

imaging

+foto contact

6/2003

€ 3,50 ISSN 1430 - 1121

32. Jahrgang G 30605

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

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Agfas starke Produkte für das Sommergeschäft



Bilder, die glücklich machen

Small camera. Big business.

Die neue EXILIM EX-Z3 mit 3fach optischem Zoom.



.....3,2 Mega
Pixel

Die Sensation ist perfekt: Die neue EXILIM EX-Z3 von CASIO ist da. Eine der kleinsten und exklusivsten Digital Cameras der Welt. Mit 3fach optischem Zoom, 3,2 Mega-pixel, großem 2 Zoll TFT-Farbdisplay mit Dia-Show-Funktion, internem 10 MB Speicher, Speicherkartenslot für SD-/MMC-Speicherkarten, Dockingstation und vielen weiteren Innovationen, die neue Maßstäbe im Digital-Camera-Segment setzen. Zoomen Sie in eine neue Dimension: <http://zoom.exilim.de>



USB-Dockingstation mit Dia-Show-Funktion



EXILIM EX-Z3

EXILIM
ZOOM



Zum Titelbild: Agfas starke Filmprodukte für das Sommergeschäft 2003



Ob Kleinbild- oder APS-, Negativ- oder Dia-, Amateur- oder Profifilm, die umfangreiche Produktfamilie, mit der Agfa ins Sommergeschäft 2003 startet, gibt dem Fotohandel die Chance, individuelle Bedürfnisse der Kunden zu befriedigen – und gleichzeitig Beratungskompetenz zu zeigen. Neben den neuen Agfa Vista Farbnegativfilmen werden ab sofort auch die qualitativ verbesserten Agfa APS Star Filme als Nachfolger der Futura Filme in den Handel eingeführt. Diese kommen, ebenso wie die bekannten CT precisa Diafilme, mit einem neuen Packungsdesign auf den Markt. Und natürlich stehen zur Abverkaufsunterstützung für den Handel wieder zahlreiche aktuelle Werbe- und Verkaufsförderungsmittel zur Verfügung. **Seite 20**

Branchentreff beim Photo+Medienforum

Mit 135 hochkarätigen Gästen aus der Foto- und Imagingbranche war der traditionelle Branchentreff des Photo+Medienforums Kiel die bisher größte Veranstaltung dieser Art. Zum umfangreichen Programm gehörten neben der Kuratoriumssitzung die Jahreshauptversammlung des Fördervereins und interessante Vorträge. Die ehemalige Fachschule des deutschen Fotohandels hat sich in den vergangenen Jahren zu einer modernen Ausbildungsstätte mit einem breiten Seminarprogramm gemauert. Unter der Geschäftsführung von Gabriele Scheibel wurde nicht nur das Programm entrümpelt, modernisiert und für neue Zielgruppen erweitert, sondern auch für hervorragende bauliche Voraussetzungen gesorgt. **Seite 28**



Zusatzerträge mit Polaroid Paßbildsystem

Seit 1983 führt Erich Hopf sein Fotogeschäft in Maulbronn. Auch dort sind die Zeiten härter geworden. Um dennoch mit klassischem Fotohandel und Studiofotografie erfolgreich sein zu können, bedarf es innovativer Lösungen. „In wirtschaftlich schwierigen Zeiten kommt es darauf an, sich gegenüber dem Wettbewerb abzusetzen“, betont Hopf. „Ich stütze das Paßgeschäft deshalb auf die bestehende Partnerschaft mit Polaroid.“ **Seite 62**



imaging+foto-contact-Interview



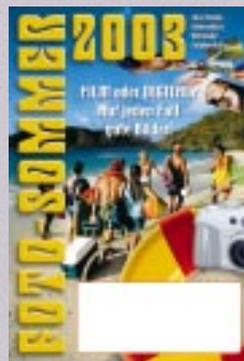
Olympus hat das neue Geschäftsjahr am 1. April mit einer neuen Vertriebsorganisation begonnen. Dabei wird Deutschland in die Region DACH, bestehend aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, eingebunden. Als Region Sales Director ist jetzt John Brooks für den Vertrieb der Olympus Produktpalette verantwortlich. imaging+foto-contact hat ihn nach den Perspektiven für den deutschen Markt gefragt. **Seite 24**

Marktübersicht mit 142 Digitalkameras

Urlaubszeit gleich Bilderzeit! Bei über 2,4 Millionen digitalen Kameras, die im Jahr 2002 verkauft wurden, werden diese Produkte auch im Sommergeschäft zu den Bestsellern zählen. imaging+foto-contact stellt in einer Marktübersicht 142 aktuelle Modelle ab einer Auflösung von zwei Megapixeln vor und hat die wichtigsten Argumente für die Verkaufsberatung zusammengefaßt. **Seite 38**

