbtiefe gescannt werden.

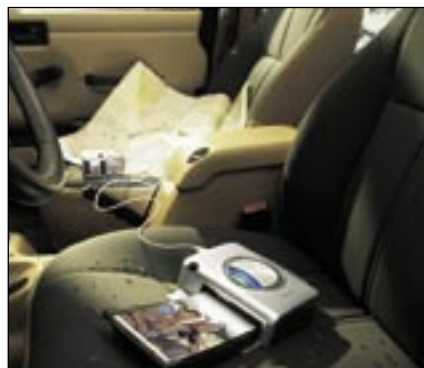
Als Digitalkopierer überzeugt der MP760 mit einer Geschwindigkeit von bis zu 25 DIN A4 Randloskopien pro Minute in Schwarzweiß und bis zu 17 Kopien pro Minute in Farbe.

Ganz neu ist die Funktion „Kopieren mit Farbrekonstruktion“, die beim Kopieren älterer Dokumente bzw. Fotos verblaßte Farben automatisch auffrischt.

Der Pixma MP760 ist ab März mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 399 Euro erhältlich.

Selphy CP600

Der mobile Fotoprinter Selphy CP600 ist der erste Thermosublimationsfotodrucker von Canon, der den aus den Digitalkameras bekannten Canon Digic II Bildprozessor verwendet. Die Leistung des Digic II ermöglicht nicht nur die hohe Druckgeschwindigkeit, sondern ebenfalls die Integration



Für flotte Bilder unterwegs ist der Selphy CP600 genau der richtige Begleiter.

neuer Verarbeitungsprozesse, die, laut Canon, zu einer insgesamt verbesserten Bildqualität führen.

Mit einem Gewicht von nur 850 Gramm und einer kompakten Stellfläche kann der Selphy CP600 sowohl randlose Prints als auch Fotos mit Rand ausgeben. Der neue Drucker unterstützt zudem den Druck via IrDA-Verbindung. Auf diesem Weg können auch Bilder von kompatiblen Fotohandys drahtlos gedruckt werden.

Eine automatische Korrekturfunktion verbessert Fotos, die zu hell oder zu dunkel sind oder einen zu geringen Dynamikumfang aufweisen.

Für reichlich Strom im mobilen Einsatz sorgt der neue Akku NB-CP2L, der ebenso wie das Netzteil im Lieferumfang enthalten ist.

Wird der Drucker via USB-Kabel mit einer PictBridge-kompatiblen Kamera verbunden, dann erscheint auf dem Kameradisplay ein Druckmenü, über das der Anwender Einstellungen wie das Druckformat oder die Anzahl der Ausdrucke wählen kann.

Über einen Knopfdruck der Print/Share-Taste wird das aktuell angezeigte Foto automatisch zu Papier gebracht.

In Verbindung mit der neuen Digital IXUS 700 sind sogar Ausdrucke im 10 x 20 cm Panoramaformat möglich. Dabei wird das Bild automatisch an das Druckformat angepaßt.

Der Selphy CP600 wird ab April mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 249 Euro angeboten.

Sony präsentiert sein flachstes Cyber-shot-Modell

Cyber-shot T7: „Eine wie keine“

Mit der Entwicklung und technischen Umsetzung der neuen ultraflachen Cyber-shot T7 schreibt Sony ein Stück Digitalkamera-Geschichte. Das neue Design-Modell bringt es an seiner schmalsten Stelle auf gerade einmal 9,8 Millimeter und läßt trotzdem nichts in Sachen modernster digitaler Fototechnik vermissen.

Mit der Cyber-shot T7 wendet sich Sony an die „Early Adopters“, das sind die Konsumenten, die bereits früh in die digitale Fotografie eingestiegen sind und jetzt beim Kauf einer neuen Kamera neben den verbesserten technischen Funktionen auch Wert auf Design und Lifestyle legen.



Die T7 bietet jede Menge Technik im außergewöhnlichen Designer-Gehäuse.

Die Neue aus der Cyber-shot T-Designserie kann diese Wünsche problemlos erfüllen.

Im Gegensatz zur bereits schlanken Cyber-shot T1 hat Sony sein neues Modell sowohl bei den Abmessungen

als auch den technischen Komponenten noch einmal wesentlich kompakter gestalten können. Dies wurde unter anderem durch eine neue, jetzt zweiseitig bestückte Platine und eine erhöhte Akkupackdichte möglich.

Daß die Twiggy unter den Digitalkameras an ihrer schmalsten Stelle lediglich 9,8 Millimeter mißt, konnte durch die neue Anordnung der Einzelkomponenten realisiert werden. Die Optik wird jetzt, bei gleicher Objektivgröße, direkt vom Gehäuse umschlossen, und LCD und Objektiv liegen nun in der Kamera nebeneinander.

Die Cyber-shot T7 wiegt inklusive Akku 125 Gramm und mißt 91,7 mm in der Breite, 60 mm in der Höhe und, wie bereits erwähnt, gerade mal 9,8 mm in der Tiefe.

Es kommt noch besser

Nicht nur rein äußerlich ist die T7 ein Hingucker. Das 3fach Carl Zeiss Vario-Tessar Zoomobjektiv arbeitet mit einer Brennweite von 38 bis 114 mm (im Vergleich zu KB) und liefert in Kombination mit dem 5-Megapixel-Super-HAD-CCD scharfe und kontrastreiche Aufnahmen. Wie schon bei anderen neuen Cyber-shot Modellen (siehe dazu imaging+foto-contact Ausgabe 3/2005), hat Sony auch der T7

ein 6,35 cm großes Hybrid LCD spendiert. Mit 230.000 Pixeln ist der Monitor besonders hochauflösend, und selbst bei starker Sonneneinstrahlung können die Bilder bequem betrachtet werden.

Der von Sony entwickelte „Real Imaging Prozessor“ kommt auch in der T7 zum Einsatz, und durch ihn ist die Kamera in nur 1,3 Sekunden, durch leichtes Drücken des Einschaltknopfes, startklar. Die reine Auslöseverzögerung beträgt nur noch 0,009 Sekunden, und im Burst-Modus können bis zu neun Aufnahmen mit einer Geschwindigkeit von nur 1,2 Sekunden pro Bild in Serie geschossen werden. Im Highspeed-Burst-Modus schafft die Kamera sogar drei Fotos pro Sekunde.



Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!



CH-5600:
Schnellladegerät LCD Display
USB + Autoadapter

digitalfoto & logistic
Frankfurter Straße 52-56 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany
Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 96 · E-Mail: info@dflogistic.de · www.dflogistic.de

Die Stromversorgung der T7 wird durch Sonys Stamina-Technologie sichergestellt. Mit einer einzigen Akkuaufladung kann der Anwender durchschnittlich 160 Aufnahmen machen, erst dann muß der mitgelieferte Lithium-Ionen-Akku neu geladen werden.

Im umfangreichen Zubehör finden sich neben einem Lithium-Ionen-Akku noch ein AV- und USB-Kabel, ein Standfuß mit Stativgewinde, ein Adapterstecker für AV, DC und USB sowie ein Software-Paket mit Picture Package, ImageMixer und USB-Treiber.

Zum optionalen Zubehör gehört unter anderem das Sportgehäuse SPK-THA, welches bis zu drei Metern Tiefe wasserdicht ist. Dabei ist das Sportgehäuse der T7 kaum größer als die Kamera selbst und schützt diese vor Wasser, Schmutz und Kratzern.

Die Cyber-shot T7 ist in den Farben Schwarz und Silber erhältlich und wird ab Mai mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von rund 500 Euro angeboten.



Viel Platz braucht die neue Cyber-shot T7 tatsächlich nicht.

Vier Trends sollten den Fotohandel interessieren

Zwei und drei Megapixel im Handy werden zum Standard

Mit Blick auf das Zusammenwachsen von Fotografie und Telekommunikation waren auf der CeBIT 2005 vier Trends zu beobachten. Der für die Fotobranche wichtigste: Mobiltelefone mit integrierter Zwei- oder Drei-Megapixel-Kamera werden in diesem Jahr Standard in der gehobenen Preisklasse. Die meisten dieser Geräte sind zusätzlich mit Autofokussystemen, deutlich verbesserten Bildverarbeitungsalgorithmen und Speicherkapazitäten bis in Gigabytebereiche ausgestattet. Selbst für Skeptiker im Fotohandel dürfte damit die Zeit gekommen sein, diese Ertragsbringer in ihr Portfolio einzubeziehen, um ihre Zukunft zu sichern. Reinhard Krause, Geschäftsführer und Leiter Customer Service Platform der The Phone House Telecom GmbH, brachte die Bedeutung der Mobiltelefonie für den Fotohandel in einem Gespräch mit **imaging+foto-contact auf den Punkt: „Wer sich jetzt nicht mit dem Thema beschäftigt, der kann in wenigen Jahren seinen Laden zumachen.“**

Interessant sind die neuen Geräte für den Fotohandel aber nicht nur durch die verbesserten fotografischen Möglichkeiten, sondern auch dadurch, daß zumindest in Gebieten mit hoher Bevölkerungsdichte inzwischen der schnelle Mobilfunkstandard UMTS flächendeckend von allen Netzbetreibern angeboten wird. Auch große Bilddateien lassen sich damit, abhängig vom jeweiligen Vertrag, kostengünstig verschicken, zum Beispiel als E-Mail-Anhang. Damit werden auch die Möglichkeiten, Bilderservices für mobile Fotos einzurichten, greifbarer. Ob der

Fotohändler dabei einen eigenen Dienst über sein Minilab realisiert oder mit einem Großlabor kooperiert, ist sicherlich von vielen Faktoren abhängig. Fest steht jedoch, wer will, der kann einen solchen Dienst einrichten, denn die erforderlichen Programme und Geräte sind schon seit geraumer Zeit marktreif.

Konkreter als bei der Nutzung des Mobilfunks werden die Chancen für Bilderservices für Handyfotografen durch die Tatsache, daß die meisten Handys der gehobenen Ausstattungs-kategorie über die Möglichkeit des kabel-

losen Bildversands per Bluetooth oder Infrarot bzw. über Wechselspeicher verfügen. Schon mit einfachen Foto-druckern, die Bilder im Format 10 x 15 cm ohne Einsatz eines Computers drucken, lassen sich hier Kundenwünsche zufriedenstellen. Nach oben sind die Möglichkeiten offen, von den verschiedensten Kiosk-lösungen bis zur Integration der Handy-Bildservices in das hauseigene Minilab-Netzwerk.

Der Bedarf, Bilder vom Handy zu bekommen, ist beim Verbraucher vorhanden, und er wird mit verbesserter Ausstattung der Mobiltelefone steigen. Viele Gespräche auf der CeBIT haben gezeigt, daß Imaging für die Unternehmen der Telekombranche ein Wachstumsfaktor ist, und viele Tk-Unternehmen suchen derzeit nach Partnern im Fotohandel. Klar ist, auch das haben die Gespräche gezeigt, der Markt für Bilderdienste vom Fotohandy wird erschlossen werden, und wenn nicht vom Fotohandel, dann von anderen Anbietern.

Trend Nummer zwei: Kamerahandys für Einsteiger

Trend Nummer zwei sollte den Fotohandel ebenfalls motivieren, sich intensiver um das Geschäftsfeld Tele-

Ringfoto und debitel wollen weiterhin gemeinsam bei Tk-Angeboten wachsen

Im Vorfeld der Ringfoto-Messe in Erlangen haben die debitel AG, Stuttgart, und die Ringfoto Gruppe die Rahmenbedingungen für die weitere Zusammenarbeit festgelegt. Gemeinsames Ziel ist es, auch 2005 deutlich zu wachsen. Die Zusammenarbeit begann im Jahr 2002 und wurde mit der zunehmenden Verschmelzung von Mobilfunk und Digitalfotografie Jahr für Jahr intensiver und erfolgreicher. Zum heutigen Zeitpunkt sind über 90 Prozent aller bei Ringfoto verkauften Handys mit einer Kamera ausgestattet. Damit wird die Expertise der Fotohändler immer wichtiger.

„Vor drei Jahren war das Zusammenwachsen von digitaler Foto-technik mit den Mobilfunkgeräten ein Zukunftsthema. Heute ist dies Standard, und die Fotofachhändler haben einen echten Mehrwert, wenn sie ihren Kunden sowohl ein attraktives Telekommunikationsangebot als auch digitale Bilderdienste anbie-

ten können“, sagte Marcus Epple, Leiter Fachhandelsvertrieb der debitel AG. „Die Kooperation von debitel und Ringfoto eröffnet den angeschlossenen Händlern Wachstumschancen in einem Bereich, in dem hohe Kompetenz gefragt ist.“

Und Ringfoto-Geschäftsführer Michael Gleich meinte: „Die CeBIT hat gezeigt, wie stark die beiden Bereiche Digitalfotografie und Telekommunikation zusammenwachsen. Dadurch wird der Mobilfunkmarkt zukünftig nicht mehr ausschließlich vom Telefonieren, sondern sehr stark auch von Anwendungen und Dienstleistungen rund um das ‚mobile Bild‘ geprägt sein – Grund genug für uns als führende Fotokooperation, weiterhin gemeinsam mit unserem Partner debitel den Bereich Telekommunikation auszubauen und mit unseren angeschlossenen Mitgliedern von diesem Wachstum zu profitieren.“

Das neue Aktions-Programm von Walther sollten Sie kennenlernen.

kommunikation zu kümmern: Auch viele Einsteigerhandys werden in diesem Jahr mit einer integrierten Digitalkamera (mit mindestens VGA-Auflösung) zu haben sein. Dies sowohl bei Kreditangeboten als auch im Prepaid-segment, das trotz des großen Angebots von Vertragshandys im Null-/Ein-Euro-Bereich noch immer rund ein Drittel zu den Verkaufszahlen im Handymarkt beisteuert. Damit wächst nicht nur die Zahl der Verbraucher, die ein Fotohandy besitzen und zu potentiellen Nachfragern nach Bilddienstleistungen werden, sondern dem Fotohandel bietet sich auch die Chance, neue Kunden in Zielgruppen zu finden, die ansonsten nicht unbedingt zu seiner traditionellen Klientel gehören, zum Beispiel Kinder und Jugendliche. Vorteilhaft für den Bilddienstleister ist

Die Zahl potentieller Bilderkunden wächst

bei diesen Kundengruppen, daß in der Regel die Freude am Fotografieren und der Spaß am Bild deutlich vor den Qualitätsansprüchen rangieren, so daß selbst Kamerahandys mit bescheidenen Auflösungen Umsatz und Ertrag bringen können.

Trend Nummer drei: Keine Grenze nach oben

Trend Nummer drei: Auch für Fotohandys sind die Grenzen der Auflösung des Aufnahmechips nach oben offen. Mit satten sieben Megapixeln war der Prototyp ausgestattet, den Samsung auf der CeBIT präsentierte. Natürlich sollte grundsätzlich die Frage erlaubt sein, welchen Sinn es überhaupt macht, sieben Megapixel in eine Handykamera/ein Kamerahandy einzubauen, wenn das Ergebnis sich in einem eher als unhandlich zu bezeichnenden Gerät widerspiegelt, und auch die Frage, inwieweit ein so großes Gerät das Konzept des Immer-dabei-Aufnahmegerätes, das Kamerahandys bislang auszeichnete, konterkariert, sollte im Hinterkopf bleiben. Fragen, die man sich offensichtlich auch bei Samsung stellt; Antworten, ob und wann das Gerät in Deutschland zu haben sein

wird und wo die Zielgruppe zu suchen ist, blieb der koreanische Hersteller schuldig. Dennoch war das ausgestellte Produkt eine beeindruckende Demonstration des technisch Machbaren – und es läßt interessante Neuheiten für die Zukunft erwarten.

Trend Nummer vier: Das Festnetz wird schneller

Die Handy-Euphorie der vergangenen Jahre hat die Tatsache, daß Telekommunikation nicht nur aus Mobilfunk besteht, in den Hintergrund gedrängt. Zu Unrecht, denn auch beim Festnetz tut sich einiges im Bereich der Fotografie. Zu nennen sind hier vor allem die Ankündigungen der beiden Festnetz-Konkurrenten T-Com/T-Online und Arcor, die in den kommenden Monaten breitbandige DSL-Leitungen mit

bis zu sechs Megabit pro Sekunde beim Herunterladen und bis zu 512 Kilobit beim Hochladen auch für Privatanwender zur

Verfügung stellen wollen. T-Com will in den kommenden Monaten sogar noch einen Schritt weitergehen und in einer noch nicht benannten deutschen Großstadt DSL mit bis zu 25 Megabits pro Sekunde testen.

Derart breitbandige DSL-Angebote kommen auch Fotografen zugute, die mit hochauflösenden Bildern arbeiten, sei es, um Digitalbilder zum Printen zu einem Fotohändler oder in ein Großlabor zu schicken, sei es, um Online-Fotoarchive oder Internetpräsenzen zu bestücken. Da Speicherplatz im Internet immer preiswerter wird, bieten sich vor allem anspruchsvollen Fotografen hier vollkommen neue Möglichkeiten.

Darüber hinaus treten Telekom-Unternehmen wie T-Com, Arcor oder Sagem (ifc berichtete in Ausgabe 3/05, S. 20) verstärkt als Anbieter von Geräten auf, die Bilder innerhalb der eigenen vier Wände mobil machen. Homeserver, Mediaserver oder ähnlich heißen solche Angebote, die es den Benutzern beispielsweise ermöglichen, ihre Bilder über kabellose WLAN- oder Bluetooth-Verbindungen vom PC im Arbeitszimmer auf das Fernsehgerät im Wohnzimmer zu übertragen oder Bildnachrichten, die über das Festnetz ge-



Gute Ideen für mehr Umsatz und Ertrag mit Alben und Rahmen.

Einfach Unterlagen anfordern:

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

Telefon: 02157/8186-0
Fax: 02157/8186-50
E-Mail: Service@WaltherDesign.de
www.walther-alben-rahmen.de

 **walther**
Für Ihre Bilder das Beste

schickt werden, eben dort anzuzeigen. Beachtenswert ist hier, daß die Unternehmen nicht nur einzelne Produkte oder Services anbieten, sondern stimmige Lösungen für Home-Entertainment entwickelt haben, in dem auch Musik und Videofilme ihren Platz haben. Fotohändlern, die ihren Kunden ebenfalls nicht nur einzelne Produkte anbieten wollen, sondern den Lösungsgedanken verinnerlicht haben, sei an dieser Stelle empfohlen, einen Blick in Richtung des Telekom-Festnetzes und der dort agierenden Unternehmen zu riskieren – auch hier gilt es, neue gewinnversprechende Geschäftsfelder zu besetzen.

Handyneuheiten

Bereits im Vorfeld der CeBIT hatten verschiedene Hersteller (zum Beispiel Nokia, siehe an anderer Stelle dieser Ausgabe, und Sagem) neue Handys vorgestellt, auf der CeBIT kamen einige Dutzend neuer Geräte hinzu. Nicht alle sind für den Fotohandel interessant, und da der Platz naturgemäß beschränkt ist, stellen wir hier nur einige der wichtigsten Neuheiten vor.

