

imaging + foto

4

2007

contact

Größte Fachzeitschrift der Fotobranche • www.worldofphoto.de

Erlebniswelt Exilim

**Casio
verstärkt
Unterstützung
für den
Fotohandel**



Die PMA in Las Vegas erwies sich auch im Jahr 2007 wieder einmal als Publikumsmagnet

Systeme und Geschäftsideen für Produktion und Verkauf wertschöpfender Bildprodukte bildeten einen der Ausstellungsschwerpunkte ...

S. 8

CeWe Color zeigt sich auf Bilanzpressekonferenz mit dem Jahr 2006 zufrieden

CeWe Color Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander: „Wir haben die Marktposition als europäischer Fotofinisher ausgebaut“ ...

S. 16

Nokia zieht positive Bilanz in Sachen Zusammenarbeit mit den Handelspartnern

Konzentration auf die verschiedenen Segmente des Handels hat sich im abgelaufenen Jahr ausgezahlt ...

S. 42



FÜR ALLE, DIE BEI RAW NICHT AN HALB- GARE STEAKS DENKEN.



Samsung GX10

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

Endlich können Sie das RAW-Format sofort aktivieren, ohne wertvolle Zeit mit Einstellen zu verlieren. Schalten Sie die RAW-Funktion blitzschnell über die Extrataste an der linken Gehäusesseite ein, und schon können Sie Ihre Aufnahmen als JPEG- oder als RAW-Datei speichern. Freuen Sie sich auf großartige Features wie Verwacklungsschutz OPS, Antistaubsystem mit Staubabsorber, Metallchassis mit Silikondichtungen und ISO 1600. Mit der Samsung GX-Serie ist eben alles vorstellbar. [imagine](http://www.samsungcamera.de)
www.samsungcamera.de



Wie David Marcus CeWe Color helfen will So teuer ist guter Rat

In der Auseinandersetzung zwischen CeWe Color und einigen amerikanischen Hedgefonds gibt es keine dramatischen Entwicklungen – solche sind auch bis zur Hauptversammlung am 26. April nicht zu erwarten. Inzwischen hat David Marcus, Chef des kürzlich wegen Verwechslungsgefahr von M2 Capital in MarCap umbenannten Hedgefonds, allerdings seine Ziele modifiziert.



Thomas Blömer, Verleger

So erklärte er in einem Interview mit dem Informationsdienst Dow Jones seine Bereitschaft, auf die Forderung nach einer Sonderdividende von fünf Euro pro Aktie zu verzichten, wenn die Hauptversammlung nur der Ablösung des Aufsichtsrates und des Vorstandes zustimmen würde. Dieser „Verzicht“ dürfte Marcus nicht schmerzlich sein: Denn ein Vorstand und ein Aufsichtsrat von seinen Gnaden könnte sich spätestens im kommenden Jahr dem Wunsch nach einer Sonderauschüttung nicht wirklich verschließen.

Auch von der Forderung nach einer außerordentlichen Aktionärsversammlung hat sich Marcus jetzt förmlich verabschiedet – auch dies war ein leichter Schritt, nachdem das Ansinnen wegen nicht formgerechter Anträge gescheitert war.

Präzisiert hat Marcus hingegen seine Vorwürfe gegen das Management – wohlgemerkt dasselbe, dem er in einem Schreiben an Otto Kohrte, den Treuhänder der Erbgemeinschaft Neumüller, noch im November 2006 exzellente Arbeit bescheinigt hatte. Inzwischen, so ist auf der eigens zu diesem Zweck eingerichteten Internetseite von MarCap zu lesen, bewertet der Hedgefond die Qualitäten der CeWe Spitze gänzlich anders. Dabei sind die guten Ratschläge für die CeWe Spitze ebenso originell wie die ausgewählten Vorbilder. Das seit Jahren in Turbulenzen befindliche – und wegen hoher Verluste nur mit Kapitalerhöhungen am Leben gehaltene – belgische Unternehmen Spector gehört dazu, auch wenn David Marcus auf seiner Internetseite erklärt, es sei in den USA zu Hause. Dort ist tatsächlich ein weiteres Vorbild ansässig, der Online-Fotofinisher Shutterfly nämlich, dessen Wachstumsraten im letzten Jahr Marcus zum Anlass nimmt, dem CeWe Management Versagen vorzuwerfen, weil in Oldenburg der Umsatz weiterhin sinke. Dazu sei bemerkt, dass der digitale Umsatz von CeWe Color im letzten Jahr durchaus in vergleichbarem Maße wie der von Shutterfly gewachsen ist. Allerdings sorgte der weiterhin rasant schrumpfende Film-Markt bei CeWe für Umsatzeinbußen – davon blieb Shutterfly natürlich verschont, denn ein Unternehmen, das gar kein analoges Geschäft hat, kann auch keines verlieren.

Sauer aufgestoßen ist Marcus offenbar die Ankündigung von CeWe Color, 10.000 weitere Order-Terminals im Einzelhandel aufzustellen. Das sei Geldverschwendung, da das Wachstum von digitalen Print-Aufträgen inzwischen im Internet stattfindet, konstatiert der MarCap-Chef, der im selben Atemzug seiner Befürchtung Ausdruck gibt, HP könne CeWe Color in Europa überholen. Offensichtlich hat er im Eifer des Gefechtes übersehen, dass HP gerade in diesen Tagen massiv daran arbeitet, möglichst viele Kiosks und Terminals in europäischen Einzelhandelsgeschäften aufzustellen. Und wenn Marcus Anfang März die PMA in Las Vegas besucht hätte, wäre ihm am Kodak-Stand sicher eine Botschaft aufgefallen, die man vom gelben Riesen seit Jahren nicht gehört hat: Der ganze Stand barst vor Konzepten und Ideen, wie man mit Fotoprodukten im Einzelhandel Geld verdienen kann. Und das in Zusammenarbeit mit Kodaks amerikanischen Qualex Großlaboren, die in den letzten drei Jahren nahezu ausschließlich durch Meldungen über Betriebsschließungen in der Öffentlichkeit wahrgenommen wurden.

Man darf wirklich gespannt sein, wie Marcus seine von keiner Sachkenntnis getriebenen Ansichten auf der CeWe Hauptversammlung präsentieren wird. Dabei ist Kritik an Aufsichtsrat und Management von CeWe Color natürlich grundsätzlich kein Sakrileg – nur ein bisschen mehr sachliche Substanz haben Hubert Rothärmel, Dr. Rolf Hollander und ihre Kollegen wirklich verdient.

Th. Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Casio verstärkt die Unterstützung für den Fotohandel 20

Editorial

So teuer ist guter Rat 3

Internationale Messen

PMA 2007 in Las Vegas:
Das Imaging-Casino 8

Jobo zeigt auf der PMA
eine Vielzahl von Produkten 19

Foto und Imaging auf der CeBIT 2007:
Ein kleiner Kreis 24

Wichtiges aus worldofphoto.de 6, 53

Bildergeschäft

Bilanzpressekonferenz von CeWe Color:
Ein gutes Jahr 2006 16

Der T-Com FotoFinder 26

Handel

BHS Binkert liefert High-Tech-Produkte 23

Samsung setzt bei der GX-10
Werbung auf Differenzierung 40

Nokia zieht positive Bilanz für die
Zusammenarbeit mit dem Handel 42

Frühjahrsmesse bei Ringfoto

„Für das Jahr 2007 rechnen wir für den deutschen Markt mit keiner nennenswerten Steigerung der Nachfrage nach Konsumgütern, und dieser Entwicklung werden sich weder der Fotohandel im allgemeinen noch die Ringfoto-Geschäfte im speziellen entziehen können.“ Ringfoto-Geschäftsführer Michael Gleich sah im Gespräch mit imaging+foto-contact anlässlich der Ringfoto-Frühjahrsmesse in Erlangen wenig Grund zum Optimismus. Trotz der eher negativen Einschätzung der Situation sah Gleich dennoch auch Chancen für den Fotohandel, die vor allem im digitalen SLR-Markt, beim Zubehör und bei den Verbrauchsmaterialien liegen. **Seite 44**

HANDEL

Casio verstärkt die Unterstützung für den Fotohandel

Mit einem ganzen Bündel von Maßnahmen will Casio den Fotohandel beim Verkauf der Exilim Kameras unterstützen. Grundlage dafür ist das attraktive Sortiment, das in diesem



Frühjahr um besonders interessante Modelle wie die Super-Zoom-Kamera EX-V7 erweitert wurde. Das aktuelle Exilim Sortiment besteht aus sechs Kameras, die sich alle durch das markentypische, kompakte Design und teilweise exklusive Funktionen auszeichnen. Für jedes einzelne Modell gibt es gute Verkaufsargumente: Die Exilim EX-Z65, die ausschließlich über den Fachhandel vertrieben wird, bietet bereits in der 6-Megapixel-Einsteigerklasse ein 2,6-Zoll-Display. Das Schwestermodell EX-Z75 hat ein Megapixel mehr und steht in verschiedenen Farben zur Verfügung. Beide Kameras sind durch den „EasyMode“ besonders einfach zu bedienen. **Seite 20**



PMA in Las Vegas als Publikumsmagnet

Las Vegas erwies sich einmal mehr als Publikumsmagnet: Deutlich voller als im Vorjahr konnte sich die PMA 2007, die vom 8. bis 11. März im amerikanischen Spieler-Paradies stattfand, auch mit gut besetzter und hervorragend organisierter Ausstellungsfläche sehen lassen. Neben den neuesten Digitalkameras lag der Schwerpunkt vor allem auf Systemen und Geschäftsideen für die Herstellung und den Verkauf von wertschöpfungsstarken Bildprodukten. Die meisten Kamera-Neuheiten waren schon vor der Messe bekanntgegeben worden; wirklich Neues gab es vor allem im Spiegelreflex-Bereich. Zur Flut der neuen Kompaktkameras gesellte sich in Las Vegas ein neuer Anbieter: General Imaging aus Kalifornien, ein Unternehmen, das von Hiroshi Komija, dem früheren Präsidenten der Olympus Imaging Corporation, gegründet wurde und eine komplette Digitalkamera-Palette unter der lizenzierten Marke General Electric (GE) vorstellte. Mit dieser Lizenz will Komija, der bis Mitte 2005 das Digitalkamera-Geschäft von Olympus aufgebaut und zur Weltgeltung gebracht hat, mehr als nur der Gemächlichkeit seines Ruhestandes etwas Abwechslung verleihen. **Seite 8**

ZUM TITELBILD

INTERNATIONALE MESSEN

CeWe Color ist mit dem Geschäftsjahr 2006 zufrieden

„CeWe Color hat 2006 das zweitbeste Ergebnis der vergangenen sechs Jahre erwirtschaftet. Wir haben die



Marktposition als europäischer Marktführer ausgebaut, neue digitale Produkte erfolgreich vermarktet, das Onlinegeschäft zu einem Wachstumsmotor entwickelt und hohe finanzielle Ergebnisse erzielt. Damit steht für mich fest: Für CeWe Color war das Geschäftsjahr 2006 ein gutes Jahr.“ Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG, zeigte sich Mitte März auf der Bilanzpressekonferenz des Oldenburger Großfinishers mit dem Unternehmensergebnis sichtlich zufrieden. Seite 16

der, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG, zeigte sich Mitte März auf der Bilanzpressekonferenz des Oldenburger Großfinishers mit dem Unternehmensergebnis sichtlich zufrieden. Seite 16

Nikon startet Coolpix-Offensive

Mit einem neuen Sortiment von Coolpix-Kameras und einem neuen Logo für die Kompaktkamera-Marke ist Nikon ins Jahr 2007 gestartet. Seit Mitte März soll eine 200 Millionen Kontakte starke Mediakampagne die Nachfrage beim Fotohandel ankurbeln. Dazu gibt es attraktives PoS-Material.



Zehn Jahre nach der Einführung der Kompaktkamera-Marke Coolpix will Nikon seine Marktposition in diesem Segment deutlich ausbauen. Diesem Zweck dient eine gezielte Kommunikationsoffensive. Unter dem Motto „COOLPIX – Alles, was eine Nikon ausmacht“ sollen die wesentlichen Qualitätsmerkmale der Marke deutlich werden: hochwertige Verarbeitung in Verbindung mit Design, großer Leistung, modernster Technologie und Benutzerfreundlichkeit. Seite 29

dem Motto „COOLPIX – Alles, was eine Nikon ausmacht“ sollen die wesentlichen Qualitätsmerkmale der Marke deutlich werden: hochwertige Verarbeitung in Verbindung mit Design, großer Leistung, modernster Technologie und Benutzerfreundlichkeit. Seite 29

Nokia zieht positive Bilanz für 2006

Sehr zufrieden hat sich Karsten Schilly, Geschäftsführer Customer & Market Operations, Nokia GmbH, mit der Zusammenarbeit zwischen dem Handel und Nokia im



Jahr 2006 gezeigt. In einem Mobilfunkmarkt, in dem neue Anbieter, neue Vertriebsformen und die Sättigung des Marktes das Verkaufen von ertragsstarken Produkten immer schwieriger machen, habe sich Nokia 2006 verstärkt auf den Handel ausgerichtet, meinte Schilly in einem Gespräch mit Fachjournalisten. In diesem Jahr sollen die Unterstützungsmaßnahmen für den Handel noch weiter ausgebaut werden. Seite 42

In diesem Jahr sollen die Unterstützungsmaßnahmen für den Handel noch weiter ausgebaut werden. Seite 42

Seite 42

BILDERGESCHÄFT

HANDEL

HANDEL

Frühjahrsmesse bei Ringfoto 44

Foto Quelle feiert das 50jährige Bestehen . . . 47

H. D. Lehmann: Bilder und Worte 50

Promotion

Casio verstärkt die Unterstützung für den Fotohandel 20

Nikon Coolpix-Offensive: Power für den Fotohandel 29

Schnell – schneller – Lexar 37

Neuheiten 22, 25, 49, 51, 55

Einsteiger D-SLR Nikon D40x 28

Neue Kameras und Objektive für das Olympus E-System 34

Ricoh stellt neue Caplio R6 vor 38

Schonende Sensorreinigung mit VisibleDust . . 46

Rubriken

Wirtschaftspolitische Kommentar

Gewerkschaftsakrobatik als hohe Kunst der Argumentation. 52

Video

Ulrich Vielmuth: Alles, was Recht ist (Teil 2) . . 48

Rechtstips 54

Klein- und Personalanzeigen 57

Impressum 58



Immer aktuell:

www.worldofphoto.de

Eastman Kodak gründet Chief Operating Office

Die Eastman Kodak Company hat die Gründung eines Chief Operating Office bekanntgegeben, das gemeinsam von Philip J. Faraci, President, Consumer Digital Imaging Group, und James T. Langley, President, Graphic Communications Group, geleitet wird. Faraci und Langley, beide Senior Vice Presidents des Unternehmens, werden darüber hinaus für das Alltagsgeschäft ihrer Bereiche verantwortlich bleiben. Kodak Chef Antonio Perez bleibt auch unter der neuen Struktur verantwortlich für die strategische Ausrichtung des Gesamtunternehmens, das operative Geschäft und die Unternehmensführung. Perez hält darüber hinaus das direkte Berichtswesen mit der Film Products Group (FPG) bei, die für die Amateur- und professionellen Filme des Unternehmens und den Bereich Entertainment Imaging zuständig ist. Diese Bereiche spielen eine wichtige Rolle sowohl im Kodak Portfolio als auch bei den Anstrengungen zur Umwandlung des Geschäftes. Aufgrund der unterschiedlichen Organisationsstruktur des Bereiches FPG und unter Berücksichtigung der Bedeutung, die Restrukturierung des traditionellen Geschäftes in diesem Jahr abzuschließen, wird die Organisation weiterhin direkt durch Mary Jane Hellyar, President FPG, an Perez berichten. Darüber hinaus gab Eastman Kodak bekannt, dass Carl Gustin, Chief Marketing Officer und Senior Vice President, Ende Juni in den Ruhestand gehen und Jeff Jacobsen, Chief Operating Officer, Graphic Communications Group, das Unternehmen Ende April verlassen wird.

Neues Internet-Portal zum Thema Biometrie-Passbilder

Bei der Entwicklung der FotoToGo Passport Software hat der Hersteller di support GmbH aus Eschborn viel Erfahrung mit der Erstellung von biometrischen Passbildern gesammelt. Dieses

Microsoft kündigt neuen Standard für Bilddaten an

Microsoft hat ein neues Datenformat für digitale Bilder angekündigt. Es heißt HD Photo und soll im Vergleich zum JPEG-Standard bessere Bildqualität bei halber Dateigröße bieten. Das Unternehmen will HD Photo bei den entsprechenden Standard-Organisationen registrieren. Nach Angaben von Microsoft bewahrt HD Photo im Vergleich zu JPEG besser den Inhalt der Original-Datei und ermöglicht effektivere Bildverbesserungsmaßnahmen. Dabei blieben Kontrastumfang und Farbraum des Kamerasensors erhalten, betonte das Unternehmen. Zudem bietet das neue Format die Möglichkeit, nur die Bildinformationen zu decodieren, die für die entsprechende Anwendung bzw. Auflösung auch benötigt werden. Bildbearbeitungen können bereits in den komprimierten Daten vorgenommen werden.

Eine Beta-Version von HD Photo plug-ins steht bereits für Adobe Photoshop Software zur Verfügung. Damit können Adobe Photoshop Anwender HD Photo Dateien erzeugen und lesen – auch Formate mit großem Kontrastumfang werden unterstützt. Die plug-ins unterstützen die Adobe Photoshop Versionen CS3 und CS2 und werden für Windows Vista und Windows XP sowie für Mac OS X verfügbar sein. Die Beta-Version des Windows plug-ins kann beim Microsoft Download Center heruntergeladen werden. Die endgültige Version soll in etwa zwei Monaten kostenlos zur Verfügung stehen.

Ebenfalls als Download verfügbar ist der HD Photo Device Porting Kit, mit dem Hersteller die Unterstützung des neuen Dateiformates in ihren Geräten und Plattformen sicherstellen können.

Wissen wird ab sofort auf dem neuen Informationsportal www.pass-control.de bereitgestellt. Auf den Seiten dieses neuen Internetdienstes können sich Händler in erster Linie über sämtliche aktuellen nationalen Vorgaben bei der Erstellung von biometrischen Passbildern informieren. Weiter finden hier Passbildfotografen aber auch Hilfe zur Erstellung des richtigen Bildmaterials für internationale Dokumente. Da weltweit die ICAO-Norm in verschiedensten Weisen interpretiert wird und sich in Deutschland aktuell unterschiedliche Prüfprozesse auf seiten der Ämter befinden, war ein umfangreiches Informationsportal schon seit langem notwendig. Es werden aber nicht nur lediglich Fakten und Berichte bereitgestellt, sondern auch ein interaktiver Austausch zwischen den Händler gefördert. So können – nach Registrierung – die Nutzer im Forum auch eigene Beiträge, Fragen und Tips einstellen. Ein von di support zur Verfügung gestellter Service ermöglicht, abgelehnte Passbilder hochzuladen, um

später eine Rückmeldung hinsichtlich der biometrischen Daten zu erhalten. Dieser Service erfolgt mit Hilfe der FotoToGo Passport Produkte.

Epson mit speziellem Angebot für den Fotohandel

Mit einem attraktiven Einstiegsangebot will Epson mehr Fotohändler für den Einstieg in die Drucker-Vermarktung gewinnen. Bis zum 30. April sind darum je drei Fotodrucker Epson Stylus Photo RX560 und Epson Stylus Photo R1800 zum Kennenlern-Preis von insgesamt 1.395 Euro plus Mehrwertsteuer erhältlich. Nach Ansicht von Epson Vertriebsdirektor Paul Schmidt ist die Vermarktung der Epson Drucker eine gute Chance für den Fotohandel, sich als „Digital Imaging Experte“ zu positionieren. Das sei, so Schmidt, ein profitables Geschäft: „Im Bereich Home Printing ergibt sich durch den Verkauf von Epson Original Verbrauchsmaterial ein attraktives Folgegeschäft mit hohen Margen.“ Epson unterstützt seine Vertriebspartner zudem mit Werbemitteln, PoS-Materialien und weiteren Aktionen.

OLYMPUS

Your Vision, Our Future



Olympus E-400. Die kompakteste D-SLR-Kamera.

Ob Sie die Sahara durchqueren oder den Mount Everest besteigen – die Olympus E-400 wird Ihr ständiger Begleiter für spektakuläre Fotos sein. Denn sie ist kompakter (nur 375g, 129,5 x 91 x 53 mm) als vergleichbare Kameras. Mit 10 Megapixel CCD-Sensor, Four Thirds Standard, 2.5"/6,4 cm großem Display und dem einzigartigen Staubschutz entgeht Ihnen nichts mehr. Also, auf ins nächste Abenteuer. www.olympus.de

Accept no limits.

PMA 2007 in Las Vegas



Das Imaging-Casino

Las Vegas erwies sich einmal mehr als Publikumsmagnet: Deutlich voller als im Vorjahr konnte sich die PMA 2007, die vom 8. bis 11. März im amerikanischen Spieler-Paradies stattfand, auch mit gut besetzter und hervorragend organi-

sierter Ausstellungsfläche sehen lassen. Neben den neuesten Digitalkameras lag der Schwerpunkt vor allem auf Systemen und Geschäftsideen für die Herstellung und den Verkauf von wertschöpfungsstarken Bildprodukten.

Die meisten Kamera-Neuheiten waren schon vor der Messe bekanntgegeben worden; wirklich Neues gab es vor allem im Spiegelreflex-Bereich. Zur Flut der neuen Kompaktkameras gesellte sich in Las Vegas ein neuer Anbieter: General Imaging aus Kalifornien, ein Unternehmen, das von Hiroshi Komija, dem früheren Präsidenten

der Olympus Imaging Corporation, gegründet wurde und eine komplette Digitalkamera-Palette unter der lizenzierten Marke General Electric (GE) vorstellte. Mit dieser Lizenz will Komija, der bis Mitte 2005 das Digitalkamera-Geschäft von Olympus aufgebaut und zur Weltgeltung gebracht hat, mehr als nur der Gemächlichkeit seines Ruhestandes

etwas Abwechslung verleihen. Der Ansatz ist ernst gemeint: Nach der Unternehmensgründung holte Komija mit Takeshi Kawano den Mann an Bord, der bei Sony als Designer für Produkte wie den Walkman oder den Vaio Computer verantwortlich war, bevor er bei Olympus die mju-Digitalkameras gestaltete. Die in Las Vegas vorgestellte GE-Produktpalette

umfasst acht Modelle in Preisklassen von voraussichtlich 149,- bis 399,- US-\$. Darunter befinden sich eine 12-Megapixel-Kamera mit 4fach-Zoomobjektiv und ein 8-Megapixel-Modell mit 12fach-Zoom und optischem Bildstabilisator, um nur zwei zu erwähnen. Zuerst sollen die Kameras in den USA auf den Markt kommen – wenn der Versuch gelingt, dürfte in Europa mit den ersten Modellen im Herbst dieses Jahres zu rechnen sein.

Wachstumsmotor Spiegelreflex

Dass die Wachstumskurven bei den digitalen Kompaktkameras abflachen, trifft nicht nur für Deutschland zu, sondern ist ein weltweiter Trend. Wachstum gibt es in den entwickelten Märkten nur noch in einzelnen Segmenten, zum Beispiel bei den besonders kompakten Modellen und denen mit hohem

zentrierte sich das Interesse vor allem auf die neue professionelle EOS-1D Mark III (siehe *imaging + foto-contact* 3/2007, S. 28–29). Nikon stellte mit der D40x ein weiteres Modell für das populäre Marktsegment vor, das sich von der im November 2006 eingeführten D40 unter anderem durch einen 10-Megapixel-Chip unterscheidet (siehe S. 28 dieser Ausgabe). Olympus brachte mit der E-410 und der E-510 zwei weitere Modelle für das E-System, die voraussichtlich im Juni dieses Jahres lieferbar sein werden (siehe S. 34 und 35 dieser Ausgabe). Dazu gibt es eine Erweiterung des Objektiv-Programms, das nunmehr auf 17 Modelle angewachsen ist. Während Mitstreiter für das Four-Thirds System, Panasonic, noch keine weitere Spiegelreflex-Kamera ankündigte, sieht Olympus die Zukunft dieses offenen Systems sehr positiv. In kurzer Zeit, erklärte

steigend. Dieser Entwicklung will Olympus auch im oberen Marktsegment Rechnung tragen: Zwar gab es noch keine Details für den Nachfolger der E-1, dafür aber die verbindliche Ankündigung, er werde noch in diesem Jahr auf den Markt kommen.



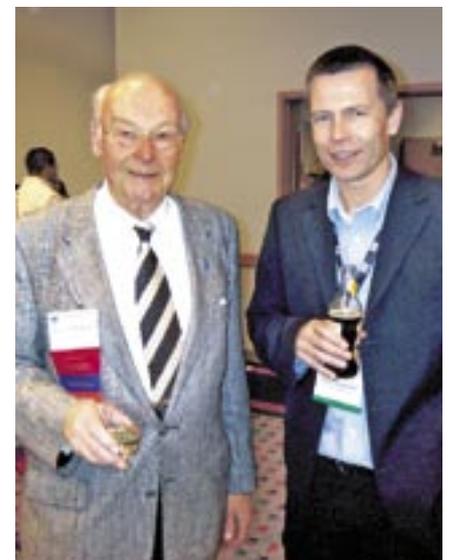
Eine der Digitalkameras, die General Imaging unter der Marke GE auf den Markt bringen will: Das 12-Megapixel-Modell E1240 mit 4fach-Zoomobjektiv. Es wird in den USA voraussichtlich zwischen 329,- und 359,- US-\$ kosten. Das entspricht ca. 250,- bis 275,- €.



Sony zeigte unter Glas zwei neue Alpha Spiegelreflex-Kameras für das obere bzw. professionelle Marktsegment. Eine der Kameras soll noch in diesem Jahr auf den Markt kommen.

Zoomfaktor. Der Spiegelreflex-Boom ist allerdings ungebrochen. Hier gab es in Las Vegas echte Neuheiten: Am Canon-Stand, dem größten auf der ganzen PMA, kon-

der für das europäische Marketing zuständige Manager Heino Hilbig, habe der Four-Thirds-Standard einen zweistelligen Anteil am Spiegelreflex-Markt erreicht – Tendenz



Auf zahlreichen Empfängen hat das internationale Publikum der PMA die Möglichkeit, sich zu treffen. Hier PMA Europa Direktor Dr. Klaus Petersen (links) mit Frank Grossmann (Colour Science AG, Schweiz).

