

imaging

+foto contact

5/2003

€ 3,50 ISSN 1430 - 1121

32. Jahrgang G 30605

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

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

EPSON: Neues Konzept für den Fotohandel

EPSON



**Inkjet für
das Plus im
Bildergeschäft**

[**BEISPIELHAFT!**]

Günstige Preise – begeisterte Kunden!

...das ist unsere Philosophie

2

Mio. Pixel



Die handliche
Digitalkamera
für alle Fälle!

RICOH

Caplio RR 230

- 2.0 Mio. Pixel
- 3fach optischer Zoom
- 2fach digital Zoom
- 1,6 Zoll LCD-Farb-Monitor
- Video-Modus
- 8 MB interner Speicher
- SD-Memory Card kompatibel
- inkl. Tasche, USB-Kabel, Batterien und Software

139. €

UVP/Euro
229,-

Händler-EK zzgl. gesetzlicher MWSt.

[**ENTDECKEN!**] **Wir öffnen Ihnen die Welt zu Film und Foto**

Als eigenständiger Bereich der Wöltje Unternehmensgruppe beschäftigt sich der Wöltje Großhandel mit der Vermarktung von Filmen, Digital- und Analog-Kameras sowie Zubehör. Unser weltumspannendes Netz von Handelsbeziehungen und eigene Fachmärkte und Einzelhandelsgeschäfte im Inland haben uns zu einem der größten Fotohandelshäuser in Europa gemacht.

Sie als Kunde stehen dabei als Partner im Mittelpunkt unserer Aktivitäten - Ihr Erfolg ist unsere Motivation. Wettbewerbsorientierte Einkaufspreise und maßgeschneiderte Konzepte zur Verkaufsförderung helfen Ihnen, Umsätze zu sichern und erfolgreich am Markt zu bestehen.

Nutzen Sie als Händler unsere fundierten Kenntnisse und unsere jahrzehntelange Erfahrung!

Fordern Sie jetzt Ihr persönliches Info-Paket an!

(bestehend aus der aktuellen 44-seitigen Foto-Preisliste mit über 2.000 Artikeln, dem neuen 6-Seiter mit CeBit-Neuheiten und der Walther Alben-Kollektion 2003).

Bestellhotline: **0441-48 09-176** per Mail: grosshandel@woeltje.de

wöltje
GROSSHANDEL
Foto-Film-Fernsehen GmbH & Co. KG
Meerweg 30-32 • 26133 Oldenburg



...oder besuchen Sie unser
Händler-Zentrum im Internet!

www.woeltje.de

...da steckt was drin!





Zum Titelbild: Epson stellt neues Konzept für den Fotochannel vor: Mit Inkjet zum Plus

Mit einem speziellen Marketingkonzept setzt die Epson Deutschland GmbH verstärkt auf eine Partnerschaft mit dem Fotohandel. Ein eigens für diesen Vertriebskanal gebildetes Außendienstteam und neue, auf den Fotodruck abgestimmte Produkte sollen dabei helfen.



Seit dem 4. März ist der ehemalige Fotohändler Harald Nonn Leiter der speziell auf die Bedürfnisse des Fotohandels abgestimmten Epson-Vertriebsgruppe „Fotochannel“: „Ich kenne aus eigener, langjähriger Erfahrung die speziellen Bedürfnisse, Wünsche und Probleme des Fotohandels. So hat dieser beispielsweise seit einiger Zeit massive Probleme durch

den Rückgang und Preisverfall im analogen Bildergeschäft. Mit unserem Konzept möchten wir dem Handel neue Potentiale für Wachstum und Umsatz aufzeigen“, so Nonn. **Seite 14**

Fotobranche meldet Wachstum für 2002

Der Amateurmarkt für Foto- und Imagingprodukte ist in Deutschland im Jahre 2002 um rund 7 Prozent auf rund 8,726 Milliarden Euro gewachsen. Das gab der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbandes, Dieter Werkhausen, auf einer Pressekonferenz in Frankfurt bekannt. Als Wachstumsmotoren erwiesen sich vor allem Digitalkameras, Speicherkarten sowie Inkjet-Geräte mit den dazugehörigen Verbrauchsmaterialien und Zubehör. **Seite 8**

Neues Berufsbild schafft Ausbildungsplätze

In Ausgabe 3/2003 haben wir uns eher theoretisch mit der Frage beschäftigt, ob die Schaffung eines neuen Berufsbildes für die Imagingbranche sinnvoll und notwendig ist. Die Antwort war ein klares „Ja“. Für den Beitrag in dieser Ausgabe haben wir – willkürlich ausgewählt und ohne repräsentativ sein zu wollen – Vertreter aus Handel und Labor gebeten, uns einige Fragen zu beantworten. Auch hier ist die Tendenz der Antworten eindeutig: Ein neues Berufsbild ist dringend notwendig, um den aktuellen Anforderungen der Branche gerecht zu werden. **Seite 44**



Kodak Professional informiert über Trends

Um Markttrends und analoge sowie digitale Lösungen für den Fach- und Profibereich ging es bei den Professional Info Tagen 2003, zu denen Kodak Professional existierende und potentielle Kunden



Anfang April nach Stuttgart eingeladen hatte. In Fachvorträgen stellten Kodak Professional Manager neben Zahlen und Fakten von Fachlaboren und Bilddienstleistern das neue Endura Portfolio, digitale Aufnahme- und Ausgabesysteme sowie die Kodak Communications Aktivitäten vor. Parallel dazu hatten die Gäste Gelegenheit, sich bei Produktdemonstrationen über das digitale Kamerasystem DCS Pro 14n und den schnellen Thermaldrucker ML-500 Photo Print System, über High End Scans mit dem Kodak Professional

HR500 Plus Scanner, fortschrittliche Archivierungslösungen sowie effektive Ausgabesysteme im Labor zu informieren, zum Beispiel mit dem Kodak Professional RP 30/LED Laserprinter. Auf einer Pressekonferenz im Vorfeld der Veranstaltung erläuterten Kai Langner, Business Unit Manager Kodak Professional, Wilfried Goll, Product/Marketing Manager Digital Capture Kodak Professional, und Peter Bauer, Vertriebsdirektor Finishing+Minilab Consumer Imaging, Einzelheiten zu den Kodak Info Tagen. **Seite 32**

Verkaufsargumente für die FinePix F700

In Kürze bringt Fujifilm die erste Digitalkamera mit dem Super CCD SR der vierten Generation, die FinePix F700, auf den Markt. Die Qualität der Auflösung, die dieser Bildwandler mit seinen in R- und S-Pixel unterteilten Elementen bietet, ist völlig neu. Damit den Kunden im Verkaufsgespräch die wichtigsten Vorzüge dieses Sensorelements vermittelt werden können, hat imaging+foto-contact sie zusammengefasst. „An die Qualität von meinen analogen Bildern kommen digital aufgenommene Fotos nicht heran“, dieses Argument gegen den Kauf einer Digitalkamera hören Fotohändler inzwischen zwar seltener, aber immer noch häufig genug. Tatsächlich gilt bis heute, daß CCD-Elemente, die in den handelsüblichen Digitalkameras eingesetzt werden, nicht den vollen Tonwertumfang eines herkömmlichen Films erreichen können. **Seite 26**



Kodak System 88 sorgt für den Erfolg

Seit sich Sebastian Pototzki 1997 selbständig gemacht hat, wächst sein unternehmerischer Erfolg. Dieser basiert nicht allein auf dem breiten Sortiment aus Foto, Computer und Telekommunikation, mit dem allkauf Foto in der rund 62.300 Einwohner zählenden niederrheinischen Stadt Dormagen gut aufgestellt ist. Wichtige Stütze ist auch die Partnerschaft mit Kodak. Und vor allem das Ende 2001 installierte digitale Kodak Minilab vom Typ System 88 liefert gewichtige Argumente im täglichen Wettbewerb. Und die sind auch dringend notwendig. Denn neben einem mit Fotoarbeiten sehr erfolgreichen Drogeriemarkt finden sich noch zwei weitere Konkurrenten in unmittelbarer Nähe, die ebenfalls Bilder im Stundenservice anbieten. **Seite 42**



Zum Titelbild

Neues Fotochannel-Konzept von Epson **14**

Editorial

Wer wächst mit? **5**

Wirtschaftspolitischer Kommentar

Wer wundert sich noch über die Höhe der Krankenkassenbeiträge? **40**

Industrie

Deutsche Fotobranche meldet Rekordumsatz für das Jahr 2002 **8**
 Olympus organisiert den Vertrieb neu **31**

Bilddienstleistungen

allkauf Foto in Dormagen arbeitet erfolgreich mit dem Kodak System 88 **42**

Handel

Neues Fotochannel-Konzept von Epson **14**
 Ein neues Berufsbild würde Ausbildungsplätze schaffen **44**
 Krisenmanagement sichert das Überleben **48**
 H. D. Lehmann: Komm, lieber Mai **47**

Digital Imaging

Leica Digilux mit 3 MP und Dreifachzoom **18**
 Ultrakompakte Sony Megapixel-Handycams **22**
 Canon stellt die Digital Ixus II vor **25**

Ultrakompakte Handycams von Sony

Sony bringt zwei attraktive Hochkant-Handycams mit Megapixel-Auflösung auf den Markt. Darüber hinaus bieten der DCR-PC105 und der DCR-PC103 eine Reihe von multimediale Funktionen. Die ultrakompakten Handycams wiegen 460 bzw. 440 Gramm, sind mit einem 1.070.000 Megapixel HAD CCD ausgestattet und bieten ein hochwertiges Vario Sonnar Objektiv aus dem Hause Carl Zeiss. Die in blau-grau metallic gestalteten Camcorder stellen ein 10fach optisches Zoom (120fach digital) zur Verfügung. Diese Ausstattungsfeatures in Verbindung mit einem 14 Bit Analog/Digital Wandler sorgen für kontrastreiche und scharfe Bilder. Dank der neuen, im Lieferumfang enthaltenen Image-Mixer Software können Filme, die zuvor per USB-Schnittstelle auf den Computer übertragen wurden, ganz einfach auf CD-R gebrannt werden.



Seite 22

Canon stellt die Digital Ixus II vor

Mit der Digital Ixus II präsentiert Canon ein um zirka 15 Prozent kleineres Modell der 2000 erstmals vorgestellten digitalen Version der analogen APS-Kamera Ixus. Darüber hinaus konnten ihre inneren Werte weiter verbessert werden. Das edle und ultrakompakte Metallgehäuse der Digital Ixus II mißt lediglich 85 x 23,9 x 56 mm und nimmt vollständig das zweifache Zoomobjektiv auf. Umgerechnet auf Kleinbildformat bietet die Kamera eine Brennweite von 35–70 mm. Canons neuestes digitales Ixus-Modell verfügt über eine Auflösung von 3,2 Megapixeln und ist mit der AiAF-Funktion ausgestattet, die mit einer Matrix von insgesamt neun Meßfeldern automatisch Belichtung (AE) und Autofokus (AF) regelt.



Seite 25

imaging+foto-contact liefert Verkaufsargumente für Fujifilms Finepix F700 **26**
 Delkin-Speicher exklusiv beim Hapa-Team **29**
 Neuheiten Digital Imaging **20, 23, 28**

Nachrichten **6, 12**

Profi

Kodak Professional informierte Partner auf Info-Tagen über aktuelle Trends **32**
 Agfa bittet SW-Fotografen zum Wettbewerb **34**
 Digitale Möglichkeiten machen den Einstieg in die Paßbild- und Porträtfotografie leicht **36**

Video

U. Vielmuth: Neue Camcorder-Klasse **50**

Neuheiten **59**

Neue Zubehörprodukte von Jobo **24**
 Leistungsstarke Akkus von GP Batteries **30**

Point of Sale

Fujifilms Sommer Promotion **46**

Nachträge grosser foto-katalog **53**

Rechtstips **52**

Literatur **58**

Inserenten-Verzeichnis **63**

Klein- und Personalanzeigen **60**

Impressum **63**

Der Foto- und Imaging-Markt ist deutlich größer geworden

Wer wächst mit?

In einer Zeit, in der die Hiobsbotschaften aus der Wirtschaft überwiegen, warteten der Photoindustrie-Verband und sein Vorsitzender, Dieter Werkhausen, auf der Jahrespressekonferenz in Frankfurt mit Erfolgsmeldungen auf (siehe Bericht auf S. 8–10): Im vergangenen Jahr haben Deutschlands Verbraucher für Fotografie mehr als 8,726 Milliarden Euro ausgegeben. Das sind 7 Prozent mehr als 2001. Dabei wurden so viele Kameras verkauft wie noch nie, nämlich 5,21 Millionen Stück. Zu verdanken ist dieser Rekord einer Verdoppelung des Digitalkamera-Absatzes – dieses Segment ist deutlich schneller gewachsen, als der Verkauf von analogen Kameras und Filmen abgenommen hat. Die Gesamtzahl der geprinteten Bilder nahm zwar im Vergleich zu 2001 leicht ab, aber rasante Zuwachsraten bei den Digitalfotos geben auch hier Anlaß zu der Hoffnung, daß es nicht nur einen Massenmarkt für digitale Kameras, sondern auch für digitale Bilder gibt.

Trotz dieser erfreulichen Zahlen sieht man zur Zeit bekanntlich nicht nur strahlende Gesichter im Fotohandel, der trotz des Wachstums mit ernststen Ertragsproblemen zu kämpfen hat. Der Grund dafür sind einerseits die vergleichsweise geringen Spannen im Digitalkamera-Geschäft, andererseits natürlich der Preisver-

fall an der Bildertheke. Auch wenn man die Hoffnung haben kann, daß die steigende Zahl digitaler Fotos im letztgenannten Segment zu einer leichten Entspannung führen könnte, steht leider fest: Die goldenen Zeiten der 70er und 80er Jahre werden im Bilder-geschäft bestimmt nicht wiederkommen. Und bei den Digitalkameras kann man zwar im Rahmen der Konsolidierung des Marktes und langsamerer Produktzyklen erwarten, daß ein neues Modell nicht ein halbes Jahr nach seiner Einführung zum halben Preis verkauft werden muß; die mit der Entwicklung des Massenmarktes sinkenden Durchschnittspreise pro Kamera lassen aber dennoch nicht erwarten, daß die Deckungskostenbeiträge pro Verkauf in den Himmel wachsen.

Umso wichtiger ist die Tatsache, daß die steigende Popularität der Digitalfotografie nicht nur für Wachstum bei Kameras und Bild-Dienstleistungen sorgt, sondern auch in zum Teil für den Fotohandel neuen Produktsegmenten einen Nachfrageschub auslöst. Die Zahl der verkauften Speicherkarten hat im Jahre 2002 zum Beispiel ein Volumen von 2,2 Millionen Stück erreicht, mit denen über 133 Millionen Euro Umsatz erzielt wurden. Bedeutend größer ist indes die Nachfrage nach Inkjet-Papieren und Farbpatronen, für die in Deutschland im Jahre 2002

nicht weniger als 2,633 Milliarden Euro ausgegeben wurden. Darin nicht enthalten sind die mehr als eine Milliarde Euro für Drucker, von denen rund 4,6 Millionen Stück verkauft wurden. Natürlich handelt es sich dabei keinesfalls nur um Fotodrucker, ebenso wenig wie alle Inkjet-Papiere und Farbpatronen zum Ausdruck von Fotos gekauft wurden. Aber wenn nur 10 Prozent des riesigen Inkjet-Marktes etwas mit Bildern zu tun hatten, bliebe unter dem Strich eine ganze Menge übrig.

Das ist ein guter Grund für den Fotohandel, dieses Geschäft nicht weiterhin den Fachmärkten und Computerhändlern zu überlassen. Denn die deutlichen Wachstumsraten digitaler Bilder in den Großlabors zeigen, daß Home Printing nicht die Bild-Dienstleistung bedroht, sondern ein eigenständiges Wachstumssegment darstellt.

Und es geht dabei für den Fotohandel um noch mehr als den so dringend benötigten Umsatz: Wer als Fachhändler seinem Namen gerecht werden will, sollte für seine Kunden ein kompetenter Ansprechpartner für alle Technologien sein, mit denen Bilder gemacht werden. Denn Fotos waren und sind Ihr Kerngeschäft – und werden es auch in Zukunft sein, egal ob sie auf Fotopapier oder Inkjet-Medien geprintet werden. Th. Blömer

Eastman Kodak ernennt neuen Präsidenten/COO

Die Eastman Kodak Company hat Antonio M. Perez zum Präsidenten und Chief Operating Officer ernannt. Er berichtet an den Vorstandsvorsitzenden Chief Executive Officer Daniel A. Carp. Der 57jährige Perez gehörte bis zum Jahre 2000 zu den Top-Managern von Hewlett-Packard. Dort war er zuletzt als Präsident des Bereichs Consumer Business und Digital Media Solutions, zu denen auch die Bereiche Digital Imaging und E-Publishing gehören, für 16 Milliarden US-\$ Umsatz verantwortlich. Zuvor hatte er von 1995 bis 1999 das Inkjet-Imaging Geschäft von HP geführt und dabei die Zahl der weltweit installierten Geräte von 17 Millionen auf 100 Millionen gesteigert.

Imaging Summit 2003 findet in Nürnberg statt

Eine internationale Imaging-Konferenz mit umfassenden Informationen über neue Marktentwicklungen und Trends findet am 1. und 2. Dezember in Nürnberg statt. Zum ersten Mal wird der Imaging Summit 2003 gemeinsam

von der GfK Marketing Services GmbH & Co. KG und den photokina-Veranstaltern – Photo GmbH und Köln-Messe GmbH – ausgerichtet.

Auf der Konferenz sollen die neuesten Daten, Fakten und Trends der globalen Märkte vermittelt sowie neue Verfahren und Anwendungen vorgestellt werden. Dabei werden auch innovative Vermarktungs- und Kommunikationswege eine Rolle spielen. Angesprochen sind Repräsentanten aus Industrie, Handel und Presse der Bereiche Foto, Unterhaltungselektronik, Informationstechnologie und Telekommunikation in ganz Europa.

Nach einem Auftakt mit Besichtigungsprogramm und Welcome Dinner auf der Nürnberger Burg am 1. Dezember bietet ein umfassendes Vortragsprogramm am 2. Dezember den fachlichen Schwerpunkt der Veranstaltung. Renommiertere Branchenexperten aus Europa und den USA werden aktuelle Daten übermitteln, Trends und Zukunftsperspektiven skizzieren und Problemlösungen aufzeigen. Zum Programm gehören die Präsentation der aktuellen Branchendaten der GfK über die Absatzentwicklung in den einzelnen

Produktsparten auf den europäischen und globalen Konsum-Märkten, die Vorstellung der aktuellen globalen Trends im Bereich Printing, Informationen über Auswirkungen und Chancen der Veränderungen in der Distributionslandschaft sowie die Gegenüberstellung neuer und alter Wege der Kommunikation. Den Abschluß des Kongreß-Programms soll eine Podiumsdiskussion mit Beteiligung hochkarätiger Referenten und der Zuhörer bilden.

ProMarkt mit Berliner Filialen von Photo Dose

Die zur ProMarkt Gruppe gehörende Foto-Radio-Wegert Filial GmbH & Co. KG, Berlin, hat zum 1. Mai alle zehn Berliner Filialen der Bremer Photo Dose GmbH übernommen. Damit baut Wegert sein Filialnetz im Berliner Stadtgebiet auf 98 Geschäfte aus. Nach Angaben von Michael Wegert, Geschäftsführer der ProMarkt Handels GmbH, ist die Maßnahme Teil des Sanierungskonzeptes für die ProMarkt-Unternehmensgruppe, das die Konzentration auf Kernkompetenzen vorsieht: „Die Übernahme der Photo Dose Filialen ist somit Teil unserer Strategie und ein Beweis unserer finanziellen Unabhängigkeit. In den nächsten Wochen werden wir weitere Maßnahmen zur Stärkung unserer Marktposition durchführen.“ Die Berliner Photo Dose Filialen sollen auf das Sortiment von Wegert umgestellt werden. Dazu gehört auch der Einbau einer Digitalstation in allen Filialen, die bisher noch nicht über ein solches Terminal verfügen.

PPS Handelsgruppe und Imacon arbeiten zusammen

Die PPS Handelsgruppe, zu der auch die Unternehmen Bremaphot, Kleffel + Aye, Foto Elgas, Hansephot Rostock und das Versandunternehmen film art gehören, hat eine strategische Allianz mit dem dänischen Scanner- und Digitalkamerarückteilerhersteller Imacon bekanntgegeben. Nach Kodak Professional, Epson und Fujifilm hat PPS in Imacon einen weiteren strategischen Partner gefunden. PPS wird für das Unternehmen den Vertrieb des neuen digitalen Single-Shot-Kamerarückteils „Iexpress“ übernehmen.

Gretag CLE geht überraschend an Photo-Me

Die geplante Übernahme des Bereichs Großlabor-Geräte der insolventen Gretag Imaging AG durch die neuformierte Imaging Tec AG ist geplatzt. In letzter Minute sicherte sich die englische Photo-Me Gruppe, zu der auch der französische Minilab-Hersteller Kis gehört, den Zuschlag. Noch wenige Tagen zuvor waren die Liquidationsorgane von Gretag Imaging von einem planmäßigen Abschluß der Übernahme des Geschäftsbereichs Großlabore durch die Imaging Tec AG ausgegangen. Diese wollte insbesondere die Cyra Linie digitaler Großlaborgeräte fortsetzen und weiterentwickeln und dafür etwa 100 ehemalige Gretag Mitarbeiter in der Schweiz weiterbeschäftigen. Eine Aufnahme des Betriebes war für den 1. April geplant. Kurzfristig hat nun die englische Photo-Me Gruppe rund 0,8 Millionen CHF mehr geboten als die 2,2 Millionen CHF, die Imaging Tec mit Hilfe der Swiss Capital Acquity Holding AG investieren wollte. In den übrigen wichtigen Punkten, so eine Pressemitteilung, seien die Angebote vergleichbar gewesen. Daher hätten die Liquidationsorgane pflichtgemäß und im Interesse der Gläu-

biger dem Verkauf an die Höherbietenden zugestimmt. Photo-Me ist Weltmarktführer im Bereich Bilderkioske und über die Tochtergesellschaft Kis ein bedeutender Hersteller digitaler Minilabs. Mit dem Erwerb des Gretag Großlabor-Bereiches wird die Gruppe nun zum Gesamt-



Rainer Bauer

anbieter im digitalen Fotomarkt. Rainer Bauer, der derzeitige Geschäftsführer der (trotz Insolvenz der Muttergesellschaft weiter operierenden) deutschen Gretag Tochtergesellschaft, wurde zum CEO der neuen Betriebsgesellschaft in Regensdorf ernannt. An diesem Standort will Photo-Me auch in Zukunft festhalten.

Bremaphot ■ Gruppe

Kleffel+Aye ■ Hansephot

Der Foto-Großhandel mit Beratung vor Ort durch qualifizierten Außendienst
Fax: 0421/468 98 33 Tel: 0421/46 89 89

CAPTURE EVERY MOMENT



C-740 Ultra Zoom

Zoompower zum attraktiven Preis

- 10faches Ultra-Zoom
- 3,18 Mio. Pixel
- lichtstarkes Objektiv f2,8/3,7
- xD-Picture Card kompatibel

C-350 Zoom

Digitaler Fotospaß – schnell und preiswert

- 3,2 Mio. Pixel
- 3fach optisches und 3,3fach digitales Zoom
- einfache Bedienung



μ[mju:] III Wide 100

Die perfekte Einheit von Form und Funktion

- hochwertiges 28–100 mm 3,6fach Zoomobjektiv
- Multi-Wide-Autofocus
- wetterfest

μ[mju:] III Wide 120

Elegant und kompakt im Design

- leistungsstarkes 38–120 mm Objektiv
- wetterfest



Make a difference

OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE

Deutsche Fotobranche meldet Umsatzrekord im Jahre 2002



Dieter Werkhausen, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes: „Wir stehen am Anfang einer stürmischen Entwicklung.“

Der Amateurmarkt für Foto- und Imagingprodukte ist in Deutschland im Jahre 2002 um rund 7 Prozent auf rund 8,726 Milliarden Euro gewachsen. Das gab der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbandes, Dieter Werkhausen, auf einer Pressekonferenz in Frankfurt bekannt. Als Wachstumsmotoren erwiesen sich vor allem Digitalkameras, Speicherkarten sowie Inkjet-Geräte mit den dazugehörigen Verbrauchsmaterialien und Zubehör.

Besonders erfreulich entwickelte sich im vergangenen Jahr der Verkauf von Kameras, der mit 5,21 Millionen Stück (plus 11 Prozent) ein Rekordniveau erreichte. Ursache dafür war die starke Nachfrage nach Digitalkameras, von denen im Jahre 2002 in Deutschland 2,4 Millionen Stück verkauft wurden

wegen des im Vergleich zu ihren analogen Pendanten deutlich höheren Verkaufspreises der digitalen Modelle um 39 Prozent auf 1,25 Milliarden Euro zu. Damit machen Digitalkameras bereits fast drei Viertel des Gesamtumsatzes im Kamerageschäft aus.

In der Menge überwogen im vergange-

„Stürmische Entwicklung“

(plus 100 Prozent). Die Zahl der analogen Modelle sank um 500.000 Stück auf 2,57 Millionen (minus 19 Prozent). „Dieser Rückgang ist deutlich geringer als der Zuwachs bei den Digitalkameras“, betonte Werkhausen. „Diese Kombination – starkes Wachstum im digitalen Segment bei verhältnismäßig geringem Rückgang im analogen Bereich – ist der wichtigste Grund für das erfreuliche Wachstum.“

Dabei legte der Kameramarkt im Wert

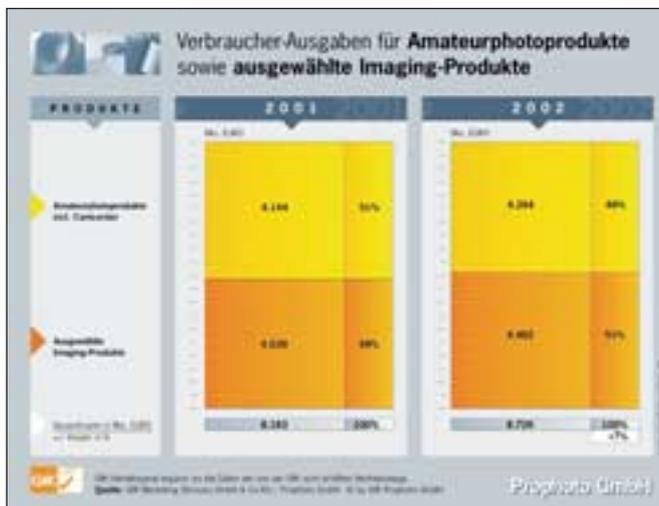
nen Jahr dagegen noch die analogen Modelle, von denen 2,57 Millionen Stück verkauft wurden. In diesem Jahr werden dagegen nach Auffassung von Werkhausen die Digitalkameras auch mengenmäßig auf Platz eins liegen.

Bildergeschäft: Mehr oder weniger gut

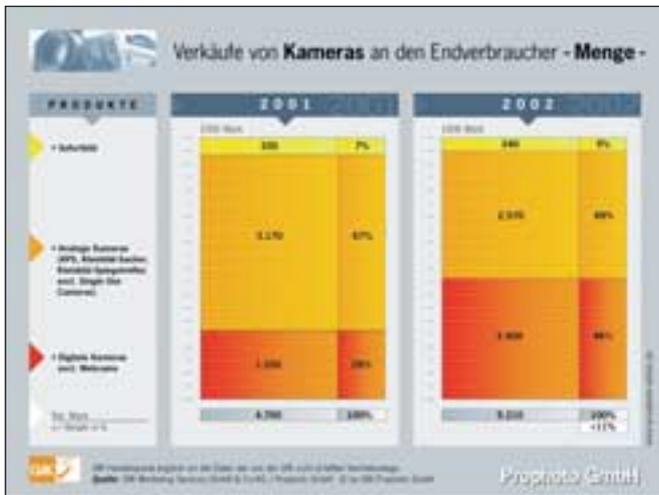
Die Zahl der verkauften Filme nahm im vergangenen Jahr um 9 Prozent auf immer noch beachtliche 170 Millionen

Stück ab. Davon stellen Colornegativ-Filme mit 148,8 Millionen (minus 8,3 Prozent) den Löwenanteil, gefolgt von 11,5 Millionen Diafilmen (minus 12,2 Prozent), 5,5 Millionen Sofortbild-Filmen (minus 21,4 Prozent) und 4,2 Millionen Schwarz-Weiß-Filmen (minus 10,6 Prozent).

Etwa die Hälfte des Rückgangs im Filmgeschäft sei auf die steigende Popularität der Digitalfotografie zurückzuführen, erklärte Werkhausen, die andere Hälfte



Der Markt für Amateurfoto- und Imaging-Produkte ist in Deutschland im vergangenen Jahr um 7 Prozent gewachsen. Besonders erfreulich entwickelte sich dabei das Kamerasegment.



Die Zahl der verkauften Digitalkameras hat sich im vergangenen Jahr in Deutschland verdoppelt...

auf der Auftragstasche Bestellung ankreuzen, Bilder abholen. Diese Convenience wollen wir auch für den Digitalfotografen schaffen.“ Die Aktivierung des latenten Verbraucherbedarfs an Farbbildern von digitalen Aufnahmen

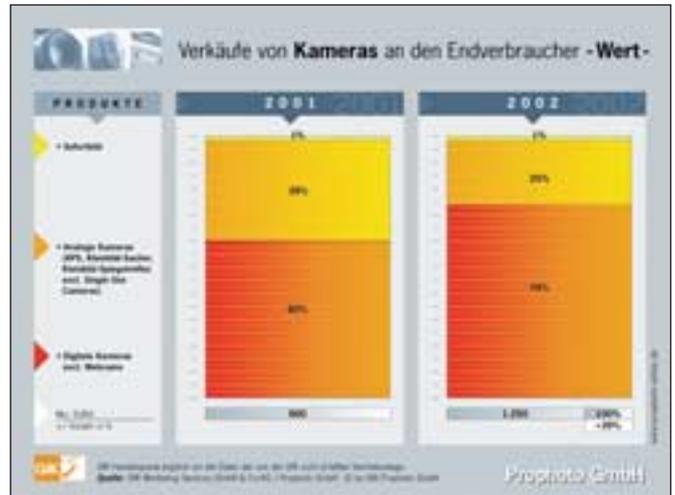
auf konjunkturelle Einflüsse. Auch im Digitalzeitalter habe das analoge Segment seine Existenzberechtigung, betonte der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbandes: „Mit 28 Millionen aktiven Analogkameras in Deutschland ist die klassische Fotografie ein eindrucksvoller Massenmarkt. 4 Millionen aktive Digitalkameras dagegen markieren erst den Anfang des digitalen Massenmarktes.“

Der Rückgang im Filmverkauf wirkte sich auch auf die Zahl der produzierten Colorbilder aus: Sie ging um 5 Prozent oder 250 Millionen Stück auf 5,0 Milliarden Prints zurück. Damit, so Werkhausen, haben Deutschlands Labore mehr Bilder produziert, als angesichts des Rückgangs der Menge der verkauften Filme zu erwarten gewesen wäre. „Hier zeigt sich bereits das neue Geschäft mit der Herstellung von Color-

...und konnte den Rückgang im analogen Segment mehr als kompensieren.

papierbildern von digitalen Speichermedien.“ Gerade mit dem Beginn des Massenmarktes, so Werkhausen weiter, werde deutlich, daß sich das Fotografierverhalten von Digitalkamera-Besitzern nicht von dem der klassischen Konsumenten unterscheidet: „Der Verbraucher will Bilder. Und aus der Befriedigung dieses Bedürfnisses leitet unsere Imagingbranche ihre Existenzberechtigung her. In einem Massenmarkt sind Convenience-Produkte gefordert. Durch die analoge Fotografie hat der Verbraucher ein bestimmtes Verhalten gelernt: Fotografieren, Film zur Bildertheke bringen,

sei dabei eine Aufgabe der gesamten Branche: „Entsprechende Dienstleistungen werden bereits über den Fotohandel und die Fotoabteilungen angeboten oder sind über das Internet nutzbar. Je näher wir diese Serviceleistungen zum Verbraucher bringen, je verständlicher und einfacher das Angebot strukturiert ist, je günstiger das Preis-/Leistungsverhältnis ist und je umfassender und schneller wir diese Möglichkeiten dem Besitzer digitaler Kameras kommunizieren, umso schneller wird der Markt für Bild-Dienstleistungen von digitalen Speichermedien wachsen.“



Imaging Summit 2003 in Nürnberg

Eine internationale Imaging-Konferenz mit umfassenden Informationen über neue Marktentwicklungen und Trends findet am 1. und 2. Dezember 2003 in Nürnberg statt. Zum ersten Mal wird der Imaging Summit 2003 gemeinsam von der GfK Marketing Services GmbH & Co. KG und den photokina-Veranstaltern – Prophoto GmbH und KölnMesse GmbH – ausgerichtet.

Auf der Konferenz sollen die neuesten Daten, Fakten und Trends der globalen Märkte vermittelt sowie neue Verfahren und Anwendungen vorgestellt werden. Dabei werden auch innovative Vermarktungs- und Kommunikationswege eine Rolle spielen. Angesprochen sind Repräsentanten aus Industrie, Handel und Presse der Bereiche Foto, Unterhaltungselektronik, Informationstechnologie und Telekommunikation in ganz Europa.

Nach einem Auftakt mit Besichtigungsprogramm und Welcome Dinner auf der Nürnberger Burg am 1. Dezember

bietet ein umfassendes Vortragsprogramm am 2. Dezember den fachlichen Schwerpunkt der Veranstaltung. Renommiertere Branchenexperten aus Europa und den USA werden aktuelle Daten übermitteln, Trends und Zukunftsperspektiven skizzieren und Problemlösungen aufzeigen. Zum Programm gehören die Präsentation der aktuellen Branchendaten der GfK über die Absatzentwicklung in den einzelnen Produktparten auf den europäischen und globalen Konsum-Märkten, die Vorstellung der aktuellen globalen Trends im Bereich Printing, Informationen über Auswirkungen und Chancen der Veränderungen in der Distributionslandschaft sowie die Gegenüberstellung neuer und alter Wege der Kommunikation. Den Abschluß des Kongreß-Programms soll eine Podiumsdiskussion mit Beteiligung hochkarätiger Referenten und der Zuhörer bilden. Als Moderator konnte bereits Alexis Gerard, Future Image, USA, gewonnen werden.



