

imaging + foto

5
2007

contact

Größte Fachzeitschrift der Fotobranche • www.worldofphoto.de

SAMSUNG:

Viele gute Seiten

**Mehr
Präsenz im
Fotohandel**

**Produkte
und Strategien
für den PoS**



**Samsung Opto-Electronics
will noch mehr erreichen:
Auf dem Weg nach oben**

Samsung Opto-Electronics will zu einem der führenden Kameraanbieter werden. Wie das gelingen soll, lesen Sie ab ... S. 30

**Aktionäre von CeWe Color
sprechen Vorstand und
Aufsichtsrat das Vertrauen aus**

Mit einer Schlappe für die anglo-amerikanischen Hedge Fonds endete die ordentliche Hauptversammlung des Oldenburger Großfinishers... S. 8

**Die Foto-Bestellsoftware
von Fujicolor steht jetzt
auch für Mac-User bereit**

Eine übersichtliche Oberfläche und die vom Mac gewohnte einfache Handhabung sorgen für den sofortigen Einstieg ins Programm ... S. 24

Fujicolor Foto-Bestellsoftware

Noch mehr Möglichkeiten!

NEUE VERSION

Jetzt für **PC** und **MAC**
PC Version 2.0 | MAC Version 1.0



Foto-Geschenke



Foto-Karten



pocket-photos



Foto-Collagen

NEU



Foto-Kalender



Fotos/Poster



Foto-Bücher

**NEUE
MÖGLICHKEITEN**



Mit der Fujicolor Foto-Bestellsoftware stehen Ihnen alle Möglichkeiten offen: Für tolle Produkte von digitalen Bildern! Einfach Software kostenlos unter www.fujicolor.de herunterladen oder von CD installieren. Dann den Auftrag bequem zu Hause zusammenstellen, auf eine CD brennen und beim Händler abgeben.

Kehrt bei CeWe Color jetzt wieder Ruhe ein? Schamlose Fonds

Auf der Hauptversammlung der CeWe Color Holding AG am 26. April 2007, über die wir auf den Seiten 8–13 dieser Ausgabe ausführlich berichten, haben die anglo-amerikanischen Hedge Fonds nicht nur die Abstimmungen verloren, sondern auch jede seriöse Reputation.



Thomas Blömer, Verleger

Insbesondere das Auftreten von Sebastian Freitag und Albrecht Münch, die als Berater für MarCap-Chef David Marcus sprachen, ließen keine Zweifel mehr daran, dass es dem amerikanischen Investor keinesfalls um das Wohlergehen von CeWe Color geht, wie er behauptet, sondern einzig und allein darum, Vorstand und Aufsichtsrat zu beschädigen, um anschließend das Unternehmen nach Kräften um sein Kapital zu erleichtern. Die wohl 150 Fragen, die die beiden Herren an Vorstand und Aufsichtsrat stellten, obwohl die Antworten zu einem guten Teil den Geschäftsberichten von CeWe Color hätten entnommen werden können, entlarvten diese Strategie: Man wollte offensichtlich verhindern, dass die Hauptversammlung überhaupt zur Abstimmung kam. Denn wenn diese bis Mitternacht nicht durchgeführt worden wäre, dann hätte der Termin neu einberufen werden müssen. Es ist der guten Vorbereitung durch das CeWe Management und der sou-

veränen Sitzungsleitung von Hubert Rothärmel zu verdanken, dass es dazu nicht kam. Denn als Freitag und Münch trotz mehrfacher Antworten auf ihre Fragen weiterhin darauf bestanden, einige von diesen seien nicht beantwortet worden, forderte Rothärmel sie kurzerhand auf, diese Fragen dem anwesenden Notar zu Protokoll zu geben und schloss die Debatte.

Bezeichnend für deren Verlauf war nicht nur, dass die MarCap Vertreter jede Aussage über eine ihrer Meinung nach bessere operative Strategie für das Unternehmen vermieden haben. Auch ihre demonstrative Arroganz und Respektlosigkeit den anderen Aktionären gegenüber sprach für sich. Einige Aktionärsvertreter waren ja durchaus bereit, über einzelne Kritikpunkte von MarCap konstruktiv zu sprechen, standen aber dem Vorgehen des Hedge Fonds und der von dessen Repräsentanten über Monate betriebenen Rufschädigung am Unternehmen äußerst kritisch gegenüber. Weder Freitag noch Münch hielten es für notwendig, auf solche Ansprachen überhaupt nur eine Antwort zu geben und vermieden es konsequent, auf die Ansichten anderer Aktionäre auch nur ansatzweise einzugehen. So gewinnt man keine Sympathien! Es ist geradezu erstaunlich, dass zumindest nach eigener Ansicht ausgebuffte Finanzmanager so unprofessionell agieren.

Den Vogel schoss dabei Sebastian Freitag ab, als er den Aktionären von CeWe Color erklärte, bereits die vergangenen Monate hätten gezeigt, dass der Kampf gegen MarCap die Arbeitskraft des Managements vom operativen Geschäft abgezogen habe. Wenn man den Wünschen des

Fonds nicht folge, dann würde das, so Freitag, auf lange Zeit so weitergehen, weil man CeWe Color mit juristischen Maßnahmen überziehen wolle. Juristen mögen entscheiden, ob Freitag damit den Straftatbestand der Nötigung nach § 240 StGB erfüllt hat. Mehrere Aktionärsvertreter erklärten jedenfalls, dass sie sich bedroht fühlten.

Da machte Guy Wyser-Pratte, der erst vor einigen Wochen bei CeWe Color eingestiegen ist, eine weitaus geschicktere Figur. Er beschränkte seinen kurzen Wortbeitrag darauf zu erklären, dass er keinesfalls den weiten Weg nach Oldenburg gemacht habe, um Arbeitsplätze zu vernichten. „Um Ihnen das zu sagen, bin ich hierher gekommen.“ Inzwischen hat der berüchtigte Investor allerdings nachgetreten und der CeWe-Verwaltung unterstellt, die Auszählung der Stimmen manipuliert zu haben. Wie geht es jetzt bei CeWe Color weiter? Hoffentlich ruhiger! Die Verwaltung hat nicht nur durch die gewonnenen Abstimmungen über die Entlastung der Gremien und die Wiederwahl des Aufsichtsrates Luft bekommen, sondern vor allem durch die Satzungsänderung, nach der in Zukunft Aufsichtsräte nur noch mit einer Mehrheit von über 75 Prozent der Stimmen auf einer Hauptversammlung abgewählt werden können. Solange die Erbgemeinschaft mit ihren 27,1 Prozent hinter dem Aufsichtsrat steht, hat das Management also die gebotene Sicherheit. Und wenn diese genutzt wird, um die Bekanntheit, die CeWe Color im Rahmen der Ereignisse erlangt hat, für eine Weiterentwicklung des digitalen Bildergeschäftes auf allen Ebenen zu nutzen, dann ist das eine gute Nachricht für die ganze Branche.

Th. Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Samsung auf dem Weg nach oben 30

Editorial

Schamlose Fonds 3

Unternehmen

CeWe Color Aktionäre bestätigen
Aufsichtsrat und Vorstand 8

Walther Rahmen und Alben steigert Effizienz 14

Fujifilm meldet Wachstum
bei Umsatz und Ertrag 21

Bildergeschäft

Foto-Bestellsoftware von Fujicolor läuft
jetzt auch auf Macintosh-Rechnern 24

Wichtiges aus worldofphoto.de. 6, 22

Handel

Photo Porst Nippes verkauft erfolgreich TK . . . 16

Duttenhofer liefert auch Kamerahandys 18

europa-foto Hausmesse in Wiesbaden 28

H. D. Lehmann: Zeiterscheinungen 55

„Das TK-Geschäft brummt“

Photo Porst Nippes gehört zu den etablierten Geschäften des Kölner Stadtteils Nippes, die schon seit Jahrzehnten zu den bevorzugten Anlaufstellen der (Stamm-)Kundschaft in Sachen Fotografie und Consumer Electronics gehören. Anfang des Jahres hat Inhaber Dieter Jenne das Sortiment um einen weiteren Baustein erweitert:



Produkte und Dienstleistungen aus dem Mobilfunk und der Festnetz-Telefonie. Ein Schritt, dessen Erfolg schon nach gut drei Monaten absehbar ist. „Obwohl wir noch in der Aufbauphase der Tk-Abteilung sind, brummt das Geschäft schon gewaltig“, sagte Abteilungsleiter Matthias Bertram im Gespräch mit imaging+foto-contact. **Seite 16**

HANDEL



Samsung auf dem Weg nach oben

Samsung ist mit einer immer größer werdenden Palette an digitalen Kompakt- und Spiegelreflexkameras zu einer festen Größe in der Fotobranche geworden. Doch der wachsende Erfolg des koreanischen Herstellers basiert nicht



allein auf den Geräten, sondern auch auf den vielfältigen Unterstützungsmaßnahmen und -angeboten für den Handel. Auf 20 Seiten beleuchten wir in dieser Ausgabe die unterschiedlichsten Facetten des Lieferanten Samsung. Themen sind hier unter anderem die Innovationen des Unternehmens, das ausgezeichnete Design, die Zusammenarbeit mit Schneider-Kreuznach und das e-learning-Portal im Internet. Zum Auftakt der Strecke

erläutert Ricky L. Stewart, General Manager Samsung Opto-Electronics, wie die verschiedenen Aktivitäten dazu beitragen sollen, zu einer führenden Kameramarke in Deutschland zu werden. **ab Seite 30**

Duttenhofer liefert auch Kamerahandys

„Einerseits sind die Zeiten endgültig vorbei, in denen der Fotohandel das Thema Telekommunikation, oder genauer gesagt Fotohandys, ignorieren konnte“, stellte Walter Dürr, Geschäftsführer Duttenhofer Großhandel (DGH), im Gespräch mit imaging+foto-contact fest. „Aber andererseits war es noch niemals so einfach, Mobil-



telefone mit Kamerafunktion in das Sortiment zu integrieren wie heute und sie zu verkaufen wie über Jahrzehnte von anderen Fotoprodukten her gewohnt.“ Deshalb hat sich Duttenhofer Großhandel entschlossen, Mobilfunkprodukte, hier sind es vor allem Fotohandys und Multimedia-Computer aus dem Hause Nokia, ins Sortiment aufzunehmen. Und um den Verkauf dieser Geräte möglichst einfach zu machen, gibt es bei Duttenhofer auch verschiedene Tools

zur Verkaufsunterstützung am Point of Sale, angefangen bei Kampagnenpostern bis zu umfangreichem Informationsmaterial im virtuellen Duttenhofer Produktberater. **Seite 18**

ZUM TITELBILD

HANDEL

CeWe Color Hauptversammlung

Mit deutlicher Mehrheit haben die Aktionäre der CeWe Color Holding AG auf der ordentlichen Hauptversammlung des Unternehmens am 26. April 2007 Vorstand und Aufsichtsrat entlastet und die vier zur Neuwahl anstehenden Aufsichtsräte in ihren Ämtern bestätigt. Die Hauptversammlung billigte zudem alle weiteren Anträge der Verwaltung und erteilte damit den Attacken anglo-amerikanischer Hedge Fonds, die vier Aufsichtsräte ersetzen und dem Vorstand das Misstrauen aussprechen wollten, eine klare Absage. Einen Vorgeschmack auf das, was in den nächsten Stunden kommen sollte, bekamen die Aktionäre schon, nachdem CeWe Color Aufsichtsratsvorsitzender Hubert Rothärmel die Versammlung eröffnet hatte: Noch bevor er als ersten Tagesordnungspunkt den Bericht des Vorstandes über das Geschäftsjahr 2006 aufrufen konnte, platzieren die Hedge-Fonds ihren ersten Nadelstich.



Seite 8

Fujicolor-Software auch für den Mac

Fujicolor hat eine neue Version der Foto-Bestellsoftware vorgestellt. Diese ermöglicht jetzt auch den Benutzern von Macintosh-Computern (ab Mac OS X 10.4), die verschiedenen Bildprodukte des Unternehmens bestellen zu können. Das Programm kann kostenlos von der Fujicolor-Homepage heruntergeladen werden. Nach dem Download wird die neue Software in den Programmordner des Mac gelegt und steht danach ohne Neustart des Rechners sofort zur Verfügung. Dank der übersichtlichen Gestaltung der Benutzeroberfläche und der intuitiven Handhabung dürfte kein Mac-User Probleme haben, von Beginn an sicher zum Ziel zu gelangen.

Seite 24

europa-foto Einkaufsmesse

So viele Mitglieder wie schon lange nicht mehr haben sich nach Aussage von europa-foto-Geschäftsführer Robby Krefit an der Frühjahrmesse der Kooperation in Wiesbaden beteiligt. Dies bestätige die Tendenz, dass der Fotohandel für den Verbraucher wieder wichtiger werde und dass es deshalb für die Händler besonders interessant sei, sich im Rahmen einer Hausmesse zu informieren. Der wachsende Zuspruch des Verbrauchers zeige sich in den Geschäftszahlen für das vergangene Jahr. Diese werden zwar traditionell erst auf der Jahreshauptversammlung der Händlergruppe vorgelegt (und genehmigt), aber immerhin war Krefit zu der Aussage bereit, dass 2006 für europa-foto „ein außergewöhnliches, und zwar ein außergewöhnlich gutes“ Jahr gewesen sei.



Seite 28

UNTERNEHMEN

Samsung-Promotion

Interview mit Ricky L. Stewart, General Manager Samsung Opto-Electronics: Auf dem Weg nach oben	30
Für jeden die richtige Digitalkamera	33
Preisgekröntes Design, neue Features	38
Zusammenarbeit mit Schneider-Kreuznach	40
Samsung bietet umfangreiches PoS-Material	42
Online-Schulungen im Samsung Händlernetz	44
Menschen machen Märkte	46
Internethändlern auf die Finger geschaut	48

Neuheiten 15, 20, 51, 53

Sakar Kidz Cam 26

Ricoh Caplio GX100 mit Aufsteck-Sucher. 27

Rubriken

Wirtschaftspolitischer Kommentar

Neue Erkenntnisse beim Kapitalismus? 54

Video

Ulrich Vielmoth: Film ist vor allem Montage (1) 50

Rechtstips 52

Literatur 56

Klein- und Personalanzeigen 57

Impressum 58

BILDERGESCHÄFT

HANDEL



Immer aktuell:

www.worldofphoto.de

Herbert Marner leitet die Koelnmesse kommissarisch

Die Gesellschafterversammlung der Koelnmesse unter Vorsitz des Kölner Oberbürgermeisters Fritz Schramma hat Jochen Witt, bisheriger Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse, mit sofortiger Wirkung aus seinem Amt abberufen. Dies geht aus einer gemeinsamen Pressemitteilung der Stadt Köln und der Koelnmesse hervor. Witt hatte am 30. März Oberbürgermeister Schramma schriftlich mitgeteilt, dass er seinen Ende Dezember 2008 auslaufenden Vertrag nicht verlängern wird. Bis in einer offenen Ausschreibung ein neuer Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse gefunden ist, übernimmt Herbert Marner, Finanzgeschäftsführer der Koelnmesse, kommissarisch den Vorsitz der Geschäftsführung.

Pentax sagt Fusion mit Hoya vorerst ab

Das Board of Directors der Pentax Corporation hat auf einer außerordentlichen Sitzung am 10. April die geplante Fusion des Unternehmens mit der japanischen Hoya Corporation vorerst gestoppt. Gleichzeitig erklärte Präsident/CEO Fumio Urano seinen Rücktritt. In einer knapp gehaltenen Pressemitteilung erklärt Pentax, die Absage an Hoya erfolge aufgrund von Umständen, die „sowohl innerhalb des Unternehmens als auch außerhalb, zum Beispiel bei den Aktionären“, zu suchen seien. Man wolle die Gespräche auf der Basis der am 21. Dezember 2006 beschlossenen Absichtserklärung fortsetzen. Offenbar unter dem Einfluss dieser Ereignisse erklärte Fumio Urano, Präsident/CEO der Pentax Corporation, seinen Rücktritt. Zu seinem Nachfolger wurde Takashi Watanuki ernannt, zuletzt General Manager der Component Business Division von Pentax. Auch Katsuo Mori, Executive Vice President und Finanzchef von Pentax, trat von diesem Amt zurück. Ein Nachfolger

Jenoptik AG übernimmt die Sinar AG zu hundert Prozent

Die Jenoptik AG hat auch die restlichen 49 Prozent der Aktienanteile an der Sinar AG erworben. Der Schweizer Großformatkamera-Spezialist wird damit zu einer 100prozentigen Tochtergesellschaft von Jenoptik. Am Donnerstag vergangener Woche stimmte der Verwaltungsrat der Sinar AG der Transaktion zu. Das Traditionsunternehmen aus dem schweizerischen Feuerthalen, das 50 Mitarbeiter beschäftigt, soll einen festen Platz im Bereich Digital Imaging des Jenaer Technologiekonzerns erhalten. Sinar wird eigene und von Jenoptik gemeinsam mit Partnern entwickelte professionelle Kameras und Kameramodule weltweit vermarkten. Bereits im Herbst 2006 hatte Jenoptik 51 Prozent von Sinar übernommen. Die verbleibenden 49 Prozent wurden von der Gründerfamilie Koch gehalten. Am 1. April dieses Jahres hat Wolfgang Keller von Alain Wacker die Position des Chief Executive Officer (CEO) der Sinar AG übernommen. Der 48jährige Diplom-Ingenieur war zuvor Chief Operating Officer der Leica Camera AG, Solms. Zu seinen weiteren beruflichen Stationen gehören unter anderem die Geschäftsführung der Schleicher Electronic GmbH & Co. KG, Berlin, sowie die Geschäftsleitung der Beru Electronics GmbH, einem Unternehmen der Beru AG.

war bei Redaktionsschluss noch nicht benannt. Die Hoya Corporation erklärte im Anschluss an die Absage, man wolle die Gespräche mit Pentax fortsetzen. Hoya führte in einer Pressemitteilung aus, dass sich die ursprünglich geplante Integration von Pentax in Form eines Aktientausches als schwierig erwiesen habe – und zwar aufgrund von Umständen, die bei den Aktionären von Pentax und bestehenden Verträgen mit dritten Parteien zu suchen seien. Hoya habe Pentax deshalb vorgeschlagen, die Integration in Form eines Übernahme-Angebotes an die Pentax Aktionäre durchzuführen. Auf diesen Vorschlag, so Hoya, habe man keine Antwort erhalten.

Neuer Geschäftsführer der Fujifilm Europe GmbH

Shigehiro Nakajima ist mit Wirkung vom 1. April 2007 zum Geschäftsführer der Fujifilm Europe GmbH ernannt worden. Das gab das Unternehmen heute bekannt. Der 58jährige Manager tritt die Nachfolge von Masahiro Kosaka an. Shigehiro Nakajima begann seine Karriere bei Fujifilm im Jahre 1973 und arbeitete zunächst einige Jahre in der Produktionsstätte Ashigara in den

Bereichen Mikrofilm und Color Papier. Im Jahre 1986 wurde er ins europäische Werk in Tilburg, Niederlande, versetzt und war dort in den Bereichen Film-Emulsionen sowie Beschichtungen für Papier tätig.

Von 1990 bis 1996 übernahm Nakajima Management-Positionen im Bereich Corporate Planning sowie Finanzen und kehrte dann in die Hauptverwaltung des Konzerns nach Japan zurück. Im Jahr 2004 kam er wieder zur heutigen Fujifilm Manufacturing Europe B.V. in Tilburg, nun als Manager des Tilburg Research Laboratory und Mitglied der Geschäftsleitung. Im März 2005 wurde Nakajima zum Präsidenten von Fujifilm Tilburg ernannt und hält nun diese Position in Doppelfunktion mit seiner neuen Aufgabe als Geschäftsführer der Fujifilm Europe GmbH in Düsseldorf.

Nakajima sieht sich in seiner Position für den weiteren Ausbau und die Stärkung der europäischen Organisation von Fujifilm verantwortlich: „Dabei werde ich die Strategien meines Vorgängers Masahiro Kosaka fortsetzen und dazu beitragen, dass Fujifilm den erfolgreichen Weg als führendes Unternehmen in den Bereichen Medical Systems, Life Science, der grafischen Industrie sowie Consumer Imaging weitergeht“, erklärte er in einer Pressemitteilung.

Jetzt

Die Auflage ist erfahrungsgemäß schnell vergriffen.

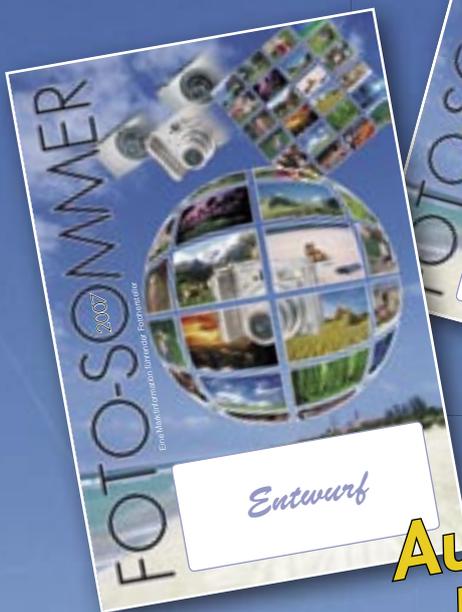
bestellen!

Die große Werbeaktion zur Foto-Sommersaison.

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

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

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



Auslieferung ab 22. KW!

Sichern Sie sich jetzt Ihre Exemplare der Broschüre

FOTO-SOMMER 2007

Senden Sie den Bestellcoupon einfach per Fax an:

0 21 02 - 20 27 90

oder per Post an:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

FOTO-SOMMER 2007

**Postfach 1229
40832 Ratingen**

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

FOTO-SOMMER 2007

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

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

Wir wünschen einen Firmeneindruck. Wir wünschen eine eigene Preisliste.

Absender/Firma:

Name des Sachbearbeiters:

Postfach/Straße: PLZ/Ort:

Datum: Unterschrift:

Für Rückfragen: Tel. Nr.:

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

CeWe Color Aktionäre bestätigen Aufsichtsrat und Vorstand

Schlacht gewonnen

Mit deutlicher Mehrheit haben die Aktionäre der CeWe Color Holding AG auf der ordentlichen Hauptversammlung des Unternehmens am 26. April 2007 Vorstand und Aufsichtsrat entlastet und die vier zur Neuwahl anstehenden Aufsichtsräte in ihren Ämtern bestätigt. Die Hauptversammlung billigte zudem alle weiteren Anträge der Verwaltung und erteilte damit den Attacken anglo-amerikanischer Hedge Fonds, die vier Aufsichtsräte ersetzen und dem Vorstand das Misstrauen aussprechen wollten, eine klare Absage.



Oldenburg, EWE Arena, 26.04.2007, 10.00 Uhr: CeWe Color Aufsichtsratsvorsitzender Hubert Rothärmel eröffnet die ordentliche Hauptversammlung mit der Bitte um eine faire Debatte. Dann spricht er erst einmal in eigener Sache und nimmt Bezug auf die in der Woche vor der Hauptversammlung von MarCap Berater Sebastian Freitag im Handelsblatt gegen ihn erhobenen Vorwürfe des Insider-Handels und der versuchten Absprache der Kursmanipulation mit



*Gelassen:
CeWe
Aufsichtsrats-
vorsitzender
Hubert
Rothärmel*

dem Vorstandsvorsitzenden Dr. Rolf Hollander. Rothärmel zitiert aus einer Presseerklärung der Staatsanwaltschaft Oldenburg, dass die Vorermittlungen gegen ihn wegen verbotenen Insider-Handels mangels Tatverdacht eingestellt worden seien. Die Vorermittlungen wegen des Vorwurfes der Kursabsprache seien zwar noch nicht abgeschlossen, aber er weise diesen nochmals deutlich zurück.

Bevor Rothärmel als ersten Tagesordnungspunkt den Bericht des Vorstandes über das Geschäftsjahr 2006 aufrufen kann, platzieren die Hedge Fonds ihren ersten Nadelstich. Professor Dr. Wilhelm Haarmann gibt zu Protokoll, Hubert Rothärmel sei laut Satzung nicht berechtigt, diese Hauptversammlung zu leiten. Rothärmel reagiert sachlich, nimmt die Aussage zur Kenntnis und stellt fest, dass die Vorermittlungen wegen der angeblichen Kurs-Manipulation zwar noch nicht abgeschlossen seien, aber diese erst der Überprüfung dienen, ob überhaupt ein Tatverdacht vorliege. Da dieser bisher nicht festgestellt worden sei, sei die Verwaltung der Ansicht, der Aufsichtsratsvorsitzende könne die ihm satzungsgemäß zukommenden Aufgaben der Sitzungsleitung übernehmen.

Klare Fakten

Anschließend nehmen sich Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander und seine Vorstandskollegen Dr. Rainer Fageth, Andreas F.L. Heydemann und Michael Wefers viel Zeit, den Aktionären das bereits auf der Bilanzpressekonzferenz von CeWe Color (siehe *imaging+foto-contact* 4/07, S. 16–18) vorgestellte Ergebnis für das Jahr 2006 zu präsentieren und zu erläutern. Dabei geht Hollander auch auf einzelne Vorwürfe ein, die von den Hedge Fonds im Vorfeld erhoben

Schlammschlacht

Kurz vor der Hauptversammlung hatte sich die monatelang andauernde öffentliche Auseinandersetzung zwischen CeWe Color Verwaltung und dem amerikanischen Hedge Fond MarCap deutlich verschärft. „Schlammschlacht um CeWe Color“ titelte das Handelsblatt am 18. April und machte die Überschrift auch gleich zum redaktionellen Programm. In einem von vielen Lesern als Musterbeispiel für unseriösen Tendenz-Journalismus empfundenen Artikel machte sich

Handelsblatt-Autor Sönke Iwersen zum Sprachrohr von MarCap Berater Sebastian Freitag, und der fuhr starke Geschütze gegen CeWe Color auf: Aufsichtsratsvorsitzender Hubert Rothärmel und Vorstandschef Dr. Rolf Hollander sollten, so Freitag, verbotene Absprachen zur Manipulation des Aktienkurses getroffen haben, um die Hedge Fonds zur Aufgabe zu zwingen. Quelle dieses Vorwurfes: ein Telefongespräch, das ein ungenannter Mitarbeiter von Freitag nach einer Telefonkonferenz zwischen Hollander, Rothärmel, MarCap-Chef Marcus und Freitag abgehört haben will, weil die Leitungen nicht ordnungsgemäß abgeschaltet wurden. Freitag erklärte, er habe den Aufsichtsrat umgehend über den Vorgang informiert, und nachdem das Gremium seiner Ansicht nach unangemessen reagiert habe, sein Aufsichtsratsmandat am 8. Februar niedergelegt, um nicht wegen Mitwisserschaft in Haftung genommen zu werden. Auf die Frage, warum es dann bis zum 18. April gedauert hat, bis Freitag sich entschloss, den seiner Ansicht nach ungeheuerlichen Vorgang der Öffentlichkeit kundzumachen, gab er auf der Hauptversammlung trotz mehrfacher Nachfragen anderer Aktionärsvertreter keine schlüssige Antwort.