PPS integriert Bremaphot Gruppe erfolgreich

Nach der Übernahme durch PPS im Herbst 2001 stellt sich die Bremaphot Gruppe mit den Unternehmen Bremaphot, Kleffel & Aye, Foto Elgas und Hansephot mit einer neuen Struktur auf die Marktentwicklung ein. Dabei steht weiterhin eine qualifizierte Großhandelsleistung für professionelle Anwender und Wiederverkäufer im Mittelpunkt. Sie wird durch kompetente Fachberatung für bestmögliche Investitions- bzw. Sortimentsplanung gewährleistet. PPS Geschäftsführer Edmund Schlegel machte im Gespräch mit imaging+foto-contact keinen Hehl daraus, daß es durchaus eine Herausforderung darstellte, mit der Bremaphot Gruppe ein Unternehmen unter das Dach von PPS zu integrieren, das größer war als die neue Muttergesellschaft. Heute setzt die PPS-Gruppe mit qualifiziertem Großhandel und Imaging-Services rund 80 Millionen Euro um und beschäftigt ca. 350 Mitarbeiter, davon 23 Außendienstberater für Anwender und Wiederverkäufer und fünf zusätzliche Außendienstler für den Dienstleistungsbereich. **Seite 10**



CeWe Color wächst aus eigener Kraft

Mit einem moderaten Umsatzzuwachs und einer deutlichen Ergebnisverbesserung hat CeWe Color das Jahr 2002 gut abgeschlossen. Zum ersten Mal, so betonte Hubert Rothärmel, Aufsichtsratsvorsitzender der CeWe Color Holding AG und Vorsitzender der Neumüller CeWe Color Stiftung, trug das digitale Geschäft „wirklich in nennenswertem und rechenbarem Umfang“ zum Geschäftsergebnis bei. Dr. Rolf Hollander, der Mitte vergangenen Jahres von Hubert Rothärmel das Amt des Vorstandsvorsitzenden der CeWe Color Holding AG übernommen hatte, konnte bei seiner ersten Präsentation eines Jahresabschlusses das zweitbeste Ergebnis nach Steuern in der Firmengeschichte vorstellen. Der Umsatz stieg im Jahr 2002 um 0,5 Prozent auf 439,2 Millionen Euro, während im gleichen Zeitraum der klassische Fotofinishing-Markt in Zentral-Europa um vier Prozent zurückging. **Seite 14**



Zum Titelbild

Agfas starke Produkte für das Sommergeschäft ... **20**

Editorial

Plötzliches Ende **5**

Wirtschaftspolitischer Kommentar

Zum Streik: Wie ich gleiche Arbeitszeiten in Ost und West für metallverarbeitende Firmen sehe ... **66**

Industrie

Imaging Solutions AG mit kompetenten Mitarbeitern gestartet: Zukunft für Cyra **8**

Bilddienstleistungen **55**

CeWe Color meldet Wachstum aus eigener Kraft .. **14**

Handel

Bremaphot Gruppe setzt auch unter dem Dach von PPS auf qualifizierten Großhandel **10**

Branchentreff beim Photo+Medienforum Kiel **28**

Ringfoto-Inkjet-Roadshow **36**

Lowepro Neuheiten für jedes Wetter **64**

H. D. Lehmann: Der fast vergessene Fortschritt .. **71**

imaging+foto-contact-Interview

John Brooks, Region Sales Director für Deutschland, Österreich und die Schweiz bei Olympus: Wieder Marktführer werden **24**

Digital Imaging

Marktübersicht mit 142 Modellen: Digitalkameras für einen heißen Fotosommer ... **38**

Sonys neue Cyber-shot DSC-V1

Bereits vor zwei Jahren hat Sony ein Außendienst-Team speziell für den Fotofachhandel gegründet und damit die Bedeutung dieses Vertriebsweges für das Unternehmen unterstrichen. Darüber hinaus führt das Unternehmen besonders hochwertige Foto-Produkte zunächst exklusiv im Fotofachhandel ein. So auch die neue Cyber-shot DSC-V1, die ihre Premiere im Juni ausschließlich im Fotohandel feiert. Die Fünf-Megapixel-Digitalkamera im edlen Aluminiumgehäuse wurde im klassischen Kameralook gestaltet und verbindet exklusives Design mit reichhaltiger Ausstattung. Für hochwertige Bilder ist die Kombination aus Super HAD-CCD mit fünf Megapixeln und dem Vario Sonnar-Objektiv des Traditionsunternehmens Carl Zeiss zuständig. **Seite 52**



Kodak Roadshow startete in Fellbach

Rund 35.000 Besucher haben im Rahmen der Mercedes-Benz Classic Days in Fellbach das zehnjährige Bestehen des Mercedes-Benz Classic Centers gefeiert.