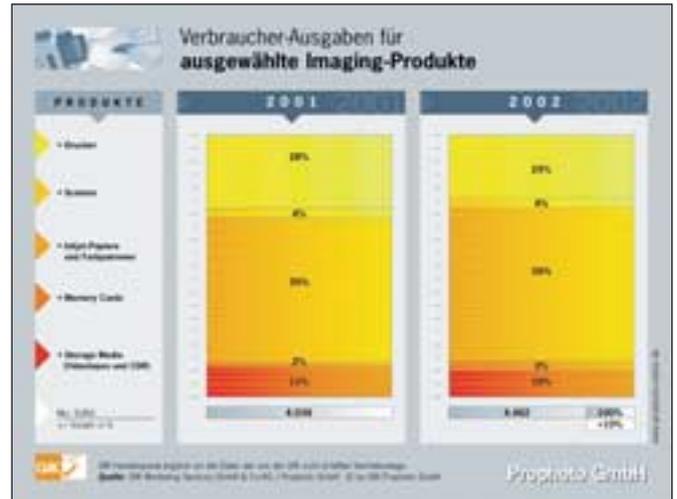
Mit 170 Millionen Stück hat der Filmmarkt in Deutschland im Jahr 2002 immer noch ein beachtliches Volumen erreicht.

Angebotsmöglichkeiten rund um das digitale Bild neue Absatz-, Umsatz- und Ergebnischancen erschließen.“ Der einzige Wermutstropfen in diesem Szenario, so Werkhausen weiter, sei der immer bedrohlicher werdende Preisverfall, der Hersteller, Finisher und den Fotohandel im gleichen Maße betreffe.

Neue Produktkategorien

Auch in diesem Jahr werde der Foto-markt weiter wachsen, erklärte Werkhausen. Dabei sei zwar keine erneute Verdoppelung der Digitalkamera-Verkäufe zu erwarten, aber eine Stückzahl von 3 bis 3,5 Millionen liege durchaus im Rahmen der Möglichkeiten des Marktes. Zudem habe auch das analoge Segment weiterhin eine Existenzberechtigung. Zusätzlichen Auftrieb wird das digitale Fotografieren, nach Einschätzung von Werkhausen, durch die neuen Handys mit integrierter Kamera erfahren, die von immer mehr, vor allem jüngeren Menschen ganz selbstverständlich zum Zweck der Kommunikation benutzt würden. Am Ende, so Werkhausen, heiße das: Mehr Bilder und entsprechendes Wachstum, sowohl im Home-Printing- als auch im Dienstleistungsbereich. Bereits im vergangenen Jahr ist der Markt für Inkjet-Papiere und Farbpatronen um 18,5 Prozent auf ein Volumen von 2,63 Milliarden Euro gewachsen. Aus den Großlabors werden zudem Zuwachsraten von rund 350 Prozent für Abzüge von digitalen Aufnahmen gemeldet. „Wenn im Jahr 2002 rund 400 Millionen Bilder – inklusive Home-Printing – von digitalen Dateien gemacht wurden, so könnte das Jahr 2003 hier eine Verdoppelung bringen.“ Selbst die Schwelle von einer Milliarde Bilder könnte erreicht werden. „Vor allem sogenannte On-Site-Terminals, also Annahmeterminals, mit denen digitale Bilddateien vom Speichermedium des Fotografen heruntergeladen und entweder gleich im Laden ausgedruckt oder an das Labor zum Ausbelichten weiter geschickt werden, könnten die Entwicklung beschleunigen.“

Durch die steigende Popularität der Digitalfotografie haben neue Produktbereiche an Bedeutung gewonnen. Dabei entwickelten sich das Geschäft mit Inkjet-Papieren und Farbpatronen sowie der Umsatz mit Speichermedien besonders erfreulich.



Positiver Ausblick

Für die Zukunft ist nach Werkhausen darum folgendes Szenario vorstellbar: „Die digitale Fotografie nimmt im Geschäft mit Colorpapierbildern eine immer wichtigere Rolle ein. Die Verteilung zwischen analogen und digitalen Bildern ist zumindest in den nächsten fünf Jahren immer noch zugunsten der analogen Bilder zu sehen. Denn die 28 Millionen existierenden analogen Kameras werden weiter benutzt.“

Zudem werde die konjunkturelle Lage in Deutschland und die weltpolitische Situation auch die Geschäfte der Fotobranche beeinflussen. Dabei bleibe vor allem abzuwarten, wie sich das Tourismusgeschäft dieses Jahres entwickle. Denn das Fotoverhalten der Verbraucher hängt wesentlich vom Urlaub ab. Für Pessimismus, so Werkhausen, gebe es allerdings keinen Grund, denn die Fotografie biete ein breites Spektrum ausgereifter und neuer Technologien und damit eine bisher noch nie gekannte Vielfalt, Bilder zu machen. Im vergangenen Jahr hätten innovative und attraktive neue Produkte und Dienstleistungen den Markt positiv sti-



Angeregte Einzelgespräche mit der Fach- und Wirtschaftspresse führten nach der Pressekonferenz Rainer Schmidt, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes (rechts), und Vorstandsmitglied Helmut Rupsch (oben).



Dienstleistungen rund um das digitale Bild bieten unserer Branche exzellente Wachstums- und Wertschöpfungschancen. Dabei ist die Rolle kompetenter Fachgeschäfte zu würdigen, die durch neue

muliert. Das, so gab sich Werkhausen sicher, werde auch im Jahr 2003 gelingen: „Wir stehen am Anfang einer stürmischen Entwicklung.“

Share Moments. Share Life.



Erfüllen Sie jeden
Bilderwunsch **individuell**.
Und bis zu
620 mal pro Stunde.

Die digitale Welle rollt – und mit einem KODAK Minilab sind Sie jeder Herausforderung gewachsen. Zum Beispiel mit dem System 30 DLS, das pro Stunde bis zu 620 Bilder von digitalen Daten im Format 10 x 15 schafft. Mehr Infos über vernetzbare digitale Komplettlösungen unter: **0711/406-28 28**.



Willkommen in der digitalen Welt von KODAK

Werkhausen wechselt von Kodak SA zu Tchibo

Dieter Werkhausen, General Manager Output Products und Consumer Digital Services in Kodaks europäischer Gesellschaft Kodak SA in Genf, wird das Unternehmen am 31. Juli verlassen. Er wechselt zur Tchibo Frischröst Kaffee GmbH, die ihn mit Wirkung vom 1. August zum Mitglied des Vorstandes bestellt hat. Der 39-jährige Werkhausen blickt auf eine erfolgreiche achtjährige Karriere bei Kodak zurück. Er begann 1995 als Leiter des Geschäftsbereichs Consumer Imaging bei der Kodak AG in Stuttgart und wurde 1998 zum Ordentlichen Vorstandsmitglied des Unternehmens ernannt. Am 1. Januar 2002 wechselte er auf seine heutige Position in die Kodak Europa Zentrale nach Genf. Über Kodak hinaus hat sich Werkhausen auch engagiert für die gesamte Fotobranche eingesetzt. Seit dem Jahr 2001 ist er Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes.

Rudolf Drasch leitet Marketing bei Polaroid

Rudolf Drasch (47) hat zum 1. April die Position des Marketingleiters Mid/South Cluster (Deutschland, Österreich, Italien) bei der Polaroid GmbH übernommen. Drasch, der seit 1994 bei der Varta Gerätebatterie GmbH in Ellwangen als Marketingleiter und später als European Key Account Manager tätig war, soll bei Polaroid dafür sorgen, daß die Marktpotentiale für die Marke genutzt werden. Nach dem Studium

arbeitete der Diplom-Ökonom seit 1982 in verschiedenen Marketingpositionen von Markenartikelunternehmen. Er verfügt über vielfältige Kontakte zu den Key Accounts in allen wichtigen Handelssparten, auch im Bereich Foto. Drasch tritt die Nachfolge von Stewart Murdoch an, der in den letzten 18 Monaten für die Marketingleitung innerhalb der GmbH verantwortlich war.

CPAC erhöht Beteiligung an Tura AG auf 40 Prozent

CPAC Inc., Leicester, New York, USA, hat ihren Anteil an der Tura AG, Düren, von 19 auf 40 Prozent erhöht. Das US-amerikanische Unternehmen war zuerst im Januar 2002 bei Tura eingestiegen. CPAC ist ein Hersteller von Fotochemie und Geräten zur Silberrückgewinnung und verfügt auch über Geschäftsbereiche im medizinischen und grafischen Sektor. Unter den Marken Trebla und Autex sind CPAC Produkte in den USA sehr bekannt. Tura dagegen ist vornehmlich in Europa und in zahlreichen Entwicklungsländern vertreten. Die Zusammenarbeit beider Unternehmen ermöglicht den Vertrieb der jeweiligen Produkte auf weltweiter Basis und damit die Erschließung neuer Kundenkreise.

Canon Europa weitet Sponsoring-Aktivitäten aus

Canon ist offizieller Sponsor der UEFA 2004, des WWF und der europäischen Tour „Saltimbanco“ des Cirque du Soleil. Canon Europa wird als einer von acht offiziellen Partnern das drittgröß-

CeWe Color Dividende steigt um 25 Prozent

Der Aufsichtsrat der CeWe Color Holding AG hat einstimmig eine Dividenderhöhung um 25 Prozent von 0,80 Euro auf 1,00 Euro beschlossen. Das entspricht auf Basis des Aktienkurses am Tag der Pressemitteilung einer Dividendenrendite von 6,3 Prozent. Die Erhöhung wird der Hauptversammlung am 26. Juni zur Zustimmung vorgeschlagen. Die Dividende wurde in Anlehnung an das Ergebnis vor Steuern (EBT) des abgelaufenen Geschäftsjahres, das sich um 29,2 Prozent auf 26,1 Mio. Euro (Vorjahr 20,2 Mio. Euro) erhöhte, festgelegt. Mit dem Dividendenvorschlag will das Unternehmen, so eine Pressemitteilung, auch seine Zuversicht für die weitere Entwicklung ausdrücken. Der Vorstand plant für das Geschäftsjahr 2003 bei konstanten Umsätzen und einer Umschichtung des Umsatzes von analogen zu margenstärkeren digitalen Produkten einen leichten Ergebniszuwachs und damit weiterhin eine konstant hohe Dividendenausschüttung.

te Sportereignis der Welt sponsern: die Europameisterschaft UEFA 2004 in Portugal. Das Sponsoringprogramm umfaßt außerdem die U-21 Meisterschaften 2004 sowie die Europameisterschaft der Frauen im Jahre 2005. Als offizieller Partner der UEFA Euro 2004 liefert Canon eine breite Palette an Produkten wie Digitalkameras, Drucker, Kopierer und Faxgeräte. Zusätzlich wird Canon an allen zehn Spielorten in Portugal den Fotojournalisten ein Service Center mit Kameras und Objektiven zur Verfügung stellen. Canon Europa verlängert darüber hinaus zum dritten Mal seinen Sponsorenvertrag mit dem World Wide Fund For Nature (WWF) – eine der größten unabhängigen Naturschutzorganisationen der Welt. Canon wurde 1998 der erste Umweltschutzpartner des WWF und unterstützt ihn seitdem bei seinen Aktivitäten in Europa, dem Nahen Osten und in Afrika. Das Unternehmen setzt auch die Unterstützung des Cirque du Soleil fort und sponsert bereits im dritten Jahr die europäische Tour „Saltimbanco“. Die Saltimbanco Tour findet in Köln, Oostende, Zürich, Genf, Bilbao und Valencia statt.

Kodak startet Verkauf des Phogenix Inkjet-Systems

Nachdem das gemeinsam von Hewlett-Packard und Kodak entwickelte Phogenix Imaging DFX-System auf der PMA in Las Vegas und der CeBIT in Hannover erfolgreich präsentiert und vom Handel überaus positiv aufgenommen wurde, hat nun der Verkauf begonnen. Mit den ersten Testinstallationen ist im Frühsommer zu rechnen.

Das Phogenix DFX System basiert auf thermischer Inkjet-Technologie und bietet dem Handel dadurch zahlreiche neue Möglichkeiten für digitale Bilddienstleistungen. Das System ist modular aufgebaut und läßt sich in bezug auf Funktionen und Bearbeitungskapazität flexibel

an die individuellen Bedürfnisse des Handels anpassen. Durch seine horizontale und vertikale Schneidetechnologie lassen sich unterschiedliche Formate und Mengen in einem Durchgang und ohne Papierwechsel von der Rolle printen, wobei die integrierte Software automatisch die optimale Ausnutzung des Rollenpapiers berechnet.

Das Gerät bietet einen Durchsatz von 250 Bildern pro Stunde (10 x 15 cm). Optional ist ein Filmprozessor/-scanner für Kleinbild- und APS-Filme erhältlich, mit dem das Phogenix System zur Minilab-Komplettlösung für das digitale und analoge Bildergeschäft wird.

Wir entwickeln Ihr Bildergeschäft.



Innovationen

Produkte

Dienstleistungen

Systeme

Verkaufsförderung

Lassen Sie Ihre Kunden für sich arbeiten!

HomePhotoService
Foto-Bestellsoftware für zu Hause

Mit der neuen Foto-Bestellsoftware **HomePhotoService** können Ihre Kunden zu Hause ihre digitalen Bilddaten selbst zu einem Bilderauftrag zusammenstellen und ganz einfach auf CD brennen. Sie brauchen nur noch die fertige Bestell-CD entgegenzunehmen. Lassen Sie sich durch eine Produktpräsentation von den vielen Vorteilen des HomePhotoService überzeugen und profitieren Sie gleich doppelt – von einer langfristigen Kundenbindung und von neuen Umsatzpotenzialen durch den Software-Verkauf.

www.cewecolor.de Bad Schwartau · Berlin · Dresden · Eisenach · Eschbach (Freiburg)
Germering (München) · Mönchengladbach · Oldenburg · Worms · Zirndorf


cewe color
Wir entwickeln Ihr Bildergeschäft.

Epson Fotochannel-Konzept

Mit Inkjetdruck zum Plus im Fotogeschäft

Mit einem speziellen Marketingkonzept setzt die Epson Deutschland GmbH verstärkt auf eine Partnerschaft mit dem Fotohandel. Ein eigens für diesen Vertriebskanal gebildetes Außendienstteam und neue, auf den Fotodruck abgestimmte Produkte sollen dabei helfen.



Epson Stylus Photo 935

Seit dem 4. März ist der aus der Fotobranche kommende Harald Nonn Leiter der speziell auf die Bedürfnisse des Fotohandels abgestimmten Epson-Vertriebsgruppe „Fotochannel“: „Ich kenne aus eigener, langjähriger Erfahrung die speziellen Bedürfnisse, Wünsche und Probleme des Fotohandels. So hat dieser beispielsweise seit einiger Zeit massive Probleme durch den Rückgang und Preisverfall im analogen Bildergeschäft. Mit unserem Konzept möchten wir dem Handel neue Potentiale für Wachstum und Umsatz aufzeigen“, so Nonn. Welches Volumen dieses Potential haben könnte, machen die GfK-Zahlen für 2002 mit über 4,6 Millionen verkauften Inkjetdruckern deutlich. Auch wenn sich diese Zahl bei weitem nicht allein auf reine Fotodrucker bezieht, zeigt sie doch, wie groß die Umsatzmöglichkeiten in diesem Sektor sein könnten. Damit hat die Digitalfotografie nicht nur für Wachstum bei Kameras und im gewissen Maße auch bei Bilddienstleistungen gesorgt, sondern auch eine Nachfrage nach ganz neuen Produktgruppen wie den Fotodruckern und dem entsprechenden Zubehör geschaffen, von denen der Fotohandel profitieren kann. Zum Epson-Sortiment zählt eine Reihe von Druckern und Verbrauchsmaterialien, die speziell für den Fotodruck

konzipiert wurden. „Für uns ist der Fotohandel ein wichtiger Partner, weil wir hier die Kompetenz und das geschulte Personal finden, um die Vorzüge auch erklärungsbedürftigerer Produkte wie Fotodrucker den Kunden zu vermitteln. „Dabei betrachten wir den Inkjetdruck nicht als Konkurrenz, sondern als Ergänzung zum Bilder-



Thomas Schlichting, Business Unit Manager Retail der Epson Deutschland GmbH, ordnet den Inkjetdruck nicht als Konkurrenz, sondern als Ergänzung zum Bildergeschäft des Fotohandels ein.

geschäft des Fotohändlers“, betont Thomas Schlichting, Business Unit Manager Retail der Epson Deutschland GmbH.

„Dabei geht es nicht allein um den Verkauf von Geräten, sondern um ein interessantes Folgegeschäft: Die Nachfrage nach Inkjet-Verbrauchsmaterialien ist in den letzten Jahren stark gestiegen, so allein von 2000 auf 2001 um 33 Prozent im Wert auf 2.207 Millionen Euro. Diese Summe war damit fast genauso hoch wie die 2.515 Millionen Euro, die im selben Zeitraum für Filme, Fotofinishing und Zubehör ausgegeben wurden“, so Schlichting.

Daß sich das Angebot von Inkjet Fotodruckern und von Zubehörmaterialien wie Tinte und Papier lohnt, zeigt ein einfaches Rechenbeispiel, das Kristin Saus, Product Manager Inkjet Business Development Photo Products bei Epson, anführt: „Um die Rendite, die der Verkauf einer A4 (20 Blatt)-Packung Fotopapier erbringt, an der Bildertheke zu erzielen, müßten sechs Kunden je einen Film mit durchschnittlich zwanzig Bildern (ausgehend von einem Standardbilderpreis von 19 Cent) abgeben.“

Die beiden Marktsegmente Dienstleistung und Home-Printing nehmen sich ihrer Ansicht nach untereinander



Harald Norn, Account Manager Retail Photo Channel, Kristin Saus, Product Manager Inkjet Business Development Photo Products, Ralf Calefice, Vertriebsrepräsentant Retail (Mitte), Katrin Burgemeiser, Vertriebsrepräsentant Retail (Süd), Jens Kossler, Vertriebsrepräsentant Retail (Nord, von links) bilden das neu gegründete Fotochannel-Team, das sich intensiv um die Belange des Fotohandels kümmert wird.

nichts weg: „Für Anwender von Digitalkameras, die zu Hause schnell mal das eine oder andere Bild printen möchten, ist ein Fotodrucker ideal, dagegen werden Kunden, die große Mengen an digitalen Urlaubsbildern haben, eher einen Finishing-Service in Anspruch nehmen.“

Mit von Epson ins Leben gerufenen Aktionen wie dem Photo-Wochen-Coupon, bei dem Kunden beim Kauf der aufgelisteten Drucker einen Rabatt erhalten, lassen sich zusätzliche Kaufanreize für die Kunden des Fotohandels schaffen.

Damit der Fotohandel von beiden Möglichkeiten profitieren kann und auch die Vermarktungsmöglichkeiten für Inkjet-Produkte nutzt, ist das vierköpfige Fotochannel-Team von Epson bundesweit unterwegs.

Neben der Bedarfsermittlung gehören das Angebot von speziell auf den Fotohandel zugeschnittenen PoS-Materialien, Promotionaktivitäten oder die Bereitstellung von Testgeräten zu den Aufgaben des Außendienstes. „Dabei liegt ein Schwerpunkt auf der Schulung der Team-Mitglieder, damit diese das Konzept optimal nach außen weitergeben können. Einen weiteren Schwerpunkt bildet die Schulung der Fotohändler und ihrer Mitarbeiter, damit hier eine hohe Beratungsintensität gewährleistet werden kann“, so Norn.

P.I.M. optimiert Fotodruck

Bei der neuen Rolle Epsons als Partner des Fotohandels kommt dem Unternehmen zugute, daß es bereits seit Jahren Technologien und Verfahren entwickelt, die eine Optimierung des Fotodrucks zum Ziel haben. So stammt beispielsweise die Print Image Matching (P.I.M.)-Technologie, ein Verfahren zur Optimierung des Zusammenspiels von Digitalkameras und

Druckern, von Epson. Die P.I.M.-Technologie nutzt die unterschiedlichen Aufnahmemodi, Bildeinstellungen und Farbinformationen der Kameras, die im Exif Header der JPEGs gespeichert sind. Über die Software der Epson-Drucker werden die verschiedenen P.I.M.-Parameter in den Drucker übertragen, von diesem ausgelesen und für den Ausdruck verwendet. Dazu zählen beispielsweise die kameraspezifischen Werte für Helligkeit, Kontrast oder Farbbalance. Im August 2002 wurde von Epson die Update-Version P.I.M. II vorgestellt. Mit einer neuen Steuerfunktion zur Rauschunterdrückung und den Einstellungen für benutzerdefinierte Szenen können die mit ihr ausgestatteten Kameras bis zu 14 Bildkontrollparameter (zwei mehr als bei der original P.I.M.-Technologie) speichern. Dies macht P.I.M. II zur umfassendsten Lösung die es derzeit zur automatischen Druckoptimierung auf dem Markt gibt.

Ringfoto-Inkjet-Roadshow

Die Erkenntnis, daß das Homeprinting keine Konkurrenz, sondern eine lukrative Ergänzung zum Bildergeschäft ist, setzt sich immer mehr durch. Um dem Fotohandel die Chancen, die sich durch den Inkjetdruck bieten, näher zu bringen, veranstaltet Ringfoto für seine Mitglieder vom 5. bis 9. Mai eine Städtetour zum Thema Inkjetdruck. In fünf Städten werden führende Druckerhersteller, darunter Epson, mit Vorträgen und anschließendem „Hands-On“, womit das Ausprobieren der Drucker, Papiere und Tinten gemeint ist, eine runde Veranstaltung gewährleisten. Da die Teilnehmerzahl begrenzt ist, werden die Mitglieder der Kooperation gebeten, sich vorab anzumelden. Die Veranstaltungen finden jeweils in der Zeit zwischen 10 und 16 Uhr in den folgenden Städten statt:

Montag, 5.5.2003, Ramada-Treff Hotel, Hamburg; Dienstag, 6.5., Dorint Hotel, Ratingen; Mittwoch, 7.5., Queens Hotel, Frankfurt; Donnerstag, 8.5., Bonjour Hotelbetriebs-GmbH, Gerlingen, und Freitag 9.5., NH München Airport, Schwaig.

Die zweite USB-Schnittstelle des Epson Stylus 830U ermöglicht eine bequeme Direktverbindung zu Digitalkameras.



Zahlreiche führende Kamerahersteller, darunter Sony, Nikon, Kyocera, Epson, Casio, Minolta, Konica, Olympus, Pentax oder Ricoh, haben Kameramodelle auf dem Markt, die diese Technologie unterstützen. So daß der Verkauf der Epson-Fotodrucker die perfekte Ergänzung zum Kamerasortiment des jeweiligen Händlers bedeuten könnte.

Ein weiteres Qualitätskriterium zeigt sich auch an der Definition, die Epson für einen echten Fotodrucker verwendet: „Wir definieren Sechs-Farbdruker als Fotodrucker. Nur sechs Farben können realistische und natürliche Farbdruke erzielen, die der Qualität von herkömmlichen Fotos in nichts nach-

stehen“, erklärt Saus. Mit dem Epson Stylus Photo 830U und dem Epson Stylus Photo 935 bringt das Unternehmen in diesen Tagen zwei Drucker auf den Markt, die nicht nur diese Definition erfüllen, sondern die darüber hinaus zu den ersten Modellen zählen, die die Epson USB-Direktdruck-Technologie unterstützen.

Mit dem Epson Stylus Photo 830U stellt Epson das um eine zusätzliche USB-Schnittstelle ergänzte Nachfolgemodell des Epson Stylus Photo 830 vor. Die zweite USB-Schnittstelle ermöglicht eine bequeme Direktverbindung zu Epson-Digitalkameras.

Die P.I.M. II-Technologie sorgt dabei automatisch für eine optimale Abstimmung zwischen Kamera und Drucker und damit für bestmögliche Bilderergebnisse. Zu den weiteren Leistungsmerkmalen des neuen Einstiegsdruckers zählen eine maximale Auflösung von 5.760 dpi durch den Einsatz der Resolution Performance Management-Technologie (RPM), ein Sechs-Farben-Tintensystem und ein Arbeitstempo von 14 Seiten pro Minute im Schwarzweiß-Modus und 13,7 Seiten im Farbdruk. Bei Bedarf bietet der Drucker, der eine unverbindliche Preisempfehlung von 149 Euro hat, auch Randlosdruck.

Ebenfalls mit der USB-Direktdruck-technologie ausgestattet ist der für

RPM-Technologie

Druckerauflösungen von 5.760 dpi ermöglicht Epson mit Hilfe der Resolution Performance Management-Technologie (RPM). Mit dieser Technologie werden bis zu sechs verschiedene Tintentropfen-größen beim Ausdruck so platziert, daß eine optimale Fotoqualität erzielt werden kann. Für größere Flächen, beispielsweise Landschaften, werden dabei größere Tropfen, für feinere Details, wie bei der Wiedergabe von Hauttönen, dementsprechend kleinere Tröpfchengrößen eingesetzt.

Darüber hinaus ermöglicht der Einsatz dieses Verfahrens ein extrem hohes Drucktempo.

ambitionierte Anwender und Profis konzipierte Epson Stylus Photo 935. Darüber hinaus ist der Sechsfarb-Fotodrucker mit integrierten Steckplätzen für die gängigsten Speichermedien wie Compact Flash (I & II), SmartMedia, Memory Stick, SD- und Multimedia-karten ausgerüstet, so daß auch über diesen Weg Bilder von Digitalkameras, ohne das Hinzuziehen eines Computers ausgegeben werden können. Für eine noch präzisere Bilderauswahl vor dem Druck kann der Drucker mit einem optional erhältlichen 2,5 Zoll Bildschirm ausgestattet werden.

Zu den weiteren Features des Druckers zählen eine Auflösung von bis zu 5.760 dpi (durch RPM), der Ausdruck von bis zu 8,5 Seiten pro Minute sowohl im Schwarzweiß- als auch beim Farbdruk und ein integriertes LCD, über das die Funktionen des Druckers schnell und einfach bedient werden können. Standardmäßig bietet der Epson Stylus Photo 935 Randlosdruck auf Rollenpapier. Ab 1. Mai ist der Drucker, der eine unverbindliche Preisempfehlung von 299 Euro hat, lieferbar.

Für Anwender, die viele ihrer Digitalbilder auf CD oder DVD archivieren, hat Epson den Stylus Photo 900 mit CD-R-Direktprint im Programm. Auch bei diesem Modell sorgen ein Sechsfarb-Tintensystem und 5.760 optimierte dpi randlos bis zu einer Größe von DIN A4 für optimale Druckergebnisse. Der Drucker ist bereits lieferbar. höl



Neue Epson Digitalkameras

Als optimale Ergänzung zu den aktuellen USB-Drucker-Modellen bieten sich die neuen Digitalkameras Epson PhotoPC L-200 und L-300 an. Die Zwei- und Drei-Megapixel-Digitalkameras sind mit einem Dreifach-Zoomobjektiv ausgestattet und bieten eine einfache Bedienbarkeit. Zu ihren Besonderheiten gehört die Direkt-druckfunktion über die Epson PhotoPC

Engine: Ein integrierter Prozessor ermöglicht den direkten Ausdruck der Fotos auf vielen Druckern der Epson Stylus Photo-Serie. Über die Epson Photo PC Engine können Bildgrößen bereits in der Kamera geändert, Bilder gespiegelt oder gedreht werden. Mit Hilfe der Foto-Framing-Technologie (PIF) besteht die Möglichkeit, Fotos gleich mit einem Rahmen zu verzieren. Als Speichermedium zählt eine 8-MB-SD-Karte (L-200) beziehungsweise eine 16-MB-SD-Karte (L-300) zum Lieferumfang. Die Epson PhotoPC L-200 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 349 Euro, die Epson PhotoPC L-300 von 449 Euro.



PENTAX

for your precious moments

Angeln Sie sich nur das Beste.

Mit der neuen Optio 550 von PENTAX machen Sie in jeder Hinsicht einen außergewöhnlichen Fang. Entdecken Sie völlig neue Perspektiven durch das hochwertige optische 5fach-Zoom und halten Sie die schönsten Momente mit der brillant-scharfen Auflösung von 5 Megapixeln fest. Auch ansonsten bietet die Kleinste ihrer Klasse ein riesiges Repertoire an modernen Features und garantiert unter allen Umständen exzellente Bilderergebnisse. Also, worauf warten Sie noch? Das Leben hat so viel zu bieten!

www.pentax.de



Lassen Sie sich überzeugen. Die neue Optio 550.

PENTAX

Bleibender Wert

Die Kamera im eleganten Metallgehäuse aus Aluminium verfügt über einen 2,5" CCD mit 3,2 Millionen effektiven Pixeln. Ihr Dreifach-Zoomobjektiv Leica DC Vario-Elmarit 1:2,8-4,9/5,8-17,4 mm bietet, umgerechnet aufs Kleinbildformat, eine Brennweite von 35 bis 105 mm und wurde speziell auf den Drei-Megapixel-Sensor abgestimmt. Das hochwertige Objektiv besteht aus sieben Linsen, darunter drei asphärische, die in sechs Gruppen unterteilt sind. Das Design der Kamera wurde an die klassische Formensprache der Leica-Meßsucherkameras angelehnt. In punkto Verarbeitungsqualität hat man auch auf kleine Details viel Wert gelegt. So wurden die wichtigsten Bedienelemente wie die Abdeckungen des Batteriefaches und die verschiedenen Anschlüsse aus Metall und nicht aus Kunststoff gefertigt.

Im Gegensatz zu vielen Digitalkameras des Marktes, die einen extrem kurzen Lebenszyklus haben, hat man bei der Konzeption der Leica D-Lux auf Langlebigkeit Wert gelegt. Deutlich wird dies beispielsweise auch an der außergewöhnlich langen Garantie von drei Jahren, die für die Kamera gewährt wird. So erklärt auch Roland Wolff, Produktmanager der Geschäftseinheit Kompaktkameras bei der Leica Camera AG: „Durch die typische Modellpolitik von Leica mit langlebigen Produktlebenszyklen altert die Kamera nicht schon nach wenigen Monaten künstlich durch Nachfolgemodelle.“

Darüber hinaus wird mit dem kostenlosen „Leica Pass“ eine optionale Garantieleistung angeboten. So ist die

Mit der Leica D-Lux stellt die Leica Camera AG, Solms, eine neue digitale Kompaktkamera mit einer hohen Auflösung und Dreifach-Zoomobjektiv vor.



Kamera im ersten Jahr gegen alle Beschädigungen versichert, selbst wenn diese durch eigenes Verschulden des Anwenders – etwa durch einen Stoß oder durch Wasser – verursacht wurden. Im zweiten und dritten Jahr gelten dann wieder die regulären Garantieleistungen.

Individuelles Produkt

Die Leica D-Lux wird in vergleichsweise kleinen Mengen von wenigen tausend Stück pro Monat hergestellt. Durch wertvolles Zubehör – es werden fünf verschiedene Farb- und Modellvarianten

gehenden Bereitschaft der Kamera. Serienaufnahmen können mit bis zu vier Bildern pro Sekunde bei maximal fünf Bildern in Folge in JPEG-Qualität aufgenommen werden.

Neben der Aufnahme von Fotos eignet sich die Kamera auch für die Aufnahme von Videosequenzen mit Ton, deren Länge nur durch die Wahl des Speichermediums begrenzt ist.

Für die Bildkontrolle und -betrachtung steht ein 1,5" großer Monitor mit einer Auflösung von 114.000 Pixeln zur Verfügung.

Auch der Lieferumfang der Digitalkamera kann sich sehen lassen. So



Aus fünf verschiedenen Modell- und Farbvarianten der Ledertasche – hier in Rot – können sich Anwender beim Erwerb der Kamera ihren ganz persönlichen Favoriten auswählen.

der hochwertigen Ledertasche angeboten – dokumentiert sie zusätzlich ihre Einzigartigkeit. Anstelle des „Leica Passes“ können sich Anwender auch alternativ für eine kostenlose Namensgravur entscheiden, wodurch die Kamera noch persönlicher wird.

In der fotografischen Praxis zeichnet sich die Kamera durch eine geringe Auslöseverzögerung, Bild-Speicherzeit und schnelle Signalverarbeitung aus. Diese Faktoren führen zu einer fast durch-

zählen zwei Lithium-Ionen Akkus und eine 64 MB fassende SD-Karte dazu. Darüber hinaus werden die hochwertige Ledertasche, ein passender Trageriemen sowie eine zweite Tasche für die Aufbewahrung der zusätzlichen Batterie und einer weiteren SD-Karte mitgeliefert.

Die Leica D-Lux ist ab diesem Monat lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 900 Euro.

höl



Share Moments. Share Life.™



Ohne Kabel. Ohne Computer. Sie brauchen nur noch eine Verbindung zu Ihren Bildern.

Kodak EasyShare Kamerastation 6000 mit Druckfunktion.

Befreien Sie Ihre Bilder von den Fesseln komplizierter Technik. Stellen Sie die neue Kodak EasyShare Kamera auf Ihre neue EasyShare Kamerastation mit Druckfunktion. Nun drücken Sie einen Knopf. In weniger als zwei Minuten erhalten Sie fantastische 10x15-Fotos, die ein Leben lang halten. So einfach geht's. Mehr dazu unter www.kodak.de/go/easysshare und gebührenfrei am Telefon: **0 800/100 34 16**.

Auf Knopfdruck



Kleiner DV-Camcorder MV6iMC von Canon

Mit dem MV6iMC stellt Canon einen Nachfolger zur beliebten MV5-Reihe des Unternehmens vor. Der Camcorder hat die kompakten Maße 49 x 106 x 89 mm. Sein 1/6-Zoll Bildwandler mit 800.000 Bildpunkten erzeugt Bildsignale und leitet sie dem von Canon entwickelten Multi Architecture Camera System (MACS) zu. Dieses erkennt, ob eine Videoszene auf DV-Band oder ein Foto auf SD-Card aufgezeichnet werden soll und optimiert das Signal entsprechend. Der 10fach optische Zoombereich kann digital bis auf 400fach erweitert werden. Ein schwenkbarer 2-Zoll-LCD, der Super Night Modus für Nachtaufnahmen und eine bei schlechten Lichtverhältnissen zuschaltbare weiße LED gehören zu den Ausstattungsmerkmalen des Hochformatcamcorders. Neben der Videoaufzeichnung und der Aufnahme von Fotos kann der MV6iMC auch als Webcam und für die Videokommunikation eingesetzt werden. Darüber hinaus kann der Camcorder auf der SD-Card gespeicherte Fotos per Exif-2.2-Protokoll für den Ausdruck optimieren. Mit Hilfe der Canon Direct Print-Technologie drucken dafür vorgesehene Canon-Direkt-Tintenstrahldrucker die Bilder auch sofort aus der Kamera. Der Camcorder wird ab Juni ausgeliefert und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 999,- Euro.