Sigma präsentierte die SD 14 – ein gut ausgestattetes Modell mit dem 14 Megapixel Foveon X3 Chip, das

Gute deutsche Beteiligung



Auf einem repräsentativen Gemeinschaftsstand zeigten 22 deutsche Fotounternehmen auf der PMA ihre Produkte und Dienstleistungen.



der Messebeteiligungen anging, sondern auch über den Besuch und die entstandenen Kontakte, besonders zu Besuchern aus Nord- und Südamerika. Auch beim Vortragsprogramm, das bei der PMA stets besonders breiten Raum einnimmt, war Deutschland gut vertreten. Auch in diesem Jahr gab es wieder spezielle Vorträge für deutschsprachige Besucher: Winfried Gaber von der Nürnberger Printeria GmbH informierte über „Neue Chancen für den Fotofachhandel!“, Rudi Dech (Marx AG, Dielsdorf, Schweiz) stellte aktuelle Marktzahlen zum Geschäft mit Foto-Kiosks in Deutschland vor, und Mike-M. Lindberg (Fotokasten GmbH, Stuttgart) sprach über „Innovative Online-Photofinishing-Konzepte“. Auch in den englischsprachigen Vorträgen und Podiumsdiskussionen waren Vertreter der deutschen Foto- und Imagingbranche aktiv.

Gut gelaunt bei einer Podiumsdiskussion mit Kollegen aus den USA, Kanada und Neuseeland: Rainer Schorch, Gütersloh.



Trotz Überschneidung mit der Ringfoto Messe war die deutsche Beteiligung an der PMA überraschend gut – das gilt für Aussteller und Besucher. Auf einem Gemeinschaftsstand der deutschen Fotoindustrie zeigten 22 Unternehmen auf rund 400 Quadratmetern ihre Produkte. Der Auftritt wurde vom Wirtschaftsministerium, dem Chemieverband Imaging und Photo e.V. (Cipho) und dem Ausstellungs- und Messeausschuss der deutschen Wirtschaft e.V. (Auma) unterstützt und von dem deutschen Industrie-Verband Spectaris organisiert. Hier konnten die PMA-Besucher ein ansehnliches Angebot von Kameras, Blitzgeräten, Zubehör, Batterien und Akkus sowie Objektiven und Laborgeräten finden.

Die Aussteller von A bis Z:

Ansmann Energy, Berlebach Stativtechnik, Franke & Heidecke GmbH, Heliopan, Hostert Pro, Jobo, Kaiser Fototechnik, Leica, Linos Phototonics (Rodenstock Objektive), Lupus Imaging & Media, Minox, Müllersohn, Multiblitz, Novoflex, Omnia, Photo Star, plawa, Promaxx, Tetenal, Unomat und Zeiss. Auch die Koelnmesse war mit einem Stand für die photokina vertreten. Mit De Vere als Mitaussteller auf dem Müllersohn-Stand und LTG Labtech bei Hostert Pro waren auch ein englisches und ein amerikanisches Unternehmen dabei.

Die Aussteller äußerten sich gegenüber imaging+foto-contact außerordentlich positiv, nicht nur, was Organisation und Durchführung

vier JPEG-Versionen aufzeichnen kann und zudem einen RAW-Konverter bietet.

Sony zeigte auf der PMA unter Glas zwei neue Prototypen für das Alpha-SLR-System: eine Kamera für ambitionierte Amateure und semi-professionelle Anwender sowie eine zweite für Profifotografen. Zum Einführungstermin hieß es salomonisch, eine der beiden Kameras werde noch in diesem Jahr auf den Markt kommen. Sony will außerdem das Alpha-System in den nächsten 12 Monaten um mindestens fünf neue Objektive bereichern.

Das neue Bildergeschäft

Das wichtigste Thema auf der PMA waren die Bild-Dienstleistungen. Dabei ging es vor allem um Bildprodukte jenseits des 10 x 15 cm-Standardbilds, und zwar nicht nur um die immer populärer werdenden Fotobücher und Fotokalender. Die



Brad Kruchten, Chef des Kodak Geschäftsbereiches Film und Foto-Dienstleistungen, sieht in Fotobüchern, Fotogeschenken und anderen individualisierten Printprodukten gute Umsatzchancen für den Fotohandel. „Die Digitalfotografie macht es leicht, mit Bildern Geschichten zu erzählen – aus dem Kodak-Moment wird die Kodak-Story.“



Samsung zeigte an seinem Stand die Verbindung von Digitalkameras und HD-Fernsehern. Die HD Foto Box, mit der digitale Aufnahmen in voller HD-Auflösung auf entsprechenden Fernsehgeräten wiedergegeben werden können, soll in der zweiten Hälfte dieses Jahres auf den Markt kommen.

Digitaltechnik hat eine fast unübersehbare Menge neuer Bildanwendungen möglich gemacht – Fotos können auf alle möglichen Gegenstände vom T-Shirt über die Kaffeetasse bis zum Schlüsselanhänger und Schmuckstück gedruckt, auf DVDs zu eindrucksvollen Multimedia-Schauen zusammengestellt oder im Internet auf vielfältige Weise präsentiert werden. Der amerikanische Software-Spezialist Lucidiom, dessen Bedieneroberfläche weltweit in rund 42.000 und in Europa in etwa 13.000 Foto-Kiosks zu finden ist, beziffert die Zahl der Bildprodukte inzwischen auf über 200; 2003 waren es noch 24. Nach Ansicht von Lucidiom-Chef Steve Giordano stecken darin sensationelle Ertragschancen für Fotohändler. 10 x 15 cm-Bilder, so rechnete er der Branche vor, repräsentieren zwar zur Zeit 71 Prozent der Menge im



Bildergeschäft, aber nur 48 Prozent des Ertrages – bei Margen von oftmals nur 10 bis 15 Prozent. Fotobücher, Fotogeschenke und andere Bildprodukte dagegen erzielen bei einem Mengenanteil von 29 Prozent der Aufträge 52 Prozent der Erträge, und zwar mit Renditen, die bis zu 85 Prozent betragen können.

Die PMA war der Beweis, dass diese Botschaft in der Branche angekommen ist: Systeme zur Herstellung „alternativer“ Bildprodukte im Fotogeschäft und im Großlabor waren buchstäblich an jeder Ecke

Internationale Messen

zu sehen. Das fängt bei den zahlreichen Kiosks an, die eine Bestellmöglichkeit für solche Geschenkartikel bieten, geht über einfache Klebe- und Bindsysteme für die Herstellung von Fotobüchern bis zur Komplettlösung, zum Beispiel dem Durst Jota System, das gegenüber dem zur photokina vorgestellten Prototypen deutlich kompakter geworden ist. Es ermöglicht mit einem eingebauten Epson Printer den beidseitigen Druck kompletter Fotobuch- oder Kalender-Seiten und die anschließende Endverarbeitung.

Abschied vom Kodak-Moment?

Bemerkenswert war in diesem Zusammenhang eine Trendwende auf dem Kodak-Stand. Natürlich zeigte das Unternehmen auch die neuen Inkjet-Drucker, der Schwerpunkt lag aber eindeutig bei der Vermarktung wertschöpfungsstarker Bildprodukte, und zwar im Fotohandel. Da es nicht immer möglich



„Trockene“ Printsysteme von Fujifilm für den Einsatz im Fotogeschäft: das „Frontier Lite“ mit Thermosublimationstechnologie und der Xerox Phaser 7760. Beide Geräte werden von Fujifilms Imaging-Software „Image Intelligence“ gesteuert.



ist, diese im eigenen Geschäft herzustellen, brachte Kodak überraschend seine Qualex Großlabors wieder ins Spiel. Und in Zusammenarbeit mit dem amerikanischen Spezialisten Visan zeigte der gelbe Riese eine sensationell elegante Bestell-Software, mit der die Konsumenten ihre Bilder schnell und

bequem zu Fotobüchern oder Kalendern zusammenstellen, als Foto-Kurzgeschichten mit mehreren Bildern zu Postern kombinieren und eine Fülle von ertragsstarken Fotoartikeln bestellen können. Brad Kruchten, Kodaks Chef für Film und Foto-Dienstleistungen, erinnerte in einem Vortrag daran, dass jedes Jahr weltweit 115 Milliarden digitale Aufnahmen gespeichert werden, ohne jemals auf Papier oder einem anderen Medium zu landen. Wenn man nur zehn Prozent dieser Aufnahmen zu 10 x 15 cm-Bildern machen würde, so der Kodak-Manager, ergebe dies ein Umsatzvolumen von 2,3 Milliarden US-\$. Die Verwandlung von nur fünf Prozent dieser virtuellen Bilder in Fotobücher oder andere Fotogeschenke würde sogar 3,6 Milliarden US-\$ in die Kassen der Fotobranche und des Fotohandels spülen. Da lag es nahe, dass Kruchten das geflügelte Wort vom



Lucidiom-Chef Steve Giordano: „10 x 15 cm-Bilder stehen zwar für 71 Prozent der Aufträge im Bildergeschäft, aber nur für 48 Prozent des Ertrages. Mit anderen Bildprodukten, Fotobüchern und Fotogeschenken kann der Fotohandel dagegen 52 Prozent seiner Erträge mit hohen Renditen erzielen.“

Analoge Erfolgsaussichten.

Das neue Film-Sortiment
der Traditionsmarke.

„Kodak-Moment“, mit dem man in den USA eine gute Fotogelegenheit bezeichnet, erweiterte: In der digitalen Welt sei es besser, von der „Kodak-Story“ zu sprechen, denn nie sei es leichter gewesen, mit Bildern eine ganze Geschichte zu erzählen, anstatt nur einen Moment abzubilden.

Drucksysteme für den Fotohandel

Der wegen des Einbruchs auf dem Film-Markt immer noch anhaltende Rückgang der Bilder macht Minilab-Herstellern den Absatz ihrer Geräte schwer. Auf der PMA waren alle wichtigen Anbieter vertreten, vom chinesischen Hersteller Shanghai Doli, der sich wegen des wachsenden Preisdrucks gute Chancen für seine günstigen Geräte ausrechnet, über Fujii, Kis/Photo-Me und Noritsu bis zum italienischen Hersteller San Marco, der nach einem Eigentümer-Wechsel jetzt San Marco Vision heißt.

Auch klassische Minilab-Hersteller setzen immer stärker auf trockene Systeme. Interessant war in diesem Zusammenhang der Auftritt am Stand von Fujifilm. „Frontier Lite“ heißt zumindest in den USA ein „Minilab“ mit Thermosublimationstechnologie, das mit Fujifilm „Image Intelligence“ Bildverarbeitungs-Software und zwei ASK-2000 Printern ausgestattet ist und alle vier Sekunden ein 10 x 15 cm-Bild ausgibt. Die Herstellung eines 20 x 25 cm großen Bildes dauert mit dem ebenfalls integrierten ASK-4000 Drucker 40 Sekunden. Das Gerät kann mit verschiedenen Order-Kiosks oder über das Internet angesteuert und für die Herstellung von Bildern vom Film um den Fujifilm Frontier SD-500 Scanner erweitert werden. Als Drucklösung für komplette Fotobuch- und Kalenderseiten präsentierte Fujifilm den Farblaser-Drucker Phaser 7760 von Xerox in Verbindung mit Frontier PIC Workflows und „Image Intelligence“. Damit



Der neue M300 Inkjet-Drucker von Noritsu schafft bis zu 265 10 x 15 cm-Bilder pro Stunde und kann auch Fotos im Posterformat ausdrucken.

AGFAPHOTO is used under License of Agfa-Gevaert NV & Co. KG.

Exklusiv im Vertrieb bei:
Lupus Imaging & Media GmbH Co. KG
Mauritiuskirchplatz 1 · D-50676 Köln
Tel. +49 221 6060590 · Fax +49 221 60605915
info@lupus-im.com · www.lupus-imaging-media.com

www.agfaphoto.com

 **AGFAPHOTO**



Internationale Messen

können Formate bis zu 29 x 43 cm mit einer maximalen Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi ausgedruckt werden. Für eine besonders fotorealistiche Wiedergabe gibt es den 600 x 600 x 4 dpi Fotomodus; die erste Seite ist schon nach neun Sekunden fertig. Die maximale Printgeschwindigkeit liegt bei 35 Seiten pro Minute in Farbe und 45 in Schwarzweiß.

Eine deutlich bessere Qualität bietet eine weitere Printlösung, bei der Fujifilm die DocuColor 240 und 250 Farb-Laser-Printer von Xerox in Verbindung mit „Image Intelligence“ demonstrierte. Bilder oder Fotobuch-/Kalenderseiten können in einer Auflösung von 2.400 x 2.400 dpi bis zum Format 33 x 48 cm gedruckt werden – mit einer maximalen Geschwindigkeit von 50 Farbseiten pro Minute. Ob und wann diese trockenen Printsysteme in Europa eingeführt werden, ist nach Aussage von Helmut Rupsch, Leiter German Operations bei Fujifilm in Düsseldorf, noch offen.

Ebenfalls neu bei Fujifilm waren das Minilab Frontier 710 mit einer Kapazität von 810 10 x 15 cm-Bildern pro Stunde und das neue Fotopapier Fujicolor Crystal Archive Digital Pearl, das sich durch eine besonders hochglänzende Oberfläche mit attraktivem „Metallic“-Pearl-Effekt auszeichnet.

Printsysteme für den Fotohandel waren der Schwerpunkt des Messestandes von HP. Die „Photo Smart Express Bilder Kiosks“ und „Photo Smart Studio“-Systeme für die Herstellung von Fotobüchern und -kalendern direkt im Geschäft werden jetzt auch in Europa eingeführt.

Auch Kis/Photo-Me zeigte ein „trockenes“ Minilab, das ähnlich wie das Frontier Lite mit zwei Printern für



Fast vollzählig stellte sich hier das internationale Team der PMA dem Fotografen. Stehend von links nach rechts: Karen Petersen-Gyöngyösi (PMA Zentral- und Osteuropa), Peter Rose (PMA Australien), Jim Esp (PMA International), Wulf-D. Schmidt-Sacht (PMA Europe Consultant), Elisabeth Scherer (betreut die internationalen Mitglieder bei der PMA), Dr. Klaus Petersen (PMA Europe), Nigel McNaught (PMA Großbritannien und Frankreich), Sergio Chavez (PMA Südamerika), Bob Moggach (PMA Canada). Sitzend von links nach rechts: Bruce Aldrich (PMA International), Roberto Ricci (PMA Brasilien), Vera Tsyban (PMA Russland), Amanda Maynard (betreut internationale Mitglieder bei der PMA), Sergio Castegnaro (PMA Mittelmeerraum Europa). Nicht im Bild: Maryanne Dransfield (PMA Neuseeland).

10 x 15 cm-Bilder ausgestattet ist und um zwei weitere Drucker erweitert werden kann. Dann beträgt die maximale Geschwindigkeit 2,5 Sekunden pro Bild. Das Gerät ist für Selbstbedienung geeignet und soll in der Basisversion 12.000,- US-\$ (etwa 9.300,- €) kosten. Im Laufe dieses Jahres wollen die Franzosen zudem mit einem schnellen Inkjet-Kiosk auf den Markt kommen.

Eine „trockene“ Lösung gab es auch bei Noritsu. Der M300 Inkjet-Printer ist besonders kompakt und schafft bis zu 325 9 x 13 cm- oder 265 10 x 15 cm-Bilder pro Stunde. Das maximale Druckformat beträgt 25,4 x 91,4 cm und macht das Gerät auch für die Herstellung von Postern geeignet. Wahlweise kann Blatt- oder Rollenware eingesetzt werden. Wie

bei Noritsu üblich, kommt Epson Inkjet-Technologie mit pigmentierten Tinten in sieben Farben zum Einsatz. Auf Wunsch kann das Gerät auch mit einem Filmscanner versehen oder mit der optionalen „EZ-Controller“-Software in Minilab-Workflows eingesetzt werden. Im „nassen“ Segment erweiterte Noritsu sein Sortiment um die QSS-35 Plus Serie, die sich gegenüber der 35er-Familie durch höhere Kapazitäten auszeichnet. Die Geräte stehen wahlweise mit Laser-Belichtungstechnologie oder der günstigen iBeam Belichtungseinheit zur Verfügung.

Die Zahl der Foto-Kiosks auf der PMA war kaum zu überschauen. Erwähnenswert ist eine neue Einstiegslösung von Kodak: Der Picture Kiosk GS Compact soll in den USA

weniger als 2.500,- US-\$ (ca. 1.930,- Euro) kosten und bereits mit einem durchschnittlichen Printvolumen von 30 Bildern pro Tag Gewinne einfahren. Das kompakte Geräte passt auf jede Ladentheke.

Veranstaltung. Das gilt übrigens auch für den Besuch aus Deutschland, der trotz der zeitgleich stattfindenden Ringfoto Messe überraschend gut war. Im nächsten Jahr braucht sich das Ringfoto Manage-



Gut aufgelegt: die russische Delegation mit ihren PMA-Betreuern

Gut besucht

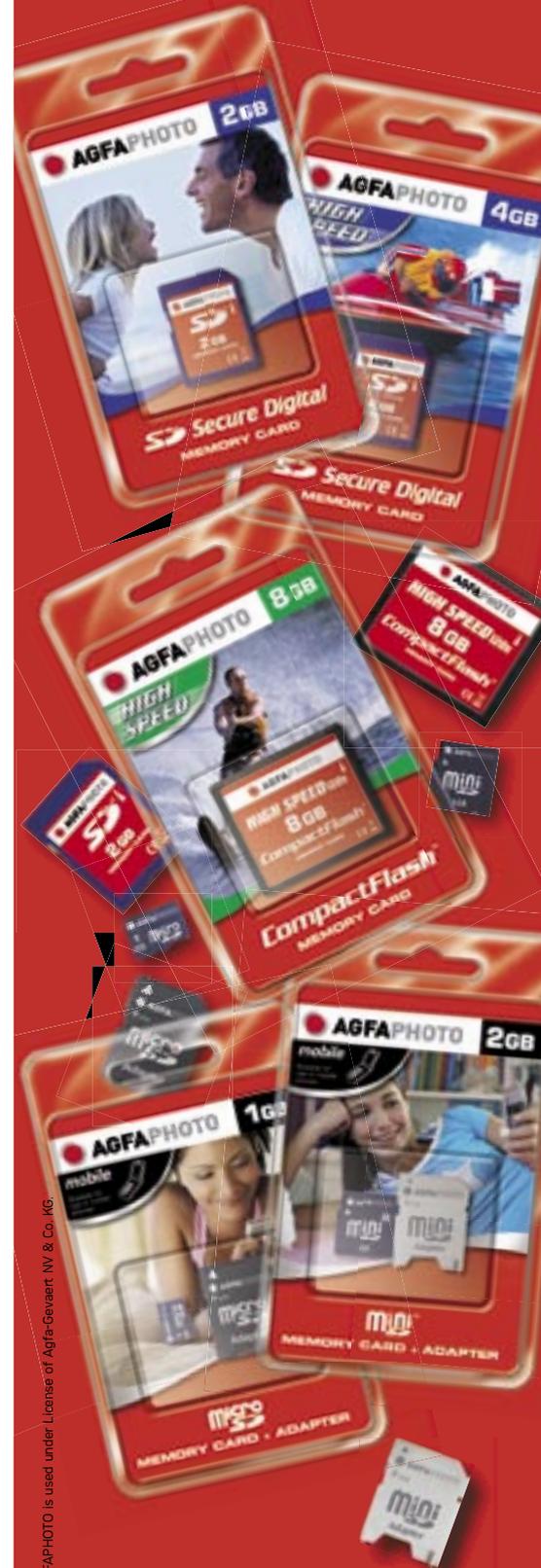
Wie eingangs erwähnt, dürfte die Besucherzahl der PMA 2007 deutlich höher gelegen haben als im Vorjahr – endgültige Zahlen lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor. Gespräche mit Ausstellern und Besuchern bestätigten die gefühlte gute Messestimmung und zeigten eine große Zufriedenheit mit der

ment keine Sorgen um eine Überschneidung zu machen: Dann findet die PMA vom 31. Januar bis 2. Februar statt – wegen des amerikanischen Super Bowl Finales also nur von Donnerstag bis Samstag. Das Sportereignis selbst findet zwar in Phoenix, Arizona, statt, wird aber von vielen Amerikanern traditionell von Las Vegas aus verfolgt.



Digitale Erfolgsaussichten.

Die neuen AgfaPhoto Flash Memory Cards.



AGFAPHOTO is used under license of Agfa-Gevaert NV & Co. KG.

Top-Qualität und High Performance.

Exklusiv im Vertrieb bei:

Lupus Imaging & Media GmbH Co. KG

Mauritiuskirchplatz 1 · D-50676 Köln

Tel. +49 221 6060590 · Fax +49 221 60605915

info@lupus-im.com · www.lupus-imaging-media.com

www.agfaphoto.com

CeWe Color lud zur Bilanzpressekonferenz

„Ein gutes Jahr 2006“

„CeWe Color hat 2006 das zweitbeste Ergebnis der vergangenen sechs Jahre erwirtschaftet. Wir haben die Marktposition als europäischer Marktführer ausgebaut, neue digitale Produkte erfolgreich vermarktet, das Onlinegeschäft zu einem Wachstumsmotor entwickelt und hohe finanzielle Ergebnisse erzielt. Damit steht für mich fest: Für CeWe Color war das Geschäftsjahr 2006 ein gutes Jahr.“ Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG, zeigte sich Mitte März auf der Bilanzpressekonferenz des Oldenburger Großfinishers mit dem Unternehmensergebnis sichtlich zufrieden.

Und auch der Blick in die Zukunft war optimistisch: Nach den bereits prognostizierten, restrukturierungsbedingten Ergebnisbelastungen im Geschäftsjahr 2007 geht der Vorstand für 2008 von wachsenden Erträgen aus. Ab 2008 soll darüber hinaus das Wachstum der neuen Geschäftsfelder und der digitalen Fotos bereits stärker sein als der Rückgang der Fotos vom Film. „CeWe Color wird aus der Transformation des Marktes gestärkt hervorgehen, und ab 2008 werden wir die Erfolge unserer langfristig ausgelegten Strategie ernten können“, so Hollander. Basis für das positive Ergebnis des vergangenen Geschäftsjahres und die optimistische Einschätzung der



Bei 60.000 Handelspartnern in 23 europäischen Ländern können Verbraucher Bilddienstleistungen von CeWe Color bekommen.



Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG

zukünftigen wirtschaftlichen Situation bilden laut Hollander 20 hocheffektive Produktionsbetriebe, 60.000 Vertriebspartner in 23 Ländern Europas, großes Know-how in Technologie und Internet sowie 3.000 hochmotivierte Mitarbeiter. „CeWe Color verfügt über die notwendigen personellen und finanziellen Ressourcen, um in ein mittelfristig profitables Wachstum als digitaler Fotodienstleister zu investieren“, betonte Hollander.

Anteil der Digitalfotos wird weiter steigen

Wie aber sehen die Zahlen für das abgelaufene Geschäftsjahr 2006 aus? Mit einem Marktanteil von über 40 Prozent im industriellen Fotofinishing ist CeWe Color inzwischen europäischer Marktführer – fünf Jahre zuvor hatte der Marktanteil noch bei

25 Prozent gelegen. Hollander: „Wir haben die Konsolidierung aktiv gestaltet und werden diesen Kurs auch aktiv fortsetzen.“ Im Geschäftsjahr 2006 lag der Anteil der Digitalbilder bereits bei 39 Prozent. Für 2007 rechnet das Unternehmen mit einem weiteren Digitalwachstum von 27 Prozent (2006: plus 34,3 Prozent). „Der Anteil der Digitalfotos wird im Geschäftsjahr 2007 auf Jahresbasis erstmals die Menge der Fotos von Filmen übertreffen und voraussichtlich bei 54 Prozent liegen“, sagte Hollander voraus.

Im Berichtsjahr überschritt CeWe Color mit 1,1 Milliarden Digitalfotos erstmals die Milliardengrenze im Digitalsegment. „Die Dynamik dieser Entwicklung wird durch die mit 47,7 Prozent sogar noch über dem Jahresdurchschnitt liegende Wachstumsrate des vierten Quartals verdeutlicht“, stellte Hollander fest. Gegenläufig verlief, wie in den Jahren zuvor, die Entwicklung bei Fotos von Filmen. Im Geschäftsjahr 2006 wurden davon 1,8 Milliarden Stück produziert (2005: 2,6 Milliarden). Im vierten Quartal betrug ihr Anteil nur noch 51 Prozent.

Summe der Investitionen steigt auf 36 Mio. Euro

Das Unternehmen wird im Geschäftsjahr 2007 voraussichtlich rund 36 Millionen Euro (ohne Firmenakquisitionen) investieren. Die Summe der entsprechenden Investitionen im Jahr 2006 betrug 32,5 Millionen Euro, die zum Beispiel für die Installation moderner Großlabortechnik im neuen CeWe Color Labor in Warwick (Großbritannien) ausgegeben wurde. Die für das laufende Geschäftsjahr geplanten Investitionen fließen laut Hollander in mindestens 10.000 neue



Das Interesse an digitalen Bildern und Bildprodukten wird weiter steigen.

Orderstationen für Digitalfotos an den verschiedensten Points of Sale (DigiFoto-Maker), in Produktentwicklung – überwiegend Software für

2005 von CeWe Color entwickelte Produkt werde ab diesem Jahr in ganz Europa angeboten und um zusätzliche Produktvarianten erweitert. Auch der durchschnittliche Umsatz entwickle sich erfreulich: Beim CeWe Fotobuch liegt der Umsatz pro Auftrag bei 21,70 Euro, bei Digitalaufträgen bei 6,90 Euro und bei Fotos vom Film bei 2,50 Euro. Im Geschäftsjahr 2007 wird CeWe Color das Angebot um Poster auf Leinen, Visitenkarten und weitere hochwertige Fotobuch-Varianten erweitern.

„CeWe Color

„Mit dem CeWe Fotobuch schreiben wir eine eindrucksvolle Geschichte“

Internetangebote und CeWe Fotobücher – sowie in digitale Produktionskapazitäten. Durch Akquisitionen sollen zusätzliche Geschäftsfelder erschlossen und die regionale Expansion vorangetrieben werden. Die Mittelfristplanung sieht für die nächsten fünf Jahre ein Investitionsvolumen von 150 bis 200 Millionen Euro vor.

„Mit dem CeWe-Fotobuch schreiben wir eine eindrucksvolle Erfolgsgeschichte, die exemplarisch für unsere Wachstumsstrategie ist“, erklärt Hollander. Die Zahl der Bestellungen werde sich im Geschäftsjahr 2007 nach den Erwartungen des Unternehmens auf über eine Million CeWe Fotobücher verdoppeln (2006: 523.000). Das erst



In diesem Jahr werden weitere Varianten des Erfolgsprodukts CeWe Fotobuch vorgestellt.

baut seine Kompetenz als Spezialist für die industrielle Massenfertigung personalisierter Produkte weiter aus“, so Hollander. Durch Skaleneffekte, effiziente industrielle Prozesse, eine

Bildergeschäft

kostengünstige, flächendeckende Logistik und die hohe Marktpräsenz an 60.000 PoS mit täglich zehn Millionen Kunden sei CeWe den Wettbewerbern überlegen.