Viele von ihnen nutzten gleichzeitig die Chance, sich auf dem neuen Kodak Promotion-Truck über die Möglichkeiten zu informieren, Papierbilder von digitalen Speichermedien zu bekommen: In Fellbach startete Kodak die Roadshow, die bis Anfang September in über 30 Städten haltmachen wird. Nachdem die Roadshow in den vergangenen Jahren immer für die Handelspartner in Hotels stattfand, haben in diesem Jahr erstmals auch Endverbraucher die Chance, sich vor Ort informieren zu lassen. **Seite 60**

Bilder archivieren, bearbeiten und ins Netz stellen mit StudioLine Photo und StudioLine Web ... **58**

Sony Cyber-shot DSC-V1: Exklusiv für den Fotohandel **52**

Neue Cyber-shots U: „U“ wie Urlaubsspaß **54**

Neuheiten Digital Imaging **34**

Nachrichten **6, 26, 67, 75**

Profi **31**

Polaroids Paßbildsystem SPd 360 bringt zusätzliche Ertragschancen **62**

Video

Ulrich Vielmuth: Mehr von der neuen Camcorder-Klasse **68**

Neuheiten **56, 63**

Point of Sale

Agfas starke Produkte für das Sommergeschäft ... **20**

Kodak Roadshow startete in Fellbach **60**

Bei Kodak gibt es Doppelpacks mit Wasserball **61**

Leserbriefe **26**

Rechtstips **70**

Literatur **74**

Inserenten-Verzeichnis **78**

Klein- und Personalanzeigen **75**

Impressum **79**

Kodak und Hewlett-Packard schließen Phogenix

Plötzliches Ende

Die Nachricht, die die Eastman Kodak Company und Hewlett-Packard am 14. Mai 2003 um 23.00 Uhr MEZ (also nach Börsenschluß in New York) herausgaben, schlug in der Fotobranche wie eine kleine Bombe ein: Das vor drei Jahren gegründete Joint-venture Phogenix wird nicht fortgeführt. Die Markteinführung des ersten digitalen Inkjet-Minilabs, für das Kodak auf der PMA auch Bestellungen deutscher Kunden entgegengenommen hatte, findet nicht statt.

Die Sache hat eine Vorgeschichte: Vor drei Jahren gründeten Kodak und Hewlett-Packard mit jeweils gleicher Beteiligung die Firma Phogenix mit dem Ziel, digitale Inkjet-Minilabs zu entwickeln. Damit wollte man nicht dem klassischen Fotopapier den Garaus machen, sondern im Digitalzeitalter das Angebot von Bild-Dienstleistungen auch an Standorten ermöglichen, an denen die Verwendung von Fotochemie nicht möglich ist. Zwar dauerte die Entwicklung des ersten marktfähigen Gerätes etwas länger als geplant, die Bildergebnisse, die auf der photokina demonstriert wurden, konnten sich aber durchaus sehen lassen. Und wer geglaubt hatte, Inkjet sei für Fotofinishing-Anwendungen einfach zu teuer, wurde mit einem Materialpreis von 7 Cent pro 10 x 15 cm Print von den Verantwortlichen eines Besseren belehrt. Zudem sollte das Phogenix DFX System gerade dem Fachhandel neue Möglichkeiten für das Bildermarketing erschließen: Die Fähigkeit des Gerätes, unterschiedliche Formate vom 9 x 13 cm Print bis zum Poster in ein und demselben Arbeitsgang zu produzieren, versprach mehr Wertschöpfung

im Bildergeschäft; denn gute Verkäufer, so sah es das Marketingkonzept vor, könnten schon beim Erstauftrag hochverkaufen.

Auf der diesjährigen PMA wurden dann die Ergebnisse erfolgreicher Testinstallationen präsentiert und die ersten Aufträge geschrieben. Auch auf der CeBIT stand das Phogenix-Gerät am Kodak Stand im Rampenlicht. Aus der sorgfältig vorbereiteten Markteinführung wird nun nichts.

Wenn die Zeichen nicht trügen, hat Hewlett-Packard die Entscheidung ausgelöst. Aus Insiderkreisen war nämlich Anfang Mai zu erfahren, daß der amerikanische Computergigant keine weiteren Mittel in die Entwicklung von Fotofinishing-Technologien investieren wolle. Das betraf zum einen die Indigo-Systeme für Großlabors, die indessen bisher über einzelne Testinstallationen nicht hinausgekommen sind und deren zukünftige Markteinführung in den Sternen stand. Zum anderen eben auch Phogenix. Auf eine Anfrage von imaging+foto-contact an die amerikanische Hewlett-Packard Zentrale erklärte Unternehmenssprecherin Jennifer Boggs noch am 13. Mai, es handele sich um eine strategische Entscheidung, weil Hewlett-Packard sich von Investitionen in Home-Printing-Technologien einfach mehr Gewinn verspreche. Die Verbindung zu Phogenix werde nicht abgebrochen.

36 Stunden später war diese Mitteilung Makulatur. Gemeinsam erklärten Kodak und HP, Inkjet habe sich zwar als eine lebensfähige Technologie für Minilabs erwiesen, aber beide Unternehmen wollten sich angesichts

der zu erwartenden Gewinne lieber auf Investitionen in andere Bereiche konzentrieren.