Das W800i war nicht nur auf dem Stand von **Sony Ericsson** ein Highlight, sondern stellte auch die meisten anderen CeBIT-Handyneuheiten in den Schatten. Mit dem W800i, dem ersten Mobiltelefon mit der Marke Walkman, steigt Sony Ericsson in den Multimediemarkt ein. Das W800i ist das erste Produkt, das ein Mobiltelefon, einen digitalen Music-Player von Walkman-Qualität mit bis zu 30 Stunden Akkudauer und eine Zwei-Megapixel-

Kamera in sich vereint. Zusätzlich bietet das Gerät Autofokus, ein Fotolicht und eine aktive Objektiveabdeckung, die das Handy automatisch in den Fotomodus setzt, wenn sie geöffnet wird. Ausgeliefert wird das Gerät inklusive eines Memory Sticks mit 512 MB Speicherkapazität. Verpackt sind all diese



Funktionen in einem schlanken, leichten Gerät in zeitgemäßem Design. Das W800i ist mit hochwertigen Stereo-Kopfhörern ausgestattet und mit den Standard-Musikformaten MP3 und AAC kompatibel.

Mit dem SXG75 hat **Siemens** sein erstes eigenes Mobiltelefon für die neuen UMTS-Netze ins Programm genommen. Dank des eingebauten GPS-Moduls mit A-GPS Option kann das Handy als Navigationssystem genutzt werden. Die eingebaute Zwei-Megapixel-Digitalkame-



ra, eine zweite CIF-Kamera für Videotelefonie und das hochauflösende QVGA-Farbdisplay sorgen für brillante Bilder. Ausgestattet mit einem UKW-Radio mit RDS-Funktion und MP3-Player, einem vollwertigen Organizer sowie Bluetooth für den drahtlosen Datenaustausch soll das Gerät höchsten Ansprüchen gerecht werden. Ein E-Mail-Client, Multimedia-Nachrichten (MMS) und ein XHTML-Internetbrowser sind ebenso an Bord wie Instant Messaging und Push-and-Talk. Mit dem „Mobile Music Set“ wird das SXG75 zur tragbaren Stereoanlage.

LG Electronics hat nach eigenen Angaben auf der CeBIT als erstes Unternehmen ein TV-Handy auf Basis des Übertragungsstandards T-DMB (terrestisches Digital Media Broadcast) vorgestellt. Das LT1000 ist ausgestattet mit einem hochwertigen QVGA-fähigen LC-Display und dem von LG entwickelten DMB System-on-Chip. Weitere Merkmale des TV-Phones sind die Multimedia-Funktionen, eine 1.3-Megapixel-Kamera und ein MP3-Player. Damit soll das LT1000 immer und überall Unterhaltung auf höchstem Niveau garantieren. Das neue 3D-Game-Phone SV360 von LG bringt erstmals anspruchsvolle 3D-Grafik ins Handy. Eine spezielle 3D-Engine erlaubt die Darstellung von



einer Million Polygone pro Sekunde auf dem 2,2“-TFT-Display. Über einen Beschleunigungssensor kann der User das Spiel durch Bewegungen nach oben, unten, rechts oder links steuern.

Sony Ericsson unterstützt Händler mit Internetportal

Im Rahmen einer Neuausrichtung beim Handelsmarketing hat Sony Ericsson das Händlerportal „insider“ freigeschaltet. Neben Trainings- und Marketingunterstützung soll ein Prämiensystem das Interesse des Handels an diesem Angebot wecken. Ziel von „insider“ ist es nach Angaben des Unternehmens, eine regelmäßige Kommunikation zur Handelslandschaft auf- und auszubauen. Das Online-Prämiensystem stellt den Auftakt zur Etablierung eines umfassenden Handelsportals dar, das über Incentives und Prämien auch zur Information, zum Training und zur administrativen Abwicklung mit dem Handel genutzt werden soll. Integrierte Bestandteile von „insider“ sind das von Sony Ericsson entwickelte Händler-Trainingsprogramm „weKnow“ und ein PoS-Bestellsystem. Durch die Online-Meldung seiner Geräteabverkäufe über die benutzerfreundlich organisierte Eingabe der IMEI-Nummern werden dem Händler über einen von ihm einsehbaren Punktekatalog entsprechende Punktzahlen vergeben. Auf Basis der gesammelten Punkte errechnen sich die Händlerprämien. Diese stellt Sony Ericsson in Form von Sach- und Dienstleistungen bereit. Das Anmeldeformular für „insider“ ist auf der Webseite www.insider.sonyericsson.com im Prämienportal unter dem Punkt Neuanmeldung zu finden.

Extrem schlank und modisch sind die Handys der VS-Serie, die neu im **Panasonic** Programm sind. Die Megapixelgeräte mit außergewöhnlich hell leuchtenden Displays bieten austauschbare Cover mit passenden Motiven. Das Modell VS7 ist mit einem 6,4 Zentimeter großen, kristallklaren LC-Display ausgestattet, das beeindruckende 16 Millionen Farben darstellen kann. Mit der Zwei-Megapixel-Digitalkamera kann man 15 Bilder in Serie schießen. All das in einem 19 Millimeter schmalen Gehäuse. Schlank und elegant ist auch das VS3. Das Handy vereint eine 1,3-Megapixel-Kamera und ein 5,5 cm großes, hochauflösendes LC-Display,



das fast 16 Mio. Farben unterstützt. Auch das VS3 bietet „Emotion Messaging“: Dabei sind eingehende SMS-Nachrichten mit einem Emoticon versehen, das das Handy in unterschiedlichen Farben und Mustern zum Leuchten bringt.

Vodafone hat auf der CeBIT das erste UMTS-Handy vorgestellt, das **Toshiba** in Europa auf den Markt bringt. Beim neuen TS 921 handelt es sich um ein ausgesprochen vielseitiges Handy-Modell, das mit umfangreichen Imaging-Funktionen ausgestattet wurde. Zum Foto- oder Videografieren werden die beiden Gehäusehälften so zusammengefügt, daß das TS 921 die gewohnte Form einer Digital- beziehungsweise Videokamera annimmt. Das TS 921 spricht Fotografen nach Aussage des Anbieters aber nicht nur durch seine hoch-



auflösende 1,92-Megapixel-Kamera an. Weitere Highlights sind das integrierte Blitzlicht und die Autofokus-Funktion. Auch im Camcordermodus soll das neue UMTS-Handy überzeugen.

Videos können in hoher Qualität als MPEG4-Dateien aufgezeichnet und über das UMTS-Netz von Vodafone versendet werden. Videos lassen sich übrigens nicht nur auf dem Display des Handys, sondern auch auf dem Bildschirm eines normalen TV-Geräts betrachten. Weitere Nutzungsvarianten ergeben sich, wenn das 2,4 Zoll große Display auf die Gerätevorderseite geklappt wird. So lassen sich bequem Dokumente, Bilder, Videos oder Angebote von Vodafone Mobile TV mit speziell für UMTS-Handys produzierten Programmen ansehen. Das aufklappbare **Samsung** SGH-Z300, das **T-Mobile** zur CeBIT ins



Programm genommen hat, verfügt über zwei Farbdisplays (innen 176 x 220 Pixel, 262.000 Farben; außen 80 x 64 Pixel, 65.000 Farben) und zwei eingebaute Digitalkameras: eine drehbare Megapixelkamera und eine VGA-Kamera für Foto- und Videoaufnahmen. Darüber hinaus ist das GSM-Triband- bzw. UMTS-Gerät mit einem Fotolicht sowie einem 50 Megabyte (MB) großen internen Speicher ausgerüstet. Musikdateien läßt das Gerät im 3D-Sound erklingen. Die Datenübertragung erfolgt per Mobilfunk oder vor Ort kabellos per Bluetooth. Auch Infrarot und USB werden von dem 110 g schweren Samsung Handy unterstützt. hepä

T-Online nimmt neue Fotobücher ins Programm

T-Online hat ihre kostenlose Fotoservice-Software komplett überarbeitet und stellt im Zuge dessen neue Produkte vor. Auf den Nutzer warten ab sofort drei Hardcover-Fotobücher, die es in großer und mittlerer Ausführung gibt. Eine zusätzliche Mini-Version bietet T-Online für 9,95 Euro an. Sie umfaßt 30 Seiten und paßt mit den Maßen 10,5 x 14,8 cm auch in kleine Taschen. Alle Produkte stehen nun in einer Software übersichtlich zur Verfügung, egal ob Schnupperangebote, Fotoabzüge, Fotobuch, Fotogeschenke oder der Fotokalender. Die neuen Fotobücher von T-Online bieten mit umfangreichen Designmöglichkeiten viel kreativen Spielraum. Die einzelnen Seiten lassen sich entweder über vordefinierte Layouts oder auch individuell gestalten – egal ob nur Bild, nur Text oder beides in Kombination. Zusätzlich stehen variabel wählbare Hintergrundfarben und -motive sowie die Möglichkeit, das Fotobuch mit einem Titelfoto und -text zu versehen, zur Verfügung. Erstellt werden die Fotobücher direkt in der Fotoservice Software. Von dort können sie auf den PC gespeichert werden.

Diese Funktion ist dann nützlich, wenn das Fotobuch schrittweise zusammengestellt wird. Für die Produktbestellung per Software stehen dem Nutzer zwei Möglichkeiten zur Verfügung: Er wählt entweder die Option „Online bestellen“ und überträgt die Daten per Internet, oder er brennt seine Bestellung auf CD-ROM und schickt diese ein. In zirka sieben Werktagen ist dann das Fotobuch produziert und wird dem Kunden per Post zugestellt. Bezahlt wird auf Rechnung oder per Kreditkarte. Auch die neue Software-Version bietet die gewohnten Bildbearbeitungsfunktionen wie „Rote Augen entfernen“, „Bildausschnitt wählen“ oder „Farben korrigieren“.

digitalfoto & logistic

df&l GmbH



SPC-210
Soundcase
Stereo für
CD-Player



SPC-300
Soundcase
Stereo für
portable
DVD-Player

digitalfoto & logistic

Frankfurter Straße 52-56 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany

Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 96 · E-Mail: info@dflogistic.de · www.dflogistic.de

David Watkins, Direktor Imaging Business, North America, Multimedia bei Nokia:

„Erst gedruckte Fotos zeigen die Bildqualität“

Mit einem ausgesprochen respektablen Stand hat Nokia auf der PMA ein klares Signal in Richtung Fotobranche gesetzt. Gezeigt wurden nicht nur die neuesten Fotohandys des finnischen Herstellers, sondern auch zahlreiche Bildanwendungen bis zum Fotodruck. **imaging+foto-contact** nutzte die Gelegenheit, um mit David Watkins, Direktor Imaging Business, North America, Multimedia bei Nokia, der bis zum vergangenen Jahr für das Imaging-Geschäft in Europa, Afrika und dem Mittleren Osten verantwortlich war, über die Ziele des Unternehmens zu sprechen.

imaging+foto-contact: Erst auf der photokina, jetzt auf der PMA: Nokia zeigt in der Fotobranche deutlich Flagge. Ist das nicht ungewöhnlich für ein Tk-Unternehmen?

David Watkins: Überhaupt nicht, denn Telekommunikation und Imaging kann man gar nicht mehr trennen, seit die Fotohandys ihren Siegeszug angetreten haben. Wir schätzen, daß im vergangenen Jahr 250 Millionen

Fotohandys weltweit verkauft worden sind. Für das Jahr 2008 rechnen wir mit einem Marktvolumen von 600 Millionen Stück, und bereits in diesem Jahr werden zwei Drittel aller weltweit verkauften Bildaufnahmegeräte keine Kameras sein, sondern Fotohandys. Darum haben wir als führender Hersteller von Mobiltelefonen ein klares Ziel: Wir wollen ein führendes Unternehmen in der Imagingbranche werden.

imaging+foto-contact: An Ihrem Stand und auch in den Vorträgen von Nokia-Repräsentanten im Rahmenprogramm setzen Sie einen klaren Schwerpunkt darauf, daß Bilder auf Fotohandys als „echte“ Fotos gedruckt werden. Als reiner Gerätehersteller kann Ihnen das doch im Grunde gleichgültig sein.

David Watkins: Nokia ist schon etwas mehr als nur ein Gerätehersteller, denn wir beschäftigen uns mit Telekommunikation und Imaging als komplettem System. Wir haben ja auch bereits auf der photokina eine Reihe von Zubehörartikeln gezeigt, zum Beispiel elektronische Bilderrahmen. Natürlich liegt unser Schwerpunkt auf Kamerahandys. Gerade deshalb sind Bilder für uns so

wichtig: Denn erst auf dem gedruckten Foto zeigt sich die hervorragende Qualität der Aufnahmen, die man mit unseren Fotohandys machen kann. Und nur für gedruckte Bilder braucht man Megapixel – für die reine Kommunikation von Handy zu Handy oder zum Internet reichen viel geringere Qualitäten aus.

imaging+foto-contact: Wird denn mit Fotohandys wirklich so viel fotografiert, daß sich die Diskussion über die Bilder lohnt? Wer eine Digitalkamera kauft, tut das, weil er fotografieren möchte. Ein Fotohandy bekommt man dagegen oft von seinem Netzbetreiber, ohne danach gefragt zu haben.

David Watkins: Das spricht keinesfalls dagegen, daß die Fotofunktion auch intensiv genutzt wird. Schließlich wollte auch bisher nicht jeder, der ein Handy gekauft hat, damit Textnachrichten verschicken – heute werden allein bei Ihnen in Deutschland jedes Jahr 30 Milliarden SMS versandt. Nokia hat das Verhalten von Fotohandybesitzern im vergangenen Jahr untersucht: Dabei haben wir ermittelt, daß durchschnittlich mit jedem Handy 40 Bilder pro



David J. Watkins, Direktor Imaging Business, North Amerika, Multimedia bei Nokia, erklärte imaging+foto-contact in Orlando die Strategien des Unternehmens auf dem Fotomarkt.

O₂ nutzt Musiklösung von Nokia und Loudeye

Nokia und Loudeye haben bekanntgegeben, daß O₂ Germany und Nokia eine Vereinbarung zur Einführung einer umfassenden mobilen Musiklösung unterzeichnet haben. Diese wird unter der Marke O₂ Germany und „powered by Loudeye“ angeboten. Der mobile Musikdienst von O₂ Germany basiert auf einer von Loudeye und Nokia entwickelten Plattform. Diese ermöglicht den Netzbetreibern auf der ganzen Welt, ihren Kunden mit minimalem Kosten- und Ressourcenaufwand umfassende mobile Musikdienste unter eigenem Firmennamen anzubieten.

Monat gemacht werden. Ich bin sicher, daß diese Zahl noch steigt, wenn die Bildqualität besser wird. Bilder sind für Menschen wichtig – das gilt besonders für das richtige Foto. Und natürlich sind Bilder auch für den Fotohandel wichtig, denn das ist sein Geschäftsmodell. Auch deshalb tun wir etwas dafür, daß die Handyfotos gedruckt werden: Denn das ist ein guter Grund für den Fotohandel, mit Nokia zusammenzuarbeiten.

imaging+foto-contact: Was können Sie, abgesehen von der Ausstattung Ihrer Geräte mit Megapixel-Chips, zur Förderung des Bildergeschäftes tun?

David Watkins: Das Wichtigste ist, es einfach zu machen, von den Aufnahmen Bilder zu bekommen. Dafür arbeiten wir mit Imaging-Unternehmen zusammen, die viel davon verstehen, wie Kodak oder HP. Zudem statten wir unsere Handys mit Speicherkarten und Bluetooth- bzw. Infrarot-Schnittstellen aus, um die Übertragung der Bilder zu Kiosks und Druckern schnell und einfach zu machen.

Ein weiterer Schritt wird WLAN sein: Diese Technik gibt es bereits in kleinen Organismen, seit neuestem in einer Digitalkamera und demnächst sicher auch in Handys. Und für die Übertragung der Bilder arbeiten wir selbstverständlich auch mit den Netzbetreibern eng zusammen.

imaging+foto-contact: Können wir aus Ihrem Hinweis auf den Fotohandel schließen, daß dieser Vertriebsweg für Fotohandys wichtig ist?

David Watkins: Selbstverständlich, und umgekehrt: Fotohandys sind für den Fotohandel wichtig, genauso wie die früheren Handys für den Consumer Electronics Handel wichtig wurden. Der Fotohandel ist der Spezialist fürs Bild schlechthin, und in Zukunft werden viele Bilder mit Fotohandys gemacht. Hersteller wie Nokia, die diesen Prozeß vorantreiben, bringen dabei neue Zielgruppen in den Fotohandel: Wir machen aus Menschen, die sich bislang wenig oder gar nicht für Digitalfotografie interessiert haben, Fotografen. In unserer Generation war die erste Kamera eine Instamatic. In Zukunft wird die erste Kamera mit großer Selbstverständlichkeit ein Fotohandy sein.

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

Drei neue Handys stärken Nokias Mid-Range-Portfolio

Nokia hat drei neue Mobiltelefone vorgestellt, das Nokia 6230i, Nokia 6021 und Nokia 6030. Mit diesen Geräten wird das Portfolio der sogenannten Mid-Range-Produkte weiter gestärkt. Das Highlight des Trios ist das Nokia 6230i Imaging-Smartphone. Im Gegensatz zum Vorgängermodell Nokia 6230 verfügt es über eine Megapixel-Kamera

und die Möglichkeit zur Nutzung von Push-to-talk-Diensten. Das Nokia 6230i und das Nokia 6021 werden voraussichtlich ab dem zweiten Quartal erhältlich sein, das Nokia 6030 Mobiltelefon ab dem dritten Quartal 2005.

Das große Display des Nokia 6230i ermöglicht mit 208 x 208 Pixeln eine ideale Darstellung von Multimedia-Inhalten. Bilder, die mit der integrierten 1,3-Megapixel-Kamera mit dreifacher Digitalzoomfunktion aufgenommen wurden, lassen sich auf dem Display brillant zeigen. Mit der Videokamerafunktion kann der Nutzer bis zu eine Stunde lange Videos aufnehmen. Fotos und Videos können auf der im Lieferumfang enthaltenen MMC-Speicherkarte gespeichert werden.