Windows Vista lässt starke Impulse erwarten

Darüber hinaus bedient CeWe Color bereits jetzt acht Millionen Internetkunden. „Im Jahr 2006 stieg die Zahl der internetbasierten Bestellungen um 59,3 Prozent. Dieser Trend wird 2007 voraussichtlich durch die Implementierung der CeWe-Software in das Microsoft-Windows-Betriebssystem Vista verstärkt“, erläuterte Dr. Reiner Fageth, Geschäftsführer der Neumüller CeWe Color Stiftung und



Dr. Reiner Fageth, Geschäftsführer der Neumüller CeWe Color Stiftung und Vorstandsmitglied der CeWe Color Holding AG

Vorstandsmitglied der CeWe Color Holding AG. „Im Online-Fotoservice stellt CeWe Color den direkten Weg vom digitalen Bild im Computer zum Foto auf echtem Fotopapier über seine Handelspartner sicher. Mehr als zwei Jahre arbeiteten die Spezialisten von Microsoft und CeWe Color an der Applikation. Damit erreicht Vista die höchste Komfort- und Qualitätsstufe bei der Digitalbildbestellung.“ Darüber hinaus wurde in Zusammenarbeit mit dem finnischen Mobiltelefonhersteller Nokia auch eine Software entwickelt, die es Benutzern von Multimedia-Compu-

tern der Nokia Nseries mit wenigen Tastenklicks ermöglicht, Fotos direkt über das Betriebssystem ihres Gerätes zum Drucken zu CeWe Color zu schicken. Dieses neue Angebot wird derzeit in drei Ländern getestet. „Die Weiterentwicklung des Mobiltelefons zum multifunktionalen Begleiter und

positiven Effekte werden 2007 mit einer Million Euro wirksam“, so Michael Wefers, Vorstandsmitglied der CeWe Color Holding und Geschäftsführer der Neumüller CeWe Color Stiftung. „Der Vorstand rechnet für 2007 mit einem Ergebnis von rund sieben Millionen Euro nach Steuern,

„Die Weiterentwicklung des Mobiltelefons eröffnet neue Perspektiven“

die Evolution des Festnetztelefons zum kombinierten Mobil- und Festnetzgerät eröffnet auch neue Perspektiven für unser Geschäft“, führte Fageth aus.

Vorstand rechnet ab 2008 mit Ertragsplus

Im Geschäftsjahr 2007 erwartet der Vorstand der CeWe Color Holding AG unverändert ein Ergebnis vor Steuern und Restrukturierung in Höhe von 24,5 Mio. Euro. „Der Restrukturierungsaufwand der Gesellschaft wird nach heutiger Einschätzung des Vorstands voraussichtlich bei elf Millionen Euro liegen, die gegenläufigen



Michael Wefers, Geschäftsführer der Neumüller CeWe Color Stiftung und Vorstandsmitglied der CeWe Color Holding AG

geht aber aufgrund der Investitionen sowie positiver Restrukturierungseffekte für die Geschäftsjahre ab 2008 von steigenden Erträgen aus.“

Aufsichtsrat schlägt Dividende in Höhe von 1,20 Euro vor

Bereits einen Tag vor der Bilanzpressekonferenz in Frankfurt hatte der Aufsichtsrat der CeWe Color Holding AG einstimmig beschlossen, der bevorstehenden Hauptversammlung am 26. April für das Geschäftsjahr 2006 eine Dividende in Höhe von 1,20 Euro vorzuschlagen. Fast der gesamte Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2006 wird ausgeschüttet, wobei die eigenen Aktien nicht dividendenberechtigt sind. Bereits für 2005 hatte CeWe Color eine Dividende von 1,20 Euro gezahlt. Vorstand und Aufsichtsrat teilen die Auffassung, dass die Aktionäre angemessen am Erfolg des Unternehmens beteiligt werden sollen und sind der Überzeugung, dass dieses Ziel mit der vorgeschlagenen Dividendenausschüttung in vollem Umfang erfüllt wird. Zugleich dürfe aber die Fähigkeit und finanzielle Flexibilität des Unternehmens, den erfolgreich begonnenen Weg in das digitale Zeitalter mit weiteren Investitionen und Akquisitionen fortzusetzen, nicht durch Sonderausschüttungen beeinträchtigt werden. Hollander: „Vor diesem Hintergrund ist eine durch Auflösung von Rücklagen ermöglichte Ausschüttung, wie sie von einigen Hedgefonds gefordert wurde, nicht vertretbar.“ Die Rücklagen seien für die Sicherung der Zukunft des Unternehmens unverzichtbar. Hollander gab sich auf der Bilanzpressekonferenz davon überzeugt, dass die Mehrheit der Aktionäre diese Sichtweise teilt und den Forderungen der US-Investoren eine klare Absage erteilt wird.

Jobo zeigte auf der PMA eine Vielzahl von Produkten

Die Jobo AG hat auf der PMA neben dem preisgekrönten mobilen Fotospeicher Giga Vu PRO evolution, dem digitalen Minilab Line-up LumeJet sowie Kartenlesern und Adaptern ihren neuen Spectator, das photoGPS sowie Software-Updates für das Giga Vu PRO evolution vorgestellt. Spectator ist ein neues, mobiles Massenspeichergerät für Digitalbilder und liegt innerhalb Jobos Giga Produktportfolio zwischen den bekannten Speicherprodukten Giga Vu PRO evolution und Giga one. Das Konsumergerät mit einem 2,5" großen und hochbrillanten TFT Farb-LCD ist die günstige Lösung für alle Fotografen, die auch schon unterwegs ihre Fotos ohne PC betrachten wollen. Das kleine Gerät soll mit 40, 80 und 120 GB Festplattenkapazität und einem hochauflösenden (960 x 240 Pixel) Display mit bis zu 16 Millionen Farben angeboten werden. Spectator unterstützt alle gängigen Speicherkarten. Eine integrierte Verify-Funktion meldet den erfolgreichen Datentransfer auf das Gerät. Spectator wird zu einem UVP ab 249 Euro verfügbar sein.

Jobo stellt darüber hinaus sein photoGPS vor, ein globales Positionsbestimmungssystem für Nutzer von Digitalkameras, das automatisch den genauen Ort der Aufnahme erfasst und diesen dem entsprechenden Foto zufügt. GPS-Daten werden den exif-Dateien der Digitalbilder zugeordnet und geben dem Fotografen so Auskunft über den Aufnahmeort. photoGPS wird voraussichtlich ab Sommer zum UVP von 149 Euro erhältlich sein.

Jobo stellte außerdem ein Firmware Update seines preisgekrönten Giga Vu PRO evolution vor. Die neue J. D. Lupe, die den Namen ihres Erfinders Jay Dickman trägt, bietet die Möglichkeit, mit Hilfe einer Lupen-Taste im Menü des Gerätes in jede beliebige Stelle eines Bildes reinzuzoomen. Durch Navigation des Joysticks kann man sich zu der gewünschten Stelle des Bildes bewegen, dessen Ausschnitt in einem Quadrat vergrößert dargestellt wird.

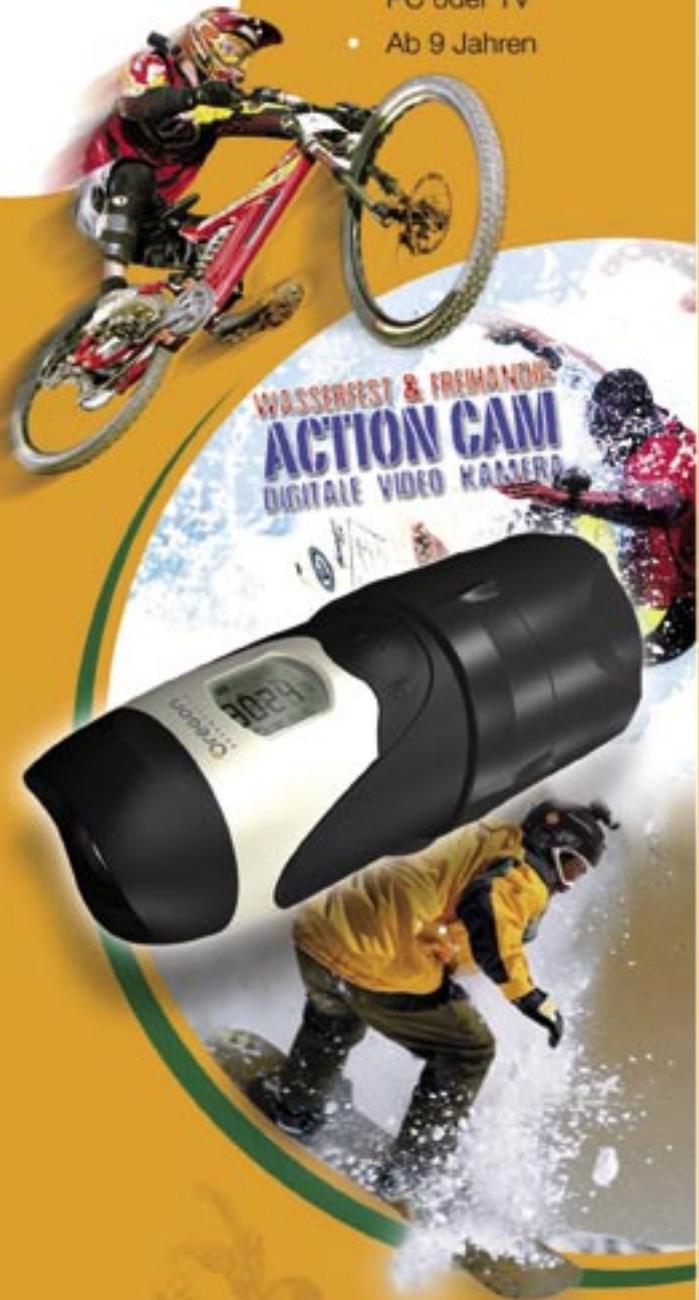
Ebenfalls neu ist die Incremental Back-up Möglichkeit, die einfach per Tastendruck durchgeführt werden kann: Erfolgt eine Datensicherung im Rahmen eines Incremental Back-up Transfers vom Giga Vu PRO evolution auf ein externes Speichergerät wie ein Giga one, werden die Daten beider Geräte miteinander verglichen und neue Daten werden dem externen Gerät zugefügt, ohne alte bzw. bereits vorhandene Daten zu löschen.

Dreh' Deinen eigenen Action-Film!

ATC 2000

Action Cam

- Digitale Video Kamera
- Wasserdicht
- Freihändiger Betrieb
- Wiedergabe über PC oder TV
- Ab 9 Jahren



oregon
SCIENTIFIC

Interesse? Weitere Infos unter:

Oregon Scientific (Deutschland) GmbH

Tel. 0 61 02 / 79 85-0 · www.oregonscientific.de

Casio verstärkt Unterstützung für den Fotohandel

Erlebniswelt Exilim

Mit einem ganzen Bündel von Maßnahmen will Casio den Fotohandel beim Verkauf der Exilim Kameras unterstützen. Grundlage dafür ist das attraktive Sortiment, das in diesem Frühjahr um besonders interessante Modelle wie die Super-Zoom-Kamera EX-V7 erweitert wurde.

Das aktuelle Exilim Sortiment besteht aus sechs Kameras, die sich alle durch das markentypische, kompakte Design und teilweise exklusive Funktionen auszeichnen. Für jedes einzelne Modell gibt es gute Verkaufsargumente:

Die Exilim EX-Z65, die ausschließlich über den Fachhandel vertrieben wird, bietet bereits in der 6-Megapixel-Einsteigerklasse ein 2,6-Zoll-Display. Das Schwestermodell EX-Z75 hat ein Megapixel mehr und steht in verschiedenen Farben zur Verfügung. Beide Kameras sind durch den „EasyMode“ besonders einfach zu bedienen.

Während es die EX-Z700 mit klassischem Exilim-Gesicht in gleich zwei Farbvarianten gibt, beeindruckt die EX-S770 nicht nur durch ihr ultrakompaktes Gehäuse (drei Farben zur Auswahl), sondern auch durch die einzigartige Datenspeicher-Funktion, mit der Dokumente vom PC zur Kamera übertragen und auf dem 2,8“ großen Display sichtbar gemacht werden können.



Accessoires wie dieser Anhänger aus 925er Silber unterstreichen das Lifestyle-Gefühl.

10,1 Megapixel sind das schlagende Argument für die Exilim EX-Z1050, und die brandneue EX-V7 ist die weltweit flachste* (*Stand: Januar 2007) Digitalkamera mit 7fach-Zoomobjektiv.

Mehr Präsenz beim und im Fotohandel

In diesem Jahr will Casio die Präsenz von Exilim beim klassischen Fotohandel deutlich verstärken. „Wir wollen, dass noch mehr Fotohändler das Ertragspotential erkennen, das sich mit unseren Exilim Kameras und dem vielfältigen Zubehör realisieren lässt“, erklärte Norbert Keller, Senior Key Account Manager bei Casio, dem *imaging+foto-contact*. „Deshalb werden wir die Betreuung des Fotohandels durch unseren eigenen Außendienst kurzfristig verstärken, engagierten Händlern Schulungsmaßnahmen sowohl im Geschäft als auch online anbieten und die Leistungen aktiver Fachhändler für die Marke Exilim auch im Konditionen-System honorieren.“ Dabei soll der Fotohandel nach Ansicht von Keller nicht nur beim Kamera-Sortiment Kompetenz

zeigen: „Das reichhaltige Exilim Zubehör, das wir im typischen Design dieser Marke zu den Kameras anbieten, stellt ein großes Wertschöpfungspotential für aktive Fotohändler dar“, betonte Keller. „Unsere Erfahrungen zeigen deutlich,

dass die Kunden Original Exilim Zubehör bevorzugen. Dieses lässt sich besonders erfolgreich verkaufen, wenn es in unmittelbarer Nähe der Kamera aufmerksamkeitsstark präsentiert und im Verkaufsgespräch aktiv angeboten wird.“

Zum Sortiment gehören Lifestyle-Accessoires wie der X-Anhänger aus 925er Silber, hochwertige Taschen und praktische Fotohelfer wie das EXM-Stativ mit Saugfuß oder das praktische, aufklappbare Tisch-Stativ.

Dazu kommen Hals- und Handtrage-riemen, ein hochwertiges Cleaning-Kit und Ersatz-Komponenten wie Docking-Stationen, Lade- oder AV-Kabel und Ersatz-Akkus. Allen gemeinsam ist das typische Exilim Design. „Die Tatsache, dass Original Exilim Zubehör den Qualitäts- und Design-



ansprüchen der Marke ebenso gerecht wird wie die Kameras, ist integraler Bestandteil unseres Konzeptes“, erklärte Keller. „Darum gibt es zu den Exilim Kameras eben nicht irgendwelche Taschen oder Etuis, sondern hochwertige Produkte aus echtem Leder, die durch exzellente Verarbeitung und raffinierte Details auch einen höheren Verkaufspreis rechtfertigen.“



Jüngstes Highlight in der Exilim Zubehör-Palette ist das neue Unterwasser-Gehäuse EWC-90, mit dem die 10,1-Megapixel-Kamera EX-Z1050 zum

ständigen Begleiter an Meer und Strand wird und selbst Tauchgänge bis zu 40 Metern Wassertiefe ermöglicht.

Exilim am PoS

Mit einer aufmerksamkeitsstarken Anzeigenkampagne und wirksamen Aktivitäten im Internet unter www.exilim.de – ganz aktuell mit einer Online-Promotion für die neue EX-V7 in Zusammenarbeit mit Adobe – will Casio die Nachfrage für seine schlanken Digitalkameras ankurbeln. Für den Fotohandel gibt es eine große Auswahl an PoS-Materi-



Zur Exilim-Kampagne gehören u. a. Acryl-Displays (Abb.)...



alien, deren Design die aktuellen Kampagnen-Motive aufnimmt. Banner, Poster, hochwertige Displays, Aufsteller und komplette Deko-Kits für Theke, Geschäft und Schaufenster stehen dabei zur Verfügung und sollen es dem Fotohandel leicht machen, seine Kompetenz für die Erlebniswelt Exilim zu demonstrieren.

| Exilim | EX-Z65 | EX-Z75 | EX-Z700 | EX-Z1050 | EX-S770 | EX-V7 |
|------------------|---|---|---|--|---|---|
| |  |  |  |  |  |  |
| Pixel (effektiv) | 6,0 MP | 7,2 MP | 7,2 MP | 10,1 MP | 7,2 MP | 7,2 MP |
| Display | 2,6 Zoll | 2,6 Zoll | 2,7 Zoll | 2,6 Zoll | 2,8 Zoll | 2,5 Zoll |
| Brennweite (KB) | 38–114 mm | 38–114 mm | 38–114 mm | 38–114 mm | 38–114 mm | 38–266 mm |
| Bildstabilisator | AntiShake | AntiShake | AntiShake | AntiShake und ISO-Anpassung | AntiShake | AntiShake, mechanisch und ISO-Anpassung |
| Speicher intern | 8 MB | 8 MB | 8,3 MB | 15,4 MB | 6 MB | 11,6 MB |
| Maße (in mm) | 95,4 x 60,6 x 19,6 | 95,4 x 60,6 x 19,6 | 88,5 x 57,0 x 20,5 | 91,1 x 57,2 x 24,2 | 94,5 x 60,4 x 17,3 | 95,5 x 59,8 x 25,5 |
| Gewicht | 122 Gramm | 122 Gramm | 112 Gramm | 125 Gramm | 127 Gramm | 149 Gramm |
| Besonderheiten | Exklusiv für den Foto-Fachhandel! Easy Mode, Soft-Flash | Easy Mode, Soft-Flash, Rapid-Flash | 37 Best Shot Motivprogramme, Soft-Flash | Schnelle Serienbild-Funktion, Auto-Tracking-AF | 35 Best Shot Motivprogramme, Daten-Speicher-Funktion | 7fach-Zoom, Auto-Tracking-AF, schneller Bildprozessor |
| Farbvarianten | Silber | Silber, Blau, Pink | Silber, Grau | Silber, Schwarz, Violett, Pink | Premium Silver, Graphite Blue, Blazing Red | Silber, Schwarz |
| UVP (Euro) | 229,- | 249,- | 349,- | 329,- | 379,- | 429,- |

Neuheiten

Blitzadapter synchronisiert Sony Alpha100

Sony hat den Blitzadapter FA-ST1AM für die digitale Spiegelreflexkamera Sony Alpha 100 vorgestellt, der sich ab Juli dieses Jahres mit zahlreichen Studio- und anderen professionellen Blitzsystemen kombinieren lassen wird. Der



Adapter FA-ST1AM öffnet dem Fotografen die Tür zur Nutzung einer Vielzahl professioneller Beleuchtungseffekte und gibt ihm die Freiheit, sein bevorzugtes Blitzgerät an einem belie-

bigen Punkt zu platzieren. Dem Nutzer steht damit eine sehr viel größere Auswahl an Blitz- und Spezialbeleuchtungsoptionen zur Verfügung. Der leichte, batteriebetriebene Adapter FA-ST1AM wird einfach auf den Blitzschuh der digitalen Spiegelreflexkamera geschoben. Über den Standardanschluss des Adapters kann die Alpha 100 mit einem Synchronisationskabel an externe Studioblitzanlagen angeschlossen werden. In den Adapter ist eine Schutzschaltung integriert, um die Kamera vor möglichen Risiken durch höhere Triggerspannungen externer Blitzgeräte zu schützen.

Sony GPS-Modul verleiht Fotos ein Ortsgedächtnis

Sony präsentiert mit dem GPS-CS1KA den Nachfolger des GPS-Moduls GPS-CS1. Das Modul ist mit allen Exif 2.1-kompatiblen Kameras kombinier-

bar. Es speichert die GPS-Positionierungsdaten jeder Aufnahme und ermöglicht die Visualisierung des Standortes auf Google-Karten. Das GPS-Modul funktioniert dabei vollkommen unabhängig von der Kamera und dient auch als Ortsgedächtnis für Urlaubsfotos, Schnapshots und professionelle Aufnahmen. Fotobibliotheken bekommen mit den Daten des GPS-Moduls eine neue Dimension, da Bilder nun auch anhand von Kriterien wie Zeitpunkt und Ort der Aufnahme abgerufen, betrachtet und verwaltet werden können.

Zum Lieferumfang des neuen GPS-CS1KA gehört die Picture Motion Browser-Software. Sie kann mit allen Digitalkameras kombiniert werden, die Fotos in einem Exif 2.1-kompatiblen Format abspeichern. Hierzu zählen alle neuen Cyber-shot- und Handycam-Modelle sowie Sonys digitale Spiegelreflexkamera Alpha 100, allerdings

müssen die Bilder im JPEG- oder JPEG+RAW-Format aufgenommen werden. Der GPS-Empfänger kann ebenso mit den meisten Modellen anderer Hersteller verwendet werden. Um das GPS-Modul nutzen zu können, muss der



Fotograf es noch nicht einmal an seine Kamera anschließen – das Gerät kann einfach in der Tasche getragen werden.

Das GPS-CS1KA ist ein mobiler GPS (Global Positioning System)-Empfänger, der Uhrzeit und Datum sowie den jeweiligen geographischen Standort des Fotografen mit satellitengenaue Präzision speichert. Wird ein GPS-Signal empfangen, ermittelt das Gerät seinen Standort alle 15 Sekunden und kann den Ort der Aufnahme auf bis zu zwei Meter genau berechnen.

Das GPS-CS1KA Modul ist seit März im Handel verfügbar. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 140 Euro.

Tamron stellt zwei neue Objektive vor

Tamron hat die erfolgreiche Entwicklung des neuen AF 3,5–6,3/28–300 mm XR Di VC LD Aspherical (IF) Macro mit Tamron-eigenem Bildstabilisator bekanntgegeben. Dieses Objektiv ist sowohl für vollformatige Sensoren bzw. Film als auch für APS-C große Sensoren geeignet und deckt beim Vollformatsensor vom Weitwinkel bis zum Tele fast alle fotografischen Situationen ab. Bei Digitalkameras mit APS-C großem Sensor wird ein großer Telebereich von 43 mm bis 465 mm (Bildwinkel umgerechnet auf 35 mm Film) erschlossen. Der von Tamron entwickelte Bildstabilisator sorgt für gestochen scharfe und



verwacklungsfreie Bilder hoher Qualität. Gleichzeitig konnte, dank neuer mechanischer Komponenten, die Größe und das Gewicht des Objektivs klein gehalten werden.

Ebenfalls neu bei Tamron ist das SP AF 2,8/70–200mm Di (IF) Macro. Dieses neue Hoch-

leistungs-Telezoom hat eine hohe Lichtstärke und kann sowohl an Vollformatsensoren als auch an APS-C Sensoren digitaler Spiegelreflexkameras verwendet werden. Das Objektiv ergänzt das erfolgreiche Konzept des Tamron 2,8/28–75 mm um den Telebereich bis 200 mm. Trotz seiner geringen Abmessungen ist das 70-200 mm voller Features für stressfreies Fotografieren in allen Lagen: eine kurze Naheinstellgrenze von 0,95 m im gesamten Brennweitenbereich, ein exzellenter Vergrößerungsmaßstab von 1:3,1 und ein hocheffizientes internes Fokussiersystem.

Konvergenz-Partner

BHS Binkert GmbH liefert High-Tech-Produkte

„Die Konvergenz von Technologien, Techniken und Produkten steht erst am Anfang, gleichgültig, ob man es aus der Perspektive des Digital Imaging, der Consumer Electronics oder der Informationstechnologie betrachtet“, stellte Michael Binkert, neben Sören Müller Geschäftsführer des Distributors BHS Binkert GmbH, in einem CeBIT-Gespräch mit *imaging+foto-contact* fest. „In diesem immer komplizierter werdenden Umfeld wollen wir unsere Handelspartner von Beginn an mit Beratung und Logistik umfassend unterstützen, damit sie die großen Potentiale erkennen und optimal für sich nutzen können.“

Das Unternehmen mit Sitz in 79725 Laufenburg (Baden) wurde 1994 gegründet und hat sich seitdem zu einem der führenden Spezialdistributoren für High-Tech-Consumerprodukte entwickelt. Die BHS Binkert GmbH unterhält Vertriebsabkommen mit den wichtigsten Herstellern und ist aufgrund der hervorragenden Geschäftsbeziehungen zu diesen Lieferanten oftmals schon oder auch dann noch in der Lage, Produkte zu liefern, wenn diese dem Handel bei anderen Bezugsquellen noch nicht oder nicht mehr zur Verfügung stehen. Geliefert wird ausschließlich an den Fachhandel in ganz Europa.

Der Distributor erweitert sein Angebot laufend um aktuelle Technikrends und zukunftssträchtige Entwicklungen. Zum umfangreichen Portfolio des Unternehmens zählen Digitalkameras, Camcorder, LCD- und Plasma-Fernsehgeräte, Scanner, Drucker, HiFi- und Heimkinoanlagen, Dokumentenscanner, Software, DVD-Player und -Recorder, Set-Top-Boxen, Sat-Receiver, MP3-Player sowie Multifunktionsgeräte und entsprechende Konver-

genzprodukte. „Im Einkauf greifen wir auf ein internationales Partnernetz zurück“, erläutert Binkert. „Durch die grenzüberschreitende Ausrichtung stellen wir stets günstige Einkaufspreise sicher, und unser rund 40 Personen



Michael Binkert

umfassendes Team gewährleistet schnelle Reaktionszeiten.“ Davon profitieren laut Binkert besonders kleine und mittlere Fachhändler.

„Die Produkte der Zukunft bringen einen erhöhten Beratungsbedarf mit sich, den unserer Meinung nach vor allem der klassische Fachhandel sicherstellen kann“, betonte Binkert. „Deshalb werden wir dieser Zielgrup-



Die BHS Binkert GmbH ist in der Dr.-Rudolf-Eberle-Straße 12 in Laufenburg beheimatet.

pe weiterhin verstärkt unsere Aufmerksamkeit widmen.“ Schon heute hält BHS Binkert eine Reihe spezieller Dienstleistungen bereit, die den Bedürfnissen des Fachhandels entgegenkommen.

So können zum Beispiel Händler, deren Lagerkapazitäten begrenzt sind, das Lager des Distributors mitbenutzen und auch als Verfügbarkeitsanzeige direkt in ihr Online-Shop-Angebot übernehmen. Falls gewünscht, übernimmt BHS Binkert das komplette Fulfillment und liefert Ware, zusammen mit den Lieferdokumenten des Händlers, direkt an den Endkunden. Mit einer eigenen RMA-Abteilung stellt Binkert schließlich sicher, dass Garantie- und Reklamationsfälle schnell und unbürokratisch bearbeitet werden.

Foto und Imaging auf der CeBIT 2007

Ein kleiner Kreis

Zufriedene Aussteller, mehr Fachbesucher – positiv lautet der Tenor des Abschlussberichtes der diesjährigen CeBIT (15. bis 21. März). Obgleich die Ausstelleranzahl im Bereich Foto und Imaging im Vergleich zu den vergangenen Jahren stark zurückgegangen ist, gab es hier und da doch noch einiges an interessanten Neuheiten zu sehen.



Wer sich als Besucher auf der diesjährigen CeBIT für Foto und Imaging interessierte, brauchte sich nicht auf lange Wege einzustellen: In Halle 1 zeigten Hersteller wie Casio, Kodak, Sanyo, Samsung und Panasonic ihre Produktneuheiten rund um das Thema Digitale Fotografie.