Was Kodak betrifft, bedeutet diese Entscheidung mit Sicherheit nicht, daß man in Rochester dem Bildergeschäft im Digitalzeitalter jetzt weniger Bedeutung zumißt. Im Gegenteil: Wenige Tage vor der Phogenix-Entscheidung übernahm der gelbe Riese Applied Science Fiction (ASF). Dieses amerikanische Unternehmen war nicht nur mit seiner Software zur automatischen Beseitigung von Staub und Kratzern bei gescannten Filmen und Fotos erfolgreich, die inzwischen in zahlreichen Geräten unterschiedlicher Hersteller eingesetzt wird, sondern auch mit Programmen zur Bildverbesserung und Restaurierung alter Fotos. Die spektakulärste Erfindung von ASF war indessen das System zur „trockenen“ Entwicklung von Colornegativfilmen. Von diesem System verspricht sich Kodak offensichtlich eine wichtige Ergänzung zu den mittlerweile rund 40.000 Photo-Kiosks, die das Unternehmen weltweit installiert hat.

Auch im Minilab-Segment bleibt Kodak am Ball: Dabei werden Geräte verschiedener Hersteller wie Kis und Noritsu mit der eigenen DLS-Software ausgestattet, und wenn es der Markt verlangt, wird Kodak vermutlich auch auf ein „trockenes“ Printsystem im Minilab-Bereich nicht verzichten müssen. Für Profis gibt es bereits einen sehr schnellen Printer mit Thermosublimationstechnik, der in modifizierter Form auch für Minilab-Einsätze geeignet sein könnte. Erste Demonstrationen vor ausgewähltem Publikum sollen in den USA schon stattgefunden haben.

So überraschend die Phogenix-Entscheidung auch war: Das digitale Bildergeschäft – ob mit dem Minilab, dem Kiosk oder aus dem Großlabor – ist und bleibt der wichtigste Hoffnungsträger für den Fotohandel. Auch Inkjet könnte dabei eine Rolle spielen: Noritsu will sein zusammen mit Epson entwickeltes System ja noch in diesem Jahr einführen.

Th. Blömer

Kodak baut auf Technologie von Applied Science Fiction

Die Eastman Kodak Company hat die Übernahme der Schlüsseltechnologien des US-amerikanischen Unternehmens Applied Science Fiction bekanntgegeben. Dazu gehören ein einzigartiges Verfahren zur „trockenen“ Filmentwicklung ebenso wie verschiedene erfolgreiche Software-Produkte. Applied Science Fiction wurde 1995 gegründet und durch die Software Digital ICE bekannt, die das automatische Entfernen von Staub und Kratzern von gescannten Bildern oder Filmen ermöglicht. Weitere Software-Produkte sind Digital ROC zur automatischen Wiederherstellung der Farbe verbläster Bilder und Digital SHO zur automatischen selektiven Dichtekorrektur. Kodak ist offensichtlich besonders daran interessiert, die „trockene“ Filmentwicklungstechnologie von Applied Science Fiction für die Entwicklung von Picture Maker Kiosks zu nutzen, mit denen dann von Filmen, digitalen Speichermedien oder Fotohandys gleichermaßen sofort Bilder ausgedruckt werden können. Die Technologie von Applied Science Fiction und Mitarbeiter des Unternehmens sollen in den Kodak Geschäftsbereich Consumer Imaging integriert werden.

Agfa-Gevaert verbessert Rendite und Gewinn

In einer Pressemitteilung vom 8. Mai 2003 hat Agfa-Gevaert die Zahlen für das erste Quartal 2003 bekanntgegeben. Der Umsatz von Agfa belief sich in diesem Zeitraum auf 1,027 Milliarden Euro. Der Rückgang um 9,7 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum sei dabei auf die ausgeprägte Dollarschwäche und die anhaltend schwache Konjunktur insbesondere auf den Consumer-Märkten zurückzuführen. Trotz dieser schwierigen Rahmenbedingungen konnte Agfa weitere Fortschritte erzielen, denn die Umsatzrendite hat sich verbessert und der Reingewinn im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt. Das operative Ergebnis erreichte, wie es in der Mitteilung weiter hieß, 85 Millionen Euro nach 78 Millionen Euro im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Die Umsatzrendite stieg auf 8,3 Prozent (Vorjahr 6,9 Prozent). Das Finanzergebnis blieb mit

minus 21 Millionen Euro (Vorjahr minus 20 Millionen Euro) nahezu unverändert. Das Ergebnis vor Steuern stieg auf 64 Millionen Euro nach 58 Millionen Euro im ersten Quartal 2002. Der Konzerngewinn hat sich mit 39 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr, das mit einer außergewöhnlich hohen Steuerquote belastet war, mehr als verdoppelt.

Die Summe der Aktiva belief sich auf 4,054 Milliarden Euro gegenüber 4,574 Mrd. Euro im Vorjahr. Dieser Rückgang um 520 Millionen Euro ist durch den schwachen Dollar und die Anstrengungen von Agfa zur Verringerung des Working Capital zu erklären.