Für Musik-Fans hält das Nokia 6230i einen integrierten Stereo-Music-Player bereit. Dieser unterstützt verschiedene digitale Musikformate, darunter MP3, M4A und AAC. Zudem kann der Nutzer seine Lieblingsmusik von einer CD über eine PC-Software konvertieren und anschließend direkt auf sein Nokia 6230i herunterladen. Ein UKW-Radio mit Unterstützung für Visual Radio-Dienste rundet das Angebot an Audiofunktionen des Nokia 6230i ab. Komplettiert wird der Funktionsumfang vom 6230i Mobiltelefon durch die Push-to-talk-Funktion. Mit der Unterstützung von Push-to-talk kann der Nutzer über GPRS-Verbindungen direkte – mit einem Walkie-Talkie vergleichbare – Sprechverbindungen mit einzelnen Personen oder ganzen Gruppen herstellen. Mehrere Netzbetreiber weltweit haben bereits Push-



to-talk-Dienste für ihre Kunden eingeführt. Das Nokia 6230i mit integrierter Kamera ist ein Triband-Mobiltelefon. Der Preis wird ohne Vertrag voraussichtlich bei etwa 350 Euro liegen. Das Nokia 6021 Mobiltelefon bietet alle wesentlichen Funktionen für private und berufliche Ansprüche. Speziell für die beruflichen Anforderungen unterstützt das Nokia 6021 Verbindungs- und Synchronisierungsmöglichkeiten über Bluetooth-Funktechnik zu einem laut Nokia überzeugenden Preis-/Leistungsverhältnis. Dank seines dezenten, funktionellen Designs ist es vielseitig einsetzbar. Zu den zahlreichen Funktionen des Nokia 6021 Mobiltelefons gehören Push-to-talk-Technik und Sprachwahl. Auch das Nokia 6021 ist ein Triband-Mobiltelefon. Der Preis ohne Vertrag wird voraussichtlich bei etwa 200 Euro liegen.

Sowohl das Nokia 6021 Mobiltelefon als auch das Nokia 6230i mit integrierter Kamera lassen sich zur Verwaltung von Kontakt- und TerminiDaten mühelos mit einem PC verbinden.

Darüber hinaus unterstützen beide Modelle die Nutzung einer Vielzahl von Nokia Zubehör-Produkten wie Headsets und Kfz-Einbausätze über eine kabellose Bluetooth-Verbindung.

Das Nokia 6030 bietet zu einem günstigen Preis alle Funktionen, die der Nutzer braucht, um stetig „auf dem laufenden“ zu bleiben. Es präsentiert sich im klassischen Design und erfüllt nach Angaben des Herstellers alle wesentlichen Kommunikationsanforderungen. Der Preis ohne Vertrag wird voraussichtlich bei etwa 150 Euro liegen. Als zuverlässiger mobiler Begleiter zeichnet sich das Nokia 6030 durch die einfach zu bedienenden Mitteilungsfunktionen und das ergonomische Design aus. Auf dem Farbdisplay lassen sich eingehende MMS-Mitteilungen (Multimedia Messaging Service) mit Fotos darstellen. Der Kalender des Nokia 6030 Mobiltelefons sorgt mit der Erinnerungsfunktion dafür, daß keine Termine vergessen werden. Für Unterhaltung sorgt das integrierte UKW-Radio. Die individuellen Display-Hintergrundbilder und Klingeltöne verleihen dem Mobiltelefon eine persönliche Note.



Neues Rahmenkonzept nutzt Acrylglasplatten

Fassungslos nennt die Thomas Enggruber Kunststoff GmbH (Bahnhofstraße 3, 82319 Starnberg, Telefon 089/8596088) ein neues Wechselrahmenkonzept, bei dem zwei Acrylglasplatten, von dünnen Stiften zusammengehalten, die Bildpräsentation übernehmen. Bei Fassungslos ist eine Acrylglasplatte in der Mitte eines schmalen, mindestens 40 mm tiefen Acrylglas-Rahmens befestigt. Auf einer zweiten, gleich



großen Acrylglas-Platte ohne Rahmen wird das Bild mit Hilfe von Klebmaterial befestigt. Die zweite Acrylglas-Platte wird hinter die erste gelegt. Acrylglas-Stifte, die am Schluß seitlich in den Rahmen gesteckt werden, halten die beiden Platten zusammen. Das neue



Wechselrahmenkonzept besticht nach Meinung des Herstellers durch sein klares, geradliniges und modernes Design. Das Acrylglas verstärkt nicht nur die Brillanz der Farben, sondern schützt die Bilder gleichzeitig vor UV-Strahlen und Schmutzpartikeln.

Der Verzicht auf herkömmliche Bilderahmen und Passepartouts lasse das Bild gleichsam frei im Raum schweben, hieß es in einer Pressemitteilung. Je nach Stil oder gewünschter Wirkungsweise können die Bilder an die Wand gehängt oder auf eine Fläche gestellt werden, im Hoch- oder Querformat. Montage und Bestückung beschränken sich auf wenige Handgriffe – in ein paar Minuten kann ein Bild gegen ein anderes ausgetauscht werden.

Chiemsee Handytaschen neu im Hama-Sortiment

Gemeinsam mit Chiemsee hat Hama die beiden neuen Handytaschen-Serien One Touch und Survival entwickelt. Trotz einiger Gemeinsamkeiten wie dem strapazierfähigen Nylonmaterial, den Farbvarianten Braun/Orange, Silber/Grau und Hell-/Dunkelblau sowie dem einheitlichen Innenmaß von 11,5 x 5,2 x 2,3 cm unterscheiden

sich die Köchertaschen in verschiedenen Details: Das Modell One Touch wird mit trendigem Umhängeband und massivem Sicherheits-Karabiner angeboten, Survival mit Gürtelschlaufe, die durch einen doppelten Klettverschluß gesichert ist. Die Stretch-Seitenteile von One Touch lassen etwas Spielraum bei der Handygröße, geben dem Telefon aber auch zusätzlichen Halt. Die leicht zu öffnende Druckknopf-Lasche ermöglicht einen schnellen Zugriff in die nach oben offene Tasche, die auf der Rückseite mit einem kleinen Reißverschlußfach versehen ist. Auch beim Modell Survival befindet sich in der Verschlußlasche ein Innenfach mit Klettverschluß.



Leistungsfähiger 20 x 25 cm-Vergrößerer von Kienzle

Daß die klassische Fotografie mit Filmmaterial trotz aller Digitaleuphorie auch weiterhin Anhänger hat, vor allem unter Profis, beweist Kienzle Phototechnik (Fockenbrunnen 11, 72218 Wildberg-Effringen, Telefon 07054/8436) mit dem neuen leistungsfähigen 8 x 10"/20 x 25 cm Vergrößerer C 252. Das grundsätzliche Vollmetallgerät ist wahlweise mit Farbmisch-, Gradationswandel-, Kaltlicht- und Splitgradekopf oder mit Kondensator erhältlich. Das Gerät arbeitet mit einer 340/500 VA Halogenlichtquelle und ist standardmäßig mit einer 1.150 mm langen Säule ausgestattet (andere Längen auf Anfrage). Das Grundbrett hat die Abmessungen 550 x 725 x 40 mm. Je nach Ausstattung beträgt das Gewicht bis zu 55 kg. Abhängig vom eingesetzten Objektiv und dem verwendeten Negativformat lassen sich mit dem C 252 Vergrößerungsmaßstäbe zwischen 0,4 und 14,8 realisieren. Für den Vergrößerer bietet Kienzle Phototechnik zahlreiches Zubehör an.

Auch in Sachen Zubehör für andere Vergrößerungsgeräte hat das Unternehmen einiges zu bieten. So findet sich im Kienzle Sortiment beispielsweise der Primos 13 x 18 cm Split-VC-Kopf 250/500/750 VA, der am Durst CLS 1000-Vergrößerer anstelle des Durst CLS 1000 Farbkopfes eingesetzt werden kann. Darüber hinaus werden unter anderem Metallglasloseinsätze, Filmbühnen, Timer/Analyser, Objektive von Rodenstock und Schneider, verschiedene Köpfe, Softboxen und Vergrößerungsrahmen angeboten. Und für die Digitalfotografie wartet das Kienzle Portfolio beispielsweise mit dem digital Quickpix auf, der einen kleinen Objektaufnahmeabstand ermöglicht, intelligente Beleuchtung für Auf-, Frontal- und Unterlicht bietet und sich damit besonders für die digitale Aufnahme von Münzen, Schmuckstücken, Präparaten etc. eignet.



Digitale Bilddienstleistungen bilden einen Schwerpunkt

Foto Meyer hat umgebaut

Viviane und Bernhard Meyer, Inhaber von Foto Meyer, haben ihren Betrieb am Viktoria-Luise Platz in Berlin Anfang März nach einem Totalumbau wiedereröffnet. Das Geschäft des Ringfoto-Mitglieds zeigt sich jetzt offener, heller und optimal an die Bedürfnisse von Mitarbeitern und Kunden angepaßt.

Einen unübersehbaren Schwerpunkt bildet jetzt das Thema Digitalfotografie, und zwar sowohl hinsichtlich der Geräte als auch der passenden Dienstleistungen. Neben Kameras der führenden Hersteller bietet Foto Meyer den Kunden auch Fotohandys mit Verträgen an. „Die neuen Mobiltelefone bieten inzwischen eine gute Qualität, und die CeBIT in Hannover hat gezeigt, daß diese immer noch besser wird“, meinte Viviane Meyer. „Deshalb ist es für uns nicht nur selbstverständlich, auch Fotohandys für unsere Kunden bereitzuhalten, sondern auch die Möglichkeit zu bieten, direkt vor Ort Bilder aus diesen Geräten zu printen.“ Besitzer einer Digitalkamera können ihre Bildaufträge bei Foto Meyer jetzt über digitale Annahmestationen abgeben und dabei zwischen verschiedenen Bilderlinien wählen. Diese stehen auch für Bildaufträge von herkömm-



Kompetente Beratung in Sachen Geräte wird bei Foto Meyer weiterhin groß geschrieben.

lichen Filmen bereit, die entweder standardisiert im Großlabor bearbeitet oder zunächst digitalisiert und dann geprintet werden.

Als klassischer Fotovollsortimenter bietet Foto Meyer darüber hinaus auch ein großes Portfolio an Zubehör wie Alben und Rahmen, Taschen und Stativ. Und sogar diejenigen, die sich auch im Digitalzeitalter noch ihrem Fotolabor mit Vergrößerer und Chemikalien verbunden fühlen, kommen bei Foto Meyer auf ihre Kosten.

goldbuch®
kreative Fotoalben für jeden Anlaß

Goldbuch Georg Brückner GmbH · Bamberg
Tel.: (09 51) 9 67 88-0 · WWW.GOLDBUCH.DE



Offen, heller und den Bedürfnissen von Kunden und Mitarbeitern besser angepaßt, zeigt sich Foto Meyer nach dem Umbau. Einen der Schwerpunkte bilden jetzt Annahmeterminals für digitale Bildaufträge.

CeWe Color bietet umfassende Werbemittel an

„Echte Fotos sind ein Muß“

Für seine Handelspartner bietet CeWe Color jetzt eine ganze Palette verkaufsfördernder Werbemittel an. Damit der Fotofachhändler im boomenden digitalen Fotomarkt seinen analog wie auch digital fotografierenden Kunden das richtige Produkt zur Erstellung echter Fotos anbieten kann, hat das Oldenburger Fotofinishing-Unternehmen diverse Kampagnen zur Abverkaufunterstützung entwickelt.

Im Mittelpunkt der neuen Verkaufsförderung von CeWe Color stehen die Argumente für die Vorteile des echten Fotos gegenüber den Dateien, die im Rechner schlummern. Mit dem von CeWe angebotenen PoS-Material für alle digitalen Produkte kann der Fotofachhandel jetzt noch umfassender auf die Möglichkeiten der Bildentwicklung von digitalen Daten auf echtem Fotopapier hinweisen.

Werbewirksam

Mit der ImageCD können auch die klassisch fotografierenden Verbraucher an der digitalen Fotowelt teilhaben. Alte Fotos oder Negative werden hier digitalisiert und auf CD gebrannt. Für die Kunden, die ihre Fotos auf CD

oder im Computer abgespeichert haben, hat CeWe vier aufmerksamkeitstarke Kampagnen entwickelt, die den Verbraucher daran erinnern, daß nichts ein echtes Foto ersetzen kann. Weiterhin wird die Bildentwicklung von allen gängigen Speicherkarten sowie vom Fotohandy beworben. Zusätzlich bietet das Unternehmen die Fotobestellung direkt vom Mobiltelefon an. Mit dem HomePhotoService bzw. OnlinePhotoService hat der Kunde die Möglichkeit, seine Bilder auch vom heimischen PC

aus zu ordern. Für diesen Zweck kann der Händler die CD-ROM mit der Bestellsoftware in einem praktischen Dispenser z. B. auf der Theke platzieren. Ein weiteres Produkt, mit dem Digitalbilder zu echten Fotos werden, ist der DigiFilm Maker von CeWe Color. Auch hierfür werden Innen- und Außenwerbemittel angeboten.

CeWe bietet seinen Handelspartnern unter anderem Plakate, Verbraucher-Broschüren, Fensterkleber, Wobblers, Fahnen und Deckenhänger zu den einzelnen Kampagnen an. Zusätzlich zu den einzelnen Dekorationselementen kann mit „Vario“ ein komplettes Dekonationskonzept geordert werden.

Weitere Informationen zu den PoS-Materialien können direkt bei CeWe Color erfragt und bestellt werden.



Mit der ImageCD wird die analoge zur digitalen Welt.



Die Fotobestellung vom Handy ist jetzt noch einfacher.

CeWe Color gibt vorläufige Zahlen für 2004 bekannt

Die CeWe Color Holding AG meldet einen Cash Flow von 45,4 Millionen Euro und ein Konzernergebnis vor Steuern (EBT) von 14,2 Mio. Euro.

Mit diesen Zahlen liegt das Unternehmen weit über den zuletzt genannten Zielwerten von 40 Mio. Euro bzw. 10 Millionen Euro.

CeWe erzielte im Jahr 2004 einen Umsatzzuwachs von drei Prozent auf 428,5 Mio. Euro (Vorjahr 416,2 Mio. Euro). Der Absatz von Farbfotos steigerte sich um 3,9 Prozent von 3,4 Mrd. Stück auf über 3,5 Mrd. Stück. Der Anstieg an Digitalfotos auf 508,6 Mio. Stück (Vorjahr 170,3 Mio. Stück) hatte daran maßgeblichen Anteil. Zudem stieg der Absatz von Image CDs um 19,4 Prozent von 4,1 Millionen auf 4,8 Mio. Stück.

Durch diese positive Ergebnisentwicklung konnte CeWe 2004 mit 42,5 Millionen Euro nahezu denselben Cash Flow erzielen wie in 2003. Darüber hinaus steigerte das Unternehmen seinen Marktanteil in Deutschland auf 45 Prozent und in Kontinentaleuropa auf 40 Prozent.

Im Geschäftsjahr 2005 wird, einer Pressemitteilung von CeWe Color zufolge, das Unternehmen nach einem saisonbedingten schwächeren ersten Quartal mit einem respektablen zweiten und einem starken dritten Quartal die Umsatz- und Ergebniszahlen des Jahres 2004 noch übertreffen.



Dies ist eine von vier Kampagnen, die für das echte Foto von digitalen Daten werben.

Ständig neue Nachrichten

Kostenlose Kleinanzeigen

Downloads

Heftarchiv

**der grosse foto-katalog
Produktdatenbank**



„der grosse foto-katalog“
im Internet:

<http://www.worldofphoto.de/katalog>

www.worldofphoto.de

Neu!

imaging+foto-contact online

Der aktuelle Newsletter mit den neuesten
Nachrichten und Produktneuheiten.
Für imaging+foto-contact Abonnenten **kostenlos**
per E-Mail jeweils Mitte des Monats.

Jetzt anfordern bei:

newsifc@cat-verlag.de

Werbung

...mit Promis zieht immer. Und die Stars und Sternchen verdienen gutes Geld damit. Nun sind Promis teuer, und so mancher Werbende sucht nach einer Billiglösung. Ausweg: Die Verwendung eines künstlerisch oder satirisch verfremdeten, aber immer noch erkennbaren Bildnisses einer absoluten Person der Zeitgeschichte? Keine Chance, sagt das AG Hamburg: Die ausschließliche Verwendung dieses Bildnisses zu Werbezwecken ist rechtswidrig (Urteil vom 2.11.2004 – 36 A C 184/04).

Kauf auf Probe

...ist nicht die Regel, aber möglich: Der Verkäufer muß seinem Kunden gestatten, die Ware zu untersuchen. Dabei steht die Billigung des Kaufgegenstands im Belieben des Käufers. Sie muß nur innerhalb einer im voraus vereinbarten oder vom Verkäufer bestimmten Frist erfolgen. Bei Fernabsatzverträgen hat der Kunde ein Widerrufsrecht. Dieses Recht entsteht nicht vor dem Zeitpunkt, in dem der Kaufvertrag gebilligt und bindend geworden ist (BGH – Urteil vom 17.3.2004 – VIII ZR 265/03).

Abfindungen

...für den Verlust des Arbeitsplatzes sind in gewissen Grenzen steuerfrei. Der Finanzminister läßt in jedem Fall glatte 7.200 € durchgehen. 9.000 € sind bei vollendetem 50. Lebensjahr und 15jähriger Betriebszugehörigkeit frei, 11.000 € ab dem 55. nach 20jähriger „BZ“. Die Auflösung des Arbeitsverhältnisses muß aber vom Arbeitgeber veranlaßt sein. Und davon kann bei Zahlung einer Abfindung im Regelfall ausgegangen werden (BFH – Urteil vom 10.11.2004 – XI R 64/03).

Partnerschaft

...ist etwas schönes. Vorausgesetzt, man versteht sich. Oder das Gesetz läßt einen... So darf ein Unternehmen den Zusatz „Partnerschaft“ oder „und Partner“ beispielsweise nur führen, wenn es sich um eine Partnerschaft nach dem „Partnerschaftsgesellschaftsgesetz – PartGG“ handelt. Auch wenn sich zwei Geschäftspartner gut verstehen: Bei einer neu gegründeten GmbH ist der Zusatz „und Partner“ oder „Partnerschaft“ unzulässig (KG Berlin – Beschluß vom 27.4.2004 – 1 W 180/02).

Im Focus: Wenn's wieder verräuchert riecht...

Der Mensch muß ein **Laster** haben, hat ein berühmter Künstler mal gesagt. Die Zahl gängiger Sünden machte ihm die Auswahl sicher nicht schwer. Daß die Vorlieben des einen den anderen stören, ist leider Fakt.

Die soziale Akzeptanz des Lasters **Rauchen** schwindet in der Öffentlichkeit immer mehr. Das geht vom Privaten bis hinein in die Unternehmen. Chefs, Kollegen und Betriebsräte machen sich verstärkt Gedanken darüber, wie sie die Emissionen der Tabakfreunde wirksam in den Griff bekommen.

Das Sinnvollste sei ein totales **Rauchverbot**, meinen einige. „Muß das sein?“, fragen andere. In manchen Fällen ja. Zum Beispiel in den Verkaufsräumen Nordrhein-Westfalens: „Das Rauchen und das Verwenden von offenem Feuer ist in Verkaufsräumen und Ladenstraßen verboten“, sagt § 22 Abs. 1 Satz 1 der Verkaufsstättenverordnung (VkVO NW). Und am Arbeitsplatz?