Die Staatsanwaltschaft bekam jedenfalls nach der Handelsblatt-Veröffentlichung Arbeit: CeWe Color erstattete Strafanzeige wegen Verletzung der Vertraulichkeit des Wortes, Freitag hinwiederum zeigte CeWe Color wegen verbotener Absprachen und Aufsichtsratschef Rothärmel zudem wegen verbotenen Insider-Handels an. Noch vor der Hauptversammlung stellte die Staatsanwaltschaft Oldenburg die Vorermittlungen gegen Rothärmel wegen angeblicher Insider-Geschäfte mit der Begründung ein, es gebe keinen Verdacht auf eine Straftat. Die Vorermittlungen wegen des Vorwurfes der Manipulation des Aktienkurses waren bei Redaktionsschluss noch nicht abgeschlossen. CeWe Color jedenfalls wies die Vorwürfe sofort als „absurd“ zurück, verwies auf den im fraglichen Zeitraum deutlich steigenden Aktienkurs und stellte unter Bezugnahme auf die Ende Januar und im Februar herausgegebenen Mitteilungen dar, dass Erkenntnisse des Vorstandes über kursrelevante Ereignisse und Maßnahmen vorschriftsmäßig veröffentlicht worden seien.

Nachdem bereits der Handelsblatt-Artikel vom 18. April deutliche Sympathie für Freitag erkennen ließ und CeWe-Chef Dr. Rolf Hollander eindeutig besetzte Begriffe wie „Endsieg“ in den Mund legte, setzte Autor Iwersen am nächsten Tag noch einmal nach. Dort verlor er allerdings völlig die Distanz zu den Ereignissen und schrieb, das Handelsblatt habe am Tag zuvor berichtet, Hollander und Rothärmel hätten offensichtlich rechtswidrige Absprachen zur Kursmanipulation getroffen. CeWe Color mahnte die Düsseldorfer Wirtschaftszeitung daraufhin ab: Das Handelsblatt musste eine Unterlassungserklärung unterschreiben.





*In entspannten
Gesprächen mit
der Presse nach
dem Sieg:
Hubert
Rothärmel
(Bild links) und
Dr. Rolf
Hollander
(Bild unten).*

worden sind. Die Schwierigkeiten in Frankreich, erklärt der CeWe-Chef, seien im wesentlichen durch Probleme bei einem Großkunden entstanden. Dieser Kunde ist die französische Einzelhandelskette Photo Station, die im Jahr 2003 pikanterweise von amerikanischen Finanzinvestoren übernommen worden ist. Anschließend wurde die bis dahin erfolgreiche Strategie des Unternehmens drastisch geändert – am Ende musste Photo Station im Jahr 2005 Insolvenz anmelden. Das habe massive Umsatzverluste für CeWe Color zur Folge gehabt, erläutert Hollander und erklärt die Maßnahmen des Managements, um die Situation zu verbessern. In diesem Jahr, verspricht der CeWe Vorstandsvorsitzende den Aktionären, rechne man nach dem Gewinn großer Kunden, darunter Kodak und der Einzelhandelsgigant Carrefour, in Frankreich zumindest mit einer schwarzen Null.

Auch die anderen Vorstandsmitglieder stellen das Licht von CeWe Color nicht unter den Scheffel, erläutern die Zusammenarbeit mit wichtigen Partnern wie Nokia und Microsoft, den Erfolg mit dem CeWe Fotobuch und neuen Bildprodukten, die Stärken der Bilanz und die Ergebnisse der Marketing-Aktivitäten. Die Umstellung von



der analogen in die digitale Welt sei gut verlaufen, resümiert Hollander und verspricht den Aktionären, CeWe Color werde bis 2012 ein Umsatzvolumen von deutlich über 500 Millionen Euro erreichen – „und das zum

allergrößten Teil mit Digitalprodukten, die eine bessere Marge versprechen.“ Um das zu erreichen, brauche man Investitionen, betont der CeWe-Chef und erteilt damit Forderungen nach einer Sonderdividende nochmals eine Absage.

Harte Debatte

Anschließend eröffnet Hubert Rothärmel die Generaldebatte zu allen Tagesordnungspunkten. Dazu gehören: die Feststellung der Dividende von 1,20 Euro pro Aktie (die Hedge Fonds hatten eine Sonderdividende von fünf Euro gefordert), die Einzelentlastung der Mitglieder des Aufsichtsrates und des Vorstandes, die Neuwahl von vier Aufsichtsratsmitgliedern, die Änderung der Satzung, die Ermächtigung der Gesellschaft zum Erwerb weiterer eigener Aktien, die Abstimmung über das Vertrauen in den derzeitigen Vorstand und die Bestellung der Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2007.

Der Start ist eher verhalten, der Ton sachlich: Aktionäre erkennen die operative Arbeit des Vorstands an und beklagen, dass die Auseinandersetzung zwischen Verwaltung und Hedge Fonds dem Unternehmen geschadet habe und es über Gebühr belaste. Es sei Zeit, wieder an den

Dr. Rolf Hollander: Blick nach vorn

Mit großer Zufriedenheit kommentierte CeWe Vorstands-Chef Dr. Rolf Hollander nach der Hauptversammlung gegenüber imaging+foto-contact das Ergebnis: „Alle Mitarbeiter von CeWe Color sind erleichtert und froh, dass wir jetzt für fünf Jahre Stabilität im Aufsichtsrat haben. Das gibt uns die Sicherheit, die wir brauchen, um unser Geschäft positiv weiterzuentwickeln.“ Rechtliche Schritte der unterlegenen Hedge Fonds fürchtete Hollander dabei nicht: „Wir haben die Hauptversammlung sorgfältig vorbereitet und genau nach den entsprechenden gesetzlichen Vorschriften durchgeführt. Deshalb gibt es keinen Anlass zu juristischen Schritten, und ich gehe davon aus, dass sich die Hedge Fonds als faire Verlierer erweisen.“

Verhandlungstisch zurückzukehren, erklärt der Sprecher einer Aktionärsvereinigung.

Dass dies leichter gesagt als getan ist, zeigt dann der Auftritt von Sebastian Freitag, Chef der Investment-Bank Freitag & Co. und Berater des Hedge Fonds MarCap.

Sichtlich nervös, bombardiert Freitag den Vorstand mit Fragen und zitiert ausführlich aus einem angeblich abgehörten Telefongespräch zwischen Hubert Rothärmel und Dr. Rolf Hollander, um seinen Vorwurf der versuchten Kursmanipulation zu belegen. Hubert Rothärmel unterbricht an dieser Stelle kurz, um zu bemerken, man dulde zwar dieses Vorgehen, das sei aber nicht so zu verstehen, dass man es billige. Der Ruf eines Aktionäres „Wir wollen das nicht hören!“ wird von anderen Versammlungsteilnehmern aufgegriffen: „Aufhören, aufhören“ tönt es durch die EWE Arena. Mit demon-



Mit einem demonstrativen „Ja“ hatte CeWe Color rund um die Hauptversammlung in Oldenburg massiv plakatiert. Die Zustimmung bezog sich natürlich auf das erfolgreiche CeWe Fotobuch.

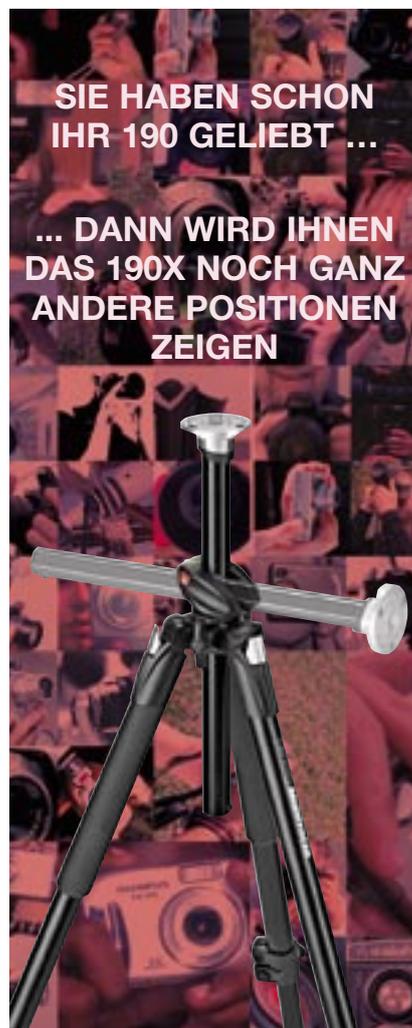
strativer Gelassenheit bittet Hubert Rothärmel darum, Sebastian Freitag ungestört fortfahren zu lassen. Am Ende hat der MarCap Berater 78 Fragen an den Vorstand gestellt.

Nach weiteren Wortmeldungen unabhängiger Aktionäre dann der Auftritt eines weiteren MarCap Vertreters, Albrecht Münch. Erneut prasseln rund 80 Fragen auf den Vorstand nieder, die meisten davon gleichen denen von Sebastian Freitag wie ein Ei dem anderen. Das kommt bei vielen Aktionären nicht gut an.

Unter starkem Beifall stellt ein Redner fest: „Wenn Herr Freitag hier 78 Fragen an den Vorstand stellt, von denen er die meisten im Vorfeld leicht hätte klären können, dann ist das unprofessionell. Wenn Herr Münch aber eine halbe Stunde später zahlreiche dieser Fragen hier wörtlich wiederholt, dann ist das eine demonstrative Respektlosigkeit gegenüber den anderen Aktionären.“

Die Debatte gewinnt an Fahrt, aber nicht an Polemik – es bleibt weitgehend sachlich. Aktionärsvertreter kritisieren das Vorgehen der Hedge Fonds, stellen manipulierte Aussagen zur Wettbewerbsposition von CeWe Color richtig und sprechen dem Vorstand das Vertrauen aus. Kritische Fragen an die Verwaltung bleiben dabei nicht aus – sie beziehen sich vor allem auf die Unternehmensstruktur und die Rolle der Stiftung.

Zwischendurch beantworten Vorstand und Aufsichtsrat mit demonstrativer Ruhe und Gelassenheit die Fragenflut der Hedge Fonds und weisen dabei die erhobenen Vorwürfe erneut zurück, weigern sich aber in bezug auf das abgehörte Telefongespräch, schwebende Verfahren zu kommentieren. Der Tag wird lang und länger. Hubert Rothärmel begrenzt die Redezeit der noch auf der Liste stehenden



Die Beziehung zwischen Manfrotto und der Fotografie dient der Verbesserung Ihrer Performance als Fotograf. Es gibt grenzenlose Möglichkeiten sowohl bei Stativ-Positionen als auch hinsichtlich einer Verbesserung in Schnelligkeit, Stabilität und Kompaktheit...

Das neue 190X wird Ihrem Streben nach fotografischem Vergnügen gerecht.

190X

**ZWANZIG JAHRE SPÄTER,
DIE REVOLUTION GEHT WEITER.**



Manfrotto

Bogen Imaging GmbH •
51149 Köln • Tel. +49-2203-93960 •
www.bogenimaging.de



Stuhl gesichert: CeWe Color Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander

Aktionäre auf jeweils 10 Minuten. Gegen 18.30 Uhr scheint das Schlimmste überstanden; es gibt keine Wortmeldungen mehr.

Vor der Schließung der Rednerliste allerdings reklamieren Freitag und Münch einige Dutzend Fragen, die ihrer Meinung nach nicht oder nur unzureichend beantwortet worden sind und listen diese noch einmal auf.

Hubert Rothärmel unterbricht die Sitzung für eine halbe Stunde, um die Antworten vorbereiten zu lassen. Im Foyer gibt es kalte Getränke und lauwarme Würstchen.

Gegen 19.00 Uhr geht es weiter. Erneut kommt eine Antwort nach der anderen vom Podium. Unter anderem erläutert Hubert Rothärmel in Ruhe und Gelassenheit den Zweck von mehreren Dienstreisen, für die neben

Die zweite Runde

den Flugtickets Kosten von rund 750 Euro angefallen sind. Als Freitag und Münch wiederum zum Rednerpult gehen, um weitere Antworten einzufordern, regt sich Unruhe im Saal.

„Schluss jetzt! Wir wollen fertig werden!“ sind noch die mildereren Ausrufe, die man hört. Nachdem auch eine weitere Antwort-Runde keine Zufriedenheit bei Freitag und Münch

erzeugt, kürzt Hubert Rothärmel die Sache ab und bittet die beiden Hedge-Fond-Vertreter, die ihrer Ansicht nach nicht oder nur unzureichend beantworteten Fragen beim anwesenden Notar zu Protokoll zu geben. Endlich ist die Debatte zu

Ende, die Abstimmung beginnt. Gegen 20.45 Uhr sind die Stimmkarten eingesammelt. Jetzt bleibt erst einmal nur noch Warten.

Deutliche Mehrheit für die Verwaltung

Aus der ursprünglich guten halben Stunde für die automatische Stimmenauszählung wird eine ganze: Die Verwaltung will offensichtlich sichergehen, dass keine Fehler gemacht werden. Um 21.45 Uhr gibt Hubert Rothärmel das Abstimmungsergebnis bekannt: Gut 87 Prozent des Stammkapitals waren bei der Abstimmung noch vertreten. Das sind rund 6,4 Millionen Aktien.

Als erstes kommt das Ergebnis zum Dividendenvorschlag: 84,4 Prozent, das ist mehr als glatt. Dann folgt die Entlastung der Vorstandsmitglieder: Fast 59 Prozent für Dr. Rolf Hollander, Andreas F.L. Heydemann und Micha-



Bei seiner Ankunft war der amerikanische Investor Guy Wyser-Pratte sofort von zahlreichen Journalisten umlagert.

el Wefers, das ist ein Vorsprung von rund 1,1 Millionen Stimmen. Applaus brandet auf. Das Ende letzten Jahres ausgeschiedene Vorstandsmitglied Wulf-D. Schmidt-Sacht – nicht mehr involviert in die harte Auseinandersetzung der letzten Wochen – erhält sogar 74,1 Prozent.

Die anschließende Entlastung des Aufsichtsrates erfolgt mit ähnlichen Stimmverhältnissen wie die des Vorstandes. In der absoluten Zahl der Stimmen muss lediglich der am 8. Februar 2007 zurückgetretene Sebastian Freitag Abstriche machen – ihm erteilen zwar auch 59 Prozent der abstimmenden Aktionäre Entlastung, aber fast eine Million Stimmen sind nicht vertreten, so dass er am Ende mit über 500.000 weniger Ja-Stimmen herauskommt als der restliche Aufsichtsrat.

Dann das Ergebnis der Neuwahl von vier Aufsichtsratsmitgliedern. Die bisherigen Inhaber dieser Positionen, Prof. Dr. Hans-Jürgen Appelrath, Dr. Manfred Bodin, Hartmut Fromm und Dr. Fritz Kröger, stehen auf Vorschlag der Verwaltung und der Erbgemeinschaft wieder zur Wahl. Die Erbgemeinschaft hat zudem mit Prof. Dr. Michael Pätsch einen Ersatzkandidaten benannt, der im Falle des Ausscheidens eines der vier Aufsichtsratsmitglieder nachrückt. Dieser Antrag wird vorgezogen und von den Aktionären mit Mehrheiten von 57 bis 58 Prozent für die einzelnen Kandidaten angenommen.

Damit haben sich die Gegenanträge von MarCap für die Tagesordnungspunkte 3, 4 und 5 erledigt. Die Hedge Fonds haben verloren – das Klima wird spürbar entspannter.

Aber es bleibt noch spannend, denn der Tagesordnungspunkt 6 ist für die Zukunft von CeWe Color auch sehr

wichtig. Es geht um eine Satzungsänderung, die sich auf den ersten Blick nach reiner Routine anhört. Auf Vorschlag der Verwaltung soll unter anderem der Paragraph 3.3.1 wie folgt neu gefasst werden: „Für die Beschlüsse der Hauptversammlung gelten die gesetzlichen Bestimmungen.“ Diese harmlose Formulierung hat entscheidende Konsequenzen: Bislang sah die Satzung der CeWe Color Holding AG vor, dass einzelne Aufsichtsratsmitglieder mit einer Mehrheit von 50 Prozent plus einer Stimme von der Hauptversammlung abgewählt werden können. Die gesetzlichen Bestimmungen in Deutschland sehen aber dafür eine Mehrheit von 75 Prozent plus einer Stimme vor. Da der Hauptaktionär von CeWe Color, die Erbgemeinschaft Heinz Neumüller, über einen Anteil von 27,1 Prozent verfügt, bedeutet das: Der Aufsichtsrat ist für seine fünfjährige Amtsperiode abgesichert, solange die Erbgemeinschaft hinter ihm steht. Mit einer Mehrheit von 53,8 Prozent wird dieser Antrag angenommen.

Anschließend geht es schnell: 90 Prozent stimmen der Ermächtigung der Gesellschaft zu, eigene Aktien zurückzukaufen. 56,9 Prozent sprechen dem Vorstand ausdrücklich das Vertrauen aus, und die Wahl der Abschlussprüfer ist mit über 70 Prozent Zustimmung auch eine sichere Sache.

Unter dem Beifall des Auditoriums und nach dem Dank von Vorstand und Aufsichtsrat für das ausgesprochene Vertrauen schließt eine historische Hauptversammlung von CeWe Color. Es ist 22.04 Uhr.





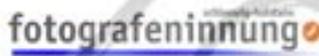
PHOTO+
MEDIENFORUM
KIEL

STIPENDIUM!

Für was?
Externe Vorbereitung auf die
Gesellenprüfung zum Fotografen

Wann?
13. August 2007 - Januar 2010

Von wem?




Two Visions. Our Future.




Wo gibt's Infos?
 www.photomedienforum.de
 oder direkt beim
PHOTO+ MEDIENFORUM KIEL
 Feldstr. 9-11, 24105 Kiel
 Tel.: 0431/ 57 97 0 0
 mail@photomedienforum.de

Noch Plätze frei!



Vorsprung im Lager

Walther Rahmen und Alben steigert Effizienz

Das Zusammentragen einer Bestellung unterschiedlicher Bilderahmen und Alben anhand einer Papierliste ist für die Lagermitarbeiter ein aufwendiger Prozess. Fehler sind beinahe systemimmanent und verärgern die betroffenen Händler. Optimale Ergebnisse erzielen die Mitarbeiter, wenn sie beide Hände frei haben und sich voll auf die eigentliche Kommissionierung konzentrieren können. Walther Rahmen und Alben setzt deshalb seit geraumer Zeit erfolgreich auf die sprachgesteuerte Kommissionierung (Pick by Voice).

Rund 9.000 Quadratmeter ist das Lager des Unternehmens groß, das seinen Sitz in Kaldenkirchen an der deutsch-niederländischen Grenze hat. Um auf dieser Fläche stets die richtigen, vom Kunden bestellten Artikel zu finden, vertrauen die IT-Spezialisten von Walther Rahmen und Alben auf die Lösung topSPEECH-Lydia, die von der topsystem Systemhaus GmbH aus Würselen bei Aachen entwickelt wurde. Diese Lösung stellt laut Anbieter das zur Zeit einzige Hardware-unabhängige „Pick by Voice“-System weltweit dar. Als sprachbasiertes System befreit topSPEECH-Lydia den Mitarbeiter von überflüssigen Arbeitsschritten wie dem Hantieren mit Papierzetteln oder Barcodegeräten. Die bisherige Ausgabe schriftlicher Anweisungen wird durch die Ausgabe eines Sprachkom-



Kommissioniererin Gabriele Knorre in Aktion

mandos auf den Kopfhörer ersetzt. Die übliche Datenerfassung erfolgt nicht über Tastatur oder Scanner, sondern über die Spracheingabe des Mitarbeiters in das Mikrofon. Die Lageristen von Walther Rahmen und Alben nutzen das innovative System mit einem Headset und einem PDA, der an ihrer Gürteltasche befestigt ist. Das Lagerverwaltungssystem generiert die Kommissionieraufträge und überträgt sie per Breitbandfunk an den mobilen Computer. Dort wird

der Auftrag verarbeitet und in eine Sprachausgabe umgewandelt. Der Kommissionierer hört die Pick-Anweisung über seine Kopfhörer und bestätigt den jeweiligen Arbeitsschritt ins Mikrofon. Diese Vorgehensweise setzt eine hohe Funktionalität der Software voraus. Die Lösung aus dem Hause topsystem erfüllt diese Ansprüche, wie Walther IT Leiter Oliver Jordans bestätigt. Sie berücksichtigt bereits nach kurzer Sprechprobe die individuellen sprachlichen Eigenarten des Kommissionierers.

„Ziel unseres Pick by Voice Projekts war es, nicht nur das Kommissionieren zu beschleunigen, sondern vor allem die Zufriedenheit unserer Kunden weiter zu erhöhen. Darüber hinaus ist es uns gelungen, durch Vermeidung von Fehlern und automatisierte Belegerstellung deutlich Kosten zu reduzieren“, resümiert Jordans. Und Logistikleiter Michael Theven ergänzt: „Mit Hilfe der sprachgesteuerten Kommissionierung konnten wir eine deutliche Leistungssteigerung erreichen. Das verkürzt die Lieferzeiten im Sinne der Händler.“

Aufgrund der guten Projekterfahrung planen die Verantwortlichen bei „Walther Rahmen und Alben“ bereits die nächste Ausbaustufe. Um die Lieferbereitschaft weiter zu erhöhen, soll ein intelligentes Staplerleitsystem das Walther Logistikzentrum optimal nutzbar machen.

Sonnen- und Sichtschutz für Notebooks

Think Tank Photo hat den Pixel Sunscreen vorgestellt, der Notebooks Schatten spendet und die Arbeit an LCD-Monitoren bei Sonnen- oder Lichteinstrahlung vereinfacht. Das Produkt, das den Endkunden 69 Euro kosten soll und das in Deutschland und Europa vom Distributor Isarfoto Bothe GmbH, Münchner Str. 1, 82057 Icking, Telefon 08178/1311, angeboten wird, wendet sich vor allem an Outdoor-Fotografen. Sie können ihre Aufnahmen damit bei Fotoshootings auch unter ungünstigen Lichtverhältnissen optimal beurteilen. Sicher untergebracht wie in einem kleinen Zelt, wird der mobile Computer zusätzlich auch noch vor Wind und Staub geschützt. Auch für diejenigen Notebook-Nutzer, die ihren Monitorinhalt vor neugierigen Blicken schützen wollen, empfiehlt sich der Pixel Sunscreen. In geschlossenem Zustand ist



der Sonnen- und Sichtschutz 1,3 Zentimeter dick. Aufgebaut bietet er Platz für Notebooks mit einer maximalen Bildschirmdiagonale von 15 Zoll.

Novoflex stellt neues Photo-Survival-Kit vor

Mit seinem neuen Photo-Survival-Kit richtet sich Novoflex an Fotografen und Videofilmer, denen ein großes Stativ in gewissen Situationen zu schwer oder zu unhandlich ist. Das Survival-Kit wiegt

nur 600 Gramm und beansprucht in der Fototasche wenig Platz. Dank seines durchdachten Konzeptes wird das Survival-Kit unterschiedlichsten Aufnahmesituationen gerecht.

Das Stativset besteht aus: einem Mini-Dreibeinstativ für ebene Untergründe, einem Saugstativ zum Festsaugen an bzw. auf glatten Flächen, einem Erdnagel zum Fixieren in unwegsamem Gelände, einer 42-mm-Universalklemme zum Befestigen an Türen, Platten, Zäunen, Ästen und vielem mehr, einem Kugelkopf, der Kameras und Ausrüstungen bis zu einem Gewicht von drei Kilogramm trägt, einer Kunststoffklammer zum Halten von Fotohandys, Aufhellscheiben oder für zu fotografierende Objekte, einer 15 cm langen Verlängerungsstange, die jede Stativvariante verlängert und mit jedem Setteil kompatibel ist, und einer Tasche, in der sich das komplette Stativset verstauen lässt. Unverbindliche Preisempfehlung: 119 Euro.

Mehr Innovation. Mehr Business. Mehr IFA.

Entdecken Sie mehr als jemals zuvor. Erleben Sie die neuesten Produkte der internationalen und deutschen Hersteller und lassen Sie sich von den aktuellen Themen und Trends auf der weltweit größten Messe für Consumer Electronics inspirieren. Hier haben Sie den besten Überblick. **Auf der IFA 2007.**



Berlin, 31. August – 5. September 2007

www.ifa-berlin.de

Die Kunden ansprechen

Photo Porst Nippes verkauft erfolgreich TK

Photo Porst Nippes gehört zu den etablierten Geschäften des Kölner Stadtteils Nippes, die schon seit Jahrzehnten zu den bevorzugten Anlaufstellen der (Stamm-)Kundschaft in Sachen Fotografie und Consumer Electronics gehören. Anfang des Jahres hat Inhaber Dieter Jennes das Sortiment um einen weiteren Baustein erweitert: Produkte und Dienstleistungen aus dem Mobilfunk und der Festnetz-Telefonie.