Das Eigenkapital betrug 1,329 Mrd. Euro gegenüber 1,291 Mrd. Euro im Vorjahr. Im Vergleich zum Jahresende 2002 entspricht dies einem Rückgang von 54 Millionen Euro, was vor allem auf den Rückkauf von Aktien durch Agfa im Wert von 91 Millionen Euro im ersten Quartal zu erklären ist. Der Gewinn je Aktie stieg von 12 Eurocent im ersten Quartal 2002 auf 28 Eurocent, bezogen auf eine durchschnittliche Anzahl von 134.245.442 ausgegebenen Aktien.

Heudorfer Geschichte endet nach 105 Jahren

Einer der führenden professionellen Bild-Dienstleister in Deutschland, die Heudorfer GmbH & Co. KG, Kirchheim/Teck, gibt auf. Ende Mai hat das traditionsreiche Unternehmen nach 105 Jahren Geschichte den Betrieb beendet. Die Schließung erfolgt auf ordentlichem Wege. In einem Schreiben an die Geschäftspartner wird betont, daß Heudorfer allen finanziellen Verpflichtungen gegenüber den zirka 65 Beschäftigten, den Banken und Geschäftspartnern korrekt und voll nachkommen wird. Mit der Betriebschließung trägt Heudorfer dem seit einhalb Jahren dramatisch schrumpfenden Markt in der B-to-B Kommunikationsbranche Rechnung. Budgetkürzungen von 20 bis 40 Prozent in dieser Branche, verbunden mit ständigen Forderungen der Abnehmer nach unentgeltlichen Leistungen wie Consulting, Datenmanagement und Logistik, sowie der fast totale Nachfrage-Ausfall nach kleinen Bildformaten und Serien sind die wichtigsten Faktoren, die keine Perspektive mehr für ein kostendeckendes Geschäft zuließen.

Der operative Brutto-Cashflow für das Quartal erreichte 98 Millionen Euro gegenüber 73 Millionen Euro im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Der operative Netto-Cashflow, in dem auch die Veränderungen beim Working Capital berücksichtigt sind, betrug 89 Millionen Euro (Vorjahr: 61 Millionen Euro). Das Arbeitsgebiet Technical Imaging steigerte seinen Anteil am Gruppenumsatz von 39,3 Prozent auf 40,7 Prozent. Der Umsatz im Arbeitsgebiet Graphic Systems ging um 9,2 Prozent auf 417 Millionen Euro zurück.

Zum Arbeitsgebiet Technical Imaging gehören die Geschäftsbereiche HealthCare, Non-Destructive Testing und Industrial Imaging. Umsatz und Ergebnisse dieses Arbeitsgebietes werden hauptsächlich durch HealthCare bestimmt. Der Gesamtumsatz betrug 418 Millionen Euro (Vorjahr: 447 Millionen Euro). Das operative Ergebnis erreichte 72,1 Millionen Euro.

Der Umsatz im Arbeitsgebiet Consumer Imaging erreichte 192 Millionen Euro, was einem Rückgang von 16,9 Prozent bzw. etwa 11 Prozent bei stabilen Wechselkursen entspricht.

Gutes Jahr 2002 für Fujifilm in Deutschland

Die Fuji Photo Film (Europe) GmbH hat für das Geschäftsjahr 2002 (31. März 2003) für die in Deutschland vertriebenen Produktgruppen Consumer Imaging, Medical Imaging und Grafische Systeme ein Umsatzwachstum um sieben Prozent auf 335 Millionen Euro bekanntgegeben. Dabei wurde der größte Zuwachs von 13 Prozent im Geschäftsbereich Medical Imaging erzielt. Dort legten vor allem Systeme für digitale Radiografie und zur Bildverwaltung in Krankenhäusern zu. Durch die steigende Nachfrage nach digitalen Kameras und Zubehör, Speicherkarten und Papier sowie digitalen Minilabs und Annahme-Stationen für digitale Daten zur Erstellung von Fotos legte der Geschäftsbereich Consumer Imaging um acht Prozent zu. Besonders beim Erstellen von Fotoabzügen von digitalen Bildern gebe es nach Ansicht von Helmut Rupsch, Geschäftsleiter Deutschland, noch ungenutzte Potentiale. Der Bereich Graphic Arts stieg in einem stark rückläufigen Umfeld der Druckbranche nur geringfügig an.

Der Foto-Großhandel mit Beratung vor Ort durch qualifizierten Außendienst

Hotline: Kleffel+Aye 0800-074 68 67 • Bremaphot 0800-074 68 67 • Hansephot 038204-68 60

CAPTURE EVERY MOMENT



C-740 Ultra Zoom

Zoompower zum attraktiven Preis

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

C-350 Zoom

Digitaler Fotospaß – schnell und preiswert

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



μ[mju:] III Wide 100

Die perfekte Einheit von Form und Funktion

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

μ[mju:] III Wide 120

Elegant und kompakt im Design

- leistungsstarkes 38–120 mm Objektiv
- wetterfest



Make a difference

OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE

imaging solutions AG mit kompetenten Mitarbeitern gestartet

Wenige Wochen nach der Übernahme des Geschäftes mit Großlabor-Geräten der ehemaligen Gretag Imaging AG baut die imaging solutions AG, hinter der die britische Photo-Me Gruppe steht, das operative Geschäft zügig auf. Unter der Leitung von CEO Rainer Bauer konnten zahlreiche erfahrene ehemalige Gretag Mitarbeiter für das Unternehmen gewonnen werden. Die Produktion ist bereits wieder angelaufen.