„Wir sind mit dem diesjährigen Messeauftritt sehr zufrieden“, so Ricky L. Stewart, General Manager, Samsung Opto Electronics GmbH. Auf dem Samsung-Stand in Halle 1 wurden alle Kamera-Neuheiten des Unternehmens gezeigt. Das Portfolio reichte vom digitalen Spiegelreflex-Modell

GX-10 über Neuheiten der NV-Kompaktkamera-Serie bis zur Multimedia-Kamera Samsung i70 mit Portable Media Player Funktion. Hinzu kamen die beiden Modelle S1050 und S850

für das Einstiegssegment (beide mit 5fach-Zoom) und die kompakten Lifestyle-Kameras L73 und L700. Bilderergebnisse der GX-10 wurden im Rahmen einer Mini-Galerie gezeigt,



Bei Kodak gab es neben innovativen Inkjet-Druckern und den neuen EasyShare Digitalkameras auch digitale Bilderrahmen zu sehen.



Samsung Opto Electronics präsentierte sein breites neues Digital-kamera-Sortiment.

Den Besuchern bot sich die Möglichkeit, alle Modelle live zu testen, Probepilder zu machen und sie direkt auf Monitoren zu begutachten.

und auch Einzelheiten über die Funktionsweise des von Samsung entwickelten optischen Bildstabilisators OPS wurden demonstriert. Den Messebesuchern bot sich die Möglichkeit, alle Modelle live zu testen, Probepilder aufzunehmen und diese sofort auf Monitoren zu begutachten.

Zufrieden mit dem Messeauftritt zeigte sich auch Andreas Lippert, General Manager des Geschäftsbereichs CDG und FPG bei der Kodak GmbH: „Besonders unsere neuen Inkjet-Drucker stoßen auf riesiges Interesse. Die Messebesucher haben sofort verstanden, dass unser Konzept ein Kernproblem des Fotodrucks zu Hause löst, denn mit unseren Systemen können Fotos nicht nur einfach und in echter Kodak-Qualität, sondern auch besonders günstig gedruckt werden.“ Natürlich waren auf dem Kodak-Stand auch die neuen EasyShare Digitalkameras zu sehen. Zudem wurden neue digitale Bilderrahmen mit Größen von 7 bis 10 Zoll präsentiert. Sie sind mit Video- und Musikfunktion ausgestattet, können mit verschiedenen attraktiven Rahmenblenden versehen werden und verfügen je nach Modell über eine Wireless-Fidelity (Wi-Fi) Funktionalität. In Halle 23 präsentierten sich im Rahmen einer Sonderschau des Arbeitskreises Digitale Fotografie auf einem Gemeinschaftsstand u. a. Adobe, Canon, Epson, Fujicolor, Fujifilm, Hasselblad, Phase One und Vertus.

Laut Abschlussbericht der Messe Hannover kamen in diesem Jahr 480.000 Besucher auf die CeBIT, 6.153 Aussteller aus 77 Ländern präsentierten ihre Neuheiten.

Die CeBIT 2008 findet vom 4. bis 9. März statt.



Die Fujicolor Foto-Bestellsoftware gibt es seit der CeBIT nun auch für Mac-Anwender und in der neuen verbesserten PC-Version 2.0.

Wacom zeigt Produkte für die Bildbearbeitung

Wacom hat auf der CeBIT Stifttablets für professionelle Nutzer und Hobbyfotografen gezeigt. Das Cintiq 21UX, mit dem der Anwender per druckempfindlichem Stift direkt auf dem Bildschirm arbeitet, ist für den professionellen Bereich konzipiert.

So auch das Stifttabletsystem Intuos3. Die Serie besteht aus Tablets in verschiedenen Formaten sowie unterschiedlichen Eingabegeräten vom klassischen digitalen Stift bis zum Airbrush. Die Graphire4 Stifttablets sind laut Hersteller ideal für Fotoamateure, die ihre Digitalfotos präzise bearbeiten und optimieren wollen. Wacom Stifttablets übernehmen dabei alle Funktionen einer Computermaus, zusätzlich lassen sich über die Drucksensitivität des digitalen Stiftes besondere Funktionen von Anwendungen intuitiv bedienen.

Anwendern von Microsoft Vista (außer Home Basic) stehen mit einem Stifttablett darüber hinaus auf jedem PC oder Laptop eine Reihe integrierter Stiftfunktionen des Betriebssystems zur Verfügung.

Kingston SDHC-Karten mit 8 GB Kapazität

Kingston Technology hat sein Secure Digital High-Capacity (SDHC) Speicherkarten-Sortiment erweitert. Die neuen SDHC-Speicherkarten mit einer Kapazität von 8 GB bieten drei Geschwindigkeitsklassen (Class 2, 4 und 6). Außerdem sind die 4 GB SDHC-Karten ab sofort in den Geschwindigkeitsklassen 4 und 6 verfügbar, um die



Leistung aktueller Endgeräte mit hochauflösenden Bildern wie Digicams, Camcorder, PDAs, MP3-Player und mehr zu maximieren. Alle Secure Digital Karten von Kingston Technology sind zu 100 Prozent getestet. Kingston bietet eine Garantie von fünf Jahren sowie Kingstons 24 x 7 technischen Support.

Digitaler Fotorahmen Agfaphoto AF5070

Sagem Communication hat zur CeBIT sein Angebot an Agfaphoto-Lizenz-Produkten mit dem neuen digitalen Fotorahmen Agfaphoto AF5070 erweitert. Mit dem AF5070 lassen sich Digitalfotos überall anschauen, ob im Schlafzimmer, im Wohnzimmer oder im Büro. Der AF5070 ist in zwei austauschbaren Rahmen erhältlich – modern, aus schwarzem Plexiglas oder

klassisch und elegant in Leder-Wengeholz-Optik. Der AF5070 hat eine Bildfläche von sieben Zoll und eine Auflösung von 483 x 234 Pixel. Die Fotos werden als Dia-Show angezeigt. Dazu muss lediglich die Speicherkarte in das 5-in-1-Kartenlesegerät (SD/MMC/MS/CF/MS Pro) oder ein USB-Stick in den USB-Port des Rahmens eingesteckt werden. Neben Fotodateien kann der Rahmen auch Textdokumente (.txt) lesen. Zudem zeigt er Kalender und Uhrzeit an.

Zum Lieferumfang des Fotorahmens gehört eine Fernbedienung. Sagem Communication vertreibt den digitalen Fotorahmen auch unter der Marke Sagem als Sagem PF507.



Der T-Com FotoFinder

Lösung für die Archivierung von Digitalbildern

T-Com hat auf der CeBIT 2007 mit dem FotoFinder eine innovative Lösung zum Archivieren und Verwalten digitaler Bilder vorgestellt. Mit Hilfe der Web-service-Applikation FotoFinder lädt der Nutzer seine Bilder direkt in eine Mediathek im Internet.

Wesentlicher Bestandteil des FotoFinders ist eine automatische Bildanalyse, auf deren Basis das Programm zur Beschreibung eines Bildes definierte Textbausteine vorschlägt. Die Software erkennt beispielsweise auf einem Gruppenfoto die Gesichter und bietet die Möglichkeit, die Namen der Personen individuell zu ergänzen. Bei vielen Motiven müssen die Texte nicht manuell eingegeben werden, sondern lassen sich per Mausklick aus einer Liste hinterlegter Begriffe auswählen. Weiterer Vorteil: In der zentralen Datenbank sind die Fotos vor dem Verlust etwa durch einen Festplattencrash des eigenen Rechners wirkungsvoll geschützt.

Ganz neue Möglichkeiten eröffnet der FotoFinder bei der Suche nach den im Archiv gespeicherten Aufnahmen. Die Fotos lassen sich im digitalen Archiv nicht nur auf der Basis des Eingabedatums und von Stichworten suchen. Das intelligente Analyseprogramm ermöglicht es auch, anhand eines Beispielbildes, etwa der Aufnahme einer bestimmten Person, alle im Archiv hinterlegten Bilder zu finden, auf denen diese Person ebenfalls



Wer kennt das nicht: Man hat keine Zeit, die vielen digitalen Fotos zu sortieren und korrekt zu benennen, und so landen die Daten mehr oder weniger unsortiert auf der Festplatte.

zu sehen ist. Auf diese Weise lassen sich beispielsweise aus der Datenbank in kürzester Zeit alle Bilder vom letzten Urlaub aufrufen, auf denen die Kinder am Strand spielen. Während der Nutzung des FotoFinders zählt das System, wie häufig die Bilder aufgerufen werden und erstellt ein Ranking der beliebtesten Bilder. Dieses Lösungsmodul ist zum Beispiel für geschlossene Nutzergruppen interessant, die gemeinsame Fotosammlungen in der Mediathek verwalten.

Spontane Videoshows auch unterwegs

Darüber hinaus bietet T-Com seit der CeBIT ebenfalls den neuen Service „Home in your Pocket“ an, der spontane Videoshows auch unterwegs ermöglicht. Die Idee für das neue Angebot beruht auf der Erkenntnis, dass einerseits bei vielen Menschen die Sammlung digitaler Videofilme auf der eigenen Festplatte unentwegt

wächst, andererseits aber oftmals komplizierte Remote-Konfigurationen es erschweren, spontan unterwegs die Fotos oder Videos vom Wochenendausflug zu zeigen. „Home in your Pocket“ löst dieses Problem: Wer unterwegs ist, kann künftig seine gesamten multimedialen Daten über ein webfähiges Endgerät mit Breitbandzugang via Festnetz beziehungsweise per Mobilfunk abrufen.

Herzstück von „Home in your Pocket“ ist eine intelligente externe Festplatte mit entsprechender Software als Ergänzung zum Router im Heimnetzwerk. Damit funktioniert der Austausch und Abruf von Dateien auch ohne eingeschalteten PC. Der Fernabruf per „Home in your Pocket“ lässt sich über das Portal „Mein T-Online“ oder via Handy mit web'n'walk nutzen. Neben dem Download und Abspielen von Dateien ist auch die Integration von Web-Kameras möglich. Damit empfiehlt sich „Home in your

Pocket“ darüber hinaus als komfortable Möglichkeit, die eigenen vier Wände zu kontrollieren. Über das Portal lassen sich zudem Zugriffsrechte verwalten, um Inhalte als privat zu kennzeichnen oder sie Freunden, der Familie und anderen Internetnutzern zugänglich zu machen. Über den einfachen Austausch entsteht so eine „Home in your Pocket“-Community. Um Multimediadaten auch auf mobilen Geräten komfortabel nutzen zu können, hat T-Com die Lösung um eine Streamingfunktion ergänzt. Dabei werden die Videoinhalte für das optimale Multimediaerlebnis der Leistungsstärke von Internetverbindung und Endgerät angepasst. Für den komfortablen Zugriff auf die Multimediadaten an fremden Endgeräten bietet T-Com alternativ zum Portal auch einen „USB-Stick“ mit mobilem

Neues Zubehör für Sony Ericsson Cyber-shot-Handys

Sony Ericsson hat auf der CeBIT 2007 das IPK-100 gezeigt, das speziell für die Benutzer von Cyber-shot-Handys entwickelt wurde. Das IPK-100, bestehend aus Handy-Tasche und Mikro-Stativ, erweitert die Einsatzmöglichkeiten eines Kamerahandys und macht das Fotografieren komfortabler. Um qualitativ gute Bilder via Selbstauslöser zu schießen oder problemlos Videos aufzunehmen, befestigt man das Cyber-shot-Handy auf dem Mikro-Stativ, das für sicheren Halt sorgt. Gummifüße an den flexiblen Stativbeinen verhindern das Wegrutschen. Für Schutz sorgt das stilvolle Handy-Etui, das wahlweise am Gürtel befestigt oder in der Tasche getragen werden kann. So dient es gleichzeitig auch als Accessoire. Das IPK-100 bildet laut Hersteller eine optimale Ergänzung für Cyber-shot-Handys wie die Modelle K810i, K550i oder das K800i. Das IPK-100 kommt im zweiten Quartal auf den Markt.



Client. Einmal an PC oder Notebook angesteckt, öffnet sich die Anwendung automatisch und die gewünsch-

ten Dateien werden abgespielt. Bei Beendigung des Programms verbleiben keine Spuren auf dem Rechner.

Das Highlight des Jahres.

IFA 2007. Das Business-Event für Consumer Electronics.

IFA



Berlin, 31. August – 5. September 2007

www.ifa-berlin.de

Nikon Einstieiger-SLR

D40x mit zahlreichen Exklusiv-Technologien

Nikon hat seine D-SLR-Familie im Einstiegsbereich mit der D40x erweitert und trägt somit dem wachsenden Marktpotential in diesem Segment Rechnung. Als Schwestermodell der Nikon D40 verbindet die D40x nach Angaben des Unternehmens X-tra Auflösung und X-tra Bedienkomfort mit der Handlichkeit eines außergewöhnlich kleinen Kameragehäuses.

Als mögliche Zielgruppen für die neue Kamera sieht Nikon zunächst einmal Benutzer digitaler Kompaktkameras, die ihre Kreativität ausweiten wollen und höchste Auflösung wünschen, aber weiterhin äußerst komfortable Handhabung erwarten. Weiterhin sollten ebenfalls Benutzer digitaler Kompaktkameras angesprochen werden, die kürzere Reaktionszeiten wünschen (Auslöseverzögerung, Einschaltzeit), und auch Benutzer analoger Spiegelreflexkameras, die auf eine kompakte, besonders leichte und



komfortabel zu bedienende D-SLR mit sehr hoher Auflösung gewartet haben, um in die digitale Fotografie einzusteigen, sind potentielle Käufer. Während die D40x die kompakte Form und Portabilität der D40 übernimmt, übertrifft sie dank ihres hoch-

auflösenden CCD-Sensors von 10,2 Megapixeln ihr Schwestermodell in puncto Detailreichtum. Auch die Nikon-exklusive 3D-Color-Matrixmessung II, die hochentwickelten Bildverarbeitungsalgorithmen und die laut Hersteller unübertroffene Weißabgleichsautomatik sorgen für hervorragende Bildqualität. Dank des ergonomischen Designs und des klaren Bedienkonzepts gewinnen selbst unerfahrene Benutzer intuitiven Zugang zu den Funktionen. Bei der D40x ist die Bedienungsanleitung direkt in die Kamera „eingebaut“ und kann über eine Hilfetaste aktiviert werden. Mit dem Menüpunkt „Bildbearbeitung“ können Bilder bereits in der Kamera optimiert werden.

Nikon D40x

Pluspunkte

+ Ultrakompakte Kamera mit hoher Auflösung für den Einstieg in die digitale SLR-Fotografie

Ausstattung

- Auflösung: 10,2 Megapixel
- Sensor: CCD, 23,6 x 15,8 mm
- Monitor: 6,4 cm/2,5 Zoll/230.000 Pixel
- ISO-Empfindlichkeit: 100–1.600
- Speicherkarte: SD/SDHC
- 17 Individualfunktionen
- Kameraintegrierte Bildbearbeitungsmöglichkeiten
- Eingebauter Fotocoach mit Bildbeispielen und Hilfetexten

UVP: 859 Euro als D40x Kit mit AF-S DX 3.5-5.6/18-55 mm G ED II
Lieferbar: voraussichtlich Ende März

Neues Nikon DX-Telezoom 55–200 mm mit Bildstabilisierung

Nikon hat auch das neue Tele-Zoomobjektiv AF-S DX VR 4–5.6/55–200 mm G IF-ED mit VR-Bildstabilisierung vorgestellt. Das kompakte (Länge zirka 100 mm, Durchmesser zirka 73 mm) Objektiv bietet Nikon VR-Technik zur Reduzierung von Verwacklungsunschärfen. Der Silent Wave Motor arbeitet schnell und präzise. Der Zoombereich entspricht einem Kleinbildäquivalent 82,5 bis 300 mm. Die Naheinstellgrenze liegt bei 1,1 m. Durch die aufwendige optische Konstruktion mit 15 Linsen und Nikon ED-Glas für verbesserte Farb- und Kontrastdarstellung ist in



jeder Situation hohe Bildqualität gewährleistet. Die sieben abgerundeten Blendenlamellen sorgen für eine nahezu natürlich wirkende Darstellung von Unschärfebereichen.

Nikon: Power für den Fotohandel

COOLPIX Offensive

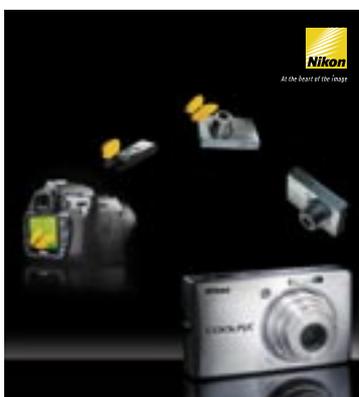
Mit einem neuen Sortiment von COOLPIX-Kameras und einem neuen Logo für die Kompaktkamera-Marke ist Nikon ins Jahr 2007 gestartet. Seit Mitte März soll eine 200 Millionen Kontakte starke Mediakampagne die Nachfrage ankurbeln. Dazu gibt es massive Unterstützung für den Fotohandel, unter anderem durch attraktives PoS-Material.

Zehn Jahre nach Einführung der Kompaktkamera-Marke COOLPIX will Nikon seine Marktposition in diesem Segment deutlich ausbauen. Diesem Zweck dient eine gezielte Kommunikations-Offensive.

Unter dem Motto „COOLPIX – Alles, was eine Nikon ausmacht“ werden die wesentlichen Qualitätsmerkmale der Marke betont: hochwertige Verarbeitung in Verbindung mit Design, großer Leistung, modernster Technologie und Benutzerfreundlichkeit. Ein achtseitiger Beileger in regionalen

und überregionalen Tageszeitungen soll die neue COOLPIX-Generation vorstellen und eine Brücke zu digitalen Spiegelreflex-Kameras, Zubehör und Ferngläsern schlagen.

Auch in elektronischen Medien sind die neuen Nikon Kompaktkameras mit Online-Bannern, SMS und E-Mail präsent – 20 Millionen Kontakte werden hier erwartet. Mit 155 Millionen Kontakten der wichtigste Multiplikator sind 30 Sekunden lange Radiospots, mit denen die neue COOLPIX-Generation deutschlandweit beworben wird.



KONZENTRIERTES NIKON KNOW-HOW



Einfach fotografieren wie die Profis

Wir machen mehr aus Ihren Bildern. Das können nicht nur Profis zu schätzen, die weltweit auf Nikon setzen. Auch Sie überzeugen mit dem Charakter und erreichen neue Bildmotive. Profitieren auch Sie vom Nikon Know-How. Jetzt ist die beste Zeit, um Ihre Kamera mehr Spaß und Fotografieren zu machen.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.nikon.de

3 Nikon Technologien

- 1. **Super-NiCd-Lithium-Batterie**
- 2. **Leistung des COOLPIX-Systems**
- 3. **COOLPIX-System**

Bildstabilisator

WiFi Kabellose Bildübertragung

Pictmotion Kreative Diashow

Hohe Sensorempfindlichkeit

Professionelle Nikon Technologien in kompakter Form

Als Experte in der Welt der Spiegelreflex- und Kompaktkameras haben wir stets an der Spitze – mit besonderen Kompetenzen und Nikon, die Partner für gute Bilder sind die Welt mit Ihren Augen. Sie sollen einfach nur gute Bilder machen! Unsere Technologien haben Ihnen dabei – jederzeit. **COOLPIX – ALLES, WAS SIE FROM AUSMACHT**

Innovation und Styling mit Nikon Kompetenz

Schöne Kunden, raffinierte Konstruktionen und attraktive Technik prägen die Nikon COOLPIX Style-Serie aus.

Ideal für Amateure: Die COOLPIX Performance-Serie eröffnet unglaubliche Möglichkeiten. Ein kompakter Wechselobjektiv oder Wechselobjektiv Nikon-Objektive erweitern die kreativen Fähigkeiten der COOLPIX P5000.

Entern einfach für Einsteiger – die Nikon COOLPIX Life-Serie.

COOLPIX L10

- 10,1 Millionen Pixel
- 2,5 Zoll LCD-Display
- 2,8 bis 117 mm Wechselobjektiv
- 100 Bilder pro Sekunde

COOLPIX L11

- 10,1 Millionen Pixel
- 2,5 Zoll LCD-Display
- 2,8 bis 117 mm Wechselobjektiv
- 100 Bilder pro Sekunde

COOLPIX L12

- 10,1 Millionen Pixel
- 2,5 Zoll LCD-Display
- 2,8 bis 117 mm Wechselobjektiv
- 100 Bilder pro Sekunde

COOLPIX S200

- 10,1 Millionen Pixel
- 2,5 Zoll LCD-Display
- 2,8 bis 117 mm Wechselobjektiv
- 100 Bilder pro Sekunde

COOLPIX S500

- 10,1 Millionen Pixel
- 2,5 Zoll LCD-Display
- 2,8 bis 117 mm Wechselobjektiv
- 100 Bilder pro Sekunde

COOLPIX S50

- 10,1 Millionen Pixel
- 2,5 Zoll LCD-Display
- 2,8 bis 117 mm Wechselobjektiv
- 100 Bilder pro Sekunde

Mit einem ansprechend gestalteten achtseitigen Zeitungsbeileger, der in auflagenstarken regionalen und überregionalen Tageszeitungen beigelegt wird, werden Nikon COOLPIX Kameras dem Endkunden nähergebracht.

Mit allem, was eine Nikon ausmacht

Die neue COOLPIX-Generation

Das aktuelle COOLPIX-Sortiment besteht aus sieben brandneuen Modellen in drei Produktlinien für unterschiedliche Zielgruppen. Fünf Piktogramme machen sofort erkennbar, mit welchen Nikon-Technologien die Kamera ausgestattet ist. Für alle Modelle gibt es gute Verkaufsargumente.

COOLPIX L

Die L-Serie ist ideal für Einsteiger, die auf einfache Weise gute Bilder machen wollen. Sie bietet wie alle COOLPIX-Kameras die drei Nikon-Technologien „Erweiterte Rote-Augen-

Korrektur“, „D-Lighting“ und „Portrait-Autofokus“ sowie hohe Lichtempfindlichkeiten von ISO 800 bzw. ISO 1.600.

COOLPIX S

Die Serie für designorientierte Fotografen. Im kompakten Metallgehäuse stecken eine reichhaltige Ausstattung und ein Bildstabilisator. Das Top-Modell S50C ist sogar WLAN-fähig.

COOLPIX P

Für anspruchsvolle Fotografen, die Ausstattung auf dem neuesten Stand der Technik und manuelle Funktionen

für hohe Kreativität wünschen. Zur P5000 gibt es reichhaltiges Zubehör wie Objektiv-Vorsätze und externe Blitzgeräte mit i-TTL-Steuerung.

Technik auf den ersten Blick

Mit markanten Piktogrammen macht Nikon auf den ersten Blick deutlich, welche Technologien in den verschiedenen COOLPIX-Modellen stecken.

Drei Technologien in einem Logo

Dieses Piktogramm steht für gleich drei Nikon-Technologien:



imaging+foto-contact hat Markus Hillebrand, Manager Communication/PR bei Nikon, einige Fragen zur COOLPIX-Offensive gestellt:



imaging+foto-contact: Sie machen in diesem Frühjahr für COOLPIX richtig Werbedruck. Welche Aussage steht dabei im Mittelpunkt?

M. Hillebrand: Seit zehn Jahren steht COOLPIX für leistungsfähige Spitzenkameras. Mit unserer Kampagne wollen wir deutlich machen, dass auch in unseren Kompaktmodellen das über Jahrzehnte entwickelte Know-how steckt, das Nikon SLR-Kameras bei Profis und Amateuren erfolgreich gemacht hat. Denn auch in den COOLPIX-Modellen

Nikon-Kompetenz zeigen

stecken unsere eigenen Technologien. Das drückt der Slogan aus: „Alles, was eine Nikon ausmacht“.

imaging+foto-contact: Warum ein neues Markenlogo?

M. Hillebrand: Das neu gestaltete COOLPIX-Logo symbolisiert die wesentlichen Merkmale der Marke: Es hat sanfte Kurven und scharfe, schmale Linien, und die Form der Buchstaben erinnert an den Meißel eines Bildhauers. Damit werden die Handwerkskunst und die Technologie, die in Nikon-Produkten stecken, noch deutlicher visualisiert.

imaging+foto-contact: Drücken sich diese Stärken auch in Ihrem neuen Sortiment aus?

M. Hillebrand: Unser neues COOLPIX-Sortiment bietet mit den drei Produktlinien Life, Style und Performance für jede Zielgruppe die passende Kamera. Dabei sind bereits die Ein-

steiger-Modelle mit wichtigen Nikon-Technologien ausgestattet. Wir sind sicher, dass wir damit unsere Marktposition wesentlich verbessern können.

imaging+foto-contact: Welche Ziele streben Sie im Kompaktkamerabereich an?

M. Hillebrand: Wir glauben, dass mit weiteren Produktneuheiten eine deutliche Verbesserung unserer Marktposition bis Ende dieses Jahres ein realistisches Ziel ist. Im Jahr 2008 wollen wir uns weiter steigern.

imaging+foto-contact: Und bei den Spiegelreflex-Kameras?

M. Hillebrand: Hier haben wir Ende letzten Jahres mit der Nikon D40 einen Bestseller eingeführt und gerade mit der D40X noch einmal nachgelegt. Daran können Sie sehen, dass wir Ambitionen haben, unsere starke Position in diesem Segment weiter auszubauen.

Die erweiterte Rote-Augen-Korrektur, mit der die Kamera rote Augen erkennt und die Bilder automatisch korrigiert.

D-Lighting Helligkeitskorrektur für die Aufhellung dunkler Bildpartien ohne Einfluss auf richtig belichtete Bereiche.

Portrait-Autofokus: Gesichter werden automatisch erkannt und scharf gestellt.

Bildstabilisator

Für schärfere Bilder durch Kompensation von Verwacklungen. Die COOLPIX-Modelle L12, S500, S50C und P5000 sind mit einem optischen System, die ultra-



kompakte S200 mit elektronischem Stabilisator ausgestattet.

Hohe Sensor-Empfindlichkeit

Für kurze Belichtungszeiten bei ungünstigen Lichtverhältnissen und zum „Einfrieren“ von rasanten Motiven. Bereits die COOLPIX L10 und L11 bieten ISO 800, die COOLPIX P5000 schafft sogar ISO 3.200.



WiFi-Bildübertragung

Für kabelloses Senden der Dateien zum Computer – und mit Hilfe eines Adapters sogar zu einem Drucker.



Pictmotion Kreative Diashow

Sie macht aus den in der Kamera gespeicherten Aufnahmen automatisch eine beeindruckende Präsentation mit Schwenks, Zoomeffekten und Hintergrund-Musik.



Picture Project Software

Alle COOLPIX-Kameras werden mit der Picture Project Software ausgeliefert. Sie bietet intuitiv zu bedienende Funktionen zum Importieren, Organisieren, Bearbeiten und Drucken der digitalen Aufnahmen, vereinfacht das Anhängen von Bildern an E-Mails, das Anpassen der Dateigröße und das Brennen der Fotos auf CD/DVD.