Ein Schritt, dessen Erfolg schon nach gut drei Monaten absehbar ist. „Obwohl wir noch in der Aufbauphase der Tk-Abteilung sind, brummt das Geschäft schon gewaltig“, sagte Abteilungsleiter Matthias Bertram im Gespräch mit *imaging+foto-contact*. Verantwortlich für die positive Resonanz der Kunden sind laut Bertram vor allem zwei Dinge: Zum einen die Partnerschaft mit dem Telekommunikationsanbieter The Phone House aus Münster, zum anderen die offensive Ansprache des Kunden durch Werbung und im direkten Verkaufsgespräch am Point of Sale.

„Bevor wir den Bereich Telekommunikation in das Portfolio des Fotofachgeschäftes integriert haben, haben wir bereits neun Jahre lang einen Netzbetreibershop in der Nähe betrieben, den wir dann aber geschlossen haben“, so Bertram. Mit der Übernahme der Tk-Aktivitäten in



Schon bei der Schaufenstergestaltung lässt Photo Porst Nippes keinen Zweifel daran, dass Telekommunikationsprodukte einen wichtigen Bestandteil des Sortiments darstellen.

die Photo Porst Filiale an der Neusser Straße 205 in Köln habe man sich auch nach einem neuen Partner aus der Tk-Branche umgesehen. Dafür gab es zwei Gründe: „Unser vorheriger Partner war einer der großen

Netzbetreiber, aber dessen Stärke waren weder Schnelligkeit noch flexibles Reagieren auf sich ändernde Marktsituationen. Es fehlten einfach Angebote, die bei anderen Anbietern zu haben waren, so dass wir nach und nach immer mehr unserer Stammkunden verloren haben.“

Neuer Tk-Partner

Mit dem Neuaufbau der Tk-Abteilung entschied man sich bei Photo Porst Nippes, sich nicht mehr auf einen einzigen Netzbetreiber zu beschränken, sondern einen unabhängigen Service Provider als neuen Partner zu wählen. Nachdem man sich über die einzelnen Unternehmen informiert hatte, fiel die Wahl schließlich auf The Phone House. Eine Entscheidung, die sich aus der Sicht Bertrams vom ersten Augenblick an ausgezahlt hat: „Wichtigstes Kriterium für uns ist, dass wir



Auch beim Festnetz ist das Unternehmen hervorragend aufgestellt.

uns jetzt nicht mehr nur auf ein Mobilfunknetz beschränken müssen, sondern für jeden Kunden das optimale Angebot aus allen vier deutschen Netzen auswählen können.“ Zusätzlich kann Photo Porst Nippes seinen Kunden jetzt auch Festnetzangebote von T-Com und Arcor anbieten, so dass das Geschäft sich zum Alles-aus-einer-Hand-Anbieter für seine Kundschaft entwickelt hat.

Aber es sprechen auch noch weitere Gründe für The Phone House: „Das Unternehmen ist deutlich flexibler und viel besser auf die Bedürfnisse von Händlern unserer Größe eingestellt“, meinte Bertram. So habe die Zusammenarbeit vom ersten Tag an optimal funktioniert, und die wenigen Probleme, die sich zu Beginn einer Partnerschaft nicht vermeiden lassen, wurden stets schnell gelöst. Auch die Unterstützung durch den Außendienst von The Phone House funktioniert nach Bertrams Worten deutlich besser als mit dem vorherigen Partner. Schließlich profitiere The Phone House als Tochterunternehmen eines europaweit agierenden Mutterkonzerns von

dessen Marktüberblick und Einkaufsmacht. Bertram: „Dies wirkt sich unmittelbar auf die Tarife und Produkte aus. Bei The Phone House finden wir für jeden Kunden das optimale Produkt, wie immer dessen Wünsche auch sind.“ So könne man mit dem neuen Tk-Partner die eigene Kompetenz als Tarifoptimierer klar nach außen darstellen.

Aktiv werden

Doch trotz der neuen Möglichkeiten ist das Tk-Geschäft nicht zu hundert Prozent ein Selbstläufer, „aber wir bekommen oft positive Resonanz, wenn wir selbst aktiv werden und die Kunden direkt auf das Angebot hinweisen“, erläuterte Bertram. Anlässe zu einem solchen Gespräch ließen sich immer finden. Idealerweise werden Kunden, die auf die Entwicklung ihrer Pass- oder Bewerbungsfotos warten, auf ihr Interesse an einem Tk-Produkt angesprochen. Aber auch in anderen Verkaufssituationen lässt sich das Gespräch auf das Thema Telekommunikation lenken.

„Es gibt beispielsweise eine bestimmte, zumeist eher jüngere Zielgruppe, die im Beratungsgespräch die Vorteile eines gut ausgestatteten Kamera- oder Multimediahandys erkennt und ein solches Produkt durchaus als Alternative zu einer kompakten Digitalkamera ansieht, und auch die Käufer von digitalen Spiegelreflexkameras, die mit großen



Unübersehbar weist auch die Dekoration im Inneren des Geschäftes die Kunden auf die Partnerschaft mit The Phone House hin.



Matthias Bertram (l.) leitet die Tk-Abteilung bei Photo Porst Nippes.

Bilddateien arbeiten, stünden den Vorteilen eines schnellen DSL-Festnetzanschlusses aufgeschlossen gegenüber, wenn sie planen, Bilddienstleistungen online zu bestellen oder ihre Fotos in einer Internet-Galerie zu präsentieren. Bertram: „Wir gehören hier in der Gegend außerdem zu den Spezialisten in Sachen Plasma- und LCD-TV. Und auch Interessenten für diese Produkte sind in der Regel ansprechbar für Themen wie Internet-TV oder Online-Video.“

Unterstützt wird die Präsentation des Tk-Bereichs darüber hinaus durch Schaufenstergestaltung und Ladendekoration. So dürfte es kaum ein Kunde schaffen, sich dem Geschäft zu nähern oder es zu betreten, ohne durch die ausgestellten Geräte oder entsprechende Poster und Aufkleber auf den Bereich Telekommunikation aufmerksam gemacht zu werden.

Wachsendes Segment

Duttenhofer liefert auch Kamerahandys

„Einerseits sind die Zeiten endgültig vorbei, in denen der Fotohandel das Thema Telekommunikation, oder genauer gesagt Fotohandys, ignorieren konnte“, stellte Walter Dürr, Vertriebsleiter Duttenhofer Großhandel (DGH), im Gespräch mit *imaging+foto-contact* fest. „Aber andererseits war es noch niemals so einfach wie heute, Mobiltelefone mit Kamerafunktion in das Sortiment zu integrieren und sie zu verkaufen, wie über Jahrzehnte von anderen Fotoprodukten her gewohnt.“

Die positive Einschätzung der gegenwärtigen Situation beruht laut Dürr auf drei Säulen. So hat sich die Kameratechnik, die in die Handys integriert wird, in den vergangenen Monaten so schnell weiterentwickelt, dass Geräte mit mindestens drei Megapixeln inzwischen zum Standard geworden sind, während erste Produkte der Drei- und Fünf-Megapixel-Klasse zeigten, in welche Richtung die Entwicklung auch in dieser Branche gehe. „Wenn man dann noch in Betracht zieht, dass sich traditionsreiche Fotohersteller wie Carl Zeiss in diesem Bereich engagieren, dass die Bildverarbeitungssoftware in den Handys immer besser wird und dass Mobiltelefone dank ihrer zahlreichen Möglichkeiten zur Übertragung der Bilddaten an Computer, in Internetgalerien oder zu Fotokiosken den Kameras technisch überlegen sind, dann darf man sich zu Recht die Frage stellen, wie lange es in diesem Segment noch ‚Stand-alone-Kameras‘ im unteren Preis- und Ausstattungssegment geben wird, deren Verkauf sich für Fotohändler lohnt.“

Der klassische Fotohandel müsse sich deshalb jetzt darauf konzentrieren,

das verschwindende Marktsegment durch andere Produkte zu ersetzen, um nicht den Anschluss zu verlieren. Dürr: „Für mich steht fest, dass Kamerahandys in naher Zukunft die einfachen Digitalkameras ersetzen werden, so wie das auch Handyhersteller wie Nokia schon seit geraumer Zeit vorhersagen. Und da muss sich der



Walter Dürr

Fotohandel die Frage stellen, ob er dieses Feld anderen Branchen und Vertriebskanälen überlassen will.“

Außerdem sei das Geschäft mit Fotohandys nicht mehr zwangsläufig auch mit dem Geschäft mit Mobilfunkverträgen verbunden. „Die immer üppigere Ausstattung und die extrem kurzen Produktzyklen wecken Begehr-

lichkeiten“, meinte Dürr. „Deshalb wollen viele Mobiltelefonierer heutzutage nicht mehr warten, bis ihr Vertrag abläuft, um sich ein neues Handy zu kaufen, sondern viele Kunden sind bereit, Geld auch für ein neues, nicht subventioniertes Handy auszugeben.“ Hier liege eine große Chance für den Fotohandel, der beginnen müsse, Fotohandys als ganz normales Bildaufnahmegerät zu betrachten.

Unkomplizierte Beratung

Aber auch für diejenigen Fotohändler, die sich des Themas nicht annehmen wollen, weil sie der Meinung seien, Handys und Mobilfunkverträge könnten nicht voneinander getrennt werden, sei das Geschäft einfacher geworden. Dürr: „Dank der alternativen Anbieter, der für den Markt immer wichtigeren Flatrates für Telefonie und Datenversand und der bei allen Mobilfunkanbietern erhältlichen Tarifübersichten ist die Beratung deutlich unkomplizierter geworden.“ So könne jeder, dem das Vertragsgeschäft selbst als zu schwierig erscheine, zumindest durch den Hinweis auf die inzwischen sehr einfachen Tarifstrukturen seine Kompetenz im Verkaufsgespräch unter Beweis stellen.

Sicherlich sei die Qualität der Handybilder nicht immer mit dem vergleichbar, was engagierte Amateure oder gar Profis zufriedenstelle, „aber“, so Dürr, „der Spaßgedanke, die Freude an bildgewordenen Erinnerungen, muss einfach wieder mehr in den Mittelpunkt rücken.“ Der Erfolg der



Auch das Nokia N95 ist bei DGH zu haben.

i-zone-Kamera von Polaroid habe vor einigen Jahren bewiesen, wie wichtig den Menschen die reine Freude am Bild sei.

Funktionsvielfalt

Zudem dürfe die Bedeutung der Funktionsvielfalt moderner Handys nicht unterschätzt werden. „Mobiltelefone dienen schon lange nicht mehr nur zum Telefonieren“, betonte Dürr. „Mit ihnen lassen sich Kontakte und Termine organisieren, man kann mit ihnen Musik hören, Fotos und Videos aufnehmen und ansehen, E-Mails schreiben und empfangen oder mobiles Fernsehen anschauen, und beim neuen Nokia N95 ist sogar die Navi-

gation schon eingebaut.“ Dieser Funktionsumfang ist nach Dürrs Ansicht eines der wichtigsten Verkaufsargumente am Point of Sale, „und das“, so der DGH-Vertriebsleiter, „nicht nur, weil der Kunde für all diese integrierten Funktionen deutlich weniger zu bezahlen hat, als er zahlen müsste, wenn er sämtliche Funktionen in einzelnen Geräten haben wollte, sondern auch, weil das Handy neben dem Schlüsselbund für die meisten Menschen zu einem nicht mehr wegzudenkenden Bestandteil des Lebens geworden ist.“ Vergesse man eine Kamera oder einen MP3-Player, bedaure man zwar das Nichtvorhandensein, empfinde aber keinen Schmerz. Anders verhalte es sich dagegen bei einem Mobiltelefon. „Wenn Sie Ihr Handy vergessen haben, dann drehen Sie um und holen es“, sagte Dürr.

40 Modelle gelistet

Um auch beim Geschäft mit Mobiltelefonen ein kompetenter Partner des Fotohandels zu sein, hat DGH inzwischen rund 40 Handymodelle gelistet, die von den Partnern wie jedes andere Produkt auch abgerufen wer-

den können. „Wir sehen, dass bei unseren Handelspartnern vor allem zwei Produktkategorien besonders gut ankommen“, erläuterte Dürr, „zum einen die niedrigpreisigen Modelle mit Einkaufspreisen um 30/35 Euro und zum anderen die Geräte der oberen Preisskala.“ Viele Händler nutzten inzwischen die preiswerten Handys, um in das Geschäft einzusteigen und sich nach und nach eine Stammkundschaft aufzubauen, die dann auch auf teurere Produkte umsteige. Nicht zu unterschätzen seien darüber hinaus die Möglichkeiten, über den Verkauf von Zubehör zusätzlichen Ertrag zu erzielen. „Wie beim Kameraverkauf steht hier bei uns ein breites Spektrum an Produkten zur Verfügung, von der Speicherkarte über Tasche und Headset bis zu Autoladekabel und Freisprecheinrichtung“, führte Dürr aus. „Und beim Zubehöerverkauf ist der Fotohandel dem Tkhandel derzeit ohne Zweifel noch deutlich überlegen.“

Verkaufsunterstützung

Um den Verkauf von Fotohandys zu unterstützen, hält DGH für die Händler ein umfangreiches Angebot an Werbe- und Vkf-Materialien bereit. Hier reicht das Angebot von allge-



Der DGH Produktberater listet über 40 Handymodelle mit dem entsprechenden Zubehör auf.

mein gehaltenen Postern bis zu Kampagnenmotiven, bei denen bestimmte Produkte im Mittelpunkt stehen. „Und im Rahmen des DGH Plus Programms haben die Händler natürlich auch Zugriff auf unseren Online-Produktberater, der nicht nur die Geräte selbst darstellt, sondern auch das passende Zubehör auflistet und dem Händler die Möglichkeit gibt, dem Kunden direkt vor Ort ein passendes Angebot zu machen.“

Philips Digital PhotoFrame in begrenzter Stückzahl

Als Geschenkidee (nicht nur zum Muttertag) hat Philips seinen Digital PhotoFrame in einer limitierten Auflage vorgestellt. Auf dem hochauflösenden 18 cm LC-Display lassen sich alle Arten von Fotos im Einzelbild- oder Diashowmodus darstellen. Die limitierte Auflage des Philips PhotoFrame ist mit neuem Blumendekor sowie drei weiteren austauschbaren Rahmen erhältlich. Fotos werden direkt von allen gängigen Speicherkarten oder per USB-Kabel vom Computer auf den Digitalrahmen geladen. Zusätzlich lassen sich bis zu 80 Bilder im internen Speicher able-



gen. Sämtliche Fotos und Alben lassen sich einzeln, als kleine Vorschaubilder oder in einer Diashow betrachten. Das Bildschirm-Menü ist durch eine einfache One-Click-Steuerung zu bedienen, um das Heraufladen von Bildern auf den Digital PhotoFrame leicht zu bewerkstelligen. Die Bildauflösung (800 x 480 Pixel) erlaubt es, Bilder mit der Farbbrillanz und -schärfe einer professionellen Fotografie eindrucksvoll darzustellen. Beim Betrachten der Digitalfotos können Nutzer zwischen den Modi „Landschaft“ oder „Porträt“ wählen, um jedes Bild dem Aufnahmeformat entsprechend zu präsentieren. Der Digital PhotoFrame wird von einer integrierten, wiederaufladbaren Batterie gespeist. Das Gerät soll 229,00 Euro (unverbindliche Preisempfehlung) kosten und ab Mai verfügbar sein.

Inkjet-Papiere von Sihl für das digitale Scrapbooking

Sihl hat neue Scrapbook-Papiere ins Sortiment aufgenommen. Die Sihl Medien verwenden laut Hersteller nur hochwertiges Basismaterial und zeichnen sich durch eine neuartige, matte Inkjet-Beschichtung aus, die speziell für die Bedürfnisse des Digital Scrapbooking entwickelt wurde.

So sind die Sihl Scrapbooking-Papiere beidseitig bedruckbar und dank schnell trocknender Oberfläche und einer ausgeprägten Kratzunempfindlichkeit robust in der Handhabung. Die poröse FineArt-Beschichtung sorgt zudem für Fotoausdrucke mit hoher Farbbrillanz und hoher Schwarzdichte. Die matten Sihl Scrapbooking-Papiere gibt es in drei Versionen: Das Nostalgie Scrapbook Papier DS 170 matt mit 170 g/m² Flächengewicht ist die Eco-Variante. Das struk-



turierte, holzfreie Papier empfiehlt sich mit seiner natürlichen weißen Oberfläche sowohl für Fotoanwendungen als auch für digitale Kunstdruck-Reproduktionen. Das 290 g/m² schwere Metropolitan Scrapbook Papier DS 290 matt ist ein leicht strukturiertes, naturfarbe-

nes Papier, das besonders technisch versierte Scrapbooking-Fans ansprechen soll. Im High-end Segment ist das stark strukturierte, holzfreie Baroque Scrapbook Papier DS 310 matt (310 g/m² Flächengewicht) angesiedelt. Die besonders weiche Oberfläche und ein Hadernanteil von

100 Prozent (Rag) machen es besonders für den archivfähigen Druck von schwarzweißen und farbigen Fotografien attraktiv. Alle drei neuen Sihl Scrapbook-Papiere sind sowohl mit Farbstoff- als auch mit Pigmenttinten einsetzbar.

Dicota Notebook-Umhängetasche in limitierter Auflage

Mit der neuen Umhängetasche Pep.Up Junior Mystique wendet sich Dicota vor allem an junge Notebooknutzer. Die in limitierter Auflage produzierte Tasche bietet Geräten bis 15" Platz. Die Pep.Up Junior Mystique bietet neben dem ausgefallenen Motiv alle Grundfunktionen einer zuverlässigen Notebooktasche: Das Notebook bleibt im gepolsterten Hauptfach mit Schutzklappe sicher geschützt, Dokumente, Netzteil und mobiles Zubehör finden im Nebenfach genügend Platz. In der integrierten Reißverschluss tasche auf der Vorderseite können Stifte, CD-ROMs und Handy, aber auch Geldbörse, Lippenstift, Schlüssel und andere Utensilien untergebracht werden. Weitere Unterlagen oder Zeitschriften kann man im Reißverschlussfach auf der Rückseite verstauen. Ein längenverstellbarer Tragegurt, ausgestattet mit einem rutschfesten Schulterpolster, macht diese Tasche zu einem praktischen Alltagsbegleiter und sorgt zudem für angenehmen Tragekomfort. Die detailreich verarbeitete Notebook-Tasche ist in der Farbkombination hellgrau/grau sowie in der Farbkombination braun/dunkelbraun mit dem Motiv „Mystique“ erhältlich.



Fujifilm meldet Wachstum bei Umsatz und Ertrag

Bildergeschäft bleibt wichtig

Die Fujifilm Holdings Corporation, Tokio, hat für das am 31. März 2007 beendete Geschäftsjahr ein Umsatzwachstum von 4,3 Prozent auf umgerechnet 18,67 Milliarden Euro gemeldet. Auch wenn der Geschäftsbereich Imaging Solutions einen Umsatzrückgang von 12,2 Prozent hinnehmen musste, sehe man der Zukunft in diesem Bereich zuversichtlich entgegen, erklärte dazu Helmut Rupsch, Geschäftsleiter bei Fujifilm Düsseldorf, gegenüber *imaging+foto-contact*. Dabei rechnet Fujifilm mit einer positiven Entwicklung des Bildergeschäftes.

Die Fujifilm Holdings erzielte im vergangenen Geschäftsjahr einen operativen Gewinn von umgerechnet 758,8 Millionen Euro, was einem Anstieg um 60,5 Prozent entspricht. Der Ertrag vor Steuern wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 29,7 Prozent und erreichte umgerechnet 693 Millionen Euro.

Besonders gut hat sich Fujifilm im Bereich Information Solutions entwickelt – hier legten die Umsätze um 17 Prozent zu. Das ist nach Angaben des Unternehmens vor allem der starken Nachfrage nach medizinischen Systemen, CTP-Druckplatten und Materialien für Flachbildschirme zu verdanken. Auch



*Helmut Rupsch,
Geschäftsleiter bei
Fujifilm
Düsseldorf*

der Bereich Document Solutions mit Systemen zur Bürokommunikation und Dokumentenverwaltung verzeichnete eine positive Entwicklung und wuchs um 4,6 Prozent. Im Gesamtumsatz über alle Geschäftsbereiche schnitt Europa übrigens besser ab als der Gesamtkonzern: Die Umsätze wuchsen hier um 12,6 Prozent auf 2,84 Milliarden Euro.

Mehr Fotopapier verkauft

Der Umsatz im Bereich Imaging Solutions, zu dem Digitalkameras, Speicherkarten, Fotofinishing-Dienstleistungen, Fotopapier und Film gehören, ging zwar auf umgerechnet 4,06 Milliarden Euro zurück und musste noch einmal einen operativen Verlust von umgerechnet 286,1 Millionen Euro hinnehmen, der durch Restrukturierungskosten in Höhe von mehr als 400 Millionen Euro entstand. Das Ergebnis ist aber deutlich besser als im vorigen Geschäftsjahr. Dem Markt entsprechend schrumpften die Umsätze besonders durch die sin-

kende Nachfrage nach Filmen. Dagegen konnte Fujifilm den Absatz von Fotopapier steigern. „Hier hat sich ausgezahlt, dass Fujifilm das Wachstum des digitalen Bildermarktes durch die konsequente Weiterentwicklung aller Segmente, von den Geräten über Chemie bis zu Medien und Software, stets entscheidend mitgeprägt und vorangetrieben hat“, erklärte Rupsch. „In diesem Bereich werden wir deshalb weiter investieren und nicht nur neue Frontier Modelle entwickeln, sondern auch verschiedene Ausgabe-Geräte in einem System zusammenführen. Auch die Bildbestellung über Internetportale und die Produktion in unseren Großlaboren bleiben zentraler Bestandteil unseres Angebotes.“

Dabei wolle Fujifilm seine Kerntechnologien weiterhin für innovative Lösungen für den Handel einsetzen, fuhr Rupsch fort. „Frontier ist inzwischen zum de facto Standard für Qualität und einfache Handhabung geworden und wird auch in Zukunft innovative Lösungen für die Herstellung von Bildern in höchster Qualität bieten“, betonte Rupsch. „Zusätzlich werden wir weitere Print-Lösungen mit dieser Qualität anbieten, die auch andere Drucksysteme einschließt. Unsere Image Intelligence Software und unsere große Kompetenz werden dabei ein gleichbleibend hohes Niveau sicherstellen.“

Mit seiner eindrucksvollen Bandbreite in den wichtigen Bilderherstellungstechnologien biete Fujifilm seinen Partnern hohe Planungs- und Investitionssicherheit, erklärte Rupsch. „Unser Engagement im Bildermarkt reicht vom Fotofinishing über die digitalen Frontier Minilabs und die Kiosk-Systeme bis zu Inkjet- und Thermosublimationsmaterialien für professionelle Anwendungen und den privaten Fotodruck.“

Umsatzeinbußen bei Plasma-TV-Geräten

Plasma-TV-Geräte haben sich auch in den ersten drei Monaten dieses Jahres gut verkauft. Trotzdem lagen die Umsätze für Plasma-TVs nach Angaben des US-Marktforschungsunternehmens „The NPD Group“ rund 16 Prozent niedriger als im Vergleichszeitraum 2006. Dies sei das erste Mal, dass die Einnahmen aus dem Verkauf von Plasma-TVs im Jahresvergleich niedriger ausfielen als im Vorjahr. Die Gründe liegen nach Angaben der Marktforscher im dramatischen Preisverfall bei Plasmabildschirmen. Es wurden zwar 30 Prozent mehr Geräte verkauft als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Weil jedoch die Preise um 35 Prozent gesunken sind, ergeben sich trotzdem Umsatzeinbußen. „Anders als im Marktbereich für LCD-TVs fiel die Zunahme der Verkaufszahlen bei Plasma-TVs zu gering aus, um sinkende Verkaufspreise zu kompensieren, erläuterte Ross Rubin, Direktor des Marktforschungsinstituts The NPD Group. Laut Rubin waren 42zöllige Plasmafernseher mit 107 cm Bildhöhe bei den

Konsumenten am beliebtesten, gefolgt von den deutlich teureren 50-Zoll-Geräten (127 cm Diagonale). Flachfernsehgeräte mit LCD-Technologie erreichten trotz fallender Verkaufspreise ein Umsatzplus von 58 Prozent gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum.

Epson Print Academy Pro und Hasselblad Digitale Schule

Als Partner der Hasselblad Digitale Schule unterstützt Epson mit der Epson Print Academy Profifotografen dabei, die Qualität ihrer Arbeit stetig zu verbessern. Vermittelt wird der gesamte Ablauf einer effizienten, professionellen Fotoproduktion mit Schwerpunkt Fotografie. Die Epson Print Academy Pro setzt auf das Know-how ausgewiesener Experten, um den gesamten Workflow vom Shooting bis zur Druckausgabe zu veranschaulichen. Die Teilnehmer arbeiten in Kleingruppen an praktischen Aufgaben insbesondere zu den Themen Bildverarbeitung und Druck. Durch die individuelle Betreuung lassen sich gewohnte Vorgehensweisen jedes einzelnen gut reflektieren

und nachhaltig verbessern. Besonderer Wert liegt auf den Erläuterungen zur perfekten Druckausgabe. Darüber hinaus erhalten die Teilnehmer Gelegenheit, mitgebrachte Bilddaten auf Spezialpapieren zu drucken. Die Intensiv-Schulungen der Epson Print Academy Pro finden mehrmals im Jahr in Hamburg, Düsseldorf, München, Wien, Graz und Zürich statt. Die Kosten des ganztägigen Kurses belaufen sich auf 199 Euro (zzgl. MwSt.).

An Profifotografen, die die hohen Qualitätsansprüche der Analogfotografie mit digitalen Technologien umsetzen wollen, wendet sich die Hasselblad Digitale Schule. Bei den ganztägigen Seminaren können die Teilnehmer die Möglichkeiten der neuen digitalen Kamerageneration bei einem Shooting eingehend testen. Der optimale Workflow im digitalen Fotostudio, professionelles Scannen und Datenarchivierung sind weitere Themen der Intensiv-Workshops. Als Lernziel der Veranstaltung steht die praktische Anwendung von digitaler Technik. Die Kurse der Hasselblad Digitale Schule finden regelmäßig in Hamburg, München, Köln, Wien und Zürich statt und kosten pro Person 199 Euro (zzgl. MwSt.).