Unterwassergehäuse EXC-1 schützt Exilim-Familie von Casio

Ob am Strand, beim Baden und Schnorcheln oder beim Fotoeinsatz im tropischen Regenwald, die Casio Exilim-Familie beweist dank des neuen, wasserdichten Gehäuses EWC-1 All-round-Qualitäten bei Wind und Wetter. Die Casio Digitalkameras Exilim EX-S1, EX-M1, EX-S2 und EX-M2 finden in dem handlichen Polycarbonat-Gehäuse optimalen Schutz und versprechen während Urlaub, Abenteuer und Berufsalltag perfekte Fotos in allen Situationen.

Trotz kompakten Abmessungen von nur 112,5 mm x 65,5 mm x 23 mm (BxHxT) gelingt es dem Zubehör-Highlight, einem Wasserdruck von bis zu drei Metern Tiefe zu widerstehen und schützt die wertvolle Exilim effektiv vor eindringendem Wasser. Einfach und schnell lassen sich Exilim-Digitalkameras in das Unterwassergehäuse EWC-1 einsetzen und durch die praktischen, gummierten Kontrollelemente von außen bedienen. Auch das Blitzlicht der Kamera leistet unter Wasser stets seinen Dienst. Um das Gehäuse und die Exilim nicht aus den Augen zu verlieren, sind der Linsenrahmen und

der Sicherungsbügel in auffälligem Signalgelb gehalten.

Das kompakte, 74 g leichte Unterwassergehäuse wird inklusive Trageriemchen, Silikonmasse und Anti-Beschlag-Lösung ausgeliefert und hat einen UVP von 89,- Euro.

DaViDeo FotoOffice 2 – universeller Manager für digitale Fotos

Mit DaViDeo FotoOffice 2 bringt G Data die zweite Generation des universellen Managers für digitale Fotoalben auf den Markt. Hobby- und Profi-Fotografen können mit DaViDeo FotoOffice 2 ihre digitalen Aufnahmen katalogisieren, nachbearbeiten und effektiv präsentieren. Eine Vielzahl neuer Funktionen wurde integriert, damit dem Anwender unter nur einer Oberfläche alle benötigten Werkzeuge zur Verfügung stehen. Für die Bildbearbeitung, die Archivierung oder die Erstellung von Slideshows und HTML-Fotoseiten muß nicht umständlich auf Einzelsoftware zurückgegriffen werden. DaViDeo FotoOffice 2 unterstützt erstmals das innovative JPEG2000-Format. DaViDeo FotoOffice 2 ist ab sofort erhältlich und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 29,95 Euro.

ArtixScan 120tf von Mikrotek

Mit dem ArtixScan 120tf hat Mikrotek ein neues Oberhaupt seiner erfolgreichen Filmscanner-Familie präsentiert. Sowohl Prepress-Profis als auch Fotografen finden in dem Gerät die perfekte Ausstattung, um einfach, schnell und professionell die verschiedensten Formate inklusive 6 x 9 cm, 6 x 7 cm, 6 x 6 cm und 6 x 4,5 cm sowie gerahmte 35 mm-Dias und 35 mm-Filmstreifen zu verarbeiten. Das Multitalent ist seit Mitte April lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von rund 2.990 Euro. Der ArtixScan 120tf ist ein fortschrittlicher Multiformat-Scanner, der FireWire- und SCSI-2-Anschluß mit exzellenten 4.000 dpi optischer Auflösung, einer Farbtiefe von 42 Bit sowie einer maximalen Dichte von 4.2D kombiniert. Diese Qualitätsmerkmale erlauben es, sehr viele Details originalgetreu zu erfassen, wie es für den Prepress-Druck oder A3-Abzüge Voraussetzung ist. Mit Hilfe einer Filmstreifen-Halterung mit 6 Rahmen und eines Diahalters mit 4 Rahmen können Anwender sowohl 35 mm-Dias als auch Filmstreifen auf einfache und schnelle Weise verarbeiten. Mit dem ebenfalls integrierten 120er-Filmhalter lassen sich darüber hinaus unter anderem 6 x 9 cm-, 6 x 7 cm-, 6 x 6 cm- und 6 x 4,5 cm-Vorlagen bearbeiten. Eine spezielle Multiple Sampling-Funktion reduziert Störungen auf den Bildern, die im normalen Scanprozeß hin und wieder auftreten und die Qualität der Bilder erheblich beeinträchtigen können. Bei dieser Methode wird jede Bildzeile zwischen zwei- und 16mal gescannt und dann der Durchschnittswert ermittelt, so daß zufällige Störungen nahezu keinen Einfluß mehr haben.

Der ArtixScan 120tf bietet volle Unterstützung der ICC-Farbprofile und damit Kompatibilität mit anderen Eingabegeräten. Im Lieferumfang enthalten sind außerdem LaserSoft SilverFast Ai Pro 6 mit IT-8-Kalibration, Tools zur Entfernung von Kratzern, Staub, Körnung und anderen Störungen und zur Farbwiederherstellung sowie NegaFix, mit dem die Verarbeitung von Negativen in drei einfachen Schritten möglich wird. SilverFast Ai Pro 6 ist u.a. voll einsetzbar mit Mac OS X Version 10.1.3 bis 10.2.x.

Digital Imaging by Noritsu

NEW



QSS-3101
High Speed
Laser Lab
30x45cm



QSS-2901
Fully Digital
30x45cm

NEW



QSS-3001
Fully Digital
20x30cm

Noritsu DigiLabs
Fully Digital Imaging

Noritsu (Deutschland) GmbH, Siemensring 87, D-47877 Willich
Telefon +49-2154/9157-0, Telefax +49-2154/9157-70, www.noritsu.de

Ultrakompakte Megapixel-Handycams

Multifunktionaler Videospaß

von Sony



Rechtzeitig zu Beginn der Urlaubszeit bringt Sony zwei attraktive Hochkant-Handycams mit Megapixel-Auflösung auf den Markt. Darüber hinaus bieten der DCR-PC105 und der DCR-PC103 eine Reihe von multimedialen Funktionen.

Die ultrakompakten Handycams verfügen über das geringe Gewicht von 460 bzw. 440 Gramm, sind mit einem 1.070.000 Megapixel HAD CCD ausgestattet und bieten ein hochwertiges Vario Sonnar Objektiv aus dem Hause Carl Zeiss.

Die in blau-grau metallic gestalteten Camcorder stellen ein 10fach optisches Zoom (120fach digital) zur Verfügung. Diese Ausstattungsfeatures in Verbindung mit einem 14 bit Analog/Digital Wandler sorgen für kontrastreiche und scharfe Bilder.

Dank der neuen im Lieferumfang enthaltenen ImageMixer Software können Filme, die zuvor per USB-Schnittstelle auf den Computer übertragen wurden, ganz einfach auf CD-R gebrannt werden. Anwender, die mit einem Vaio Notebook oder einem Computer mit integriertem DVD-Brenner ausgestattet sind, können die Camcorder per i.LINK-Schnittstelle mit dem Rechner verbinden und mit der Sony „Click to DVD“-Software Version 1.2 direkt eine DVD brennen.

Funktionelles Display

Anweisungen nehmen die Camcorder über ihr berührungssensitives Touch Panel des 2,5 Zoll großen LC-Displays

entgegen. Durch die Hybrid Display Technologie ist selbst bei extremer Sonneneinstrahlung eine Kontrollfunktion gegeben. Ein weiteres Feature ist die Spot Focus Funktion. Bei Berührung des scharf zu stellenden Objektes auf dem Display stellt sich der Fokus automatisch ein. Ähnlich funktioniert die Spot-Meter-Funktion. Durch Drücken auf das LCD hellt sich das zu dunkle Motiv auf.

Die Hochkant-Handycams bieten für die noch komfortablere Wiedergabe der Filme am Fernsehschirm einen verbesserten 16:9-Modus. Der vergrößerte Weitwinkelbereich hat dadurch, daß er 30 Prozent mehr Pixel nutzt, eine gesteigerte Auflösung gegenüber dem herkömmlichen 16:9-Modus.

Eine komfortable Videoaufnahme ermöglichen die Camcorder durch sechs Programmautomatiken, durch den Super Steady Shot, der Verwacklungen verhindert, und über den Super Night Shot, der Aufnahmen auch bei Dunkelheit meistert.

Foto-Funktionen

Neben der Aufzeichnung von Videosequenzen können mit den beiden MiniDV-Camcordern auch Fotos aufgenommen werden. Der DCR-PC103 speichert diese auf der MiniDV-Kassette in einer Auflösung von 640 x 480 Pixeln. Der DCR-PC105 hält die Schnappschüsse

auf dem Memory Stick mit einer Auflösung von 1.152 x 864 Pixeln fest. Auch kurze MPEG1-Filme können auf dem Speichermedium abgelegt werden. Zusätzlich verfügt der DCR-PC105 über einen intelligenten Blitz.

Mit Anschluß

Neben der USB-Schnittstelle verfügen beide Camcorder über eine i.Link-Schnittstelle (DV-Ausgang). Bei dem DCR-PC105

kann diese zusätzlich als DV-Eingang genutzt werden, so daß am Computer geschnittenes Videomaterial wieder auf den Camcorder zurückübertragen werden kann. Außerdem verfügt der Camcorder über analoge Ein- und Ausgänge.

Beide Handycams sind mit einem integrierten Schnittcomputer für bis zu 20 Schnitte ausgestattet.

Webcam

Über die USB Webcam-/Streaming-Funktion können die beiden Handycams auch als Webcam eingesetzt werden. Mit Hilfe einer Videokonferenzsoftware, wie beispielsweise Microsoft Netmeeting, lassen sie sich online für eine visuelle Life-Kommunikation einsetzen. Darüber hinaus besteht auch die Möglichkeit, Videos direkt über die USB-Schnittstelle auf den PC zu laden und von dort live weiter zu Freunden zu senden. Dabei werden nicht einzelne Daten, sondern ein kontinuierliches Videosignal übertragen.

Beide Camcorder sind ab Juni lieferbar. Der DCR-PC103 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 1.050 Euro, der DCR-PC105 von 1.350 Euro.

Für beide Camcorder bietet Sony umfangreiches Zubehör wie eine paßgenaue Tasche (LCM-PCY3) oder Ersatz-Akkus (NP-QM71D) an. höl

Minox Digital Classic Camera Leica M3 2.1

Nachdem Minox zur photokina 2002 die Digital Classic Camera Leica M3 mit einem 1,3 Megapixel-CMOS-Sensor vorgestellt hat, präsentiert das Unternehmen jetzt ein weiteres Modell mit einer 2,1 Megapixel-Auflösung. Auch diese Kamera aus dem Hause Minox entspricht den firmentypischen Maximen Extravaganz und feinmechanische Präzision. Die Minox Digital Classic Camera Leica M3 2.1 lässt sich einfach und schnell bedienen und ist für Einsteiger und erfahrene Anwender gleichermaßen geeignet. Bis zu 99 Bilder können



mit dem internen, 32 MB fassenden Speicher erfasst werden. Mit dem zusammen mit der Kamera ausgelieferten USB-Kabel werden die

Aufnahmen bequem und schnell auf den PC heruntergeladen und können danach mit der im Lieferumfang enthaltenen Software bearbeitet werden. Ein LCD auf der Rückseite informiert über die aktuelle Aufnahmezahl. Die vielen aus Metall gearbeiteten Details bringen die Form der 65 x 49 x 44 mm messenden Kamera wirkungsvoll zur Geltung.

Filmscanner Minolta DiMAGE Scan Elite 5400

Minoltas neuer 35 mm-Filmscanner DiMAGE Scan Elite 5400, kombiniert eine Auflösung von 5400 dpi mit weiterführenden und fortschrittlichen Ausstattungsmerkmalen sowie einer besonders anwenderfreundlichen Scansoftware. Ein ausgereifter 16 Bit A/D-Wandler schafft die qualitative Basis für hochwertige Scans. Mit einer Farbtiefe von 48 Bit oder 16 Bit pro Farbkanal R/G/B werden 65.536 Farbstufen pro Kanal erreicht. Die Digital ICE-Technologie reduziert die Auswirkungen von Staub oder Kratzern auf der Filmoberfläche. Zur kritischen Kontrolle der Schärfe steht, neben dem Autofokus, auch eine manuelle Fokussierung zur Verfügung. Der DiMAGE Scan Elite 5400 kann über die FireWire-Schnittstelle (IEEE1394) oder über USB 2.0 an den Computer angeschlossen werden.

Das edle und schlanke Metallgehäuse des Scanners setzt einen positiven Akzent zu dem üblichen tristen Design der meisten Computerprodukte. Die Quick Scan Taste auf der Gehäusefront ermöglicht die Initialisierung des Scanners und der Software mit einem einzigen Knopfdruck.

Mit der Quick Scan Taste können verschiedene Softwarelösungen speziell für jeden Einsatzzweck verknüpft werden – ob nun das „Easy Scan Utility“ für perfekte Scans ohne Vorkenntnisse, das „DiMAGE Scan Utility“, welches selbst für den fortgeschrittenen Anwender keine Wünsche offen lässt, oder das „Batch Scan Utility“ für den kontinuierlichen Scan einer großen Anzahl von Vorlagen. Der Minolta DiMAGE Scan Elite 5400 wird voraussichtlich ab Ende Juni/Anfang Juli 2003 lieferbar sein und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 899,- Euro (UVP).

Ihre Partner für Foto und Digital Imaging!

Bremaphot

Biedebach & Co. (GmbH & Co.)

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

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

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

Dinkel KG

80336 München • Landwehrstr. 6

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

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

Hansephot GmbH

18184 Neuendorf • Mecklenburger Str. 5

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

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

Kleffel + Aye (GmbH & Co.)

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

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

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

Photo Universal

Kleiber GmbH & Co. KG

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

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

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

Carl Wöltje

GmbH & Co. KG

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

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

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

Ihre Fachberater für den Einkauf in 2003

Neue Zubehörprodukte von Jobo

Bilder archivieren und plazieren



Ein witziges Clip-System für die Verwandlung rahmenloser Bilderhalter, ein portabler Bilddatenspeicher und ein mobiler CD-Brenner zählen zu den aktuell von der Jobo AG auf den Markt gebrachten Produkten.



Mit dem Disc Steno CP100 können wichtige Bilddaten auch unterwegs auf CD archiviert werden.

Mit dem Disc Steno CP100 von Apacer stellt die Jobo AG einen portablen CD-Brenner mit Akku vor. Das Gerät bietet sich beispielsweise für professionelle Fotografen an, die unterwegs ihre Speicherkarten schnell wieder frei und dennoch ihre Bilddaten sicher auf CD-R oder CD-RW archiviert haben möchten. Über den Akku läßt sich der Brenner im Dauerbetrieb für bis zu zwei Stunden mit Strom versorgen. Das Gerät bietet Steckplätze für alle gängigen Speicherkarten (CF I/II, SD, MM, SM und Microdrive). Um den Inhalt der Karten auf CD zu brennen, muß der Anwender lediglich die entsprechende Karte in das Gerät einlegen und per Tastendruck den Kopier- bzw. Brennvorgang starten. Eine LED zeigt den jeweiligen Betriebsmodus an. Das Brennen einer 128 MB fassenden CF-Karte dauert mit dem

Disc Steno CP100 zirka drei Minuten. Die mit dem multisessionfähigen Gerät gebrannten CDs können mit jedem CD- oder DVD-Laufwerk gelesen werden. Der mobile Brenner kann auch als externer CD-Brenner am heimischen Computer oder als 7-in-1-Card-Reader eingesetzt werden. Der Anschluß erfolgt über eine USB 2.0-Schnittstelle. Der Disc Steno CP 100 wird komplett mit Akku, Transporttasche, Netzteil, Autoadapter, einer leeren CD sowie einer Brennsoftware für Windows 98, 2000, Me und XP geliefert. Die unverbindliche Preisempfehlung für das Gerät beträgt 300 Euro.

Mit dem Digital Album Lite führt Jobo eine weitere mobile Festplatte des Unternehmens Nixvue im Programm. Bei der Lite-Version wurde zwar auf einen LCD für die Bildbetrachtung während der Datenübertragung verzichtet, dafür weist das Gerät aber eine ultraschnelle USB 2.0-Schnittstelle auf. Über diese können die archivierten Bilddaten auf den Computer übertragen werden. Das Digital Album Lite hat einen Slot für CompactFlash-Karten und kann über entsprechende Adapter alle gängigen Speicherkarten aufnehmen. Über ein Display können der Stand der Übertra-



Das Display des Digital Album Lite zeigt beispielsweise den Status der Bildübertragung an.

gung, die noch verbleibende Speicherkapazität und Restenergie des Akkus abgelesen werden. Das Digital Album Lite wird in Kapazitäten von 20 bis 60 GB angeboten.

Mit dem Clip-System bietet Jobo ein komplettes Rahmensystem an, das genau auf die bekannten rahmenlosen Bilderhalter abgestimmt ist. Diese werden einfach in die neuen farbigen Rahmen hineingelegt und mittels eines patentierten Befestigungssystems mit Kunststoffclips befestigt.

Das Rahmensystem wird in acht verschiedenen Farben, zwei Stärken und vier unterschiedlichen Materialien (Holz, Kunststoff, Metall und MDF) angeboten. Die Clip-Rahmen werden im Doppelpack ab Größe 20 x 30 cm, 24 x 30 cm (mit 22 mm Rahmenbreite) und 30 x 40 cm, 40 x 50 cm und 50 x 70 cm (mit 32 mm Rahmenbreite) angeboten. Wechselrahmen in den kleineren Größen 10 x 15 cm, 13 x 18 cm und 18 x 24 cm runden das Angebot ab. höl



Peter Lehr, Sales Consulting der Jobo AG, stellte bei seinem Besuch in der imaging+foto-contact-Redaktion Neuheiten für die Archivierung von digitalen Bilddaten und das Clip-Rahmensystem vor.



Digital Ixus II von Canon

Mehr Leistung im kleineren Gehäuse

Mit der Digital Ixus II präsentiert Canon ein um zirka 15 Prozent kleineres Modell der 2000 erstmals vorgestellten digitalen Version der analogen APS-Kamera Ixus. Darüber hinaus konnten ihre inneren Werte weiter verbessert werden.

Das edle und ultrakompakte Metallgehäuse der Digital Ixus II mißt lediglich 85 x 23,9 x 56 mm und nimmt vollständig das zweifache Zoomobjektiv auf. Umgerechnet aufs Kleinbildformat bietet die Kamera eine Brennweite von 35–70 mm.

Canons neuestes digitales Ixus-Modell verfügt über eine Auflösung von 3,2 Megapixeln und ist mit der AiAF-Funktion ausgestattet, die mit einer Matrix

von insgesamt neun Meßfeldern automatisch Belichtung (AE) und Autofokus (AF) regelt. Durch das AiAF-System werden bildwichtige Elemente automatisch erkannt und fotografisch richtig bewertet. Durch die Koppelung des AF-Schärfepunktes mit der Belichtungsmessung erhält dabei der Fokuspunkt die größte Gewichtung bei der Ermittlung der Belichtung.

Darüber hinaus berücksichtigt die

Kamera bei der Messung, ob ein Bild im Hoch- oder Querformat aufgenommen wird. Möglich macht dies ein interner Sensor, der die Ausrichtung der Kamera registriert. Bei der Speicherung der Bilddaten auf dem Computer oder der Übertragung auf den Fernsehschirm wird die Aufnahme später automatisch richtig angezeigt.

Die Digital Ixus II ist mit der Direct Print Funktion ausgestattet, so daß zusammen mit den kompakten CP-Druckern oder den Canon-Tintenstrahldruckern mit entsprechender Funktion sofort und ohne Umweg über den Computer Bilder ausgegeben werden können. Die Kamera bietet eine integrierte Ausschnittwahl, über die sich die gewünschten Bildausschnitte auswählen und anschließend ausdrucken lassen.

Mit Hilfe des Exif-Print Standards (Exif 2.2) werden motivrelevante Informationen der Kamera an den Drucker weitergegeben und dort entsprechend genutzt, um natürliche Prints in lebendigen Farben zu drucken.

Neben der Aufnahme von Fotos können mit der Digital Ixus II auch kurze Videosequenzen mit Ton in einer maximalen Auflösung von 640 x 480 Pixeln aufgenommen werden. Das Kürzen der Filmsequenzen ist bereits in der Kamera ohne PC und zusätzliche Software möglich. Auch die Aufnahme von Ton zu den einzelnen Fotos kann durchgeführt werden.

Die Digital Ixus II ist ab Juni lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 529 Euro. höl

Urlaubskarten selbst gedruckt

Mit dem CP-200 und dem CP-300 bringt Canon zwei neue kompakte Mini-drucker auf den Markt, mit denen Bilder von Canon-Digitalkameras direkt ausgegeben werden können. Die Drucker ermöglichen den Ausdruck von Bildern bis zum Format 10 x 15 cm. Sie arbeiten mit dem Thermosublimationsverfahren und bieten eine Auflösung von 300 x 300 dpi.

Als Schutz gegen äußere Einflüsse werden die Ausdrücke zum Schluß mit einer speziellen Beschichtung versiegelt.

Der CP-300 eignet sich durch den im Lieferumfang enthaltenen Lithium Ionen Akku besonders für den mobilen Einsatz. Für rund 100 Euro weniger macht sich der CP-200 gut auf dem heimischen Schreibtisch.

Mit Hilfe der Canon Direct Print Technologie wird der komplette Druckvorgang vom LCD der Digitalkamera aus gesteuert. Hier werden alle Einstellungen wie die zu druckenden Motive, Anzahl, Größe und Layout der Prints festgelegt. Der CP-200 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 199 Euro, der CP-300 kostet 299 Euro (UVP).



Verkaufsargumente für die FinePix F700

Vierfach höherer Dynamikumfang



In Kürze bringt Fujifilm die erste Digitalkamera mit dem Super CCD SR der vierten Generation, die FinePix F700, auf den Markt. Die Qualität der Auflösung, die dieser Bildwandler mit seinen in R- und S-Pixel unterteilten Elementen bietet, ist völlig neu. Damit den Kunden im Verkaufsgespräch die wichtigsten Vorzüge dieses Sensorelements vermittelt werden können, hat imaging+foto-contact sie zusammengefaßt.

„An die Qualität von meinen analogen Bildern, kommen digital aufgenommene Fotos nicht heran“, dieses Argument gegen den Kauf einer Digitalkamera hören Fotohändler inzwischen zwar seltener, aber immer noch häufig genug. Tatsächlich gilt bis heute, daß CCD-Elemente, die in den handelsüb-

lichen Digitalkameras eingesetzt werden, nicht den vollen Tonwertumfang eines herkömmlichen Films erreichen können.



Mit der Entwicklung des Super CCDs im Jahre 1999 hat Fujifilm den ersten Schritt unternommen, um den qualitativen Unterschied zwischen Film und digitalem Bildwandler zu verringern. Dabei wurde auch auf Faktoren wie Auflösung, Empfindlichkeit und Dynamikumfang Wert gelegt, die allesamt für ein optimales Bildergebnis verantwortlich sind. Beim

Super CCD der ersten Generation stand die Balance dieser Faktoren im Mittelpunkt. Der 2001 eingeführte Super CCD der zweiten Generation bot eine weiter verbesserte Auflösung, während sich der Super CCD der dritten Generation im Jahr 2002 vor allem durch eine Steigerung der Empfindlichkeit auszeichnete.

Die eine Variante des Super CCDs der vierten Generation, der Super CCD HR, bietet wiederum eine erhöhte Auflösung.

Mit der Entwicklung des zweiten Elementes der vierten Generation, des Super CCDs SR, ist es Fujifilm nun gelungen, einen Sensor zu entwickeln, mit dem sich so kontrastreiche Bilder erstellen lassen, daß sie in der Qualität nahe an das vom Film gewohnte Niveau heranreichen.

Darüber hinaus beweist Fujifilm mit der ersten Kamera, in die dieser neue Super CCD integriert wurde, daß die quantitative Auflösung, die in der Ver-



Die Beispiele zeigen die Verbesserungen, die die FinePix F700 (Bild rechts) gerade bei Aufnahmen unter schlechten Lichtbedingungen bietet (hier in einem Vergleich mit einer Aufnahme der FinePix F601). Neben einer verbesserten Wiedergabe der Hauttöne fallen vor allem die höhere Farbtreue und die detaillierteren Schattenzeichnungen auf.



Das Bild rechts wurde mit der neuen FinePix F700 aufgenommen. Im Vergleich zur Aufnahme der FinePix F601 (Bild links) zeigt es deutlich mehr Kontrast, was sich besonders in der Wiedergabe der Schatten oder auch in der Zeichnung der Blätter im Hintergrund des rechten Bildes zeigt. Deutlich ist auch im rechten Bild ein Meeres-Hintergrund auszumachen, der im linken Bild völlig abhanden gekommen ist.

gangenheit bei der Beurteilung von Bildqualität im Mittelpunkt stand, nicht alles ist.

Neue Sensorstruktur

Das Besondere an dem in der FinePix F700 erstmalig eingesetzten Super CCD SR ist eine neue Sensor-Struktur, die im Vergleich zur Vorgängergeneration für einen vierfach erweiterten Dynamikumfang sorgt. In die Entwicklung dieses Bildsensors – und das ist ein weiteres Verkaufsargument, das Fotohändler in der Beratung nennen sollten – hat Fujifilm mehr als 60 Jahre Erfahrung auf dem Gebiet der Fotografie und der Filmentwicklung einfließen lassen.

War es aufgrund des begrenzten Dynamikumfangs herkömmlicher CCD-Chips bisher recht schwer, Bilder mit starken Kontrasten wiederzugeben, hat Fujifilm mit der Entwicklung des Super CCD SR eine Lösung gefunden, die einen erweiterten Dynamikumfang bietet.

Dabei diente der Negativfilm als Vorbild: Hier gibt es für die drei Primärfarben Rot, Grün und Blau jeweils niedrigempfindliche und hochempfindliche Schichten. Der Super CCD SR ahmt diese Struktur nach. Er kombiniert 3,1 Millionen lichtempfindliche und größere S-Pixel, die für die dunkleren Bildteile verantwortlich sind, mit 3,2 Millionen kleineren R-Pixeln für die helleren Bildelemente. Im Ergebnis bedeutet das: eine verbesserte Detailreproduktion, ausgewogene

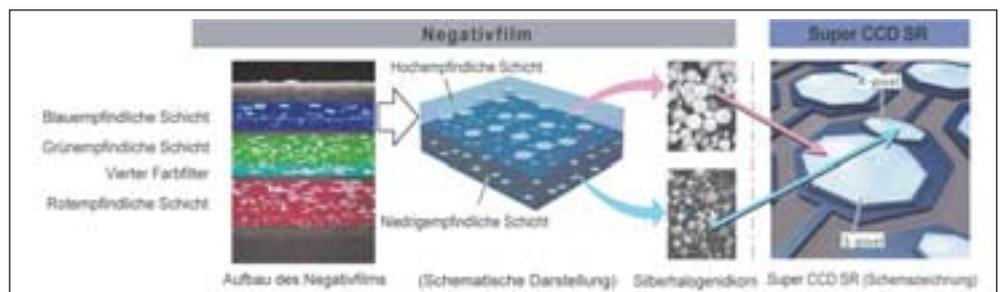
und kontrastreiche Aufnahmen, auch wenn sie unter schwierigen Lichtverhältnissen aufgenommen wurden. Dazu kommt ein größerer Tonwertumfang und damit die Fähigkeit, die Dimensionalität von Objekten durch die Wiedergabe feinsten Tonabstufungen von den hellsten Partien bis zu den kleinsten Details und Strukturen in den Schatten zu erfassen. Das sind die wichtigsten Argumente für den Verkauf einer FinePix F700.

Empfindlichkeit

Der erweiterte Dynamikumfang ist aber nur einer der Vorzüge, die für die Ka-

Manuell kann zwischen den ISO-Werten 200, 400 und 800 gewählt werden. Bei einer Auflösungsstufe von einem Megapixel ist sogar die Wahl von ISO 1600 möglich. Und schließlich bietet die Kamera ein noch weiter verringertes Bildrauschen und eine verbesserte Farbtreue.

Abgesehen davon sprechen weitere Argumente für die FinePix F700. Neben einem kontinuierlichen Autofokus verfügt sie über eine Vielzahl an manuellen Einstellmöglichkeiten, die sie auch für versiertere Fotografen interessant macht. Eine variantenreiche Videofunktion, eine deutlich reduzierte



Bei der Konzeption des Super CCD SR hat sich Fujifilm die Struktur von Filmmaterial zum Vorbild genommen. Genau wie dieses für die Primärfarben Rot, Grün und Blau jeweils niedrigempfindliche und hochempfindliche Schichten hat, verfügt der Super CCD SR über besonders lichtempfindliche, größere S-Pixel für dunklere Bildteile und über kleinere, weniger lichtempfindliche R-Pixel für hellere Bildteile.

mera sprechen. Ihr Super CCD der vierten Generation ist darüber hinaus für eine bessere Auflösung (effektive 6,2 Millionen Pixel zeichnen Bilddaten mit einer Auflösung von 2.832 x 2.128 Pixeln auf) zuständig. Ein weiterer Vorzug ist eine höhere Empfindlichkeit: Sie stellt sich bei eingeschaltetem LCD und abgeschaltetem Blitz automatisch in den ISO-Bereichen 160 bis 400 ein.

Auslöseverzögerung und eine Startzeit von 1,2 Sekunden runden das Leistungspotential ab.

Docking-Station

Ein weiterer Vorzug der Kamera, der im Verkaufsgespräch nicht unerwähnt bleiben sollte, ist die im Lieferumfang enthaltene Docking-Station. Mit ihr können die Batterien aufgeladen, Bilder

Einsteigermodell mit Super CCD HR

Mit der FinePix A310 stellt Fujifilm eine Digitalkamera für Einsteiger vor, die über den kürzlich vorgestellten Super CCD der vierten Generation in der Variante HR verfügt. Das Kürzel HR der Digitalkamera steht dabei für „High Resolution“ und kennzeichnet die Eigenschaften des Sensors, der eine besonders hohe Auflösung, eine gesteigerte Lichtempfindlichkeit und rauschärmere Bilder zu bieten hat. Mit der höchsten wählbaren Auflösung von 2.816 x 2.120 Pixeln wird eine Bilddatei mit 6 Millionen Bildpunkten erzielt. Die Kamera verfügt über ein Fujinon Objektiv mit einem 3fach optischen Zoom und einer Brennweite von 35 bis 114 mm im Vergleich zum Kleinbildformat. Zu ihren weiteren Ausstattungsmerkmalen zählen eine Serienbildfunktion, diverse Motivprogramme und der F-Button, mit dem per Knopfdruck die wichtigsten Kameraeinstellungen wie Weißabgleich oder Bildgröße vorgenommen werden können. Per USB-Schnittstelle werden die aufgenommenen Bilder zum Computer übertragen, was besonders einfach mit der optional erhältlichen Docking-Station ist. Über diese können auch mit der Kamera aufgezeichnete Videosequenzen am Fernsehgerät betrachtet werden. Die FinePix A310 wird voraussichtlich ab Juni verfügbar sein, die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 379 Euro.



Gerade Anfänger sind für die einfache Handhabung ihrer Digitalkamera mit Hilfe einer Docking-Station dankbar. Bei der FinePix F700 zählt sie zum Lieferumfang.

Farbwiedergabe die Kamera erzeugen kann, gewählt werden.

Um die Vorzüge der FinePix F700 wirklich überzeugend darzustellen, empfiehlt es sich, zum Verkaufsgespräch Beispielbilder hinzuzuziehen, die die Qualität ihrer Aufnahmen beispielsweise mit der Qualität von Bildern von Fujifilm-Digitalkameras vergleichen, die mit einem Super CCD der Vorgängergeneration aufgenommen wurden. höl

unkompliziert zum Computer übertragen und ihr TV-Ausgang für die Betrachtung der Bilder am Fernsehschirm genutzt werden. Ein Vorteil, den nur die neuen Fujifilm-

Digitalkameras bieten, liegt in der Auswahl des „Filmmaterials“ per Knopfdruck. Über den F-Button kann zwischen Dia-, Farb- oder Schwarzweißfilm, deren charakteristische

i+fc Neuheiten Digital Imaging

USB-Tischstation von Hama

Aufgeraute Knie oder Beulen am Kopf sind typische Symptome von Anwendern, die versucht haben, ihren USB-Anschluß am hinteren Port des



PC-Towers zu erreichen. Einen schnelleren und unkomplizierteren Anschluß gewährleistet die praktische USB-Port

1.1-Docking-Station von Hama – sie holt den Anschluß einfach nach vorne. Auf dem Schreibtisch aufgestellt, bietet sie – an einer freien USB-Schnittstelle oder einem Hub angeschlossen – die Voraussetzung für eine rasche Verbindung von PC mit den Endgeräten. So eignet sich das Produkt beispielsweise für den Anschluß an mobile Kartenleser, Digitalkameras, Headsets und diverse andere Geräte mit USB 1.1-Anschluß. Der empfohlene Verkaufspreis für die Docking-Station beträgt 10 Euro.

XD-Reader von Jobo

Mit dem XD-Reader bietet Jobo ab sofort den passenden Kartenleser für die von Fujifilm und Olympus standar-

disierte XD-Picture Card an. Der Anschluß an einen PC oder Macintosh-Computer erfolgt über die USB-Schnittstelle. Eine LED leuchtet für die Dauer des Datentransfers.

Sobald das Lesegerät an den Computer angeschlossen ist und eine Karte eingelegt wird, erscheint ein entsprechendes Laufwerksymbol auf dem Desktop. Durch einfaches Anklicken und Bewegen der Objekte lassen sich Daten von der Karte auf den Computer oder umgekehrt transferieren. Der Jobo XD-Reader wird inklusive Treiber und USB-Kabel ausgeliefert. Die Spannungsversorgung bezieht das Gerät über die USB-Schnittstelle. Der empfohlene Verkaufspreis liegt bei 39,00 Euro. Der Kartenleser ist seit April erhältlich.