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

COOLPIX am Point of Sale

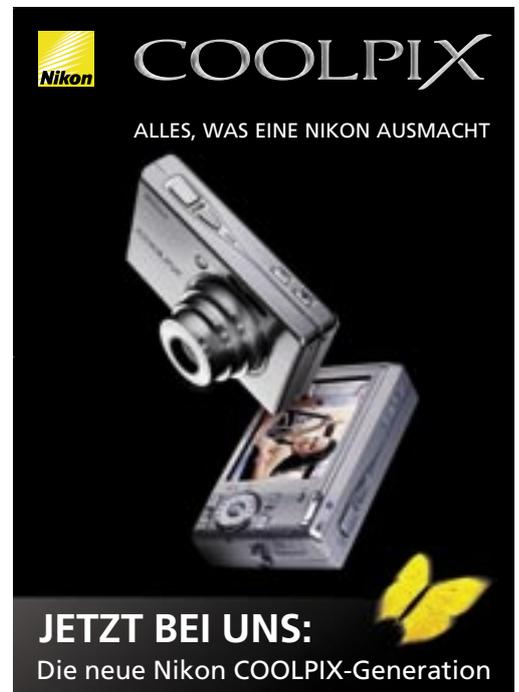
Der große Auftritt

Mit einem umfassenden Sortiment von Werbemitteln für den PoS unterstützt Nikon den Fotohandel bei der Präsentation der COOLPIX-Kameras. Die verschiedenen Elemente sehen nicht nur gut aus, sondern machen auch die besonderen Vorteile der neuen Kamera-Generation deutlich.

Große Fahnen zeigen nicht nur die sieben neuen COOLPIX-Modelle, sondern auch die wichtigen Technologien und ihre Vorteile. Sie können sowohl im Geschäft als auch für die Schaufenster-Dekoration eingesetzt werden. Dazu gibt es Straßenstopper, Deko-Würfel und Fensteraufkleber. Alle Elemente zeigen sich nicht nur in der Nikon-typischen Kombination von

gelb und schwarz, sondern bieten durch die Einbindung des visuellen Auftritts aus der Mediapromotion eine hohe Wiedererkennbarkeit. Der Jahreszeit entsprechend ist der gelbe Schmetterling ein besonderer Blickfang – er findet sich nicht nur auf den Präsentationsmitteln, sondern steht auch als Deko-Material zur Verfügung.

Alle Elemente des aufmerksamkeitsstarken COOLPIX-PoS-Auftritts passen perfekt zu den Deko-Materialien für die Nikon SLR Kameras. Damit bietet sich dem Fotohandel die Möglichkeit, von der gesamten Imaging-Kompetenz von Nikon zu profitieren und deutlich zu machen, dass der Slogan „Alles, was eine Nikon ausmacht“ für das gesamte Sortiment dieser Weltmarke zutrifft.



Großflächige Plakate für das Schaufenster oder Geschäft gehören ebenfalls zu dem aufwendigen Nikon-Werbeauftritt. Alle Werbemittel der aufmerksamkeitsstarken COOLPIX-Kampagne sind perfekt aufeinander abgestimmt – der gelbe Schmetterling zieht sich wie ein „gelber“ Faden durch die gesamte Aktion.



COOLPIX-Fahnen stehen dem Fotohandel in unterschiedlichen Ausführungen und mit verschiedenen Motiven zur Verfügung. Sie sind echte „Hingucker“ und können sowohl im Verkaufsraum als auch im Schaufenster eingesetzt werden.

Jetzt

Die Auflage ist erfahrungsgemäß schnell vergriffen.

bestellen!

Die große Werbeaktion zur Foto-Sommersaison.

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

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

Das attraktive Werbemittel für den Fotohandel – mit klarem Markenartikel-Konzept!



Sichern Sie sich jetzt Ihre Exemplare der Broschüre

FOTO-SOMMER 2007

Senden Sie den Bestellcoupon einfach per Fax an:

0 21 02 - 20 27 90

oder per Post an:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

FOTO-SOMMER 2007

**Postfach 1229
40832 Ratingen**

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

FOTO-SOMMER 2007

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

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

Wir wünschen einen Firmeneindruck. Wir wünschen eine eigene Preisliste.

Absender/Firma:

Name des Sachbearbeiters:

Postfach/Straße: PLZ/Ort:

Datum: Unterschrift:

Für Rückfragen: Tel. Nr.:

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

Neues für das E-System

Olympus stellt Kameras und Objektive vor

Olympus hat auf der PMA in Las Vegas einige Erweiterungen für das E-System angekündigt. Dazu zählen die beiden neuen digitalen Spiegelreflexkameras E-410 und E-510 mit mechanischem Bildstabilisator sowie das neue Flaggschiff des Olympus E-Systems – der Nachfolger der legendären E-1 – das im Laufe des Jahres vorgestellt werden soll. Alle drei Modelle sind mit Live View sowie einem verbesserten LCD-Display ausgestattet und sollen einen neuen Standard hinsichtlich der Benutzerfreundlichkeit setzen.

Abgerundet wird der Ausbau des Olympus E-Systems durch vier neue Zuiko Digital Objektive und einen Telekonverter. Neues gab es außerdem in der μ -Serie. Hier stellte Olympus das Modell μ 780 vor, das vor allem durch sein elegantes Gehäuse und das integrierte Fünffach-Zoomobjektiv 36–180 mm auffällt.

Zielsetzungen erfüllt

„Erstklassige Ergebnisse, intuitives Design sowie jederzeit und an jedem Ort höchste Zuverlässigkeit, das waren die Zielsetzungen, die die neuen Kameras des E-Systems erfüllen mussten“, erklärte Michael Handa, Executive Managing Director, Olympus Imaging Europa, bei der Präsentation der Neuheiten. „Unser



In diesem Jahr wird das Olympus E-System mit neuen Objektiven und dem Nachfolgemodell der legendären professionellen Olympus E-1 noch weiter ausgebaut.

F&E-Team hat unglaubliche Arbeit geleistet. Der Beweis, den man sich auf der PMA schon mal ansehen kann, liegt auf der Hand: Die D-SLR-Fotografie hat sich dank des Four Thirds Standards und des E-Systems weiter entwickelt.“ Olympus sei mit diesem System in der Lage, Leistungsmerkmale zu erreichen, die bei konventionellen SLR-Systemen so nicht möglich seien. Handa: „Warum also sollten sich

Profis selbst Beschränkungen auferlegen? Wir haben die Lösungen und werden auch weiterhin Technologien entwickeln, die für größte Zuverlässigkeit sorgen sowie durch eine hervorragende Leistung überzeugen werden.“

Überlegene Features

Mit dem Ausbau des E-Systems setzt Olympus die Geschichte, die im Herbst 2003 begann, fort. Als die weltweit erste digitale SLR, die auf



Die Olympus E-510 und die Olympus E-410 sind die jüngsten Kameras des Systems.

Olympus E-410

Pluspunkte

+ Ultrakompakte und leichte Kamera mit Live View für das Four Thirds System

Ausstattung

- Auflösung: 10 Megapixel
- Sensor: LiveMOS
- Monitor: 6,4 cm/2,5 Zoll
- Stabilisator: nein
- Speicherkarte: xD- und CF
- Sensor-Staubschutz: ja
- Neuer Prozessor
- 32 Aufnahmeprogramme



UVP: bei Redaktionsschluß nicht bekannt
Lieferbar: ab Juni

Olympus E-510

Pluspunkte

+ Vielseitige Kamera mit mechanischem Bildstabilisator und Live View

Ausstattung

- Auflösung: 10 Megapixel
- Sensor: LiveMOS
- Monitor: 6,4 cm/2,5 Zoll
- Stabilisator: ja, mechanisch
- Sensor-Staubschutz: ja
- 28 Aufnahmeprogramme
- Bis zu drei Bilder pro Sekunde
- Neuer Bildprozessor



UVP: bei Redaktionsschluß nicht bekannt
Lieferbar: ab Juni

dem Four Thirds Standard basierte und somit vollständig nach den Anforderungen der Digitalfotografie konzipiert war, markierte die E-1 den Beginn einer neuen Ära. Heute lebt die mit zahlreichen Auszeichnungen versehene Kamera in der E-410 mit ihrem leichten und kompakten Gehäuse sowie in der E-510, die durch innovative Technologien wie dem mechanischen Bildstabilisator überzeugt, fort.

Ausgestattet mit den überlegenen Features, die die E-1 zum Maßstab für digitale SLRs machten, wird der Nachfolger darüber hinaus zahlreiche neue Funktionen, ein robustes Design für den täglichen Profi-Einsatz, verbesserte technische Details und größere Systemerweiterbarkeit bieten.

Große Objektivauswahl

Mit ihren 17 Produkten offeriert die Zuiko Digital Objektivreihe heute die weltweit größte Anzahl speziell für

die Digitalfotografie entwickelter Objektive. Derzeit arbeitet Olympus an vier neuen Objektiven für das E-System. Drei davon werden mit dem neuartigen, superschnellen SWD (Supersonic Wave Drive) Autofokus ausgestattet sein. In Kombination mit dem E-1 Nachfolgemodell gehören diese Objektive dann zu den weltweit schnellsten Autofokussystemen. Das vierte Objektiv wird sich durch extreme Teleleistung in äußerst kompakter Bauweise auszeichnen. Darüber hinaus erweitert zukünftig ein Zweifach-Telekonverter die Palette des Zubehörs für das E-System.

Die wichtigsten Leistungsmerkmale der angekündigten Objektive:

- Zuiko Digital ED 2,8–4,0/12–60 mm SWD (24–120 mm entsprechend Kleinbild): Fünffach-Zoom, extremer Weitwinkel ab 12 mm (24 mm KB), Supersonic Wave Drive AF System.
- Zuiko Digital ED 2,8–3,5/50–200



PHOTO+
MEDIENFORUM
KIEL

STIPENDIUM!

Für was?

Externe Vorbereitung auf die
Gesellenprüfung zum Fotografen

Wann?

13. August 2007 - Januar 2010

Von wem?

fotografeninnung

OLYMPUS

Two Visions. One Future.

PENTAX



PHOTO+
MEDIENFORUM
KIEL

Wo gibt's Infos?

www.photomedienforum.de

oder direkt beim

PHOTO+MEDIENFORUM KIEL

Feldstr. 9-11, 24105 Kiel

Tel.: 0431/ 57 97 0 0

mail@photomedienforum.de



Neuheiten

mm SWD (100–400 mm entsprechend KB): Vierfach-Zoom, Supersonic Wave Drive AF System.

- Zuiko Digital ED 2,0/14–35 mm SWD (28–70 mm entsprechend KB): äußerst lichtstark über den gesamten Brennweitenbereich, 2,5fach-Zoom, Supersonic Wave Drive AF System.
- Zuiko Digital ED 4,0–5,6/70–300 mm (140–600 mm entsprechend KB): 4,3fach-Zoom, extremes Tele bis 300 mm (600 mm KB).
- Zuiko Digital Zweifach-Telekonverter EC-20: verdoppelt die Brennweite des verwendeten Objektivs.

Neue Olympus μ 780

Neu im Olympus Sortiment ist schließlich die μ 780, die mit einem wetterfesten Gehäuse in den Farben Silber oder Schwarz angeboten und vom Hersteller als elegant, leistungsstark und widerstandsfähig beschrieben wird. Für eine enorme Vielsei-

tigkeit bei der Wahl des Bildausschnitts sorgt das Fünffach-Zoomobjektiv (entspricht 36–180 mm Kleinbild), mit dem auch bei ausgefahrenem Teleobjektiv dank Dual Image Stabilization scharfe Aufnahmen möglich sind.

Die Schattenaufhellung (Shadow Adjustment Technologie) verbessert die Belichtung von Aufnahmen mit dunklen Bereichen. Hierbei kommt ein Prozessor zum Einsatz, der ähnlich dem menschlichen Auge funktioniert: Dunkle Bereiche, zum Beispiel Schatten unter einem Baum, werden erkannt und aufgehellt. Dieser Prozessor bewirkt zudem eine höhere Geschwin-



Olympus Master Software liegt jetzt in Version 2.0 vor

Olympus hat die Software Olympus Master überarbeitet. Dank zahlreicher neuer beziehungsweise optimierter Leistungsmerkmale lassen sich digitale Aufnahmen jetzt noch einfacher und besser verwalten als bisher. Olympus Master 2.0 wird seit Anfang des Jahres zusammen mit jeder neuen aktuellen Digitalkamera ausgeliefert. Die Software ist laut Hersteller ganz einfach zu handhaben und bietet eine Reihe interessanter Funktionen. Dank des integrierten Quick Start Guides werden gleich von Anfang an und ohne großen Aufwand hervorragende Ergebnisse erzielt. Die Timeline-Funktion sorgt für eine chronologische Anordnung der Aufnahmen, die so noch leichter wiederzufinden sind. Für erfahrene Anwender stehen die Histogramm-Funktion und das ausgeklügelte Farbmanagement bereit. Darüber hinaus bietet die Software jetzt die Möglichkeit, RSS-Feeds von Olympus zu empfangen. So erhalten Nutzer immer die aktuellsten Meldungen von Olympus aus erster Hand. Darüber hinaus gibt es auch einige Add-ons zu diesem Software-Update: Mit Hilfe des „Muvée Pack“ zum Beispiel lassen sich aus Bildern und Clips ganz einfach sehenswerte Videos erstellen. Das „Muvée Pack“ steht 15 Tage lang zum kostenlosen Test zur Verfügung. Zum Preis von 49 Euro lässt es sich danach online freischalten. Wer im Besitz einer Olympus xD-Picture Card mit entsprechendem Zugangscode ist, kann sich zusätzlich – und kostenlos – das „xD Pack“ mit einer Reihe weiterer Spezialfunktionen wie 3D oder neue Art-Effekte herunterladen. Für die Benutzerführung der Software stehen 29 Sprachen zur Auswahl. Olympus Master 2.0 ist mit den Betriebssystemen Windows (bis Vista) und Mac OS (bis OS X Tiger) kompatibel.

Olympus μ 780

Pluspunkte

- + Elegante Kompaktkamera mit wetterfestem Gehäuse und 25 Menüsprachen

Ausstattung

- Auflösung: 7,1 Megapixel
- Objektiv: 35–180 mm
- Monitor: 6,4 cm/2,5 Zoll
- Stabilisator: ja, mechanisch
- 20 Aufnahmeprogramme
- BrightCapture Technologie
- 25 Menüsprachen

**UVP: bei Redaktionsschluß nicht bekannt
Lieferbar: ab Ende April**

digkeit bei der internen Datenverarbeitung, ein geringeres Rauschverhalten bei hohen ISO-Werten sowie einen geringeren Stromverbrauch. Auch die Fotografier im Dunkeln ist mit der μ 780 kein Problem, denn durch die integrierte BrightCapture Technologie ist die Wahl des Bildausschnitts selbst bei wenig Licht ganz einfach.

Das ergonomische Design und die anwenderfreundliche Menüführung unterstützen die einfache Bedienbarkeit. Für einen schnellen und einfachen Transfer der Bilddaten auf PC oder Drucker steht ein USB 2.0 High Speed Port (bis zu 480 Mbit/s) zur Verfügung. 20 Aufnahmeprogramme, darunter Kerzenlicht, vorhandenes Licht und diverse Unterwassermodi, gewährleisten schnell und einfach die jeweils besten Einstellungen für die verschiedensten Fotosituationen.

25 Sprachen stehen kameraseitig für die Menüanzeige zur Auswahl und erleichtern dem Handel so den Verkauf des Produktes an ausländische Kunden oder an Menschen mit Migrantenhintergrund. Zur Sicherung der Bilder und Videos ist die μ 780 mit einem internen Speicher sowie einem Kartenfach für xD-Picture Cards ausgestattet.

Schnell - schneller - Lexar

Speichermedien mit hoher Geschwindigkeit und Kapazität



Will man die modernen Digitalkameras mit ihren hohen Auflösungen optimal nutzen, sollte auch bei den Speichermedien nicht am falschen Ende gespart werden. Die hohen Datenmengen verlangen nach geeigneten Speichermedien mit hoher Kapazität und Verarbeitungs-Geschwindigkeit. Lexar, einer der führenden Anbieter von fortschrittlichen Speichermedien und Zubehör, hat in seinem Produktportfolio die passende Lösung für anspruchsvolle Anwender.

300x CF-Karte

Mit den neuen Professional UDMA (Ultra Direct Memory Access) Speicherkarten ergänzt Lexar seine preisgekrönte Serie professioneller High-Performance Karten. Sie überzeugen mit einer durchgängigen Mindestschreibgeschwindigkeit von 45 MB/s und verbessern maßgeblich den Workflow in der digitalen Fotografie. Werden sie zusammen mit einem UDMA-fähigen Gerät genutzt, redu-

ziert sich zudem die Zeit für den Download der Fotos auf den PC erheblich. Insgesamt ist die Performance der neuen Lexar Professional UDMA-Karten um 125% besser als die der 133x CF-Produktlinie, sofern sie in einem UDMA-fähigen Gerät genutzt werden. Die neuen Karten sind verfügbar in Kapazitäten von 2 GB, 4 GB und 8 GB.

133x SDHC-Karte mit 4 GB

Die neue Karte mit einer Kapazität von 4 GB wurde speziell für Fotografen entwickelt, die mit SDHC-fähigen digitalen SLR-Kameras große Mengen hochauflösender Bilder erfassen möchten. Dank einer durchgängigen Mindestschreibgeschwindigkeit von 20 MB pro Sekunde konnte der Arbeitsablauf sowohl beim Fotografieren als auch beim Download der Bilder erheblich verkürzt werden.

Zehn Jahre Garantie

Wie alle Produkte aus der Lexar Professional-Linie verfügen auch die neuen CF- und SDHC-Karten über zehnjährige Garantie, kostenlosen technischen Support und ein umfassendes Software-Paket.

Professionelle Lesegeräte

Die zwei neuesten Kartenleser von Lexar bieten in Verbindung mit den UDMA 300x CompactFlash- bzw. 133x SDHC-Speicherkarten überlegene Download-Geschwindigkeiten. Eines der Lesegeräte zeigt ein neues und einzigartiges Industriedesign und ist voll kompatibel mit zwei neuen



Schnittstellen-Standards für Speicherkarten: UDMA CompactFlash sowie SDHC. Das zweite – ebenfalls UDMA-fähig – ist ein Firewire 800 Lesegerät. Es ist eine Weiterentwicklung von Lexars bereits existierendem stapelbaren Modell, das den gleichzeitigen



Download von Daten mehrerer Kartenlesegeräte erlaubt.

Ricoh stellt die neue Caplio R6 vor

Überzeugende Leistung



Ricoh war und ist mit seinen Digitalkameras dem traditionellen Foto-Fachhandel eng verbunden. Nach der Devise „Klasse statt Masse“ bietet das Unternehmen seinen Handelspartnern ein überschaubares Programm mit hervorragend ausgestatteten Kameras, einem guten Preis-/Leistungsverhältnis und einer fairen Rendite. Auch die neue Caplio R6, die das Modell R5 ablösen wird, fügt sich in dieses Konzept ein.

Mit der Caplio R6 präsentiert Ricoh die derzeit (Stand 21.2.07) weltweit flachste Digitalkamera mit 7,1fachem Weitwinkel-Zoomobjektiv von 28 bis 200 mm. Das schlanke Gehäuse misst an der schmalsten Stelle gerade mal 20,6 mm und hat gegenüber dem Vorgängermodell Caplio R5, dessen Nachfolge sie Ende März antritt, kräftig abgespeckt. Allerdings nur bei den Gehäusemaßen, denn bei den Ausstattungsmerkmalen hat sie noch einmal zugelegt – und das bei einem gleichbleibenden UVP von 349 Euro.

Bewährtes bleibt

Vom Vorgänger wurden unter anderem die CCD-Shift-Bildstabilisierung, der Primärfarben-CCD mit 7,24 Pixeln (effektiv), die 256-Zonen-Belichtungsmessung und der Makro-Aufnahmebereich ab einem Zentimeter übernommen. Ebenso das Zoomobjektiv mit einer Anfangsbrennweite von 28 mm, die bereits bei den Modellen R4 und R3 zum Verkaufserfolg beigetragen hat. Beibehalten wurde auch der bewährte Bildprozessor, der nicht nur für eine hohe Geschwindigkeit bei der Datenverarbeitung sorgt, sondern auch für rauscharme Resultate.

Neues kommt

Die ohnehin schon recht üppige Ausstattung wurde noch einmal um nützliche Features erweitert. So hält auch in der Caplio-Serie die automatische Gesichtserkennung Einzug. Mit dieser Funktion gelingen Personenfotos besser. Wird ein Gesicht von der Kamera erkannt, werden dazu die passenden Einstellungen für Schärfe, Belichtung und Farbwiedergabe automatisch eingestellt. Das System funktioniert auch, wenn sich das Gesicht außerhalb der Bildmitte befindet oder wenn mehrere Personen im Bildausschnitt sind. Das LC-Display wurde auf 2,7

Limitiertes Sondermodell zum ersten Geburtstag

Seit einem Jahr begeistert die GR Digital anspruchsvolle Fotoenthusiasten in aller Welt. Zum ersten Jahrestag wurde jetzt eine Sonderedition mit einem exklusiven Design aufgelegt, die weltweit auf 1.000 Exemplare limitiert ist, von denen 150 Stück für den europäischen Markt reserviert sind. Neben den herausragenden Attributen, die die GR Digital so legendär gemacht



haben, wurde für die Geburtstagsedition ein besonderes Monitorbild kreiert, das beim Ausschalten der Kamera erscheint. Des weiteren gehören ein Editions-Trageriemen und ein Einschlagtuch zur serienmäßigen Sonderausstattung.





Der vergrößerte 2,7-Zoll-Monitor der Caplio R6 erleichtert die Bildgestaltung und -beurteilung.

Zoll vergrößert (2,5 Zoll bei der R5), wodurch eine bessere Bildbeurteilung ermöglicht wird. Der interne Speicher wurde ebenfalls aufgestockt und bietet jetzt 54 MB, die R5 musste sich noch mit 26 MB begnügen. Zur Erweiterung der Speicherkapazität können wahlweise SD- bzw. SDHC- oder MMC-Karten verwendet werden. Ein Novum ist die Dual-Size-Funktion, die bei nur einer Auslösung die Aufnahme in zwei unterschiedlichen Auflösungen speichert: eine mit normaler Auflösung, die zweite mit einer

Ricoh Caplio R6

Pluspunkte

+ Extrem flache und elegante Digitalkamera mit automatischer Gesichtserkennung.

Ausstattung

- Auflösung: 7,24-Megapixel
- Objektiv: 3,3–5,2/28–200 mm
- Stabilisator: CCD-Shift

Vorgängermodell

Ricoh Caplio R5



UVP: 349 Euro
Lieferbar ab Ende März 2007

geringeren Auflösung, die dann z. B. als E-Mail-Anhang oder zum Platzieren in einem Internet-Blog genutzt werden kann. Als Bildgröße stehen 1-Megapixel-, VGA-, HVGA- oder QVGA-Auflösung zur Verfügung.

Für das Löschen der Bilder lassen sich jetzt mehrere Bilder gleichzeitig markieren, und mit der neuen Wiederherstellungs-Funktion lassen sich versehentlich gelöschte Bilder unter bestimmten Voraussetzungen wieder retten.

Die Akku-Leistung wurde ebenfalls verbessert. Während die R5 mit dem Akkutyp DB-60 bestückt war, bezieht die R6 ihre Energie aus dem Hochleistungs-Akku DB-70, dessen Kapazität für rund 330 Fotos nach CIPA-Prüfstandard reicht.

Abgerundet wird die hochwertige Ausstattung durch die Funktion „Perspektiven-Entzerrung“. Hier erkennen spezielle Algorithmen trapezförmige Strukturen in Bildern und wandeln diese automatisch in Rechtecke um. So lassen sich Schrägaufnahmen entzerren, als wären sie frontal fotografiert worden. Besonders hilfreich ist diese Funktion beispielsweise bei Architekturaufnahmen oder wenn Tafeln und Projektionsbilder nicht frontal von vorne aufgenommen werden können.

Die Caplio R6 wird ab Ende März in den Farben Silber, Schwarz und Rot verfügbar sein.

Abrundung nach unten

Nach unten wird die Caplio-Reihe durch das Modell RR730 abgerundet, das der RR660 folgt. Bei der Caplio RR730 handelt es sich um ein benutzerfreundliches Einsteigermodell. Sie überzeugt durch außergewöhnliche Leistungsstärke und ein interessantes Preis-/Leistungsverhältnis. Gegenüber der Caplio RR660 wurde das Display

Ricoh Caplio RR730

Pluspunkte

+ Benutzerfreundliche Kompaktkamera mit außergewöhnlich guter Bildqualität.

Ausstattung

- Auflösung: 7,16-Megapixel
- Objektiv: 2,8–4,8/34–102 mm
- LCD: 2,5 Zoll (115.000 Pixel)

Vorgängermodell

Ricoh Caplio RR660



UVP: 229 Euro
ab sofort verfügbar

auf 2,5 Zoll vergrößert. Ferner bietet die Kamera 7,16 Megapixel, 3fach-Zoom, 32 MB Speicher, Videomodus, sechs Aufnahme- und Motivprogramme, Belichtungskorrektur und vieles mehr. Die Stromversorgung erfolgt durch zwei AA Batterien/Akkus.

Kamera mit GPS

Mit der Caplio 500 SE bringt Ricoh ein weiteres Modell für berufliche Anwendungen auf den Markt, das besonders hart im Nehmen ist: wasserdicht bis 1 m, staubdicht und stoßfest für Fallhöhen bis 1 m sind die Hauptattribute dieser neuen Kamera. Hinzu kommt eine Bluetooth-Anbindung an ein externes GPS-Modul, mit dem sich der Standort zum Zeitpunkt der Aufnahme speichern und über eine spezielle Software am PC abrufen lässt.

Samsung setzt bei GX-10 Werbung auf Differenzierung Frischer Auftritt



Nachdem die zur photokina angekündigte digitale Spiegelreflexkamera GX-10 jetzt in vollem Umfang lieferbar ist, hat Samsung Opto-Electronics eine Werbekampagne in wichtigen Printmedien und im Internet gestartet. Sie setzt auf einen durchaus frechen Auftritt mit unverwechselbarem Gesicht.

Die markanten Werbemotive setzen erklärtermaßen nicht auf Technik, rücken aber dennoch die wichtigsten Ausstattungsmerkmale wie den Bildstabilisator OPS, die einfache Möglichkeit zu Aufnahmen im RAW-Format oder das Anti-Staub-System in den Blickpunkt. Das geschieht mit durchaus provozierenden Sprüchen, die auf den ersten Blick neugierig machen und dazu motivieren, den vollständigen Text zu lesen.