Personelle Veränderungen bei Panasonic

Das Geschäftsjahr 2008 (Beginn 1. April 2007) startet für die Panasonic Marketing Europe GmbH, kurz PME, und ihre Division Panasonic Deutschland mit personellen Veränderungen in den Chefetagen. Yoshiiku Miyata verlässt die in Wiesbaden ansässige Panasonic Marketing Europe GmbH in Richtung London, wo er als CEO (Chief Executive Officer) von Panasonic Europe Ltd. die Gesamteuropaleitung wahrnimmt. Seinen Platz als Geschäftsführer der Panasonic Marketing Europe GmbH nimmt Yori-hisa Shiokawa ein, der zuletzt die PME-Division Panasonic Deutschland als Geschäftsführer erfolgreich lenkte. Ihm steht Toshiro Tsuchiya als stellvertretender Geschäftsführer zur Seite. Wie bereits als Senior Director bei Panasonic Deutschland wird Tsuchiya auch bei PME für den Bereich Consumer Electronics verantwortlich sein. Junichiro Kitagawa, zuvor stellvertretender PME-Geschäftsführer, wechselt hingegen vom Rhein an die Elbe, wo er jetzt die Geschäfte von Panasonic Deutschland führt. Sein Stellvertreter ist Werner Graf. Bei Panasonic Deutschland wurden zum 1. April außerdem folgende Veränderungen wirksam: Yosuke Matsunaga leitet den Gesamtbereich CE Produktmarketing mit den Bereichen Braune Ware, Weiße Ware und digitale Fotografie. Armando Romagnolo übernimmt als General Manager zusätzlich zu seinen bisherigen Aufgaben als Marketing Manager TV den Bereich Training Produktmarketing/Vertrieb CE. Silke Mösing trägt fortan als General Manager Creative Network & Media die Marketing-Verantwortung für Camcorder und portable Audioplayer sowie entsprechenden Zubehör.

Albert Allbauer hat die Nikon GmbH verlassen

Albert Allbauer, General Manager Consumer Products Department, hat Ende April die Nikon GmbH verlassen, die für das Geschäft in Deutschland, Österreich, Holland und Slowenien zuständig ist. Der Manager war insgesamt zehn Jahre für Nikon tätig – zunächst in seiner Heimat Österreich und seit dem 1.9.2002 in seiner letzten Position. Nach Angaben von Nikon hat sich Allbauer aus persönlichen Gründen zu diesem Schritt entschlossen. Koichiro Yamada, Präsident Nikon GmbH, wird zunächst die operativen Geschäfte weiterführen, bis ein geeigneter Nachfolger ernannt ist. Yamada bedauerte in einer Pressemitteilung Allbauers Ausscheiden: „Albert Allbauer war in den vergangenen Jahren maßgeblich an der sehr erfolgreichen Entwicklung der Nikon GmbH beteiligt.

Wir bedauern sein Ausscheiden außerordentlich und danken ihm an dieser Stelle sehr herzlich für seine hervorragenden Leistungen. Wir wünschen ihm alles Gute und viel Erfolg bei seinen künftigen beruflichen Herausforderungen.“

Foto Quelle senkt Bilderpreise im Internet

Foto Quelle hat Preissenkungen für Bilder bekanntgegeben, die über das Internet bestellt werden. Im Durchschnitt sanken die Preise um 25 Prozent. Bereits ab dem ersten Bild kosten Fotos im Format 9 x 13 cm jetzt neun Cent, Bilder im Format 10 x 15 cm zwölf Cent und Abzüge im 13er-Format 18 Cent. Belichtet werden die Fotos auf Kodak Royal Fotopapier und können in Foto Quelle Shops abgeholt werden.

HaPa-Team baut das Händlerportal aus

Die HaPa-Team GmbH bietet ihren Handelspartnern ab sofort auf ihrer Homepage www.hapa-team.de ein Händlerportal und einen dazugehörigen Händlerpass. Im gesicherten Online-Bereich stehen den Händlern alle Informationen für den täglichen

Foto- und Imagingmarkt wächst weiter

Die Umsätze auf dem Foto- und Imagingmarkt sind auch im Januar und Februar 2007 gewachsen. Das gaben der Photoindustrie-Verband und das Marktforschungsunternehmen GfK bekannt. Als umsatzstärkste Vertriebschiene erwies sich mit einem Marktanteil von rund 37 Prozent der Fotofachhandel. Insgesamt legten die Umsätze auf dem deutschen Foto- und Imagingmarkt in den ersten beiden Monaten dieses Jahres um gut zwei Prozent zu. Treibende Kraft war wiederum der Absatz von Digitalkameras, bei denen die Spiegelreflex-Modelle mit einem Zuwachs von 46 Prozent eine besonders erfreuliche Entwicklung aufwiesen. Das wirkte sich auch positiv auf die Verkäufe von Zubehör aus.

Umgang mit Produkten und Kunden zur Verfügung. Insbesondere der Bereich „Händlerschulungen“ soll nach und nach ausgebaut werden. Er bietet jetzt schon aktuelle Schulungsunterlagen zu den neuen Produkten von Tamrac, Tokina, Lensbabies und Gorillapods. Durch die Nachfrage nach gezielter Unterstützung will HaPa-Team seinen Händlern so einen Informationsvorsprung verschaffen.

Tetenal gestaltet den Internetauftritt neu

Tetenal hat seine Webseite neu gestaltet: Mit nur einem Mausklick stehen unter dem Motto „Tetenal – Pictures best friend“ alle Informationen aus den

Bereichen Inkjet, Photo Imaging, Prepress und Medical Imaging zur Verfügung. Ziel des neuen Internet-Auftritts ist es nach Unternehmensangaben, Kunden und Besuchern aus aller Welt ein Maximum an Informationen mit einem Minimum an Zeitaufwand zu bieten. So sind Daten zu allen Tetenal Produkten ebenso schnell abrufbar wie die Downloads von ICC-Profilen für Desktop- und Large-Format-Drucker. Auch auf anstehende Termine und Events sowie den nächsten Händlerstützpunkt kann sofort zugegriffen werden. Der Tetenal B-2-B Webshop hat an sieben Tagen 24 Stunden lang geöffnet und liefert das gewünschte Produkt sofort nach Bestelleingang sicher und schnell aus.



PHOTO+MEDIENFORUM KIEL

36. Hauptlehrgang 2008

Handelsfachwirt/-in (IHK) Fachrichtung "Foto- und Medientechnik"
3. Januar bis 18. Juni 2008

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

1. Kaufmännischer Teil: Abschluss "Handelsfachwirt (IHK)" vom 03.01.-03.04.2008
2. Foto- und Medientechnik: Abschluss "IHK-Zertifikat Foto- und Medientechnik" vom 07.04.-18.06.2008

Eine Förderung nach Meister-BaföG und BFD ist möglich.

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

Jetzt auch mit dem Mac

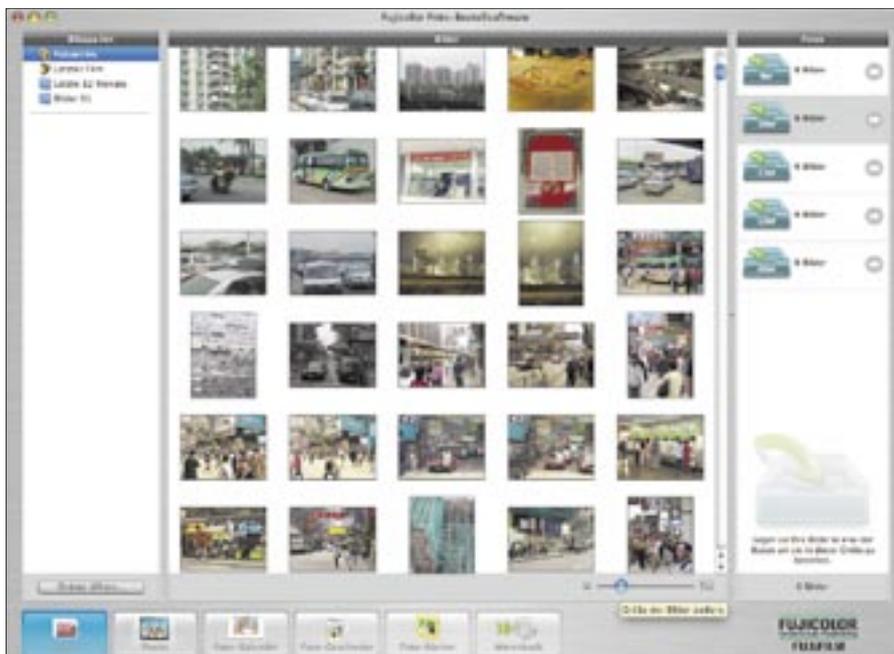
Fujicolor stellt neue Foto-Bestellsoftware vor

Fujicolor hat eine neue Version der Foto-Bestellsoftware vorgestellt. Diese ermöglicht jetzt auch den Benutzern von Macintosh-Computern (ab Mac OS X 10.4), die neue Software zu nutzen. Das Programm hat eine Größe von 26,9 MB und kann kostenlos von der Fujicolor-Homepage heruntergeladen werden.

Nach dem Download wird die neue Software in den Programmordner des Mac gelegt. Danach steht sie ohne Neustart des Rechners sofort zur Verfügung. Dank der übersichtlichen Gestaltung der Benutzeroberfläche und der intuitiven Handhabung dürfte kein Mac-User Probleme haben, von Beginn an sicher zum Ziel zu gelangen. So erfolgt die Wahl des Bilderordners auf die geübte Weise nach Anklicken der Taste „Ordner öff-



Bild oben: Von der Fujicolor Homepage kann jetzt Foto-Bestellsoftware für Windows und Macintosh heruntergeladen werden. Bild unten: Das Programm präsentiert sich dem Anwender sehr übersichtlich und mit intuitiver Handhabung.



nen" im linken unteren Bereich der Programm-Maske. Ist dieser ausgewählt, erscheinen die im Ordner angelegten Bilder als Thumbnails im mittleren Fenster. Dort lassen sie sich über einen Schieberegler vergrößern oder verkleinern.

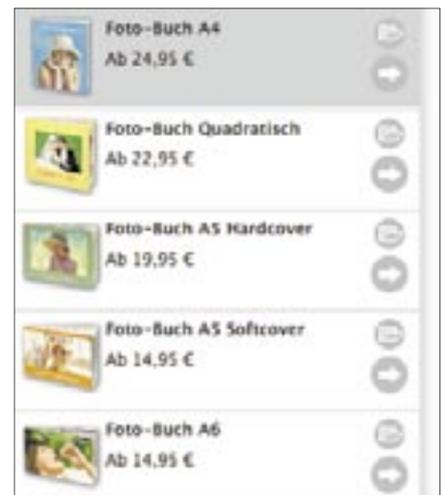
Anschließend kann der Nutzer aus einer Leiste unten wählen, welches Produkt er mit seinen Bildern gestalten will. Hier bietet Fujicolor normale Prints als 9er-, 10er-, 11er-, 13er- und 20er-Bild, Poster im 30er, 40er- und 50er-Format, Foto-Kalender, Foto-Geschenkartikel und Fotobücher an. Reicht es bei Printaufträgen, ein ausgewähltes Bild anzuklicken und auf das entsprechende Produktangebot, das in einer Leiste rechts angezeigt wird, zu ziehen, so stehen dem Nutzer bei den weiteren Produkten

zusätzliche kreative Optionen zur Verfügung. So kann er beispielsweise bei den Kalendern die Hintergrundfarbe der einzelnen Seiten wählen, bei T-Shirts die Fotos horizontal oder vertikal ausrichten oder 4er-, 8er- oder 16er-Sticker bestellen. Bei den Fotogeschenken bietet das Programm ein buntes Portfolio an, das von Bierkrügen und Tassen mit Innenfarbe über Mousepads und Puzzles bis zu T-Shirts reicht.

Größere gestalterische Freiheit haben Fotografen bei den Fujicolor Fotobüchern, von denen derzeit fünf verschiedene Varianten zur Verfügung

eigenen Vorstellungen entsprechend gewählt werden kann. Dabei kann der Nutzer für jede einzelne Seite aus einer Fülle von Gestaltungsoptionen wählen, die unter den Punkten Hintergründe, Effekte, Vorlagen und Objekte zu finden sind. Allein bei den Hintergründen finden sich 23 einfarbige und weit über 100 mit Mustern oder Strukturen versehene Angebote, und zu den Effekten zählen zum Beispiel die Darstellung der Fotos mit einem Büttенrand oder als Bilderstapel.

Zum Platzieren der Fotos auf den Seiten werden die Bilder in die entsprechenden Bildkästen gezogen. Dort



Derzeit stehen bei Fujicolor fünf verschiedene Fotobuch-Varianten zur Verfügung.

können sie in der Größe verändert, verschoben und gedreht werden. Für die Anwender, denen diese Art der Fotobuchgestaltung immer noch zu aufwendig ist, steht darüber hinaus die Funktion „Smart Page“ zur Verfügung, die zuvor vom Nutzer ausgewählte Bilder automatisch auf den Seiten anordnet.

Ist der Gestaltungsvorgang abgeschlossen, wird das Fotobuch auf dem Rechner gesichert und auf eine CD gebrannt, die zur Ausarbeitung beim Fujicolor-Händler abgegeben wird. Dort holt der Kunde den fertigen Auftrag dann auch ab.



Bild oben: Auch die Gestaltung von Fotobüchern fällt mit der neuen Bestellsoftware nicht schwer. Zahlreiche Funktionen, etwa die Möglichkeit, Bilder zu vergrößern, lassen der Kreativität großen Raum. Bild rechts: Noch einfacher geht es mit der Funktion „Smart Page“, die zuvor vom Nutzer ausgewählte Bilder automatisch auf den Seiten anordnet.

stehen, vom Fotobuch A6 bis zum Fotobuch im DIN A4-Format. Wählt der Nutzer dieses Produkt, werden die von ihm ausgewählten Bilder in einer Leiste am linken Rand der Maske angezeigt, und in der Mitte erscheinen die einzelnen Seiten des Fotobuchs, deren Anzahl innerhalb eines vorgegebenen Rahmens den



Sakar Kidz Cam

Spielender Umgang mit digitalen Bildern



Die zielgruppengerechten Blisterverpackungen sorgen für einen hohen Aufmerksamkeitswert. Richtig platziert, bringen die Kidz Cams zusätzliche Kaufimpulse.

Bereits im vergangenen Jahr hat der Zubehörspezialist Sakar eine Reihe außergewöhnlicher Fun-Kameras vorgestellt, die sich an jugendliche und jung gebliebene Anwender richten, die problemlos Schnappschüsse einfangen wollen. Jetzt wird diese Reihe mit drei Modellen aufgestockt, mit denen bereits Kinder im Vorschulalter spielend den Umgang mit digitalen Bildern und den damit verbundenen Möglichkeiten erlernen können.

Tolle Möglichkeiten

Alle drei Modelle sprechen die junge Klientel mit auffälligen Blisterverpackungen an, mit denen auf die spielend einfachen Möglichkeiten, die diese Kameras bieten, aufmerksam gemacht wird. Der integrierte Speicher bietet Platz für bis zu 152 Bilder in VGA-Qualität (640 x 480 Pixel), die mit verschiedenen Kreativ-

modulen bearbeitet, gestaltet und gedruckt werden können.

Das Geschichten-Modul bietet 20 Vorlagen für Geschichten, die sich die Kinder ausdenken und als Buch gestalten können. Ebenfalls lassen sich daraus lustige Sticker drucken.

Mit dem Workshop-Modul werden

die jugendlichen Nutzer Schritt für Schritt an die Erstellung und Gestaltung von Alben, Kalendern, Gruß- und Postkarten, CD-Labels und vieles mehr herangeführt. Im Bearbeitungszentrum lassen sich die Bilder automatisch oder manuell verbessern, rote Augen korrigieren und Effekte hinzufügen. Außerdem können ganz einfach Dia-Shows

erstellt und Musik, Schatten, Text sowie Datum und Uhrzeit hinzugefügt werden.

Zielgruppengerecht werden die Möglichkeiten durch fünf integrierte Spiele abgerundet. Ein zusätzlicher Gag: Die farbigen Kameraschalen sind wechselbar.

Nexxt Idea MP4-4000SL

Unter der Bezeichnung Nexxt Idea MP4-4000SL bringt Sakar zwei multifunktionale, superflache MP3-Player mit einem Metallgehäuse und umfangreicher Ausstattung auf den Markt. Sie unterscheiden sich nur durch die interne Speichergröße von 256 MB bzw. 512 MB. Die Geräte sind Digital- und Videokamera, MP3- und MPEG-4-Player, UKW-Radio sowie Diktiergerät in einem. Die mit der 2-Megapixel- bzw. Videokamera aufgenommenen Bilder und Videoclips lassen sich auf dem hochauflösenden (260.000 Pixel) 2,5-Zoll-Farbmonitor betrachten. Zudem können sie



dank der Photo-Browsing-Funktion direkt zum Fernseher geleitet werden. Die Videowiedergabe unterstützt die Formate ASF und MPEG-4, die Audiowiedergabe die Formate MP3, WMA, WAV etc. Neben diversen integrierten Spielen bietet der MP4-4000SL auch noch Kalender- und Uhrzeit- sowie eine E-Book-Funktion, mit der sich Textdateien speichern und wiedergeben lassen. Zur gemeinsamen Ausstattung zählen ferner Mikrofon, Videoausgang (NTSC/PAL) sowie Kartenslot für SD- und MMC-Speicherkarten. Beide Player stehen ab sofort zur Verfügung.

Erste Caplio mit aufsteckbarem Sucher

Ricoh GX100

Mit innovativen Produktideen hat sich Ricoh als zuverlässiger Partner im Fotohandel etabliert. Das Unternehmen bietet mit der Marketingstrategie „Klasse statt Masse“ ein kleines, aber feines Programm herausragender Digitalkameras mit für diesen Bereich außergewöhnlich langen Produktzyklen und stabilen Preisen, die dem Handel eine sichere Bestandsplanung ermöglichen.



Jüngstes Mitglied in der Ricoh Kamerafamilie ist die Caplio GX100, die erste Digitalkamera mit einem aufsteckbaren elektronischen Sucher. Die GX100 tritt die Nachfolge der bereits im Mai 2005 eingeführten und bis heute erfolgreich verkauften Caplio GX8 an. Wie das Vorgängermodell bietet auch die GX100 wieder leistungsstarke Features auf dem neuesten Stand der Technik. Zu den heraus-

ragenden Merkmalen gehört zweifelsfrei das hochwertige Weitwinkel-Zoomobjektiv 24–72 mm, das sich durch den optional erhältlichen Weitwinkel-Vorsatz zu einem 19-mm-Ultraweitwinkel erweitern lässt.

Die Caplio GX100 ist die erste digitale Kompaktkamera mit einem aufsteckbaren, schwenkbaren elektronischen Sucher, der sich automatisch der jeweiligen Brennweite anpasst und ein parallaxenfreies Sucherbild mit 100% Bildinhalt und allen Informationsanzeigen liefert. Der Sucher erleichtert die Bildgestaltung bei extrem hellem Umgebungslicht und erleichtert zudem Aufnahmen aus ungewöhnlichen Perspektiven.

Für eine ausgezeichnete Bildqualität sorgen der 10,01-Megapixel-CCD (effektiv) und der bewährte Bildverarbeitungsprozessor „Smooth Imaging Engine II“. Außerdem ist die Kamera mit der Ricoh-eigenen CCD-Shift-Methode ausgestattet, die Verwacklungen minimiert.

Die GX100 ist ab sofort verfügbar und kostet 549,- Euro bzw. 649,- Euro im Kit mit dem Sucher.

Unterstützung für den Handel

Zur Verkaufunterstützung bietet Ricoh dem Handel einen attraktiven Aufsteller zur Kamerapräsentation im Verkaufsraum oder Schaufenster. Das Display kann bei einer Bestellung ab zehn Kameras (sortiert) kostenfrei geordert werden.



Über Neuheiten rund um das Thema Digitalkameras informiert Ricoh seine Handelspartner seit neuestem auch mit einem ansprechenden Newsletter und auf der neu geschaffenen Internetseite www.ricoh-digitalcamera.de, auf der der Newsletter abonniert werden kann.



Peter Steinhorst, National Sales Manager bei Ricoh und zuständig für den Vertrieb der Digitalkameras, erklärte anlässlich der Vorstellung der GX100: „Der Fotohandel ist für uns als Partner enorm wichtig, da unsere Produkte, wie beispielsweise die neue GX100 oder auch die GR Digital, eine kompetente Beratung erfordern.“

Handel

So viele Mitglieder wie schon lange nicht mehr haben sich nach Aussage von europa-foto-Geschäftsführer Robby Kreft an der Frühjahrsmesse der Kooperation in Wiesbaden beteiligt. Dies bestätige die Tendenz, dass der Fotohandel für den Verbraucher wieder wichtiger werde und dass es deshalb für die Händler besonders interessant sei, sich im Rahmen einer Hausmesse zu informieren.



Fotokiosks bilden nach wie vor einen Interessenschwerpunkt bei den Messebesuchern.

Rekordbeteiligung

europa-foto Hausmesse in Wiesbaden

Der wachsende Zuspruch des Verbrauchers zeige sich in den Geschäftszahlen für das vergangene Jahr. Diese werden zwar traditionell erst auf der Jahreshauptversammlung



Robby Kreft

der Händlergruppe vorgelegt (und genehmigt), aber immerhin war Kreft zu der Aussage bereit, dass 2006 für europa-foto „ein außergewöhnliches, und zwar ein außergewöhnlich gutes“ Jahr gewesen sei. Dabei habe es bei einigen Warengruppen sehr erfreuliche wertmäßige Veränderungen

gegeben. So stieg beispielsweise der Umsatz bei Camcordern um 88 Prozent, und auch digitale Spiegelreflexkameras (plus 55 Prozent) mit dem passenden Zubehör (Objektive: plus 67 Prozent, Blitzgeräte: plus 46 Prozent) entwickelten sich positiv. Zuwächse gab es weiterhin bei Speicherkarten (plus 18 Prozent), Beamern (plus 42 Prozent) und Druckern (plus 26 Prozent).

„Insbesondere die beiden letztgenannten Produktgruppen zeigen bei uns seit Jahren aufsteigende Tendenz“, stellte Kreft fest. „Und Händler, die sich mit diesem Thema immer noch nicht auseinandersetzen, lassen möglichen Zusatzertrag einfach ungenutzt liegen.“ Für den Verbraucher bestehe kaum die Möglichkeit, Projektoren und Drucker außerhalb der Großvertriebsformen zu bekommen, der Zuspruch bei den europa-foto-Mitgliedern zeige aber, dass viele Kunden bewusst die Beratung im Fachhandel

suchten und dafür auch bereit seien, ein paar Euro mehr zu bezahlen. Kreft: „Wer sich hier engagiert, macht gute Geschäfte mit guten Erträgen, da kaum Wettbewerb vorhanden ist.“ Und da der Verkauf dieser Produkte recht leicht zu erlernen sei, gebe es keinen Grund, warum nicht auch die



Versprechen immer noch gute Erträge für den Fotohandel: digitale Fotorahmen ...



AgfaPhoto war gleich mit zwei Namens-Lizenznehmern auf der europa-foto-Messe vertreten.

letzten Zweifler ihr Angebot um die neuen Sortimente erweitern sollten. In enger Zusammenarbeit mit der Industrie will europa-foto zukünftig in bestimmten Mitgliedsbetrieben zeitgleich gleichgerichtete Aktivitäten starten, um zum Beispiel neue Kameramodelle im Fachhandel einzuführen. Kreft: „Beim Großvertrieb reicht der Industrie dazu in der Regel ein Gespräch. Wollte sie im Fachhandel ein gleiches Ergebnis erzielen, müsste der Außendienst Dutzende von Gesprächen führen. Mit unseren zentral gesteuerten Aktivitäten wollen wir diesen Dienst im Sinne der Lieferanten übernehmen.“ Dazu wurde bereits

eine sogenannte Value Group gegründet. Deren Mitglieder haben eine vergleichbare Größe und eine vergleichbare Struktur und müssen bestimmte Standards erfüllen. Eingeleitete Maßnahmen werden objektiven Kontrollmechanismen unterworfen, um so eindeutige Aussagen zu Erfolg oder Misserfolg von Aktionen erhalten zu können.

„Derzeit besteht die Gruppe aus 18 Betrieben, am Ende soll nach Krefts Aussagen eine Anzahl von 40 erreicht werden.

Zu den neuen Ausstellern, die europa-foto erstmals in Wiesbaden begrüßen konnte, gehörte der deutsche Kopfhörer-Spezialist Sennheiser, der seine Präsenz im Fotohandel in Zukunft deutlich verstärken will. „Wir beobachten seit vielen Jahren die Entwicklung in der Fotobranche und sehen, dass heutzutage auch bei vielen Händlern neue Sortimente wie MP3-Player, mobile Multimediageräte und Mobiltelefone oder Fernsehgeräte angeboten werden. Dies sind Bereiche, in denen wir seit Jahren Experten sind“, meinte Oliver Budsinski, Key Account Manager Consu-

mer/Audiologie bei der Sennheiser Vertrieb und Service GmbH & Co. KG. „Deshalb betrachten wir die Fotobranche als einen hochinteressante Vertriebskanal. Und ich bin



Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!

GT-504

Ideale kleine Tasche für Spiegelreflexkameras

Innenmaße: 20/7/14cm



Sakar Germany GmbH
Frankfurter Straße 95 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany
Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 91 · E-Mail: info@sakar-germany.de · www.sakar-germany.de



...und Bilddienstleistungen von Mobiltelefonen.



Oliver Budsinski

davon überzeugt, dass wir dem Fotohandel einiges zu bieten haben.“ Argumente für Sennheiser seien beispielsweise die hohe Qualität, das zielgruppenorientierte Sortiment, die Fachhandelsorientierung und die Ertragsmöglichkeiten.