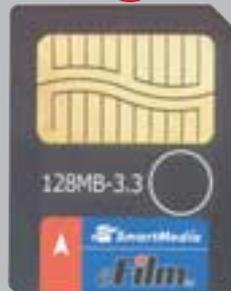
DELKIN-SPEICHERMEDIEN EXKLUSIV BEIM HAPA-TEAM



Nach einem erfolgreichen Testlauf, der zur photokina gestartet wurde, bietet die HaPa-Team Vertriebsgesellschaft ihren Handelspartnern nun offiziell das Speichermedienortiment von Delkin an.



Zubehör für Digitalkameras



Mit dem Gerät können CF-Karten direkt und alle weiteren Karten über entsprechende CF-Adapter ausgelesen und gespeichert werden.

Das portable Produkt, das in Kapazitäten von 20 bis 60 GB erhältlich ist, ist mit einem Farb-LC-Display ausgestattet, so daß kontrolliert werden kann, welche Bilder über-

spielt wurden. Darüber hinaus kann das Display auch zur Bildansicht und zum Aufrufen der verschiedenen Funktionen wie „Karte kopieren“, „Anzeige des Kopiervorgangs“, „CF-Karte überprüfen“ etc. eingesetzt werden. Bei jedem Kopiervorgang wird automatisch ein neuer Ordner angelegt und die verbleibende Festplattenkapazität angezeigt. Für die Bildbetrachtung am Fernsehgerät verfügt das PicturePad über einen Videoausgang.

Speziell für die Betrachtung von digitalen Bildern am Fernseher in Form von Diashows bietet Delkin das Produkt PictureVision an, das mit allen gängigen Speicherkarten verwendbar ist. Den Abverkauf der Karten unterstützt das HaPa-Team durch Anzeigen in Fach- und Endkonsumenten-Zeitschriften. Ein praktisches Verkaufs-Display sichert die Aufmerksamkeit der

Kunden am Point of Sale und



Mit Picturevision können digitale Bilder am Fernseher über eine Fernbedienung als Diashow wiedergegeben werden.

unterstützt durch eine Tabelle auf der Rückseite den Verkäufer bei der Empfehlung der passenden Speicherkarte. höl

sich darüber hinaus durch eine hohe Robustheit (Temperaturen und Schock) auszeichneten. Zur Qualität der Karten kommen die gewohnt hohen Serviceleistungen, die das HaPa-Team seinen Handelspartnern bietet, hinzu. „Falls mal eine der Karten kaputtgehen sollte, was bisher noch nicht vorgekommen ist, wird sie von uns selbstverständlich schnell und völlig unbürokratisch ersetzt“, versichert Oliver Hadji. Auch eine schnelle Auslieferung der Waren – normalerweise innerhalb von 24 bis 48 Stunden – gehört zur Firmenphilosophie der Handelsgesellschaft. Ebenfalls selbstverständlich ist die Zahlung eines Lagerwertausgleichs bei Preisschwankungen. „Zudem trägt der Verkauf der Speicherkarten mit erzielbaren Spannen von zirka 35% zu einem rentablen Zubehörgeschäft bei“, ist Hadji überzeugt.

Zum Delkin-Sortiment zählen alle gängigen Speicherkarten wie CompactFlash-Karten in der Standard-Version mit bis zu 1 GB Speicherplatz und für den Einsatz in Profi-Digitalkameras in der Pro-Version mit Kapazitäten von bis zu 640 MB, SmartMedia-Karten mit bis zu 128 MB, MultiMedia-Karten mit bis zu 256 MB und Secure Digital Karten mit bis zu 512 MB. Darüber hinaus werden diverse Adapter und Kartenlese- und Schreibgeräte angeboten.

Für alle Anwender von Digitalkameras, die viel fotografieren, hat Delkin das Massenspeichergerät PicturePad im Programm.

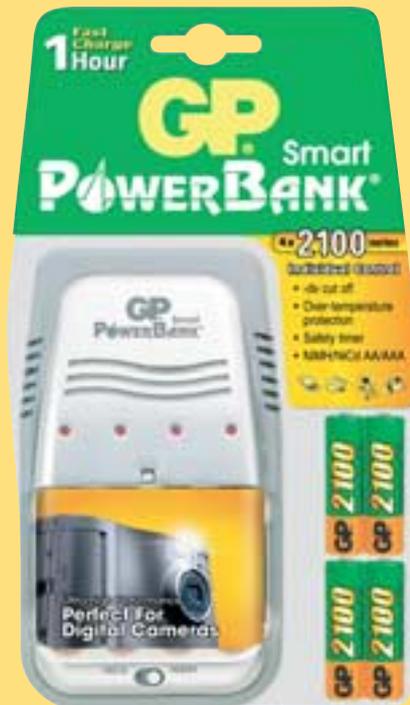


Speicherkarten zwischendurch auslesen und Bilder am LCD betrachten können Anwender mit dem Delkin PicturePad.

Die Vorteile der Speichermedien von Delkin faßte Oliver Hadji, Mitgeschäftsführer des HaPa-Teams, folgendermaßen zusammen: „Eine hundertprozentige Kompatibilität zu allen am Markt befindlichen Digitalkameras, eine lebenslange Garantie und eine extrem hohe, sinnvolle Geschwindigkeit sind nur einige der Vorzüge, die das Delkin-Speicherkartenprogramm zu bieten hat.“ So zeigen beispielsweise Untersuchungen des amerikanischen Journalisten und Speicherkartenexperten Rob Galbraith, daß die Delkin-Karten in vielen Vergleichstests die schnellsten Resultate erzielten und

Leistungsstarke Akkus mit bis zu 2100 mAh

Energie mit Zusatznutzen



Das chinesische Unternehmen GP Batteries zählt zu den weltweit viertgrößten Entwicklern, Herstellern und Vermarktern von Batterien und Akkus. Die deutsche GP Battery Marketing GmbH, die in diesen Tagen ihr zehnjähriges Jubiläum feiert, möchte sich mit Foto-Akkus und Ladegeräten verstärkt auf den Absatz im Fotohandel konzentrieren.

Die neuen leistungsstarken Hochleistungsakkus in Nickel Metall Hybrid (NiMH)-Technologie von GP wurden speziell für extrem stromverbrauchende Geräte wie Digitalkameras konzipiert. Sie sind jetzt in den Leistungsstufen GP2000 AA und ganz neu in GP 2100 AA erhältlich. Neben ihrer hohen Kapazität zeichnen sich NiMH-Batterien dadurch aus, daß sie eine bis zu doppelt so hohe Leistung wie NiCd-Batterien erbringen, sie mehr als tausendmal erneut aufgeladen werden können und sie nicht über den gefürchteten Memory Effekt verfügen. Gesteigert werden konnte auch die Leistung des Micro-Akkus (AAA). Die neue GP 800 AAA-Stufe entspricht jetzt den

Ansprüchen moderner, am Markt erhältlicher Digitalkameras. Passend zu den hochwertigen Akkus des Unternehmens bietet GP das neuentwickelte Ladegerät Powerbank Smart 2100 Switching an. Das Herz dieser völlig neu konzipierten Ladetechnik ist der patentierte Mikroprozessor. Er sorgt für das kontrollierte Aufladen aller vier Akkus innerhalb einer Stunde. Während des Ladevorgangs kontrolliert das Gerät die enorm hohen Ladeströme, damit ein Überhitzen des Hochleistungsakkus vermieden werden kann. Bei Gefahr einer Überhitzung unterbricht der Prozessor für kurze Zeit den Ladevorgang und sorgt damit für eine schonende Wiederaufladung und eine lange Lebensdauer. Das Gerät verfügt über vier einzeln angesteuer-



Für Anwender, die ihr Ladegerät per USB-Schnittstelle direkt mit dem Computer verbinden möchten, bietet GP das entsprechende Set an.

bare Ladeeinheiten, so daß gleichzeitig Batterien verschiedener Kapazitäten aufgeladen werden können. GP-Produkte unterscheiden sich vom Angebot anderer Anbieter durch einen

speziellen Zusatznutzen. So werden beispielsweise die Powerbags in einer Tasche mit Druckknopf ausgeliefert, so daß einzelne Batterien nicht erst zusammengesucht werden müssen. Für PC Freaks ist eine Ladestation erhältlich, die über ein USB-Kabel direkt mit dem Computer verbunden werden kann.



GP bietet die leistungsstarken Nickel Metall Hybrid-Batterien jetzt auch mit 2100 mAh an.

Die Einführung des GP-Konzepts in den Fotohandel wird durch verschiedene Marketing- und Verkaufsförderungsmaßnahmen unterstützt. So wurden beispielsweise alle Blisterverpackungen der neuen Hochleistungsakku-Generation speziell auf den Fotohandel zugeschnitten. Eine aufgedruckte Digitalkamera soll den Kunden die Kaufentscheidung erleichtern.

Darüber hinaus wird erstmalig eine kontinuierliche Anzeigenkampagne in Special Interest Zeitschriften für Foto- und Videofreunde für die Bekanntheit der Marke GP sorgen.

Als Ansprechpartner für den Vertrieb in Deutschland steht Hans-Walter Helweg, der eine langjährige Fotofachhandelerfahrung bietet, zur Verfügung. Auf Wunsch organisiert er Promotionsaktionen für das gesamte GP-Produktsortiment und beschafft Verkaufshilfen jeglicher Art. höl

Olympus organisiert den Vertrieb neu

Olympus hat mit Beginn des neuen Geschäftsjahres am 1. April den Vertrieb neu organisiert. Die neue Vertriebsorganisation ist den Angaben zufolge auf den zusammenwachsenden europäischen Markt ausgerichtet. Deutschland ist eingebunden in die Region DACH, bestehend aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Für diese drei Länder hat John Brooks als Region Sales Director die gesamte Vertriebsverantwortung übernommen.



Die Olympus Zentrale in Hamburg

Der 41-jährige ist seit 1988 bei Olympus und hat in den vergangenen sechs Jahren den erfolgreichen Aufbau der Vertriebsstrukturen in Osteuropa geleitet.



John Brooks

Von dem neuen regionalen Vertriebskonzept verspricht er sich eine spürbare Verbesserung der Effizienz in den Bereichen Key Account Management, Promotion- und Marketingaktivitäten.

Dabei sollen die spezifischen Besonderheiten der einzelnen Märkte auch weiterhin berücksichtigt werden. Martin Hubert, der zuletzt für den Bereich Vertrieb/Marketing Consumer Deutschland verantwortlich war, hat jetzt die Vertriebsverantwortung für die neuen digitalen Spiegelreflex-Systemkameras des 4/3 Systems in den DACH-Ländern übernommen.

Veränderungen im Produkt- und Marketingmanagement

Auch im Produkt- bzw. Marketingmanagement gibt es Veränderungen: John Zeppernick ist als Marketing Manager jetzt in der DACH-Region für

Deutschland-Vertrieb ist seit Dezember selbständig

Die größte europäische Vertriebsorganisation des Olympus Konzerns ist seit dem 17. Dezember des vorigen Jahres als Olympus Deutschland GmbH ein rechtlich selbständiges Unternehmen. Mit mehr als 400 Mitarbeitern wurden in ihrem Vertriebsbereich im Geschäftsjahr 2001/2002 350 Mio. Euro Jahresumsatz erzielt. Am 1. April hat die in Hamburg ansässige Olympus Deutschland GmbH den Vertrieb der gesamten Produktpalette des Opto-Digital-Spezialisten übernommen. Dazu gehören Consumer Products (analoge und digitale Kameras und Zubehör, Ferngläser und Diktiergeräte), Medical Products (Mikroskopie, flexible und starre Endoskopie sowie Diagnostica) und Industrial Products (Endoskopie, Mikroskopie, High-Speed-Cameras und Sicherheitstechnologie).

Olympus ist nach eigenen Angaben einer der weltweit führenden Hersteller professioneller opto-digitaler Produkte für den Geschäfts- und Freizeitbereich sowie für

JOBO FOR YOUR BEST IMAGE

Apacer®

**Brennt CDs direkt von Speicherkarten
Unterwegs, im Auto, überall...**

Mobiler CD Brenner (von Speicherkarte)
7in1 Kartenleser mit USB2.0
Li-ion Akku-Power für ca. 10 CDs

Apacer Disc Steno CP 100
ultrakompakt + ultraportabel
mit Akku + Car Adapter + komplettem Zubehör

WWW.JOBO.COM

JOBO TEL. 02281/545-0

alle digitalen Consumer Kameras, Drucker und Zubehör zuständig. Christopher Seyffert ist Product Manager für analoge und digitale Diktiergeräte. Als European Marketing Manager ist Ulrich Götze für die professionellen Digitalkameras und Zubehör zuständig, Mike Böttcher für analoge Kameras und Ferngläser.

Der Vertrieb der gesamten Olympus Produkt-Palette ist jetzt in der Olympus Produkt-Deutschland GmbH zusammengefasst, die am 17. Dezember 2002 gegründet wurde. Walter Sandig wurde zum Geschäftsführer berufen.

Medizin, Wissenschaft und Industrie. Die Olympus Europa-Gruppe mit ihrem Hauptsitz in Hamburg umfaßt 27 Vertriebs-, Service- und Produktionsgesellschaften in fast allen europäischen Ländern.

Der deutsche Markt zählt zu den bedeutendsten in Europa. Im Geschäftsjahr 2001/2002 betrug der Anteil am Gesamtumsatz der Europa-Gruppe zirka 36 Prozent.

„Das Ziel von Olympus ist es, lokale Märkte von lokalen Organisationen betreuen zu lassen. So können wir die Prozesse und Abläufe optimal an die Bedürfnisse der Kunden anpassen und noch schneller auf Veränderungen reagieren“, kommentierte Walter Sandig, der zum Geschäftsführer der Olympus Deutschland GmbH berufen wurde, die aktuellen Entwicklungen. Die Neugründung der deutschen Vertriebsorganisation sei ein wichtiger Schritt, um die Marktposition des Unternehmens nachhaltig zu stärken.

Um Markttrends und analoge sowie digitale Lösungen für den Fach- und Profibereich ging es bei den Professional Info Tagen 2003, zu denen Kodak Professional existierende und potentielle Kunden Anfang April nach Stuttgart eingeladen hatte. In Fachvorträgen stellten Kodak Professional Manager neben Zahlen und Fakten von Fachlaboren und Bilddienstleistern das neue Endura Portfolio, digitale Aufnahme- und Ausgabesysteme sowie die Kodak Communications Aktivitäten vor.

Parallel dazu hatten die Gäste Gelegenheit, sich bei Produktdemonstrationen über das digitale Kamerasystem DCS Pro 14n und den schnellen Thermaldrucker ML-500 Photo Print System, über High End Scans mit dem Kodak Professional HR500 Plus Scanner, fortschrittliche Archivierungslösungen sowie effektive Ausgabesysteme im Labor zu informieren, zum Beispiel mit dem Kodak Professional RP 30/LED Laserprinter. Auf einer Pressekonferenz im Vorfeld der Veranstaltung erläuterten Kai Langner, Business Unit Manager Kodak Professional, Wilfried Goll, Product/Marketing Manager Digital Capture Kodak Professional, und Peter Bauer, Vertriebsdirektor Finishing+Minilab Consumer Imaging, Einzelheiten zu den Kodak Info Tagen und den aktuellen Angeboten für professionelle Fotografen. Langner skizzierte in seinem Referat zunächst die Marktsituation in den USA, Westeuropa und Deutschland.

Anzahl der Digitalbilder im Porträtsegment wächst

Seinen Ausführungen zufolge wird die Anzahl der digitalen Bilder im Porträtmarkt der USA Ende 2003 bei 38 Prozent liegen, sie könnte sich aber schnell auf über 60 Prozent im Jahr 2006 steigern. In Europa werde der Markt zwar



Informierten über die Kodak Info-Tage, den professionellen Fotomarkt und die Aktivitäten des Bereiches Kodak Professional (v. l.): Kai Langner, Business Unit Manager Kodak Professional, Wilfried Goll, Product/Marketing Manager Digital Capture Kodak Professional, und Peter Bauer, Vertriebsdirektor Finishing+Minilab Consumer Imaging.



Das digitale Kamerasystem DCS Pro 14n (oben) und das DCS Pro Back 645 sind Kodak Lösungen für die digitale Studiofotografie.

Vier Megatrends kennzeichnen den Profimarkt

ähnlich wachsen, er werde aber aufgrund der niedrigeren Ausgangsposition von unter 30 Prozent bei digitalen Bildern bis zum Jahr 2006 nur einen Wert von knapp über 50 Prozent

erreichen. Der Digital-Anteil im Porträt-Segment im vergangenen Jahr hat sich in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr um zwölf Prozentpunkte auf jetzt 30 Prozent erhöht. „Der Einfluß der digitalen Technologie auf den Filmverbrauch wird zunehmen“, meinte Langner. Laut Kodak wurden im Jahr 2000 noch über 200

Die Bedeutung des fotografischen Papiers stärken

Im Output sei in diesen Tagen von der Explosion im Large Format Printing die Rede, meinte Kai Langner, Business Unit Manager Kodak Professional, „aber wir werden alles tun, um die Attraktivität und die Bedeutung des fotografischen Papiers zu stärken“. Bei der Bildausgabe kämpfen nach Langners Aussage verschiedene Technologien mit einer Vielzahl an Alternativen für den Output um Marktanteile. Alle Techniken wie Thermosublimationsdruck, Inkjet, Laser, CRT und LED hätten eines gemeinsam, und zwar „den Drang zu mehr Qualität und höherer Geschwindigkeit“, so Langner. Immerhin stelle Kodak fest, daß sich der Papierverbrauch nahezu konstant verhält



und der Verbrauch von CN-Papier in den deutschen Fachlabors seit 1996 wieder auf 1,7 Mio. Quadratmeter angestiegen ist. Langner: „Dabei haben seit 1997 vor allem die digitalen Papiere ihren Anteil daran.“

Millionen Filmrollen im Profimarkt verbraucht, dieser Anteil werde sich bis zum Jahr 2005 bei rund 150 Millionen einpendeln. Auf dem Sektor der Diafilme erwarten die Marktforscher eine Halbierung der Stückzahlen in den nächsten drei Jahren (siehe dazu auch den Kasten rechts unten).

Nach den Prognosen für die Marktentwicklung beschrieb Langner vier „Megatrends“, die derzeit den Profimarkt kennzeichnen:

- An erster Stelle nannte er den Wandel der Technologie. Die zunehmende Digitalisierung der Workflows habe auch das Segment professioneller Anwendungen erreicht. Die Entwicklung weise eindeutig in Richtung „digital“.

Kodak Professional informiert seine Partner auf Info-Tagen



Das ML 500 Print System von Kodak liefert sehr schnell Digitalbilder in hoher Qualität.

Dies betreffe die Aufnahme, die Bildbearbeitung und die Archivierung ebenso wie den Output.

- Beim Output kommt laut Langner als Megatrend Nummer zwei die Tatsache hinzu, daß die ehemals vorherrschende zentrale Produktion immer stärker in eine dezentrale übergegangen sei und zukünftige Lösungen vermehrt online-basiert sein werden.

- „Megatrend Nummer drei greift die allgemeine Entwicklung hin zur Dienstleistungsgesellschaft auf“, stellte Langner fest. „Dies bedeutet, daß auch für Unternehmen der Kunde und der



Der HR 500 Filmscanner (l.) und der 8500 Digital Printer gehören zu den Neuheiten, die Kodak für Profis bereithält.

Endverbraucher stärker denn je im Mittelpunkt stehen werden.“

Kodak Professional stelle daher neben seinem Portfolio an Produkten und Systemen individuelle Lösungen und Services für Kunden und Endverbraucher an die oberste Stelle seiner Agenda.

- Als vierten und letzten Megatrend griff Langner den zunehmenden Wandel der Märkte auf. Wo früher abgegrenzte Segmente das Marktgeschehen bestimmten, griffen heute nicht nur analoge und digitale Anwendungen nahtlos ineinander über. Langner: „Das Ergebnis ist die Verschmelzung unterschiedlicher Technologien und Anwendungen, die die Brücke vom Imaging-Markt zum IT-Sektor schlagen – Kodak spricht hier vom Infoimaging-Markt.“

Auf der Basis dieser Erkenntnisse baut Kodak Professional bei den Themen Capture und

Output auf vier strategische Säulen, mit denen die Marktführerschaft im Profigeschäft gesichert werden soll:

- Film: Hier geht es laut Langner darum, vor dem Hintergrund des Booms bei Digitalkameras das Filmgeschäft zu stabilisieren und den Verbraucher von den Vorteilen des Films zu überzeugen.

- Output: „In diesem Thema ist Kodak nicht erst seit heute aktiv“, stellte Langner fest. „Aber die von Kodak massiv vorangetriebenen Dienstleistungen für Digitalfotografen versprechen ein großes Wachstumspotential.“ Der Output werde bei Kodak Professional eine

weiter zunehmende Bedeutung spielen. Mit den Druckern ML500, 8500 und den RP 30/RP 50 Printern wurde ein attraktives Portfolio für professionelle Dienstleister geschaffen.

- Digital: Im digitalen Bereich habe man mit der DCS Pro 14n Digitalkamera neue Akzente gesetzt. Hinzu kämen die High-End Digitalkamerarückteile aus der Pro Back 645er Serie für Contax, Mamiya und Hasselblad.

- Neue Märkte: Neue Geschäftsfelder sieht Kodak nach Langners Ausführungen unter anderem durch die Produkte der Gemeinschaftsunternehmen wie NexPress, Encad und Phogenix, aber auch durch die Weiterentwicklungen bestehender Produktfamilien, wie das Beispiel des neuen, auf dem Markt bisher einzigartigen Endura Metallic Papierses unterstreiche.

Kodak investiert weiter in das Filmgeschäft

„Wir blicken, was den generellen Trend zu weniger Film angeht, mit offenen Augen nach vorne“, so Kai Langner, Business Unit Manager Kodak Professional. „Dennoch oder gerade deshalb werden wir den Film stärken, denn ganz ohne Film wird es nicht gehen.“ Neben dem Digitalen bilde für Kodak Professional auch das Analoge zukünftig eine wichtige Säule des Profimarktes. Deshalb habe das Unternehmen ein vor Jahren abgegebenes Versprechen, den Profifotografen neue, leistungs-



fähige Filme anzubieten, um noch bessere Bilderergebnisse erzielen zu können, inzwischen eingelöst. Als Beweis nannte Langner die erfolgreiche Einführung der Portra und Supra Filmfamilien, die inzwischen einen sehr hohen Marktanteil im Filmgeschäft einnehmen und Kodak in seiner Führungsrolle bestärken. Und auf dem Dia-Markt würden jetzt die neuen Kodak Professional Ektachrome E 100 G und E 100 GX Filme eingeführt.

Agfa bittet SW-Fotografen zum Wettbewerb **Siegerbilder** werden in der ganzen Welt veröffentlicht

Um „Action, Emotion & Memories“ geht es bei einem Fotowettbewerb der Agfa-Gevaert AG, bei dem die Schwarzweiß-Fotografie im Mittelpunkt steht. Zur Teilnahme aufgerufen sind Profis und ambitionierte Hobbyfotografen, die Bilder mitten aus dem Leben einschicken sollen. Bilder, denen der Betrachter die Lust und Laune des Augenblicks, in dem sie entstanden sind, ansieht, Bilder, die unvergessliche Augenblicke des Lebens festhalten.

Der besondere Reiz und gleichzeitig die Herausforderung der Schwarzweiß-Fotografie liegen seit jeher darin, daß sie sich auf das Wesentliche beschränkt. Seit einiger Zeit erlebt die Schwarzweiß-Fotografie wieder eine Renaissance, und eine wachsende Zahl Kreativer in allen Medien erliegt derzeit ihrem Reiz und schafft ungeschminkt authentische SW-Bilder. Mit dem Wettbewerb sind jetzt alle Fotografen aufgerufen, diesem Trend nachzueifern. Der Wettbewerb läuft vom 15. Mai bis zum 15. August. In dieser Zeit können analog erstellte (keine Dias) Einzelfotos (keine Serien) in Formaten von 13 x 18 cm bis 20 x 25 cm eingereicht werden. Agfa teilte mit, daß die Wettbewerbsbeiträge nicht zurückge-



Durch dieses Plakat kann der Fotohändler seine Kunden auf den SW-Wettbewerb aufmerksam machen.



Eine weltweite Veröffentlichung der Siegerbilder erfolgt zum einen über einen hochwertigen Kalender für das Jahr 2004 (Bild oben), zum anderen über die Verpackungen der Agfa Multicontrast Schwarzweiß-Papiere.



schickt werden. Alle eingesandten Fotos müssen auf der Rückseite mit Namen und Anschrift versehen sein. Außerdem muß ihnen ein ausgefülltes Teilnahmeformular beiliegen. Im Rahmen des Wettbewerbs gehen die Rechte der prämierten Bilder kostenlos auf Agfa über. Der Fotohandel hat die Möglichkeit, seine Kunden durch ein Poster auf den Wettbewerb aufmerksam zu machen und ihnen auch die Teilnahmeformulare auszuhändigen.

Die besten Fotos wird eine Fach-Jury mit je einer Leica-Kamera prämiieren. Darüber hinaus hat jeder Gewinner die Chance, die fotointeressierte Öffentlichkeit weltweit auf sich aufmerksam zu machen: Ab Oktober werden die Bilder zusammen mit dem Namen des Fotografen in einem hochwertigen, global vertriebenen Kalender für 2004 veröffentlicht. Zusätzlich finden die drei Hauptgewinner von Jahresbeginn 2004 an ihr Wettbewerbsfoto und ihren Namen auf den neuen

Packungen des aktuellen Agfa Multi-contrast-Sortiments.

Neben Profis und Hobbyisten soll der Schwarzweiß-Wettbewerb auch Fotofachschulen, Fotoclubs sowie Fotoverbände ansprechen. Nach Ansicht des Veranstalters lassen die Preise und der Reiz, sich international präsentieren zu können, eine rege Teilnahme erwarten. „Schwarzweiß konzentriert in einer immer komplexer werdenden Welt die Wahrnehmung auf das Wesentliche. Nicht bunte Farben, sondern Schlichtheit und Kontur bestimmen deshalb die aktuelle Bilderwelt.“ Mit diesen Worten beschrieb Christian Sinz, Global Product Manager BW/Color bei Agfa, die derzeitige Entwicklung.

Die Teilnahmebedingungen sind im Internet unter www.agfa.com in der Rubrik Pro Photo & Labs zu finden. Mehr Informationen gibt es unter E-Mail bw-competition@agfa.com, Telefon 0214/30-34294, Telefax 0214/30-41204 oder bei der Agfa-Gevaert AG, Abteilung Marketing, Kennwort: SW-Wettbewerb, Postfach 10 01 60, 51301 Leverkusen.

BildForum verschiebt Internationale Fototage Herten

Seit 1991 haben im zweijährigen Rhythmus die Internationalen Fototage in Herten stattgefunden. In diesem Jahr wird dieser Turnus verändert: Das BildForum, Organisator und Ausrichter der Internationalen Fototage Herten, hat in einer Pressemitteilung bekanntgegeben, daß das für den Herbst 2003 geplante Festival verschoben wird, und zwar aller Voraussicht nach auf den Frühsommer 2004. Der Grund dafür sei hauptsächlich, daß eine vom damaligen Ministerpräsidenten Wolfgang Clement zugesagte Unterstützung des Festivals durch das Land Nordrhein-Westfalen bislang nicht realisiert wurde, hieß es. Arbeitsfähig sei das BildForum bis heute durch die Unterstützung von Agfa geblieben.

Um die inhaltliche Qualität des größten deutschen Fotofestivals – das den Angaben zufolge als einziger deutscher Event zum weltumspannenden Festivalverbund „Festival of Light“ gehört – nicht zu gefährden, habe sich eine Verschiebung als unumgänglich erwiesen.

Wie der künstlerische Leiter des Bild Forums, Hansjoachim Nierentz, zugleich

bekanntgab, betrachte man diesen Umstand aber auch als Chance im Sinne einer Weiterentwicklung. Man werde im BildForum die Zeit nutzen, „um das Konzept des Festivals in all seinen Facetten zu überprüfen und damit dem sich rasant vollziehenden Wandel in den Bildmedien Rechnung tragen“.

Der Tatsache, daß es im Gegensatz zur weltweiten Entwicklung und Wertschätzung von Fotografie in Deutschland immer noch zu wenig Lobby für das Medium gebe, wolle das BildForum durch die Bildung von Allianzen mit interessierten Institutionen auf nationaler und internationaler Ebene entgegenreten. Dafür, so Nierentz, gebe es bereits eine Anzahl von Kooperations Szenarien und -ideen. Erste Gespräche in diese Richtung hätten bereits stattgefunden. Darüber hinaus sei die Gründung eines Förderkreises für das BildForum geplant.

Weitere Informationen bei: Das BildForum, Konrad-Adenauer-Str. 5, 45699 Herten, Telefon: 02366/104174, Telefax: 02366/104176, E-Mail: bildforum@aol.com, Internet: www.dasbildforum.de.



Gewinne macht man im Einkauf.



+



+



= IFA 2003 in Berlin.

Alle Neuheiten und mehr als 900 Hersteller aus aller Welt. Auf der IFA, dem weltweit wichtigsten CE-Orderplatz, haben Sie den kompletten Markt im Blick. Der beste Rahmen, um Kundenwünsche, Trends und Marktentwicklungen kennen zu lernen. Und der ideale Platz für gewinnbringenden Einkauf in jeder Hinsicht. Ihr Kontakt zur IFA 2003: www.ifa-berlin.de



Berlin, 29. August – 3. September 2003



Messe Berlin

Stellenwechsel belebt Paßbild- und Porträtfotografie

Bewerbungen um Lehrstellen, neue Schüler- und Studentenausweise, Fahrkarten und Identifikationsausweise, die mit dem Antritt einer neuen Stelle notwendig werden, und, so traurig es für den einzelnen auch ist, die hohe

einem hochwertigen lichtstarken Dreifach-Zoomobjektiv verfügt diese Kompaktzoom-Kamera über einen speziellen LCD Paßbild-Monitor. Bei Verwendung einer speziellen Passport Template SmartMedia-Karte erscheinen



Digitale Möglichkeiten machen Einstieg leicht

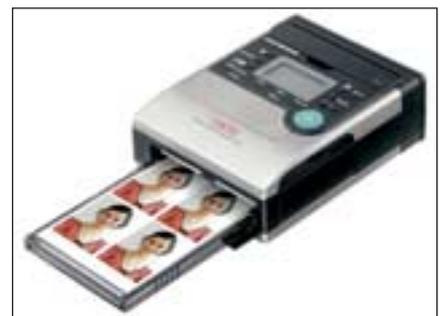
Arbeitslosenquote und die daraus resultierende Menge an Bewerbungen zeigen: Während des Sommers haben nicht nur Reise- und Urlaubsfotografie Hochkonjunktur, auch Paßbild- und Porträtfotografie bringen gute Umsätze. Die zahlreichen digitalen Möglichkeiten, die seit einigen Jahren von den Herstellern angeboten werden, vereinfachen den Einstieg in dieses lukrative Segment – und dies einerseits sowohl unter finanziellen Aspekten als auch unter Aspekten der unkomplizierten Handhabung, andererseits auch, indem sowohl komplette Systeme als auch einzelne Geräte angeboten werden, die sich unkompliziert in bereits bestehende Lösungen integrieren lassen. Vor allem für die Betreiber digitaler Minilabs eröffnen sich mit der Paßbild- und Porträtfotografie interessante Zusatzchancen. Wir zeigen beispielhaft, was einige der wichtigsten Hersteller derzeit zu bieten haben.

auf dem LCD Hilfslinien, die eine noch einfachere und präzisere Bestimmung des optimalen Bildausschnitts ermöglichen.

Die Camedia E-20P ermöglicht mit ihren fünf Megapixeln (effektiv) eine Bildauflösung von 2.560 x 1.920 Pixeln und damit den Ausdruck großformatiger Porträtaufnahmen. Das extrem lichtstarke Olympus Objektiv, der optische Spiegelreflexsucher mit vollständiger Informationsanzeige und die Möglichkeit, Fotos zunächst als RAW-Daten zu speichern und nachträglich zu optimieren, erleichtern die Arbeit für Paßbild- und Porträtfotografen.

Das Digitale Porträt Studio von Olympus bietet beispielsweise eine kostengünstige und schnelle Lösung, um qualitativ hochwertige Paßbilder- und Porträtaufnahmen sofort zur Verfügung zu stellen. Es kommt deshalb nach Angaben des Herstellers auch immer häufiger zum Einsatz, sei es im professionellen Fotostudio, sei es beim Fotohändler, der einige Quadratmeter seines Verkaufsraums oder seines Lagers nutzt, um sich diesem Geschäft zu widmen.

sätzlich einen TV Monitor, ein externes Blitzgerät oder ein manuell verstellbares Studio-Blitzsystem. Als Kameras für das Digital Porträt Studio bieten sich die Olympus Camedia 3030Zoom sowie das aktuelle Spitzenmodell Camedia E-20P an. Die Camedia 3030-



Als Ausgabegeräte für Paßbilder und Porträtaufnahmen stehen bei Olympus unter anderem der P200PS ...



Die Olympus Camedia e-20P bietet zahlreiche Funktionen, die die Arbeit von Paß- und Porträtfotografen erleichtern.

Olympus bietet das Digitale Porträt Studio in zwei verschiedenen Versionen an. Version 1 besteht aus einer Digitalkamera und einem Thermosublimationsdrucker, Version zwei verfügt darüber hinaus über den Mobile Olympus StudioCar (siehe Foto oben), einen flexiblen Multifunktionswagen für eine Digitalkamera plus Monitor, inklusive einem integrierten Kamerastativ. Für beide Kits empfiehlt Olympus zu-

Zoom ist speziell auf das Digitale Porträt Studio abgestimmt: Neben einem 3,3 Megapixel CCD-Chip und

Als Ausgabegeräte hält Olympus verschiedene Thermosublimationsdrucker bereit, zum Beispiel die Modelle P-200PS und P-400 Porträt. Der P-200PS zeichnet sich nach Angaben des Herstellers durch Qualität, Geschwindigkeit, leichte Bedienbarkeit sowie kosteneffizientes Arbeiten und eine kompakte Größe aus. Er wurde speziell für Fotostudios und -fachhändler entwickelt. Dank des Video-Adapters lassen sich die Bilder gleich nach der

Aufnahme auf einem Fernsehgerät überprüfen. Anschließend kann aus einer Reihe unterschiedlicher Layoutformate die gewünschte Größe gewählt werden. Der abschließende Ausdruck qualitativ hochwertiger Paßbilder erfordert rund 90 Sekunden Zeit.