Der Schutz der **Nichtraucher** verlangt kein absolutes Rauchverbot. § 5 Abs. 1 der Arbeitsstättenverordnung (ArbStättVO) sieht vor: „Der Arbeitgeber hat die erforderlichen Maßnahmen zu treffen, damit die nicht rauchenden Beschäftigten in Arbeitsstätten wirksam vor den Gesundheitsgefahren durch Tabakrauch geschützt sind.“ In Arbeitsstätten mit Publikumsverkehr gilt das nur soweit, als Betriebsnatur und Beschäftigungsart es zulassen (§ 5 Abs. 2 ArbStättVO).

Die leicht einsehbaren **Selbstverständlichkeiten** für gesetzliche Rauchverbote findet man im Bereich der Gefahrenabwehr. In Betrieben, in denen mit brand- und explosionsgefährlichen Stoffen hantiert wird, ist ein Rauchverbot Pflicht. In Ziffer 8.4.4. Abs. 2 des Anhangs 5 zur Gefahrstoffverordnung (GefStoffV) heißt es: „In Arbeitsbereichen mit Brand- oder Explosionsgefahr ist das Rauchen und die Verwendung von offenem Licht zu verbieten.“ Dort, wo es keine gesetzlichen Vorschriften gibt, kann der Arbeitgeber das Rauchen selbst beschränken.

Das absolute „**No smoking**“ im Betrieb ist eine Anweisung, die der Arbeitgeber im Rahmen seines Direktionsrechts anordnen darf. Er ist der Chef, er legt fest, ob und wo in seinem Betrieb geraucht werden darf. Berücksichtigen sollte er dabei, daß absolute Rauchverbote zwar das Raumklima, aber bestimmt nicht das Betriebsklima verbessern. Raucher müssen nun mal rauchen. Gibt es einen Betriebsrat, ist das Direktionsrecht eingeschränkt: Das Rauchverbot ist eine Frage der Ordnung im Betrieb und des Verhaltens der Mitarbeiter dort. Da darf der Betriebsrat nach § 87 Abs. 1 Nr. 1 Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG) mitreden.

Filmaufnahmen

...von Tierversuchen bringen die Republik oft in Aufruhr. Für die einen sind sie bloße Effekthascherei, für die anderen Journalismus pur. Unsere Verfassung schützt seit jeher das Recht am eigenen Bild. Dieses Grundrecht ist aber in erster Linie etwas für natürliche Personen. Juristische Personen haben das Nachsehen. Sie können sich nicht auf dieses Recht berufen, wenn Aufnahmen ihrer Betriebsstätte und ihrer Arbeit veröffentlicht werden (BVerfG – Beschluß vom 18.11.2004 – 1 BvR 2252/04).

Internet-Domains

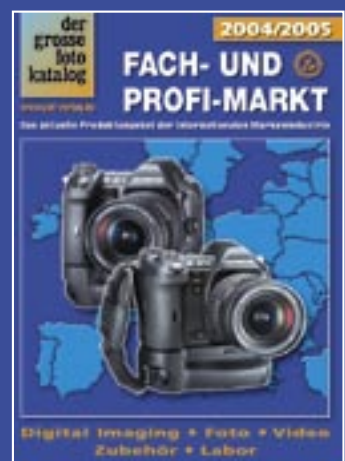
...sind häufig Anlaß für Rechtsstreitigkeiten. Sogar das Bundesverfassungsgericht hat sich damit beschäftigt. Es konnte in einer Internet-Domain zwar kein verfassungsrechtlich geschütztes Eigentum des Inhabers erkennen. Es ließ ihn aber trotzdem nicht wehrlos. Das Nutzungsrecht an der Domain sei ein relatives Recht und anzuerkennen der Vermögenswert. Und diese Position genieße dann doch den Eigentumschutz nach Art. 14 Abs. 1 GG (Beschluß vom 24.11.04 – 1 BvR 1306/02).
**Heinz J. Meyerhoff, Rechtsanwalt
Fachanwalt für Arbeitsrecht**



NACHTRAG 8

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

www.cat-verlag.de



Digital-Shop

Canon Camcorder MV830i

Komfortabel ausgestatteter Camcorder für ambitionierte Anwender.

Ausstattungsmerkmale:

- Elektronischer Bildstabilisator • Night-Modus (2 Lux)
- Automatische und manuelle Scharfeinstellung
- Aufnahmesuchlauf • Aufnahmerückschau • Nachvertonung • Webcam-Funktion (DVM) • Acht Aufnahmeprogramme (Easy, Vollautomatik, Sport, Portrait, Spotlight, Sand + Schnee, Lowlight, Nachtmodus) • Neun Überblend-Effekte • Neun Digital-Effekte
- Selbstauslöser • Long-Play-Modus • LCD-Einstellungen (Helligkeit, Lautstärke) • Integriertes ND-Filter • Hochwertiges Objektiv mit doppelseitig asphärisch geschliffenen Linsenelementen
- 16:9-Breitbild-Aufnahmefunktion • DIGIC DV Signalprozessor für optimierte Bildqualität • Fotofunktion: normal (Tape), progressiv (Karte) • Simultane Foto- und Videoaufnahme.



Technische Daten:

Videosystem:	MiniDV
Aufnahmechip:	1/6" CCD Interlace
Pixel (Brutto/Netto):	800.000 / 400.000
Standbildauflösung:	1.024 x 768 / 640 x 480 Pixel
Speicherkarten:	SD-, MMC-Karten
Objektiv:	1,6 / 53,7 - 1.074 mm (20fach)
Digitalzoom:	400fach
Naheinstellgrenze:	10 mm (Weitwinkel)
Filterdurchmesser:	28 mm
Scharfeinstellung:	automatisch/manuell
Min. Beleuchtung:	2 Lux (Night Mode)
Weißabgleich:	Automatik, manuell, fest
Verschlusszeiten:	1/6 bis 1/2.000 Sekunde
Audio-System:	PCM-Digitalton Stereo 16 Bit = 48 kHz (2 Kanäle) 12 Bit = 32 kHz (4 Kanäle)
Sucher:	0,33" (113.000 Pixel)
Monitor:	2,4" (112.000 Pixel)
Anschlüsse:	DV-in/out (IEEE 1394-kompatibel), AV-in/out, USB 2.0
Abmessungen:	51,0 x 93,0 x 130,0 mm (BxHxT)
Gewicht:	430 Gramm
UVP:	549,- Euro

Canon Camcorder MV850i

Spitzenmodell der neuen 800er-Serie mit komfortabler Ausstattung und herausragender Leistungsvielfalt.

Ausstattungsmerkmale:

- Elektronischer Bildstabilisator • Super-Night-Modus (0 Lux) • Aufnahmesuchlauf
- Aufnahmerückschau • Nachvertonung • Webcam-Funktion (DVM) • Zehn Aufnahmeprogramme (Easy, Vollautomatik, Sport, Portrait, Spotlight, Sand + Schnee, Lowlight, Nachtmodus, Nacht Plus, Super-Nachtmodus) • Neun Überblend-Effekte (Auto-Fade, Wipe, Corner Wipe, Jump, Flip, Puzzle, Tide, Zigzag, Beam) • Neun Digital-Effekte (Art, Sepia, S/W, Mosaic, Ball, Cube, Wave, Colormaske, Mirror) • Fotofunktion • Selbstauslöser • Long-Play-Modus
- LCD-Einstellungen (Helligkeit, Lautstärke) • Integriertes ND-Filter
- 16:9-Breitbild-Aufnahmefunktion • Filmaufnahmen auf Speicherkarte (M-JPEG) • Hochwertiges Objektiv mit doppelseitig asphärisch geschliffenen Linsenelementen • Integrierte Videoleuchte.



Technische Daten:

Videosystem:	MiniDV
Aufnahmechip:	1/6" CCD Interlace
Pixel (Brutto/Netto):	800.000 / 400.000
Standbildauflösung:	1.024 x 768 / 640 x 480 Pixel
Speicherkarten:	SD-, MMC-Karten
Objektiv:	1,6 / 53,7 - 1.181 mm (22fach)
Digitalzoom:	440fach
Naheinstellgrenze:	10 mm (Weitwinkel)
Filterdurchmesser:	28 mm
Scharfeinstellung:	automatisch/manuell
Min. Beleuchtung:	0 Lux (Super Night Mode)
Weißabgleich:	Automatik, manuell, fest
Verschlusszeiten:	1/6 bis 1/2.000 Sekunde
Audio-System:	PCM-Digitalton Stereo 16 Bit = 48 kHz (2 Kanäle) 12 Bit = 32 kHz (4 Kanäle)
Sucher:	0,33" (113.000 Pixel)
Monitor:	2,4" (112.000 Pixel)
Anschlüsse:	DV-in/out (IEEE 1394-kompatibel), AV-in/out, USB 2.0
Abmessungen:	51,0 x 93,0 x 130,0 mm (BxHxT)
Gewicht:	430 Gramm
UVP:	599,- Euro

Olympus Camedia C-170

Kompakte Vier-Megapixel-Kamera mit einfacher Handhabung, hochwertigem Objektiv und guter Ausstattung.

Ausstattungsmerkmale:

- Digitalzoom (4fach stufenlos)
- Hochwertiges Objektiv (5 Elemente/ 4 Gruppen) mit 2 asphärischen Linsen • TTL-AF-System (Kontrastvergleich) mit Spot-AF • AF-Hilfslicht • Digitale ESP-Belichtungsmessung • EPS-Belichtungssteuerung • Belichtungskorrektur (± 2 EV in 1/3 Schritten) • Sieben Aufnahmeprogramme (Portrait, Selbstportait, Sport, Nachtaufnahme, Landschaft, Landschaft + Portrait, Strand + Schnee) • Blitz mit vier Funktionen (automatische Blitzzuschaltung bei geringem Licht und Gegenlicht, Rote-Augen-Reduktion, Fill-in, Blitzabschaltung) • Automatischer Weißabgleich • Videoaufnahmen (15 oder 30 Bilder/Sekunde) • Sechs Menüsprachen (Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch/Italienisch/Russisch, weitere Sprachen können durch Olympus Master vom Internet geladen werden) • Selbstauslöser • USB-Schnittstelle • DC-Eingang • PictBridge-kompatibel • Datum/Zeit/Kalendersystem bis 2099 programmiert • Panoramafunktion • Bildoptimierung • Pixel Mapping • Rauschminderung im Nachtaufnahmeprogramm.



Technische Daten:

Bildsensor: 1/2,5 Zoll CCD mit RGB-Filtermatrix
Pixel gesamt/effektiv: 4,06 Millionen / 4,0 Millionen
Dateiformate Foto: JPEG (Exif 2.21), DCF, DPOF- und Print Image Matching III-Unterstützung
Dateiformate Video: QuickTime Motion JPEG
Speichermedien: 14 MB intern und xD-Picture Card
Auflösung Foto: 2.288 x 1.712 / 1.600 x 1.200 / 640 x 480 Pixel
Auflösung Video: 320 x 240 Pixel
LC-Display: 1,5 Zoll Farb-TFT (85.000 Pixel)
Empfindlichkeit: Automatisch (ISO 50 bis ISO 250)
Objektiv: 2,8 / 6,11 mm (entspricht 36,7 mm bei KB)
Scharfeinstellung: 50 cm bis unendlich
Verschlusszeiten: 20 cm bis 50 cm (Nahaufnahmen)
Blitzleitzahl: 1/2 bis 1/1.500 Sekunde
Blitzreichweite: ca. 6
Batterietyp: 0,2 bis 3,0 Meter
Abmessungen: 2 x Akkus (Typ AA) oder 2 x 1,5 Volt Batterien (Typ AA) oder 1 x Lithium (CR-V3) oder AC-Adapter (optional)
Gewicht: 101,0 x 51,4 x 36,0 mm (BxHxT)
 120 Gramm (ohne Batterien und Karte)

Lieferumfang:

• Trageriemen • USB-Kabel • 2 x AA Alkali-Batterien • Olympus Master 1.1

Mamiya ZD

Professionelle Digital-SLR mit Autofokus, Belichtungsautomatik und Wechselobjektiven.

Ausstattungsmerkmale:

• Vertikal ablaufender Metall-Schlitzverschluss, elektronisch gesteuert • Fest eingebauter Prismensucher • TTL-Phasenver-

gleich-Autofokus • Kompatibel mit Mamiya 645 AFD-Objektiven

- Eingebautes IR-Sperrfilter
- Wechselbares Low-Pass-Filter (Kassette) • Serienbilder (1,5 Bilder/Sekunde, maximal 11 Bilder)
- Drei JPEG-Bildgrößen (groß, mittel, klein) • Drei JPEG-Komprimierungsstufen (fein, normal, basic)
- Adobe RGB- und sRGB-Farbraum
- Weißabgleich: Auto / Tageslicht / Schatten / Leuchtstoffröhren / Glühlampen / Preset 1 / Preset 2 / manueller Abgleich / Farbtemperatur
- Belichtungssteuerung: Programm-, Blenden-, Zeitautomatik, manuell, Bulb • TTL-Belichtungsmessung: integral, mittenbetont, Meßfeldautomatik, Spot • Belichtungsreihenautomatik: 2, 3 oder 5 Bilder (Einzel- und Serienbild) mit $\pm 0,3$ / $\pm 0,5$ / $\pm 0,7$ / ± 1 Blendenstufen • 21,5 Megapixel Vollformat-Sensor • Gleichzeitiges Speichern von RAW- und JPEG-Daten • Kamerakappe aus Magnesiumlegierung • Zwei Kartenlaufwerke für CompactFlash-Karten.



Mamiya ZD Back

Digital-Rückteil für Mamiya 645 AFD und RZ67 Pro II D.

Ausstattungsmerkmale:

- 21,5 Megapixel Vollformat-Sensor • Gleichzeitiges Speichern von RAW- und JPEG-Daten • Eingebautes IR-Sperrfilter • Zwei Kartenlaufwerke für CompactFlash-Karten • Wechselbares Low-Pass-Filter (Kassette) • Serienbilder (1,2 Bilder/Sekunde, maximal 11 Bilder) • Drei JPEG-Bildgrößen (groß, mittel, klein)
- Drei JPEG-Komprimierungsstufen (fein, normal, basic) • Adobe RGB- und sRGB-Farbraum • Weißabgleich: Auto / Tageslicht / Schatten / Leuchtstoffröhren / Glühlampen / Preset 1 / Preset 2 / manueller Abgleich / Farbtemperatur • Leichtverständliche, intuitiv zu bedienende Software (Mamiya Digital Photo Studio).



Technische Daten Mamiya ZD und ZD Back:

Bildsensor: 48 x 36 mm CCD (quadratische Pixel)
Pixel gesamt/effektiv: 21,8 Millionen / 21,5 Millionen
Dateiformate: RAW, JPEG (Exif 2.2)
Speichermedien: CompactFlash (2 Laufwerke)
Auflösung: 4.008 x 5.344 (maximal)
LC-Display: 1,8 Zoll Farb-TFT
Empfindlichkeit: ISO 50 bis ISO 400
Verschlusszeiten (ZD): 30 Sekunden bis 1/4.000 Sekunde
Schnittstellen: IEEE 1394, Videoausgang (NTSC/PAL)
Batterietyp: Lithium-Ionen-Akku, Netzteil
Abmessungen (BxHxT): 161,5 x 152,0 x 90,8 mm (ZD)
 106,0 x 90,0 x 62,0 mm (ZD Back)
Gewicht: 1.200 Gramm (ZD)
 450 Gramm (ZD Back)

Konica Minolta Dimage Z5

Einfach zu bedienende 5-Megapixel-Kamera mit 12fach-Zoom und extrem schnellen Prädiktions-AF.

Ausstattungsmerkmale:

- CCD-Shift Anti-Shake-System
- Sehr geringer Energieverbrauch
- Hochwertiges Zoomobjektiv (13 Linsen/10 Gruppen)
- Digitalzoom (4fach)
- Elektronischer Sucher (0,33", 114.000 Pixel)
- Dioptrienausgleich (-3 bis +1 dpt.)
- Video-AF-System
- Rapid-AF mit erweitertem Fokusbereich (5 AF-Felder) oder Spot-Fokus
- Fokusfeldwahl
- Schärfespeicher
- Vier Blitzfunktionen
- Blitzsynchronisation mit allen Verschlusszeiten
- TTL-Vorblitzmessung
- Blitzschuh für externe Blitzgeräte
- Vier Belichtungsfunktionen (Programm-, Zeit-, Blendenautomatik, manuell)
- Drei Belichtungsmeßmethoden (Mehrfeld, mittenbetont integral, Spot)
- Belichtungsspeicherung
- Belichtungskorrektur (± 2 EV in 1/3 Stufen)
- Belichtungsreihen
- Blitz-Belichtungskorrektur (± 2 EV in 1/2 Stufen)
- Serienbilder
- Dateneinbelichtung
- Selbstauslöser (ca. 10 oder 2 Sekunden)
- Weißblitzabgleich automatisch / voreingestellt (Tageslicht, Blitz, Kunstlicht, Wolken und Leuchtstofflampen) / benutzerdefiniert
- Kopier- und E-Mail-Kopierfunktion
- PictBridge-kompatibel
- Rauschunterdrückung
- Drei Qualitätsstufen
- Elektronischer Verschluss über CCD mit zusätzlichem mechanischen Verschluss
- Filmsequenzen (15 oder 30 Bilder pro Sekunde) mit Nachtfilmfunktion
- Benutzerdefinierte Funktionen
- Acht Menüsprachen.



Technische Daten:

Bildsensor:	1/2,5 Zoll Interline CCD mit PrimärfarbfILTER (5,2 Millionen Pixel)
Effektive Pixelzahl:	5,0 Millionen
Empfindlichkeit:	Auto, ISO 50/100/200/320
Objektiv:	2,8 - 4,5 / 5,83 - 69,9 mm (entspricht 35 - 420 mm bei KB)
Entfernungsbereich:	ab 0,6 m / 1,6 m (Weitwinkel / Tele) ab 10 cm / 120 cm (Makro, Ww / Tele) ab 1 cm (Super-Makro)
LCD-Monitor:	5 cm (2,0") Farb-TFT (114.000 Pixel), automatische Monitorbildverstärkung
Verschlusszeiten:	4 Sekunden bis 1/1.000 Sekunde
Auflösung Standbild:	2.560 x 1.920 / 2.048 x 1.536 / 1.600 x 1.200 / 1.024 x 768 / 640 x 480 Pixel
Auflösung Video:	640 x 480 / 320 x 240 Pixel
Dateiformate:	JPEG / Motion JPEG (MOV) / DCF 2.0 / DPOF-Unterstützung, Exif 2.2
Speichermedium:	14,5 MB intern, SD- und MMC-Karten
Schnittstelle:	USB 2.0, Videoausgang (NTSC/PAL)
Batterietyp:	4 x 1,5 Volt Mignon-Alkali-Batterien (Typ AA) oder vergleichbare Ni-MH-Akkus (Akkus werden empfohlen)
Abmessungen:	108,5 x 80,0 x 84,0 mm (BxHxT)
Gewicht (Gehäuse):	340 Gramm (ohne Batterien und Karte)
UVP:	299,- Euro

Lieferumfang:

4 x 1,5 Volt Alkali-Batterien • Umhängeriem • Objektivdeckel • USB-Kabel • Video-Kabel • 16 MB SD-Speicherkarte • CD-ROM mit DiIMAGE Viewer.