Samsung Opto-Electronics noch mehr erreichen

Auf dem

Interview mit Ricky L. Stewart General Manager der Sa

Mit vielen Neuheiten und zahlreichen Meldungen über personelle Verstärkungen, Fachhandels-Aktivitäten und Promotion-Maßnahmen hat Samsung Opto-Electronics in den ersten Monaten dieses Jahres von sich reden gemacht. Das Team um General Manager Ricky L. Stewart hat auf dem deutschen Markt noch einiges vor: Samsung soll zu einer führenden Kamera-Marke werden. *imaging+foto-contact* hat mit Ricky Stewart darüber gesprochen, wie er dieses Ziel erreichen will.

imaging+foto-contact: *Samsung Opto-Electronics tritt zur Zeit sehr offensiv in der Öffentlichkeit auf. Wie würden Sie die Position Ihres Unternehmens auf dem deutschen Digitalkamera-Markt zur Zeit beschreiben? Halten Ihre Marktanteile mit dem Wachstum in der öffentlichen Wahrnehmung Schritt?*

Ricky Stewart: Wenn Sie und Ihre Leserinnen und Leser Samsung Opto-Electronics in jüngster Zeit verstärkt wahrnehmen, so ist das unsere Absicht. Denn viele der Maßnahmen, über die Sie ja auch schon berichtet haben, dienen dem Ausbau unserer Marktanteile und dem Erreichen unserer Unternehmensziele. Wir mussten uns personell verstärken, um unsere Handelspartner besser betreuen zu können. Auch der Ausbau und

„Nach Ergebnissen des Marktforschungsunternehmens IDC sind wir weltweit mit 7,8 Prozent Marktanteil bereits die Nummer 5 unter den Digitalkamera-Anbietern.“

will auf dem Digitalkamera-Markt

Weg nach oben

wart, msung Opto-Electronics GmbH

Relaunch unserer Internetseite war notwendig, um unsere Marketing-Konzeption umzusetzen. Hier mussten einige Grundlagen geschaffen werden.

Die ersten positiven Ergebnisse sehen wir bereits: Wir entwickeln uns nach Plan, denn unsere Marktanteile steigen bereits an. Zur Zeit sind wir im prominenten Mittelfeld vertreten, sozusagen in Schlagdistanz zu den meisten führenden Marktteilnehmern. Das ist nach einem guten halben Jahr ein ansehnliches Resultat.

Allerdings haben wir noch einiges vor: Nach Ergebnissen des Marktforschungsunternehmens IDC sind wir weltweit mit 7,8 Prozent Marktanteil bereits die Nummer 5 unter den Digitalkamera-Anbietern. Da müssen wir in Deutschland noch ein wenig nachholen – aber die Betonung liegt auf „ein wenig“. Mir persönlich geht das natürlich eigentlich viel zu langsam, aber im harten Wettbewerb etabliert man selbst eine Marke wie Samsung nicht über Nacht.

imaging+foto-contact: Welches Konzept steht hinter Ihrer derzeitigen Produktpalette? Mit welchen

Modellen kann der Fotohandel seinen Kunden die besondere Kompetenz von Samsung deutlich machen?

Ricky Stewart: Samsung bietet heute ein komplettes Digitalkamera-Sortiment, in dem der Fotohandel für jede Zielgruppe das richtige Pro-

Konsumenten, die sich auch für moderne Technik begeistern können, natürlich die NV-Familie.

Mit unserer i-Serie dagegen kann der Fotohandel neue Zielgruppen erschließen, zum Beispiel mit der multimediafähigen i7 und ihrem innova-

„Als Vollsortimenter bieten wir dem Fotohandel alles aus einer Hand – und alle Produkte mit zwei Jahren Garantie.“

dukt finden kann. Für preisbewusste Konsumenten ist besonders unsere S-Serie geeignet, und daraus die Modelle 850 und 1050 mit 5fach-Zoomobjektiv besonders für den Fachhandel. In der L-Serie sind ohne Zweifel die L74w mit Weitwinkel-Objektiv und die ultrakompakte L77 mit 7fach optischem und innenliegendem Zoomobjektiv hochinteressant. Dazu kommt für designorientierte

tiven, drehbaren Display. Das ist sozusagen genau die richtige Kamera für Menschen, die schon ein Flachbild-TV und eine Spielkonsole ihr eigen nennen. Und nicht vergessen dürfen wir besonders für den Fotofachhandel unsere Spiegelreflex-Kamera GX-10. Als Vollsortimenter bieten wir dem Fotohandel alles aus einer Hand – und alle Produkte mit zwei Jahren Garantie. Damit schaffen

Promotion

wir besonderes Vertrauen beim Konsumenten.

imaging+foto-contact: *Sie haben die Spiegelreflex-Kamera GX-10 erwähnt. Welche Erwartungen haben Sie in diesem Segment? Besteht für einen „Newcomer“ gegen die etablierten Spieler bei den Systemkameras überhaupt eine realistische Chance?*

Ricky Stewart: Wir stehen ja erst am Anfang dieser schwierigen Aufgabe, die ich aber gerade deshalb auch besonders spannend finde. Denn eines habe ich jedenfalls in den letzten zehn Jahren gelernt: Es gibt keine Besitzstände im Digital-

imaging+foto-contact: *Mit welchen Argumenten kann der Fotohandel die Stärken Ihrer Produkte und Ihrer Marke den Konsumenten nahebringen?*

Ricky Stewart: Die Marke Samsung ist für den Fotohandel im Grunde selbst ein Argument, denn sie hat sich in den Bereichen Consumer Electronics und Mobilfunk bereits an der Spitze positioniert. Im Fotobereich sind die inzwischen über 27 Jahre Erfahrung in der Kamera-Herstellung deutlich sichtbar: Unsere Produkte haben ein ausgezeichnetes und preisgekröntes Design. Wir verarbeiten

bewerben – dabei unterstützen wir ihn. Ist eine schnelle Produkt-Info gefragt – dann gibt es die ganz unkompliziert sofort auf unserem Handelsportal im Internet. Und um den Vorverkauf der Produkte durch Werbung kümmern wir uns auch – aktuell mit der NV Werbekampagne, die wir ab Ende April für zwei Monate schalten. Und falls ein Händler irgendeine Unterstützungsmaßnahme vermisst, bitte ich um Nachricht. Dann machen wir das sicherlich möglich.

imaging+foto-contact: *Was wünschen Sie sich Ihrerseits von Ihren Handelspartnern?*

Ricky Stewart: Dass sie die große Spanne, die unsere Produkte ermöglichen, auch wirklich realisieren. Denn dann haben sie die beste Motivation, sich weiterhin für Samsung einzusetzen.

imaging+foto-contact: *Welche Ziele haben Sie mittelfristig auf dem Digitalkamera-Markt?*

Ricky Stewart: Wir wollen – und ich sage selbstbewusst: wir werden – mittelfristig zu den Top 5 Anbietern im deutschen Markt gehören. Und unter mittelfristig verstehe ich noch dieses Jahr.

imaging+foto-contact: *Wie wollen Sie das im harten Wettbewerb erreichen?*

Ricky Stewart: Zum einen durch die hervorragenden Produkte unserer Muttergesellschaft in Korea, die uns noch in diesem Jahr mit weiteren Innovationen versorgen wird, und zum anderen natürlich durch harte Arbeit und überdurchschnittliche Anstrengungen für ein partnerschaftliches Miteinander mit dem Fotohandel. Denn anders geht es nicht.

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

„Mit Samsung kann man gutes Geld verdienen.“



kamera-Markt. Und deshalb können Sie und Ihre Leser davon ausgehen, dass uns in diesem Segment noch einiges einfallen wird.

imaging+foto-contact: *Warum sollte sich der Fotohandel im hart umkämpften Markt für Kompakt- und Spiegelreflex-Kameras für Samsung entscheiden?*

Ricky Stewart: Die Leserinnen und Leser dieser Ausgabe von imaging+foto-contact werden auf den folgenden Seiten viele gute Gründe finden. Deshalb möchte ich hier nur das wichtigste Argument herausgreifen, denn auch der Fotohandel steht ja in einem harten Wettbewerb: Wir bieten unseren Handelspartnern eine wirklich gute Spanne – und zwar nicht auf der Basis unrealistischer empfohlener Preise.

Deshalb erkennen immer mehr Fotohändler: Mit Samsung kann man gutes Geld verdienen.

hochwertige Materialien, bieten eine tolle Haptik und zum Teil exklusive Features. Und das alles wie gesagt mit zwei Jahren Garantie und einer Palette, die für jeden Kundenwunsch und jeden Geldbeutel das richtige Produkt bietet.

imaging+foto-contact: *Welche Unterstützung bieten Sie dem Fotohandel an?*

Ricky Stewart: Eigentlich jegliche Unterstützung, die man sich denken kann: Betreuung durch einen qualifizierten Außendienst, Unterstützung durch ein Deko- und Merchandiser-Team, Schulung durch unser e-learning Portal oder vor Ort durch unsere Mitarbeiter, PoS-Materialien in Hülle und Fülle und für jeden Ladentyp. Dabei werden wir auch individuellen Wünschen gerecht: Ein Händler hätte gerne einen Samsung Shop im Laden – machen wir gerne. Oder er möchte Samsung Kameras offiziell

Samsung Digitalkameras

Für jeden die Richtige



Die L74w aus der Lifestyle-Serie hat ein Weitwinkel-Zoomobjektiv (28–100 mm) und einen integrierten 450-MB-Speicher.

Samsung hat sich im Laufe der Jahre mit einer Vielzahl innovativer Kameras im Fotohandel etabliert und sich gleichzeitig bei den Verbrauchern mit herausragenden Features einen guten Namen gemacht. Auch das aktuelle Kamera-Sortiment, das für Einsteiger und qualitätsbewusste Anwender gleichermaßen attraktiv ist, überzeugt durch die erwähnten Attribute.

Neben einer Reihe von Modellen, die speziell in Elektronikmärkten und Internet-Shops angeboten werden, bietet der koreanische Hersteller dem Fotohandel derzeit 14 kompakte Digitalkameras – von der preisgünstigen, einfach zu bedienenden Einsteigerkamera bis hin zur hochauflösenden High-end-Kamera mit integriertem Multimedia-Player.

Bei der Grundausstattung setzt Samsung den Trend zu höherer Auflösung und größeren Displays konsequent um. So beginnen beispielsweise die LCD-Größen bei 2,5 Zoll mit einer Auflösung von 230.000 Bildpunkten. Eine Ausnahme bildet lediglich das Einsteigermodell D60, dessen Monitor nur 115.000

Pixel auflöst. Größere LCDs finden sich in den Modellen S1050, L74w und i7 (jeweils 3,0 Zoll) sowie in der NV11 (2,7 Zoll).

Bei der Bildauflösung ist nur die D60 mit 6 Megapixeln eine Ausnahme. Bei allen anderen Modellen beginnt die Auflösung bei 7,2 Megapixeln. Die Topmodelle der jeweiligen Kameraklassen bieten sogar 8,1 Megapixel

(S850) bzw. 10,1 Megapixel (S1050, NV10 und NV11). Auch bei den internen Speichern weisen die Kameras Spitzenwerte auf, und bis auf wenige Ausnahmen sind alle Modelle mit dem neuen SDHC-Speicherkarten-Standard kompatibel.

Zur besseren Unterscheidung, sowohl für den Handel als auch für den Anwender, sind die Modelle in drei Kameraklassen unterteilt:

Kompakt-Serie

Die Kompakt-Serie richtet sich an preisbewusste Einsteiger, die ohne Vorkenntnisse gute Bilder machen wollen. Alle vier Modelle dieser Kamerareihe haben ein Gehäuse aus hochwertigem Kunststoff und sind mit modernster Digitalkamera-Technologie ausgestattet. Dazu gehören unter



Mit 10,1 Megapixeln und 3,0-Zoll-Monitor ist die S1050 das Flaggschiff der Kompakt-Serie.



Die neue L77 mit ihrem superschlanken Metallgehäuse überzeugt durch ein 7fach-Zoomobjektiv (38–266 mm). Der EPS-Bildstabilisator verhindert wirkungsvoll Verwacklungsunschärfen im Telebereich.

Promotion

anderem: ASR-Verwacklungsschutz und ein Empfindlichkeitsbereich von bis zu ISO 1.600.

Das Einstiegsmodell der Kompakt-Serie ist die D60. Sie bietet eine effektive Auflösung von 6 Megapixeln und ein 2,5-Zoll-Display (115.000 Pixel). Die größere Schwester, die D70, hat 7,2 Megapixel und ebenfalls ein 2,5-Zoll-Display, jedoch mit höherer Auflösung (230.000 Bildpunkte). Beide D-Modelle haben eine identische Ausstattung, zu der ein bequemes Bedienrad, Effekt-Button, ergonomischer Griff und neun Motivprogramme gehören.

Die D-Modelle sind baugleich mit der S630 und S730, die im Internet bzw. in Märkten angeboten werden.

Die Modelle S850 und S1050 sind die Topmodelle der Kompakt-Serie. Sie bieten zusätzlich eine automatische Gesichtserkennung (S1050), bei der Fokus, Belichtung und Blitzleistung automatisch auf die von der Kamera erfasste Person abgestimmt werden.

Hinzu kommen Wise-Shot-Funktion, Makro ab 1 cm, elf statt neun Motivprogramme, MPEG-4-Videoaufzeichnung mit Ton und vielseitige Videofunktionen. Die S850 wartet mit 8,1 Megapixeln, die S1050 sogar mit 10,1 Megapixeln auf. Die S1050 hat zudem ein 3,0-Zoll-Display (230.000 Pixel). Während die beiden D-Modelle mit einem 3fach-Zoomobjektiv (35–105 mm) ausgestattet sind, überzeugen die S-Kameras mit einem



Der drehbare 3,0-Zoll-Touch-Screen der i7 erleichtert die Bildgestaltung und gestattet eine komfortable Betrachtung der gespeicherten Bilder und Videofilme.

5fachen Brennweitenbereich von 38 bis 190 mm.

Weitere Gemeinsamkeiten in dieser Serie sind unter anderem: Belichtungsreihen (AEB), Belichtungs-korre-

Samsung	D60	D70	S850	S1050	L70	L73	L74w
Serie	Kompakt	Kompakt	Kompakt	Kompakt	Lifestyle	Lifestyle	Lifestyle
Pixel (effektiv)	6,0 MP	7,2 MP	8,1 MP	10,1 MP	7,2 MP	7,2 MP	7,2 MP
Display	2,5 Zoll	2,5 Zoll	2,5 Zoll	3,0 Zoll	2,5 Zoll	2,5 Zoll	3,0 Zoll
Brennweite (Kb)	35–105 mm	35–105 mm	38–190 mm	38–190 mm	37,5–112,5 mm	35–105 mm	28–100 mm
Speicher intern	16 MB	16 MB	20 MB	45 MB	22 MB	19 MB	450 MB
Maße (in mm)	99,8x62,8x25,7	99,8x62,8x25,7	104,0x63,3x24,8	104,5x64,2x25,2	94,0x57,0x17,5	98,0x59,0x20,3	104,5x61,8x21,8
Gewicht	136 Gramm	136 Gramm	172 Gramm	204 Gramm	113 Gramm	140 Gramm	174,2 Gramm
Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> • ASR-Verwacklungsschutz • ISO 1.600 • 9 Motivprogramme • Bequemes Bedienrad • Effekt-Button • Ergon. Griff • Videoschnitt 	<ul style="list-style-type: none"> • ASR-Verwacklungsschutz • ISO 1.600 • 9 Motivprogramme • Bequemes Bedienrad • Effekt-Button • Ergon. Griff • Videoschnitt 	<ul style="list-style-type: none"> • ASR-Verwacklungsschutz • ISO 1.600 • Wise-Shot • 11 Motivprogramme • MPEG-4-Video • Videoschnitt 	<ul style="list-style-type: none"> • Gesichtserkennung • ASR-Verwacklungsschutz • ISO 1.600 • Wise-Shot • 11 Motivprogramme • MPEG-4-Video • Videoschnitt 	<ul style="list-style-type: none"> • ASR-Verwacklungsschutz • ISO 800 • Diktiergerät-Funktion • 10 Motivprogramme • Intervallaufn. • MPEG-4-Video • Videoschnitt 	<ul style="list-style-type: none"> • Gesichtserkennung • ASR-Verwacklungsschutz • ISO 1.600 • Wise-Shot • 11 Motivprogramme • MPEG-4-Video • Videoschnitt 	<ul style="list-style-type: none"> • Gesichtserkennung • ASR-Verwacklungsschutz • ISO 1.600 • Fernbedienung • 14 Motivprogramme • MPEG-4-Video • Videoschnitt
UVP (Euro)	129,-	149,-	229,-	279,-	299,-	249,-	299,-



Die extrem kompakte NV3 bietet eine Auflösung von 7,2 Megapixeln und ist mit einem integrierten MP3-Player sowie einem innenliegenden 3fach-Hochleistungs-Zoomobjektiv ausgestattet.

ur, Serienaufnahmen und Tonaufzeichnung (Diktiergerät-Funktion).

Lifestyle-Serie

Gleich sechs Modelle umfasst die ansprechende Lifestyle-Serie, die mit

kompakten Metallgehäusen und hochwertigen Zoomobjektiven ausgestattet ist. Besonders beachtenswert sind das 3,6fach-Weitwinkelzoom der L74w (28–100 mm) und 7fach Zoom der L77 (38–266 mm). Beide Objektive verschwinden bei Nichtgebrauch in den extrem flachen Kameragehäusen. Die restlichen vier Lifestyle-Kameras haben jeweils ein 3fach-Zoom. Zur Kompensation der Verwacklungsunschärfe ist die L77 mit einem EPS-Bildstabilisator ausgerüstet. Außer der L700 haben die anderen Kameras der Lifestyle-Serie den ASR-Verwacklungsschutz an Bord.

Die neue Gesichtserkennung gibt es bei der L73, L74w und i7. Mit Ausnahme der neuen L77, die eine Auflösung von 7,1 Megapixeln hat, bieten alle



Die NV7 OPS hat eine Auflösung von 7,2 Megapixeln, 7,1fach-Zoom (38–770 mm) und einen optischen Bildstabilisator.

anderen Kameras effektive 7,2 MP. Bei einer LCD-Größe von 2,5 Zoll bzw. 3,0 Zoll (L74w und i7) beträgt die Monitorauflösung 230.000 Pixel. Die hochwertigen MPEG-4-Videofunktionen sind in dieser Klasse ebenfalls serienmäßig vorhanden.

L77	L700	i7	NV3	NV7 OPS	NV10	NV11
Lifestyle	Lifestyle	Lifestyle	NV-Serie	NV-Serie	NV-Serie	NV-Serie
7,1 MP	7,2 MP	7,2 MP	7,2 MP	7,2 MP	10,1 MP	10,1 MP
2,5 Zoll	2,5 Zoll	3,0 Zoll	2,5 Zoll	2,5 Zoll	2,5 Zoll	2,7 Zoll
38–266 mm	35–105 mm	38–114 mm	38–114 mm	38–270 mm	35–105 mm	38–190 mm
20 MB	20 MB	450 MB	15 MB	19 MB	19 MB	20 MB
94,0x57,0x21,0	96,9x56,8x20,5	100,5x60,4x22,2	94,5x57,0x17,5	106,0x62,3x20,9	96,5x60,0x18,5	106,6x64,2x21,9
135 Gramm	130 Gramm	186 Gramm	142 Gramm	245,2 Gramm	148,7 Gramm	195,3 Gramm
<ul style="list-style-type: none"> • EPS-Bildstabilisator • Belichtungsreihen • ISO 1.600 • Intervallaufn. • 11 Motivprogramme • MPEG-4-Video • Videoschnitt 	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 1.600 • 11 Motivprogramme • Belichtungsreihen • Diktiergerät-Funktion • MPEG-4-Video • Videoschnitt 	<ul style="list-style-type: none"> • Gesichtserkennung • ASR-Verwacklungsschutz • ISO 1.600 • Drehbarer 3,0"-Touch-Screen • Portable Media-Player • 3D-Sound 	<ul style="list-style-type: none"> • ASR-Verwacklungsschutz • ISO 1.000 • 11 Motivprogramme • Integrierter MP3-Player • MPEG-4-Video • Videoschnitt • 3D-Sound 	<ul style="list-style-type: none"> • OPS Optischer Bildstabilisator • ASR-Verwacklungsschutz • 11 Motivprogramme • High-Speed-Serien • MPEG-4-Video • Videoschnitt 	<ul style="list-style-type: none"> • ASR-Verwacklungsschutz • ISO 1.000 • 11 Motivprogramme • High-Speed-Serien • Fernbedienung • MPEG-4-Video • Videoschnitt 	<ul style="list-style-type: none"> • Gesichtserkennung • ASR-Verwacklungsschutz • ISO 1.600 • 12 Motivprogramme • Fernbedienung • MPEG-4-Video • Diktiergerät
349,-	199,-	399,-	349,-	449,-	399,-	399,-

Bitte umblättern!

Promotion

Samsung i7 - die Multimedia-Kamera

Herausragendes Modell in der Lifestyle-Reihe ist die i7, die zugleich ein portabler Media-Player mit exzellentem 3D-Sound ist. Der interne 450-MB-Speicher bietet ausreichend Speicherplatz für Musik- und Video-Clips, und der drehbare 3,0-Zoll-Touch-Screen ist nicht nur optimal bei der Bildgestaltung, sondern auch beim Betrachten von Videofilmen.

NV-Serie

Samsungs High-End-Serie zeichnet sich durch hochwertige mehrschichtenvergütete Hochleistungs-Objektive aus. Zu erkennen ist diese Kamera-Klasse an einem blauen Ring, der das Objektiv umgibt. Auch die NV-Serie überzeugt mit zahlreichen Attributen wie beispielsweise diverse Aufnahme- und Motivprogramme, ASR-Verwacklungsschutz, Gesichtserkennung (NV11), Hochempfindlichkeits-Modus, High-Speed-Serienaufnahmen, Diktiergerät-Funktion und MPEG-4-Videofunktionen. Die effektive Auflösung beträgt 7,2 Megapixel (NV3 und NV7 OPS) bzw. 10,1 Megapixel (NV10 und NV11) und die LCDs sind 2,5 Zoll bzw. 2,7 Zoll (NV11) groß. Spitzenmodell dieser Reihe ist die NV7 OPS, die mit einem 7,1fach-Zoom (38–270 mm) und zusätzlich zu ASR mit einem optischen Bildstabilisator ausgestattet ist.



Die Rückseite wird von dem 2,5 Zoll großen Display und griffgünstig angeordneten Funktions-Tasten dominiert.



Mit einem kompletten SLR-System spricht Samsung auch engagierte Fotografen an.

Eine Sonderstellung nimmt die NV3 ein, die nicht nur vom typischen NV-Design abweicht, sondern darüber hinaus auch noch einen integrierten MP3-Player aufweist.

Nach oben hin abgerundet wird das Digitalkamera-Angebot durch ein komplettes SLR-System, mit dem das Unternehmen seine Kompetenz als Voll-Sortimenter unterstreicht.

Samsung GX10

Bereits auf der letzten photokina vorgestellt und jetzt in vollem Umfang verfügbar, tritt die GX10 die Nachfolge der erfolgreichen GX-1L und GX-1S an. Die GX10 vereint erstklassige Bildqualität, kombiniert mit einem Maximum an Benutzerfreundlichkeit und richtet sich an engagierte Fotografen mit professionellen Ambitionen.

Die GX10 wartet mit allem auf, was eine hochwertige SLR-Kamera auszeichnet. Der 23,5 x 15,7 mm große Bildsensor liefert eine effektive Auflösung von 10,2 Megapixeln. Für eine schnelle Datenverarbeitung mit hoher Bildqualität und großer Tonwertver-

Samsung GX10

Pluspunkte

- + Professionelle DSLR-Kamera
- + 10,2 Megapixel
- + Optischer Bildstabilisator (OPS)
- + Leistungsstarker Bildprozessor mit 2-Kanal-Technologie für schnelle Bildverarbeitung
- + 11-Punkt-Autofokussystem
- + Aktives Sensor-Staubschutzsystem
- + One-Touch-RAW-Taste
- + Heller Pentaprisma-Sucher
- + Wasser- und staubresistentes Gehäuse
- + Großes Objektivangebot



UVP: 999 Euro (Gehäuse)

teilung sorgt der leistungsstarke Bildprozessor mit 2-Kanal-Technologie und 22-Bit-Analog-/Digital-Konverter. Die Datenspeicherung erfolgt wahlweise im JPEG- oder RAW-Format auf SD-/SDHC- oder MMC-Karten. Bei RAW setzt Samsung auf das DNG-Format von Adobe. Zum direkten Umschalten von JPEG auf RAW ist eine separate Taste vorhanden, ohne dass der Fotograf dazu ins Kameramenü muss und wertvolle Zeit mit Einstellungen verliert. Im RAW-Format abgespeicherte Fotos lassen sich mit dem kamerainternen RAW-Konverter bequem wieder ins JPEG-Format umwandeln.

Verunreinigungen des CCD-Sensors sind bei SLR-Kameras ein wichtiges Thema. Bei der GX10 verhindert eine Spezialbeschichtung schon im Vorfeld, dass sich Schmutz auf der Sensoreinheit ablagert. Darüber hinaus schüttelt ein Vibrationssystem beim Kamerastart Staubpartikel ab, die von einem Staubabsorber gebunden werden. Zudem wurde das Gehäuse mit 72 Silikondichtungen an allen relevanten Stellen abgedichtet, um

das Eindringen von Staub und Feuchtigkeit zu verhindern. Außerdem schützen diese Dichtungen auch vor Erschütterungen.

Ein weiterer wichtiger Pluspunkt ist der kamerainterne optische Bildstabilisator, der nicht nur Verwacklungen minimiert, sondern auch die Anschaffungspreise zusätzlicher Objektive.