Der hochauflösende Thermosublimationsdrucker P-400 Porträt printet Bilder mit einer Auflösung von 314 dpi und bis zu 16,7 Millionen Farben bis zu einer Größe von DIN A4. Das Gerät wird laut Olympus außerdem durch eine extrem schnelle Bearbeitungszeit, die Auswahl verschiedener Porträt-



...und der P-400ID Passport bereit.

Formate sowie zahlreiche kreative Funktionen auch ohne PC (Sepia, Schwarzweiß, verschiedene Rahmen, Zoom, Hintergrund, Stempelsignatur) charakterisiert.

Damit Neueinsteiger (und selbstverständlich auch „alte Hasen“) ihre Kunden auf das Angebot von Paß- und Porträtfotos aufmerksam machen können, stellt Olympus seinen Handelspartnern auf Wunsch ein Olympus Deko Kit zur Verfügung. Dieses enthält einen Aufsteller für die Außenpräsentation, zwei Deckenaufhänger DIN A2, Vorder- und Rückseite mit verschiedenen Motiven, ein Fensteraufkleberset, ein Thekendisplay DIN A4, Fotohüllen DIN A6, zwei Außenfahnen DIN A3 sowie einen Qualitätsnachweis (Fensteraufkleber) DIN A4.

Als zusätzliches PoS-Material stehen ein Banner mit dem individuellen Serviceangebot, ein Poster DIN A1 für die Außenpräsentation, ein Fensteraufkleberset DIN A5 und weitere Fotohüllen DIN A6 zur Verfügung.

Analoges und Digitales von Polaroid

Polaroid Systeme gehören zu den populärsten Geräten in der professionellen Paßbildfotografie. Sowohl die analoge Paßbildkamera Studio Polaroid 403R als auch die digitale Paßbildkamera SPd360 arbeiten auf Basis des neuen Polaroid Paßbildfilms SP 125i und liefern nach Angaben des Herstellers Paßbildfotografie auf Porträtniveau.

Bei der Studio Polaroid 403R sorgt neueste Objektivtechnologie für brillante Bilder ohne jegliche Vignettierung. Die Reduzierung der Streulichteinwirkung auf etwa die Hälfte trägt zu einem deutlich höheren Bildkontrast bei als bei Vorgängermodellen. Die automatische Abschaltfunktion schont die Batterien, der neue elektronische Verschluss erhöht die Zuverlässigkeit. Weiterhin verfügt die Kamera über einen Ultraschall-Entfernungsmesser, der stets den richtigen Aufnahmeabstand gewährleistet. Das neue, leichte und extrem robuste Designgehäuse erleichtert die Handhabung.

Die Kamera ist mit einem dreilinsigen Objektiv ausgestattet, das einen Blendenbereich von 1:8 bis 1:32 zur Verfügung stellt. Gearbeitet werden kann mit ihr ab einem Aufnahmeabstand von 1,2 Metern. Über einen X-Anschluß läßt sich eine Blitzanlage mit der Kamera verbinden, die Blitzzsynchronzeit beträgt 1/60 Sekunde. Für gleichbleibende Aufnahmesituationen kann die Kamera über einen Stativanschluß auf einem Stativ fixiert werden. Das Paßbildsystem SPd360 von Polaroid wurde den Angaben zufolge speziell für Paßbildfotografen entwickelt, die auf die Vorzüge der Digitaltechnik nicht verzichten können bzw. wollen, jedoch keine Ausgabe auf Thermopapier wünschen, da sie die einzigartige Bildqualität echten Fotomaterials zu schätzen wissen. Das System umfaßt eine hochauflösende Digitalkamera für die Bilderfassung sowie den innovativen SPd360 Digital Photo Drucker für die Ausgabe der Fotos. Die Funktion „Preview before Print“ ermöglicht dem Anwender, die Aufnahmen vor dem Ausdrucken auf einem LC-Display zu betrachten. Die Bildausgabe erfolgt auf hochwertigen Polaroid Sofortpaßbildfilmen. Diese stehen in Farbe oder Schwarzweiß mit einer breiten Auswahl an Formatoptionen im 3 x 4 Inch (8,6 x 10,8 cm) Filmformat zur Verfügung.

Die zum System gehörende Digitalkamera ist eine kompakte Handkamera, die auch auf ein Stativ montiert werden kann. Sie besitzt einen 1,4 Mio. Pixel-CCD Sensor. Bilddaten werden unkomprimiert gespeichert.

Die Kamera ist außerdem mit Tasten zum Umschalten von Live- und Standbild, Druckformatauswahl und Druckbefehl sowie einer integrierten 3,8"-TFT-LC-Anzeige mit veränderbarem Neigungswinkel ausgestattet. Bildschirm-Menüführung per Knopfdruck inklusive durchführbarer Systemkalibrierung, einstellbare Farbbalance für Einstelllicht und Blitzlicht, Wahl der Beleuchtung (Blitz/Umgebungslicht) mit wählbarer Farbtemperatur, manuelles Zoom-Objektiv mit automatischer



Blendensteuerung, automatischer dreistufiger Abgleich der Hauttöne, paralleles Standard-Verbindungskabel zum Drucker, direkter Zugriff auf den Bildspeicher, Erfassung der neuen Aufnahme bei gleichzeitigem Ausdruck der vorherigen, interner Speicher für drei Aufnahmen und Multi-Formatauswahl (Porträt, 2, 4, 5, 6, 9 Bilder) sind weitere Ausstattungskennzeichen.

Neben den Geräten bietet Polaroid Interessenten auch weitergehende Unterstützungsleistungen. Dazu gehören individuelle, maßgeschneiderte Paßbild-Studio-Konzepte, das komplette und kostenlose Studio Set-up, Installation und Einweisung, Bereitstellung von hochwertigen Werbemitteln, die Kundenbetreuung durch ein eigenes Vertriebs- und Service-Team (individuelle Beratung vor und nach dem Kauf) sowie die Polaroid Zufriedenheitsgarantie.

Mitsubishi hat vor wenigen Wochen ein neues Paßfoto-Komplettsystem der neuen Generation vorgestellt. Wie sein Vorgänger besteht auch das DIS900D aus den Modulen Kamera und Drucker. Letzterer ist ein Mitsubishi Thermo-sublimations-Printer mit CIC (Color Imaging Control) zur Farbsteuerung



Die neue DIS-Kamera von Mitsubishi

und Roll Type-Technologie für Foto-prints in 40 Sekunden ohne Papierstau. Die neue DIS-Kamera ist nach Angaben des Herstellers ergonomisch gestylt und bietet einfaches Handling. Sie verfügt über umfangreiche Weißabgleichfunktionen, mehrere Voreinstellungen für Farbe und Schwarzweiß und eine Auflösung von zwei Mega-Pixeln. Auf der Rückseite befindet sich ein großes LC-Display, auf dem mit Hilfe des serienmäßigen Ausschnittsuchers die ideale Gesichtsposition, die für Paßfotos vorgeschrieben ist, gefunden werden kann. Zudem ist eine Anpassung an die verschiedenen Paßbildformate möglich. Inklusiv Paßbild stehen insgesamt fünf Bildformate in Farbe oder Schwarzweiß zur Wahl. Alle Bilddaten können für die Weitergabe oder zur Archivierung in Compact Flash gespeichert werden. Analog zum Vorgängermodell wird das neue ID-Fotosystem DIS900D komplett von der Kamera gesteuert und ermöglicht hierdurch eine einfache Handhabung während des gesamten Aufnahme- und Druckvorgangs.

Außerdem hat Mitsubishi Electric die Express Print Station EPS8000 vorgestellt. Dahinter verbirgt sich eine Kombination von Highend-Printer, Touchscreen und Media-Reader auf kleinstem Raum. Dadurch ist das System vor allem dort für die Paßbild- und Porträtfotografie einsetzbar, wo nur ungenügender Raum für größere Anlagen zur Verfügung steht.

Digitale Porträt Station von Fujifilm

Auch Fujifilm bietet eine digitale Porträt Station an. Mit diesem Bundle soll der Porträtfotograf in die Lage versetzt werden, über eine einzige Software die digital erstellten Paß- und Porträtfotos professionell zu präsentieren, zu bearbeiten, zu printen und zu archivieren. Die Weitergabe der Aufträge an ein Labor kann ebenfalls über die digitale Porträt Station erfolgen. Im Lieferumfang der digitalen Porträt Station sind enthalten: die digitale Profi Kamera Fine Pix S 2 Pro, ein Flachbettscanner mit Durchlichteinheit bis DIN A4, der Image Card Reader DM-R1 für Smart-Media, Compact Flash I und II (inkl. IBM Micro Drive) sowie ein CNS Intel PIII High End PC. Die Fujifilm Software „Studio Assistent“ ermöglicht unter anderem die Präsentation und die Bearbeitung der Porträts am Monitor. Die Ausgabe vor Ort erfolgt im Standardpaket über einen Pictography 3500.



Die Weiterleitung der Datei an einen externen Finisher zum Ausbelichten der Fotos ist ebenfalls vorgesehen. Der Anschluß an ein eigenes Frontier System ist über ein Zusatzpaket möglich.

Darüber hinaus bietet Fujifilm die Printpix Digital Print Station 400 an. Dabei handelt es sich um ein Sofortbildsystem für den Handel, das das von Fujifilm entwickelte Printpix Druckverfahren (Thermoautochrome) nutzt. Außer dem Printpix Papier werden weder Tinte noch andere Verbrauchsmaterialien benötigt; die Farben werden durch Hitzeentwicklung im Papier generiert. Mit 68 farbigen randlosen Fotos pro Stunde im Format 10 x 15 cm ist das Print-System einerseits für Fotohändler gedacht, die eine preisgünstige Alternative zum Einstieg in das digitale Bildergeschäft suchen, andererseits für diejenigen, die ein qualitativ hochwertiges und schnell arbeitendes Gerät für die Ausgabe ihrer Paßbilder und Porträtaufnahmen brauchen.



Über den klappbaren Touchscreen ist die EPS8000 nach Herstellerangaben sehr einfach und selbsterklärend zu bedienen. Bildbearbeitungen können

problemlos durchgeführt werden, das Ergebnis läßt sich in wenigen Sekunden auf hochwertigem Fotopapier drucken. Für das Papier stehen vier Standard-Fotoformate (9 x 13, 10 x 15, 13 x 18, 15 x 23) und die Möglichkeit individueller Ausschnittvergrößerungen bereit. Das System verarbeitet alle gängigen digitalen Speichermedien, so daß der Händler auch eine bereits vorhandene Digitalkamera für die Aufnahme nutzen kann. Auf Wunsch können mit dem Gerät auch Foto-CDs und CD-Kopien erstellt werden.



Die Express Print Station EPS800 von Mitsubishi druckt Digitalbilder auf kleinstem Raum.

Mit ihren Funktionen erfüllt die EPS8000 dem Handel den Wunsch nach Extra-Umsatz mit schnellem Return On Investment bei minimalem Platzbedarf.

Bilder, die glücklich machen

Der neue Agfa Vista Film

Das ist Fakt!

Ihre Kunden wollen Bilder!
Bilder sind mit 41% Ihr
größter Ertragsbringer.*

Das ist konsequent!

Das neue erfolgreich getestete
Agfa Konzept setzt voll
auf das Erlebnis „Bild“.

Der neue Agfa Vista mit verbesserter
Eye Vision Technology bringt noch
bessere Bilder für noch mehr Fotospaß.

Das ist gut!

Filmgeschäft ist Bildergeschäft!
Und Agfa hat die Bilder,
die glücklich machen!

*Quelle:
unabhängiges Mafo-Institut, 2001
www.agfa.com



NEU!

Bilder, die glücklich machen.

AGFA 

Wer wundert sich noch über die Höhe der Krankenkassenbeiträge?

„Deutsche Versicherungen zahlen für Eltern von Ausländern in deren Heimat“

Als ich am 20. April einen Artikel in der „Welt am Sonntag“ zur Kenntnis genommen habe, ist mir das wieder in Erinnerung gekommen, was ich bisher nicht so richtig glauben wollte; schon vor mehr als 20 Jahren hat ein Chefarzt in meiner Verwandtschaft immer darüber geklagt, daß Ausländer, insbesondere Asylanten, die hier in Deutschland keiner Krankenkasse angehören, immer wie Privatpatienten behandelt werden und die Kosten dafür das Sozialamt übernimmt. Es wollte mir nie einleuchten, und deshalb habe ich es auch nie richtig geglaubt, daß eine solche Idiotie in unserem Lande unter dem Begriff „Sozial“ überhaupt möglich ist. Mit anderen Worten: Nicht versicherte, unkontrollierte Ausländer werden zu Privatpatienten, was wiederum bei Ärzten und Krankenhäusern zu höheren Einnahmen bzw. Verdiensten führen muß.

Ich zitiere nun Jochen Kummer von der „Welt am Sonntag“ zu diesem Thema: „Das Gesundheitsministerium bekam in dieser Woche eine Welle der Empörung von Bürgern aus allen Teilen des Bundesgebietes über die Enthüllung zu spüren, daß Eltern von in Deutschland beschäftigten ausländischen Arbeitnehmern in ihrem Heimatland Türkei und auf dem Balkan beitragsfrei von der deutschen Familienmitversicherung aufgenommen werden und sich dort auf Kosten der Versicherung ambulant und stationär behandeln lassen können. Bei Deutschen dagegen dürfen nur Ehegatten, Lebenspartner und Kinder beitragsfrei in der Familienversicherung aufgenommen werden.“

Kann man so etwas überhaupt glauben?

Und es heißt dann weiter: „Auf Anfrage von „Welt am Sonntag“ erklärte eine Sprecherin des Gesundheitsministeriums: „Uns liegen keine aktuellen Zahlen vor – weder über bezugsberechtigte Personen, noch über die Summe der geleisteten Zahlungen.“ Und weiter: „Wir sehen keinen Anlaß, da tätig zu werden.“

Kann man so etwas überhaupt glauben?

Nun ist ja in diesen Tagen das Thema „Krankenkassenbeiträge“ wieder groß in der

Diskussion, und offensichtlich sollen erneut die Raucher zur Kasse gebeten werden, mit höheren Preisen für Tabakprodukte, damit noch mehr von diesem Steuergeld in die Krankenkassen fließt und die Krankenkassenbeiträge nicht noch weiter erhöht werden müssen. Wenn man sich spaßeshalber vorstellen würde, daß kein Raucher mehr seinem Hobby nachginge und wir alle nur noch Nichtraucher wären, dann kann man eigentlich nur zu dem Schluß kommen, daß den Nichtrauchern die Tränen darüber kommen müßten, was sie alle noch viel mehr in die Krankenkassen einzahlen müßten, was zur Zeit von den Rauchern mit Zähneknirschen durch die hohen Preise übernommen wird! Meine Leser mögen es mir verzeihen, daß ich unsere Gesundheitsministerin, Ulla Schmidt, so ziemlich für die dümmste Ministerin halte, die wir je gehabt haben. Sie hat noch vor einigen Wochen wieder lebhaft beteuert, daß es in Deutschland keine Zweiklassen-Medizin geben würde, was mit anderen Worten heißt, daß alle Bürger im Krankheitsfall gleich behandelt werden, egal wieviel Geld sie persönlich für ihre Gesundheit in die entsprechenden Versicherungen durch ihre Beiträge einzahlen. Diese Art von modernem Kommunismus würde natürlich auch bedeuten, daß eine Dame wie Ulla Schmidt, wenn sie in ein Modehaus geht, wo preiswerte Artikel angeboten werden, die auch von Sozialhilfeempfängern gekauft werden, dann freiwillig entsprechend ihrem Monatseinkommen, sagen wir in Höhe von 10.000 Euro, auch gleich für das selbe Kleid statt 100 Euro 500 Euro bezahlen würde. Wenn dem so wäre, dann würde ich Frau Schmidt mein größtes Kompliment aussprechen für ihr sozial gerechtes Verhalten. Leider wird sie das nicht tun, und außerdem haben wir in der Praxis oftmals doch eine Zweiklassen-Medizin, weil viele Mediziner es einfach nicht einsehen, daß sie für einen Patienten, der treu und brav eine gute Leistung und Full-Service eines Arztes bezahlen will, Tag und Nacht über das Lebensnotwendige hinaus den gleichen persönlichen Aufwand und Einsatz leisten sollen, wie für einen Patien-

ten, für den sie nur eine Minipauschale durch Frau Schmidt überwiesen bekommen.

Wenn wir zu einer kommunistischen, wirtschaftlichen Basis in Deutschland kommen wollen, dann müssen wir alle Privatkassen abschaffen (was ja auch von einigen linken Politikern gewünscht wird), dann müssen wir, wie in autoritären Staatsformen üblich, alles reglementieren für jedermann, den freien Willen abschaffen, die eigene Lebensgestaltung aufgeben und zu dem kommen, was Winston Churchill einmal mit dem Satz auf den Punkt gebracht hat: „Der Kommunismus, die Gleichschalterei, ist die gleichmäßige Verteilung des Elends.“

Eigentlich wollte ich mich heute mit dem Thema Konjunktur befassen, mit dem, was der Bundeskanzler mit seinem neuen Reformpaket in die Welt gestellt hat und das ihm von der rechten Seite so viel Zustimmung gebracht hat. Wenn wir aber den Vorsitzenden des Deutschen Gewerkschaftsbundes, Michael Sommer, hören, dann versteht Bundeskanzler Schröder gegenüber der wirtschaftlichen Kompetenz des Herrn Sommer gar nichts, weil er sonst sehen würde, daß unsere Probleme in Deutschland nur durch die schwache Weltkonjunktur entstanden sind und daß er die Konjunktur offensichtlich nur durch mehr Schulden, durch Wiedereinführung der Vermögenssteuer und mehr Steuererhöhungen für die Wirtschaft in unserem Lande ankurbeln könne. Ich meine, daß Herr Sommer wie ein Blinder von der Farbe spricht. Trotzdem kann ich mit Bundeskanzler Schröder kein Mitleid haben für seinen Ärger mit den Gewerkschaften, auch wenn ihm jetzt wie bei Goethes „Zauberlehrling“ nach dem Ruf zumute sein müßte: „Herr die Not ist groß! Die ich rief die Geister, werd ich nun nicht los.“

Obwohl der Krieg im Irak zu Ende ist, habe ich leider im Augenblick wenig Hoffnung, daß unsere Konjunktur in diesem Jahre auf der Basis dessen, was getan oder nicht getan wird, so in Gang kommen wird, wie sie sein sollte, um wirtschaftlich in Europa wieder oben zu sein.

H. J. Blömer

OLYMPUS

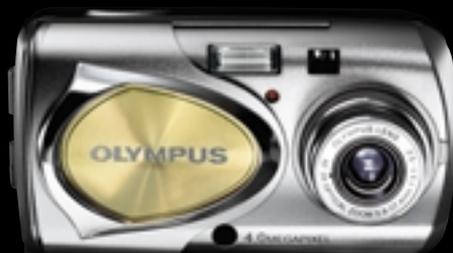
THE VISIBLE DIFFERENCE

Die neue Olympus μ [mju:] 400 DIGITAL:

CAPTURE EVERY MOMENT

4 Millionen Pixel in einem
wetterfesten* Metallgehäuse.

Das Leben ist so schön.
Jeder Augenblick zählt.



www.olympus.de

Sebastian Pototzki baut auf Kodak Minilab

System 88 bringt Erfolg



Die breite Palette an Dienstleistungsmöglichkeiten und die einfache Bedienung sind für allkauf Foto-Mitarbeiter Oliver Mann zwei der wichtigsten Gründe, die für Kodaks System 88 sprechen.

Seit sich Sebastian Pototzki 1997 selbständig gemacht hat, wächst sein unternehmerischer Erfolg. Dieser basiert nicht allein auf dem breiten Sortiment aus Foto, Computer und Telekommunikation, mit dem allkauf Foto in der rund 62.300 Einwohner zählenden niederrheinischen Stadt Dormagen gut aufgestellt ist. Wichtige Stütze ist auch die Partnerschaft mit Kodak. Und vor allem das Ende 2001 installierte digitale Kodak Minilab vom Typ System 88 liefert gewichtige Argumente im täglichen Wettbewerb.

Und die sind auch dringend notwendig. Denn neben einem mit Fotoarbeiten sehr erfolgreichen Drogeriemarkt finden sich noch zwei weitere Konkurrenten in unmittelbarer Nähe, die ebenfalls Bilder im Stundenservice anbieten. „Allerdings bin ich der einzige, der ein digitales Minilab betreibt“, stellte Pototzki im Gespräch mit imaging+

foto-contact fest. „Und das bringt unmittelbare Vorteile mit sich.“ So werden die Aufträge, die am System 88 bearbeitet werden, vom allkauf Foto Team, zu dem neben dem Chef noch zwei festangestellte Mitarbeiter und zwei Aushilfskräfte gehören, digital optimiert. „Mit dem Minilab können wir Kontrast, Dichte, Über- und Unterbelichtung, rote Augen, Schärfe, Blitzköpfe oder Gegenlicht beeinflussen und nötigenfalls korrigieren“, beschrieb Pototzki die Möglichkeiten.

Tatsache, daß am System 88 Bilder aus allen Quellen erzeugt werden können. Schwarzweiß oder Farbe stellt das Minilab ebenso wenig vor Probleme wie Negativ- oder Diafilme. „Und darüber hinaus kann ich, im Gegensatz zu mei-



Auch die Kodak Order Station gehört bei allkauf Foto in Dormagen zum Angebot.

Überzeugen die so produzierten Aufnahmen aufgrund ihrer hohen Qualität im Prinzip schon für sich, so stellen sie jedoch spätestens dann ein handfestes Verkaufsargument dar, wenn ein Kunde etwaige Nachbestellungen von einem anderen Anbieter anfertigen läßt. „Es passiert oft, daß Kunden mit woanders nachbestellten Fotos zu uns kommen, auf denen beispielsweise rote Augen zu sehen sind, und fragen, warum die bei den Bildern aus unserem Haus nicht zu sehen waren“, meinte Pototzki. „Wenn wir denen dann die Gründe dafür nennen, haben wir in der Regel Stammkunden gewonnen, die dauerhaft auf unsere Bildqualität vertrauen wollen.“

Weitere Vorteile im Bildergeschäft ergeben sich für allkauf Foto durch die



Sebastian Pototzki

nen Kollegen vor Ort, auch Bilddaten aus allen gängigen Speichermedien und in allen bekannten Speicherformaten auslesen und printen.“ Der Fülle der Eingabevarianten entspricht die große Zahl der angebotenen Bilddienstleistungen. allkauf Foto in Dormagen produziert brillante Papierabzüge auf Kodak Qualitätspapier mit matter oder glänzender Oberfläche in allen Formaten zwischen 9 x 13 cm und 24 x 30 cm sowie Index Prints. Pototzki: „Die Flexibilität des Minilabs



Auch nach außen hin demonstriert allkauf Foto in Dormagen die gute Partnerschaft mit Kodak.

erlaubt es uns, auch ‚exotische‘ Aufträge zu erfüllen, etwa wenn ein Kunde ein 9 x 13 Print mit matter Oberfläche von einem Dia haben will. Das gibt es sonst nirgendwo.“ Der finanzielle Ertrag aus einem solchen Auftrag sei zwar belanglos, „aber“, so Pototzki, „der Image-

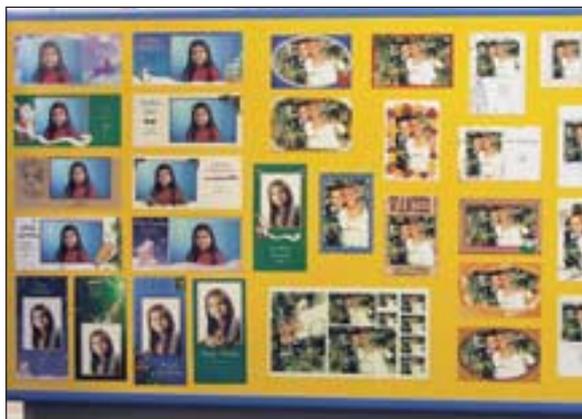
Weihnachten, Ostern, Kommunion oder Konfirmation bietet sich immer wieder die Möglichkeit für Aktionen – mit denen ich meinen Wettbewerbern auch wieder einen Schritt voraus bin.“ Gute Erfahrungen hat man bei allkauf Foto in Dormagen schließlich

Digitallab liefert Argumente gegen starke Wettbewerber

gewinn ist unbezahlbar, denn natürlich erzählt der Kunde weiter, daß wir auch schwierigere Laborprobleme lösen können.“

Als weiteres Verkaufsargument für digitale Bilddienstleistungen nannte der Dormagener die verschiedenen Möglichkeiten, Bilder mit Schmuckrändern und Texten zu versehen. Auf diese Weise ließen sich etwa Visiten-, Gruß- oder Einladungskarten schnell und problemlos produzieren. Diese Dienstleistungen machten zwar bislang nur einen kleinen Teil des Bildergeschäftes aus, räumte Pototzki ein, „aber zu besonderen Anlässen wie

auch mit der Nutzung des Systems 88 als Ausgabemedium für die Kodak Order Station, die den Kunden zur Vorauswahl ihrer Bildaufträge zur Verfügung steht, gemacht. Für Pototzki sind die Paß-, Porträt- oder Bewer-



Mit einer ganzen Reihe von Beispielen macht Pototzki seine Kunden an der Bildertheke auf die umfassenden Möglichkeiten des Systems 88 aufmerksam.

bungsfotos, die er selbst in einem kleinen, an den rund 120 Quadratmeter großen Verkaufsraum angegliederten Porträtstudio mit einer Digitalkamera erstellt, ein weiterer Vorteil. Zunehmend werden am System 88 seit einigen Wochen auch Online-Aufträge bearbeitet, die das Unternehmen per Internet über die vor wenigen Wochen freigeschaltete Homepage (www.allkauf-dormagen.de) erreichen.

Doch die Geräte sind nur eine Seite der Medaille, Service und Support die andere. Auch hier sieht der Dormagener allkauf Foto Händler keine Probleme. „Die Zusammenarbeit mit Kodak hat von Anfang an bestens funktioniert“, berichtete Pototzki. „Die Zeitspanne von der ersten Kontaktaufnahme über die Beratung bis zur Installation des Systems war extrem kurz.“ Und auch nach dem Verkauf habe Kodak seine Unterstützung nicht eingestellt. Zudem fördere ihn Kodak mit einer Reihe von Marketing-Aktivitäten.



Die Teilnahme an den verschiedenen Filmpromotions, die Kodak im Laufe eines Jahres anbietet, ist für Sebastian Pototzki selbstverständlich. Stets werden die dazugehörigen Werbemittel dann unübersehbar im Schaufenster präsentiert.

Auch mit den Kodak Trainern, die für die Schulung und Einweisung der Händler für das System 88 verantwortlich sind, habe er absolut kompetente Ansprechpartner im Hause Kodak bekommen. „Sie haben immer ein offenes Ohr und mir schon häufiger aus der Klemme geholfen“, stellte Pototzki fest. „Und wenn ich sage immer, dann meine ich immer – auch an Sonntagen oder an Feiertagen. Wenn ich ihre Hilfe brauche, dann waren sie für mich zu sprechen.“

hepä

Ein neues Berufsbild würde Ausbildungsplätze schaffen

In Ausgabe 3/2003 haben wir uns eher theoretisch mit der Frage beschäftigt, ob die Schaffung eines neuen Berufsbildes für die Imagingbranche sinnvoll und notwendig ist. Die Antwort war ein klares „Ja“. Für den Beitrag in dieser Ausgabe haben wir – willkürlich ausgewählt und ohne repräsentativ sein zu wollen – Vertreter aus Handel und Labor gebeten, uns einige Fragen zu beantworten (siehe Kasten unten). Auch hier ist die Tendenz der Antworten eindeutig: Ein neues Berufsbild ist dringend notwendig, um den aktuellen Anforderungen der Branche gerecht zu werden.

Hier die Antworten auf unsere Fragen: Timm Hormann, **Foto Haas**, Hannover: „Wir bieten pro anno drei Ausbildungsplätze für Einzelhandelskaufleute an. Die Stellen wurden mit Ausweitung unseres Filialsystems im Vergleich zu früheren Jahren aufgestockt. Zusätzlich bieten wir alle

zwei Jahre einen Ausbildungsplatz als Bürokauffrau/mann an.

Leider konnten wir nicht alle Einzelhandelsausbildungsplätze in den vergangenen zwei Jahren besetzen. Dies liegt nicht an der Quantität der Bewerbungen, sondern an den strukturellen Veränderungen unserer Branche, denen die „traditionellen“ Bewerber qualitativ nicht gerecht werden.

Die inhaltlichen Anforderungen orientieren sich in Richtung multimediale, problemlösende Dienstleistung mit fundiertem Fotowissen (Endergebnis unseres Tuns bleibt das Bild), das klassische Einzelhandelsbild des „hinter dem Tresen wartenden Mitarbeiters“ gibt es nicht mehr.

Deswegen ist ein inhaltlich und auch nach außen dokumentiertes, neues Berufsbild wie von der Landesberufsschule avisiert, zwingend notwendig, damit wir für bereits schulisch höher qualifizierte Bewerber attraktiver werden. Diese Bewerber wären sicherlich geeignet und von sich aus interessiert, den wachsenden Anforderungen gerecht zu werden.

Sollten sich, wie in *imaging+foto-contact*, Ausgabe 3/2003, beschrieben, die angedachten Veränderungen ergeben, so wäre das der erste Schritt in die richtige Richtung, mit der Folge, daß wir einerseits in kreativen Bereichen wie Foto und Mediendesign Ausbildungsplätze anbieten und gleichzeitig

auch in unseren klassischen Feldern Produktion und Wirtschaft wieder mehr Plätze anbieten und besetzen könnten.“

Heinz Erich Lambertin, **Foto Lambertin**, Köln: „Wir haben im Jahr 2000 fünf Menschen ausgebildet, 2001 waren es vier, 2002 nur noch einen, und in diesem Jahr bilden wir gar nicht mehr aus. Die Zusammenarbeit Schule/Ausbildungsbetrieb ist von Gegensätzen geprägt. Die Einteilung der Klassen, die Unterrichtstage und der durchzunehmende Stoff entsprechen nicht den Wünschen unseres Ausbildungsbetriebes. In der Schule wird Front gegen Lehrbetriebe betrieben. Das Recht liegt immer beim Auszubildenden. Die Besseren wechseln zu Medienberufen, der

Unsere Fragen an die Vertreter der Praxis

Frage 1): Wie hat sich die Ausbildungssituation in den vergangenen Jahren entwickelt, d. h. wie viele junge Menschen haben Sie in welchen Ausbildungsberufen ausgebildet/bilden Sie aus?

Wenn sich etwas verändert hat:

Frage 1a) : Worauf führen Sie diese Veränderung zurück?

Frage 2): Inwieweit haben sich in den vergangenen Jahren die inhaltlichen Anforderungen durch die zusammenwachsenden Medien und Technologien in Ihrem Unternehmen verändert? Welche neuen Aufgaben sind hinzugekommen, welche weggefallen?

Frage 3): Halten Sie vor diesem Hintergrund die derzeitige duale Ausbildung mit den vorhandenen Berufsbildern noch für zeitgemäß?

Wenn nicht:

Frage 3a): In welcher Richtung müßten sich Änderungen ergeben, damit die Ausbildung zeitgemäß wird?

Frage 4): Welche Folgen für die Ausbildung in Ihrem Unternehmen würden sich ergeben, würden sich die Voraussetzungen in Ihrem Sinne ändern?

Stellungnahmen aus Handel und Labor

verbleibende Rest im Einzelhandel sind 90 Prozent junge Damen und zehn Prozent junge Herren – mit mangelnder Ausdrucksweise in ihrer Sprache und unmöglichen Rechtschreibkenntnissen.

In unserem Unternehmen hat die analoge Fotografie untergeordneten Stellenwert, die visuelle Kommunikation mit digitaler Fotografie und Schnittstelle zum Computer erfordert höheres Wissen und Interesse an der neuen Technologie. Weggefallen sind Bereiche wie zum Beispiel Labortechnik und Diafotografie.

Die Schule mit ihrem Lehrermangel und fehlender Bereitschaft und Qualifikation der Lehrer paßt sich nicht dem großen Technologiewandel an. Es fehlt das leistungsbezogene Lehrsystem. Die Klassen müssen nach Leistung und Bereitschaft getrennt werden.

Vorbild für eine gelungene fachliche und leistungsbereite Ausbildung ist die Landesberufsschule Photo+Medien in

Kiel. Anzustreben und wünschenswert in den Ballungszentren sind solche für die neue Technologie einzurichtenden Schulen.

Mit der Möglichkeit, den Lernstandard der Kieler Landesberufsschule auch in Köln und Umgebung zu etablieren, würden wir wieder, wie im Jahr 2000, fünf Azubis einstellen.“

Klaus Kirchwehm, **Vico-Kiel**: „Wir bilden hauptsächlich Einzelhandelskaufmänner aus, haben aber schon Fotomedienlaboranten in der Ausbildung gehabt. Beim Fotomedienlaboranten haben wir aber festgestellt, daß wir viele der zu vermittelnden Kenntnisse nur schwer ausbilden können, da wir ein reines Einzelhandelsgeschäft mit einem Digilab sind. Unserem Geschäft angeschlossen ist ein Porträtstudio, in dem wir aber nicht

innerlicht hat. Wir wissen, daß wir heute bereits 50 Prozent unserer Geräte-Umsätze mit Digitalgeräten machen und 30 Prozent mit Speicherkarten und Filme = 100 Prozent rechnen. Wir spüren, daß der analoge Bildermarkt sich nicht nur zugunsten der Drogeriemärkte verschiebt, sondern seit dem letzten Jahr auch rückläufig ist. Dieser Ent-

„Duale Ausbildung ist die beste Form“

wicklung müssen wir uns stellen, indem wir die Läden entsprechend ausrichten. Der Trend wird sich in Zukunft weiter verschärfen, und wir

werden wir nicht mit angelernten oder umgeschulten Kräften gestalten können. Die zukünftigen Mitarbeiter müssen nicht nur verkaufen können, die neueste Technik beherrschen (in Zukunft werden wir das Handy nicht nur zum Telefonieren, sondern auch als Digitalkamera, als Diktiergerät, als Camcorder, als PDA usw. benutzen), sondern auch im Studio perfekte Aufnahmen herstel-

len und am Digilab Bilder printen können.