Die Zentrale der imaging solutions AG ist am ehemaligen Firmensitz von Gretag in Regensdorf, Schweiz, angesiedelt und wird sich auf die Fortführung und Weiterentwicklung der Cyra-Produktpalette für Großlabor-Systeme konzentrieren. Dazu gehören Hochleistungsscanning und -printing, Datenmanagement sowie das digitale Reorder- und Bildoptimierungssystem. Damit soll im ersten Geschäftsjahr, also von Mai 2003 bis April 2004, ein Umsatz von 20 bis 24 Mio. Euro erzielt werden – und zwar mit schwarzen Zahlen. Rund 60 Mitarbeiter arbeiten zur Zeit mit Hochdruck daran, dem ungebrochenen Vertrauen zahlreicher bedeutender Großlabore gerecht zu werden. Die ersten Aufträge werden bereits produziert. Mit Mathias Wille (Research & Development) und Dirk Hens (Customer Support) konnten bewährte Experten der früheren Gretag Imaging Gruppe für die Mitarbeit gewonnen werden. Ergänzt wird das derzeitige Führungsteam durch Peter Germann, der aus seiner Zeit bei Germann & Gsell in der Branche gut bekannt ist und über profundes Expertenwissen im Großlaborbereich verfügt. Er ist ab sofort für das Produktmanagement der imaging solutions AG verantwortlich.

Schwerpunkt auf Forschung und Entwicklung

Das neue Unternehmen legt von Anfang an Wert auf eine schlanke Kostenstruktur, die durch eine effiziente Organisation mit kurzen Entscheidungs-

Zukunft für Cyra



Rainer Bauer führt als CEO die imaging solutions AG.

wegen gewährleistet werden soll. Nicht weniger als 50 Prozent der Personalkosten fallen dabei im Bereich For-

Neue Gesellschaft übernimmt Gretag Bereich „Minilabore“

Eine neue Betriebsgesellschaft, hinter welcher der italienische Industrielle und frühere Präsident von San Marco Imaging, Amilcare R. Berti, steht, wird den Bereich Retail (Minilabore) der insolventen Gretag Imaging AG übernehmen. Berti übernimmt zusätzlich die Aktien der italienischen San Marco Imaging von verschiedenen insolventen Gretag Gesellschaften.

Laut einer Pressemitteilung wird der Bereich Minilabore der Gretag Konkursmasse zu einem Preis von 1,7 Millionen CHF von der luxemburgischen Firma Finvalley S.A. sowie einer noch in Gründung befindlichen Betriebsgesellschaft übernommen. Neben dem Betrieb bei San Marco Imaging in Italien sollen auch 40 bis 50 Arbeitsplätze am früheren Gretag Standort in Regensdorf, Schweiz, erhalten bleiben.

schung und Entwicklung an, denn die imaging solutions AG will nicht nur die bereits zu Gretag-Zeiten vom Markt gut aufgenommene Cyra-Produktpalette weiter vermarkten, sondern gemeinsam mit den Kunden die digitale Zukunft des Fotofinishings entwickeln. „Nur so können wir unseren Kunden die Zukunftssicherheit ihrer Investitionen gewährleisten, die sie zu Recht von uns erwarten“, betonte Rainer Bauer gegenüber imaging+foto-contact.

Zentraler Service

Für die zahlreichen bereits installierten Geräte bei früheren Kunden der Gretag Imaging Gruppe soll in kürzester Zeit eine zuverlässige Service-Organisation aufgebaut werden. Dabei werden

Mit Peter Germann ist ein bekannter Experte für Großlabortechnik für das Produktmanagement des neuen Unternehmens verantwortlich.



Labors in Zentraleuropa direkt von Regensdorf aus betreut. „Das halten wir schon allein wegen der Nähe zu unserer Forschung und Entwicklung für die beste Lösung“, erklärte Produktmanager Peter Germann. „Zudem zeigt die Erfahrung, daß Servicetechniker, die ja im Großlabor-Segment nur eine sehr begrenzte Zahl von Kunden zu betreuen haben, am besten trainiert sind, wenn sie für ein möglichst großes Gebiet zuständig sind. Dadurch bleiben sie ständig mit den Hightech-Geräten in Kontakt und können die gewöhnlich selten auftretenden Probleme schnell finden und lösen.“

Synergien entwickeln

In der Zukunft soll das Forschungs- und Entwicklungspotential der imaging solutions AG durch die enge Zusammenarbeit mit der neuen Muttergesellschaft Photo-Me/Kis noch weiter verbessert werden.

Lieber Einzelhändler,
Ihre Kunden suchen Sie nicht irgendwo.
Sondern im Telefonbuch.

Wer hier
nicht wirbt,
fällt auch
nicht auf.