Starkes System

Eine hochwertige SLR-Kamera steht und fällt mit dem dazugehörigen Objektiv- und Zubehörangebot. Hier hat Samsung von Beginn an Nägel mit Köpfen gemacht und ein attraktives Objektivangebot auf den Markt gebracht. Insgesamt stehen derzeit sieben Objektive mit Brennweiten von 10 mm bis 200 mm zur Verfügung, sechs davon von Schneider-Kreuznach. Außerdem sind alle Objektive mit dem weitverbreiteten Pentax KAF2-Bajonett kompatibel. Des Weiteren sind die beiden leistungsstarken System-Blitzgeräte SEF-36PZF (Leitzahl 36) und der neue SEF-54PZF (Leitzahl 54) sowie der Netzadapter SAC-82 verfügbar.

Samsung SEF-54PZF

Pluspunkte

- + Profi-Blitzgerät für die Samsung GX-Serie
- + Leitzahl 54 (ISO 100 / 85 mm)
- + Zoomreflektor von 20 mm bis 85 mm (bezogen auf KB)
- + Schwenkbarer Reflektor (vertikal)
- + Ausziehbare Mattscheibe für Brennweite 20 mm
- + Kabellose Blitzsteuerung
- + High-Speed-Blitzen
- + AF-Hilfslicht
- + P-TTL-Technik
- + Beleuchtbares LCD-Panel



UVP: 399 Euro

Alle Samsung Objektive auf einen Blick

							
Brennweite	10–17 mm	12–24 mm	16–45 mm	18–55 mm	50–200 mm	35 mm	100 mm Makro
Lichtstärke	3,5–4,5	4,0	4,0	3,5–5,6	4,0–5,6	2,0	2,8
Brennweite/KB	15,3–26 mm	18,5–37 mm	24,5–69 mm	27,5–84,1 mm	76,5–306 mm	53,5 mm	153 mm
Sonnenblende	integriert	SCH-I77	SCH-L67	SCH-A52	SCH-B52	SCH-A49	SCH-B49
Filtergewinde	–	77 mm	67 mm	52 mm	52 mm	49 mm	49 mm
Ø x Länge	68,0 x 71,5 mm	84,0 x 87,5 mm	72,0 x 92,0 mm	67,5 x 68,5 mm	66,5 x 78,5 mm	64,0 x 44,5 mm	67,5 x 80,5 mm
Gewicht	320 Gramm	430 Gramm	365 Gramm	225 Gramm	255 Gramm	195 Gramm	345 Gramm
UVP (Euro)	599,-	699,-	549,-	199,-	249,-	noch k. A.	599,-

Preisgekröntes Design, neue Features

Innovation by Samsung

27 Jahre Erfahrung im Kamerabau haben dazu geführt, dass Samsung Opto-Electronics seinen Produkten längst ein eigenes Gesicht gegeben hat – und zwar bei Design und Technik. Drei Modelle, die NV7, die NV10 und die i6 PMP, wurden soeben mit dem iF gold award 2007 ausgezeichnet. Ein neuer Kandidat steht schon in den Startlöchern: Soeben stellte Samsung die superschlanke L77 vor.

Sie ist nach Angaben des Unternehmens die derzeit schmalste 7-Megapixel-Kamera mit einem 7fach optischen Zoom, das beim Ausschalten komplett im Kameragehäuse verschwindet. Mit nur 21 mm ist die Kamera tatsächlich besonders flach, und auch die Höhe von 57 mm und die Breite von 94 mm steht der Unterbringung auch im kleinsten Handgepäck oder in der Hemdtasche nicht im Weg.

Bei der Ausstattung zeigt die L77 dagegen Größe. Das 38–266 mm (KB-äquivalent) Zoomobjektiv mit Lichtstärke f3,5–5,4 bietet dank TTL-Autofokus viele Möglichkeiten nicht nur für scharfe Digitalfotos, sondern auch für Videoaufnahmen über den vollen Zoombereich. Bewegte Bilder werden in MPEG-4 Qualität mit einer maximalen Auflösung von 640 x 480 Pixeln aufgezeichnet. Elf Motivprogramme erleichtern das Fotografieren



in den verschiedensten Situationen. Die Bilder können nach der Aufnahme mit speziellen Effekten versehen werden, die durch Aktivieren der E-Taste besonders einfach hinzugefügt werden können. Dazu gehören Rote-Augen-Korrektur, die Collage verschiedener Bilder, Schmuckrahmen und selektive Schärfe.

Die Bildbetrachtung wird durch verschiedene Vorführeffekte, unter anderem Dia-Shows mit Musik, besonders interessant. Und neben MMC- und SD-Speicherkarten akzeptiert die L77 auch das neue SDHC-Format.

iF gold award 2007

Drei Samsung Kamera-Modelle wurden soeben mit dem renommierten, internationalen iF gold award ausgezeichnet. Er wird im Rahmen des iF awards vergeben, um den sich in diesem Jahr 2.300 Hersteller unterschiedlicher Branchen aus 35 Ländern beworben haben. Von ihnen erhielten 50 den in Branchenkreisen auch als „Design-Oscar“ bezeichneten gold award. Bei der NV7 und der NV10 von Samsung war die Jury besonders von dem innovativen Bedienkonzept der Smart-Touch-Technologie angezogen. Dabei navigiert der Fotograf durch eine Reihe von berührungsempfindlichen Tastenelementen, die rund um den LCD-Monitor platziert sind, durch das Menü. Durch Berühren einer Sensorfläche wird der entsprechende Menüpunkt aktiviert, ein Klick

bestätigt die so getroffene Auswahl. Zudem kann der Anwender ähnlich wie beim Trackpad eines Notebooks auch während der Bildwiedergabe durch Ziehen mit dem Finger nach rechts oder links in den Bildern oder Videoclips blättern.

Mit der Samsung i6 PMP honorierte die Jury die weltweite erste Digitalkamera mit Portable-Media-Player-Funktion.



Weitere Innovationen geplant

Auf der PMA 2007 ermöglichte Samsung den Messebesuchern schon einen Blick in die Zukunft, in der das Unternehmen weitere innovative Ausstattungsmerkmale für Digitalkameras präsentieren wird. Gezeigt wurden unter anderem Modelle mit kabelloser Datenübertragung nach dem UWB-Standard sowie Digitalkameras mit HDMI-Schnittstelle für die Übertragung der Digitalfotos auf HD-fähige Fernsehgeräte in der entsprechenden Auflösung. Diesem Zweck dient

auch die HD Photo Box, die ebenfalls auf der PMA gezeigt wurde. Besonders für Touristen interessant ist das GPS Modul, das Samsung auf der PMA in Verbindung mit den Digitalkameras i7 und L74 demonstrierte. Es ermöglicht nicht nur, die Bilder dem genauen geografischen Standort zuzuordnen, sondern auch die

Nutzung neuartiger Software, zum Beispiel durch das Abrufen von Touristeninformationen über die nächstgelegenen Sehenswürdigkeiten und die Einbindung der Fotos in digitales Kartenmaterial von Google Earth.

Die Einführung serienreifer Produkte mit diesen und anderen neuen Ausstattungsmerkmalen soll nach Angaben von Samsung Opto-Electronics nicht mehr lange auf sich warten lassen. **Bitte umblättern!**

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



Perfekte Objektive

Zusammenarbeit mit Schneider-Kreuznach



Hochwertige Fotooptiken zählen zu den komplexesten Bauteilen von Kameras, und in Zeiten von Digitalisierung und Miniaturisierung sind die Ansprüche an die Produktion erstklassiger Objektive deutlich gestiegen. Nur wenige Hersteller weltweit sind in der Lage, Aufnahmeoptiken allerhöchster Qualität zu produzieren. Einer davon ist Schneider-Kreuznach, der sich seit 1913 einen ausgezeichneten Ruf in der Branche erarbeitet hat und seit etlichen Jahren Partner von Samsung Opto-Electronics ist.

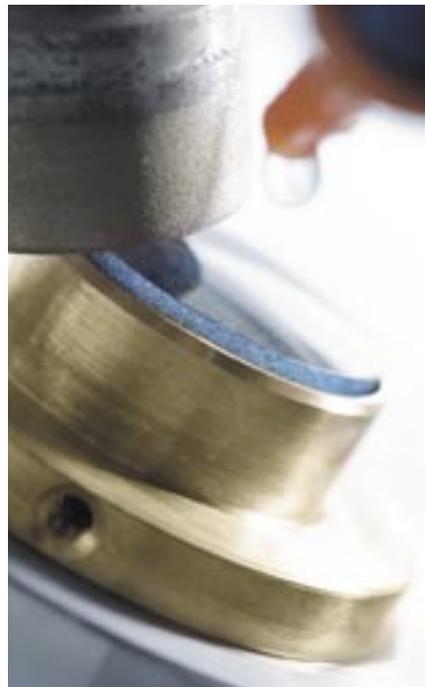
Galt Schneider-Kreuznach über einen langen Zeitraum vor allem bei professionellen Groß- und Mittelformat-anwendern als Lieferant von Hochleistungsobjektiven, so sorgt die Zusammenarbeit mit Samsung dafür, dass heute auch immer mehr Fotoamateure mit Kameras arbeiten, die mit Schneider-Kreuznach Objektiven ausgestattet sind: Nach dem 1995 vorgestellten Slim Zoom 3,8–11/38–145 folgten weitere Objektive, die 1998 den Markennamen Varioplan erhielten und heute in den High-end-Kameras der Samsung NV-Serie zu finden sind. Seit dem Einstieg von Samsung in die digitale SLR-Fotografie werden darüber hinaus auch D-Xenon und D-Xenogon Wechselobjektive angeboten (siehe dazu auch den Kasten rechts).

„Die Zusammenarbeit mit Schneider-

Kreuznach trägt sicherlich zu dem Erfolg bei, den Samsung derzeit vor allem mit seinen High-end-Kameras hat“, ist sich Wolfgang Berger, Brand Manager bei Schneider-Kreuznach, sicher, „denn immer mehr Fotografen erkennen, dass nicht die Zahl der Pixel für die Qualität der Bilder das ausschlaggebende Kriterium ist, sondern die Optik. Sind einmal Abschattungen, Unschärfen oder Farbfehler entstanden, so nützen auch die besten Bildverarbeitungsprozesse und die höchsten Pixelzahlen wenig, das Foto bleibt fehlerhaft.“

Ansprüche steigen

Dabei steigen mit der höheren Pixelzahl bei gleichzeitiger Verkleinerung der Chips die Ansprüche an die Optik. „Beim Film waren die Silberkristalle willkürlich und zufällig verteilt, dadurch wurde das auf die Schicht auftreffende Licht immer optimal aufgefangen“, erläutert Berger. „Durch die regelmäßige Pixelstruktur auf einem digitalen Aufnahmechip tritt dagegen ein Effekt auf, der als Übersprechen oder Aliasing bezeichnet wird. Dies führt zu unerwünschter Falschinformation, die durch geeignete Maßnahmen korrigiert werden muss.“



Aufwendige Prozesse, hier das Schleifen eines einzelnen Linsenelements, sind erforderlich, um die Objektive von Schneider-Kreuznach auf die gewünschte Qualitätsstufe zu bringen.

Durch die Mikrolinsen vor den Pixeln findet bei großen Einfallswinkeln eine Abschattung statt, so dass für die Optik hier bildseitig nur gemäßigte Einfallswinkel geeignet sind.“

Enge Abstimmung

Aufgrund der jahrzehntelangen Erfahrung von Schneider-Kreuznach stellen die für Samsung entwickelten Objektive den höchstmöglichen Stand der Technik dar. Die Optik- und Objektivproduktion für Samsung unterliegt dabei Qualitätskriterien, die Schneider-Kreuznach in enger Abstimmung mit Samsung vorgibt und deren Einhaltung das Unternehmen auch überwacht – sofern Samsung nicht nur bereits selbst entwickelte Linsensysteme und Objektive bei Schneider-Kreuznach messen und testen lässt. Im Verlauf des gesamten Entwicklungsprozesses spielen sich beide Unternehmen immer wieder den Ball zu. Mit den entwickelten Qualitätsparametern für die verschiedenen Verarbeitungsschritte startet Samsung anschließend die Produktion von Prototypen. Sind diese fertig, müssen sie in Bad Kreuznach in ausgefeilten Prüf- und Messverfahren sowie in Praxistests ihre Funktions- und Lei-



Bevor ein neues Objektiv produktionsreif ist, müssen hochkomplexe Qualitätskriterien erfüllt sein, und die Kameras haben etliche Testdurchläufe zu bestehen.

stungsfähigkeit beweisen. Berger: „Durch unser Prüf- und Mess-Know-how können wir unseren Partnern garantieren, dass sie stets Produkte an der Obergrenze des technisch Machbaren erhalten.“

Vorgaben erfüllen

Die Serienfertigung der Objektive beginnt erst dann, wenn die Vorgaben von Schneider-Kreuznach hundertprozentig erfüllt sind, „denn“, so Berger, „erst dann kann der Käufer sicher sein, dass seine Samsung Kamera die Qualität liefert, die ihm der Name Schneider-Kreuznach verspricht.“ Die Produktion findet allerdings nicht hierzulande statt, denn dies würde im Hochlohnland Deutschland zu nicht konkurrenzfähigen Kosten führen.

Bitte umblättern!

Die Kooperation in Kurzform

- 1987: Schneider-Kreuznach übernimmt Rollei
- 1994: Erste Zusammenarbeit mit Samsung Techwin bei der Fertigung des Objektivs 3,5/30 mm für die erste Rollei Prego.
- 1995: Samsung steigt als Gesellschafter bei Rollei ein.
- 1995: Entwicklung des Slim Zoom 3,8–11/38–145 mm für eine Samsung Kompaktkamera.
- 1998: Alle weiteren in Kooperation entwickelten Zoom-Objektive erhalten das exklusive Warenzeichen Varioplan, beginnend mit dem Varioplan 4,7–12,6/30–140 mm. In den Folgejahren werden weitere Varioplan-Modelle produziert, unter anderem das 4,2–13,9/39–170 mm.
- 2002: Gemeinsame Entwicklung des Varioplan 2,6–4,5/7-21 mm als erstem Zoomobjektiv für eine Samsung Digitalkamera.
- seit 2004: Gemeinsame Entwicklung von Objektiven für verschiedene Kompaktkamera-Baureihen (bislang von V6 bis NV11).
- 2006: Wechselobjektive der D-Xenon und D-Xenogon Baureihen für Samsung DSLR-Kameras und Zoomobjektive für Samsung Videokameras.



Schneider-Kreuznach Objektive finden sich bei Samsung in der Profi- (r. das Modell GX10 mit einem D-Xenon 4/12–24 mm) und in der NV-Serie (oben das neue Modell NV-11 mit einem Varioplan Zoom 7,8–39 mm).



Samsung bietet umfangreiches PoS-Material

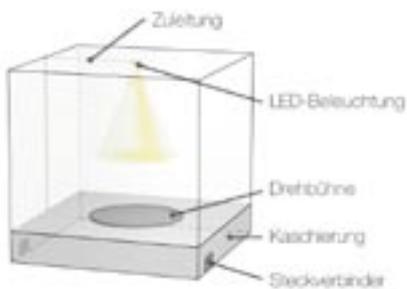
Die freie Wahl

Mit einem umfassenden Sortiment an werbewirksamen PoS-Materialien unterstützt Samsung Opto-Electronics seine Handelspartner bei der Präsentation der Kameras im Geschäft.

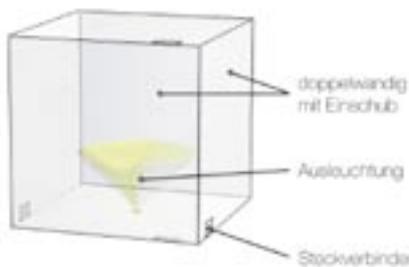
Ganz neu: Das modulare System aus hochwertigen Präsentationswürfeln, das sich von der attraktiven Einzelpräsentation bis zum kompletten Shop-in-Shop System ausbauen lässt.



farbloser Würfel mit Drehbühne
Steckverbinder-Position bei allen Würfelvarianten gleich



beleuchteter Würfel
Steckverbinder-Position bei allen Würfelvarianten gleich



Zum Präsentationssystem gehören auch Würfel-Elemente aus hochwertigem Acryl-Glas in Kantenlängen



Das von Dialogfeld entwickelte neue PoS-System von Samsung Opto-Electronics besteht aus würfelförmigen Elementen, die mit einer energiesparenden LED-Beleuchtung versehen sind. Die farblosen Würfel gibt es auch mit Drehbühne. Für die Dekoration stehen Backlit-Folien mit Motiven aus den aktuellen Samsung Werbekampagnen zur Verfügung.

Die würfelförmigen Deko-Elemente können frei miteinander kombiniert werden. So lässt sich zum Beispiel eine aufmerksamkeitsstarke Säule gestalten.



Würfel mit unterschiedlicher Kantenlänge lassen sich problemlos miteinander kombinieren.

von 20, 30, 40 und 50 cm. Sie sind mit einer energiesparenden LED-Innenbeleuchtung versehen, die das Produkt punktgenau ins rechte Licht setzt. Dazu bringt ein Drehteller Bewegung in die Präsentation.

Zum Aufbau von Säulen-Elementen oder Präsentationswänden bis zum Shop-in-Shop System gibt es zudem undurchsichtige Würfel mit LED-Innenbeleuchtung, die mit auswechselbaren Backlit-Folien an die jeweils aktuelle Werbekampagne von Samsung bzw. das präsentierte Produkt ange-



Samsung Opto-Electronics stellt dem Fotohandel auch weiteres PoS-Material wie Thekendisplays, Poster, Straßenstopper, Hänger oder Thekenmatten zur Verfügung.

Samsung startet Werbekampagne für NV11

Samsung Opto-Electronics startet Anfang Mai mit einer Werbekampagne für die Digitalkamera NV11. Dabei steht vor allem die einfache Bedienung des Modells mit „Smart-Touch“- im Vordergrund.

Das Konzept für intuitive Bedienung wird in zwei Anzeigenmotiven durch einen Mann bzw. eine Frau mit verbundenen Augen visualisiert. Darunter erläutert ein prägnanter Text die Vorteile von „Smart-Touch“.

Ein weiteres, wichtiges Gestaltungselement der Anzeigen ist der nachtblaue Ring rund um das Objektiv, der zu den NV-Kameras gehört. Um diesen Ring als Wiedererkennungsmerkmal zu betonen, werden die Kameras in den Anzeigen frontal abgebildet.

Für die Kreation der Werbekampagne zeichnet Samsungs Inhouse-Agentur Cheil Communications Germany verantwortlich. Die Anzeigen werden von der ersten Mai-Woche an sowohl in Print-Titeln als auch online in ausgewählten Lifestyle- und Special-Interest-Medien geschaltet.



passt werden können. Für eine flexible Gestaltung des Auftritts können auch Würfel unterschiedlicher Größe miteinander kombiniert werden – dabei sor-

gen Steckverbindungen nicht nur für sicheren Halt, sondern vor allem auch für die Stromzufuhr. Im Klartext: Auch eine komplexe Präsentationswand aus zahlreichen Würfeln wird mit nur einem Stecker an das Stromnetz angeschlossen.

Das neue Würfel-System erweitert das umfassende Sortiment von verkaufsfördernden PoS-Materialien, mit denen Samsung seine Handelspartner unterstützt.

Weiterhin stehen attraktive Elemente wie Thekendisplays, Poster, Straßenstopper, Hänger oder Thekenmatten zur Verfügung. **Bitte umblättern!**



Online-Schulungen im Samsung Händlernetz

Lernen mit Gewinn

Mit einem neuen Internet-Trainingsportal wendet sich Samsung Opto-Electronics an Verkäufer und Händler, die gerne mehr über Samsung Fotoprodukte wissen möchten. Die Online-Schulungen liefern Wissenswertes zu Produkten ebenso wie Verkaufs- und Nutzenargumente und nennen zu jedem Produkt die ideale Zielgruppe. Und damit sich das Lernen nicht nur durch bessere Verkaufsergebnisse am Point of Sale bezahlt macht, können die Teilnehmer der Schulungen mit etwas Glück auch attraktive Preise gewinnen.

Das Spektrum der ausgeschriebenen Gewinne reichte bei den beiden ersten Wochen- und Monatsauslosungen im März und April von edlen Organizern, Edelstahl-Trinkflaschen und Armbanduhren über Mini-Radios aus Aluminium bis zu Design-Music Centern mit CD-Player und Tuner sowie superflachen DVD-Spielern. Die Teilnahme am e-learning-Programm lohnt sich also in jedem Fall. Um an der Verlosung teilnehmen zu können, müssen die Händler



Folgt der Händler der Aufforderung und klickt in die Sprechblase, gelangt er zur Log-in-Seite.

am Ende jedes Trainings einen kleinen Multiple-Choice-Fragebogen ausfüllen. Alle Fragebogen mit den richtigen Antworten nehmen automatisch am Gewinnspiel teil.

Schnelle und einfache Registrierung

Doch bevor es soweit ist, muss der Samsung Partner zunächst einmal Zugangsdaten für das e-learning-Portal beantragen. Das dazu notwendige Formular findet er im rechten oberen Bereich der Log-in-Seite; dort werden später auch die persönlichen Zugangsdaten eingegeben, unter dem Punkt „Anmelden“. Nach Ausfüllen der erforderlichen Angaben erhält er nach wenigen Augenblicken seinen Benutzernamen und sein Passwort an eine zuvor genannte E-Mail-Adresse geschickt.

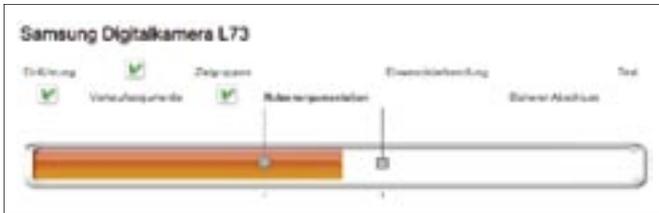
Übersichtliche Seitengestaltung

Nach dem Einloggen kann sich der Teilnehmer auf einer sehr übersichtlich gestalteten Seite einen Überblick über die aktuellen Inhalte des e-learning-Portals von Samsung Opto Electronics verschaffen. Dort sieht er unter anderem, welche Trainings aktuell angeboten werden, er kann aber auch die Gewinnlisten einsehen oder sich über Neuheiten und Neuigkeiten aus dem Hause Samsung informieren oder einen Blick auf aktuelle Pressemitteilungen werfen. Die Teilnahme an den Trainings ist auf zweierlei Weise



Auf der Log-in-Seite erhält der Samsung Händler erste Informationen über das, was ihn im e-learning-Bereich erwartet.

möglich. So kann das Trainingsprogramm direkt am Bildschirm abgerufen und bearbeitet werden (dabei zeigt eine Grafik den jeweiligen Fortschritt an), oder der Teilnehmer druckt die als pdf-Datei hinterlegten Module zunächst aus und füllt den Fragebogen später online aus.



Eine Grafik zeigt an, an welchem Punkt der Schulung sich der Teilnehmer gerade befindet.

Sieben Sektionen pro Training

Samsung hat die Trainings für die Teilnehmer in jeweils sieben Sektionen unterteilt. Die Schulungen beginnen mit einer kurzen Einführung, in der das Unternehmen den Händlern die Produkte vorstellt, über die im weiteren gesprochen wird. Nach dieser Einführung werden die wichtigsten Verkaufsargumente aufgelistet, um danach die unterschiedlichen Zielgruppen zu beschreiben. Dann folgt eine Nutzenargumentation, die sich an den zuvor beschriebenen Zielgruppen orientiert. Um den Verkaufsvorgang abzurunden, steht schließlich eine Einwandsbehandlung

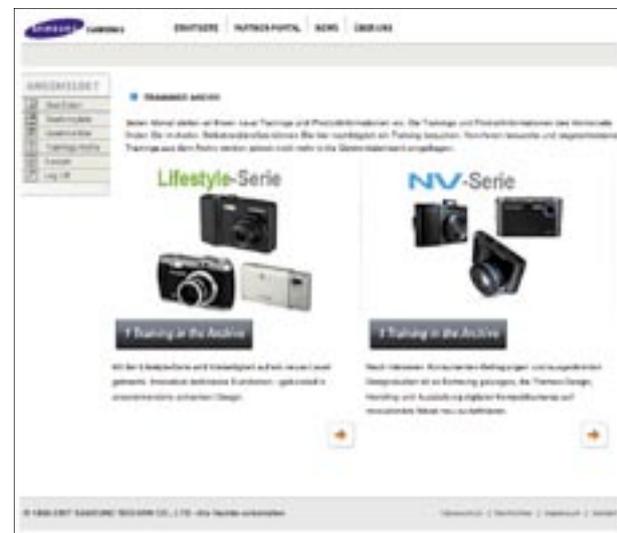
Verkaufsargumente und die ideale Zielgruppe sind nur zwei der Themen, die in den Schulungen regelmäßig behandelt werden.

zur Verfügung. Der sichere Abschluss soll die Händler und Verkäufer dabei unterstützen, das Verkaufsgespräch erfolgreich abzuschließen. Jedes erfolgreich abgeschlossene Training dokumentiert Samsung Opto Electronics für die Teilnehmer mit einem entsprechenden Zertifikat, das den Händlern automatisch am Monatsende per E-Mail zugeschickt wird.

Auch ältere Trainings sind abrufbar

Hat ein Händler ein aktuelles Training verpasst, ist das auch kein Problem: Alle Trainings befinden sich für die Dauer von einem Monat im Hauptmenü und können von den Teilnehmern absolviert werden. Im Laufe dieses

Bei Redaktionsabschluss dieser Ausgabe stand jeweils eine Trainingseinheit für die Modelle der Lifestyle-Serie und der NV-Serie bereit.



Monats finden dann auch zu den Trainings Gewinnspiele statt. Zu den abgelaufenen Trainings werden jedoch keine weiteren Gewinnspiele veranstaltet, die Trainings stehen den Teilnehmern jedoch weiterhin zur Verfügung.