Wir würden qualifizierte Bewerbungen bekommen – wie im Augenblick

bei den Medienlaboranten und den Fotografen. Wir können uns über die Ausbildung Mitarbeiter aufbauen, die Freude und Spaß am Beruf haben und in ihrem Beruf eine Zukunftsperspektive sehen.“

Michael Wefers, Geschäftsführer **Neumüller CeWe Color Stiftung** für die Bereiche Personal und Rechtsmanagement: „Wir haben im vergangenen Jahr in allen Betrieben 135 junge Menschen in sieben Berufen ausgebildet. Darunter waren 38 Fotomedienlaboranten, acht mehr als im Jahr zuvor, und 31 Fotolaboranten. Was wir brauchen, sind junge Leute in Informatikberufen, vor allem Fachinformatiker. Wir werden bald gemeinsam mit der Fachhochschule Vechta ein neues duales Ausbildungssystem für Fachinformatiker aufbauen. Wir brauchen Experten für die Zukunft, die den Wandel hin zur digitalen Fotografie mitmachen und sich mit speziellen Maschinen wie den Digitallabs und den neuen Inkjet-Maschinen ebenso auskennen wie mit Farbräumen und digitalfotografie-typischen Begriffen.

Wir stellen junge Leute ein, die wir für Machertypen halten und die unsere „5P“ erfüllen: Power (wir verlangen nicht 100, sondern 120 Prozent Engagement), Performance (wir messen uns am Benchmarking mit allen Betrieben), Passion (Kampfgeist, wir arbeiten härter als andere), Professionality (wir fordern Fachkompetenz mit Detailwissen) und Personality (unsere Mitarbeiter strahlen Motivation und Begeisterung aus). Diese Grundvoraussetzungen gelten auch für potentielle Auszubildende, die wir nach der Ausbildung gern übernehmen.“

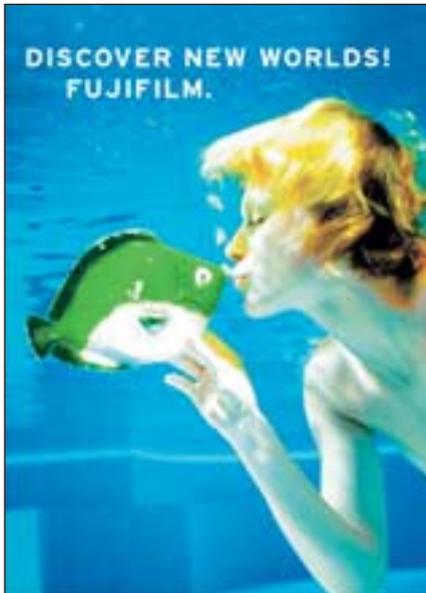


Auch der Unterricht in der Berufsschule muß dem derzeitigen Wandel in der Fotobranche Rechnung tragen, um den Betrieben qualifizierte Mitarbeiter zur Verfügung zu stellen.

ausbilden dürfen, weil wir keinen Meister haben. Die Ausbildungssituation in den letzten Jahren war dadurch geprägt, daß wir für den Beruf des Einzelhändlers nur unqualifizierte Bewerbungen erhalten haben. Daher bilden wir hier zur Zeit auch nur einen Auszubildenden aus. Für die Ausbildung zum Fotomedienlaboranten und auch zum Fotografen haben wir viele qualifizierte Bewerbungen, denen wir aber wegen der oben gesagten Gründe absagen mußten.

Wir sind in einem Wandel begriffen, den bisher noch kaum jemand richtig ver-

müssen unsere Mitarbeiter darauf vorbereiten, schulen und danach aussuchen, wer den Wandel mittragen will und kann. Das gilt natürlich auch für die zukünftigen Auszubildenden. Hier ist dringend ein neues Berufsbild notwendig, das dem Wandel Rechnung trägt und das geeignet ist, junge und qualifizierte Leute für den Beruf zu gewinnen. Mit dem bisherigen Einzelhandelskaufmann wird es uns nicht gelingen. Die duale Ausbildung halte ich immer noch für die beste Form, qualifizierte Mitarbeiter auszubilden und zu bekommen. Das Geschäft der Zukunft



Attraktive Plakate sind, wie immer, Bestandteil der aktuellen Sommeraktion.

Grüne Fische, Muscheln und Seesterne auf dunklem Meeresblau stehen im Mittelpunkt der Promotion, die unter dem bekannten Fujifilm Motto „Discover New Worlds!“ die Aufmerksamkeit der Kunden auf die Sommerangebote des Unternehmens lenken soll. Das dazugehörige Dekopakett enthält unter anderem einen Topper für die Standardschütte, Drahtschüttentopper, verschiedene Fenster- und Türaufkleber, eine 140 x 70 cm große variabel aufbaubare Dekowand, Dekofolie Wasser und ein Tauchersset mit Flosse, Maske und Schnorchel. Weiterhin stehen eine randvoll mit diversen Filmdummys gefüllte Schatztruhe und eine Reihe von Deko-Wassertieren zur Verfügung. Im Internet wird die Promotion mit

Mit Fujifilms aktueller PR entdecken Kunden die Unterwasserwelt

Die Unterwasserwelt entdecken soll der Kunde mit der aktuellen Sommeraktion für den Point of Sale von Fujifilm – zumindest gedanklich, mit der Erinnerung an den letzten Tauchurlaub oder der Vorfreude auf die bevorstehenden Ferientage in südlichen Gefilden: Fujifilm stellte seinen Handelspartnern eine maritime Dekoration für Verkaufsraum und Schaufenster zur Verfügung.

einem Geschicklichkeitsspiel begleitet: Auf www.fujifilm.de geht es darum, in kurzer Zeit möglichst viele grüne Frösche zu küssen. Unter den Mitspielern verlost Fujifilm einen einwöchigen Tauchurlaub für zwei Personen auf der Baleareninsel Formentera und 33 Quicksnap Marine Einwegkameras. Als Film steht für die Aktion der Fujicolor Superia bereit, den es als Fünferpack mit insgesamt 180 Aufnahmen gibt. Er wird mit einer passenden Palette mit 189 Packs geliefert, die sich mit ihrem Topper an die Optik der Aktion anpaßt. Die Packungen enthalten einen Folder mit Informationen über das aktuelle Zoom-Programm. Mit dem PoS-Paket „Power Pixel“ unterstützt Fujifilm in diesem Sommer



Die Filmangebote für die Aktion stehen in aufmerksamkeitsstarken Schütten zur Verfügung.

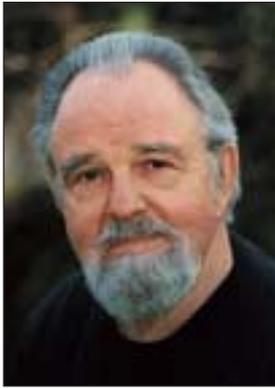
auch die Verkäufe der neuen FinePix Digitalkameras mit Super CCD Level 4. Das Plakat im DIN A1-Format für den Straßenstopper soll bereits vor dem Geschäft die Neugier der Kunden

Maritime Deko-elemente sollen in diesem Sommer die Kunden auf die aktuellen Fujifilm Angebote aufmerksam machen.

wecken und sie dazu einladen, sich im Laden über die FinePix Palette zu informieren. Informationen zu den einzelnen Modellen findet das Verkaufspersonal auf den Infocards im Taschenformat, die die jeweils wichtigsten Charakteristika bereithalten.

Acht Tage Las Vegas gibt es schließlich beim Gewinnspiel „8ung, fertig, los!“ auf www.finepix.de zu gewinnen, und zwar sowohl für den Verbraucher, der am Gewinnspiel teilnimmt, als auch für dessen Händler, sofern der Kunde ihn im Internet benennt.





Horst Dieter Lehmann

Komm, lieber Mai...

Das bekannte Volkslied bittet den Wonnemonat Mai zu kommen. „Der Mai ist gekommen“, nicht weniger bekannt, stellt nur fest, was wir alle als Selbstverständlichkeit annehmen.

Weniger selbstverständlich aber könnte sein, daß mit den Maiglöckchen auch die Kassen kräftiger klingeln. Aber der Monat Mai ist naturgemäß der Monat, in dem das Barometer steigt, sich unser Allgemeinbefinden verbessert, die Chancen für Aufträge aller Art deutlich zunehmen. Kommunionen, Konfirmationen, Hochzeiten, Amateuraufträge in digital und analog lassen zumindest hoffen.

Wir machten zuletzt noch auf die „dunklen Wolken am Horizont“ aufmerksam, die jeder sah und niemand von uns abwenden konnte. Inzwischen entluden sie sich in gewaltigen Gewittern – nicht von der Natur, sondern von Menschenhand verursacht.

Unsere kleinen Sorgen im Gegensatz zu diesem Geschehen bleiben trotzdem bestehen. Hier hoffen wir nun wieder, daß sie nicht größer werden.

Während man die Amateure immer wieder ermuntern muß, das Fotografieren (und uns) nicht zu vergessen, müssen dagegen andere zu etwas mehr Enthaltbarkeit ermahnt werden, was zum Beispiel für meine Person gilt. Trete ich den nur knapp fünfzehnminütigen Gang vom Geschäft nach Hause zu Fuß an, überfallen mich die Motive geradezu. Durch die schönen Anlagen unseres Kurortes und an gepflegten Gärten vorbei führt der Weg, und das „Amateurfotografenauge“ entdeckt immer wieder etwas Neues. Waren es um die Weihnachtszeit die Sterne und Lichterketten in den Bäumen und Büschen, so waren es zu Ostern die „Eierbäume“ und witzigen Osterhasen. Dazu muß gesagt werden, daß sich die Oden an die Jahreszeit von Jahr zu Jahr gesteigert haben, sowohl an Kuriosität wie an der Vielzahl.

Es lag auf der Hand, obwohl kein Wettbewerb wie „das schönste Dorf“ oder „der allerschönste Garten“ ausgeschrieben war, wollte doch der eine Nachbar den anderen überbieten. In diesem Jahr, trotz oder gerade wegen der Weltlage, war es zu Ostern besonders auffällig, daß die unterschiedlichsten bunten Eier in der Aprilsonne so reich vertreten waren. Mein Fotografen-Eifer machte mich selbst bald zum besten Kunden! Ernstere Gedanken, und die bleiben nicht aus, muß man sich natürlich schon machen, wie es weitergehen soll, wie man über die Runden kommt.

Wer seinen Umsatz im Vergleich mit den ersten Monaten des Vorjahres halten oder gar steigern konnte, ist ein beneidenswerter „Handwerkshändlerkaufmann“. Denn das alles, und noch viel mehr, müßte er schon sein, falls er sich selber nichts in die Tasche lügt. Das ist nicht nur bei der Berichterstattung der kriegführenden Länder so, auch manche Firmen beschönigen gern ihre Resultate – bis der große Knall kommt!

Hierzu muß man aber einräumen, daß Miesmacherei noch nie zu Erfolgen geführt hat. Und Erfolg brauchen wir alle, ob Handwerker oder Händler. Besonders wir Atelierhändler, die wir beides sein müssen, möglichst auf allen Sektoren unseres

schönen Berufes; der noch viel schöner sein könnte, wenn er einträglicher wäre und die Preise nicht im steigenden Sinkflug gelandet wären. Wer nun aber noch annimmt, daß andere Techniken, wie Digital, zu lichten Höhen führen könnten, ist ein echter Optimist. Wie viele Jahre regen wir uns schon über die Tatsache auf, daß die Fotografie rundweg an Wert verloren hat?! Als Geschäftsmann und Idealist in Sachen Foto bedauere ich es mit vielen Gleichgesinnten, daß es bei den vielen Knipsern nicht mehr Amateure gibt, die das Bild höher einschätzen als die Technik. Das bedarf einer Erläuterung. Sowohl bei den Amateuren als auch bei den Profis gab es immer schon den Unterschied zwischen den mehr an der Technik Interessierten zu denjenigen, denen ist erster Linie das Endresultat viel wichtiger war. Der Idealfall wäre die Kombination von beiden, aber die ist selten. Zumindest seltener, als es zugegeben wird; ist ja auch nicht weiter nachteilig, wenn jeder seine Freude an dem hat, was er in den Vordergrund stellt.

Fotografie und Imaging sind ein weites Feld, welches sich immer mehr ausdehnt. Die Technik macht Riesenfortschritte, alles wird einfacher. Aber wird es das wirklich? Im Grunde genommen ist alles viel komplizierter geworden, wenn man alle Möglichkeiten ausschöpfen will, die in den Gebrauchsanweisungen stehen. Klar, für den Knipser ist es vom Filmeinlegen bis zum fertigen Bild – mit und ohne Blitz – kinderleicht geworden. Die Belichtungszeit

quickpoint

47638 Strahlen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

ist gerade bei einfacheren Kameras uninteressant geworden. Das regelt die Kamera von alleine. Der Blitz schaltet sich automatisch ein. Mit einem 200er-Film, heute beinahe Standard, klappt alles ohne Mühe. Prima für den Amateur, gut für den Fotohändler (wenn der Film bei ihm landet). Für den Fotografen nicht ganz so gut, weil ihm dadurch einiges entgeht. Der Kunde, der dann keiner mehr für uns ist, spart, wenn es eben geht, gerne und oft zuerst beim Fachmann – auf allen Gebieten. Zudem ist er ganz selten so „verrückt“ wie der zuvor genannte Fotograf.

Als Profi kommt man nicht darum herum, mit größeren Kameras und den entsprechenden Negativformaten zu arbeiten, zumindest mit dem Mittelformat. Für den Amateur gilt nach wie vor vornehmlich der Kleinbilddfilm als „Ladung“. Disc verschwand nach kurzer Zeit. 126er und 110er bekommt der Amateur alten Schlages meistens nur noch beim Fachhändler. APS ist – trotz massiver Werbung – nicht so eingeschlagen wie erwartet. Digital muß den Weg noch intensiver zum Fachmann und Fachlabor finden. Nur gucken – und vielleicht drucken ist nicht der Weisheit letzter Schluß. Dabei geht unweigerlich der Spaß am Bild bald verloren, selbst wenn der Kunde nicht so hohe Ansprüche an das Bild stellt. Die Sorgen von Bilderhändlern und Laboren sind sicher nicht unbegründet, daß die Digitalität noch längere Zeit ein wenig an ihnen vorbeizieht. Aufmunternde Worte und viel Werbung können helfen – und die Maiensonne kann die Stimmung heben. Sie darf uns nur nicht im Stich lassen!

Eigenkapitalisierung im Handel

Schwerwiegende und zum Teil existenzbedrohende Finanzierungsprobleme im mittelständischen Handel sind in der Regel eine direkte Folge der unzureichenden Eigenkapitalausstattung. Konjunktur- und wettbewerbsbedingte rückläufige Umsatzrenditen verschärfen diese Situation zusätzlich. In einem in Kooperation mit dem Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) erarbeiteten Folder informiert der Bundesverband Technik im Einzelhandel (BVT) über die Möglichkeiten, die Eigenkapitalquote mit Hilfe von stillen Beteiligungen zu verbessern. Die Broschüre beleuchtet unter anderem folgende Themen:

- Warum hat Eigenkapital eine wachsende Bedeutung?
- Wenn ich mein Eigenkapital erhöhe, zahle ich mehr Steuern
- Die Ertragslage ist doch momentan so schlecht, da brauche ich Jahre für mehr Eigenkapital
- Ich bin aber gegen Beschränkungen meiner unternehmerischen Freiheit
- Ich habe mich schon mal nach einer Beteiligung umgesehen, aber die verlangten Renditen liegen außerhalb meiner Möglichkeiten.
- Was sind die Mittelständischen Beteiligungsgesellschaften?
- Wofür kann ich eine Beteiligung beantragen?
- Wie sieht eine solche Beteiligung aus?
- Mein Eigenkapital beträgt 350.000 Euro. In welchem Umfang kann ich eine Beteiligung der MBG aufnehmen, und was kostet mich das?

Die Broschüre vergleicht darüber hinaus Erträge und Finanzungsverhältnisse im mittelständischen Einzelhandel, nennt Eckfeiler einer langfristig erfolgreichen Finanzierungsstruktur und geht näher auf die Mittelständischen Beteiligungsgesellschaften (MBG) ein (inklusive der Nennung von 14 Adressen in unterschiedlichen Bundesländern).

Ansprechpartnerin zum Thema Eigenkapitalisierung des Handels ist Dr. Kathrin Andrae beim Hauptverband des Deutschen Einzelhandels in Berlin, Telefon 030/72625023, E-Mail kandrae.hde@einzelhandel.de. Und der BVT hilft Interessenten unter Telefon 0221/27166-0, Telefax 0221/27166-20 weiter.

Krisenmanagement sichert dem Handel das Überleben

Die derzeitige Krise in der Wirtschaft und besonders im Einzelhandel ist nicht hausgemacht. Sie ist stärker denn je mit der weltweit schlechten Konjunktur und dem damit einhergehenden Ertragsrückgang verbunden. Glücklicherweise kann sich schon frühzeitig auf die jetzige Situation eingestellt und Vorsorge getroffen hat. Alle anderen Unternehmen sollten, um ihre Existenz dauerhaft zu sichern, ein professionelles Krisenmanagement beginnen. Wichtigstes Ziel dabei ist es, zusätzliche Fehler in der Betriebsführung zu vermeiden.

Krisensituationen können nach Erfahrung des Bundesverbandes Technik im Einzelhandel (BVT) schnell und aus unterschiedlichen Gründen eintreten. Jede Unternehmenssituation ist jedoch anders. Und auch jede Unternehmenskrise unterscheidet sich von jeder anderen Unternehmenskrise. Darum gibt es nach Ansicht des BVT kein Patentrezept für ein erfolgreiches Krisenmanagement, sondern stets nur individuell zu entwickelnde Strategien. Wichtig in jedem Fall ist es jedoch, schnell zu reagieren und die Gründe aufzuspüren.

Mannigfaltige Gründe

Gründe für eine Krise gibt es mannigfaltig. In seiner gemeinsam mit dem Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) entworfenen Broschüre „Krisenmanagement im Handel“ nennt der Verband exemplarisch folgende: Die Umsätze brechen ein, die Erträge sind zu niedrig, um die Kosten zu decken, dringende Zahlungen stehen an oder der Kreditrahmen ist ausgeschöpft und damit treten Liquiditätsprobleme auf. Aber auch betriebsbedingte Gründe können verantwortlich sein. So kann die Krise beispielsweise durch die mangelnde kaufmännische Qualifikation des Unternehmens ausgelöst werden. Oder die Probleme liegen in der Unternehmensplanung, weil etwa die Unternehmensentwicklung gar nicht oder nur vage geplant wird, weil das Unternehmen an einem falschen Standort

angesiedelt ist, weil Informationen über den Markt und aktuelle Entwicklungen nur ungenügend berücksichtigt werden oder weil das Sortiment falsch zusammengestellt wurde.

Schließlich können auch die Unternehmensfinanzen eine Krise begründen, etwa dann, wenn das Unternehmen zu wenig Eigenkapital besitzt, es zu hohe Kosten gibt, die Liquiditätsplanung mangelhaft ist, Mängel in Rechnungswesen und Controlling bestehen oder die Verantwortlichen keinen laufenden Überblick über die Einnahmen und Ausgaben haben.

Hat man Gründe für die Krise ausge-

Hilfreiche Broschüren

Zu den Themen Finanzierung, Eigenkapitalisierung, Kredite usw. hat der Bundesverband Technik im Einzelhandel (BVT) gemeinsam mit dem Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) eine Reihe von Broschüren mit hilfreichen Informationen und Ansprechpartnern aufgelegt. Besonders zu empfehlen sind folgende Folder:

- Kreditsicherung durch Bürgschaften
- Krisenmanagement im Handel
- Eigenkapitalisierung im Handel
- Förderkredite im Handel
- Fitness für Finanzen.

Alle Broschüren können angefordert werden bei: Bundesverband Technik im Einzelhandel, An Lyskirchen 14, 50676 Köln, Telefon 0221/27166-0, Telefax 0221/27166-20.

macht, gilt es zu entscheiden, ob das Unternehmen sich lediglich kurzfristig in Liquiditätsschwierigkeiten befindet (die in einer frühen Phase durch eine Kurskorrektur behoben werden können) oder ob sich die Krise bereits verfestigt hat und eventuell sogar Zahlungsunfähigkeit oder Konkurs drohen. In diesem Fall führt lediglich eine radikale Sanierung aus der Krise heraus.

„Umsatz rauf, Kosten runter“

Als wichtigsten Schritt, um eine Krise zu bewältigen, nennt der BVT das Handeln nach der Formel „Umsatz rauf, Kosten runter“. Von den zu ergreifenden Maßnahmen sollte kein Bereich ausgeschlossen werden, von der Beschaffung über den Verkauf bis zu Personal und Verwaltung. Der Verband rät, vor allem folgenden Fragen nachzugehen:

- Welche Sortimente gehen schlecht?
- Wie kann ich meine Sortimentsstruktur kurzfristig umgestalten?
- Welche Kosten im Unternehmen

BVT bietet professionelle Beratung an

sind zu hoch, und welche Möglichkeiten gibt es, sie zu senken?

- Wie kann ich mein Geschäft besser vermarkten?

- Sollte ich den Standort wechseln?

Hat der Unternehmer erkannt, daß er sich in einer echten Notlage befindet, sollte er sich in jedem Fall professionelle Hilfe holen. Der BVT, der HDE und die BBE-Unternehmensberatung in Köln können hier als Ansprechpartner fungieren, um selbst aktiv zu werden oder Kontakte zu externen Beratern zu schaffen.

Maßnahmen zur Sanierung

Steht das Unternehmen vor der Insolvenz, muß versucht werden, es zu sanieren. Die Sanierung besteht dabei aus kurz-, mittel- und langfristigen Maßnahmen. Erstes kurzfristiges Ziel muß die Liquiditätsverbesserung sein. Diese ist beispielsweise durch das Einbringen einer Bareinlage in das Unter-

nehmen oder durch das Hinauszögern von Zahlungen zu erreichen.

Der BVT empfiehlt, offen mit Lieferanten und der Bank über die Situation zu reden, denn Transparenz schaffe Vertrauen. In den Gesprächen gehe es einerseits darum zu zeigen, daß man die Lage beherrsche, andererseits müsse versucht werden, einen Zahlungsaufschub bzw. günstigere Konditionen zu erreichen. Außerdem könne ein Liquiditätsdarlehen bei der Deutschen Ausgleichsbank oder der Kreditanstalt für Wiederaufbau beantragt werden.

Mittelfristig ist die Stabilisierung des Unternehmens das Ziel der Sanierung. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen mindestens das Unternehmenskonzept überprüft, ein effektives Kostenmanagement eingeführt und die Betriebsführung auf den neuesten Stand gebracht werden. Dabei sollte der Unternehmer die Erkenntnis des BVT im Kopf behalten, daß eine Sanierung, die zu viele Kompromisse mache (zum Beispiel zu geringer Personalabbau, keine ausreichende Umschuldung etc.) in der Regel nur zu kurzfristigen Erfolgen führt.

Langfristig muß der Unternehmer nach Wegen und Möglichkeiten suchen, das Unternehmen zu stärken. Dazu können beispielsweise die Ände-

JOBBO FOR YOUR BEST IMAGE

StudioLine
PHOTO EDITION

Profit mit Software
von JOBBO/H&M für Einsteiger und Profis

Gestetnet von
 ComputerFoto – Sehr gut
 PCgo – Sehr gut
 AGFAnet – Benutzerfreundlich
 PC Praxis – Verwaltet nicht nur intelligent...
 CHIP... – Sicher wie ein Tresor

- Verwaltet Bilder unglaublich schnell
- Bildbearbeitung intuitiv + effektiv
- Präsentationen: Web, E-Mail, Diaschau und Druck

Weitere Infos unter www.StudioLine.net

WWW.JOBBO.COM

rung der Rechtsform, die Integration neuer Partner, ein Standortwechsel oder ein Sortimentsumbau dienen.

Nach der Krise ist vor der Krise

Die Erfahrung beim Bewältigen einer Krise sollte Lehre für die Zukunft sein und in die systematische Früherkennung von Schwachstellen münden. „Nehmen Sie sich jeden Tag eine Viertelstunde Zeit, um möglichen neuen Krisen auf die Spur zu kommen, damit Ihnen beim nächsten Mal die gleichen Fehler nicht noch einmal passieren“, heißt es dazu in der BVT-Broschüre.

Neues BVT/BBE-Angebot „Fitness für Finanzen“

„Fitness für Finanzen“ heißt ein neues Angebot, das gemeinsam vom Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) und der BBU Unternehmensberatung sowie mit maßgeblicher Hilfe des Bundeswirtschaftsministeriums entwickelt wurde. Es soll Unternehmen individuell vor Ort dabei unterstützen, das richtige Finanzierungskonzept zu finden. Insbesondere soll „Fitness für Finanzen“

- das Unternehmen qualifizieren
- die Banken überzeugen
- die Finanzierung sichern und
- die Kosten senken.

Neben der Sicherung der Kreditlinien und der Senkung der Zinskosten werden vom BVT die Sicherung der Krisenfestigkeit, die Erhöhung der Eigenkapitalquote und die Erarbeitung eines Maßnahmenplans in Form einer Checkliste als Ziele des Angebotes genannt. Inhaltlich gliedert ist „Fitness für Finanzen“ zum einen in die Unternehmensanalyse und die

Bestimmung aller kritischen Bereiche (dazu zählen die betriebswirtschaftlichen Rahmendaten, die Organisation und das Controlling), zum anderen in die objektive Positionsbestimmung und den Maßnahmenplan (dazu zählen das Stärken-Schwächen-Profil und der Maßnahmenkatalog zur Unternehmensstärkung). Die Kompaktqualifizierung vor Ort kostet einschließlich der To-do-Liste für den Unternehmer 1.500 Euro (inklusive Reisekosten, plus Mehrwertsteuer). Mittelständische Handelsbetriebe können einen Zuschuß von 40 Prozent der Beratungskosten beim Bundeswirtschaftsministerium beantragen – ihr Eigenanteil reduziert sich damit auf 940 Euro. Weitere Informationen zu diesem Angebot und den Bezuschussungsrichtlinien gibt es bei der BBE-Unternehmensberatung GmbH, Petra Kranhold, Gothaer Allee 2, 50969 Köln, Telefon 0221/93655-361, Telefax 0221/93655-362, E-Mail kranhold@bbeberatung.com.



Ulrich Vielmuth

Neue Camcorder-Klasse

Es tut sich was bei den gehobenen Consumer-Camcordern, die im sogenannten Prosumer-Marktbereich angeboten werden. Ein Kunstwort, um die Nähe zur Professionalität auch für den Consumer zu markieren. Es sind Camcorder im noch erschwinglichen Bereich von 4000,- bis 6000,- Euro. JVC bringt zum Beispiel im nächsten

Monat den ersten Consumer-Camcorder für HDTV auf den Markt; also hochauflösende Videos auch für den ambitionierten Hobbyfilmer zu bezahlbaren Preisen.

Es tut sich also was bei den gehobenen 3-CCD-Camcordern. Und sie können etwas, was bis vor kurzer Zeit nur den vielfach teureren Broadcast-Camcordern vorbehalten war. Wie schön, kann man da nur sagen, wäre der Preis in einer Größenordnung von knapp 5800,- Euro für viele interessierte und vor allem ambitionierte Filmer nicht auch eine Menge Geld.

Jüngstes Beispiel für immer mehr profihafte Bildqualität in dieser Preiskategorie ist Panasonic AG-DVX100E, der weltweit erste MiniDV-Camcorder – und jetzt kommt's – mit progressiver 25p-Aufnahmerate. Was ist das, werden Sie natürlich fragen.

Vereinfacht gesagt: Wie beim Kinefilm, der fürs Fernsehen eingesetzt wird, werden 25 Vollbilder progressiv in der Kamera erzeugt. Deshalb das kleine „p“. Der neue 3-CCD-Camcorder von Panasonic ist der erste MiniDV-Camcorder der gehobenen Preisklasse mit progressiver Aufzeichnung im Vollbild-Modus. Nun ist der vielzitierte „Filmlook“ auch erschwinglich geworden. Das heißt mehr Dynamikumfang und damit eine bessere Kontrastwiedergabe. Dazu Martin H. Schmitt in der Fachzeitschrift COMPUTERvideo: „Wer in seinen Videoproduktionen Wert auf Kinofeeling legt, dem kommt eine Kamera entgegen, die eine zeitliche Auflösung bietet, die jener des Kinofilms mit 24 Bildern pro Sekunde möglichst nahe kommt. Bei der Vollbildabtastung zeichnet die Kamera eine Bewegungsphase mit 1/25-Sekunde auf. Statt zwei Bewegungsphasen wie beim herkömmlichen, verschachtelten TV-Bild mit 1/50-Sekunde hintereinander zu zeigen, friert die Kamera die Bewegung in einem Bild ein. Das Ergebnis: Die Bewegung „schmiert“ zusammen, genau wie beim Film.“

So wirken, wie von der Filmvorführung her bekannt, Bewegungen fließender. Außerdem wird die vertikale Auflösung im Vergleich zum herkömmlichen Halbbildverfahren besser, weil nun keine Zeilenaddition mehr stattfinden muß.

Doch weitere, profihafte Ausstattungsmerkmale beim neuen Panasonic AG-DVX100E haben mir gefallen. Denn XLR-Tonbuchsen müssen einfach bei einem hochwertigen Camcorder sein, um die Tonaufnahme nicht stiefmütterlich zu behandeln. So können richtig gute, professionelle Richtmikrofone mit 48-V-Phantomspeisung eingesetzt oder

ein SQN-Tonmischpult zwischengeschaltet werden, wenn mehrere Mikrofone zum Einsatz kommen. Ganz so wie bei meiner Kameraarbeit im TV-Featurebereich.

Gut in das Bild eines profihaften Camcorders passen die manuellen Kamerafunktionen für Schärfe, Blende und Weißabgleich. Selbst die Empfindlichkeitsverstärkung bei schlechten Lichtverhältnissen kann schnell manuell geschehen, ohne langwierig im Menü zu suchen. So ist es auch bei den sehr teuren Broadcast-Camcordern, die bei den Fernsehanstalten gebräuchlich sind.

Ebenso vorteilhaft: Das verhältnismäßig hohe Gewicht im betriebsbereiten Zustand, also inklusive Akku und Kassette, von 1,83 kg. So liegt der Camcorder ruhig in der Hand. Der optische Bildstabilisator tut sein übriges dazu.

„Tatort“

Bei den Fernsehanstalten werden schon geraume Zeit größere szenische Produktionen, wie zum Beispiel „Tatort“, versuchsweise anstatt auf Super-16-Filmmaterial im digitalen Format elektronisch auf Band produziert, mit progressiver Abtastung von 25 Bildern pro Sekunde, also 25p. SWR-Kameramann Hans-Jörg Allgeier, ein Sohn des durch seine Bergfilme in den 20er und 30er Jahren berühmt gewordenen Kameramanns Sepp Allgeier, war mit der neuen Technologie schon vor zwei Jahren sehr zufrieden. Nur der für einen Filmkameramann ungewohnte elektronische Schwarzweiß-Sucher hat ihn zu Anfang etwas irritiert. Doch mit einem Farbmonitor konnte auch dieses Problem behoben werden.

Panasonic geht in die Offensive

Zum Schluß möchte ich Ihnen noch eine Pressemitteilung von Panasonic Broadcast nicht vorenthalten, die zwar in erster Linie den Profi interessieren wird, aber trotzdem im Rahmen meiner Video-Kolumne bemerkenswert ist.

Sony muß sich warm anziehen, ist doch in letzter Zeit dem langjährigen Marktführer ein erstarkter Mitbewerber erwachsen, der sich offensichtlich anschickt, technologisch Paroli zu bieten. Jüngster Beleg dafür ist ein fast sensationell zu nennendes neues Produktkonzept für den aktuellen Fernsehnachrichtenbereich, das aber nach meiner Einschätzung mittelfristig auch konkrete Auswirkungen auf den Camcorderbereich der Hobbyfilmer haben wird.

Auf Basis der weltweit verbreiteten „SD-Memory-Card“ kündigte Panasonic auf der weltweit größten Broadcast-Messe „NAB“ in Las Vegas im vergangenen Monat eine neue Ära im Bereich der News-Camcorder an.

Das System ermöglicht die Aufzeichnung von Bewegtbildern im DVCPRO-Format direkt auf einen Festspeicher. Danach kommen Camcorder und netzunabhängige Schnittsysteme künftig ohne Kassettenmechanik oder optische Disc-Laufwerke aus. Panasonic schafft damit erstmals die Voraussetzungen für wartungsfreies, professionelles Equipment für die elektronische Berichterstattung.

JETZT BESTELLEN!

Die Auflage ist erfahrungsgemäß
schnell vergriffen.

Große Werbeaktion zur Foto- Sommersaison!

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

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

Das attraktive Werbemittel
für den Fotohandel – kostenlos!



Sichern Sie sich jetzt Ihre
Exemplare der Broschüre

FOTO-SOMMER 2003

Senden oder faxen Sie den
Bestellcoupon bitte an:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
„FOTO-SOMMER 2003“

Postfach 1229

40832 Ratingen

Fax: 0 21 02 - 20 27 90

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

FOTO-SOMMER 2003

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

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

Wir wünschen einen Firmeneindruck.

Wir wünschen eine eigene Preisliste.

Absender/Firma:

Name des Sachbearbeiters:

Postfach/Straße: PLZ/Ort:

Datum: Unterschrift:

Für Rückfragen: Tel. Nr.:

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

Schulbesuch

Als das Jugendarbeitsschutzgesetz noch für erwachsene Berufsschulpflichtige galt, war vieles einfacher. Nun mußte das BAG mal wieder ran und hat amtlich klargestellt: Berufsschultage mit mehr als 5 Unterrichtsstunden werden bei volljährigen Berufsschülern nicht mehr mit 8 Stunden auf die Ausbildungszeit angerechnet, wenn der Unterricht die für diesen Tag vorgesehene Ausbildungszeit überschreitet (Urteil vom 13.2.2003 – 6 AZR 537/01).