Neue Zielgruppen ansprechen

„Mit der GX-10 bietet Samsung Opto-Electronics eine digitale Spiegelreflexkamera an, die mit ihrer umfangreichen Ausstattung für anspruchsvolle Fotografen entwickelt wurde“, erklärte Marketing Manager Ernst Thürnau dem *imaging+foto-contact*. „Als Newcomer im Spiegelreflex-Segment wollen wir uns mit dem Werbeauftritt für dieses Produkt deutlich von den etablierten Marktteilnehmern unterscheiden und so ein eigenes Profil gewinnen.“ Die freche und witzige Ansprache ist nach Ansicht von Thürnau besonders gut geeignet, für die Spiegelreflex-Fotografie neue Zielgruppen zu gewinnen: „Durch die Digitaltechnik ist der Spiegelreflex-Markt größer geworden – das

ist eine große Chance für eine junge Marke wie Samsung. Viele Besitzer einer digitalen Kompaktkamera haben so viel Spaß am Fotografieren, dass sie jetzt mehr wollen. Dieses Mehr machen wir durch unseren Werbeauftritt, den wir gemeinsam mit der Agentur Cheil Communications entwickelt haben, deutlich.“

Samsung GX-10 zu betonen. Dazu gehört neben dem 10,2-Megapixel CCD-Sensor zum Beispiel das Bildstabilisierungssystem OPS, das Verwacklungsunschärfen durch den beweglich gelagerten Aufnahme-Sensor ausgleicht und deshalb mit allen angesetzten Objektiven funktioniert. Ein wichtiges Merkmal der GX-10 ist ihre Robustheit, denn das Gehäuse wurde speziell gegen Feuchtigkeit und Staub geschützt. 72 Silikon-Dichtungen an allen wichtigen Stellen sichern die Kamera z. B. bei einem Regenguss oder am Strand gegen negative Umwelteinflüsse.

Die digitale Spiegelreflex-Kamera Samsung GX-10 ist jetzt vollständig lieferbar.



Gute Verkaufsargumente

Für den Fotohandel liegt es nahe, die Aussagen der Werbemittel im Verkaufsgespräch aufzugreifen und die besonderen Eigenschaften der

Wenn wirklich einmal – zum Beispiel beim Objektivwechsel – Staub in die Kamera gelangt, sorgt das aktive Staubschutz-System dafür, dass er sich nicht auf dem CCD-Sensor festsetzen kann. Denn dieser ist erstens



Ein Ausschnitt aus der umfangreichen Objektiv- und Zubehör-Palette, die Samsung Opto-Electronics für die digitalen Spiegelreflexkameras anbietet.

Tiff- und RAW-Dateien intuitiv bearbeitet werden können. „Das ist eine echte Besonderheit unseres Angebotes,“ so Thürnau. „Denn mit dieser Software können RAW-Dateien im Stapelmodus unter Einbeziehung eines GX-10-Profiles effektiv gewandelt werden.“ Auf die Kamera selbst gibt Samsung Opto-Electronics zwei Jahre Garantie.

eLearning für Händler und Verkäufer

Ein besonderes Angebot für Fotohändler und Verkäufer hat Samsung Opto-Electronics jetzt auf seiner Internetseite gestartet: eLearning – bequemes Online-Lernen für erfolgreiche Verkaufsgespräche. Wer sich auf der Webseite unter www.samsung-camera.de/handel registriert, erhält umgehend eine User-ID und ein Passwort für den Zugang zum eigens eingerichteten eLearning-Portal.

Das von der Münchener Firma Creative Channel entwickelte Trainingsportal bringt nützliches Wissen über Samsung Kameras und Zubehör auf unterhaltsame Weise an den Mann bzw. die Frau. In produktorientierten Verkaufstrainings werden die wichtigsten Argumente für die Samsung Produkte vermittelt. Händler und Verkäufer können dabei mit etwas Glück einen von zahlreichen attraktiven Wochen- und Monatspreisen gewinnen. Dazu muss am Ende jeder Trainingseinheit ein kleiner Fragebogen ausgefüllt werden – mit den richtigen Antworten qualifizieren sich die Teilnehmer automatisch für die regelmäßigen stattfindenden Verlosungen.

Zusätzlich hat Samsung Opto-Electronics eine personelle Verstärkung gemeldet. Ab sofort ist Achim Obermüller als Produktmanager ein kompetenter Ansprechpartner für den Fotohandel. Der 41jährige Diplomingenieur, der nach mehreren Jahren bei Fuji Photo Film (Europe) zuletzt bei Fujicolor Europe in München tätig war, soll unter anderem den Schulungsbereich für Händler betreuen.

staubabweisend beschichtet und schüttelt zweitens lästige Körnchen durch Vibrationen ab.

Ein besonderes Merkmal der neuesten Samsung Spiegelreflexkamera ist die einfache Aufnahme von Bildern im RAW-Format. Dazu genügt es, auf die entsprechende Taste zu drücken – nach der Aufnahme kann dann entschieden werden, ob das Bild im RAW-Format bleibt oder in eine JPEG-Datei konvertiert wird. Dazu ist übrigens kein PC notwendig, denn der RAW-JPEG-Konverter gehört zur integrierten Kamera-Software.

Die GX-10 ermöglicht bis zu neun Serienaufnahmen im RAW-Format mit einer Geschwindigkeit von drei Bildern pro Sekunde.

Objektive und Zubehör

Die Samsung GX-10 ist mit dem Pentax KAF-Bajonett ausgestattet und mit allen entsprechenden Objektiven kompatibel. Samsung Opto-Electronics bietet zur Zeit sieben Objektive an, davon sechs D-Xenon- bzw. D-Xenogon-Objektive der deutschen Traditionsmarke Schneider-Kreuznach. Damit kann der Fotohandel eine

breite Palette vom Fischauge über Makro-, Standard- und Reise-Zoomobjektiven anbieten. Zum weiteren Zubehör gehören zwei externe Blitzgeräte und eine Schutztasche.

Zum Lieferumfang der von Samsung Opto-Electronics Deutschland ausgelieferten GX-10 Kamera gehört die professionelle Bildbearbeitungs-Software Silverfast DC VLT, mit der JPEG-,



Mit originellen Anzeigenmotiven werden die Vorzüge der Samsung GX-10 hervorgehoben.

Gute Zusammenarbeit

Nokia zieht positive Bilanz für 2006

Sehr zufrieden hat sich Karsten Schilly, Geschäftsführer Customer & Market Operations, Nokia GmbH, mit der Zusammenarbeit zwischen dem Handel und Nokia im Jahr 2006 gezeigt. In einem Mobilfunkmarkt, in dem neue Anbieter, neue Vertriebsformen und die Sättigung des Marktes das Verkaufen von ertragsstarken Produkten immer schwieriger machten, habe sich Nokia 2006 verstärkt auf den Handel ausgerichtet, meinte Schilly in einem Gespräch mit Fachjournalisten.

„Ich sehe für das laufende Jahr eine weitere Segmentierung im Handel, die wir mit einer ganzen Reihe von Maßnahmen unterstützen werden“, kündigte Schilly an. Einige dieser Maßnahmen sind bereits 2006 angegangen und sollen jetzt fortgeführt werden. Dazu zählen beispielsweise die Nokia Handelstage. In sechs großen deutschen Städten nahmen im vorigen Jahr rund 2.000 Händler die Chance wahr, sich über aktuelle Trends im Mobilfunk und die neuesten Nokia Geräte zu informieren. „Die Resonanz aus dem Handel auf dieses Angebot war überwältigend“, so Schilly. „Deshalb haben wir uns entschlossen, die Handelstage in diesem Jahr auszubauen.“ 2007 finden die Nokia Handelstage Ende April/Anfang Mai deutschlandweit in zehn



Für alle Handelssegmente und alle Formen der Kooperation hat Nokia passende Ladenbauelemente entwickelt.

verschiedenen Städten statt. Dabei soll laut Schilly noch stärker der persönliche und direkte Kontakt zu den Nokia Händlern und deren Shops gesucht werden.

Erfolgreiche Trainings

Erfolgreich angeboten wurden auch diverse Trainingsmaßnahmen: 2006 nutzten etwa 1.500 Teilnehmer die 120 Veranstaltungen im Frühjahr und Herbst, die als sogenannte „Class Room Trainings“ in kleinen Gruppen und zu unterschiedlichen Themen durchgeführt wurden. Das Konzept, die Gruppen relativ klein zu halten, soll auch 2007 beibehalten werden. Die Themenschwerpunkte der Sommertrainings sind die aktuellen Fokusprodukte und neue Lösungen. „Auch die Businesstrainings, die wir im zweiten Halbjahr 2006 erstmals ange-

boten haben, werden in diesem Jahr weitergeführt“, sagte Schilly. Bei diesen Businesstrainings haben ausgewählte Handelspartner die Mög-



Karsten Schilly

lichkeit, sich intensiv mit Business-themen auseinanderzusetzen. Im Mittelpunkt standen dabei mit E-Mailing und VoIP zwei Bereiche, die auch für das laufende Jahr gute Umsatz- und Ertragschancen versprechen.

Belohnung für Händler

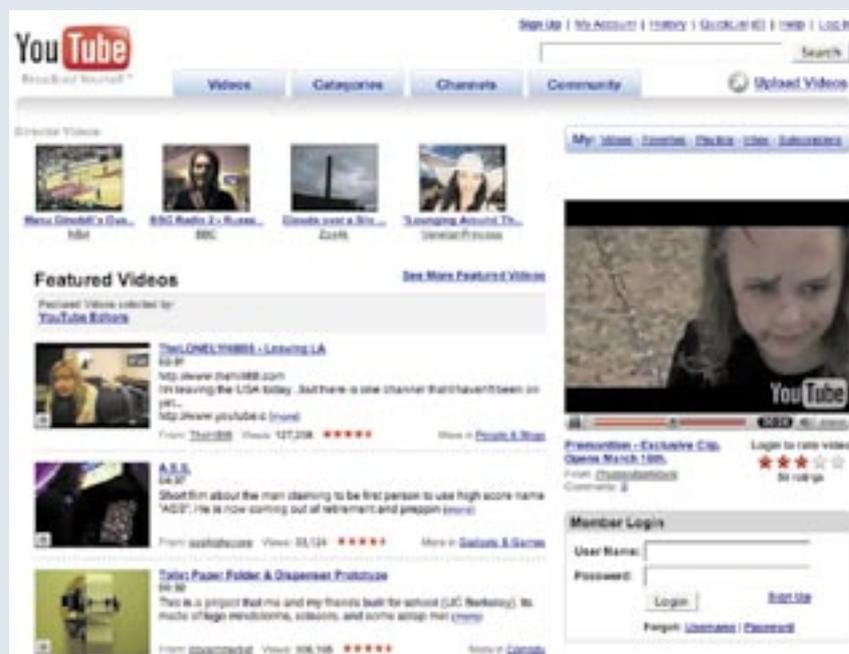
Ein wichtiges Instrument für die Zusammenarbeit mit dem Handel war darüber hinaus das Points for You-Programm, bei dem Händler für ihr Engagement für Nokia Produkte mit Punkten belohnt werden, die anschließend gegen Prämien eingetauscht werden können. Schilly: „Dort sind derzeit rund 3.000 Händler registriert, von denen etwa vier Fünftel das Angebot intensiv nutzen. Für uns bringt diese hohe Resonanz wichtige Informationen darüber, wie beispielsweise Kampagnen und Geräte im Markt ankommen.“

Neues Partnerkonzept

Erfolgreich gestartet wurde schließlich auch die Einführung des neuen Nokia Nseries Preferred Partner (NNPP)-Konzepts, das auch für Händler, die nicht im traditionellen Telekommunikationsmarkt zu Hause sind, von besonderem Interesse ist. „Unsere NNPP unterstützen uns dabei, neue Marktsegmente zu erschließen, zum Beispiel Foto und Video, indem sie die mit der Nseries verbundene ‚Life Experience‘ besonders in ihrem Geschäft präsentieren“, führte Schilly aus. Im Gegenzug für dieses Engagement erhalten die ausgewählten Partner bessere Unterstützung durch Nokia, indem sie beispielsweise früher Informationen und spezielle Marketinginstrumente wie Demogeräte bekommen. Im Laufe der nächsten Wochen soll ‚Life Experience‘ auch in das Points for You-Programm implementiert werden.

Kooperation mit YouTube ermöglicht Anzeige von YouTube-Videos über Nokia Nseries Geräte

Zukünftig können Videos des beliebten Internetportals YouTube (www.youtube.com) über die Multimedia-Computer der Nokia Nseries abgerufen werden. Möglich wird dies durch die neue mobile Internetseite von YouTube und den Nokia Internet-Browser mit Mini-Map-Funktion. Zusätzlich können über die neue „Nokia Video Center“-Anwendung auch YouTube Video-Newsfeeds genutzt werden. Über die Software der Multimedia Computer können Nutzer Videos auf Internetseiten auf ähnliche Weise wie mit dem Internet-Browser ihres PCs nutzen. So lassen sich die Videos auf die vom PC gewohnte Weise mit nur einem Klick aktivieren. YouTube Mobile ist jetzt außerdem auch mit dem Videoformat AVC kompatibel, dem von mobilen Geräten am häufigsten unterstützten Format. Der Nokia Internet-



Browser mit Mini-Map-Funktion und Wiedergabe von Videos im AVC-Format wird von allen neuen Nokia Nseries Multimedia-Computern standardmäßig unterstützt. Das neue Nokia Video Center bietet umfassende und bedienerfreundliche Unterstützung für mobile Video-Newsfeeds und die Nutzung von Video-on-Demand-Diensten. Die Benutzerführung ermöglicht müheloses Betrachten und Speichern der Inhalte auf seinem Nokia Nseries Multimedia-Computer. Das Nokia Video Center ermöglicht so die Nutzung von Video-Newsfeed-Diensten, Internet-Videos und über den PC auf das mobile Geräte heruntergeladenen Videos mit einem einzigen Gerät, beispielsweise dem Nokia N95 oder dem vor kurzem vorgestellten Nokia N93i Multimedia-Computer. Das Nokia Video Center wird weltweit in den Ländern erhältlich sein, in denen es Nokia Nseries Multimedia-Computer gibt.

„Unsere Kooperation mit YouTube ebnet den Weg für ein kontinuierliches Wachstum im Bereich der Distribution internetbasierter Inhalte. Menschen über ihre Multimedia-Computer mit Zugang zum Mobilfunknetz und zum Internet den Zugriff auf eine Fülle an Videos zu geben, eröffnet ein umfassendes Potential an neuen Geschäftsmöglichkeiten“, so Torsti Tenhunen, Director, Multimedia, Nokia. „Das Nokia Video Center bietet zudem Entwicklern und Anbietern von Inhalten eine einzigartige Möglichkeit, Kunden auf direktem Wege dynamische Videodienste zur Verfügung zu stellen, die sich einfach produzieren und auf unterschiedlichste Interessen zuschneiden lassen.“



Erstmals konnten auf der Ringfoto-Messe Apple und Falk mit eigenen Ständen als Aussteller begrüßt werden.

Dienstleistungen intensivieren

Frühjahrsmesse bei Ringfoto

„Für das Jahr 2007 rechnen wir für den deutschen Markt mit keiner nennenswerten Steigerung der Nachfrage nach Konsumgütern, und dieser Entwicklung werden sich weder der Fotohandel im allgemeinen noch die Ringfoto-Geschäfte im speziellen entziehen können.“ Ringfoto-Geschäftsführer Michael Gleich sah im Gespräch mit *imaging+foto-contact* anlässlich der Ringfoto-Frühjahrsmesse in Erlangen wenig Grund zum Optimismus.

Einen weiterhin deutlich spürbaren Rückgang erwartet Gleich bei den Umsätzen mit analogen Sortimenten, „und auch bei den digitalen Kompaktkameras, die in den vergangenen Jahren immer einer der Wachstumstreiber waren, werden sich keine nennenswerten Umsatzsteigerungen mehr erzielen lassen“, so Gleich. Doch wo Schatten ist, ist bekanntlich auch Licht. Dieses wird für den Fotohandel in Form von weiterem Wachstum im

Segment der digitalen Spiegelreflexkameras und dem entsprechenden Zubehör, hier sind vor allem Objektive zu nennen, sowie bei Verbrauchsmaterialien sichtbar sein. Gleich: „Hier liegt auch die Chance für die Fachhändler, durch die Intensivierung von Dienstleistungen und den Einsatz neuer Technologien zum Druck von Fotos im Geschäft die Fachhandelskompetenz gezielt einzusetzen.“

Dass sich nach wie vor neue Möglichkeiten zum Ausbau des eigenen Sortiments bieten, und dass andererseits



Im Ringfoto-Musterladen war unter anderem ein Präsentationsmodul für die Multimedia-Computer der Nokia Nseries zu begutachten.

auch neue Anbieter Interesse am Fotohandel haben, konnten die Besucher der Frühjahrsmesse an den Ständen von rund 100 Ausstellern sehen. Erstmals war in Erlangen der US-Computerhersteller Apple vertreten, und auch Falk, zuvor als Unteraussteller bei debitel präsent, hatte sich zum Bau eines eigenen Messestandes entschlossen, um dort die Angebote rund um das Thema mobile Navigation vorstellen zu können.

Zentrale ist zufrieden

Das zum 31. Dezember beendete Geschäftsjahr der Ringfoto Zentrale in Fürth bezeichnete Gleich trotz rückläufiger Zahlen als „zufriedenstellend“. Nach seinen Angaben ging das Lagergeschäft um fünf Prozent auf 136 Millionen Euro zurück, das Streckengeschäft nahm gegenüber dem Vorjahr um drei Prozent auf 113 Millionen Euro ab, und der Vermittlungsumsatz betrug 2006 39 Millionen Euro (2005: 42 Millionen Euro).



Akku- und Ladegerätspezialist Uniross zog mit großen Steifftieren die Aufmerksamkeit auf sich, und zwar nicht nur am eigenen Stand, sondern auch direkt im Eingangsbereich der Messe, wo ein drei Meter großer Braunbär die Besucher empfing.

Daraus ergibt sich ein Gesamtumsatz von 288 Millionen Euro, vier Prozent weniger als 2005.

Ende Dezember gehörten der Ringfoto 570 Gesellschafter (2005: 582) und 1.002 Partner (2005: 1.000) mit insgesamt 2.213 Vertriebsstellen (2005: 2.307) an. Plusfoto konnte

Ende Dezember 152 Mitglieder mit 218 Vertriebsstellen (2005: 172/244) zählen. Mit insgesamt 1.724 Mitgliedern und 2.431 Vertriebsstellen ist die Ringfoto-Gruppe weltweit die mitgliederstärkste Fotoverbundgruppe

Der Außenumsatz aller Mitglieder zu Endverbraucherpreisen wird laut Gleich nach vorläufigen Schätzungen zirka 1,1 Milliarden Euro betragen. „Das Jahresergebnis für 2006, das wir traditionell erst anlässlich der Gesellschafterversammlung im Juni veröffentlichen, wird, bedingt durch Rückstellungen für strukturelle Maßnahmen im Auslandsgeschäft, um etwa 30 Prozent unter dem Vorjahresniveau liegen“, kündigte der Ringfoto-Geschäftsführer an.

Expansion nach Holland

Ende 2006 wurde in Heemskerk in Holland die Ringfoto Nederland B. V. gegründet. „Diese neue Tochtergesellschaft trägt unserer Orientierung ins benachbarte Ausland Rechnung und konnte bereits nach wenigen Wochen über 20 umsatzstarke Fotohändler zum Beitritt bewegen“, erklärte Gleich.

Neues Schulungsprogramm für 2007

Druckfrisch zur Frühjahrsmesse hat die Ringfoto-Zentrale das neue Schulungsprogramm für 2007 vorgestellt. Neben zahlreichen Möglichkeiten der Einzelschulung stehen dem Händler jetzt nach langer Zeit erstmals auch wieder Gruppenschulungen zur Verfügung. Diese sind fix terminiert und durch die Verteilung der Gesamtkosten auf mehrere Teilnehmer

so günstig, dass sie für jeden Händler erschwinglich sein sollten. Die Trainer Gabriele Scheibel und Uwe Wacker sind auf die Anforderungen im Fotohandel spezialisiert und zeigen den Teilnehmern, wie sie ihr Potential noch effektiver nutzen können. Im ersten Schritt werden sechs verschiedene Gruppenschulungen angeboten, die die unterschiedlichsten Themen abdecken. So finden sich hier Verkaufstrainings genauso wie ein Start-up-Seminar für Einsteiger, ein Workshop für Chefs zum Thema Mitarbeiterführung und ein Spezialseminar zur aktiven Vermarktung von Bilddienstleistungen. Sofern dieses Angebot auf eine positive Resonanz stößt, wird das Schulungsprogramm sukzessive erweitert und zu einem umfangreichen Seminarangebot ausgebaut, das mittelfristig alle Belange des Fotohandels abdecken wird.



Neu bei Bogen Imaging: VisibleDust

Schonende Sensorreinigung

Der wachsende Markt an digitalen SLR-Kameras führt bei engagierten Hobbyfotografen und professionellen Anwendern über kurz oder lang auch zu einer vermehrten Nachfrage nach einer optimalen Sensorreinigung. Mit VisibleDust stellt Bogen Imaging ein System vor, das diese Kriterien erfüllt.

Feinstaub, Abrieb und Feuchtigkeitspartikel auf dem Aufnahmesensor der digitalen Spiegelreflexkamera führen zu immer gleichen Bildstörungen, die eine aufwendige Nachbearbeitung am Computer erfordern. Langfristig kann durch Verunreinigungen sogar die Schärfleistung der SLR beeinträchtigt werden. Abhilfe schaffen hier die professionellen und weltweit patentierten Reinigungslösungen von VisibleDust.

Trocken gegen Staub

Innovatives Highlight bei der Trockenreinigung ist der Arctic Butterfly Sensorpinsel, den ein batteriebetriebenes Gehäuse vor jedem Einsatz rotieren lässt. Auf diese Weise wird der Sensorpinsel statisch aufgeladen, um die Schmutzpartikel noch besser aufzunehmen. Er besteht aus speziell weichen Kunststoff-Fasern, die eine besonders schonende Sensorreinigung ermöglichen. Der Arctic Butterfly ist ab sofort in zwei Versionen erhältlich:



Der in zwei Größen erhältliche Arctic Butterfly ermöglicht eine optimale und schonende Reinigung der empfindlichen Sensoren.

die Basisversion 700SL für 70,- Euro* sowie das größere und mit wechselbarem Pinsel ausgestattete Modell 724 für 103,- Euro* (*UVP).

Feucht gegen Schmutz

Mit diversen Spezialreinigungsstäbchen, sogenannten Swabs, und einer Auswahl von Reinigungsflüssigkeiten können hartnäckige Fehlerquellen per Nassreinigung behoben werden. Die



feine Mikrostruktur des Swab-Kopf-teils sorgt für eine besonders schonende Säuberung des Sensors. Die in Form und Größe unterschiedlichen Swabs liegen zwischen 3,- und 37,-



Euro*, die Flüssigkeitslösung VisibleDust VDust Plus mit 10 ml Inhalt ist für 20,- Euro* (*UVP) verfügbar.

Die Sensor Clean Flüssigkeit verlängert die Sensor-

reinigung um weitere 4 bis 6 Wochen, da eine statische Anziehung der Staubteilchen verhindert wird. Die angebotenen Reinigungsflüssigkeiten sind alkoholfrei sowie nicht-brennbar und können selbst im Flugzeug mitgenommen werden.

Glücksfall für den Handel

Für den Fotografen bieten sich zwei Möglichkeiten an – selber reinigen oder machen lassen. Viele Gründe sprechen dafür, die Reinigung in die eigenen Hände zu nehmen. Doch müssen in diesem Punkt noch viele Hemmschwellen abgebaut werden. So haben viele Fotografen Angst, durch falsche Handhabung den Sensor irreparabel zu beschädigen. Hier kann der Fotohandel durch kompetente Beratung eingreifen. Außerdem kann der Handel mit den VisibleDust Produkten den Service „Sensorreinigung“ seinen Kunden als Dienstleistung anbieten und so einen zusätzlichen Umsatz erzielen. *ig*

Charity-Aktion gestartet

Foto Quelle feiert das 50jährige Bestehen

Unter dem Motto „Kinder lachen für Kinder“ hat Foto Quelle eine Charity-Aktion gestartet. Das Unternehmen spendet pro eingereichtem Bild, das ein lachendes Kind zeigt, 50 Cent an die Madeleine Schickedanz Kinder-Krebs-Stiftung. Bis zum 31. Juli können alle Fotografen ihre Fotos auf eine Aktionsseite unter www.fotoquelle.de hochladen, die Abzüge einsenden oder in jedem Foto Quelle Shop abgeben.

Der Kauf oder ein Entwicklungsauftrag bei Foto Quelle ist für die Teilnahme an der Spendenaktion keine Voraussetzung. Für das Einsenden eines „lachenden Kindes“ erhält jeder Teilnehmer einen Gutschein über 20 Fotoabzüge. Alle eingesendeten Fotos werden auf der Website präsentiert und können per Mausclick bewertet werden. Das Bildmotiv, das die meisten Stimmen erhält, wird nach der Aktion zum Grundmotiv für das größte Fotomosaik der Welt, das ins Guinness-Buch der Rekorde eingehen soll.

Anlass für diese Charity-Aktion ist das 50jährige Bestehen, das Foto Quelle in diesem Jahr feiert. Die Geschichte des Unternehmens begann 1957 mit der Präsentation von drei Kameras auf einer halben Seite im Quelle-Katalog. Doch während die Kunden die Produkte aufgrund des großen Preisunterschiedes zum Fachhandel



begrüßten, zeigte sich dieser weniger erfreut über die Aktivitäten des Versandhändlers. Industrie und Fachhändler weigerten sich, das Unternehmen zu beliefern, doch die Verantwortlichen wurden bei neuen Lieferanten fündig.

1961 wurde die Quelle-Photo- und Filmdienst GmbH gegründet, eine auf Fotoartikel spezialisierte Tochter des Großversandhauses Quelle und der Gustav Schickedanz KG, die zwei Jahre später in Foto Quelle umbenannt wurde. Ein weiterer Schritt zur Stärkung des Unternehmens war die Einführung der eigenen Handelsmarke „Revue“, zunächst für Filme, dann auch für Foto- und Filmgeräte, Optik und Zubehör. Nach zehn Jahren, inzwischen mit einem eigenen Versandhaus mit Großlabor und eige-

nem technischen Prüflabor ausgestattet, hatte sich Foto Quelle „zum größten Fotohaus der Welt“ entwickelt. Neben den Foto-Quelle Abteilungen in den Quelle-Häusern wurde eine Kette von Fachgeschäften aufgebaut, und mit Aktivitäten in Österreich, Belgien und den Niederlanden überschritt man 1969 die Grenzen der Bundesrepublik.

Weitere Meilensteine waren der Kauf eines neuen Betriebsgeländes in Nürnberg-Langwasser, die Expansion nach Ostdeutschland ab 1989, die

Einführung von Online-Bilddienstleistungen im Jahr 1997, die Fusion mit Karstadt zur Karstadt/Quelle AG 1998 und die Kooperation mit T-Online 1999. Seit 2001 arbeitet Foto Quelle mit Microsoft zusammen, und seit dem Launch von Windows XP können Kunden ihre Bilder direkt aus der Bildbetrachtung im PC online bestellen, ohne ein weiteres Programm starten zu müssen.

Das Unternehmen hat sich nach eigener Aussage „sowohl im Vertrieb als auch mit seinen Produkten neu aufgestellt und durch die direkte Belieferung des Endkunden im klassischen Mailorder-Geschäft die Chancen des Umbruchs konsequent genutzt.“ Heute bietet Foto Quelle die Bereiche Online, Offline (Mailorder) und Shop an.