Nützliches Wissen maßgeschneidert

„Das e-learning-Prinzip bringt nützliches Wissen maßgeschneidert und hervorragend aufbereitet an den Mann und die Frau am Point of Sale. Die produktorientierten Verkaufstrainings führen den e-learner auf wenigen Seiten zielgerichtet zu den zentralen Verkaufsargumenten für die verschiedenen Digitalkamera-Serien aus dem Hause Samsung“, fasst Ernst Thürnau, Marketing Manager Samsung Opto-Electronics GmbH, das neue Angebot zusammen. „Ich bin mir sicher, dass unsere Handelspartner mit e-learning Samsung Digitalkameras künftig noch einfacher verkaufen werden!“

Die aktuellen Trainingsmodule, die Anfang Mai auf den e-learning-Seiten freigeschaltet wurden, befassen sich mit der Samsung i7 und der Samsung GX10. Bitte umblättern!

Merchandiser-Team ergänzt Samsung Außendienst

Menschen machen Märkte



In den letzten Monaten hat sich Samsung Opto-Electronics personell deutlich verstärkt. Am Anfang stand der inzwischen vorerst abgeschlossene Ausbau des Außendienstes. Jetzt soll ein neues Team von Merchandisern die Präsenz von Samsung beim Fotohandel weiter verbessern.

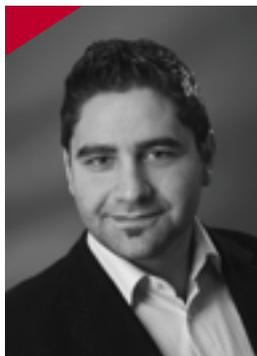
„Das ist Teil unserer Strategie, nicht nur in den Handel hineinzuverkaufen, sondern mit unseren Kunden gemeinsam dafür zu sorgen, dass die Ware qualifiziert präsentiert und vermarktet wird“, erklärte Martin Bongard, Direktor Marketing und Vertrieb. „Auf diese Weise unterstützen wir den schnellen Abverkauf, der sowohl uns als auch dem Fotohandel dient.“



Martin Bongard

Mit einem neunköpfigen Außendienstteam betreut Samsung Opto-Electronics bundesweit den Fotohandel.

Damit zieht Samsung Opto-Electronics für die direkte Betreuung des Fotohandels sozusagen eine zweite Ebene ein. Nach dem



Zum Samsung Merchandiser-Team, das über die Agentur Dialogfeld operativ gesteuert wird, gehören: Sylvia Grau (sie betreut den Bereich Mitte), Oktay Simsek (Süddeutschland), Yassin Jaouat (Nordrhein-Westfalen), Michael Thode (Bereich Nord) und Andreas Metzner, der als Ansprechpartner für die Händler im ostdeutschen Raum unterwegs ist.



Bereits das Fahrzeug zeigt, worum es geht: Die Mitglieder des Samsung Merchandiser Teams rollen im werbewirksamen VW Golf zu den Kunden.

systematischen Aufbau des Außendienstes ist das Unternehmen inzwischen flächendeckend in Deutschland vertreten. Auf diese Weise wurden nicht nur neue Kunden gewonnen, sondern auch die Besuchsfrequenz insgesamt erhöht. Das mittlerweile neunköpfige Außendienst-Team unter Leitung von Sales Manager Ingo Adolph wird dabei von Key Account Managern unterstützt, deren Zahl gerade auf drei erhöht wurde.



Sichtbarkeit vor Ort

Das jetzt neu formierte Team von Merchandisern soll die Samsung Handelspartner vor Ort bei der Vermarktung der umfangreichen Produktpalette unterstützen.

Gemeinsam mit dem Handelspartner prüfen sie die Möglichkeiten der Warenpräsentationen vor Ort, entwickeln Konzepte für den wirksamen Einsatz des vielfältigen PoS-Materials, schlagen Möglichkeiten zur attraktiven Schaufenster-Dekoration vor und unterstützen den Händler bei der Sortimentsgestaltung, um sicherzustellen, dass

die Samsung Kameras, die für das jeweilige Geschäft und seine Kundenstruktur besonders viel Erfolg versprechen, auch tatsächlich angeboten werden.

Zusätzlich organisieren die Merchandiser gemeinsam mit dem neunköpfigen Außendienstteam die Auftritte der Samsung Promotion Teams, mit denen das Unternehmen ausgewählte Handelspartner beim Verkauf der Produkte unterstützt.



Verstärkt den Samsung Verkauf:

Mario Silveira

Samsung Opto-Electronics verstärkt seinen Vertrieb ab sofort mit dem neuen Sales Manager Mario Silveira. Der Diplom-Ökonom soll vor allem wichtige Großkunden betreuen.

Der 32jährige Vertriebsspezialist war zuvor bei Hewlett-Packard tätig und betreute dort zuletzt als Retail Account Manager den Vertrieb des kompletten Drucker-Hardware-Portfolios für mehrere Großkunden. Der in Bombay geborene Portugiese sammelte bei verschiedenen Auslandsaufenthalten in den USA auch internationale Erfahrungen.

Das Samsung Merchandiser Team geht in den nächsten Wochen an den Start. Dabei machen die fünf Mitarbeiter schon auf dem Weg zum Kunden auf Samsung Digitalkameras aufmerksam: Denn als Fahrzeuge werden PKWs im Samsung Kamera Outfit eingesetzt.



Neuer Produkt-Manager: Achim Obermüller

Ab sofort steht Achim Obermüller bei Samsung Opto-Electronics dem Fotohandel als Ansprechpartner für Fragen zu den Digitalkameras zur Verfügung. Er wird unter anderem auch den Schulungsbereich für Händler betreuen.

Obermüller kennt sich in der Digitalfotografie bestens aus: Der 41jährige Diplom-Ingenieur (FH) hat sich nach dem Studium der Elektrotechnik mit Schwerpunkt Nachrichtentechnik an der Fachhochschule Düsseldorf konsequent auf den Imaging-Bereich spezialisiert. Nach dem Einstieg in den Fotomarkt als Operator wechselte Achim Obermüller zur Fuji Photo Film (Europe) nach Düsseldorf, wo er als Produkt-Spezialist für digitale Kameras unter anderem in direkter Kooperation mit Japan für Produktplanung, Tests und die Markteinführung verantwortlich war. Auch die Koordination von Schulungen sowie die Analyse von Produkten und Marktanteilen der Mitbewerber zählten zu seinen Aufgabengebieten. Nach seinem Wechsel zur Fujicolor Europe Photofinishing Zentrale nach München übernahm Obermüller dort die Position als Projektmanager Marketing und zeichnete für die Planung und Organisation von Messen und Kooperationen verantwortlich.

Bitte umblättern!

Samsung Opto-Electronics schaut Internet-Händlern auf die Finger

Alles, was Recht ist

Der Internet-Handel ist heute aus keinem Vertriebssystem mehr wegzu-denken. Die Dynamik und das große Wachstum dieses Kanals bringen es aber mit sich, dass man als Hersteller stärker als zuvor auf die Wahrung seiner Interessen achten muss. Aus diesem Grund arbeitet Samsung Opto-Electronics mit der bekannten Partners 4 Management GmbH (P4M) zusammen, um Verletzungen von Urheber-, Marken- und Lizenzrechten zu unterbinden.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von P4M beobachten das Internet ganz genau, um Produkt- und Marken-Piraterie aufzudecken, Verletzungen von Marken- und Wettbewerbsrecht aufzuzeigen, Preis-Analysen durchzuführen, Trends aufzuspüren, den Wettbewerb zu beobachten, Inventur-Verluste und Diebstahl aufzudecken, Schmähkritik aufzufinden, Kommunikations- und Werbekampagnen zu bewerten und wertvolles Kunden-Feedback für Samsung Opto-Electronics zu gewinnen.

Die Marke schützen

Ein wichtiger Teil der Tätigkeit von P4M ist die Kontrolle der Nutzung der Marke Samsung im Internet durch Dritte. Dabei wird zum Beispiel gezielt nach unautorisierter Nutzung des Logos gesucht. Das geschieht mit speziell entwickelter, automatischer Such-Software, mit der Meinungsforen, klassische Internet-Präsenzen, Chats, News-Boards und Blogs überwacht werden. Auf diese Weise kann nicht nur die missbräuchliche Verwendung der Marke, des Logos oder auch urheberrechtlich geschützter Bilder entdeckt werden, sondern auch im Internet diskutierte Trends werden transparent. Neben Meldungen über Daten-Miss-

brauch erhält das Samsung Opto-Electronics Management auch interessante Informationen über den Status der Marke im Internet und das Kunden-Feedback zu den aktuellen Produkten.

Urheberrechte wahren

Besonderes Augenmerk wird auf die Verwendung urheberrechtlich geschützter Inhalte gelegt. Unseriöse Händler, die sich ohne Erlaubnis von Samsung Opto-Electronics aus dem Bild- und Datenbestand der Internetseite des Unternehmens bedienen, werden un-nachsichtig verfolgt. Das betrifft illegal heruntergeladene Produktfotos ebenso wie urheberrechtlich geschützte Texte



Auf www.samsungcamera.de steht eine Auswahl von Fotos zu jedem aktuellen Produkt zur Verfügung. Die Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nur mit Genehmigung von Samsung Opto-Electronics eingesetzt werden.

zu den Produkten, die nur mit ausdrücklicher Erlaubnis von Samsung Opto-Electronics in Webshops und eBay-Angeboten verwendet werden dürfen. „Wir setzen alles daran, um zu vermeiden, dass die angesehene Kamera-Marke Samsung von unseriösen Anbietern missbraucht wird und Schaden nimmt“, so Ricky Stewart, General Manager der Samsung Opto-Electronics GmbH. „Das sind wir unseren seriösen Handelspartnern schuldig, denn sie haben einen Anspruch darauf, dass wir Marktstörungen mit allen legitimen Mitteln Einhalt gebieten. Deshalb weisen wir bereits auf unserer Internetseite darauf hin, dass die Inhalte urheberrechtlich geschützt sind.“

Den Markt beobachten

Durch die Aktivitäten von P4M erhält Samsung Opto-Electronics auch wichtige Daten über die Vermarktung der Digitalkameras im Internet. Dabei kann die Agentur auch ermitteln, ob in bestimmten Shops die Ware überhaupt verfügbar ist und die gemachten Zusagen eingehalten werden. Auf diese Weise sind Lockvogel-Angebote schnell erkennbar und können gegebenenfalls mit wettbewerbsrechtlichen Mitteln bekämpft werden. „Wir arbeiten gerne mit seriösen Internet-Händlern zusammen“, betont Ricky Stewart. „Aber wir wollen sicher sein, dass mit unseren Produkten und unserer Marke kein Missbrauch getrieben wird. Denn jeder Kunde, der im Zusammenhang mit Samsung Digitalkameras eine schlechte Erfahrung macht, ist einer zuviel.“



FÜR ALLE
DIE BEI RENDITE
NICHT ROT ODER
GELB SEHEN
WOLLEN, SONDERN
BARGELD.



Samsung GX10

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

Endlich gibt es Renditen, mit denen das Verkaufen wirklich Freude macht. Handelsmargen, mit denen sich das aktive Verkaufen lohnt, und Unterstützung vom Hersteller, die genau Ihren Vorstellungen entspricht. Das alles zusammen mit Verkaufsargumenten, die den Erfolg leicht machen: Verwacklungsschutz im Gehäuse, 10 Megapixel, Antistaub-System mit Staubabsorber, Metallgehäuse und ISO 1600. Mit der Samsung GX-Serie ist eben alles vorstellbar. [imagine](http://www.samsungcamera.de)
www.samsungcamera.de



Film ist vor allem Montage

Wechselwirkung der Einstellungen



Ulrich Vielmoth



Eine fließende Filmmontage mit unsichtbaren Schnittfolgen ist keine Hexerei. Dazu Arnold H. Müller,

ehemaliger Cutter beim ZDF, in seinem Buch „Geheimnisse der Filmgestaltung“: „Zwischen den Einstellungen einer Sequenz muss ein Zusammenhang bestehen, aus dem hervorgeht, was sich wann und wo abspielt und welche Idee dahintersteht. Dasselbe gilt natürlich auch für die Sequenzen unter sich, die als Gruppe einen Komplex bilden. Jede neue Szene sollte sich nach Möglichkeit aus dem, was vorherging, zwangsläufig ergeben. Jede Handlung sollte eine Reaktion auf das sein, was vorher passiert ist.“

Eine Sequenz ist übrigens die Aufeinanderfolge von Kameraeinstellungen mit ununterbrochenem, einheitlichen Handlungsverlauf. Also eine in sich geschlossene Einheit innerhalb des Handlungsablaufs (Spielszene).

Der gute Schnitt beginnt schon beim Dreh

Profis wissen dies schon lange, Einsteiger merken es leidvoll bei der Nachbearbeitung ihrer Kamerakassetten, denn jede Nachlässigkeit oder gar jedes Versäumnis, verursacht meistens durch mangelnde Konzentration am Drehort, rächt sich bitter am Schneidetisch. Schnittbilder fehlen, Anschlüsse sind nicht optimal und ähneln einem Bildsprung, Einstellungen sind zu kurz.

Manchmal glaube ich es wirklich und lasse mich jederzeit gerne von einem guten Cutter überzeugen, dass der Film letztendlich doch erst am Schneidetisch entsteht.

Cutter beklagen sich immer wieder: Die Einstellungen sind zu kurz gedreht. Deshalb lautet die Maxime: Nie unter acht Sekunden drehen, eher – je nach Motiv und Handlung – immer etwas länger. Zählen Sie leise dabei, um das Gefühl für die Zeitdauer in der Hektik der Situation nicht zu verlieren. Denn erst beim Schnitt kann exakt entschieden werden, wie lange die Einstellung in der Montagefolge wirklich stehen soll. Kürzen kann man immer, nur nicht verlängern! Und bei einem Still merkt der Fachmann sofort, ob es durch freeze (einfrieren) eines Frames verlängert worden ist.

Wie der schnittfreundliche Dreh aussehen kann

Grundsätzlich gilt: Immer ein Ereignis oder einen Vorgang aus unterschiedlichen Kamerapositionen, Blickwinkeln, Perspektiven drehen. Großaufnahmen und Zwischenschnitte dürfen dabei nicht vergessen werden.

Man spricht von Zwischenschnitten, wenn diese themenbezogenen Kameraeinstellungen einzuschneiden sind, um einen länger dauernden Ablauf in stark verkürzter Weise im Film darzustellen.

Unterschieden wird zwischen einem handlungsbezogenen Zwischenschnitt (z. B. Großaufnahme vom Geschehen) und dem neutralen Zwischenschnitt (Großaufnahme eines Motivs, das nur mittelbar mit der gezeigten Handlung im Zusammenhang steht). Darüber hinaus gibt es noch den externen Zwischenschnitt, der das zeigt, was außerhalb des direkten Handlungsablaufs geschieht. Auch diese Z-Version kann dazu genutzt werden, einen längeren Vorgang elegant zu kürzen.

Dabei ist anzumerken, dass Zwischenschnitte aller Art in die jeweilige Situation passen müssen und ergänzend noch bestenfalls die dramaturgische Aussage unterstreichen. Also keine Verlegenheitszwischenschnitte wie beispielweise ein Aktenberg auf dem Schreibtisch der gerade interviewten Person. So etwas sieht man zwar öfters bei Magazinbeiträgen oder aktuellen Fernsehberichten, kann für uns jedoch nicht beispielhaft sein.

Überhaupt: Der Umgang mit der Zeit im Film erfordert vor dem eigentlichen Dreh einige Überlegungen, um System in die Aufnahmefolge zu bringen. Das kann später sehr nützlich sein, wenn die Ereignisse vor der Kamera turbulenter ablaufen, als man es sich vorgestellt hat und in solch einer nicht geplanten Situation unbedingt ein kühler Kopf bewahrt werden sollte!

Nichts ist schlimmer als denselben ob des Stresses zu verlieren. Das wäre, zugegebenermaßen etwas übertrieben formuliert, der Anfang vom Ende. Weil nämlich spätestens beim folgenden Schnitt erbarmungslos die Stunde der Wahrheit schlägt und mangelhaftes, schlecht zu schneidendes Material auch nicht durch die besten und oft recht plausibel klingenden Entschuldigungen zu retten ist.

Fortsetzung im nächsten Heft

Neue Velocity-Taschen

Tamrac optimiert 2002 eingeführtes Design

Tamrac hat die Velocity-Taschenserie vorgestellt. Sie optimiert das 2002 eingeführte Sling-Design und kombiniert damit laut Hersteller höchste Funktionalität mit vielen innovativen Features. Das Design ist modern und wurde für den täglichen Gebrauch konzipiert: Die Velocity-Taschen ermöglichen einen besonders schnellen Zugriff auf die Ausrüstung, leichtes Handling und perfekten Schutz für Kamera, Objektiv und Zubehör.

Die Modelle der Velocity-Serie können komfortabel wie ein Rucksack getragen und zum Fotografieren einfach vor die Brust gedreht werden und bekommen damit die Funktionalität einer Hüfttasche. Dabei kann trotz der Drehbewegung der Tasche nichts herausfallen, da der Inhalt jederzeit sicher verstaut ist.

Alle Velocitys sind mit Reißverschlussdeckeln aus robusten, wetterfesten Materialien ausgestattet. Diese lassen sich einfach vom Körper weg öffnen, um besonders schnell und sicher an Kamera, Objektiv und Zubehör zu gelangen. Mit Tamracs Speicherkarten & Batterie Management System besitzen die Taschen ein weiteres funktionales Feature: Ein integrierter roter Sticker erleichtert das Management von leeren und vollen Speicherkarten.

Für Aufnahmen mit langen Belichtungszeiten oder großen Telebrennweiten kann der Fotograf seine Arme auf der Tasche vor der Brust abstützen und stabilisieren. Um auch für Situationen gewappnet zu sein, in denen ein Stativ notwendig ist, kann der Nutzer ein kleines Gorillapod-Stativ im Zubehör-Fach der Velocitys verstauen. In Stichworten lesen sich die Ausstattungsmerkmale der Velocity Sling Packs so:

- Vom Körper weg öffnende Quick Flip Tops Reißverschlussdeckel für schnellen Zugriff auf den Inhalt.

- Komfort eines Rucksacks und gleichzeitig Funktionalität einer Hüfttasche.
- Hoher Tragekomfort durch das Tamrac Sling-Design.
- Schnell-Verschlüsse bieten zusätzliche Sicherheit.
- Funktionales, durchdachtes Design – bei Drehung der Tasche am Körper, vom Rücken auf die Brust, kann nichts herausfallen.



Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!

TR-84
Videostativ
mit umfangreicher Fernbedienung



Sakar Germany GmbH
Frankfurter Straße 95 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany
Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 91 · E-Mail: info@sakar-germany.de · www.sakar-germany.de

- Mehr Platz für große Kameras und Objektive.
- Verstärkte Polsterungen in den Modellen Velocity 8/9.
- Plastikverstärkte, verstellbare Schaumstoff-Innenteiler.
 - Optimierte Vertikal-Position vor der Brust beim Kamerazugriff.
 - Einfach zugängliches Frontfach für Zubehör mit „Speicherkarten & Batterie Management System“



Velocity 5 Modell 5765 Photo Hip Pack Convertible

Die Velocity 5 stellt eine Besonderheit innerhalb dieser Serie dar, denn es handelt sich dabei um eine reine Hüfttasche. Die vielseitige Tasche hat ein modernes, aber trotzdem zeitloses Design. Sie ist nicht auf den ersten Blick als Fototasche zu erkennen; das dient auch der Sicherheit der Ausrüstung. In ihr lassen sich problemlos eine Kleinbild- oder digitale Spiegelreflex-Kamera mit angesetztem Zoomobjektiv (bis zu einer Länge von acht Zentimetern), Zusatzobjektive und ein Blitzgerät unterbringen.

Recht

Ausbildungsverträge

...sind in der Regel befristet. Sie beginnen meist am 1. August und enden – je nach Beruf – zwei oder drei Jahre später am 31. Juli. Besteht der „Azubi“ die Abschlussprüfung, endet sein Ausbildungsverhältnis mit Bestehen dieser Prüfung. Läuft das Ausbildungsverhältnis vorher aus, verlängert es sich nicht bis zum Prüfungstermin. Das Berufsbildungsgesetz sieht eine Verlängerung nur für laufende Verträge bei nicht bestandener Prüfung vor (BAG – Urteil vom 13.3.2007 – 9 AZR 494/06).

Anbieterkennzeichnung

...im Internet ist für viele eine Herausforderung. Das TKD und der Mediendienste-Staatsvertrag setzen Vorgaben für leichte Erkennbarkeit und unmittelbare Erreichbarkeit. Um auch den Anforderungen der BGB-InfoV zu genügen, ist es jedoch nicht erforderlich, die Angaben direkt auf der Startseite bereitzuhalten oder im Lauf des Bestellvorgangs zwangsläufig abrufbar zu machen. Die Links „Kontakt“ und „Impressum“ genügen daher (BGH – Urteil vom 20.7.2006 – I ZR 228/03).

Freie Mitarbeiter

...sind oft gar nicht so frei – vor allem nicht in der Sozialversicherung. Wenn diese Beschäftigungsform nur vorge-schoben ist, wird der „Freie“ irgendwann auf die Idee kommen, seinen Status zu klären und seine Arbeitnehmer-Eigenschaft feststellen zu lassen. Der Arbeitgeber ist in diesem Fall dann nicht daran gehindert, zu Unrecht gezahlte Honorare zurückzufordern – zumindest für den Zeitraum, für den der freie Mitarbeiter die Statusfeststellung will (BAG – Urteil vom 8.11.2006 – 5 AZR 706/05).

Handys

...im Straßenverkehr sind ein Dauerthema. Jeder weiß, dass ihre Benutzung beim Fahren ohne Freisprecheinrichtung verboten ist, und trotzdem fahren viele immer noch einarmig und abgelenkt durch den Straßenverkehr. Und mit welchen Ausreden sie sich dann vor dem Bußgeld drücken wollen... Tip: Die

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

Der **Gesetzgeber** hat am 14.12.06 sein Herz für Selbständige geöffnet. Die Parlamentarier haben ein „Gesetz zum Pfändungsschutz der Altersvorsorge“ verabschiedet. Das Regelwerk hat weitreichende Bedeutung.

Die neuen **Vorschriften** gewähren Unternehmern den bislang fehlenden Schutz ihrer Alterssicherung. Das mühsam Angesparte unterliegt jetzt nicht mehr dem freien Gläubigerzugriff. Der Selbständige darf nicht mehr leergepfändet werden. Ihm bleibt etwas übrig von dem, was er zur Seite gelegt hat.

Das **Gesetz zum Pfändungsschutz der Altersvorsorge** wurde am 30.3.07 im Bundesgesetzblatt verkündet. Der Schutzbrief für Versorgungsleistungen und Versorgungskapital trat einen Tag später am 31.3.07 in Kraft. Die Regelungen gelten aber nicht nur Selbstständige. Sie optimieren auch den Pfändungsschutz von Arbeitnehmern – und entlasten so die öffentlichen Kassen.

Der **Schwerpunkt** des Pfändungsschutzes ist die Gleichstellung von Renten mit Arbeitseinkommen. Die dabei zu beachtenden Pfändungsfreigrenzen sind scharf gezogen. Das – fast – Unpfändbare reicht momentan bis zu einer monatlichen Zahlung von 989,99 Euro. Bei einer Unterhaltspflicht erhöht sich dieser Betrag bereits auf 1.359,99 Euro, bei zwei Unterhaltspflichten auf 1.569,99 Euro. Erst danach dürfen die Gläubiger zugreifen – und das auf 2,05 bzw. 3,01 Euro.

Die **Bestimmungen des Pfändungsschutzgesetzes** gelten nicht für alle Altersrenten. Das neue Recht verlangt, dass die „lebenslange Rente nicht vor Vollendung des 60. Lebensjahres oder nur bei Eintritt der Berufsunfähigkeit gewährt wird.“ Der Anspruchsberechtigte darf über seine Ansprüche auch nicht verfügen können. Außerdem muss die Bestimmung eines Dritten als Berechtigten ausgeschlossen und es darf – mit Ausnahme einer Zahlung auf den Todesfall – auch nicht die Zahlung einer Kapitalleistung vereinbart worden sein.

Das **Vorsorgerisiko** wäre nur unvollständig gedeckt, wenn die Altersvorsorge nicht gleichzeitig gegen Kapitalaufzehrung geschützt wäre. Der neue § 851c Abs. 2 ZPO öffnet dem Schuldner die Möglichkeit, einen Betrag von 238.000 Euro anzusparen. Die Staffelung bis dahin sieht wie folgt aus: vom 18. bis zum 29. Lebensjahr 2.000 Euro p. a., vom 30. bis zum 39. jährlich 4.000 Euro, vom 40. Lebensjahr bis zum 47. 4.500 Euro p.a., von 48 bis 53 pro Jahr 6.000 Euro, vom 54. Geburtstag bis zum vollendeten 59. Lebensjahr 8.000 Euro und vom 60. Lebensjahr bis zum 65. sogar 9.000 Euro p. a. Andere Formen der Alterssicherung Selbständiger werden nicht so geschützt. Der Gesetzgeber ist aber auf dem richtigen Weg.

Behauptung, man hätte nur die Telefonkarte hin und her geschoben, um das Gerät funktionsfähig zu machen, zieht nicht (OLG Hamm – Beschluss vom 23.1.2007 – 2 Ss OWi 25/07).

Promis

...bieten nicht nur ein Arbeitsfeld für Fotografen, sie beschäftigen auch mehr und mehr die Juristen. Unterm Strich müssen es sich auch „Celebrities“ nicht gefallen lassen, überall fotografiert und zur Schau gestellt zu werden. Der Schutz der Persönlichkeit des Betroffenen ist dabei umso intensiver, je geringer der Informationswert für die Allgemeinheit ist. Dabei ist zwischen sachlicher Berichterstattung und Befriedigung bloßer Neugier abzuwägen

(BGH – Urteile vom 6.3.2007 – VI ZR 13/06 u.a.)