Konica Minolta Dimage Z20

Einfach zu bedienende 5-Megapixel-Kamera mit 8fach-Zoomobjektiv und internem 14,5 MB Speicher.

Ausstattungsmerkmale:

- CCD-Shift Anti-Shake-System
- Sehr geringer Energieverbrauch
- Hochwertiges Zoomobjektiv (11 Linsen/9 Gruppen)
- Digitalzoom (4fach)
- Optischer Sucher
- Dioptrienausgleich (-3 bis +1 dpt.)
- Video-AF-System
- Rapid-AF mit erweitertem Fokusbereich (3 AF-Felder) oder Spot-Fokus
- Fokusfeldwahl
- Schärfespeicher
- Vier Blitzfunktionen
- Blitzsynchronisation mit allen Verschlusszeiten
- TTL-Vorblitzmessung
- Vier Belichtungsfunktionen (Programm-, Zeit-, Blendenautomatik, manuell)
- Drei Belichtungsmeßmethoden (Mehrfeld, mittenbetont integral, Spot)
- Belichtungsspeicherung
- Belichtungskorrektur (± 2 EV in 1/3 Stufen)
- Belichtungsreihen
- Blitz-Belichtungskorrektur (± 2 EV in 1/2 Stufen)
- Sechs Digital-Motivprogramme
- Dateneinbelichtung
- Selbstauslöser (ca. 10 oder 2 Sekunden)
- Weißblitzabgleich automatisch / voreingestellt (Tageslicht, Blitz, Kunstlicht, Wolken und Leuchtstofflampen) / benutzerdefiniert
- Kopier- und E-Mail-Kopierfunktion
- PictBridge-kompatibel
- Drei Qualitätsstufen
- Elektronischer Verschluss über CCD mit zusätzlichem mechanischen Verschluss
- Filmsequenzen (15 oder 30 Bilder pro Sekunde) mit Nachtfilmfunktion
- Benutzerdefinierte Funktionen
- Zwei Ordnerformate (Standard/Datum)
- Acht Menüsprachen
- Digitaleffektkontrolle (Kontrast/Schärfe)
- Scharfzeichnung (drei Stufen)
- Kontrasteinstellung (drei Stufen).



Technische Daten:

Bildsensor:	1/2,5 Zoll Interline CCD mit PrimärfarbfILTER (5,2 Millionen Pixel)
Effektive Pixelzahl:	5,0 Millionen
Empfindlichkeit:	Auto, ISO 50/100/200/320
Objektiv:	3,2 - 3,4 / 6,0 - 48,0 mm (entspricht 36 - 290 mm bei KB)
Entfernungsbereich:	ab 0,5 m / 1,5 m (Weitwinkel / Tele) ab 1 cm / 60 cm (Makro, Ww / Tele)
LCD-Monitor:	3,8 cm (1,5") Farb-TFT (113.000 Pixel), automatische Monitorbildverstärkung
Verschlusszeiten:	4 Sekunden bis 1/2.000 Sekunde
Auflösung Standbild:	2.560 x 1.920 / 2.048 x 1.536 / 1.600 x 1.200 / 640 x 480 Pixel
Auflösung Video:	640 x 480 / 320 x 240 Pixel
Dateiformate:	JPEG / Motion JPEG (MOV) / DCF 2.0 / DPOF-Unterstützung, Exif 2.2
Speichermedium:	14,5 MB intern, SD- und MMC-Karten
Schnittstelle:	USB 2.0, Videoausgang (NTSC/PAL)
Batterietyp:	4 x 1,5 Volt Mignon-Alkali-Batterien (Typ AA) oder vergleichbare Ni-MH-Akkus (Akkus werden empfohlen)
Abmessungen:	109,0 x 82,0 x 94,0 mm (BxHxT)
Gewicht (Gehäuse):	300 Gramm (ohne Batterien und Karte)
UVP:	499,- Euro

Lieferumfang:

4 x 1,5 Volt Alkali-Batterien • Umhängeriem • Objektivdeckel • USB-Kabel • Video-Kabel • 16 MB SD-Speicherkarte • CD-ROM mit DiIMAGE Viewer.

Fujifilm FinePix F10

Kompakte 6-Megapixel-Kamera mit hoher Lichtempfindlichkeit, extrem geringem Stromverbrauch und schnellem Ansprechverhalten.

Ausstattungsmerkmale:

- Autofokus (Multi-AF, C-AF, Mitten-AF, Bereichs-AF)
- AF-Hilfslicht
- Makro-Funktion
- Digital-zoom (6,2x)
- Sensorge-steuerter Auto-matikblitz
- TTL-64-Zonen-Belichtungsmessung (Integral, Mehrfeld, Spot)
- Programm-Automatik
- Fünf Motivprogramme (Umgebungslicht, Portrait, Landschaft, Sport, Nachtaufnahme)
- Belichtungsreihen
- Kontinuierliche Aufnahmen: Top-3 bzw. Final-3 (speichert die ersten oder letzten 3 Aufnahmen)
- Langzeit-Serienaufnahmen (bis 0,9 Bilder/Sekunde, maximal 40 Aufnahmen)
- Geringer Stromverbrauch (bis zu 500 Aufnahmen mit einer Akkuladung)
- Super CCD HR Sensor der fünften Generation mit der Rechenpower des neuen RP-Prozessors
- Highend-Signalverarbeitung
- Extrem hohe Lichtempfindlichkeit von ISO 1.600
- Schnelle Reaktionszeit (nur 0,01 Sekunde)
- Einzel- und Serienaufnahmen
- Selbstauslöser
- Weißlichtabgleich automatisch/manuell (sechs Optionen) und individuell
- Filmsequenzen mit Ton (30 Bilder pro Sekunde)
- Sprachaufzeichnung
- Farbeinstellung (S/W, Chrome, Standard)
- PictBridge-kompatibel
- 3:3-Bildformat wählbar
- Rotations-Funktion



Technische Daten:

Bildsensor:	1/1,7 Zoll Super-CCD HR
Effektive Pixelzahl:	6,3 Millionen
Empfindlichkeit:	Automatisch oder manuell: ISO 80/100/200/400/1.600 (entspricht 36 - 108 mm bei KB)
Objektiv:	2,8 - 5,0 / 8 - 24 mm (entspricht 36 - 108 mm bei KB)
Entfernungsbereich:	60 cm bis unendlich (normal) 7,5 cm bis 80 cm (Makro)
Blitzreichweite:	bis ca. 5,5 Meter
LCD-Monitor:	2,5 Zoll Farb-TFT (ca. 115.000 Pixel), Aufhellung möglich
Verschlusszeiten:	15 Sekunden bis 1/2.000 Sekunde (abhängig vom Aufnahmemodus)
Auflösung (Foto):	2.848 x 2.136 / 3.024 x 2.016 (3:2) / 2.048 x 1.536 / 640 x 480 Pixel
Auflösung (Video):	640 x 480 Pixel
Farbtiefe:	24 Bit
Dateiformate:	JPEG (Exif 2.2) / AVI (Motion JPEG) / WAV
Speichermedien:	xD-Picture Card
Schnittstellen:	Multi-Anschluß für Adapter-Terminal (USB 2.0, A/V-Out, DC-In)
Batterietyp:	Akku NP-120 (1.950 mAh), Netzgerät
Abmessungen:	92,0 x 58,2 x 27,3 mm (BxHxT)
Gewicht:	155 Gramm (ohne Akku und Karte)

Lieferumfang:

- 16 MB xD-Karte
- Lithium-Ionen-Akku NP-120
- Adapter-Terminal (Netz-, USB- und A/V-Anschluß)
- USB-Kabel
- A/V-Kabel
- Handschlaufe
- Bedienungsanleitung
- CD-ROM.

Systemvoraussetzungen:

- Windows 98 (inkl. SE)
- Windows ME
- Windows 2000
- Windows XP
- Macintosh

Ricoh Caplio R2

Reaktionsschnelle 5-Megapixel-Kamera mit 4,8fach-Zoom und großem LCD-Monitor.

Ausstattungsmerkmale:

- Hochwertiges Zoomobjektiv (9 Linsen in 7 Gruppen)
- Das einfahrbare Objektivsystem verschwindet bei ausgeschalteter Kamera komplett im nur 25,8 mm flachen Gehäuse
- Digitalzoom (3,6fach)
- Optischer Echtbild-Zoom-Sucher
- Vier Fokussfunktionen (Mehrzonen-AF, manuell, Fixfokus, Unendlich-Einstellung)
- AF-Hilfsbeleuchtung
- Frei wählbares AF-Meßfeld
- Super-Makro-Funktion ab 1 cm
- Integriertes Blitzgerät mit fünf Funktionen (Automatik, ständig ein, Rote-Augen-Reduktion, Langzeitsynchronisation, aus)
- Blitzleistung reduziert sich bei Makroaufnahmen
- Sechs Motivprogramme (Portrait, Sport, Landschaft, Nachtszenen, Text, hohe Empfindlichkeit)
- TTL-CCD-Belichtungsmessung (Mehrfeld [256 Zonen], mittenbetont, Spot)
- Belichtungskorrektur (± 2 EV in 1/3 Stufen)
- Automatische Belichtungsreihen
- Superkurze Auslöse-Reaktionszeit (nur 0,8 Sekunden)
- Serienaufnahmen (16 Bilder in schneller Folge)
- Selbstauslöser (ca. 10 oder 2 Sekunden)
- Weißabgleich automatisch / manuell (Tageslicht, bedeckter Himmel, Glühlampen 1, Glühlampen 2, Leuchtstofflampen, Messen auf weiße Fläche)
- Hochwertiger Bildverarbeitungs-Prozessor
- Zwei Qualitätsstufen (fein/normal)
- Filmsequenzen mit Ton (15 oder 30 Bilder pro Sekunde)
- Tonaufnahmen
- Intervallaufnahmen von 5 Sekunden bis 3 Stunden (in 5 Sekunden-Stufen)
- Audio/Video-Ausgang (umschaltbar NTSC/PAL)
- PictBridge-kompatibel
- Vielseitiges Strommanagement.



Technische Daten:

Bildsensor:	1/2,5 Zoll Primärfarben-CCD (5,19 Millionen quadratische Pixel)
Effektive Pixelzahl:	5,02 Millionen
Empfindlichkeit:	Auto, manuell ISO 64/100/200/400/800
Objektiv:	3,3 - 4,8 / 4,6 - 22,2 mm (entspricht 28 - 135 mm bei KB)
Entfernungsbereich:	30 cm bis unendlich (normal) 1 cm bis unendlich (Makro) 13 cm bis unendlich (Telemakro)
Blitzreichweite:	20 cm bis 2,7 Meter (Weitwinkel) 13 cm bis 2,1 Meter (Tele)
LCD-Monitor:	2,5 Zoll Farb-TFT (ca. 114.000 Pixel)
Verschlusszeiten:	8 Sekunden bis 1/2.000 Sekunde (Stehbild) 1/30 bis 1/2.000 Sekunde (Video)
Auflösung Standbild:	2.560 x 1.920 / 2.048 x 1.536 / 1.280 x 960 / 640 x 480 Pixel
Auflösung Video:	320 x 240 / 160 x 120 Pixel
Auflösung Text:	2.560 x 1.920 / 2.048 x 1.536 Pixel
Maximale Dateigröße:	ca. 1,81 MB (Stehbild)
Dateiformate:	JPEG (Exif 2.2) / Motion JPEG (AVI) / TIFF (Text), WAV (Ton)
Speichermedien:	28 MB intern, SD- und MMC-Karten
Schnittstelle:	USB 1.1, Audio-/Videoausgang
Batterietyp:	2 x 1,5 Volt Mignon-Alkali-Batterien (Typ AA) oder vergleichbare Ni-MH-Akkus oder Lithium-Ionen-Akku (DB-50)
Abmessungen:	100,2 x 55,0 x 25,8 mm (BxHxT)
Gewicht:	150 Gramm (ohne Batterien und Karte)
UVP:	349,- Euro

**Horst Dieter Lehmann**

Frühlingsstimmen

Die Überschrift hätte auch „Frühlingsstimmung“ lauten können, doch dann wäre bei manch einem Mitfotografen, Mithändler und Mitmenschen die Stimmung schon im Keller gewesen, wie Ende Februar die Temperaturen.

Der Frühling aber kommt gewiß, und wenn diese Zeilen erscheinen, da bin ich mir sicher, ist er bestimmt schon da. Er bringt Hoffnung mit sich auf ein ertragreiches Jahr für die Bauwirtschaft und Bauern, für Handwerker und Händler, für alle Gewerbetreibenden, wozu auch wir gehören. Die Hoffnung stirbt zuletzt – und wir wollen noch lange leben.

Zwei Begegnungen vor längerer Zeit sind dem Fotografen-Händler und langjährigen Kolumnisten in lebhafter Erinnerung geblieben. Zum einen auf der photokina mit H.J. Blömer, der mir in einem kurzen Gespräch ans Herz legte, ein wenig optimistisch in die Zukunft zu sehen (und zu schreiben).

Zum anderen die Begegnung mit einer sehr alten und ebenso netten Dame, die den Fotografen mit leicht vorwurfsvollem Blick ansah und sagte: „Ich kannte Sie schon als ganz kleinen, fröhlichen Jungen. Heute schauen Sie oft miesepetrig in die Gegend“.

Diese Worte stimmten mich nachdenklich. Besonders wenn ich von einer Reise in ferne Länder zurückkehre, die fröhlich lächelnden Gesichter der oft am Rande des Existenzminimums lebenden Einheimischen noch vor Augen habe, dann fällt mir die Fee aus dem Märchen ein, die drei Wünsche erfüllt: Reichtum, Schönheit und Ansehen. Eines aber hat sie vergessen, und NUR das ist wichtig: Zufriedenheit! Reichtum ist meistens unerreichbar, Schönheit ist vergänglich (wenn überhaupt mal vorhanden), Ansehen ist Ansichtssache! Zufriedenheit aber ist wohl eines der höchsten Güter. So freuen wir uns erst einmal darauf, was der Frühling uns bringen wird.

Damit wir einigermaßen zufrieden sind, wären das wohl „vernünftige“ Kassen, finanzkräftige Kunden, volle Auftragsbücher, fähige und fröhliche Mitarbeiter, gute Zukunftsaussichten. Na, wenn das nicht fromme Wünsche sind!

Wie die Wirklichkeit aussieht, das zeigen uns Blicke in die Zeitungen, das Fernsehen und die Gesichter unserer Mitmenschen, oder soll man „Mitleidenden“ sagen?

Hat man den „Frühling des Lebens“ schon eine Weile hinter sich, kann man sicherlich auf einige Erfahrungen nicht nur zurückblicken, sondern auch aufbauen.

Die grundlegenden Veränderungen im allgemeinen, in der Fotografie im besonderen, kann man hinnehmen, wie man will, ändern aber kaum.

Wenn am 1. April Aldi die Pforten weit für die Fotografie öffnet, natürlich digital und im Internet, dann ist das weder ein Aprilscherz, noch überrascht es sonderlich.

Fotos, vom Amateur- bis zum Paßbild, vom Portrait zur Reportage, vom Nacht- bis zum Nacktbild, gibt es überall. Digitalkameras und Imaging wären aus der Steinzeit, wenn sie nicht überall und im Internet erhältlich wären.

Hier scheiden sich die Geister, und der „alte Zopf“ ist immer noch nicht ganz abgeschnitten. Aber wenn es nur die „Zöpfe“ gewesen wären, dann ginge es. So aber sind ganze Betriebe nicht selten seit mehreren Generationen in einer Hand, von der Bildfläche verschwunden. Fast täglich werden wir mit diesem Phänomen immer wieder konfrontiert, denn es betrifft ja keinesfalls nur unsere Branche.

Die leerstehenden Geschäfte, vom Dorf über die Klein- und Großstädte, bedrücken und entmutigen. Handwerk und Handel sind sicherlich von manchen Beschränkungen befreit und offener geworden, aber zu viel Freiheit schafft nicht nur mehr Spielraum für die ehrlichen und rechtschaffenen Bürger. Viele Lücken und Schlupfwinkel tun sich auf und werden genutzt.

Bei der Jahreshauptversammlung einer sehr großen Fotografeninnung betonte der LIM (Landesinnungsmeister), daß die Innungen keine „Schutzzäune“ mehr bieten könnten. Dies erwies sich als allzu wahr, aber die Innung gibt es nun auch schon seit Jahren nicht mehr.

quickpoint

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

47638 Strahlen • Tel. (0 28 34) 10 84

Im Handel sieht es im wesentlichen ähnlich aus. Es ist nicht immer ganz leicht zu verstehen, was erlaubt und nicht erlaubt ist, vor allem wenn man neue Regelungen nicht richtig versteht und durchschaut. Lockvogelangebote und drastische Preisunterbietungen waren durch „Fangnetze“ zumindest eingeschränkt. Im neuen Land der unbeschränkten Möglichkeiten, dem ehemaligen Wirtschaftswunderland Deutschland, scheint allerdings alles grenzenlos zu sein. Bilder für 1 Cent, Digis für (Alp-)Traumpreise – um nur einige Beispiele zu nennen.

Mit Sicherheit werden wir im Laufe des noch jungen Jahres aber auch Erfreuliches hören. Die Verkaufszahlen von Digitals prints steigen, weil bald jeder eine Digitalkamera oder ein Fotohandy hat – und auch benutzt!

Aldi macht gute Fotoumsätze, der Fachhandel noch bessere. Das Bildchen vom Handy gibt Anreiz für ein Spitzenbild vom Fachmann. Hochzeitsbilder vom Spezialisten halten mindestens so lange wie die Ehe. Der Gang zum Fachhändler lohnt sich, denn man bekommt neben der guten Ware auch Beratung.

Treffen letztere Prognosen auch nur annähernd ein, wird bald ein Atelierfotograf mit fröhlicher Miene zu sehen sein. Frohes Schaffen, guten Umsatz, viel Rendite, vor allem aber Zufriedenheit!



Ulrich Vielmuth

Vom Umgang mit Lithium-Ionen-Akkus

Eines gleich vorweg: Was in früheren Filmer-Zeiten mit den Nickel-Cadmium-Akkus immer ein permanentes Problem war, kann heutzutage getrost als sekundär bezeichnet werden. Denn die modernen Lithium-Ionen-(Li-Ion)-Akkus sind Stromspeicher mit hoher Kapazität. So gehört die ungewollte Unterbrechung beim Filmen wegen eines zu schnell geleerten Camcorder-

Akkus wohl der Vergangenheit an. Li-Ion-Stromspeicher besitzen eine hohe Energiedichte, bezogen auf Volumen und Gewicht. Sie übertreffen damit die früher üblichen Nickel-Cadmium-Akkus bei gleicher Größe um fast das Dreifache, bezogen auf das Gewicht speichern sie fast die vierfache Energiemenge. Die Selbstentladung bei längerer Lagerzeit ist gering.