Ulrich Vielmoth

Alles, was Recht ist

Rechtsfragen im Drehalltag, Teil 2

Sogenannte Personen der Zeitgeschichte, wie es beispielsweise Politiker, Fußballstars oder Schauspieler sind, dürfen – vereinfacht ausgedrückt – auch ohne eine besondere Genehmigung aufgenommen werden. Trotzdem gilt auch hier der Schutz der Privatsphäre. Anders verhält es sich bei Privatpersonen, deren Abbildung zwecks Veröffentlichung immer der Einwilligung unterliegt.

Schon im Grundgesetz steht, dass die Würde des Menschen unantastbar ist. Diesem Gesetz sollte sich der Filmer in allen Situationen verpflichtet fühlen und dementsprechend handeln. Denn es kann wirklich nicht im Drehalltag angehen, dass Personen in einem hilflosen Zustand (Unfall, Unglücksfall, Trunkenheit etc.) gnadenlos in Großaufnahme aufgenommen werden und damit die Grenze zur Intimsphäre deutlich überschritten wird.

Musikrechte

Wenn ein Film produziert wird, muss man sich nicht nur Gedanken um den passenden Text zu den Kameraeinstellungen machen. Auch eine gelungene Vertonung kann Emotionen wecken.

Weil nun Komponisten und Musikverleger ein gesetzlich verbrieftes Recht auf eine angemessene Vergütung ihrer Leistung haben, ist die öffentliche Musikwiedergabe nur mit Erlaubnis und Honorierung der Musikurheber zulässig. Die GEMA (Hyperlink „<http://www.GEMA.de>“ www.GEMA.de) ist für den Filmemacher, der seine Filme kommerziell auswertet, die richtige Anlaufstelle, alle Rechte zur Musiknutzung unkompliziert zu erwerben. Sie leitet dann die entsprechenden Lizenzzahlungen an die Komponisten, Textdichter und Musikverleger weiter.

Videofilmer haben jedoch auch leidvolle Erfahrungen mit Musikrechten machen müssen, obwohl sie brav bei der GEMA den verlangten Obolus gezahlt hatten. Die ernstzunehmende Stolperfalle ist ein Urheberrecht, dessen Ursprung zu Beginn des vergangenen Jahrhunderts datiert ist. Heute, im digitalen Internetzeitalter, haben sich die Rahmenbedingungen jedoch drastisch geändert.

Soll beispielsweise für einen Auftraggeber eine DVD von einem Chorgesang oder einer Musikgruppe produziert werden, sollte vom Auftragnehmer rechtzeitig im Vorfeld

der Video- und Tonaufnahmen sehr sorgfältig geprüft werden, ob zusätzlich zur GEMA-Gebühr noch die Freigabe von den betroffenen Musikverlagen oder dem Rechteinhaber notwendig ist. Dass dies recht teuer und der Weg zum Nutzungsrecht sehr mühsam werden kann, haben kommerziell arbeitende Videofilmer und Produktionsfirmen nicht selten erleben müssen.

Das Highland Musikarchiv ist einer der größten Anbieter von GEMA-freier Instrumentalmusik, die im eigenen Studio komponiert und mit Profimusikern produziert wird. Das Angebot umfasst rund 1.700 Musiktitel, Geräusche und Klangereignisse auf über 50 CDs.

Mit dem einmaligen Erwerb einer CD kann die Musik im Rahmen der Nutzungsbedingungen frei verwendet werden. So kostet die vielseitig einsetzbare CD „Stadtansichten“ für nichtgewerbliche Nutzung ca. 28,- Euro, die gewerbliche Nutzung muss jedoch mit ca. 230,- Euro abgegolten werden.

Bei der Verwertung von Fremdmaterial muss in jedem Fall immer der Rechteinhaber ermittelt werden und beispielsweise ein Minutenpreis ausgehandelt werden.

Drehgenehmigung

In Frankreich muss im Gegensatz zur Regelung in Deutschland für das Drehen auf öffentlichen Straßen und Plätzen eine entsprechende Genehmigung eingeholt werden, sobald mit einer Profiausrüstung gefilmt werden soll. Da verriet ein Dreibeinstativ dem Ordnungshüter sofort, dass hier Berufskameraleute am Werk sind. So ähnlich verhält es sich ebenfalls im Fürstentum Monaco, in dem bei Dreharbeiten für ein Halbstunden-Feature sogar zwei unterschiedliche Drehgenehmigungen beantragt werden mussten, weil wir auch im Bereich des Spielcasinos drehen wollten.

Doch auch bei uns ist die Regel altbekannt und im Prinzip ganz einfach: Wer sich beim Dreh auf fremdem Territorium bewegt, muss den Besitzer um Erlaubnis fragen.

So ist es auch im Gerichtssaal: Zu öffentlichen Gerichtsverhandlungen hat jede Person Zutritt, also auch Journalisten. Filmaufnahmen sind jedoch nur vor und nach der Verhandlung gesetzlich erlaubt oder während der Verhandlungspausen. Hier übt der Richter das Hausrecht aus. Grundsätzlich muss im Rahmen der Vorbereitung der Dreharbeiten rechtzeitig eine Drehgenehmigung bei der Justizpressestelle des zuständigen Gerichts beantragt werden.

Neue CF Fotoleuchten helfen Energiesparen

Mit den Daylight-Leuchten FL-750 folgt CF Photo + Video dem Trend zu energiesparenden Fotolampen. Gleich fünf Energiesparlampen sind in dem gut



verarbeiteten Leuchtenkopf zentriert angeordnet. Jede Lampe lässt sich einzeln mit eigenem Schalter getrennt zuschalten. Das bewirkt eine variable Helligkeitsregulierung über fünf Stufen bei gleichzeitig konstanter Farbtemperatur von 5.200 K. Der Reflektor selbst

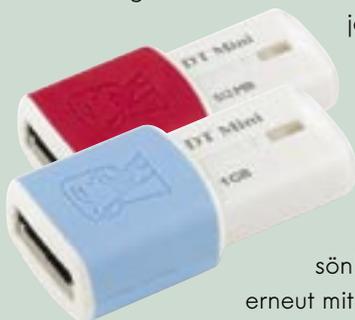
ist innen matt silber strukturiert und sorgt für eine gleichmäßige Ausleuchtung. Für das Auge erscheint das Licht nahezu blendfrei. Das Studioset besteht aus zwei Leuchtenköpfen mit 40 cm Reflektoren, zwei Klappstativen und zehn Tageslicht-Spirallampen E27. Die fünf Spiral-Energiesparlampen in jedem Leuchtenkopf sind zusammen so hell wie herkömmliche 750 Watt Fotolampen. Jeder dieser Stromsparer verbraucht jedoch nur 24 Watt. Mit diesem Licht kann man auch größere Produkte mit einer Digitalkamera fotografieren. Die durchschnittliche Brenndauer beträgt 5.000 Stunden. Die Leuchten arbeiten geräuschlos und sind auch für Videoaufnahmen bestens geeignet. Der Stativanschluss 16 mm Hülse passt auf alle gängigen Leuchtenstative. Jede Leuchte hat ein Neigegelenk mit Feststellhebel. Ein Kaltgeräte-Einbaustecker mit Ersatzsicherung und ein vier Meter langes Netzkabel runden die Ausstattung ab. Der UVP für das Studioset beträgt 380 Euro, eine FL-750 Leuchte inklusive Lampen soll 152 Euro (UVP) kosten.

Neue Mini-USB-Flash-Drives von Kingston Technology

Kingston Technology hat den Kingston DataTraveler Mini mit Migo vorgestellt. Das jüngste Produkt der Mini-USB-Flash-Drive-Serie basiert auf der leistungsstarken Migo Software Technologie. Diese ermöglicht es Anwendern, an

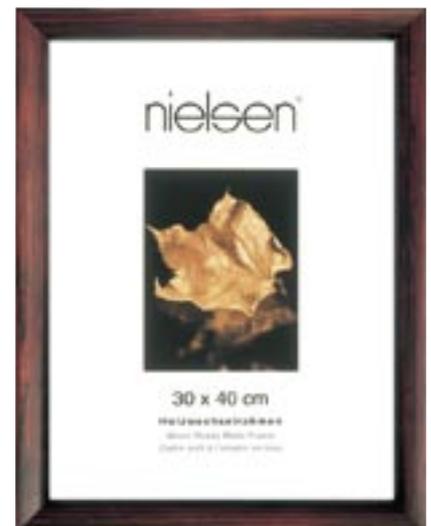
jedem PC mit ihrem personalisierten Arbeitsplatz zu arbeiten. Das USB-Drive gehört dadurch zu den praktischsten und flexibelsten verfügbaren Drives. Der DataTraveler Mini mit Migo synchronisiert automatisch Daten, hält Programm-Versionen auf dem laufenden und hinterlässt keine Spuren persönlicher Daten auf anderen Systemen. Sobald er erneut mit einem bereits synchronisierten Computer verbunden wird, wird dieser automatisch aktualisiert. Verfügbar

ist der DataTraveler Mini mit Migo in Rot mit 512 MB, in Hellblau mit 1 GB und in Helllila mit einer Speicherkapazität von 2 GB. Die Abmessungen betragen 17,8 x 36 x 10,2 mm. Des Weiteren hat Kingston Technology die DataTraveler Mini Fun-Serie um einen lila 2 GB USB-Stick erweitert, der wie seine Vorgänger mit der Spiele-Software Atlantis und Magic Vines von Big Fish Games ausgeliefert wird. Die beiden Spiele sind in sieben Sprachen verfügbar. Jeder Mini Fun Flash-Drive wird mit einem „Quick Start Guide“ ausgeliefert, der beschreibt, wie das Spiel auf dem Computer installiert und ausgeführt wird.



Holz-Wechselrahmen von NielsenBainbridge

Alles andere als kühl präsentiert sich der neue Holz-Wechselrahmen Nordic von NielsenBainbridge. Nordic fällt durch sein markantes, unaufdringliches Design auf. Die runde Kontur neigt sich leicht nach innen und lenkt den Blick zum Bild. Dank der edlen, leicht strukturierten Oberfläche der 30 mm breiten



Leiste passt Nordic zu den modernen Einrichtungstrends. Dabei ermöglicht die schlichte Eleganz des aufwendig verarbeiteten Wechselrahmens ausdrucksstarke Bildinszenierungen, bei denen eindeutig das gerahmte Werk im Mittelpunkt steht. Nordic ist in den Farben Schwarz, Dunkelbraun und Weiß erhältlich und wird in zehn Formaten zwischen 13 x 18 cm und 60 x 80 cm angeboten. Die Größen 13 x 18 cm, 15 x 20 cm sowie 18 x 24 cm sind mit einer schwarzen Rückwand und einem Aufsteller ausgestattet. Die UVP liegen zwischen 9,90 Euro und 49,90 Euro.



Horst Dieter Lehmann

Bilder und Worte

Bei der Überschrift könnte man die Betonung auf das Wörtchen „und“ legen, denn beides gibt oft zusammen erst einen Sinn. Für einen Dichter sind die Worte wichtiger, für uns Fotoschaffende das Bild – beim Fotohändler möglichst viele Bilder, vor allem

zu einem Preis, der auch für ihn Freude aufkommen lässt.

In den Frühling ging es früh, mitunter allzu früh. Dadurch ließ so mancher Skifreund seine Bretter in der Ecke stehen und seine Kamera im Winterschlaf verweilen. Aber die Wirtschaftsaussichten sind gut, Ostern beeilte sich auch, viele bunte Bilder wünscht sich der Fotohändler im Gefolge des Osterhasen.

Kommen wir vom Bild zum Wort und damit auch gleich zum Handy. Wer hätte gedacht, dass es einmal möglich wäre, mit so einem winzigen Gerät so viel anzustellen? Keine Feier oder kein Festtag vergeht, an dem das Telefon oder Handy nicht klingelt – wenn nicht gerade damit fotografiert wird.

Grußkarten werden seltener, und Briefe schreiben die wenigsten noch. Leider muss man sagen: „Bild und Wort verflachen immer mehr!“

Fangen wir bei der Jugend an, ohne aber verallgemeinern zu wollen. Sind sie untereinander und in Gruppen, hört es sich für uns „Alten“ mitunter schrecklich an, und wir sind „not amused“. Aber auch diese Ära wird vergehen, und eine andere folgen. Denken wir nur einmal darüber nach, wie wir damals klangen und was sich alles geändert hat – allein in unserer Branche: ein Fotograf ist ein Fotodesigner oder Starfotograf, außerdem gibt es, neben anderem, auch Diplomfotografiker, und die Auswahl wird wachsen.

Eine Bedienungsanleitung aber, und das ist für uns Fotografen und Händler oft nicht unwichtig, ist ein „Brief mit sieben Siegeln“. Etwa vergleichbar mit dem Beipackzettel von Medikamenten für Risiken und Nebenwirkungen – „oder fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker“. Bei uns heißt es dann eben: den Fotofachmann fragen; selbst wenn die Kamera übers Internet oder im Großmarkt gekauft wurde. Wir werben mit unseren Fachkenntnissen und der Kundenfreundlichkeit.

Erfreulich ist das Angebot von hochwertigen Digitalkameras im Spiegelreflexsektor für Amateure und Profis. Die Auswahl wird immer größer, und für den Preis bekommt man viel exzellente Technik. Eine Aufgabe für den Fotohändler ist es nun, den Kunden, wenn er denn einer ist, zu motivieren, mehr

mit seiner Kamera zu machen, als die Technik allein es verlangt. Denn fotografieren ist mehr als knipsen. Letzteres können wir getrost den Handybenutzern überlassen, die immer bereit sind, abzulichten, aber verständlicherweise weniger Wert auf Kunst legen. Eher dann schon auf ein Bild von oder sogar mit einem Promi, der – wenn er gut gelaunt ist – selbst auf den Auslöser drückt.

Der Verdacht könnte aufkommen, dass ich etwas gegen das Fotohandy hätte. Das ist keineswegs der Fall. Ich müsste dann aber auch etwas gegen die Knipser haben, das wäre noch falscher. Denn was kann ein Fotograf und Fotohändler gegen sie haben, wenn sein Leben von Geburt an dem Bild und dem Wort galt? Außerdem bin ich Fotograf – wenn es sein muss. Ich bin aber auch ein „Knipser“, wenn ich darf!

Das ist schon eine Weile so, und mit der Zeit kam der Einblick, und vor allem Rückblick, auf Perioden der Fototechnik und ihren Verwendern. Wenn wir heute von den Digitalisten und Handyfotografen reden, so ist das ja keineswegs neu, nur anders! Der Mensch ändert sich weniger als die Technik. Im Verhältnis zu früher ist das Fotografieren bedeutend billiger geworden. Damals war die Box oder einfache Klappkamera mit 6 x 9 Bildchen s/w eine größere Errungenschaft als heute ein Fotohandy.

Der Preis für ein Bild war kein Vergleich zu heute. Jedes Bild hatte seinen Wert. Die Haltbarkeit der handwerklichen Arbeit war und ist unübertroffen. Das Fotografieren allerdings war ein wenig schwieriger. Das Filmeinlegen war für manche nur mit Hilfe des Fachhändlers möglich, worüber dieser nicht traurig war, denn so wurde bei ihm der neue Film gekauft, die Bilder auch von ihm im eigenen Labor bearbeitet.

Den Amateur gab es schon immer, den ernsthaften oder „gehobenen Amateur“ ebenfalls. Nur nennt man ihn heute „Semiprofi“. Will er sein Wissen und Können vertiefen, findet er den Weg in die Volkshochschule oder in einen Fotoclub. Für die Sprache wird auch einiges getan. Da fiel mir ein Buch über die Stadt Köthen/Anhalt in die Hände, und neben berühmten Bürgern ein Artikel über die erste bekannte Vereinigung zur Pflege der Deutschen Sprache. Sie nannte sich: „Fruchtbringende Gesellschaft von 1617“. Ein heute recht eigentümlich anzuhörender Name, aber es ist ja schon eine Weile her.

Was uns bleibt, ist nicht nur die Erinnerung, sondern die Pflege von Bild und Wort, wobei uns mit leisen Tönen genügend Vorbilder begleiten sollten, unerreichbar, aber unvergessen.

Fujifilm stellt Farbpapier mit metallisch schimmernder Oberfläche vor

Fujifilm hat das neue Fujicolor Crystal Archive Digital Pearl Colorpapier ins Programm genommen. Das metallisch schimmernde Material ist ein Farbfotopapier für RA4-kompatible Verarbeitungsprozesse und zum Einsatz in digitalen Minilabs und anderen digitalen Belichtungssystemen vorgesehen. Das Material ist laut Hersteller besonders geeignet für raffinierte Portraits, elegante Architekturfotos, Studio- und Außenaufnahmen, bei denen es auf eine besondere Plastizität und räumliche Tiefenwirkung ankommt. Bei der Betrachtung der Bilder in ausreichend hellem Licht entsteht ein silbriger, perlmuttartig schimmernder Effekt, der besonders in den Lichtern zur Geltung kommt, aber auch Hauttönen einen subtilen Glanz verschafft. Dieser besondere Effekt, der einzelne Farben metallisch leuchten lässt, beruht auf feinsten Glimmerpigmenten, die mit einer dünnen Titandioxidschicht unter-

Innovatives Konzept beim Fotorucksack Rotation 360°

Der neue Fotorucksack Rotation 360° von Think Tank Photo soll mit seinem innovativen Konzept vollkommen neue Maßstäbe setzen. Der Rucksack besteht aus zwei Staufächern, die ausreichend Platz für umfangreiche Ausrüstungen bieten. Beide Fächer lassen sich mit gepolsterten Raumteilern individuell einrichten und sind mit leichtgängigen, verschleißbaren Reiß-



verschlüssen geschützt. Der herausziehbare, um 360°

drehbare untere Rucksackteil lässt sich mit wenigen Handgriffen aus der Rucksackkonstruktion lösen und vor dem Körper des Fotografen

platzieren. Dort ermöglicht ein sich vom Körper weg öffnender Deckel einen schnellen

Zugriff auf das Equipment. Bei Bedarf

kann die untere Tasche ganz aus dem Rucksack entfernt und als

eigenständige Hüfttasche benutzt werden. Zur Ausstattung des neuen Fotorucksacks

gehören zwei Regenschutzhäuben, ein neuartiger Kamera-

tragegurt, gut gepolsterte Tragegurte und ein gepolsterter Handgriff. Beim

Rotation 360° kommen nur hochwertige Materialien wie Ballistik-Nylon und YKK Duracoil Reißverschlüsse zum Einsatz, die auf äußerste Haltbarkeit bei härtester Belastung ausgelegt sind. Der Rotation 360° ist ab sofort zu einem UVP von 279 Euro erhältlich beim deutschen Distributor Isarfoto Bothe GmbH, Münchner Straße 1, 82057 Icking, Telefon 08178/1311, E-Mail: thinktank@isarfoto.de.

thinktank@isarfoto.de.

thinktank@isarfoto.de.

thinktank@isarfoto.de.

Voigtländer Vito 65

Pluspunkte

+ Schnelle Bedienung durch Multifunktionsradtaste, attraktives Preis-/Leistungsverhältnis

Ausstattung

- Auflösung: 6 Megapixel
- Sensor: 1/2,5"
- Objektiv: 2,8–4,8/35–105 mm
- Stabilisator: nein
- Videoformat: MPEG 4
- Integrierter Speicher: 32 MB
- Speicherkarte: SD bis 1 GB



UVP: 199 €
Lieferbar: ab sofort

halb der lichtempfindlichen Emulsion eingelagert sind. Die Fujifilm Pearl Technologie hat keinen Einfluss auf die physikalischen Eigenschaften wie Planlage, Festigkeit und Schnittverhalten des Papiers. Das gute Latentbildverhalten und die äußerst hohe Langzeitstabilität der Farbstoffe entsprechen dem hohen Niveau anderer Fujifilm Crystal Archive Papiere. Das Pearl Papier kann in Verbindung mit konventionellen mittleren oder großen Fotoprintersystemen oder digitalen Minilabs der Frontier-Serie eingesetzt werden. Das neue Material wird in Formaten von bis zu 50 Zoll Breite zur Verfügung stehen.

Ilford bringt neue Inkjet-Papierserie auf den Markt

Ilford Photo Inkjet Paper heißt eine neue Papierserie für Tintenstrahldrucker, die Ilford neu im Sortiment hat. Wie alle Ilford Fotomedien ist auch die neue Produktreihe mit allen hochwertigen Tintenstrahldruckern kompatibel, ein-

schließlich Randlosdrucker. Die jeweils spezifische Farbgebung für jede Kategorie der Fotopapiere ermöglicht dem Kunden eine einfache Produktauswahl: Good (Pink, 160 g/m²) für die alltäglichen Drucke, Better (Silber, 250 g/m²) für fotorealistische Abzüge und Best (Gold, 270 g/m²) für exzellente Bildqualität. Die neue Produktreihe wurde für den Druck von Alltagsschnappschüssen konzipiert. Sie umfasst sofort trocknendes Fotopapier mit glänzender oder matter Oberfläche in Größen von 10 x 15 cm bis A4.

Für die Produktserien Ilford Premium Plus und Ilford Premium Photo hat das Unternehmen individuelle ICC-Profile für die verschiedenen Drucker erstellt, die den Nutzern kostenlos auf der Internet-Homepage zum Herunterladen zur Verfügung stehen. Sie wurden speziell für Drucker, OEM-Tinten und Ilford-Medien entwickelt und versetzen Anwender in die Lage, professionellere Ergebnisse als mit den Standardprofilen zu erzielen.

Gewerkschaftsakrobatik als hohe Kunst der Argumentation

„Der Staat verschenkt Geld“

So lautete das Schlagwort von Jürgen Peters, Vorsitzender der IG Metall, am 15. März, als der Bundesfinanzminister bekanntgeben konnte: Unternehmenssteuer wird gesenkt! Offensichtlich bin ich ein wirtschaftlicher Naivling, weil ich geglaubt habe, dass von den großen Gewerkschaften eine durch das Kabi-

nett beschlossene Steuersenkung vehement begrüßt wird, weil dadurch offensichtlich die Basis für betriebliche Gewinne erheblich steigen könnte. Das wiederum könnte den Gewerkschaftsführern doch Gelegenheit geben, bei den Betrieben mit höheren Gewinnen mehr Geld für die Mitarbeiter herauszuschlagen. Offen-

sichtlich bin ich mit meinen Gedanken einem Irrtum unterlegen, denn ein Mann wie Jürgen Peters ist gleich über den Bundeswirtschaftsminister bzw. über die große Koalition hergefallen mit dem nicht geringen Vorwurf, „der Staat verschenke an die Industrie Geld“. Da wollte er wohl stereotyp wieder die uralte Platte der Gewerk-

In der vorigen Ausgabe hat *imaging+foto-contact* einen umfassenden Bericht über die Situation bei CeWe Color gebracht mit der Hauptüberschrift eines Zitates des Vorstandsvorsitzenden Dr. Rolf Hollander: „Wir lassen uns nicht erpressen“. Da davon auszugehen ist, dass viele Angehörige der Fotobranche nicht nur Kunden von CeWe Color, sondern auch Aktionäre sind, erlaube ich mir hier einen Text wiederzugeben, den ich von Aktionär zu Aktionär geschrieben habe:

Von Aktionär zu Aktionär

Informationen für die CeWe Color
Aktionärsversammlung

am 26. April 2007 in Oldenburg

Nachdem ich das Unternehmen CeWe Color seit Anfang der 60er Jahre kenne, habe ich mit großer Bewunderung erleben können, wie aus dem kleinen Händler-Labor von Foto Wöltje durch die Gründung eines Großlabors, durch den Firmengründer Heinz Neumüller in Verbindung mit seinem Hauptgeschäftsführer Hubert Rothärmel, das größte private Großlabor der Welt mit zeitweise über 4.000 Mitarbeitern entstanden ist, hinter Kodak als Nummer 1, die in ihren besten Zeiten mehr als 50 Prozent des gesamten Bildermarktes weltweit repräsentierte.

Durch die fachlich hervorragende Geschäftsführung mit einer ebenso

sparsamen wie vorsichtigen Finanzpolitik ist es der Führung von CeWe Color bis heute gelungen, auch bei einem zusammengebrochenen analogen und einem boomenden, noch kleineren digitalen Bildermarkt weiterhin erfolgreich zu bestehen! (Nachdem zum Beispiel Kodak im Jahr 2004 seine eigenen Labors hier in Deutschland verkaufen musste und Agfa als älteste deutsche Fotofirma sozusagen völlig aus dem Foto-Markt ausgeschieden ist.)

Zu meinem großen Erstaunen habe ich sehen müssen, dass ausländische Finanzmakler von Hedgefonds versuchen, die für Investitionen angesparten Finanzreserven für eine weitere zukünftige Entwicklung bei CeWe Color sozusagen herauszuziehen, indem sie sich große Anteile des Aktien-Streubesitzes einverleibt haben, um auf diese Art und Weise zu großen Gewinnen zu kommen. CeWe soll veranlasst werden, dafür in über großem Maße Bankschulden aufzunehmen. Ich muss hier Herrn Müntefering zitieren, der diese Art von Firmenübernahmen sehr treffend mit „Heuschrecken“ charakterisiert hat, weil auf diese Weise, evtl. auch im Fall von CeWe Color, 3.000 Arbeitsplätze von Mitarbeitern verlorengehen würden, weil ein Unternehmen mit einer gekappten Finanzausstattung in einem rückläufigen, heiß umstrittenen Markt

nicht mehr die erforderlichen Investitionen tätigen kann.

Aufgrund meiner Fachkenntnisse weiß ich, dass die Zukunftsplanungen von CeWe Color auf einer sehr realistischen Basis erfolgen, so dass wir Aktionäre auch in Zukunft sicher mit einer guten Rendite rechnen können und dass es unter unserer Würde sein müsste zu helfen, wegen eines kurzfristigen finanziellen Ertrages dieses deutsche Unternehmen mit Welterfolg so auszuhöhlen, dass Aktionäre zukünftig keine Dividende mehr im heutigen Umfang bekommen werden bzw. dass nach meinen Erfahrungen offensichtlich 3.000 Arbeitsplätze gefährdet werden.

Ich möchte darum bitten, die fachlich unqualifizierten Vorschläge des Geschäftsführenden Gesellschafters, David Marcus, von der Firma M2 Capital, und weiteren ausländischen Firmen wie z. B. K Capital usw. auf jeden Fall abzulehnen, damit wir alle die Möglichkeit haben, auch in den nächsten Jahren mit Anstand eine gute Dividenden-Rendite entgegennehmen zu können, mit der Chance, dass die 3.000 Arbeitsplätze erhalten bleiben und CeWe Color durch eine expansive Firmenpolitik zu einem bekannten Markenartikel-Hersteller im Bildergeschäft expandieren kann.

H. J. Blömer (Aktionär), 40885 Ratingen

schaften auflegen, unsere Politiker förderten nur die Industrie und die Reichen, und die Armen gingen wieder einmal leer aus.