Arbeitszeitkonto

Wenn Arbeitszeit wegen eines Feiertages ausfällt, muß der Arbeitgeber diese Arbeitszeit wie geleistete Arbeit vergüten. Der Arbeitnehmer ist nach § 2 Abs. 1 EFZG so zu stellen, als wenn er tatsächlich gearbeitet hätte. Das führt dazu, daß der Arbeitgeber auf einem Arbeitszeitkonto des Mitarbeiters keine Negativbuchung machen darf. Das Arbeitszeitkonto drückt den Zahlungsanspruch des Arbeitnehmers nur in anderer Form aus (BAG – Urteil vom 14.8.2002 – 5 AZR 417/01).

Zitatenschatz

§ 51 Nr. 2 UrhG erlaubt die Vervielfältigung, Verbreitung und öffentliche Wiedergabe eines Werkes, wenn es als „Zitat“ in einem anderen selbständigen Sprachwerk angeführt wird. Zitat in diesem Sinne kann auch ein Foto sein. Der ungenehmigte Abdruck eines Bildes des „Maschinenmenschen“ aus Fritz Langs Film „Metropolis“ im Rahmen eines Zeitschriftenbeitrags über Gentechnik bewegt sich allerdings nicht mehr im zulässigen Bereich (OLG Hamburg – Urteil vom 10.07.2002 – 5 U 41/01).

Postwurfsendung

Werbung soll ankommen, und das im wahrsten Sinne des Wortes. Da ließ beispielsweise ein Einzelhändler teure Werbeflyer drucken, und wo landeten die? Nicht in einem Briefkasten, sondern in einem Abfallcontainer. Ein unmotivierter Briefzusteller der Deutschen Post AG hatte sich Marscherleichterung verschafft. Der Frevel blieb nicht ungesühnt. Das OLG Hamm bejahte eine Strafbarkeit wegen Verletzung des Postheimnisses durch Unterdrückung anvertrauter Sendungen, § 206 Abs. 2 StGB (Beschluß vom 03.01.2003 – 2 Ss 1058/02).

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

Die Zeiten im Einzelhandel werden härter. Wer seinen Laden nicht in einer eigenen Immobilie unterbringen kann, hat noch ein paar zusätzliche Sorgen zu meistern. Mietern droht bei leeren Kassen und **Zahlungsverzug** die Kündigung.

In der Regel wird im Mietvertrag eine bestimmte Laufzeit oder eine großzügige Kündigungsfrist vereinbart. Die gesetzliche Regelung in § 580a BGB reicht als Unternehmerschutz nicht aus. Danach ist die **ordentliche Kündigung** spätestens am 3. Werktag eines Quartals zum Ablauf des nächsten Quartals zulässig.

Eine ordentliche Kündigung droht, wenn sie nicht vertraglich ausgeschlossen ist, eigentlich immer. Bei gewissen Pflichtverletzungen des Mieters kann sogar eine **außerordentliche Kündigung** gerechtfertigt sein. Dabei muß in der Regel ein wichtiger Grund vorliegen, der dem „Kündigenden unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalles, insbesondere eines Verschuldens der Vertragsparteien,...

...und unter Abwägung der beiderseitigen Interessen die Fortsetzung des Mietverhältnisses bis zum Ablauf der Kündigungsfrist oder bis zur sonstigen Beendigung des Mietverhältnisses“ unzumutbar macht (§ 543 Abs. 1 Satz 2 BGB). Ein wichtiger Grund für den Vermieter ist der Zahlungsverzug. So genügt nach § 543 Abs. 2 Nr. 3 BGB, daß der Mieter „a) für **zwei aufeinander folgende Termine** mit der Entrichtung der Miete oder eines nicht unerheblichen Teils der Miete in Verzug ist...

...oder b) in einem Zeitraum, der sich über **mehr als zwei Termine** erstreckt, mit der Entrichtung der Miete in Höhe eines Betrages in Verzug ist, der die Miete für zwei Monate erreicht.“ Die außerordentliche Kündigung verlangt in der Regel eine vorausgehende Abmahnung oder den „erfolglosen Ablauf einer zur Abhilfe bestimmten Frist“, § 543 Abs. 3 Satz 1 BGB. Aber: Abmahnung und Fristsetzung sind nach § 543 Abs. 3 Satz 2 Nr. 3 BGB überflüssig, wenn der „Mieter mit der Entrichtung der Miete im Sinne des Absatzes 2 Nr. 3“ rückständig ist. Bei Geld hört der Spaß auf.

Liegen die Voraussetzungen des Zahlungsverzuges vor, kann der Vermieter fristlos kündigen. Der Mieter einer Gewerbefläche hat keinen sozialen Kündigungsschutz wie der Mieter von Wohnraum. Greift die Kündigung, heißt das: Räumung. Der Mieter hat es allerdings in der Hand, vor dem Verlust der selbständigen Existenz noch die **Notbremse** zu ziehen: In § 543 Abs. 2 Satz 2 BGB steht als Rettungsmittel: „Im Falle des Satzes 1 Nr. 3 ist die Kündigung ausgeschlossen, wenn der Vermieter vorher befriedigt wird. Sie wird unwirksam, wenn sich der Mieter durch Aufrechnung befreien konnte und unverzüglich nach der Kündigung die Aufrechnung erklärt.“

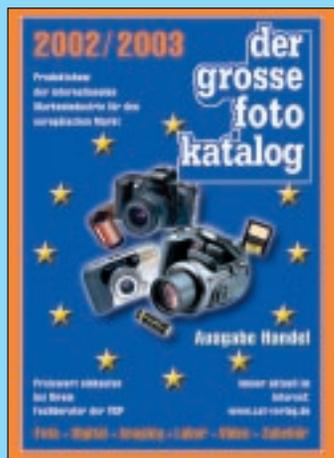
Franchisevertrag

Selbständig ist als Handelsvertreter nach § 84 Abs. 1 Satz 2 HGB, „wer im wesentlichen frei seine Tätigkeit gestalten und seine Arbeitszeit bestimmen kann.“ Allein mit der Begründung, es liege ein Franchisevertrag vor, kann kein Arbeitsverhältnis ausgeschlossen werden. Die Umstände des Einzelfalles entscheiden. Hat der Franchisenehmer ein im wesentlichen freies Gestaltungsrecht, schaden die Vorgaben des Franchisegebers zu Warensortiment, Öffnungszeiten und Gestaltung der Räumlichkeiten nicht (BGH – Beschluß vom 16.10.2002 – VIII ZB 27/03).

Betriebsübergang

Es kommt häufig vor, daß ein Einzelhandelsunternehmen den Inhaber wechselt. Was in diesen Fällen aus den betroffenen Arbeitnehmern wird, steht in § 613a BGB. Der neue Arbeitgeber tritt in die bestehenden Arbeitsverhältnisse ein. Beim Betriebsveräußerer zurückgelegte Beschäftigungszeiten muß der Erwerber dabei berücksichtigen und gegen sich gelten lassen. Das gilt selbst dann, wenn das Arbeitsverhältnis kurzfristig unterbrochen war, beide Beschäftigungen aber in einem sachlichen Zusammenhang stehen (BAG – Urteil vom 27.6.2002 – 2 AZR 270/01).

Heinz J. Meyerhoff, Rechtsanwalt



NACHTRAG 8

Alle Produkte, die in diesen Katalogen angeboten werden, finden Sie ebenso wie die über diese Nachträge vorgestellten Neuheiten im Internet unter:

www.cat-verlag.de



Kamera-Shop



Minolta Riva Zoom 110

Kompaktkamera mit anspruchsvollem Design und hochwertigem Zoomobjektiv mit zwei asphärischen Linsenelementen.

Ausstattungsmerkmale:

- Zoomobjektiv aus hochwertigem optischem Glas mit 4 Linsen in 4 Gruppen inkl. zwei beidseitig beschichteten asphärischen Linsenelementen.
- Filmkammerverriegelung gegen versehentliches Öffnen.
- Aktives Dreistrahl-Infrarot-Autofokussystem mit 1.000 Einstellstufen.
- Nachtporträt- und Landschafts-/Nachtaufnahmen-Funktion.
- Mittenbetonte Belichtungsmessung und programmierte Belichtungsautomatik.
- Elektronisches Blitzgerät mit automatischer Blitzsteuerung (Flashmatic) mit fünf Funktionen: Automatik, manuelles Aufhellblitzen, Abschaltung, Nachtporträt, Landschafts-/Nachtaufnahme und Vorblitz-Lampe.
- Selbstausröser mit zehn Sekunden Vorlaufzeit.
- Auch als Sondermodell mit Datenrückwand erhältlich; Einbelichtung von: Jahr/Monat/Tag, Monat/Tag/Jahr, Tag/Monat/Jahr, Tag/Stunde/Minute, keine Einbelichtung.



Technische Daten:

Objektiv: 5,4 - 10,5 / 38 - 110 mm
Entfernungsbereich: 0,70 m bis unendlich (Ww)
 0,80 m bis unendlich (Tele)
Verschlusszeiten: 4 Sekunden bis 1/500 Sekunde
Filmempfindlichkeit: ISO 25/15° bis ISO 3200/36°
Batterietyp: 1 x 3 Volt Lithium (CR123A)
Abmessungen: 114 x 62,5 x 46 mm (BxHxT)
Gewicht: 185 Gramm (ohne Batterie)
EVP (incl. Batterie): € 110,-

Minolta Riva Zoom 160c

Diese Kleinbild-Kompaktkamera mit hochwertigem Zoomobjektiv zeichnet sich durch Funktionalität und ein faires Preis-/Leistungsverhältnis aus.

Ausstattungsmerkmale:

- Hochwertiges Zoomobjektiv aus optischem Glas mit 6 Linsen in 6 Gruppen inkl. zwei asphärischen Linsenelementen.
- Filmkammerverriegelung gegen versehentliches Öffnen.
- Autofokussystem mit Multi-Line-Sensor, gekoppelt mit der Belichtungssteuerung; Schärfespeicherung möglich.
- Programmierte Belichtungsautomatik mit 3-Segment-Belichtungsmessung.
- Elektronisches Blitzgerät mit automatischer Blitzsteuerung (Flashmatic); fünf Funktionen: Automatik, Automatik mit Vorblitz, manueller Aufhellblitz, Abschaltung, Nachtporträt (mit Vorblitz).
- Echtbildsucher mit Dioptrienausgleich (-1 dpt.).
- Motorischer Filmtransport für Serienaufnahmen oder Einzelbilder.
- Auch als Sondermodell mit Datenrückwand erhältlich; Einbelichtung von: Jahr/Monat/Tag, Monat/Tag/Jahr, Tag/Monat/Jahr, Tag/Stunde/Minute, keine Einbelichtung.



Technische Daten:

Objektiv: 5,4 - 12,4 / 37,5 - 160 mm
Entfernungsbereich: 0,60 m bis unendlich (Ww)
 0,95 m bis unendlich (Tele)
Verschlusszeiten: 10 Sekunden bis 1/500 Sekunde
Filmempfindlichkeit: ISO 25/15° bis ISO 3200/36°
Batterietyp: 1 x 3 Volt Lithium (CR123A)
Abmessungen: 110,5 x 60,5 x 46,5 mm (BxHxT)
Gewicht: 190 Gramm (ohne Batterie)
EVP (incl. Batterie): € 249,-
 € 279,- (mit Datenfunktion)

Digital-Shop



Minolta Scan Dual III

Preisgünstiger Filmscanner mit vielseitigen und hochwertigen Eigenschaften.



Ausstattungsmerkmale:

- 16 Bit A/D-Wandlung für nuancierte Farbabstufungen.
- 2.820 dpi optische Eingabeauflösung für mehr als 10 Millionen Bildpunkte.
- Mehrfachscanfunktion gegen unerwünschtes Farbrauschen.
- Hochentwickeltes AF-System, Punkt-AF und manuelle Scharfeinstellung.
- „Pixel-Polish“ für automatische oder benutzerdefinierte Farbkorrekturen an verblaßtem oder verfälschtem Film.
- Automatische Staubpinselfoftware.
- Easy Scan Utility und Scan-Assistent für bedienungsfreundliche und automatische Scanvorgänge.
- Schneller Datentransfer durch USB 2.0 Schnittstelle.
- Für KB- und APS-Filme: Dia, Negativ, Color und Schwarzweiß.

Technische Daten:

Optische Auflösung:	2.820 dpi
maximale Pixelzahl:	2.688 x 4.032 Pixel (35 mm Kleinbild) 1.920 x 3.328 Pixel (APS-Filme)
Scanmethode:	Single-Pass-Scanner mit feststehendem Sensor und bewegtem Filmhalter
Sensortyp:	3-Zeilen Farb-CCD mit 2.700 Pixel pro Zeile
Mehrfachscan:	2fach, 4fach, 8fach und Aus
Serienscan (max.):	4 Bilder (35 mm Filmhalter) 6 Bilder (Diahalter für gerahmte Dias)
A/D Wandlung:	16 Bit
Farbtiefe:	24 Bit oder 48 Bit (8 Bit oder 16 Bit pro Kanal R/G/B)
Dichteumfang:	4,8
Scanzeit (KB):	7 Sekunden (Vorscan) 35 Sekunden (Hauptscan) 7 Sekunden (Indexscan pro Bild)
Scanzeit (APS):	7* / 8* Sekunden (Vorscan) 28* / 29* Sekunden (Hauptscan) 7* / 7* Sekunden (Indexscan pro Bild) (*Windows USB 2.0 / *Mac USB 1.1)
Lichtquelle:	Kaltlicht-Fluoreszenz-Lampe
Fokussierung:	Autofokus, Punkt-AF, manueller Fokus
Schnittstelle:	USB 2.0: USB 4P x 1 USB 1.1: USB 4P x 1
Abmessungen:	145 x 100 x 320 mm (BxHxT)
Gewicht:	ca. 1.500 Gramm
UVP*:	399,- Euro

*Lieferumfang: • 35 mm Filmhalter • Diahalter • USB-Kabel • Netzgerät • CD-ROM mit Software

Zubehör (optional): • APS-Adapter

Minolta Dimâge F 200

Kompakte, designorientierte 4 Megapixel Digitalkamera mit Zoomobjektiv und hochwertiger Ausstattung.



Ausstattungsmerkmale:

- Vier Belichtungsfunktionen: Programm-, Blenden- und Zeitautomatik sowie manuelle Einstellung.
- Belichtungsmessung: Mehrfeld (256 Segmente), mittenbetont Integral und Spot.
- Belichtungsspeicher und Belichtungskorrektur um ± 2 EV.
- Blitzlichtkorrektur um ± 2 EV in 1/3 Stufen.
- Belichtungsreihen in 1,0 / 0,5 / 0,3 EV Stufen.
- Fünf automatische und sechs manuelle Digital-Motivprogramme: Porträt, Sport/Action, Sonnenuntergang, Nachtporträt, Landschaft und Makro (manuell).
- Filmsequenzen mit 15 Bildern/Sekunde mit Ton; Aufnahmezeit ist durch die Kapazität der Speicherkarte begrenzt.
- Sprachnotizen maximal 15 Sekunden zu jedem Bild.
- Erweiterter Fokusbereich (AREA AF) und Spot-Fokus mit Fokusbereichwahl und Schärfespeicherung.
- Sonstiges: Serienbildfunktionen, Direktvideo, Selbstauslöser, vier Digitaleffektfunktionen, Kontrastausgleich, Farbsättigungsausgleich, Scharfzeichnung, Rauschreduktion (vom Benutzer wählbar), Dateneinbelichtung, E-Mail-Funktion, Direktdruck.

Technische Daten:

Bildsensor:	1/1,8-Zoll Interline CCD mit PrimärfarbfILTER – 4,1 Millionen Pixel (gesamt); 4,0 Millionen (effektiv)
A/D Wandlung:	12 Bit
Auflösung:	2272 x 1704 / 1600 x 1200 / 1280 x 960 / 640 x 480 Pixel (Standbild) 320 x 240 / 160 x 120 Pixel (Filmsequenz)
Dateiformate:	JPEG, TIFF, Motion JPEG (MOV), WAVE, DCF 1.0 / DPOF-Unterstützung
Speichermedium:	SD-Speicherkarten, MultiMediaCards
Empfindlichkeit:	Auto / ISO 100 / 200 / 400 / 800
Objektiv:	2,8 – 4,7 / 7,8 – 23,4 mm (entspricht 38 – 114 mm bei KB)
Digitalzoom:	4fach (in 0,1er Schritten)
LCD-Monitor:	38 mm Farb TFT (110.000 Pixel)
Entfernungsbereich:	50 cm (ab dem CCD),
Makrobereich:	14,5 cm – 54,5 cm (ab Objektivfront)
Verschlusszeiten:	4 – 1/1.000 Sekunde (Programm-/Zeitautomatik), 15 – 1/1.000 Sekunde (Blendenautomatik/manuell), bis 15 Sekunden (Langzeit)
Schnittstelle:	USB (Vers. 1.1), Videoausgang
Batterietyp:	1 x 3 Volt Lithium (CR-V3) oder 2 x 1,5 Volt NiMH-Akkus
Abmessungen:	111 x 52,5 x 32 mm (BxHxT)
Gewicht:	185 Gramm (ohne Batterien und Karte)
UVP:	529,- Euro

Digital-Shop

SONY

Sony DSC-V1

Kompakte Cyber-shot mit effektiven 5,0 Megapixeln, Carl Zeiss Vario-Sonnar und deutscher Menüführung.



Ausstattungsmerkmale:

- 1/1,8" Super-HAD-CCD
 - 4x optischer / 16x Smart-Zoom
 - 5,2 Millionen Pixel / 5,0 Millionen Pixel effektiv
 - Objektivdaten: 2,8 - 4 / 34 - 136 mm (im Vergleich zu Kleinbild)
 - Blende: F2,8 - F8
 - Filtergewinde 58 mm
 - Verschlusszeit: 1/30 Sekunde bis 1/2000 Sekunde
 - Extrem kurze Auslöseverzögerung von nur 0,47 Sekunden
 - Fokus: AF (40 cm bis unendlich) / Makro AF (10 cm bis unendlich)
 - Mehrzonen Autofokus mit fünf Meßfeldern
 - Laser AF: Fokussieren bei schlechten Lichtverhältnissen
 - Permanenter Autofokus: stellt beim Andrücken des Auslösers permanent scharf
 - 1,5" (3,8 cm) / 123.000 Pixel Farb-LCD
 - Optischer Sucher
 - Integrierter Blitz 0,3 m - 3,5 m mit Vorblitz
 - Blitzschuh mit Mittenkontakt für externe TTL-Blitzgeräte und Zubehöranschluß
 - Serienbildfunktion (3 Bilder)
 - Langzeit Videoaufnahme mit Ton (MPEG VX)
 - Belichtungsmessung: Matrix (49 Felder) / Spot / Vorblitz / Integral
 - Histogramm-Funktion
 - Weißabgleich (7 Modi)
 - ISO-Empfindlichkeit (Auto / 100 / 200 / 400 / 800)
 - Manuelle Einstellungsmöglichkeiten für Farbsättigung, Kontrast, Schärfe, Blende und Verschlusszeit
 - Speichermedium: Memory Stick
 - Speicherformate: JPEG / TIFF / GIF / MPEG1
 - Anschlüsse: AV und USB 2.0
 - Stamina 1,25 Stunden / 150 Bilder
 - Zubehör (Lieferumfang): Akkus NP-FC-11, Ladeadapter, 32 MB Memory Stick, USB- / AV-Kabel
 - Software (Lieferumfang): Pixela Image Transfer, Image Mixer 1.5 (Win + Mac) für Video CD 2.0, USB-Treiber
 - Abmessungen (BxHxT): 99,5 x 65,2 x 56,8 mm
 - Gewicht: 270 Gramm
- Lieferbar ab Juni 2003!

Sony DSC-P8

Attraktives Kompaktmodell mit 3,2 Megapixeln; in zwei schicken Farben erhältlich: Silber- und Blau-Metallic.



Ausstattungsmerkmale:

- 1/1,8" Super-HAD-CCD
- 3,34 Millionen Pixel / 3,2 Millionen Pixel effektiv
- 3x optischer / 9,6x Smart-Zoom

- 1,5" (3,8 cm) Farb-LCD (123.000 Pixel)
- Optischer Sucher
- Extrem kurze Auslöseverzögerung von nur 0,45 Sek.
- Verschlusszeit: 2 Sekunden bis 1/2000 Sekunde (Auto)
- Objektivdaten: 2,8 - 5,2 / 39 - 117 mm (im Vergleich zu KB)
- Fokus: AF (50 cm bis ∞) / Makro AF (10 cm bis ∞)
- Mehrzonen Autofokus / Permanenter Autofokus / AF-Hilfslicht
- Integrierter Blitz 0,5 m - 3,5 m mit Vorblitz
- Neue Blitzmodi: automatischer Aufhellblitz bei Gegenlicht und Langzeitbelichtung
- Serienbild- (2 Bilder) / Multibildfunktion (16 Bilder)
- Langzeit Videoaufnahme mit Ton (MPEG VX) optimiert für Wiedergabe am TV (640 x 480 Pixel, 16,6 Bilder/Sekunde)
- Belichtungsmessung: Matrix (49 Felder) / Spot / Vorblitz
- Weißabgleich (Auto / Tageslicht / Bewölkung / Kunstlicht / Leuchtstofflicht)
- ISO-Empfindlichkeit (Auto / 100 / 200 / 400)
- Sieben Programmautomatiken / vier Bild- und Trickeffekte
- Manuelle Einstellungsmöglichkeiten für Farbsättigung, Kontrast und Schärfe
- Speichermedium: Memory Stick, Memory Stick PRO
- Speicherformate: JPEG / MPEG1
- Anschlüsse: USB- und AV-Ausgang (PAL / NTSC)
- Stamina 1,5 Stunden / 170 Bilder
- Zubehör (Lieferumfang): Lithium-Akkus NP-FC-11, Ladeadapter, 16 MB Memory Stick, USB- / AV-Kabel
- Software (Lieferumfang): Pixela Image Transfer, Image Mixer 1.5 (Win + Mac) für Video CD 2.0, USB-Treiber
- Abmessungen (BxHxT): 108 x 51,5 x 35,1 mm
- Gewicht: 172 Gramm

Sony DSC-P10

Ultrakompakte Cyber-shot mit effektiven 5,0 Megapixeln, 3-fach optischem Zoom im eleganten grafit-silbernen Aluminiumgehäuse.



Ausstattungsmerkmale:

- 1/1,8" Super-HAD-CCD
- 5,2 Millionen Pixel / 5,0 Millionen Pixel effektiv
- 3x optischer / 12x Smart-Zoom
- Deutsche Menüführung
- Objektivdaten: 2,8 - 5,2 / 38 - 114 mm (im Vergleich zu Kleinbild)
- Verschlusszeit: 2 Sekunden bis 1/2000 Sekunde (Auto)
- Extrem kurze Auslöseverzögerung von nur 0,47 Sekunden
- Fokus: AF (50 cm bis ∞) / Makro AF (10 cm bis ∞)
- Optischer Sucher
- 1,5" (3,8 cm) Farb-LCD (123.000 Pixel)
- Integrierter Blitz 0,5 m - 3,5 m mit Vorblitz
- Neue Blitzmodi: automatischer Aufhellblitz bei Gegenlicht und Langzeitbelichtung
- Serienbild- (3 Bilder) / Multibildfunktion (16 Bilder)
- Langzeit Videoaufnahme mit Ton (MPEG VX)
- Mehrzonen Autofokus / Permanenter Autofokus / AF-Hilfslicht
- Belichtungsmessung: Matrix (49 Felder) / Spot / Vorblitz
- Weißabgleich (5 Modi)
- ISO-Empfindlichkeit (Auto / 100 / 200 / 400)
- Sieben Programmautomatiken / vier Bild- und Trickeffekte
- Manuelle Einstellungsmöglichkeiten für Farbsättigung, Kontrast und Schärfe
- Speichermedium: Memory Stick, Memory Stick PRO
- Speicherformate: JPEG / MPEG1
- Abmessungen (BxHxT): 108 x 51,5 x 35,1 mm
- Gewicht: 172 Gramm

Digital-Shop

Canon

Canon Camcorder MV X2i

Ein Spitzenmodell aktueller Camcorder-Technologie. Der neue Signalprozessor des Modells ermöglicht getrennte Verarbeitung von Standbild- und Videobild für optimierte Ergebnisse auf beiden Seiten. Ein 1,33 Megapixel-CCD-Bildsensor, ein 10fach-Zoom mit optischem Bildstabilisator, neue PC- und Netzwerkcompatibilität und ein 200.000 Pixel-Display stecken in einem ergonomisch gestalteten Super-Kompakt-Gehäuse.



Ausstattungsmerkmale:

- Geeignet für Fotos in 1280 x 960 (SXGA) Pixel-Auflösung, die sich dank Exif 2.2-Bilddatenformat-Übertragung auf Canon Foto-drucker mit Direct Print Modus (CP-10, CP-100, S830D, S530D) problemlos in optimierter Qualität ausdrucken lassen
- 2,5 Zoll-TFT-LCD-Farbmonitor (6,4 cm Bilddiagonale), 200.000 Pixel • Farbsucher 0,5 Zoll-TFT-LCD, 113.000 Pixel • Optischer Bildstabilisator • 9 Aufnahmeprogramme (Vollautomatik, Automatik, Sport, Portrait, Spotlight, Sand & Schnee, Lowlight, Nachtmodus, Super-Nachtmodus) • Super Nachtmodus: integrierte Videoleuchte für Nachtaufnahmen • Digital Animation Mix: gespeicherte Standbilder werden zu Animationen kombiniert • Digitaleffekte: Außer den üblichen Fader und Wipe-Blenden wurden mit cube, ball, flip oder tide Blendeffekte integriert, die bisher nur im PC möglich waren • Analog/Digital-Konverter: Analo-gsignale von externem Equipment werden live gewandelt und an den Digitalausgängen ausgegeben • LP-Funktion.

Technische Daten:

Video-System:	MiniDV
CCD-Pixel:	1.330.000 (Brutto) 1.230.000 (Effektiv)
Objektiv:	Brennweitenbereich 4,1-41 mm (KB: 39 – 390mm)
Naheinstellgrenze:	10 mm (WW)
Filterdurchmesser:	34 mm
Min. Beleuchtungsstärke:	0 Lux
Fotofunktion:	Normal (Tape) Progressive (Card)
Speicherkartentyp:	SD, MMC
Standbildauflösung:	1280 x 960, 640 x 480
Serienschussfunktion:	SXGA 10 Bilder mit 2 B/Sek. VGA 30 Bilder mit 3 B/Sek.
Autofokus:	TTL-Messung, manuell möglich
Weißabgleich:	Automatik, Manuell, Fest
Verschlusszeiten:	1/2 s – 1/8.000 Sek.
Blenden:	1,6 – 8, manuell in 19 Schritten
Audio-System:	Digital Stereo (PCM)
Digitalanschluß:	DV-in/out (IEEE1394-kompatibel)
AV-Anschluß:	in/out
S-Video-Anschluß:	in/out
PC-Schnittstelle:	USB
Abmessungen (BxHxT):	60 x 119 x 118 mm
Gewicht:	535 g (Camcorder allein)
Unverb. Preisempf.:	€ 1.599,-

Canon Camcorder MV5 – MV5i – MV5i MC

Die MV5-Camcorder sind mit einem weiterentwickelten 800.000-Pixel-Chip, RGB-Filter, Vollbildabtastung, Canon Bildstabilisator, 10fach Zoomobjektiv, schwenkbarem 2,5 Zoll LCD-Schirm ausgerüstet und ideal für den engagierten Hobbyfilmer, der hohe Bildqualität und Farbsättigung erwartet. Der optische Zoombereich des superkleinen Objektivs kann digital bis auf 40fach erweitert werden, was einem Brennweitenbereich von 44,7 mm bis 1788 mm (optisch 439 mm) einer Kleinbildkamera entspricht. Neben Long Play und Standard Play ermöglicht die erweiterte Aufnahme-funktion der Camcor-der Aufzeichnungen bis zur 3fachen Spiel-dauer der verwendeten Kassette.



Gemeinsame Ausstattungsmerkmale:

- elektronischer Bildstabilisator • 8 Automatikprogramme: Vollau-tomatik, Automatik, Sport, Porträt, Spotlight, Sand und Schnee, Langzeit, Night Mode • 10 Digitaleffekte • Scharfeinstellung auto-matisch/manuell • Gegenlichtkorrektur • TTL Weißabgleich auto-matisch und manuell • Selbstausröser • Aufnahmesuchlauf/-rück-schau • Audio System PCM-Digitalton, 16-Bit – 48 kHz, 2 Kanä-le; 12-Bit – 32 kHz, 4 Kanäle • Nachvertonung • Kopfhörer- und Mikrofonanschluß • USB-Anschluß • XGA-Stehbildqualität.

Technische Daten:

Videosystem:	MiniDV
Aufnahmechip Typ:	1/6" Zeilensprung Bruttopixel 800.000 Nettopixel 400.000
Objektiv optisch/digital:	10/200fach
Brennweitenbereich:	2,5 - 25 mm
Öffnungsverhältnis:	1:1,6
Naheinstellgrenze:	10 mm
Filterdurchmesser:	28 mm
LCD-Schirm Größe/Pixel:	2,0"/130.000
Helligkeit, Lautstärke:	Manuell einstellbar
Mehrbildschirm:	Ja (4, 9 oder 16 Bilder)
Farbsucher Größe/Pixel:	0,5"/113.000
Min. Beleuchtungsstärke in Langzeitmodus:	0,5 Lux (im Night Mode)
Verschlusszeiten:	Kürzeste 1/2000 s Längste 1/12,5 s
Stehbilder / Einzelbilder:	Ja, Progressive-Scan
Anschlüsse:	in/out (MV5 nur out) AV, LANC, S-Video
Infrarot-Fernbedienung:	WL-D67A
Abmessungen (BxHxT):	50 x 111 x 89 mm
Gewicht:	530 g
Unverbindl. Preisempf.:	MV5 € 1.099,-
Unverbindl. Preisempf.:	MV5i € 1.249,-
Unverbindl. Preisempf.:	MV5i MC* € 1.399,-

*Mit der MV5i MC ist es möglich, Einzelbilder, sogenannte Stehbil-der, separat auf der Multi Media Card (MMC/VGA) oder SD-Card zu speichern. Auf einer MMC mit 8 MB lassen sich bis zu 78 Ein-zelbilder im Standardmodus abspeichern.

Jetzt noch preiswerter!

Zum Preis von € 9,90

(inkl. MwSt. und Versandkosten)
Auslandspreis: € 20,-

*Fragen Sie
nach unseren
günstigen
Staffelpreisen!
(ab 5 Expl.)*

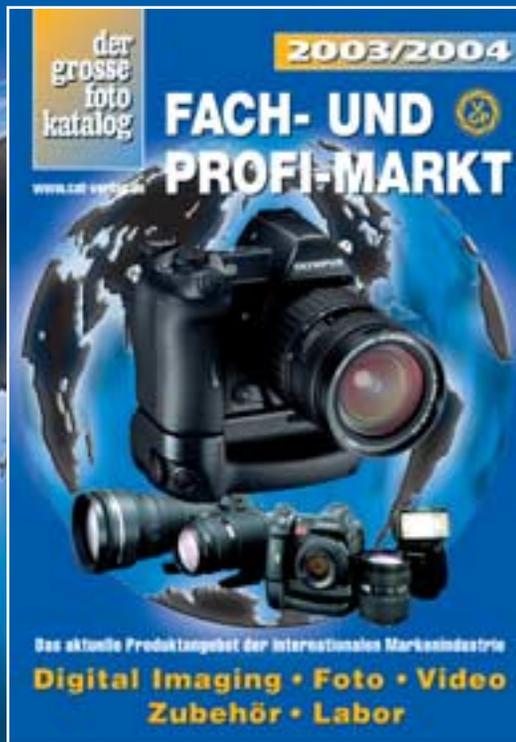
- Das aktuelle Produktangebot der internationalen Markenindustrie
- Der größte Einkaufsführer für Profis und Fachanwender

Bitte vormerken:

„der grosse foto-katalog“

Ausgabe Handel

erscheint Ende Mai!



der grosse foto katalog

www.cat-verlag.de

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH • Tel.: 0 21 02 / 20 27 0 • Fax: 0 21 02 / 20 27 90

Bitte faxen/senden an:

**C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Vertrieb
Postfach 12 29 • 40832 Ratingen
Fax (0 21 02) 20 27 90**

Ja, ich/wir bestelle(n) Exemplar(e)

„Fach- und Profi-Markt 2003/2004“

zum Preis von € **9,90** inkl. MwSt. und Versandkosten
(Auslandspreis: € 20,-)

Bitte informieren Sie mich über die günstigen Staffelpreise

Datum: Unterschrift:

Name:

Firma:

Straße/Nr.:

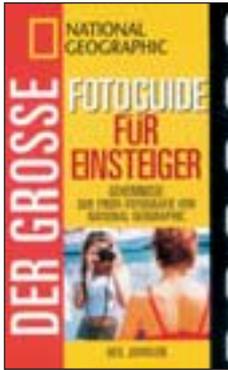
Plz./Ort:

Telefon:

Fax:

National Geographic: Fotoguide für Einsteiger

In dem neuen „Fotoguide für Einsteiger“ wendet sich der bekannte National Geographic-Fotograf Neil Johnson an diejenigen, die sich erstmals an das Thema Fotografieren heranwagen wollen und zwischen Fokus, Brennweite, Zoom, ASA und APS kompetenten Rat suchen.



Schon wer sich in seiner unmittelbaren Umgebung umschaut, wird überall Motive entdecken. Allerdings darf sich ein guter Fotograf nicht darauf beschränken, einfach nur auf den Auslöser zu drücken. Er muß vielmehr lernen, die Möglichkeiten seiner Kamera voll auszuschöpfen, und hierzu gehört auch ein fundiertes Wissen über Lichtverhältnisse und Entfernungen sowie ein sicheres Gespür für Motive und den richtigen Moment.

Schritt für Schritt werden in diesem Ratgeber alle wichtigen Fragen beantwortet und dem Einsteiger die faszinierende Welt der Fotografie eröffnet. Vor allem aber lernt er, wie ein Fotograf zu denken und zu beobachten. Erklärt werden auch einige Tricks, mit denen Berufsfotografen arbeiten, um die Tiefe und Ausdrucksstärke ihrer Aufnahmen zu steigern und Bewegung einzufangen. Besonderes Augenmerk gilt auch den allerneuesten Entwicklungen in der digitalen Fotografie und ihren Möglichkeiten.