Nickel-Cadmium-Akkus haben mittlerweile so gut wie ausgedient. Denn besonders der gefürchtete Memory-Effekt hat uns Filmern den Umgang mit ihnen zuweilen verleidet. Wer heute jedoch einen Camcorder kauft, kriegt ihn gleich mitgeliefert: den modernen Lithium-Ion-Akku mit hoher Kapazität und langer Lebensdauer. Im Idealfall sollen bis zu 1.200 Lade-/Entladezyklen möglich sein. Und das Praktische dabei: Sie können in jedem beliebigen Ladezustand – ohne dabei Schaden zu nehmen – nach- und damit aufgeladen werden. Die Elektroden bestehen aus einer speziellen Lithium-Zusammensetzung. Also chemischen Substanzen, die im Akkuinneren die elektrische Energie speichern.

Die Lithium-Zellen liefern eine ziemlich konstante Ausgangsspannung während des gesamten Laufbetriebs.

Ähnlich wie die Firma Varta bei der Entwicklung von modernen Ni-MH-Akkus federführend ist, hat Sony den Li-Ion-Akku zur Serienreife entwickelt. Dieser sehr kompakte und vergleichsweise leichte Akku-Typ hat erst die Mini-Camcorder ermöglicht.

Kein Wunder, daß die kleinen Dinger immer beliebter geworden sind. Da waren in früheren S-VHS- und Hi8-Zeiten die damals gebräuchlichen Nickel-Cadmium-Akkus (NiCd) größer und damit unhandlicher. Aber auch billiger.

Li-Ion-Akkus sollten möglichst pfleglich behandelt werden und nur mit den dafür vorgesehenen Geräten geladen werden. Dafür haben sie eine minimale Selbstentladung, geringe Alterung und keinen Memory-Effekt.

Auf jede unsachgemäße Behandlung reagieren Lithium-Ionen-Akkus sehr sensibel, deshalb ist von ungeeigneten Ladegeräten dringend abzuraten.

Weil im Li-Ion-Akku eine elektrische Schaltung vorhanden ist, ist er empfindlicher beim Herunterfallen als ein NiCd-Akku. Dieser besitzt nämlich keine elektronischen Bauteile. Wichtig: Neue, ungebrauchte Akkus erst einmal mit mehreren Lade-/Entladezyklen so richtig fit machen, um dadurch die volle Kapazität zu erreichen. Kalte Akkus vor dem Laden auf Zimmertemperatur bringen. Ersatzakkus jedoch gehören im Winter in die warme Jackentasche.

Wer möglichst lange mit einem Akku filmen will – und wer will das nicht –, sollte sich die kleinen, dicken Stromspeicher mit hoher Kapazität besorgen. Sie sind jedoch verhältnismäßig schwer und können dadurch die Balance des Camcorders in der Hand störend beeinflussen. In diesem Fall wären als Problemlösung zwei kleinere Akkus mit dadurch aber geringerer Kapazität vielleicht praxisgerechter.

Moderne Camcorder brauchen weniger Energie als ältere. Bei ausgeklapptem, also eingeschalteten LCD-Monitor, steigt der Strombedarf jedoch deutlich. Die kleinen Kameraleuchten oben auf dem Gerät fordern dem Camcorder-Akku ebenfalls viel Energie ab.

Extreme Kälte und Wärme sind die natürlichen Feinde jedes Akkus. Sie schädigen den Stromspeicher. Selbstentladung ist die Folge. Deshalb sollten sie bei winterlichem Kamerabetrieb gut isoliert und geschützt in der Kleidung transportiert werden und bei hochsommerlicher Hitze auf keinen Fall auf der Rücksitzbank im heißen Auto auf ihren Einsatz warten müssen.

Restlaufzeit

Es werden Akkus am Markt angeboten, die mit einer vierstufigen Energie-Anzeige ausgestattet sind. Per Knopfdruck läßt sich so die noch verbleibende Restlaufzeit einfach und ohne Zusatzgerät ablesen. Somit gehört das lästige Überprüfen der Rest-Energiemenge im Ladegerät oder Camcorder der Vergangenheit an.

Wer seine Akkus gut pflegen möchte, ist insbesondere bei den NiCd-Akkus auf Ladegeräte mit Refresher-Einrichtung für gezieltes Entladen angewiesen.

Da der Akku durch den Camcorder nicht ganz entladen wird, ist dies die sicherste Methode zur Verhinderung des Memory-Effektes.

Wie lassen sich Akkus abseits der Zivilisation mit Strom versorgen?

Daß es auch unter extremen Bedingungen möglich ist, den Akku aufzuladen, hat Norbert Ergang vor Jahren schon mit seiner Fahrradtour durch Nordafrika bewiesen: „Auf unserer Expedition hatten wir einige Stromverbraucher zu versorgen. Neben unserem Camcorder führten wir einen Weltempfänger, Blitzgeräte, Taschenlampen und einen tragbaren CD-Spieler mit. Unsere Route führte uns in sehr abgelegene Regionen, wo es nicht möglich war, unsere Akkus mit Strom aus der Steckdose aufzuladen. Das Problem mußte also anders gelöst werden. Dazu standen uns lediglich zwei Energiequellen zur Verfügung. Wir mußten sie nur noch nutzbar machen. Zum einen war dies die Sonne und zum anderen unsere eigene Muskelkraft.“ Eine Möglichkeit der Energiegewinnung besteht durch den Fahrraddynamo. Genauso wie es mit ihm möglich ist, eine Lampe zu betreiben, können auch Akkus geladen werden. Ebenso ist das Aufladen mit Sonnenenergie eine elegante Möglichkeit, weit ab der Zivilisation an Strom für den Camcorder (und andere Elektrogeräte) zu gelangen.

Schröders perfide Dialektik

Führte wirtschaftlicher Erfolg zu 5.200.000 Arbeitslosen?

Die CeBIT, die von Bundeskanzler Gerhard Schröder am 9.3. eröffnet wurde, zeigte sich wieder als eine echte Weltmesse der IT-Branche. So war auch zu erwarten, daß Schröder viel Positives sagen würde mit Werbung für den Standort Deutschland. Leider wurde aber schon bei seinem zweiten „Meine Damen und Herren“ erst einmal die Vorgängerregierung heruntergemacht mit dem Presse-Zitat: „Heute haben die deutschen Unternehmen den größten Teil der in den 90er Jahren verlorenen Wettbewerbsfähigkeit zurückgewonnen.“ Aber weiter: „Die nominalen Lohnstückkosten sind bei uns seit 1999 um 10 Prozent gegenüber dem EU-Durchschnitt gesunken. Gegenüber den anderen großen europäischen Ländern haben wir dadurch die Wettbewerbsfähigkeit um rund 20 % gesteigert.... Zudem wächst die Produktivität bei uns schneller als im Euro-Raum insgesamt. In vielen Branchen läßt sich in Deutschland heute günstiger produzieren als in Italien, Frankreich oder Spanien.“

Nach seinem dritten „Meine Damen und Herren“ heißt es dann: „Im vergangenen Jahr haben wir zum ersten Mal nach drei Jahren Stagnation wieder ein substantielles Wachstum erzielt.... Nur Deutschland hat unter den G7-Ländern seit fünf Jahren seinen Anteil an den Weltausfuhren kontinuierlich gesteigert. Nur Deutschland hat trotz härtester Konkurrenz Marktanteile hinzugewonnen. Unser Exportwachstum in den vergangenen fünf Jahren war mehr als dreimal so hoch wie das der Vereinigten Staaten. Und dies ist uns gelungen, obwohl es eine für deutsche Unternehmen

ungünstige Dollar-Euro-Relation gibt.“ Nach dem fünften „Meine Damen und Herren“ sagte Schröder: „In diesem Jahr ist mit einem Anstieg der Erwerbstätigkeit um rund 300.000 Personen zu rechnen. Bereits im vergangenen Jahr sind rund 130.000 neue Arbeitsplätze entstanden, Ende 2004 waren mehr als 39 Millionen Erwerbstätige registriert.“ Soweit, so gut vor internationalem Publikum.

Dann folgte aber ein weiterer Tritt gegen die vorige Regierung: „Zwischen 1980

**Eugen Roth – Ein Ausweg
Ein Mensch, der spürt,
wenn auch verschwommen,
er müßte sich, genau genommen,
im Grunde seines Herzens schämen
zieht vor,
es nicht genau zu nehmen.**

und 1998 ist die Zahl der Sozialhilfeempfänger – alle, die sogenannte Hilfen zum Lebensunterhalt bekamen – von fast 900.000 auf rund 2,9 Millionen angestiegen. Diese Menschen lebten vielfach am Rand der Gesellschaft – ausgegrenzt und vergessen. Sie sind zum Teil bewußt aus den Arbeitsämtern in die Sozialämter abgeschoben worden. Wir holen sie jetzt aus dieser Sackgasse heraus, weil es eine Schande für unser Land ist, erwerbsfähige Menschen zu alimentieren, ohne ihnen eine Perspektive zu geben.“

**Mußte das zur CeBIT-Eröffnung
gesagt werden?**

Beim sechsten „Meine Damen und Herren“ wurde noch einmal nach hinten ge-

treten: „Andere fordern in Sonntagsreden gern den ‘schlanken Staat’. Als sie selbst handeln konnten, blieben sie aber untätig. Gehandelt hat diese Regierung. Es ist uns mit unseren Reformen gelungen, den kontinuierlichen Anstieg der Lohnnebenkosten zu stoppen... Damit haben wir innerhalb eines Jahres den ‘Turn-around’ von rund 7 Milliarden Euro geschafft.“

Beim achten „Meine Damen und Herren“ hieß es dann weiter: „Der Wachstumspfad, auf dem sich unser Land befindet, ist robust... Es geht darum, den Reformkurs der Agenda 2010 konsequent fortzusetzen... Es wird sich dann zeigen, ob die Opposition bereit ist, ihren Teil der Verantwortung zu übernehmen.“ (Franz Münterfering lt. FAZ vom 3. März: „Kooperation der Union Zeichen der Verlogenheit“)

Mit welchen Gefühlen sollen Frau Merkel und Herr Stoiber in ein Gespräch mit Herrn Schröder gehen, wenn der SPD-Vorsitzende den gutgemeinten „Pakt für Deutschland“ als ein „Zeichen der Verlogenheit“ diskriminiert hat!? Bleibt überhaupt noch eine Basis, gemeinsam darüber nachzudenken, wie den vielen Arbeitslosen zu helfen ist? Es darf aber auf keinen Fall noch ca. sechs Jahre bis 2010 dauern, bis Unternehmer und Arbeitgeber wieder das nötige Vertrauen finden, um Mut zu Innovationen zu haben und mehr Mitarbeiter einzustellen. Vielleicht sollten wir es mal wieder mit beten versuchen!? H. J. Blömer

Wer regiert in Deutschland?

In Schleswig-Holstein hat jetzt die Partei der dänischen Minderheit erreicht, daß drei Parteien als Wahlverlierer an der Macht bleiben, nachdem am 11. März der Koalitionsvertrag von drei Frauen, nämlich von Heide Simonis (SPD), Annemarie Lütke (Die Grünen) und Anke Spoorendonk vom SSW Wählerverband, unterschrittsreif gemacht worden ist. Dazu stellte Frank Pergande aus Kiel fest: „Ein solches Bündnis der Wahlverlierer – alle drei Parteien haben bei der Landtagswahl Stimmen verloren – ist ein starkes Stück. Und das ist einmalig in Deutschland... Überhaupt bedeutet das, was das Kieler Bündnis unter Reformpolitik versteht, vor allem eines: Der Staat wird noch mehr Geld ausgeben und noch mehr Schulden machen... In ihrem Überschwang, es der CDU gezeigt zu haben, vergessen sie allzu leicht, daß sie nicht einmal die Hälfte der Wähler in Schleswig-Holstein hinter sich haben.“

Jürgen v. Manger im „Schwiegermuttermörder“:

**„An so was wird man ja
nicht gerne erinnert!“**

„Ich habe immer gesagt, ich will mich messen lassen an der signifikanten Reduzierung der Arbeitslosigkeit, und ich füge hinzu, wenn wir das in der nächsten Legislaturperiode nicht schaffen, die Arbeitslosigkeit zurückzuführen, das Ausbildungsplatzproblem zu lösen, dann haben wir es auch nicht verdient, wiedergewählt zu werden.“

Das Erfolgsversprechen zur Senkung der Arbeitslosigkeit (August 1998) von Gerhard Schröder hören Sie im Originalton unter Tel. 030/22070220.

Aktualisiert und erweitert:**Canon Digitalfotoschule**

In einer völlig überarbeiteten und erweiterten Neuauflage der Canon Digital Fotoschule vermittelt der Autor Guido Krebs das ganze Know-how rund um Canons Powershot- und Digital Ixus-Modelle. Am Beispiel der neuesten Canon-Produkte zeigt er die Vorteile eines aufeinander abgestimmten Hard- und Software-Systems.



Obwohl bei der digitalen Fotografie viele grundsätzliche Zusammenhänge mit der analogen vergleichbar sind, gibt es viele neue Funktionen, neuen kreativen Spielraum und die Möglichkeit, die Bilder selbst zu bearbeiten und zu drucken. Mit Digitalkameras lassen sich die faszinierendsten Fotothemen ohne Spezialzubehör nun von jedermann umsetzen. Schon bei der Aufnahme erschließt die Digitaltechnik auch dem Durchschnittsamateur neue Motivfelder mit hervorragenden Bildergebnissen, die bisher nur dem Fotoenthusiasten vorbehalten blieben. Schärfste Makro- und Nahaufnahmen, tolle Panoramabilder, beste Fotos auch bei wenig Licht, beeindruckende Nachtaufnahmen bei sofortiger Bildkontrolle sind digital ganz ohne oder mit nur geringen Hilfsmitteln möglich. Auch sind Ausdrucke in Fachabzugsqualität über bezahlbare Fotodrucker einfach zu Hause zu erstellen. Und die Bearbeitung der eigenen Bilder am Computer macht das Hobby Fotografie dann noch spannender.

Guido Krebs möchte in seinem Buch die Grundlagen vermitteln, die es dem Leser ermöglichen, aus seiner Digitalkamera das Optimalere herauszuholen. Denn nur das Verständnis fotografischer Zusammenhänge lässt dem kreativen Potential des Fotografierenden freien Lauf. Dabei bemüht sich der Autor, die Zusammenhänge

möglichst einfach und mit dem Blick auf Praxis und Nutzen zu vermitteln. Ein Stichwortverzeichnis hilft bei der Beantwortung spezieller Fragen.

Guido Krebs, Canon Digitalfotoschule, Erweiterte Neuauflage. Format 16,5 x 23,5 cm, 248 Seiten, durchgehend vierfarbig, Hardcoverumschlag, Point of Sale Verlag, Baierbrunn 2004, ISBN 3-925334-64-5, 25,- Euro.

Josef Scheibel & Robert Scheibel:**Fotos digital – printen, präsentieren, archivieren**

Wer mit Digitalfotos mehr machen möchte, als sie nur auf dem Monitor zu betrachten, der bekommt in diesem Buch viele Anregungen, wie man seine Bilddaten darüber hinaus verwenden kann. Als Möglichkeiten bieten sich an, sie als Papierbilder, Alben, Poster oder auf Geschenken zu präsentieren, per E-Mail zu verschicken oder ins Internet zu stellen. Als Diaschau auf dem TV-Gerät oder riesengroß auf einer Bildwand vorgeführt, kommen die Bilder erst richtig zur Geltung. Dabei liefert das Buch präzise Informationen, was zu beachten ist, damit alles optimal gelingt. Zu diesem Zweck werden wichtige Fragen wie nach der nötigen Auflösung für bestimmte Druckverfahren und Bildgrößen genau beantwortet. Aber auch zum Thema Archivieren hat das Autorenteam Josef und Robert Scheibel einiges zu sagen. So wird ausführlich beschrieben, wo man seine vielen Bilder speichert und wie man sie



wiederfindet. Da geht es um Speichermedien wie Festplatten, CDs und DVDs, um Datensicherheit und Archivierungs-Programme.

Josef Scheibel & Robert Scheibel: Fotos digital – printen, präsentieren, archivieren. 144 Seiten, vfv Verlag für Foto, Film und Video, Gilching 2004, ISBN 3-88955-151-3, 15,95 Euro.

Manfred L. Franz:**Freddy Blitz – Fotograf der Leidenschaft**

Neben den vielen Foto-Fachbüchern, die wir auf dieser Seite regelmäßig vorstellen, möchten wir unseren Lesern heute einmal einen Roman empfehlen, der einen interessanten Einblick in das Leben eines heutigen Fotografen gibt. Und damit die Handlung nicht zu trocken erscheint, hat der Autor etwas prickelnde Erotik und auch ein bißchen Gesellschaftskritik einfließen lassen, das alles verbunden mit feinem Witz.



Zum Inhalt: Freddy Blitz hat vor einigen Jahren den Sprung aus dem wohlbehüteten öffentlichen Dienst in die Selbstständigkeit gewagt. Für Abwechslung in seinem Fotostudio „Blitzlicht“ sorgen diverse Kundinnen, die sich gerne in Dessous ablichten lassen. Aber auch andere berufliche Begegnungen mit dem weiblichen Geschlecht bergen so manche Verlockung. Aber über alledem steht sein Herzenswunsch, nach Italien zu verschwinden, um sich dort mit Ariana zu vereinigen.

Alles in allem also ein kurzweiliger Lesestoff, der sich auch als Geschenk empfiehlt.

Manfred L. Franz: Freddy Blitz – Fotograf der Leidenschaft. 368 Seiten, Wittbach-Verlag (www.wittbach-verlag.de), Kreuzwertheim 2003, ISBN 3-937100-00-8, 24,- Euro.

Sehr geehrter Herr Blömer,

anbei ein paar Worte zu Ihrem Editorial „Wachstum ohne Wert“ in der Ausgabe 1-2/2005 des imaging+foto-contact.

Meiner Meinung nach fehlt in Ihrem Artikel ein wichtiger Aspekt, nämlich die Internet-Shops und deren Preise.

Aus der Praxis des „Verkaufs“ von Digitalkameras:

Immer wieder erleben wir, daß Kunden eine digitale Fotokamera anfragen, aber sofort, nachdem man ihnen einen Preis nennt, einen ungläubig fragen, ob man das ernst meint.

Beispiel: Dimage A200 von Konica Minolta.

Der Einkaufspreis bei unserer Einkaufskooperation Europafoto beträgt 579 Euro, der günstigste Großhändler ist DGH mit 550 Euro (jeweils zzgl. Mehrwertsteuer).