Werbeware

...soll Kunden anlocken. Und wenn für sie dann noch Rabatte angekündigt werden, ist die Aktion komplett. Vorausgesetzt, man weiß, was „Werbeware“ ist. Das OLG Hamm hält die Werbung mit Preisnachlässen auf „Werbeware“ nämlich für wettbewerbswidrig, wenn nicht deutlich gemacht wird, was sich hinter diesem Begriff versteckt. Gerade der Anlockeffekt einer Werbung verlangt es, dem Kunden rechtzeitig klar zu machen, was ihn erwartet (OLG – Urteil vom 16.11.2006 – 4 U 143/06).

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



Dörr Mini Studio Kit

Dörr bietet jetzt ein Mini Studio Kit an, das sich besonders für die Fotografie kleinerer Produkte eignet – zum Beispiel für Auktionsangebote im Internet. Das Kit besteht aus zwei Studioblitzköpfen 50 Ws (Leitzahl 28 bei ISO 100), zwei Flexiarmen und zwei Klemmen. Dörr empfiehlt, das Lichtset zusammen mit einem Aufnahmetisch Dörr FST 1, Dörr FST 2 oder Novoflex Magic Studio zu verwenden, um in kürzester Zeit überzeugende Ergebnisse zu erhalten.

Manfrotto Haltearme mit neuer Technologie

Die neuen Manfrotto Modelle 814, 819 und 823 sind die ersten Haltearme weltweit, die die neue hydrostatische Technologie einsetzen. Durch diese wird mit geringem Kraftaufwand eine optimale Blockierung möglich. Videokameras, Monitore und entsprechendes Zubehör finden auf diese Weise festen Halt. Das System basiert auf den Prinzipien moderner Hydraulik: Durch leichtes Anziehen des Handrads baut sich ein gleichmäßiger Öldruck im Inneren des Arms auf, und die Anpresskräfte werden gleichmäßig auf alle Gelenke und Kugeln verteilt. Es genügt eine leichte Gelenkdrehung, um den Arm in der gewünschten Position sicher zu arretieren. Ein im Lieferumfang enthaltener Gummiring erhöht bei Bedarf die Griffbarkeit des Handrads. Die hydrostatischen Arme verzichten komplett auf eine interne Mechanik und sind deshalb sehr wartungsarm. Der hydrostatische Manfrotto Arm 823 ist das größte Modell der Serie mit einer Gesamtlänge von 23,5 cm. Er verfügt an beiden Enden über einen 5/8"-Zapfen mit 1/4" Innengewinde. Bei einer maximalen Belastbarkeit von vier Kilogramm lassen sich Kameras und verschiedenstes



Zubehör wie Lichtformer, kleine Scheinwerfer oder Blitzgeräte einfach und bequem montieren. Der hydrostatische Manfrotto Arm 819 bietet als mittlere Lösung eine maximale Belastbarkeit von 2,2 Kilogramm bei einem Eigengewicht von 180 Gramm. Dieses Modell ist 18,3 cm lang und mit einem 1/4"-Außengewinde an der langen und einem 3/8"-Außengewinde an der kurzen Seite ausgerüstet. Mit einer Länge von 13,3 cm ist der Manfrotto 814 der kürzeste hydrostatische Arm. Bei einem Eigengewicht von 160 Gramm beträgt die maximale Belastbarkeit 3,5 Kilogramm. Auch er ist mit einem 1/4"-Außengewinde an der langen und einem 3/8"-Außengewinde an der kurzen Seite ausgestattet.



Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!

UV-Filter
in allen gängigen Größen

**10 Jahre Garantie •
hervorragendes •
Preis-/Leistungsverhältnis**



Sakar Germany GmbH
Frankfurter Straße 95 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany
Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 91 · E-Mail: info@sakar-germany.de · www.sakar-germany.de

Zubehör wie Lichtformer, kleine Scheinwerfer oder Blitzgeräte einfach und bequem montieren. Der hydrostatische Manfrotto Arm 819 bietet als mittlere Lösung eine maximale Belastbarkeit von 2,2 Kilogramm bei einem Eigengewicht von 180 Gramm. Dieses Modell ist 18,3 cm lang und mit einem 1/4"-Außengewinde an der langen und einem 3/8"-Außengewinde an der kurzen Seite ausgerüstet. Mit einer Länge von 13,3 cm ist der Manfrotto 814 der kürzeste hydrostatische Arm. Bei einem Eigengewicht von 160 Gramm beträgt die maximale Belastbarkeit 3,5 Kilogramm. Auch er ist mit einem 1/4"-Außengewinde an der langen und einem 3/8"-Außengewinde an der kurzen Seite ausgestattet.



Digitale Bilderrahmen von Parrot

Photo Viewer 7 nennt Parrot seinen neuen digitalen Bilderrahmen, der mit einem sieben Zoll großen Monitor (720 x 480 Pixel, 262.144 Farben) aufwartet. Das Gerät ist mit einem 128 MB großen Speicher versehen und kann dort bis zu 500 Fotos im JPEG-Format ablegen. Die Bilder können per Bluetooth-Funktechnik von allen kompatiblen Geräten (zum Beispiel Notebooks oder Mobiltelefone) auf den Bilderrahmen übertragen werden und werden dort automatisch an die Bildschirmgröße angepasst. Sensoren erkennen, ob es sich um eine Aufnahme im Hoch- oder Querformat handelt und richten das Bild dementsprechend aus. Der Rahmen ist von klassisch bis modern in vielen Farben und Ausführungen, zum Beispiel in Leder oder Holz, zu haben. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 179 Euro.

Neue Erkenntnisse beim Kapitalismus?

Für jüngere Unternehmer ist vieles, was heute in der Wirtschaft weltweit geschieht, neu; für ältere dagegen ist alles schon einmal dagewesen. Dass sich der Mensch an sich nicht ändert, können wir seit 5.000 Jahren und länger geschichtlich verfolgen, wenn es um die Bereiche Macht, Freiheit oder Reichtum und Geld geht. Professor Norbert Bolz, 53, von der TU Berlin hat sich in der Lufthansa Publikation „exclusive 4/07“ in einem Bericht unter dem Titel „Kapitalismus mit gutem Gewissen“ mit der Problematik moderner Unternehmensführung auseinandergesetzt, die er unter dem Begriff „Karma-Kapitalismus“ zusammenge-

fasst hat. Es geht ihm dabei um „die Kraft, die die Moral des guten Kapitalismus wachsen lässt und die in den dauerhaften, weltweit vernetzten Geschäftsbeziehungen steckt. Kooperation erzeugt Moral, Raubtierkapitalismus dagegen ruiniert sich selbst.“

Ich habe anlässlich der Stuttgarter Fototage 1964 das Buch geschrieben „Eine Branche arbeitet erfolgreich“. Es hat mich schon damals sehr beeindruckt, dass in einer wirtschaftlich schlechten Zeit nach der Geldentwertung 1923 Ernst Leitz seine Entscheidung, eine Leica Kamera für den

Fotomarkt zu bauen, mehr aus sozialen, ideellen Gründen als aus bevorzugt wirtschaftlichen Gründen, getroffen hat.

Ich erlaube mir, aus meinem Buch den Text über den Beginn der Leica-Produktion auf dieser Seite mit abzudrucken. Ich kann aus meiner Erfahrung nur die Richtigkeit der Erkenntnisse bestätigen, zu denen Professor Bolz gekommen ist, der in der heutigen globalisierten Wirtschaft mit seinem „Karma-Kapitalismus“ allen Unternehmern und Firmengründern den Weg für eine erfolgreiche Arbeit in der Zukunft aufzeigt. H. J. Blömer

1964 schrieb ich in meinem Buch „Eine Branche arbeitet erfolgreich“ folgenden Text, in dem ich geschildert habe, wie es zur Produktion der „weltberühmten“ Leica gekommen ist:

Die beste Form des Berufes ist die Verbindung mit den persönlichen Idealen. Immer wieder zeigt sich, dass die blendenden Geschäftemacher auf die Dauer doch von den Idealisten übertroffen werden. Beispiele in der Fotobranche sind die Firmen Zeiss und Leitz. Auf der Konzeption von Ernst Abbe besteht der heute weltbedeutende Zeiss-Konzern; ein typisches Beispiel für eine ähnliche Gesinnung im Hause Leitz war der Entschluss darüber, ob die Leica-Produktion aufgenommen werden sollte oder nicht. Ernst Leitz traf

die letzte Entscheidung aus sozialen, ideellen Gründen.

Leitz hatte bis 1924 mit Foto nichts zu tun. Die 1.500 Mitarbeiter waren hauptsächlich mit der Fertigung von Mikroskopen und Fernrohren beschäftigt. Stundenlang wurde beraten, ob man den Sprung in die Kamerafabrikation wagen sollte. Als keine Einigung erzielt wurde, entschied sich Ernst Leitz für den Bau der Leica mit den Worten: „Hier handelt es sich nicht nur um unseren ‚Verdienst‘. Hier handelt es sich

immerhin um die Möglichkeit, unseren Arbeitern mit dieser kleinen Kamera – wenn sie das verspricht, was ich von ihr halte – in den Jahren der Depression Arbeit zu schaffen und sie damit durch die kommende schwere Zeit hindurchzubringen.“ Diese „soziale“ Entscheidung machte sich bezahlt. Nach sieben Jahren machte die Leica 70 Prozent der gesamten Produktion von Leitz aus! Die Zahl der Mitarbeiter hatte allem Niedergang der allgemeinen Wirtschaft zum Trotz um 25 Prozent zugenommen.



Horst Dieter Lehmann

Zeiterscheinungen

Die Zeit ist kostbar und man kann sie messen. Aber jeder Mensch misst sie unter anderen Voraussetzungen und somit sehr unterschiedlich. Ist man noch jung, vergeht sie langsam. Je älter man aber wird, um so schneller vergehen die Tage und die Jahre. Jedoch sollte man die Zeit nutzen und aus allem das Beste machen.

Wir befinden uns im Wonnemonat Mai, die Sonne steigt, die Stimmung auch. Deutschland ist Weltmeister im Handball, die Fußballweltmeisterschaft verlief sensationell gut, und Henry Maske zeigte es allen, dass man auch noch im fortgeschrittenen Alter (für einen Boxer) etwas drauf haben kann. Das Glas ist also nicht halbleer, sondern halbvoll!

Die Saison für den Fotohandel beginnt. Die Buchungen zeigen, dass die Bundesbürger weiterhin recht reisewillig sind. Da nun einmal das Reisen mit dem Fotografieren eng zusammenhängt, besteht die Aussicht auf ein gutes Geschäft. Optimismus ist angesagt in der gesamten Wirtschaft.

Nicht nur wir Fotografen wissen, dass es neben dem Licht auch Schatten gibt, aber der Schatten, gleich welcher Form, ebenso wichtig ist wie das Licht.

Lang her, aber unvergessen, ein kleines Beispiel: Der Lehrer einer Berufsschulklasse für Fotografen stellte eine Aufgabe für die Schüler. Sie mussten eine mitgebrachte Zwiebel mit dem Bleistift möglichst naturgetreu abzeichnen. Nach dem Einsammeln der Werke und Beurteilung hielt er ein Blatt hoch mit den Worten: „Der, der dieses gezeichnet hat, ist hier der einzige, der Fotograf werden kann.“

Obwohl übertrieben, bewahrheitete sich dies in der Zukunft auch nicht, aber die Klasse konnte bei der Frage, warum dieses so sei, nicht die richtige Antwort geben. Sie achtete nur auf die naturgetreue Wiedergabe der Zwiebel. Die Lösung war: Die Zwiebel warf als einzige einen Schatten bei der Zeichnung. Alle anderen hatten ihn nicht für wichtig gehalten oder übersehen – zu Zeiten der Schwarzweiß-Fotografie aus der Sicht des Lehrers höchst tadelnswert.

Dann kam die Farbfotografie, und die Welt wurde bunt. Zuerst zu bunt und unharmonisch. Viele Portraitfotografen schwelgten in den Farben, besonders bei den Hintergründen. In der Natur gibt es keine unharmonischen Farbenspiele. Der Maler weiß, oder sollte es wissen, dass mit der

Farbe Schwarz, die ja eigentlich keine ist, sich viel Bunes, Unpassendes zusammenfügen lässt.

Das weiß Lagerfeld und das weiß Lehmann. Aber mit diesem Wissen allein ist es nicht getan, um Millionär zu werden. Selbst wenn man ein Atelier wie das universelle Genie Lagerfeld hätte, wäre es mit der Fotografie allein nicht getan.

Haben wir Fotohändler und Fotografen nun den falschen Beruf gewählt? Leben wir zur falschen Zeit? Sicher waren die Zeiten vor etlichen Jahrzehnten für die Fotografen besser. Leicht hatten sie es auch nicht. Aber wer etwas konnte und vielleicht Hoffotograf war, dessen feudales Atelier in einer noch feineren Villa auf die illustren Gäste wartete, den kennen wir nur noch aus den Erzählungen unserer meist verblichenen Vorfahren.

quickpoint

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

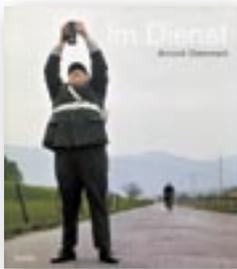
Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

Nach diesen goldenen Jahren für die Schwarzweißkünstler folgte die Zeit der Atelierhändler, weil die Fotografie inzwischen „Allgemeingut“ wurde. Das Geschäft lag in möglichst guter Lage in der Stadt. Nicht selten hatte der Händler das Glück, ein eigenes Haus zu haben. Die Dunkelkammer war im Keller, das Geschäft Parterre, das Atelier darüber. Wenn man über Ladenzeiten spricht, ist dies ein weites Feld. Für den Käufer ist es nicht leicht, sich zurechtzufinden. Denn auch die Händler, gerade die großen, fragen sich, ob die längeren Ladenzeiten so viel mehr bringen, denn das Personal muss ja auch bezahlt werden. Um aber bei den kleineren Geschäften zu bleiben, zu denen wir Händler und Atelierhändler gehören, ist die Ladenöffnungszeit ja nicht das ein und alles. Wir sind ja auch noch recht flexibel! Denn die Hochzeiter trauen sich nicht nur zu unseren Geschäftszeiten, sondern vorwiegend am Samstag-nachmittag oder -vormittag, wozu sich die Standesämter und die Kirchen bereiterklärt hatten. Die Standesbeamten trauten samstags in Burgen, Schlössern, auf Leuchttürmen oder sonstwo. Der Fotograf war immer dabei, wenn er nicht „Hilfe“ von den mehr oder weniger digitalen Semiprofis bekam – wie schon erwähnt: Die Fotografie ist Allgemeingut geworden. Der Fotograf ist (noch) Handwerker, und die Handwerkerstunden müssen eben bezahlt werden. Aber irgendwie und irgendwo muss heute wohl jeder sparen!

Arnold Odermatt: Im Dienst

Berühmt geworden ist der Polizist und Fotograf Arnold Odermatt in seinem Ruhestand mit seinem fotografischen Tagebuch zu den zahlreichen Verkehrsunfällen, die seinen Berufsalltag im Schweizer Kanton Nidwalden fast ein halbes Jahrhundert lang begleitet haben und das unter dem Titel „Karambolage“ erschienen ist. Das Thema von „Im Dienst“ richtet sich an ein ganz



bestimmtes Publikum und könnte unter dem Motto stehen: „Wir sind eine tolle Truppe!“

Entstanden ist das Fotobuch auf dem Hintergrund, dass das kleine Polizeikorps der Gemeinden von Nidwalden Nachwuchsorgen hatte, denn die Dorfjugend sah ihre Zukunft nicht in Uniform und auf Streife. Arnold Odermatt belehrte sie mit seiner Kamera eines besseren. Er schickte seine Kollegen zum Friseur und dann in die Abenteuer ihres Berufsalltags, arrangierte die Fahrzeuge mit Blaulicht und inszenierte die Macht der Amtswaffen. So entstand Werbung im besten Sinne, stolz wird gezeigt, wer man ist und was man hat. Das Buch ist ein eindrucksvolles Dokument einer untergegangenen Zeit, die jedoch sehr vertraut erscheint. Es enthält Bilder, die an ferne Tage erinnern.

Arnold Odermatt, geboren 1925 in Oberdorf, Kanton Nidwalden, trat 1948 in die Polizei ein und wurde 1990 als Oberleutnant, Chef der Verkehrspolizei und Vizekommandant der Nidwaldner Polizei pensioniert. Seine Fotografien wurden 2001 auf der 49. Biennale Venedig gezeigt, 2002 in einer Einzelausstellung im Art Institute of Chicago und 2004 im Fotomuseum Winterthur. Herausgegeben hat Urs Odermatt, 1955 in Stans geboren, der

bei Krzysztof Kieslowski Regie und szenisches Schreiben gelernt hat und als Regisseur für Film und Theater arbeitet, das Werk seines Vaters.

Arnold Odermatt: Im Dienst. Herausgegeben von Urs Odermatt, 340 Seiten mit 158 Farbtafeln, 28 x 31,2 cm, Leineneinband mit Schutzumschlag. Sprache: deutsch, französisch, englisch. Steidl Verlag Göttingen 2006, ISBN 3-86521-336-7, 65,- Euro.

Artur Landt: Canon EOS 400D

Die Canon EOS 400D gehört zur Oberklasse der Digitaltechnik, und das zu einem Preis, der eher der Basisklasse zuzuordnen wäre. Der 10-Megapixel-Sensor, der große, hochauflösende 2,5 Zoll TFT-Monitor mit 230.000 Pixeln und 160° Blickwinkel, der Digi-II-Prozessor und die E-TTL-Blitzsteuerung sind neben einer ganzen Palette an serienmäßigen Annehmlichkeiten wie zum Beispiel Lupenbetrachtung direkt nach der Aufnahme und erweiterte Histogrammanzeige die Highlights dieser D-SLR-Kamera.



Der erfolgreiche Fachbuch-Autor und Fachjournalist Dr. Artur Landt hat mit diesem Profiworkshop einen nützlichen Ratgeber vorgelegt, der sich ganz auf die Kamera und ihre Möglichkeiten konzentriert und fototechnische Zusammenhänge und ihre Bedeutung für die Praxis erklärt. Dabei sorgt das klare, übersichtliche Buchkonzept dafür, dass man sich auf jeder Stufe seines fotografischen Könnens auf Antrieb darin zurechtfindet. So werden die Themen auf einer Doppelseite abgeschlossen und auf einen Blick sämtliche Informationen und Fotobeispiele findet. Artur Landt: Canon EOS 400D Profiworkshop,ameratechnik, Aufnahmepraxis, Wechselobjektive, Zubehör,

Motivbereiche, Bildausgabe. 176 Seiten, Verlag Photographie, Gilching 2007, ISBN 3-933131-93-6, 29,80 Euro.

Reinhard Merz: Licht und Belichtung in der Fotografie



Trotz Belichtungsautomatik und Autofokus ist es das Licht, das das Foto macht. Es ist nach wie vor das Handwerkszeug des Fotografen, und der Autor Reinhard Merz betont in seinem Buch, dass trotz der vielfältigen Möglichkeiten, die der digitale Workflow bietet, die elementare Entscheidung über die Qualität eines Bildes nach wie vor mit dem Druck auf den Auslöser fällt.

Bei jedem Schnappschuss ist der Fotograf gezwungen, einfach das vorhandene Licht zu nutzen. Dennoch ist es kein Zufall, ob er gute oder mäßige Bilder schießt, denn mit etwas Erfahrung kann man den Lauf der Dinge vorhersehen und beeinflussen. Um so mehr gilt dies beim Shooting im Studio, wo der Fotograf die komplette Kontrolle über die Beleuchtung behält. Für beide Situationen ist das Wissen um Zusammenhänge und Lösungen für bestimmte Gegebenheiten viel entscheidender, als ein umfangreiches Geräte-Equipment. So beschreibt der Autor dieses Buches systematisch, was Licht ist und wie es sich definieren und klassifizieren lässt, wie unterschiedlich Licht von Auge, Film, Chip und Messgerät erfasst wird, welche Unterschiede von digitalen und analogen Kameras bei der Belichtung eine Rolle spielen, wie vorhandenes Licht beeinflusst und optimal genutzt werden kann und wie schließlich Helligkeit, Farbe und Kontrast nachträglich am Rechner optimiert werden können.

Reinhard Merz: Licht und Belichtung in der Fotografie, 119 Seiten, dpunkt.Verlag, Heidelberg 2007, ISBN 3-89864-417-0, 24,- Euro.



Zentraler Reparatur - Service **GEDDERT**

**Edixa – Voigtländer – Porst –
Samsung – Service**

Camcorder – Computer – Service

Film – Foto – Elektronik – Hifi – Video – TV

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

SPEZIAL REPARATUREN FÜR:

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

...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

Techn. Positiv-Retusche

helmut.bodenschatz@t-online.de

DAYLIGHT POWER DIE ERLEUCHTUNG



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

Der **Verband für Journalisten**

bietet Beratung, Fachinfos,
Presseausweis, Medienversorgung
und vieles mehr. Kostenlose Infos
für hauptberufliche Journalisten &
Pressesprecher:

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



FILM- u. VIDEOSERVICE

Filmkopien – Tonspuren	alle Formate
Filmabastung	8, 9,5, 16 mm Filme
8 mm Filme auf DVD	attraktive Festpreise
Kopien auf Video - CD - DVD	alle Systeme
CD / DVD Einzel- u. Serienkopien	schnell und preiswert

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

Gute und preiswerte Color-Chrom- Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK	Auflagendruck
Einbildkarte nach Dia € 110,-	1500er Aufl. € 60,- p.1000 St.
2-4 Bildkarte nach Dia € 165,-	3000er Aufl. € 45,- p.1000 St.
-incl. Proof-Andruck-	5000er Aufl. € 40,- p.1000 St.
	10000er Aufl. € 35,- p.1000 St.
Fordern Sie die Unterlagen an:	+ MwSt. u. Versandkosten

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

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildver-
arbeitung, Video, Labor- und Studioteknik

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

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

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

Neuheitenredaktion:

Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff,
Ulrich Vielmuth

Anzeigen:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Ralf Gruna
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 34 v. 1. Januar 2007

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach, Albert Willmann

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:

D+L PRINTPARTNER GmbH, Bocholt

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

imaging+foto-contact erscheint
zum 1. des Monats, außer am 1. Januar.
Der Abonnementspreis beträgt:
Inland: 39,90 € jährlich
Ausland: 60,00 € jährlich
Die Zustellung ist im Preis enthalten.



ISSN: 1430-1121

Kleinanzeigen Angebote/Verkäufe

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

Fuji Pictography 4000
Digital Printer 650x560x610 mm,
80 kg incl. Zubehör,
Selbstabholer 750,- €,
Versand ca. 100,- €. **Tel.: 0 28 37 - 9 17 77**
Pöppel, 47652 Weeze

Fotostudio, Fotofachgeschäft
seit 129 Jahren am Ort vertretener Fotografen-
betrieb in Kreisstadt in Süd-NS – einzig und
führend am Platz – in zentraler 1A-City-Lage,
moderne Ausstattung, 160 qm Verkaufsfläche,
60 qm Studio, 20 qm Warteraum zuzüglich
2 Kundentoiletten – hoher Bekanntheitsgrad,
großer Stammkundenkreis, Abgabe ausschl.
aus Alters- und Gesundheitsgründen wg.
fehlender Nachfolge zu günstigen Konditionen.
Chiffre 1272935

Foto-Aktienkurse					
		18.04.2007	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	6.650	6.260	5.240	9.020
Casio	YEN	2.525	2.485	1.770	2.815
CeWe Color	EUR	39,02	41,24	26,51	45,48
Du Pont	USD	49,85	50,43	38,82	53,67
Eastman Kodak	USD	23,93	22,84	18,93	28,14
Epson	YEN	876	785	673	1.138
Fujifilm	YEN	5.060	4.700	3.570	5.410
Hewlett-Packard	USD	41,21	39,70	29	43,72
Hitachi	YEN	925	863	644	944
ICI	GBP	537	480,25	331,95	561,25
Imation	USD	41,38	39,93	37,11	49,20
Jenoptik	EUR	7,70	7,19	6,25	8,35
Leica	EUR	12,17	12,05	6,10	12,94
Metro	EUR	55,82	54,78	41,24	56,50
Olympus	YEN	4.230	3.880	2.755	4.270
Samsung	KRW	583.000	589.000	549.000	690.000
Sharp	YEN	2.370	2.195	1.571	2.445
Sony	YEN	6.560	6.000	4.340	6.660
Spector	EUR	1,40	1,32	0,89	1,58
Toshiba	YEN	882	769	652	900
Varta	EUR	9,60	9,20	5,28	18,49

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

Anzeigenschluß für Kleinanzeigen
in der Ausgabe 6/2007 ist der 7. Mai 2007.
Senden Sie uns einfach ein Fax an: 0 21 02 / 20 27 90

Inserenten-Verzeichnis

Bogen Imaging 11 Messe Berlin..... 15
C.A.T.-Verlag7, 3. U. Photo+Medienforum.13,23
Canon4. U. Sakar29, 51, 53
Fujicolor.....2. U. Samsung49
Loersch55 Kleinanzeigen ... 57–58

Beilage: BHS Binkert



Auftrag

Klein- und Personalanzeigen

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

- einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
- in den Ausgaben

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

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

Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

i+fc. 5/2007

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:

Jetzt neu im grossen foto-katalog Online:



Casio:

Schnorchel-
gehäuse
EWC-10

Olympus:

E-410
E-510

Pentax:

*ist DL2
K10D

Ricoh:

Caplio GX100

Samsung:

D60
D70
GX10
i7
L74w
L77



Die umfassende
Produkt-Datenbank
für den Fotohandel!

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

Jetzt mit noch
stärkerem Trageriemen.



you can
Canon

EOS-1D Mark III DIGITAL 10,1 Megapixel Canon CMOS-Sensor, bis zu zehn Bilder pro Sekunde, bis zu 110 JPEG-Bilder in Folge. Mit zwei „DIGIC III“ Prozessoren, neuem AF-System mit 19 Kreuzsensoren, ISO 100 bis 3200 und Live View Modus. Jede Komponente wurde aufgrund von Anregungen professioneller Fotografen perfektioniert – bis hin zum Trageriemen. www.canon.de/eos