Wenn ich mich hier grundsätzlich erneut für die Notwendigkeit von Gewerkschaften als Vertreter der Arbeitnehmerschaft ausspreche, dann möchte ich dies deshalb tun, weil das frühere bestimmende, private Unternehmertum heute weitgehend von Wirtschaftsmanagern abgelöst worden ist. Deren Aufgabe besteht darin, den von ihnen geführten Betrieb mit möglichst großem, finanziellem Erfolg von Bilanz zu Bilanz zu führen. Meine Vorstellung heißt aber, dass die Vertreter der Gewerkschaften unternehmerisch denken können müssen, um das Bestmögliche, was ein Betrieb an neuen Kosten vertragen kann, für die Mitarbeiter herauszuholen. Damit möchte ich einem allgemeinen Flächentarif eine Absage erteilen, weil bei der weltweiten wirtschaftlichen Konkurrenz aufgrund der Globalisierung die Basis für die Gewerkschaften, zu bequemen flächendeckenden Tarifabschlüssen zu kommen, endgültig vorbei sein müsste. Wer das bei der Gewerkschaft noch nicht verstanden hat, ist als Gesprächspartner für Lohnabschlüsse überflüssig. Viele Arbeitnehmer haben das schon erkannt. Es ist nur möglich, durch Kenntnisse der eigenen Betriebsituation zu mehr Geld zu kommen oder eventuell auch Nachteile hinzunehmen, wenn zum Beispiel durch Kurzarbeit kurzfristige schwierige Situationen vorübergehend überwunden werden müssen.

Aber wie es zur Zeit der Fall ist, generell 6,5 Prozent mehr zu verlangen, um dann durch Streik drei oder vier Prozent mehr Lohn durchzusetzen, woran manche Betriebe später jahrelang zu knabbern haben – das sollten mutige Politiker heute mit Engagement verhindern!

H. J. Blömer

BenQ Produkte gewinnen sechs iF Designpreise

Gleich sechs Produkte von BenQ wurden mit dem iF Design Award ausgezeichnet. Darunter erhielten auch die auf dem deutschen Markt erhältlichen BenQ Projektoren CP120 und CP220 sowie die BenQ Digitalkamera X720 den begehrten Preis. Weitere ausgezeichnete BenQ Produkte sind die Digitalkameras X730 und C740. Zusätzlich bekam das mobile LCD-TV BenQ PMV 1000 den iF Gold Award, die Top-

Prozent), der Einzelhandel im Bereich Möbel, Hausgeräte- und Haushaltswaren (21 Prozent), Apotheken (20 Prozent) sowie Drogerien und Parfümerien (19 Prozent).

Unterhaltungselektronik, Multimedia und Entertainment sowie Mobilfunk sind laut Diesselhorst-Studie die Branchen, in denen am meisten Online-Käufe getätigt werden. So gaben 38 Prozent der Verbraucher an, mittlerweile verstärkt im Internet Mobilfunkgeräte einzukaufen; für die Unterhaltungsbranche liegt der Wert bei einem

quickpoint

47638 Strahlen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

Anerkennung für Design in der Industrie. Insgesamt wurden damit in den letzten fünf Jahren 42 BenQ Produkte mit dem iF Design Award ausgezeichnet.

Kundenkarten reduzieren Online-Shopping

Über 30 Prozent der Verbraucher würden weniger Unterhaltungselektronik, Multimedia- und Entertainment-Produkte im Internet kaufen, wenn sie eine Kundenkarte hätten. Dies geht aus einer aktuellen Trendstudie des Software- und Beratungshauses Diesselhorst Software & Consulting hervor.

Der Studie zufolge würde knapp ein Drittel der Verbraucher (31 Prozent) weniger Unterhaltungselektronik, Multimedia- und Entertainment-Produkte im Internet einkaufen, wenn sie die Kundenkarte eines Fachgeschäfts hätten. Auch Mobilfunk-Einzelhändler könnten davon erheblich profitieren (27 Prozent, Mehrfachnennungen waren erwünscht).

Das Software- und Beratungshaus Diesselhorst Software & Consulting hat in seiner aktuellen Trendstudie insgesamt 18 unterschiedliche B-to-C-Märkte untersucht. Zu den Branchen, die durch den Einsatz von Kundenkarten am meisten gegenüber der Online-Konkurrenz profitieren, zählen auch Textil- und Schuhfachgeschäfte (25

Drittel. Weitere Branchen mit starker Online-Shopping-Affinität sind Möbel, Hausgeräte- und Haushaltswaren (27 Prozent), Drogerien und Parfümerien (26 Prozent), Schreibwaren, Spielzeug und Geschenkartikel (20 Prozent), der Textil- und Schuhfachhandel (19 Prozent) sowie Apotheken mit 14 Prozent.

Duracell unterstützt humanitäre Stiftung

Duracell hat kistenweise Batterien für Angola gespendet. Die Batterien kommen hauptsächlich in Minensuchgeräten zum Einsatz. Angola ist neben Kambodscha das am dichtesten vermintete Gebiet weltweit. Die viele tausend Quadratkilometer langen Todeszonen sind das Einsatzgebiet der Minenräumer der gemeinnützigen Stiftung „Menschen gegen Minen“. Genau 25.920 Zellen der verschiedensten Größen, von der kleinsten AAA Zelle bis zur großen D Zelle, konnten die aktiven Minensucher kürzlich in Angola in Empfang nehmen. In erster Linie sorgen die gespendeten Duracell Batterien in Minensuchgeräten beziehungsweise Metalldetektoren für volle Funktionsfähigkeit. Doch auch Messgeräte sowie medizinisches Gerät werden durch die Duracell Batterien zuverlässig mit der notwendigen Energie versorgt.

eBay

...wird für den stationären Einzelhandel mehr und mehr zur Verkaufsplattform. Leider hat der elektronische Geschäftsverkehr immer noch einige Kinderkrankheiten, die man im Geschäftsverkehr mit Kunden aus Fleisch und Blut nicht hat. Trotzdem gilt: Wie auch sonst üblich, muss der Verkäufer beweisen, dass er mit seinem Kunden einen Vertrag geschlossen hat. Er kann sich dabei nicht auf die bloße Verwendung eines Passworts berufen (OLG Hamm – Urteil vom 16.11.2006 – 28 U 84/06).

Kündigungsschutz

...haben Arbeitnehmer nur, wenn sie in einem Betrieb mit mehr als fünf (bis 31.12.2003) beziehungsweise zehn Arbeitnehmern (ab 1.1.2004) beschäftigt werden. Bei einem Betriebsübergang tritt der neue Arbeitgeber zwar in die Rechte und Pflichten aus den Arbeitsverhältnissen seines Vorgängers ein. Dazu gehört aber nicht der Kündigungsschutz. Erfüllt der Betriebserwerber nicht die gesetzlichen Anforderungen an die Betriebsgröße, dann war's das (BAG – Urteil vom 1.2.2007 – 2 AZR 44/06).

Lohnpfändungen

...belasten die Buchhaltung. Viele Gläubiger verlassen sich nicht auf Sachpfändungen, sondern nehmen den Arbeitgeber ihrer säumigen Zahler als Drittschuldner in Anspruch. Damit der Gläubiger sich ein Bild von den Einkünften des Schuldners machen kann, muss der Arbeitgeber ihm nicht nur die laufende Lohnabrechnung, sondern sogar die letzten drei aus der Zeit vor Zustellung des Pfändungs- und Überweisungsbeschlusses vorlegen (BGH – Beschluss vom 20.12.2006 – VII ZB 58/06).

Quittung

...ist die Bestätigung des Gläubigers, dass er die Leistung des Schuldners erhalten hat. Sie ist schriftlich zu erteilen und erfordert eine eigenhändige Unterschrift.

Wird eine Erklärung bloß mit einem Handzeichen unterschrieben, das nur einen Buchstaben verdeutlicht, oder mit

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

Der **Gesetzgeber** hat Ende 2006 die Weichen für das elektronische Handelsregister gestellt. Die neuen Bestimmungen traten zum 1.1.2007 in Kraft. Das Gesetz funktioniert – brachte aber sofort neue Probleme auf den Tisch.

Die **HGB-Bestimmungen** schreiben Kaufleuten vor, auf ihre Geschäftsbriefe bestimmte Angaben zu setzen. Das soll – unter anderem – dem Verbraucher klar machen, mit wem er es zu tun hat. Der Einzelkaufmann hat beispielsweise Firma, Firmenbezeichnung, Ort, Registergericht und -nummer anzugeben.

Das **Gesetz über elektronische Handelsregister** und Genossenschaftsregister sowie das Unternehmensregister (EHUG) sagt nun, dass die Pflichtangaben auf Geschäftsbriefen, „gleichviel welcher Form“, verwendet werden. Der klassische DIN-A4-Brief ist schnell aufgepeppt. Die Gefahr lauert indes an ganz anderer Stelle: Geschäftsbriefe im Sinne des HGBs sind nämlich auch E-Mails.

Der **Wettbewerb** wird zunehmend härter, und Konkurrenten wie Wettbewerbshüter suchen neue Betätigungsfelder. Die Abmahnung von Händlern, die E-Mails ohne Pflichtangaben versenden, ist mittlerweile an der Tagesordnung. Das Geschäft scheint einträglich zu sein. Viele Kaufleute nutzen für ihre elektronische Post einfach die Standardsoftware, und da ist für die Pflichtangaben nichts hinterlegt.

Die **UWG-Bestimmungen** sehen es als wettbewerbswidrig an, wenn jemand einer gesetzlichen Vorschrift, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln, zuwiderhandelt (§ 4 Nr. 11 UWG). Das Recht der Pflichtangaben auf Geschäftsbriefen ist so ein Marktverhalten regelndes Gesetz. Der Händler, der es missachtet, verhält sich insoweit tatsächlich wettbewerbswidrig. Wie schwer so ein Verstoß wiegt und welche Folgen er hat, ist eine Frage des Einzelfalls. Es besteht aber die große Gefahr, dafür abgemahnt zu werden.

Das **Gesetz über elektronische Handelsregister** etc. hat einen neuen Abmahnmarkt aufgetan. Der E-Mail-Verkehr ist keine Sache mehr zwischen Händler und Kunde. Die virtuelle Post kann schnell auf dem Schreibtisch eines UWG-Kundigen landen und zu einem anstrengenden und teuren Schriftwechsel führen. Bis die Rechtsprechung hier – vor allem unter Missbrauchsgesichtspunkten – eine klare Linie gefunden hat, wird es noch einige Zeit dauern. Deswegen: Schnell die E-Mail-Software updaten oder die Pflichtangaben per Hand einfügen.

einer Buchstabenfolge, die erkennbar als bewusste und gewollte Namensabkürzung erscheint, liegt keine Namensunterschrift im Rechtssinn und damit keine gültige Quittung vor (BGH – Urteil vom 15.11.2006 – I 1 AL 60/06).

Schwerbehinderte

...dürfen nicht ohne Zustimmung des Integrationsamts gekündigt werden. Schwerbehindert sind Arbeitnehmer mit einem Behinderungsgrad von mindestens 50. Das Zustimmungserfordernis gilt nicht, wenn die Behinderung im Kündigungszeitpunkt nicht nachgewiesen ist oder über sie wegen fehlender Mitwirkung des Schwerbehinderten nicht entschieden werden konnte. Der Feststellungsantrag muss spätestens drei Wochen vor

der Kündigung gestellt sein (BAG – Urteil vom 18.1.2007 – 2 AZR 731/05).

Vertragshändler

...werden oft Handelsvertretern gleichgesetzt. Das heißt, sie haben – analog § 89b HGB – einen Ausgleichsanspruch, wenn ihr Vertragsverhältnis beendet wird. Bietet der Hersteller dem Händler nach einer von ihm erklärten Kündigung einen neuen Vertrag mit anderen Konditionen an, ist dessen Ablehnung nicht mit einer Eigenkündigung des Vertragshändlers gleichzusetzen. Der Ausgleichsanspruch bleibt daher dem Grunde nach bestehen (BGH – Urteil vom 28.2.2007 – VIII ZR 302/04).

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

Der neue Icebreaker bietet ein isoliertes Akkufach

Der neue Fotorucksack Icebreaker von Dörr wurde für die aktuelle Generation moderner Digitalfotografen entwickelt und soll den Begriff „praktikabel“ neu definieren. So ist der Rucksack beispielsweise mit einem großen Notebookfach



mit gepolsterter Trennwand ausgestattet, in dem sich nicht nur tragbare Computer, sondern auch Zubehör unterbringen lassen. Ein Klettverschluss gibt dem Notebook zusätzlichen Halt. Für Speichermedien ist ein gepolstertes, herausnehmbares und mit Karabinerhaken gesichertes Speicherkartenetui vorhanden. Um dem beschleunigten Energieverlust von Akkus und Batterien bei niedrigen Temperaturen vorzubeugen, bietet der Icebreaker ein isoliertes Akkufach, in dem Energiezellen mit Hilfe von Wärmepads gut temperiert aufbewahrt werden können. Das komplett herausnehmbare Innenfach lässt sich mit gepolsterten Trennwänden individuell einrichten. Eine große Anzahl von Innen- und Außentaschen, breite, gepolsterte und verstellbare Tragegurte und ein ergonomischer Haltegriff sind weitere Ausstattungsmerkmale. Zahlreiche Befestigungsmöglichkeiten für ein Stativ oder zusätzliche Ausrüstungsgegenstände, Netztaschen und Spanngurte runden die Ausstattung ab.

Zahlreiche Befestigungsmöglichkeiten für ein Stativ oder zusätzliche Ausrüstungsgegenstände, Netztaschen und Spanngurte runden die Ausstattung ab.

Unterwassergehäuse für die Exilim Zoom EX-Z1050

Mit dem neuen Unterwassergehäuse EWC-90 für die jüngst vorgestellte, mit 10,1 Megapixeln ausgestattete und in verschiedenen Farben erhältliche Exilim Zoom EX-Z1050 von Casio sind Tauchgänge bis zu 40 Metern Wassertiefe möglich. Das Gehäuse ist mit einem einfach zu bedienenden Verschluss ausgestattet. Die Weiterfüh-



rung aller Funktionstasten der EX-Z1050 auf das Gehäuse sorgt für einen optimalen Bedienkomfort. Darüber hinaus schützt das Gehäuse EWC-90 die Kamera perfekt vor Staub, Sand, Matsch und eindringendem Wasser, und das nicht nur am Strand oder im

Schnee, sondern auch in ungemütlichen Umgebungen wie etwa Baustellen. Der transparente Schutz für die Lifestylekamera wiegt zirka 270 g und ist dank seines farbigen Äußeren auch an Land ein Blickfang. Das EWC-90 soll dem Handel ab Mai zur Verfügung stehen. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 249 Euro. Im Lieferumfang sind ein Blitz-Diffuser, ein Strap, Silikonpaste sowie ein Anti-Beschlag-Kit enthalten.

8 GB SDHC-Karte neu bei SanDisk

Die SanDisk Corporation hat als Antwort auf die steigende Nachfrage nach Speicherkapazitäten für Fotos und Videos die 8-Gigabyte (GB) SanDisk Ultra II SD High Capacity (SDHC) Karte vorgestellt. Mit ihr können über 4.000 hochauflösende Bilder oder bis zu 15 Stunden MPEG 4 Video (Schätzwerte basierend auf komprimierten JPEG-Bildern einer Fünf-Megapixel-Kamera und Video in Super Fine MPEG 4-Format); Abweichungen abhängig von Kameramodell, Auflösung und

Komprimierung möglich) gespeichert werden. Die SanDisk Ultra II SDHC-Karte verfügt über eine Schreibgeschwindigkeit von neun Megabyte und eine Lesegeschwindigkeit von zehn Megabyte pro Sekunde. Die Karte wurde speziell für begeisterte Fotografen, deren Kameras eine Auflösung von mindestens fünf Megapixel haben, und Videofilmer entwickelt, die schnellere Flash-Speicherkarten brauchen.

Minox Macroscope jetzt auch als „Black Edition“

In Tiefschwarz stellt Minox das neue Macroscope als „Black Edition“ vor. Damit ergänzt das Wetzlarer Unternehmen sein Sortiment um eine weitere Ausgabe des innovativen Mini-Teleskops. Das Metallgehäuse der „Black Edition“ ist vollständig schwarz eloxiert, um Lichtreflexionen zu vermeiden. Dies kann entscheidend sein, wenn der Beobachter keinesfalls bemerkt werden möchte. Der regulären Version des Macroscope MS 8x25 entsprechend bietet die schwarze Ausgabe höchste optische Leistung auf kleinstem Raum.



Durch einen extrem kurzen Nahbereich von 35 Zentimetern in Kombination mit einer achtfachen Vergrößerung erlaubt es dem Anwender, auf besonders bequeme Weise in die Welt der Makro-Beobachtung einzutauchen. Technisch möglich wird die äußerst kurze Bauform des MS 8x25 durch den Einsatz von Porro-Prismen, die zugleich eine hohe Lichttransmission begünstigen. Mit Hilfe des komfortablen, von Minox patentierten Quick Close Focus (QCF) lässt sich das Macroscope mit einer 360°-Umdrehung des Fokussierings am Objektiv von nah bis unendlich scharfstellen.

Jetzt neu im grossen foto-katalog Online:

Canon:

PowerShot A560
PowerShot A570 IS
Digital Ixus 70
Digital Ixus 75
EOS 1D Mark III

Casio:

Exilim EX-Z65
Unterwassergehäuse EWC-90

Olympus:

µ 780

Pentax:

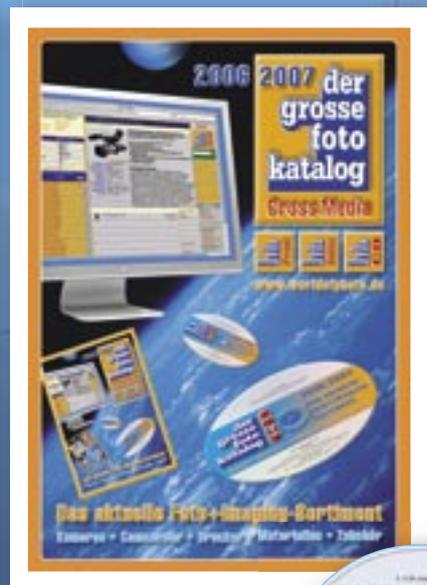
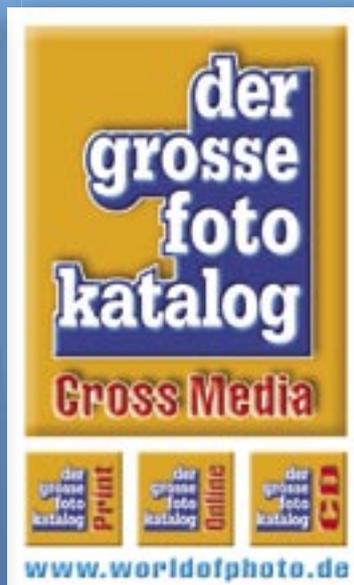
Optio A30
Optio W30
smc DA*2,8/15-50 mm
ED AL (IF) SDM
smc DA*2,8/50-135 mm
ED AL (IF) SDM

Ricoh:

Caplio R6
Caplio 500 SE

Sony:

DSC-H7
DSC-H9
DSC-T20
DSC-T100
DSC-W80
DSC-W90



Die umfassende
Produkt-Datenbank
für den Fotohandel!

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

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



FOTO-, VIDEO-, HIFI-
REPARATUREN
HERBERT GEISSLER
Lichtensteinstraße 75
72770 REUTLINGEN-GÖNNINGEN
Telefon 0 70 72/92 97-0
Telefax 0 70 72/20 69
E-mail: Geissler-Reutlingen@t-online.de
www.geissler-service.de

Autorisierte
Vertragswerkstatt

Canon

Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Rollei
Kodak



KONICA MINOLTA



reflecta



Saeco
Kaffeautomaten



SOLIGOR

HARMAN/BECKER
AUTOMOTIVE SYSTEMS

**DAYLIGHT POWER
DIE ERLEUCHTUNG**



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



Unterlagen und Händlernachweis:
Tel. 02203/16262, Fax 13567
e-mail: info@cf-photo-video.de
www.fotolicht.de

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

www.ccs-licht.de
Beam, CCS, Courtney, Windowlight

Zu verkaufen: Deckenschienen u.
Zubehör, usw., Telefon 01577 / 246 75 77

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

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

**Anzeigenschluß für
Kleinanzeigen**
in der Ausgabe 5/2007 ist der
11. April 2007.
Senden Sie uns einfach ein Fax
an: 0 21 02 / 20 27 90

Gute und preiswerte Color-Chrom-
Farb-ANSICHTSKARTEN

| 4-farb Druckträger WPK | Auflagendruck |
|--------------------------------|---------------------------------|
| Einbildkarte nach Dia € 110,- | 1500er Aufl. € 60,- p.1000 St. |
| 2-4 Bildkarte nach Dia € 165,- | 3000er Aufl. € 45,- p.1000 St. |
| -incl. Proof-Andruck- | 5000er Aufl. € 40,- p.1000 St. |
| | 10000er Aufl. € 35,- p.1000 St. |

Fordern Sie die Unterlagen an: + MwSt. u. Versandkosten
WOLFG. HANS KLOCKE VERLAG, Nieheimer Weg 13, 33100 Paderborn
Tel: 0 52 51 / 6 26 14 • Fax: 6 50 46 • E-Mail: Klocke-Verlag@web.de

IMPRESSUM
imaging+foto-contact
Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildver-
arbeitung, Video, Labor- und Studioteknik
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Postfach 12 29, 40832 Ratingen,
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon 0 21 02/20 27-0
Telefax 0 21 02/20 27-90
Online: http://www.worldofphoto.de
Postbank Essen
Kto. 164 565 438, BLZ 360 100 43
Herausgeber:
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Thomas Blömer, Geschäftsführer
Redaktion:
Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Dipl. Kfm. Andreas Blömer
Jürgen Günther

Lidija Mizdrak, M.A.
Dipl. Journ. Herbert Päge
Jutta Ramlow
Dipl.rer.pol. Karla Schulze
Neuheitenredaktion:
Jürgen Günther
Text- und Bildbeiträge:
Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff,
Ulrich Vielmuth
Anzeigen:
Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Ralf Gruna
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 34 v. 1. Januar 2007
Layout und Herstellung:
Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach, Albert Willmann
Vertrieb:
Silke Gräfel

Satz- und Repro:
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Druck:
D+L PRINTPARTNER GmbH, Bocholt
Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht
in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder.
Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine
Haftung übernommen. Rückporto ist beizufügen.
Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen
Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung
und Urhebervermerk.
Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für
Zeitungen und Zeitschriften.
Erscheinungsweise:
imaging+foto-contact erscheint
zum 1. des Monats, außer am 1. Januar.
Der Abonnementspreis beträgt:
Inland: 39,90 € jährlich
Ausland: 60,00 € jährlich
Die Zustellung ist im Preis enthalten.
ISSN: 1430-1121



Kleinanzeigen Angebote/Verkäufe

Fotoladen mit Fotostudio
in 1 A Lage in einer norddt. Großstadt. Hoher Anteil an Fotoarbeiten und Studio (Paßbilder). Aus gesundheitlichen Gründen zu verkaufen.
Chiffre 1271534

FUJI PICTOGRAPHY 3500
Digital Printer kompl.
650 x 561 x 610/70 kg,
Selbstabholung, KB 650,- €,
bei Versand + 100,- €.
Tel. 0 85 05/9 36 90
Foto Woias

Kodak Professional
Batterien, Thermo- +
Inkjet-Papier, Color-Blatt-
und Rollenpapier, Chemie,
Filme, Verbrauchsmaterial
für Kiosksysteme
Picturemaker.

Alles ab Lager vom
autorisierten KODAK
Professional Distributor

NORDFOTO
Versand
e-mail: post@nordfoto.de
Tel. 0 40 / 5 29 86 50
Fax 0 40 / 5 29 32 17
www.nordfoto.de

| Foto-Aktienkurse | | | | | |
|-------------------------|-----|------------|----------|--|---------|
| | | 16.03.2007 | Vormonat | niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate | |
| Canon | YEN | 6.260 | 6.278 | 5.240 | 9.020 |
| Casio | YEN | 2.485 | 2.491 | 1.770 | 2.815 |
| CeWe Color | EUR | 41,24 | 36,65 | 26,10 | 42 |
| Du Pont | USD | 50,43 | 51,10 | 38,82 | 53,67 |
| Eastman Kodak | USD | 22,84 | 24,99 | 18,93 | 30,91 |
| Epson | YEN | 785 | 804 | 673 | 1.177 |
| Fujifilm | YEN | 4.700 | 5.272 | 3.570 | 5.410 |
| Hewlett-Packard | USD | 39,70 | 42,10 | 29 | 43,72 |
| Hitachi | YEN | 863 | 821 | 644 | 888 |
| ICI | GBP | 480,25 | 473,25 | 331,95 | 505,50 |
| Imation | USD | 39,93 | 43,37 | 37,11 | 49,20 |
| Jenoptik | EUR | 7,19 | 7,70 | 6,25 | 8,35 |
| Leica | EUR | 12,05 | 12,47 | 6,10 | 12,94 |
| Metro | EUR | 54,78 | 54,41 | 41,24 | 55,10 |
| Olympus | YEN | 3.880 | 4.095 | 2.755 | 4.210 |
| Samsung | KRW | 589.000 | 562.000 | 549.000 | 690.000 |
| Sharp | YEN | 2.195 | 2.120 | 1.571 | 2.335 |
| Sony | YEN | 6.000 | 5.977 | 4.340 | 7.085 |
| Spector | EUR | 1,32 | 1,14 | 0,89 | 1,58 |
| Toshiba | YEN | 769 | 742 | 636 | 842 |
| Varta | EUR | 9,20 | 9,55 | 5,28 | 18,49 |

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

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

Inserenten-Verzeichnis

| | | | |
|---------------------|--------|------------------------|-------|
| Brückner | 49 | Messe Berlin..... | 27 |
| C.A.T.-Verlag | 33, 56 | Olympus | 7 |
| Canon | 4. U. | Oregon Scientific..... | 19 |
| CeWe..... | 3. U. | Photo+Medienforum..... | 35 |
| Loersch | 53 | Samsung..... | 2. U. |
| Lupus Imaging | 13, 15 | Kleinanzeigen | 57-58 |

Beilage: BHS Binkert



Auftrag

Klein- und Personalanzeigen

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

- einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
- in den Ausgaben

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

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

Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Anzeigenabteilung imaging+foto-contact
Postfach 12 29
40832 Ratingen

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

.....

i+fc 4/2007

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

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift

Ja!

zum Testsieger



Mein[®] CEWE-FOTOBUCH

Ausgezeichneter Spaß für Ihre Kunden – ausgezeichneter Umsatz für Sie!

www.cewe-fotobuch.de

* Unverbindliche Preisempfehlung für ein CeWe Fotoheft (14 x 13 cm) gemäß Preisliste, zzgl. Bearbeitungspauschale.



 **cewe**
einfach schöne Fotos

you can
Canon

Was auch immer Sie interessiert – der PIXMA iP4300 mit FINE-Druckkopf-Technologie wird Ihre Welt bereichern. Mit seinem kostensparenden Single Ink-System kreieren Sie Multipicture-Motive, DVD-/CD-Drucke oder sogar doppelseitige Ausdrücke. Und dank PictBridge können Sie Bilder sogar direkt von Ihrer Digitalkamera ausdrucken. Weitere inspirierende Druckideen finden Sie auf www.canon.de/pixma.

PIXMA iP4300

Mein Pixma,
mein Stil.