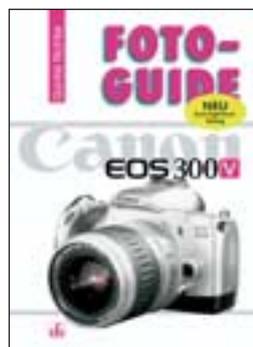
National Geographic, Fotoguide für Einsteiger, Geheimnisse der Profi-Fotografie von National Geographic, Neil Johnson, veröffentlicht von der National Geographic Society, Washington, D.C., 2001, deutsche Ausgabe veröffentlicht von G+J/RBA Hamburg 2003, ISBN 3-934385-94-X, 9,95 Euro.

Günter Richter: FotoGuide Canon EOS 300V

Mit der aktuellen Canon EOS 300V befaßt sich der neue FotoGuide, in dem der bekannte Fachjournalist Günter Richter

den Leser behutsam in die Fotografie mit der neuesten Canon Spiegelreflexkamera für die analoge Fotografie einführt – von den fotografischen Grundlagen bis zu den Feinheiten der einzelnen Kamerafunktionen, die äußerst treffend und zugleich allgemeinverständlich skizziert werden. Dabei beherrscht er die Kunst, teilweise komplexe Zusammenhänge so darzustellen, daß auch der fotografisch noch Ungeübte daraus konkreten Nutzen ziehen kann.

Besondere Bedeutung erhalten die Aufschlüsselung der überaus zahlreichen Funktionen der Kamera, die Analyse ihrer Tauglichkeit für diese oder jene Aufgabe und die wertvolle Lebenshilfe in Aufnahmepraxis und Bildgestaltung. Denn schließlich möchte der Leser direkt von der Lektüre für seine Aufnahmen profitieren, nicht nur wissen, wozu sich die einzelnen Funktionen besonders eignen, sondern auch, worauf er im Einzelfall achten sollte, um die Qualität seiner Aufnahmen sichtbar zu verbessern.



Günter Richter, FotoGuide Canon EOS 300V, 144 Seiten, mehr als 150 durchgehend farbige Abbildungen, Format 15 x 21 cm, Paperback, 1. Auflage 2003, vfv Verlag für Foto, Film und Video, Gilching, ISBN 3-88955-138-6, 15,95 Euro.

Günter Richter: Nikon F55

Immer leistungsfähiger und preisgünstiger werden die sogenannten „Einsteigerkame-

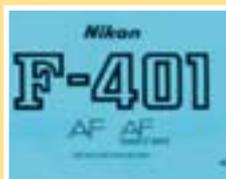
ras“, zu denen auch die Nikon F55 zählt. Diese vollwertige SLR-Kamera bietet mit ihren zahlreichen Funktionen jedoch ein technisches Niveau, das den Neuling überfordern kann, wenn er nicht nur auf Vollautomatik schalten möchte.

So hat sich dieses Buch zum Ziel gesetzt, an die Bedienungsanleitung anzuknüpfen und die Brücke zu schlagen zur Aufnahmepraxis mit der F55. Wie unterscheiden sich denn nun die verschiedenen Motivprogramme, und wozu sind sie gut? Wann ist es günstiger, auf eine der halbautomatischen



Belichtungsfunktionen zu schalten? Worauf sollte man bei automatischer Meßfeldwahl achten? Wie fotografiere ich mühelos besser? Worauf sollte ich vor dem Druck auf den Auslöser im Sucher besonders achten? Auf diese und viele andere Fragen gibt das Buch Antwort. Großer Raum wird dabei insbesondere gestalterischen Hinweisen gewidmet, die auch dem technisch noch Unbewanderten mit wenigen einfachen Tricks zu sichtbar besseren Bildern führen. Oberstes Anliegen des Autors ist dabei leichte Verständlichkeit.

Günter Richter, FotoGuide Nikon F55, 160 Seiten, über 200 Farb- und s/w Abb., Format 15 x 21 cm, Pb., vfv Verlag für Foto, Film und Video, 82205 Gilching, ISBN 3-88955-135-1, 15,95 Euro.



Bedienungsanleitungs-Service von Lindemanns

Mit derzeit circa 1.500 Kamera-Bedienungsanleitungen zu allen gängigen Modellen bietet Lindemanns Buchhandlung einen umfangreichen Bedienungsanleitungs-Service. Da die Kamera-Hersteller zumeist nicht bereit sind, den Bedienungsanleitungs-Service für ihre ausgelaufenen

Modelle aufrechtzuerhalten, wird der Service von Lindemanns Buchhandlung häufig von Fotohändlern in Anspruch genommen, die auch mit gebrauchten Kameras handeln. Erhältlich sind professionell kopierte Anleitungen in der Preislage zwischen 10,- und 15,- Euro, besonders umfangreiche Anleitungen sind zu Preisen bis 17,50 oder 20,- Euro zu haben.

Nähere Informationen: Lindemanns Buchhandlung, Nadlerstr. 10, 70026 Stuttgart, Tel. 0711-2489977, Internet: www.Lindemanns.de.

Nikons neue Kompakte zoomt schon ab 28 mm

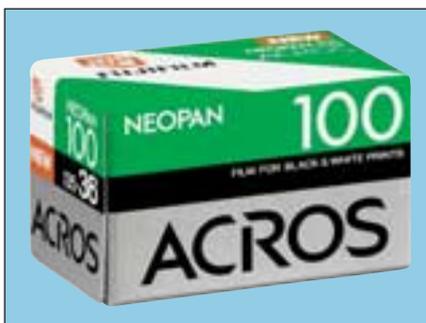
Mit der neuen Lite Touch Zoom 100W erweitert Nikon die Reihe seiner Kleinbild-Kompaktkameras. Das neue Modell besitzt ein hervorragendes 3,6fach



Zoom-Objektiv mit einer Brennweite von 28 bis 100 mm. Zwei asphärische Linsenelemente sorgen für hohe optische Qualität. Das Zoom-Objektiv verschwindet beim Abschalten der Kamera automatisch hinter der Gehäuseabdeckung. Die Kamera ist mit einem leistungsfähigen Autofokussystem und einer präzisen Belichtungsautomatik ausgestattet. Mit kurzen Verschlusszeiten erfaßt die Kamera auch schnelle Bewegungen und flüchtige Momente, etwa in der Sport- und Actionfotografie. Die Lite Touch Zoom 100W in elegantem Metallic-Look zeichnet sich nach Angaben des Herstellers dank ihrer verschiedenen Automatikfunktionen durch extrem einfache Bedienung aus. Als Lite Touch Zoom 100W QD steht die Kamera auch mit Datumseinbelichtung (Datum und Uhrzeit der Aufnahme erscheinen direkt im Bild) bereit.

Feinstes Korn bei Fujifilms Neopan 100 Acros

Fujifilm hat den neuen Profifilm Neopan 100 Acros vorgestellt. Dabei handelt es sich um einen Schwarzweißfilm, der zur Markteinführung nach Angaben des Herstellers die



feinste Körnigkeit unter allen ISO 100 SW-Filmen erzielte. Laut Fujifilm bewältigt der Neopan 100 Acros auch schwierigste Abstufungen bei Hauttönen. Insbesondere sein Vermögen, feinste Schattendetails exakt wiederzugeben, erweitere die Ausdruckskraft in der Fotografie, hieß es. Der neue Film läßt sich mit handelsüblichen S/W-Entwicklern verarbeiten. Der Neopan 100 Acros steht ab sofort als Kleinbild- und als Rollfilm zur Verfügung.

Texcus Akkus versorgen energieintensive Geräte

Unter der Produktbezeichnung Texcus hat Wentronic eine Reihe von Akkus im Sortiment, die vor allem für die Ver-



sorgung von energieintensiven Geräten wie Digitalkameras entwickelt wurden. Das Sortiment besteht aus Nickel-

Metallhydrid-Energielieferanten mit mindestens 1600 mAh. Neuestes Produkt von Texcus ist eine Mignon-Zelle mit 2100 mAh. Im Sommer will Wentronic auch Ladegeräte mit dem Markennamen Texcus in Deutschland einführen.

Safari 10 x 26 ergänzt das Steiner Programm

Mit dem Modell 10 x 26 hat Steiner sein safari Programm ergänzt und ein neues Produkt der Premium Klasse auf den Markt gebracht. Das Fernglas bietet ein



Gehäuse mit wasserdichter Versiegelung und zehnfache Vergrößerung. Das Sehfeld auf 1.000 m beträgt 105 m, und die Dämmerungszahl ist 16,1. Die Steiner Neuheit besitzt darüber hinaus ein Objektiv mit 26 mm Durchmesser und eine Austrittspupille von 2,6 mm. Es wiegt 270 Gramm. Seine Baulänge wird mit 114 mm angegeben.

„Digital Perfect“ Taschen von Hama für Digitalkameras

Hama bringt mit „Digital Perfect“ eine neue Taschen-Serie für Digitalkameras auf den Markt. Das Programm umfaßt derzeit acht Modelle in schwarz-grauem Design, deren Größen auf die gängigsten Digital-Sucher-Kameras von Her-

stellern wie Sony, Canon, Minolta oder Fuji zugeschnitten sind. Möglich wird dies durch paßgenaue Innenmaße und elastische Seitenteile mit Stretch-Einsätzen. Trotz kleiner Außenmaße bieten die Taschen Raum für die Aufbewahrung von Zubehör: Speicherkarten oder Batterien finden in dem flachen Reißverschluß-Vorderfach Platz. Um die hochwertigen Kameras vor Kratzern zu schützen, sind die Taschen mit weichem Fleece gefüttert, das gleichzeitig als Reinigungstuch dient. Sicherer Transport gewährleistet die integrierte Gürtelschleife, mit der sich die Taschen bequem vertikal oder horizontal tragen lassen.



Fotokaufmann / Fotofachjournalist

mit Eigeninitiative + zukunftsorientierten Vertriebsideen
sucht neue Herausforderung:

Hersteller/Importeur, Gross-/Einzelhandel/Versand, Fachlabor

Fachbereiche:

Marketing, Events und Verkaufsförderung, Unternehmens- bzw. Filialleitung (auch Lösung von Nachfolgeproblemen).

Bevorzugte Arbeitsbereiche bei selbständiger Leitung:

Konzeption, Realisierung und Leitung eines Family-Clubs;
Konzeption, Realisierung und Chefredaktion eines Family-Club-Magazins; Konzeption, Realisierung und Organisation von Events mit extremer Kundenbindung an Waren und Unternehmen;
Konzeption, Realisierung und Betreuung eines individuellen Internetauftritts mit Versand; Konzeption, Realisierung und Leitung einer (neuen) Filiale in A-Lage, konsequent ausgerichtet als Kommunikationszentrum und auf digitaler Fotografie.

Bevorzugte Standorte: Hamburg, Bremen, Berlin, München

Erfahrung in und mit:

Adobe Photoshop, Macromedia Dreamweaver, Quark XPress sowie Textverarbeitung und Anlegen/Führen von Datenbanken

Beginn der Zusammenarbeit: nach Absprache
Flexibelste Vertragsgestaltung in Sachen Arbeitszeit und Honorierung

Bei Interesse einer Zusammenarbeit bitte Kontakt aufnehmen unter
Chiffre 1224125

www.fotolabor.de ● 0228-623177

www.delkin.com



Zentraler Reparatur - Service

GEDDERT

Edixa – Voigtländer – Porst – Service

Camcorder – Computer – Service

Film – Foto – Elektronik

Hifi – Video – TV

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

SPEZIAL REPARATUREN FÜR:

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

Kameraservice SCHÄFER OHG




Hausanschrift
Moritzstraße 47
Ecke 1. Ring
65185 Wiesbaden

Postfachanschrift
Postfach 2767
65017 Wiesbaden

Telefon 0611/396 79
Telefax 0611/37 81 73

Öffnungszeiten
Mo – Fr 9 – 17 Uhr
Samstag 9 – 12 Uhr

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

GAF Vertragswerkstatt



Service für: Film- + Fototechnik

Kameras
Objektive
Filmkameras
Dia-Projektoren
Schmalfilm-Projektoren
aller Systeme

Wolfgang Würz
Elsterweg 7
51149 Köln (Porz-Ensen)
Telefon/Fax (0 22 03) 121 36



Camera Reparatur Service GmbH
Vogelsrather Weg 25
41366 Schwalmtal - Waldniel

Telefon (0 21 63) 46 46
Telefax (0 21 63) 4 52 88

Ihr Digital-Lab-Output verdient Ihr Firmenlogo!

Photo-CD's mit Ihrem eigenen Firmenlogo sichern Ihnen Kundenbindung und langfristige Geschäftserfolge!

Plus1! + Sie verfügen über Ihre eigenen CD-R's mit Ihrem Firmenlogo für den Einzelverkauf ...

Plus2! + Sie können Ihre CD-R's mit aktuellen, individuell gestalteten Inhalten für Ihre Werbezwecke einsetzen ...

Plus3! + CD-R's sind preisgünstige Zugabeartikel für Ihre Werbe- und Sonderaktionen!

CD-R's mit eigenem Logo!! +44(0)1244280602 e:sales@  .co.uk

http://www.smmuk.co.uk Spool Multi Media (UK) Ltd., Unit 30 Deeside Industrial Park, CH5 2NU, UK

Kleinanzeigen • Angebote

www.delkin.com

Kamera-Reparaturen

Nikon • Minolta • Minox
Coolpix • Coolscan

Nikon Vertragswerkstatt
Kompetent, preiswert, schnell

KARL-HEINZ
HOPFAUER
KAMERA
SERVICE GmbH

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

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

nass
GmbH & Co. KG

foto • video • elektronik

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

Vertragswerkstatt

Nikon **Rollei**

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

...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 Internet: <http://free.pages.at/videotransfer/>

Photo-, Film-, Geräte-Service

A. Paepke KG

Seit mehr als 50 Jahren
autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica **Mez** **Rollei**

Kameras • Objektive
Dia-Projektoren
Blitzgeräte

Das Leica-Team für Sucherkameras
und Projektoren

Rollei-Profi
Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

BOWENS
TRADING GMBH

Rollei

Neu: Produkte- und Systemberatung
Termine auf Anfrage

40233 Düsseldorf - Albertstr. 92-94
Telefon 0211 / 98 68 88 0 - Fax 0211 / 98 68 88 29
e-Mail's bitte an: paepke-fotogerate-service@t-online.de
Mehr Info's über uns: www.paepke-fototechnik.de

DER TISCH

Das neue **DESKTOP**
Foto-Digital-Studio
Produktfotos in optimaler Qualität



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

CF
Photo+Video
Technik

Unterlagen und Händlernachweis anfordern:
Amselstr. 23, 51149 Köln
Tel. 0 2203/16262, Fax 13567,
e-mail: info@cf-photo-video.de
www.fotolicht.de

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



GEISSLER

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

Autorisierte
Vertragswerkstatt

Canon

Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Rollei

ZETT

Germany **The Leica
Camera Group**

Kodak
PHILIPS

Mez

reflecta

BRAUN
PHOTO TECHNIK

Saeco
Kaffeautomaten

HARMAN/BECKER
AUTOMOTIVE SYSTEMS

Gute und preiswerte Color-Chrom-

Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK

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

Auflagendruck

1500er Aufl. 60,- p.1000 St.
3000er Aufl. 45,- p.1000 St.
5000er Aufl. 40,- p.1000 St.
10000er Aufl. 35,- p.1000 St.

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

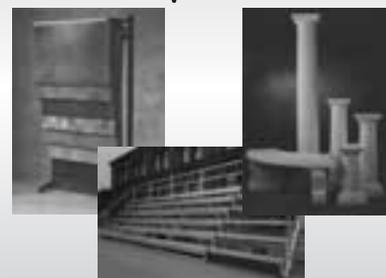
Studiohintergründe

Effektmaterialien

Abrollsysteme

Fototribünen

Requisiten



Fancy Posh Studiorequisiten GmbH
Joh.-Seltmann-Str. 10, 92648 Vohenstrauß
Tel. 09651 / 91504, Fax 09651 / 91505
www.fancy-posh.com

9.509 Abonnenten (IVW 1/2003)

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

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 10.500 Exemplaren bundesweit (IVW 1/2003). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 10.500 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 645,- €, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 323,- €. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 30 v. 01.01.2003) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

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

Wir verkaufen
1 B 17-Profilfilm, Hängerma-
schine, 2 Jahre alt -, Preis VB;
1 Schnellfix 007 + Sleever, au-
tom. Diarahmungs- und Einta-
schgerät, fast neu - Preis VB.
Fotolabor Muster
Telefon 000/0000000

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

Fotografen/-in

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

Foto Studio • Rudi-Mustermann-Allee 86 • 01000 Dresden

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

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

zum

mm-Preis von

1,61 € x 85 mm hoch =

136,85 €

zzgl. gesetzl. MwSt.



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**

D - 40832 Ratingen

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

i+fc 5/2003

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

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

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift

Kleinanzeigen • Angebote

www.delkin.com

Digitale Paßbildanlage
Polaroid SPd 360
günstig abzugeben.

Tel.: 0 93 05/81 55 oder
01 79/1 28 60 93

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Ankauf - Verkauf

Foto, Computer, Telekom,
Neu- und Gebrauchtwaren,
Ladenbau und Minilab
Mobil 01 77 / 7 68 88 81
Eurotec GmbH

FILM- u. VIDEOSERVICE

Filmkopien – Tonspuren
Videoüberspielungen
Videokopien - Normwandlung
VHS - Serienkopien
CD / DVD - Videokopien

alle Formate
8,9,5,16 mm Filme
alle Systeme
enorm preisgünstig
schnell und preiswert

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

Ehemaliger Fotograf verdient
4.356,32 € mtl. von zu Hause aus.
Carlos Rios 0 43 46 - 36 99 72.
www.traumjob4me.de

Foto-/Journalisten

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

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

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

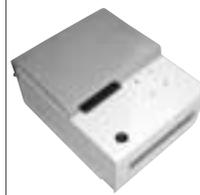
Tel. 0 89/6 51 99 75, Fax 6 51 99 81,
Mobil 01 71/2 68 83 30

Foto-Aktienkurse

	15.04.2003	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa-Gevaert	EUR 17,8	18,3	15,75	22
Bayer	EUR 10,23	16,72	9,85	22,42
Canon	YEN 3.990	4.210	3.620	5.250
Casio	YEN 710	762	546	798
CeWeColor	EUR 16,1	16,5	15,06	17,7
Dow Chemical	USD 25,45	28,85	24,1	34,73
Du Pont	USD 35,41	40,3	34,71	48,3
Eastman Kodak	USD 27,68	31,86	25,59	41,08
Fujifilm	YEN 3.440	3.100	2.925	4.350
Hewlett-Packard	USD 15,57	15,89	10,75	21,2
Hitachi	YEN 439	407	384	997
ICI	GBP 126,25	117,75	81,75	341
Imation	USD 35,82	37,71	26,36	42,75
Jenoptik	EUR 7,4	10	6,95	10,65
Konica	YEN 899	1.003	663	1.046
Kyocera	YEN 5.800	5.680	5.570	10.070
Leica	EUR 5,25	5,25	4	6,45
Lintec Computer	EUR 0,99	0,8	0,7	1,17
Minolta Camera	YEN 549	615	276	640
Olympus	YEN 1.812	2.010	1.485	2.130
Samsung	KRW 50,4	55,8	48,6	70,4
Sharp	YEN 1.205	1.200	1.021	1.833
Sony	YEN 4.110	3.910	3.750	7.530
Spector	EUR 8,1	9,9	8	14,2
Toshiba	YEN 3,22	320	292	611
Varta	EUR 19,03	21	18,51	21,2

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Filiale Ratingen

NEU! Paßbildtrockner Mod. 400



Schaltet selbst
beim Einlegen
der Bilder

Leiser Motor

Lumpp
Feinwerktechnik
Tel. 07121/52456

Inserenten-Verzeichnis

Agfa.....	39	Messe Berlin	35
Bremaphot	7	Noritsu.....	21
C.A.T.-Verlag	51, 57	Pentax	17
Canon.....	64-66, 3.U., 4.U.	Olympus.....	41
Cewe	13	VGP	23
Jobo	31, 49	Wöltje.....	2. U.
Kodak.....	11, 19	Kleinanzeigen	60-63
Loersch	47		

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

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

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

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

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

Neuheitenredaktion:

Theo Six
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. 30 v. 1. Januar 2003

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach, Theo Six

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:

Druckerei Franz W. Wesel, Baden-Baden

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

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



ISSN: 1430-1121

Canon Digitalkameras tauchen ab im *Unterwassergehäuse*



Digitale Fotospaß auch unter Wasser ist mit den Unterwassergehäusen vorprogrammiert. Denn einfacher geht es wohl nicht mehr. Die Digitalkamera kommt in das Gehäuse – und dann hinein ins nasse Element. Die meisten Canon Digitalkameras der PowerShot- und Digital Ixus-Reihe lassen sich mit den Unterwassergehäusen fürs Abtauchen bis auf max. 30 oder 40 m Tiefe aufrüsten.

Gerade beim Tauchsport werden die Vorteile digitaler Fotografie deutlich: Das Display der Digitalkamera ermöglicht ein bequemes und flexibles Anvisieren des gewünschten Motivs. Darüber hinaus erfassen die heute erhältlichen Speicherkarten eine wesentlich höhere Anzahl von Aufnahmen, als dies unter „analogen Verhältnissen“ möglich war.

Die stoßfesten, transparenten Polycarbonatgehäuse mit Objektivfenster aus vergütetem Glas sind gemäß Prüfnorm JIS, Klasse 8, bis zu einer Tauchtiefe von 30 Metern geeignet, die Modelle WP-DC700 und WP-DC800 sind



WP-DC800



WP-DC700

sogar bis 40 Meter wasserdicht. Eine Antikondensationslösung sowie eine Silikonpaste zur einfachen Reinigung des Dichtungsringes, sind im Lieferumfang enthalten. Die beiden neuesten Modelle, WP-DC700 und WP-DC800, kommen ohne eine Spezialbehandlung aus, denn das doppelwandige Objektivfenster verhindert ein Beschlagen und sorgt für klare Sicht.

Ein weiteres Novum der beiden neuen Gehäuse ist die Blitzlichtstreukscheibe, die bei Aufnahmen im Nahbereich eingesetzt werden sollte, um ein direktes Anblitzen der Schwebeteilchen im Wasser, und die damit verbundenen unschönen Reflexionen, zu vermeiden.

Ihren Kunden bietet Canon außerdem Tips, Tricks und Erfahrungsberichte von Unterwasserfotografen auf der Internetseite für Digitalfotografie www.powershot.de.



Preise:

- ▶ WP-DC400 für PowerShot A100/A200
- ▶ WP-DC200s für PowerShot A30/A40
- ▶ WP-DC300 für PowerShot S30/S40/S45/S50
- ▶ WP-DC500 für Digital Ixus 330
- ▶ WP-DC600 für Digital Ixus v²/v³
- ▶ WP-DC700 für PowerShot A60/A70
- ▶ WP-DC800 für Digital Ixus 400

alle Gehäuse für je 229,99* Euro



Die schnellen, komfortablen Profis: *CanoScan LiDE 50 und 9900F*

Features CanoScan LiDE 50

- ▶ 1.200 x 2.400 dpi optische Auflösung
- ▶ 48 Bit interne/externe Farbtiefe
- ▶ USB 2.0 Hi-Speed Schnittstelle
- ▶ Stromversorgung über USB
- ▶ LiDE-Technologie
- ▶ 4 Scanbuttons für Scan, Copy, File, E-Mail
- ▶ QARE2 (automatische Staub- und Kratzerentfernung)
- ▶ Fast-Multi-Scan-Funktion
- ▶ Inkl. Adobe Photoshop Elements 1.0
- ▶ Treiber für PC und MAC
- ▶ Inkl. Scanner-Ständer

Der CanoScan LiDE 50 mit dem attraktiv gestalteten Designer-Gehäuse braucht sehr wenig Stellfläche und ist ideal für Anwender, die großen Wert auf technische Details legen. In Kurzfassung: Er sieht gut aus und leistet viel. Der praktisch verschleißfreie LiDE-Sensor bietet 1.200 x 2.400 dpi Auflösung und 48 Bit interne sowie externe Farbtiefe. Die softwaremäßige automatische Staub- und Kratzerentfernung wurde optimiert. Außerdem lassen sich jetzt bis zu 10 Vorlagen** in einem einzigen Durchgang automatisch erfassen. Die USB 2.0 Hi-Speed Schnittstelle sorgt für eine schnellere Datenübertragung und versorgt den Scanner mit Strom – der CanoScan LiDE 50 ist daher auch am Notebook unterwegs eine hervorragende Wahl. Die umfangreiche Software macht die Arbeit mit dem LiDE 50 zu einem Vergnügen der besonderen Art.



Preis:

CanoScan 9900F 499,00* EUR

Features CanoScan 9900F:

- ▶ 3.200 x 6.400 dpi optische Auflösung
- ▶ 48 Bit interne / externe Farbtiefe
- ▶ USB 2.0 Hi-Speed + Fire Wire (MAC OS)
- ▶ Integrierte Durchlichteinheit für bis zu 24 Negative/Positive oder 8 gerahmte Dias
- ▶ 120 Rollfilm, 4 x 5" Film
- ▶ FARE-Level 2-Technologie (automatische Staub- und Kratzerentfernung mittels Infrarot)
- ▶ Super-Galileo 2 Objektiv
- ▶ 4 Scanbuttons für Scan, Copy, File, E-Mail
- ▶ Umfangreiches Softwarepaket
- ▶ Photoshop Elements Version 2.0



Preis:

CanoScan LiDE 50 149,00* EUR

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. und Urheberrechtsabgabe der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: Mai 2003

** Um die Vorlagen separat erfassen zu können, ist ein Mindestabstand von 1 cm zu jeder Seite erforderlich.

you can
Canon

digital_drucker

Der preisgünstige Einstieg: *Canon i450*



Preis:

Canon i450 129,00* EUR

Die Tintenstrahldrucker i450 und i470D sind die neuen Highlights im mittleren Preisbereich. Sie sind hinsichtlich ihres edlen Designs und der mechanischen Komponenten weitgehend identisch und unterscheiden sich lediglich durch unterschiedlichen Komfort beim Drucken ohne PC.

Die beiden Drucker der 2 Picoliter-Klasse bieten erstmalig diese Technologie auf besonders attraktivem Preisniveau. Die neue Druckkopf-Technologie bietet nicht nur Tempo, sondern mit feinsten und exakter Tintensteuerung überzeugende und mit 4.800 x 1.200 dpi auch gestochen scharfe Qualität.

Der i450 ist der ideale Drucker für Anwender, die auch mit Canon digital fotografieren. Einfach die kompatible Canon Digitalkamera anschließen, Bild aussuchen und drucken: dies auch randlos in Postkartengröße (10 x 15 cm), auf 13 x 18 cm oder DIN A4. Der i470D kann das selbstverständlich auch, bietet aber mit dem 4-in-1 Kartenadapter außerdem Kompatibilität zu den Speichermedien anderer Kamerahersteller. Er kann zusätzlich auch von CF-Karte,

Die komfortable Lösung: *Canon i470D*



Preis:

Canon i470D 249,00* EUR

Microdrive, MMC, SmartMedia und Memory-Stick lesen und ohne PC drucken. Über einen optionalen Adapter ist er auch zur xD-Card kompatibel – ein echtes Universalgenie. Tempo auch beim Druck. Insgesamt 1.088 Düsen für bis zu 18 Seiten pro Minute (sw) oder bis zu 12 Seiten in Farbe! Für einen Fotoprint im Format 10 x 15 cm brauchen die neuen Drucker nur ca. 62 Sekunden. Die Prints sind unter bestimmten Bedingungen lichtecht bis 25 Jahre** haltbar auf Canon Fotopapier. Die Ergebnisse sind damit vom Abzug aus dem Labor nahezu nicht mehr zu unterscheiden, sie fühlen sich sogar genauso an.

Die USB-Schnittstelle ermöglicht bequemen Anschluß, der Druckertreiber installiert sich per Maus-Doppelklick. Die integrierten Treiberoptionen sorgen zudem für den schnellsten Weg zu überzeugenden Ergebnissen auf Anhieb.

Ambitionierten Digitalfotografen stehen damit zwei Drucker für Fotoprints auf dem Schreibtisch zur Verfügung, die mit Qualität, Komfort und günstigem Preis überzeugen.

Canon i450

Features:

- ▶ 4.800 x 1.200 dpi
- ▶ 18 ppm in S/W und 12 ppm in Farbe
- ▶ Vollflächiger randloser Druck auf 10 x 15 cm, 13 x 18 cm und A4
- ▶ Druckt direkt von Canon-Digital-Kameras und -Camcordern über normales USB-Kabel
- ▶ Beeindruckende Geschwindigkeit und Qualität bei Fotoausdrucken durch 1.088 Düsen und mikrofeine Tropfengröße von 2 Picolitern
- ▶ Lichtehtzeit bis 25 Jahre** auf Canon-Fotopapier
- ▶ Platzsparendes komplett einklappbares Gehäuse
- ▶ USB-Schnittstelle, Treiber für PC und MAC

Canon i470D

Features:

- ▶ 4.800 x 1.200 dpi
- ▶ 18 ppm in S/W und 12 ppm in Farbe
- ▶ Vollflächiger randloser Druck auf 10 x 15 cm, 13 x 18 cm und A4
- ▶ Druckt direkt von Canon-Digital-Kameras und -Camcordern über normales USB-Kabel
- ▶ Karten-Lese-/Schreibgerät für CF, Microdrive, MMC, SD, SmartMedia, MemoryStick (optional: xD-Card)
- ▶ Beeindruckende Geschwindigkeit und Qualität bei Fotoausdrucken durch 1.088 Düsen und mikrofeine Tropfengröße von 2 Picolitern
- ▶ Lichtehtzeit bis 25 Jahre** auf Canon-Fotopapier
- ▶ Platzsparendes komplett einklappbares Gehäuse
- ▶ USB-Schnittstelle, Treiber für PC und MAC

you can
Canon

digital_drucker

Farbdruck mit Format: **Canon i6500**



Preis:

Canon i6500 499,00* EUR

Mit dem i6500 bietet Canon eine in jeder Hinsicht überzeugende Drucklösung für Heim, Office oder digitale Dienstleistung. Mit 4.800 x 1.200 dpi Auflösung und Single Ink-Technologie druckt er mit hohem Tempo im Großformat. Randloser Druck bis maximal A3+ ist seine wahre Stärke.

Der i6500 druckt im Großformat bis A3+ (329 x 483 mm) – auch randlos ab Postkartengröße (10 x 15 cm), 13 x 18 cm und in DIN A4, A3 und A3+. Auf Canon-Fotopapier PR-101 sind die Ergebnisse unter bestimmten Bedingungen bis zu 25 Jahre** haltbar. Schnell ist er auch: Mit bis zu 17 A4-Seiten pro Minute in Schwarzweiß oder bis zu 12 Farbseiten sind auch umfangreiche Druckjobs schnell erledigt. Die Canon Advanced MicroFine Droplet Technology ist für die präzise Tintensteuerung verantwortlich. Ein optional erhältliches Software-RIP erweitert seinen Einsatzbereich und ermöglicht umfangreiche Anpassungen hinsichtlich der Farbsteuerung. Per Parallel- und USB-Schnittstelle besteht universeller Anschluß, der Drucker treiber installiert sich per Maus-Doppelklick.

Canon i6500

Features:

- ▶ Geringe Druckkosten durch einzeln austauschbare Tintentanks (Single Ink)
- ▶ 4.800 x 1.200 dpi
- ▶ 17 ppm in S/W, 12 ppm in Farbe
- ▶ Drucken bis Überformat DIN A3+ (329 x 483 mm)
- ▶ Vollflächiger randloser Druck auf 10 x 15 cm, 13 x 18 cm, A4, A3 und A3+
- ▶ Lichtechtheit bis 25 Jahre** auf Canon-Fotopapier
- ▶ 1.088 Düsen mit mikrofeiner Tropfengröße von 5 Picolitern (Adv. Microfine Droplet Technology)
- ▶ Treiber für PC und MAC
- ▶ Optionen: Netzwerkadapter und Software-RIP

Canon i9100

Features:

- ▶ Geringe Druckkosten durch einzeln austauschbare Tintentanks (Single Ink)
- ▶ 4.800 x 1.200 dpi
- ▶ 6 ppm in S/W und 6 ppm in Farbe, 4-Foto (1.200 dpi): 1 min, A3-Foto: 2 min
- ▶ Lichtechtheit bis 25 Jahre** auf Canon-Fotopapier
- ▶ Drucken bis Überformat DIN A3+ (329 x 483 mm), vollflächiger randloser Druck auf 10 x 15 cm, 13 x 18 cm, A4, A3 und A3+
- ▶ Professioneller Fotodruck mit 6 Farben, 3.072 Düsen und 4 Picoliter Tropfengröße
- ▶ Geringes Druckgeräusch von nur 37 dB(A)
- ▶ Treiber für PC und MAC
- ▶ Optional: Software-RIP

Der Profi-Foto- drucker für A3+ **Canon i9100**



Preis:

Canon i9100 599,00* EUR

Der Sechsfarbdruker i9100 ist die richtige Wahl für professionelle Anwender aus dem grafischen Bereich, der Druckindustrie oder der digitalen Dienstleistung. Mit insgesamt 3.072 Düsen bringt er Bilder in Fotoqualität und mit Tempo zu Papier. Er druckt mit 4.800 x 1.200 dpi, hat die kostengünstige Canon Single Ink-Technologie, druckt randlos bis A3+ und braucht für einen Fotoprint in A4-Größe nur ca. 1 Minute.

Das gestochen scharfe Druckbild in überzeugender Fotoqualität ist Ergebnis der Canon Advanced MicroFine Droplet Technology. Der i9100 druckt mit einer Tröpfchengröße von lediglich 4 Picolitern. Mit nur 37 Dezibel ist er zudem sehr leise. Ein optional erhältliches Software-RIP erweitert den Einsatzbereich des Druckers und ermöglicht umfangreiche Anpassungen hinsichtlich der Farbsteuerung. Der i9100 ist zum Exif Print Standard bei der Digitalfotografie kompatibel. Die USB-Schnittstelle bietet bequemen Anschluß, der Drucker treiber installiert sich per Maus-Doppelklick. Ein umfangreiches Paket leistungsstarker Software für die Bildarchivierung und Bearbeitung rundet das Bild ab.

you can
Canon

Drucker-Neuheiten im Mai:
**i450, i470D,
i6500, i9100**

Die schnellen, komfortablen Profis:
**CanoScan 9900F
und LiDE 50**

Canon Digitalkameras
tauchen ab im
Unterwassergehäuse

flash

Mai 2003