Wir haben DasTelefonbuch völlig neu gestaltet und noch übersichtlicher gemacht. So können Ihre Kunden Sie jetzt noch schneller finden. Und natürlich ist DasTelefonbuch nicht nur topaktuell und hat 30 % neue Infos, sondern bietet jetzt auch eine Vielzahl neuer Services, wie z. B. E-Mail-Adressen, Mobilfunknummern und Postleitzahlen. Gerade für Inserenten haben wir jetzt viele neue Ideen. Ab sofort gibt es weitere zusätzliche Möglichkeiten, für Ihr Unternehmen zu werben. Näheres erfahren Sie unter: 01802 000403 (6 Cent pro Anruf). Nehmen Sie doch gleich mal Kontakt auf. **DasTelefonbuch. Alles in einem.**

Bremaphot Gruppe setzt auch unter dem Dach von PPS

„Mehr als nur Ware liefern“

Nach der Übernahme durch PPS im Herbst 2001 stellt sich die Bremaphot Gruppe mit den Unternehmen Bremaphot, Kleffel & Aye, Foto Elgas und Hansephot mit einer neuen Struktur auf die Marktentwicklung ein. Dabei steht weiterhin eine qualifizierte Großhandelsleistung für professionelle Anwender und Wiederverkäufer im Mittelpunkt. Sie wird durch kompetente Fachberatung für bestmögliche Investitions- bzw. Sortimentsplanung gewährleistet.



PPS Geschäftsführer Edmund Schlegel

PPS Geschäftsführer Edmund Schlegel machte im Gespräch mit *imaging+foto-contact* keinen Hehl daraus, daß es durchaus eine Herausforderung darstellte, mit der Bremaphot Gruppe ein Unternehmen unter das Dach von PPS zu integrieren, das größer war als die neue Muttergesellschaft. Heute setzt die PPS-Gruppe mit qualifiziertem Großhandel und Imaging-Services rund 80 Millionen Euro um und beschäftigt ca. 350 Mitarbeiter, davon 23 Außendienstberater für Anwender und Wiederverkäufer und fünf zusätzliche Außendienstler für den Dienstleistungsbereich. Von 18 Standorten in 16 Städten des gesamten Bundesgebietes werden die Kunden betreut: Fachanwender vorwiegend in den Profi-Shops von Bremaphot, Kleffel & Aye, Foto Elgas (München), Hansephot (Rostock) und PPS sowie, falls kein Shop in der Nähe ist, durch den Versandhandel *film art*; Wiederverkäufer durch den Außendienst, der von Telefonverkäufern und der Versandsparte Bremaphot-TO(P)roducts unterstützt wird.

„Nach der Übernahme der Bremaphot Gruppe kam es besonders darauf an, die traditionellen Geschäftsfelder – Großhandel für professionelle Anwender und

Großhandel für Wiederverkäufer – eindeutig zu definieren, um eine optimale Kundenbetreuung zu gewährleisten“, erläuterte Edmund Schlegel. „Dabei hat man in der Bremaphot Gruppe traditionell das Profigeschäft mit Kleffel & Aye und das Wiederverkäufergeschäft mit dem Namen Bremaphot assoziiert, heute stehen diese Namen – ebenso wie PPS, Hansephot und Foto Elgas – allerdings je nach regionaler Tradition für das gesamte Großhandels-Leistungsspektrum der Gruppe. Die Segmentierung des Geschäftes erfolgt nicht nach dem Namen der Niederlassung, sondern nach der Branchenzugehörigkeit der Kunden: auf der einen Seite Endanwender, vom Profifotografen über Fotostudios bei Industrie, Agenturen oder Behörden bis zum Edelamateur, auf der anderen Seite Wiederverkäufer, vom Fotofachgeschäft über das Portraitstudio mit Handel bis zum Souvenirshop mit Bildergeschäft, Film- und Kameraverkauf.“

Qualifizierte Beratung

Beiden Geschäftsbereichen ist gemeinsam, daß Edmund Schlegel unter Großhandelsleistung mehr versteht, als nur die bestellte Ware zum richtigen Zeitpunkt an den richtigen Ort zu lie-

fern. „Gerade im Digitalzeitalter ist es unsere Kernkompetenz, durch qualifizierte Beratung unsere Kunden bei ihren Einkaufsentscheidungen zu unterstützen. Dazu gehört auch ein umfassendes Sortiment, denn nur so können wir über Spot-Geschäfte hinaus für unsere Kunden der Partner sein, bei dem sie auf Dauer alles aus einer Hand beziehen können – natürlich zu marktgerechten Preisen.“