Nun geht man im Internet z. B. nur zu Kelkoo. Sofort sieht man im Preisvergleich der Internetshops, daß die Kamera dort ab 570 Euro inkl. Mehrwertsteuer, was einem Nettopreis von 491,38 zzgl. MwSt. entspricht, zu haben ist. Selbst wenn jetzt noch der Versand von circa acht Euro und die Nachnahme hinzukommen, zahlt der Kunde dort

weniger als der Händler beim Großhändler oder beim Hersteller!

Ein weiteres Beispiel ist die Sony Cyber-shot P150.

Der Internet-Preis („Media-Electronic“) liegt bei 379 Euro inkl. MwSt., das entspricht 326,72 Euro plus Mehrwertsteuer. Der Großhändlerpreis liegt jedoch bei 349 Euro zzgl. MwSt.

Also, unsere Mitbewerber im Einzelhandel, ja sogar die Mediamärkte, sind nicht so gefährlich wie diese Internet-Konkurrenz.

Und wenn man mal mit Sony oder anderen Herstellern spricht, kommen nur warme Worte oder Ablenkungen, wie z. B.: „Dann machen Sie doch dieses Jahr mal 100.000 Euro Umsatz, dann reden wir weiter.“

Aber wie soll man da mit den Herstellern Umsatz machen? Es würde bedeuten, ein Jahr lang draufzulegen, damit man eventuell im zweiten Jahr... Sinnlos, so was!

Unser Ladengeschäft haben wir schon wegen Sinnlosigkeit (ständiges Minus – jeden Monat haben wir Tausende draufgelegt) aufgegeben.

*Mit freundlichen Grüßen
Heinz-Günter Buchweitz*

Sehr geehrter Herr H.J. Blömer,

zu Ihrem mutigen Kommentar in der Ausgabe 3/2005 von imaging+foto-contact auf Seite 52 möchte ich Ihnen wirklich gratulieren.

Sie sprechen mir, als kleinem Unternehmer, aus tiefster Seele, nur hätte ich es nicht so gut formulieren können.

In einem hat mich Ihr Artikel besonders bestärkt, in meinem nächsten Leben werde ich Politiker. Denn dann kann ich endlich jedem jeden Schwachsinn erzählen und prognostizieren, ohne jemals dafür in die Pflicht oder Verantwortung genommen zu werden. Und sollte das wider Erwarten doch einmal passieren, dann mache ich mir auch keinerlei Gedanken, denn von den Pensionen, Ruhegeldern und was ich dann noch so alles an Versorgung bekomme, kann ich sicherlich sorgenfrei in Ruhe alt werden.

Alles nach dem Motto, was kümmert mich mein Geschwätz von gestern.

Nochmals vielen Dank für Ihre offenen Worte, die sich die Herren Politiker mal hinter die Ohren schreiben sollten.

*Mit freundlichem Gruß
Klaus-Dieter Walber
Geschäftsführer der
Image Power Walber GmbH*



PHOTO+MEDIENFORUM KIEL

34. Hauptlehrgang 2006

Handelsfachwirt/-in (IHK) Fachrichtung "Foto- und Medientechnik"
9. Januar bis 16. Juni 2006

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 09.01.-31.03.2006
2. Foto- und Medientechnik: Abschluss "IHK-Zertifikat Foto- und Medientechnik" vom 03.04.-16.06.2006

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

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



FOTO-, VIDEO-, HI-FI-
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
Kodak



KONICA MINOLTA



reflecta

BRAUN
PHOTO TECHNIK

Saeco
Kaffeemaschinen



SOLIGOR

HARMAN/BECKER
AUTOMOTIVE SYSTEMS

GAF Vertragswerkstatt



Service für: Film- + Fototechnik
Kameras
Objektive
Filmkameras
Dia-Projektoren
Schmalfilm-Projektoren
aller Systeme

Wolfgang Würz
Elsterweg 7
51149 Köln (Porz-Ensen)
Telefon/Fax (0 22 03) 12136

Gute und preiswerte Color-Chrom-

Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK

Einbildkarte nach Dia € 110,-
2-4 Bildkarte nach Dia € 165,-
-incl. Proof-Andruck-

Auflagendruck

1500er Aufl. € 60,- p.1000 St.
3000er Aufl. € 45,- p.1000 St.
5000er Aufl. € 40,- p.1000 St.
10000er Aufl. € 35,- p.1000 St.
+ MwSt. u. Versandkosten

Fordern Sie die Unterlagen an:

WOLFG. HANS KLOCKE VERLAG, Nieheimer Weg 13, 33100 Paderborn
Tel: 0 52 51 / 6 26 14 • Fax: 6 50 46 • E-Mail: Klocke-Verlag@web.de

Anzeigenschluß für Kleinanzeigen in der
Ausgabe 5/2005 ist der 08. April 2005.
Senden Sie uns einfach ein Fax an
0 21 02 / 20 27 90

...die bandlose Zeit ist eingeläutet!

Sie besitzen jetzt auch einen DVD-Player? – Super!
Und was können Sie damit? – schlecht!
Nur gekaufte Filme abspielen –
Gönnen Sie sich Ihr persönliches DVD Erlebnis und
lassen Sie von uns Ihre Dias, Filme oder Videos auf
DVD brennen.

Seit 1978

Viernheimer Video Transfer

Schultheißen Str. 9, 68519 Viernheim
Tel.: 06204/71984

nass

GmbH & Co.KG

foto • digital • elektronik

Reparatur Service:

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

Vertragswerkstatt

Nikon Rollei
Technik

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

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

Paepke – Fototechnik

GmbH & Co. KG

Seit mehr als 50 Jahren
autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica



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

DER TISCH

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

Produktfotos in optimaler Qualität



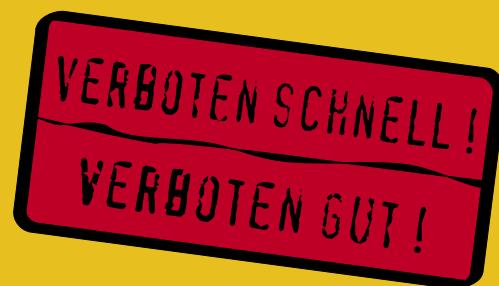
Acrylplatte
59 x 69 cm
3 Flächenleuchten
für Auf- und
Durchlicht

CF
Photo-Video
Technik

Unterlagen und Händlernachweis anfordern:
Amselstr. 23, 51149 Köln
Tel. 022 03/16262, Fax 13567,
e-mail: info@cf-photo-video.de
www.fotolicht.de

DGH

GROSSHANDEL



DGH ist offizieller Distributor für

SanDisk
STORE YOUR WORLD IN OURS™



Canon

Panasonic
ideas for life

SANYO

Verbatim

OLYMPUS
Your Vision, Our Future
OFFIZIELLER DISTRIBUTOR

NOKIA
CONNECTING PEOPLE

Kodak

ODYS

PONTIS

PrimeDisc

TOPCOM

BenQ

iriver

ARCHOS
Think smaller

TYPHOON
multimedia for living

mpio

SHARP

swissvoice

www.dgh.de

8.959 Abonnenten (IVW 4/2004)

lesen Monat für Monat imaging+foto-contact, die größte Fachzeitschrift der Fotobranche, mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige.

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 10.000 Exemplaren bundesweit (IVW 4/2004). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 10.000 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 645,- €, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 323,- €. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 32 v. 01.01.2005) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

**Kleinanzeige 1-spaltig
(40,5 mm breit) zum mm-Preis
von 1,21 € x 27 mm Höhe =
32,67 € zzgl. gesetzl. MwSt.**

Wir verkaufen
1 B 17-Profilfilm, Hängerma-
schine, 2 Jahre alt -, Preis VB;
1 Schnellfix 007 + Sleeve,
autom. Diarahmungs- und Ein-
taschgerät, fast neu - Preis VB.
Fotolabor Muster
Telefon 000/0000000

Wir sind ein gut eingeführtes und erfolgreiches Paß- und Portrait-
studio mit Fotofachgeschäft in der City von Essen.
Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir zum nächstmög-
lichen Termin eine/n

Fotografen/-in

Wenn Sie erfolgsorientiertes Arbeiten gewohnt sind und neben dem
kreativen Aspekt auch kaufmännische Belange in Ihre Arbeit einbeziehen
können, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Arbeitsproben an

Foto Studio • Mustermannstr. 86 • 47000 Duisburg

**Kleinanzeige 2-spaltig (87 mm breit) zum mm-Preis von
2,42 € x 36 mm Höhe = 87,12 € DM zzgl. gesetzl. MwSt.**

**1/9 Seite
Kleinanzeige
(56 x 85 mm)**

zum

mm-Preis von

1,61 € x 85 mm hoch =

136,85 €

zzgl. gesetzl. MwSt.

**imaging+foto
contact**
GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBranche

Auftrag

Klein- und Personalanzeigen

☐ Bitte veröffentlichen Sie den nebenstehenden Anzeigentext im
imaging+foto-contact

- ☐ einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
☐ in den Ausgaben

Größe: Breite 180,0 mm, Höhe (4,83 € / mm)
 Breite 129,5 mm, Höhe (3,62 € / mm)
 Breite 87,0 mm, Höhe (2,42 € / mm)
 Breite 56,0 mm, Höhe (1,61 € / mm)
 Breite 40,5 mm, Höhe (1,21 € / mm)

☐ unter Chiffre (Gebühr: 5,20 €) Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt

☐ Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Anzeigenabteilung imaging+foto-contact
Postfach 12 29

40832 Ratingen

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

i+tc 4/2005

Einzugsermächtigung: Ich/wir ermächtige/n Sie, den Rechnungs-
betrag von meinem/unserem Konto-Nr.:
Bankverbindung:
BLZ:, abzubuchen.

Für Bestellungen aus der Europäischen Union: Geben Sie hier bitte unbedingt
Ihre Umsatzsteuer-Identifikations-Nr. an:

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift

Kleinanzeigen • Angebote

Fuji NC 600 - die Digital-Bilder-Maschine für Ihr Ladengeschäft. Werksüberholter Gebraucht-Drucker inkl. nagelneuem Bedien-/Leseteil anstatt **5.590,- €** jetzt nur **499,- €** + MwSt. **Informationen: NORDFOTO Versand** Tel. 040-529 86 50, Fax 529 32 17 post@nordfoto.de • www.nordfoto.de

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

Geschäftsübernahme

Gut eingeführtes Fotofachgeschäft mit schönem Paßstudio und fester Stammkundschaft in südd. Stadt zum symbolischen Preis von **1,- €** abzugeben. Chiffre 1249534

Foto-Aktienkurse

		15.03.05	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa-Gevaert	EUR	26,31	26,99	16,60	27,25
Bayer	EUR	26,11	26,20	19,53	26,82
Canon	YEN	5.560	5.550	4.910	5.820
Casio	YEN	1.367	1.384	1.014	1.663
CeWe Color	EUR	27,20	24,62	12,16	24,99
Dow Chemical	USD	53,61	52,30	36,86	56,42
Du Pont	USD	53,94	51,21	40,21	54,55
Eastman Kodak	USD	34,30	34,66	24,80	34,76
Fujifilm	YEN	3.840	3.910	3.050	3.990
Hewlett-Packard	USD	20,20	20,77	16,90	26,64
Hitachi	YEN	676	668	627	850
ICI	GBP	274,75	277,25	192,17	283
Imation	USD	35,42	33,61	29,81	43,62
Jenoptik	EUR	9,66	9,12	5,93	11,41
Konica/Minolta	YEN	1.208	1.245	1.170	1.644
Kyocera	YEN	7.760	7.610	7.080	9.630
Leica	EUR	3	3,91	2,71	5,94
Lintec Computer	YEN	1.446	1.519	1.350	1.830
Olympus	YEN	2.405	2.375	1.905	2.435
Samsung	KRW	502.000	519.000	399.000	638.000
Sharp	YEN	1.613	1.661	1.437	2.100
Sony	YEN	4.210	3.980	3.550	4.710
Spector	EUR	6,70	7,22	6,60	10,50
Toshiba	YEN	460	440	379	576
Varta	EUR	10	9	8	10

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Atelierhalle / Fotostudio in Hannover zu verkaufen Ausgezeichnete Lage, Studio 239 m², Büro 312 m², Kellerräume, Stellplätze. Weitere Informationen und Unterlagen sind auf Anfrage erhältlich. **Lessmann Immobilien - RDM / IVD - Tel. 05 11 / 71 70 71**

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

FUJI Pictrostat Digital 400
Gebrauchtgeräte 88% unter Listenpreis!! (33.180,- Euro)
Scannen (Film + Papier), kopieren, drucken bis DIN A3, „Digitales Minilab“ für super-scharfe Bilder in High-End-Qualität von 10 x 15 cm bis DIN A3 **nur 3.980,- Euro + MwSt.**
NORDFOTO Versand
Werkstr. 8, 22844 Norderstedt
Tel.: 040-5298650, Fax 040-5293217
www.pictro.de

Suche
16mm Schneidetisch (gebr.).
Telefon 0 74 36/82 12

Anzeigenschluß für Kleinanzeigen in der Ausgabe 5/2005 ist der 08. April 2005. Senden Sie einfach ein Fax an 0 21 02 / 20 27 90

Verkäufe

Meteor Color-Durchlaufentwicklungsmaschine EUR 800,- €, Meteor Rotations-Entwicklungsmaschine (Gebrauchsspuren) 200,- €, Durst Laborator 13 x 18 mit Colorkopf (Gebrauchsspuren) 900,- €, Mamiya RB 67 800,- €. **Telefon 0 21 50 / 58 56**

DEWI SARASWATI Hamburg e. V. kümmert sich um Tsunami-Waisen, um die langfristigen Folgen der Tsunami-Katastrophe in Tamil Nadu zu lindern und verwaisten Kindern ein Zuhause zu geben. Der Verein unterhält in Tamil Nadu (25 km von der Küste entfernt) ein Kinderdorf. Darin leben 145 Kinder in Wohneinheiten für 10 Kinder. Außerdem betreibt er eine Vorschule und eine Schule (10 Klassen) und sorgt für die Ausbildung von bisher chancenlosen Ureinwohner-Kindern. Jetzt will DEWI SARASWATI zusätzliche Kinderwohnungen schaffen, um 40 Waisenkindern ein Heim zu geben. Spendenkonto Haspa 1 280 144 997, BLZ 200 505 50, Stichwort: Tsunami-Waisen. Die direkten Unterhaltskosten für ein Waisenkind belaufen sich pro Jahr auf 204,52 €. Halbe Patenschaften und Projektpatenschaften oder einzelne Spenden helfen natürlich auch. Spendenquittung möglich unter:

DEWI SARASWATI e. V., Stadtbahnstr. 86, 22393 Hamburg, Tel.: 040/60139881, www.dewi-saraswati.org

Inserenten-Verzeichnis

Agfa	14, 15	Hansephot	7
Brückner	41	Herweck	13
C.A.T.-Verlag	43	Jobo	23
Canon	58, 3. U, 4. U.	Loersch	49
Casio	2. U.	Messe Berlin	25
Cewe	19	Photo + Medienforum Kiel	22
Digitalfoto & Logistik	31, 33, 37	Walther	35
GP Battery	11	Kleinanzeigen	54-57

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

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

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

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

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

Neuheitenredaktion:

Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff,
Ulrich Vielmuth

Anzeigen:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 32 v. 1. Januar 2005

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach, Albert Willmann

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

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



FOTO-, VIDEO-, HI-FI-
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
Kodak



KONICA MINOLTA



reflecta



Saeco
Kaffeautomaten



SOLIGOR

HARMAN/BECKER
AUTOMOTIVE SYSTEMS

GAF Vertragswerkstatt



Service für: Film- + Fototechnik
Kameras
Objektive
Filmkameras
Dia-Projektoren
Schmalfilm-Projektoren
aller Systeme

Wolfgang Würz
Elsterweg 7
51149 Köln (Porz-Ensen)
Telefon/Fax (0 22 03) 12136

Gute und preiswerte Color-Chrom-

Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK

Einbildkarte nach Dia € 110,-
2-4 Bildkarte nach Dia € 165,-
-incl. Proof-Andruck-

Auflagendruck

1500er Aufl. € 60,- p.1000 St.
3000er Aufl. € 45,- p.1000 St.
5000er Aufl. € 40,- p.1000 St.
10000er Aufl. € 35,- p.1000 St.
+ MwSt. u. Versandkosten

Fordern Sie die Unterlagen an:

WOLFG. HANS KLOCKE VERLAG, Nieheimer Weg 13, 33100 Paderborn
Tel: 0 52 51 / 6 26 14 • Fax: 6 50 46 • E-Mail: Klocke-Verlag@web.de

Anzeigenschluß für Kleinanzeigen in der
Ausgabe 5/2005 ist der 08. April 2005.
Senden Sie uns einfach ein Fax an
0 21 02 / 20 27 90

...die bandlose Zeit ist eingeläutet!

Sie besitzen jetzt auch einen DVD-Player? – Super!
Und was können Sie damit? – schlecht!
Nur gekaufte Filme abspielen –
Gönnen Sie sich Ihr persönliches DVD Erlebnis und
lassen Sie von uns Ihre Dias, Filme oder Videos auf
DVD brennen.

Seit 1978

Viernheimer Video Transfer

Schultheißen Str. 9, 68519 Viernheim
Tel.: 06204/71984

nass

GmbH & Co.KG

foto • digital • elektronik

Reparatur Service:

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

Vertragswerkstatt

Nikon Rollei
Technik

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

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

Paepke – Fototechnik

GmbH & Co. KG

Seit mehr als 50 Jahren
autorisierte Kundendienstwerkstatt



Kameras • Objektive
Dia-Projektoren
Blitzgeräte

Das Leica-Team
für Sucherkameras
und Projektoren

Rollei-Profi
Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen



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

DER TISCH

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

Produktfotos in optimaler Qualität



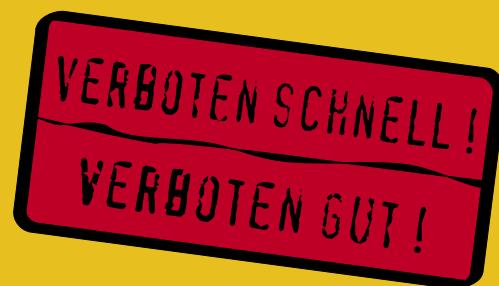
Acrylplatte
59 x 69 cm
3 Flächenleuchten
für Auf- und
Durchlicht



Unterlagen und Händlernachweis anfordern:
Amselstr. 23, 51149 Köln
Tel. 022 03/16262, Fax 13567,
e-mail: info@cf-photo-video.de
www.fotolicht.de

DGH

GROSSHANDEL



DGH ist offizieller Distributor für

SanDisk
STORE YOUR WORLD IN OURS™



Canon

Panasonic
ideas for life

SANYO

Verbatim

OLYMPUS
Your Vision, Our Future
OFFIZIELLER DISTRIBUTOR

NOKIA
CONNECTING PEOPLE

Kodak

ODYS

PONTIS

PrimeDisc

TOPCOM

BenQ

iriver

ARCHOS
Think smaller

TYPHOON
multimedia for living

mpio

SHARP

swissvoice

www.dgh.de

**lesen Monat für Monat imaging+foto-contact,
die größte Fachzeitschrift der Fotobranche,
mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige.**

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 10.000 Exemplaren bundesweit (IVW 4/2004). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 10.000 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 645,- €, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 323,- €. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 32 v. 01.01.2005) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im **imaging+foto-contact**:

**Kleinanzeige 1-spaltig
(40,5 mm breit) zum mm-Preis
von 1,21 € x 27 mm Höhe =
32,67 € zzgl. gesetzl. MwSt.**

Wir verkaufen
1 B 17-Profilfilm, Hangerma-
schine, 2 Jahre alt -, Preis VB;
1 Schnelfix 007 + Sleever,
autom. Diarahmungs- und Ein-
taschgerat, fast neu - Preis VB.
Fotolabor Muster
Telefon 000/0000000

Wir sind ein gut eingeführtes und erfolgreiches Paß- und Portraitstudio mit Fotofachgeschäft in der City von Essen.
Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir zum nächstmöglichen Termin eine/n

Fotografen/-in

Wenn Sie erfolgsorientiertes Arbeiten gewohnt sind und neben dem kreativen Aspekt auch kaufmännische Belange in Ihre Arbeit einbeziehen können, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Arbeitsproben an

Foto Studio • Mustermannstr. 86 • 47000 Duisburg

1/9 Seite
Kleinanzeige
(56 x 85 mm)

zum

mm-Preis von

1,61 € x 85 mm hoch =

136,85 €

zzgl. gesetzl. MwSt.

**Kleinanzeige 2-spaltig (87 mm breit) zum mm-Preis von
2,42 € x 36 mm Höhe = 87,12 € DM zzgl.gesetzl. MwSt.**



Auftrag

Klein- und Personalanzeigen

☐ Bitte veröffentlichen Sie den nebenstehenden Anzeigentext im
imaging+foto-contact

- ☐ einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
- ☐ in den Ausgaben

Größe:	Breite 180,0 mm, Höhe	(4,83 € / mm)
	Breite 129,5 mm, Höhe	(3,62 € / mm)
	Breite 87,0 mm, Höhe	(2,42 € / mm)
	Breite 56,0 mm, Höhe	(1,61 € / mm)
	Breite 40,5 mm, Höhe	(1,21 € / mm)

☐ unter Chiffre (Gebühr: 5,20 €) Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt

☐ Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Anzeigenabteilung imaging+foto-contact
Postfach 12 29

40832 Ratingen

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

[illegible]

Einzugsermächtigung: Ich/wir ermächtige/n Sie, den Rechnungsbetrag von meinem/unserem Konto-Nr.:
Bankverbindung:
BLZ: abzubuchen.

Für Bestellungen aus der Europäischen Union: Geben Sie hier bitte unbedingt Ihre Umsatzsteuer-Identifikations-Nr. an:

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift

Kleinanzeigen • Angebote

Fuji NC 600 - die Digital-Bilder-Maschine für Ihr Ladengeschäft. Werksüberholter Gebraucht-Drucker inkl. nagelneuem Bedien-/Leseteil anstatt **5.590,- €** jetzt nur **499,- €** + MwSt. **Informationen: NORDFOTO Versand** Tel. 040-529 86 50, Fax 529 32 17 post@nordfoto.de • www.nordfoto.de

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

Geschäftsübernahme

Gut eingeführtes Fotofachgeschäft mit schönem Paßstudio und fester Stammkundschaft in südd. Stadt zum symbolischen Preis von

1,- €

abzugeben. Chiffre 1249534

Foto-Aktienkurse

		15.03.05	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa-Gevaert	EUR	26,31	26,99	16,60	27,25
Bayer	EUR	26,11	26,20	19,53	26,82
Canon	YEN	5.560	5.550	4.910	5.820
Casio	YEN	1.367	1.384	1.014	1.663
CeWe Color	EUR	27,20	24,62	12,16	24,99
Dow Chemical	USD	53,61	52,30	36,86	56,42
Du Pont	USD	53,94	51,21	40,21	54,55
Eastman Kodak	USD	34,30	34,66	24,80	34,76
Fujifilm	YEN	3.840	3.910	3.050	3.990
Hewlett-Packard	USD	20,20	20,77	16,90	26,64
Hitachi	YEN	676	668	627	850
ICI	GBP	274,75	277,25	192,17	283
Imation	USD	35,42	33,61	29,81	43,62
Jenoptik	EUR	9,66	9,12	5,93	11,41
Konica/Minolta	YEN	1.208	1.245	1.170	1.644
Kyocera	YEN	7.760	7.610	7.080	9.630
Leica	EUR	3	3,91	2,71	5,94
Lintec Computer	YEN	1.446	1.519	1.350	1.830
Olympus	YEN	2.405	2.375	1.905	2.435
Samsung	KRW	502.000	519.000	399.000	638.000
Sharp	YEN	1.613	1.661	1.437	2.100
Sony	YEN	4.210	3.980	3.550	4.710
Spector	EUR	6,70	7,22	6,60	10,50
Toshiba	YEN	460	440	379	576
Varta	EUR	10	9	8	10

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Atelierhalle / Fotostudio in Hannover zu verkaufen Ausgezeichnete Lage, Studio 239 m², Büro 312 m², Kellerräume, Stellplätze. Weitere Informationen und Unterlagen sind auf Anfrage erhältlich. **Lessmann Immobilien - RDM / IVD - Tel. 05 11 / 71 70 71**

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

FUJI Pictrostat Digital 400
Gebrauchtgeräte 88% unter
Listenpreis!! (33.180,- Euro)
Scannen (Film + Papier), kopieren, drucken bis DIN A3, „Digitales Minilab“ für super-scharfe Bilder in High-End-Qualität von 10 x 15 cm bis DIN A3 **nur 3.980,- Euro + MwSt.**
NORDFOTO Versand
Werkstr. 8, 22844 Norderstedt
Tel.: 040-5298650, Fax 040-5293217
www.pictro.de

Suche

16mm Schneidetisch (gebr.).
Telefon 0 74 36/82 12

Anzeigenschluß für Kleinanzeigen in der Ausgabe 5/2005 ist der 08. April 2005. Senden Sie einfach ein Fax an 0 21 02 / 20 27 90

Verkäufe

Meteor Color-Durchlaufentwicklungsmaschine EUR 800,- €, Meteor Rotations-Entwicklungsmaschine (Gebrauchsspuren) 200,- €, Durst Laborator 13 x 18 mit Colorkopf (Gebrauchsspuren) 900,- €, Mamiya RB 67 800,- €.

Telefon 0 21 50 / 58 56

DEWI SARASWATI Hamburg e. V. kümmert sich um Tsunami-Waisen, um die langfristigen Folgen der Tsunami-Katastrophe in Tamil Nadu zu lindern und verwaisten Kindern ein Zuhause zu geben. Der Verein unterhält in Tamil Nadu (25 km von der Küste entfernt) ein Kinderdorf. Darin leben 145 Kinder in Wohneinheiten für 10 Kinder. Außerdem betreibt er eine Vorschule und eine Schule (10 Klassen) und sorgt für die Ausbildung von bisher chancenlosen Ureinwohner-Kindern. Jetzt will DEWI SARASWATI zusätzliche Kinderwohnungen schaffen, um 40 Waisenkindern ein Heim zu geben. Spendenkonto Haspa 1 280 144 997, BLZ 200 505 50, Stichwort: Tsunami-Waisen. Die direkten Unterhaltskosten für ein Waisenkind belaufen sich pro Jahr auf 204,52 €. Halbe Patenschaften und Projektpatenschaften oder einzelne Spenden helfen natürlich auch. Spendenquittung möglich unter:

DEWI SARASWATI e. V., Stadtbahnstr. 86, 22393 Hamburg,
Tel.: 040/60139881, www.dewi-saraswati.org

Inserenten-Verzeichnis

Agfa	14, 15	Hansephot	7
Brückner	41	Herweck	13
C.A.T.-Verlag	43	Jobo	23
Canon	58, 3. U, 4. U.	Loersch	49
Casio	2. U.	Messe Berlin	25
Cewe	19	Photo + Medienforum Kiel	52
Digitalfoto & Logistik	31, 33, 37	Walther	35
GP Battery	11	Kleinanzeigen	54-57

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

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

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

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

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

Neuheitenredaktion:

Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff,
Ulrich Vielmuth

Anzeigen:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 32 v. 1. Januar 2005

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach, Albert Willmann

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

you can
Canon

digital_multifunctionals

Mit dem PIXMA MP760 erweitert Canon seine Range der Tintenstrahl-Multifunktionssysteme um einen „Fotospezialisten“. Die integrierte Durchlichteinheit für bis zu sechs Kleinbild-Vorlagen und das große 2,5-Zoll Farbdisplay ermöglichen Fotodirekt-
druck von Negativen oder Dias ganz ohne Umweg über den PC. Kartenslots für die unterschiedlichsten Kartentypen, eine PictBridge-Schnittstelle für direkte Kabelverbindung zu kompatiblen Digitalkameras und -Camcordern sowie eine USB 2.0 Hi-Speed Schnittstelle sind ebenfalls vorhanden.

Als **Drucker** wartet der MP760 mit bis zu 4.800 x 1.200 dpi, bis zu 25 Seiten pro Minute in Schwarzweiß und mit bis zu 17 Seiten pro Minute im Farbdruck auf. Für einen randlosen Fotoprint im Format 10 x 15 cm benötigt er nur ca. 36 Sekunden. Canon FINE Technologie, Mikrodüsen mit bis zu 2 Picoliter feinen Tintentröpfchen und 5-Tintensystem inklusive Contrast-PLUS sorgen für ein hervorragendes Druckbild mit hoher Schärfe, Kontrast, Farbgenauigkeit und Farbschattierung. Beidseitiges Drucken und Kopieren kann über die integrierte Duplexeinheit erfolgen.

Auch als **Scanner** macht der PIXMA MP760 sprichwörtlich eine gute Figur. Das Gerät ist das erste Canon Multifunktionssystem mit kompakter Durchlichteinheit. Zwei Vor-

lagenhalterungen sind dabei in der Deckelhalterung platzsparend integriert. Damit lassen sich bis zu sechs KB-Negative oder vier gerahmte Dias mit maximal 2.400** und 48 Bit Farbtiefe scannen. Effizientes Arbeiten wird durch die Scan-to-PDF- und Fast-Multi-Scan-Funktionen sowie intelligente Treibersoftware zur Staub- und Kratzerentfernung unterstützt.

Als **Digitalkopierer** überzeugt der MP760 durch seine Geschwindigkeit. Ganz neu ist die Funktion Kopieren mit Farbrekonstruktion, die beim Kopieren älterer Dokumente bzw. Fotos verblaßte Farben automatisch auffrischt.

Die mitgelieferte Software MP Navigator erleichtert den Zugriff auf diverse Funktionen des MP760 vom PC aus.



Preis:

PIXMA MP760 399,00* EUR

Features PIXMA MP760:

- ▶ Multifunktionssystem – Fotodrucker, Farbscanner, Farbkopierer
- ▶ **Neu:** Integrierte Durchlichteinheit für bis zu 6 Negative / Positive oder 4 gerahmte Dias
- ▶ **Neu:** 2,5 Zoll (6,3 cm) Farbdisplay
- ▶ **Neu:** Automatische Bildoptimierung bei Fotos und Filmvorlagen
- ▶ **Neu:** Kartenslot
- ▶ PictBridge-kompatibel
- ▶ Bis zu 4.800 x 1.200 dpi Druckauflösung
- ▶ FINE Druckkopftechnologie, Mikrodüsen mit bis zu 2 Picoliter feinen Tintentröpfchen
- ▶ Hohe Druckgeschwindigkeit: bis zu 25 S./Min. (s/w) und bis zu 17 S./Min. (Farbe)
- ▶ 5-Tintensystem mit ContrastPLUS
- ▶ Erweitertes Medienhandling

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: April 2005

** Der hier angegebene Wert entspricht der gemessenen maximalen Abtastauflösung der Hardware auf Grundlage des ISO Standards 14473.

you can
Canon

digital_kamera/drucker

„Handschmeichler“ mit 7,1 Megapixeln *Canon Digital IXUS 700*



► **Neu:** 7,1 Megapixel CCD-Sensor ► Ultra-kompaktes Metallgehäuse – Schick, stylish, IXUS New Generation ► DIG!C II Prozessor
► **Neu:** USB 2.0 High Speed ► 3fach-Zoomobjektiv – 37-111 mm äquivalent KB
► 2,0 Zoll TFT-Display ► **Neu:** My Color Modus und Special Scene Mode ► **Neu:** Menü in 21 Sprachen möglich ► Print& Share Button und PictBridge-Unterstützung ► **Neu:** Zubehör: neuer externer Blitz HF-DC1 und Unterwassergehäuse

Das neue Pixel-Flaggschiff der Digital IXUS Modellreihe präsentiert sich mit 7,1 Megapixel Sensor und einem neuen, für eine IXUS ungewöhnlichen Look. Die Nachfolgerin der Digital IXUS 500 ist nicht nur „oberflächlich“ anders. In der mit circa 170 g leichten Hülle steckt einiges mehr an Leistung: DIG!C II Bildprozessor (wie die aktuellen professionellen digitalen EOS-Modelle), 3fach-Zoom, großes Display, VGA Video Clips mit 30 Bildern pro Sekunde, deren Länge allein vom Fassungsvermögen der Speicherkarte** begrenzt wird, High-Speed USB 2.0 Schnittstelle, „My Color“ Editiermöglichkeiten schon in der Kamera und eine Print/Share Taste zum einfachen Direktdruck über PictBridge und komfortable Datei-Uploads auf den Computer.

Preis:

Digital IXUS 700 499,00* EUR

Schnelle Fotos auch unterwegs: *Canon Selphy CP600*



Das neue Topmodell der Fotodrucker-Familie SELPHY, der SELPHY CP600, ist besonders kompakt und eignet sich dank des im Lieferumfang erhältlichen Akkus oder Netzbetriebes sowohl für den mobilen als auch für den stationären Einsatz. Erstmals kommt bei einem SELPHY Thermosublimationsdrucker der von den Canon Kameras bekannte und bewährte DIG!C II Prozessor zur Anwendung. In Verbindung mit einem neuen, leistungsstärkeren Druckwerk wird eine höhere Druckgeschwindigkeit sowie eine hervorragende Druckqualität erzielt. Der SELPHY CP600 druckt ein Foto in nur circa 69 Sekunden von jeder Digitalkamera oder digitalen Videokamera, die mit dem PictBridge-Standard kompatibel ist.

Preis:

Selphy CP600 249,00* EUR

► **Neu:** DIG!C II Prozessor ► **Neu:** höhere Druckgeschwindigkeit – Postkarten-Größe: ca. 63 Sekunden¹ / ca. 69 Sekunden² ► **Neu:** neues Design ► Akku für mobiles Drucken – **Neu:** Akku NB-CP2L für mehr Leistung – NB-CP2L nicht kompatibel zu NB-CP1L
► IrDA Schnittstelle – für Ausdrücke von Mobiltelefonen mit Kamerafunktion
► PictBridge-kompatibel

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: April 2005

** Mit High-Speed SD Karten, abhängig von der Art der Aufnahme und der Speicherkartenkapazität. Nimmt Videosequenzen bis zu 1 GB auf.

¹ Die Druckgeschwindigkeit basiert auf dem Anschluß einer Canon Digitalkamera via PictBridge. ² Die Druckgeschwindigkeit basiert auf dem Anschluß einer Canon Digitalkamera via DirectPrint.

Komfortabel einsteigen in die digitale Spiegelreflexfotografie: *Canon EOS 350D*



Die EOS 350D ist konzipiert für Spiegelreflexeinsteiger, die einerseits den Komfort der Kompaktkameras schätzen, andererseits die Flexibilität und Kreativität einer echten Systemkamera wollen. Diesem Mix wird die EOS 350D gerecht: Sie bietet beispielsweise leicht verständliche Klartext-Menüs, intuitive Bedienung und Grundeinstellungen der Bildparameter, die für den alltäglichen Gebrauch optimal geeignet sind. Mit einer Vielzahl von Einstellmöglichkeiten paßt sie sich aber auch gehobenen Ansprüchen an.

Die EOS 350D, Nachfolgerin der EOS 300D, wartet mit einem neu entwickelten ca. 8,0 Megapixel CMOS-Sensor im APS-C Format (Verlängerungsfaktor 1,6) auf und überzeugt mit zahlreichen technischen Verbesserungen und noch kompakterer Bauweise. Zusammen mit dem DIGIC II Bildprozessor bildet er das Herzstück der neuen EOS 350D. Sie sorgen beide für verbesserte Bildqualität und Geschwindigkeit. Neben der höheren Auflösung überzeugt der neue Sensor vor allem durch eine extrem rauscharme Bildwiedergabe. Der DIGIC II Bildprozessor kommt auch in

den professionellen Digital-Spiegelreflexmodellen von Canon zum Einsatz. Mit der Profi-Power erreicht die neue EOS eine Serienbildgeschwindigkeit von bis zu drei Bildern pro Sekunde sowie bis zu 14 Aufnahmen in Folge und eine Startzeit von nur etwa 0,2 Sekunden. Neu sind gegenüber der Vorgängerin auch die USB 2.0 Hi-Speed Schnittstelle für schnelle Bilddateitransfers zum PC. Gegenüber der EOS 300D ist die EOS 350D rund 25 Prozent kleiner und 10 Prozent leichter.

Das EF-S Bajonett bietet die Anschlußmöglichkeit für rund sechzig Canon EF-Objektive. Zusätzlich können mit der neuen EOS 350D die speziell für das APS-C Sensorformat entwickelten EF-S Objektive verwendet werden.

Features EOS 350D:

- ▶ **Neu:** ca. 8,0 Megapixel
- ▶ **Neu:** AF-Modus wählbar
- ▶ **Neu:** Belichtungsmeßmethode wählbar
- ▶ **Neu:** Blitzbelichtungskorrektur
- ▶ **Neu:** Startzeit nur 0,2 Sekunden
- ▶ **Neu:** ca. 14 JPEG-Bilder in Folge
- ▶ **Neu:** Schwarzweißmodus (wie EOS 20D)
- ▶ **Neu:** Weißabgleich beeinflussbar
- ▶ **Neu:** Custom-Funktionen
- ▶ **Neu:** kleiner und leichter
- ▶ **Neu:** Akku NB-2L (PowerShot S-Serie)

Preise:

EOS 350D (nur Gehäuse)	899,00* EUR
EOS 350D mit EF-S 18-55	999,00* EUR