Partner für Profis

Das Herz des Geschäftes mit professionellen Endanwendern sind die Shops der PPS Handelsgruppe, die je nach lokaler Historie in zahlreichen deutschen Städten unter den Namen PPS, Bremaphot, Kleffel & Aye und (in München) Foto Elgas firmieren. Sie werden nicht nur von Berufsfotografen, Fotostudios, Industrieanwendern oder Werbeagenturen frequentiert, sondern auch von manchem Edelamateur, der das umfassende Angebot und die kompetente Beratung zu schätzen weiß. Gerade im Zeitalter des digitalen Umbruchs geht es in diesen Shops, die durch ein qualifiziertes Außendienstteam ergänzt werden, um mehr als den Verkauf von Geräten oder Materialien. „Die Kernfrage für unsere

auf qualifizierten Großhandel

Kunden ist, mit welcher Technik sie ihre Aufgaben am besten erfüllen können“, betonte Edmund Schlegel. „Deshalb ist es für uns besonders wichtig, zum Beispiel Aufnahme-Systeme in realistischer Studioumgebung praktisch demonstrieren zu können. An Standorten, wo es neben dem Shop auch einen Imaging-Service gibt, zum Beispiel in Hamburg, Düsseldorf, Dresden, Berlin und Stuttgart, können die Ergebnisse der verschiedenen Systeme sogar sofort ausgearbeitet und verglichen werden.“ Einen Überblick über das große Angebot der Industrie erhalten die Kunden durch die Ausgabe Fach- und Profi-Markt des großen foto-kataloges, den die Bremaphot Gruppe in einer speziellen Ausgabe im firmentypischen Design einsetzt.

Natürlich helfen die Experten des Großhandelsunternehmens auch, wenn es um Service-Fragen oder eine Spezialversicherung für hochwertige Fotoausrüstungen geht. Bei der Versicherung handelt es sich um ein Rundumschutz-Konzept, das PPS gemeinsam mit einer Hamburger Assekuranz speziell für die Bedürfnisse von Fotografen entwickelt hat. Das Versicherungspaket deckt weltweit eine besonders große Zahl von Risiken zum Neuwert (bis zu einem Gerätealter von zehn Jahren) ab und bietet – dem Digitalzeitalter entsprechend – auch die Möglichkeit der Mitversicherung von Computern.

Geräte, die nur selten gebraucht werden, zum Beispiel extreme Tele- oder Weitwinkel-Brennweiten, Nebelmaschinen oder Notstromaggregate, stehen an den meisten Standorten im Rent-Service leihweise zur Verfügung. Dieses Geschäft hat übrigens in jüngster Zeit eine neue Dimension bekommen: So nutzen immer mehr Fotografen die Möglichkeit, digitales Equipment erst einmal leihweise unter Praxisbedingungen zu testen oder greifen bei Lieferschwierigkeiten von Herstellern auf Leihgeräte zurück, bis die Ware zum Kauf verfügbar ist.

Aktuelle Produkte werden zudem in enger Zusammenarbeit mit der Industrie auf Sonderveranstaltungen live demonstriert. Dazu gehören Hausmessen in den verschiedenen Shops ebenso wie spezielle Informationsveranstaltungen zu den Produkten einzelner Hersteller.



Von 18 Standorten in 16 deutschen Städten betreuen die Großhandels- und Dienstleistungs-Spezialisten von PPS, Bremaphot, Kleffel & Aye, Hansephot und (in München) Foto Elgas ihre Kunden.

Aktuell geht es bei den Epson Infotainment Days bei PPS in Hamburg, in Düsseldorf, Bremaphot Berlin, Essen und Bremen, und bei Kleffel & Aye in Düsseldorf bis zum Jahresende im Monats-Rhythmus um moderne Inkjet-Technologien für professionelle Fotografie. Und soeben machte die Imacon World-Tour, die in großen Metropolen wie New York, Paris oder Amsterdam stattfand, in den Profi-Shops in Hamburg, Düsseldorf und Stuttgart Station. Dabei stand das neue Rückteil Imacon Ixpress, für das Kunden nun individuelle Vorführtermine vereinbaren können, im Mittelpunkt des Interesses.

Das Sortiment von Verbrauchsmaterialien umfaßt nicht nur mehr als 200 Filmsorten – natürlich vorzugsweise im Kühlraum gelagert –,

Fotopapiere und Inkjet-Medien, sondern auch Gestaltungs-Hilfsmittel vom Schneespray bis zum künstlichen Eiswürfel.

Ein weiteres Merkmal des Großhandelsgeschäfts mit professionellen Anwendern, das von Christof Bergmann verantwortet wird, ist die Tatsache, daß der Service mit der Lieferung der Ware nicht aufhört. So wird zum Beispiel ein Drucker auf Wunsch kalibriert und von qualifizierten Spezialisten in den Arbeitsablauf des Anwenders integriert.

Service für Wiederverkäufer

Beim klassischen Großhandelsgeschäft mit Wiederverkäufern setzt die Bremaphot Gruppe auch unter dem Dach von PPS weiter auf eine qualifizierte Dienstleistung, die weit über die Warenliefe-

Foto Mustermann

UNSERE MONATS HIGHLIGHTS

Die besten Angebote sind hier aufgelistet. In Ihrem Shop.

Aktion gültig bis 31.07.2003

<p>128,30</p> <p>Produkt 800 128,30 € Produktbeschreibung Produktbeschreibung Produktbeschreibung</p>	<p>37,85</p> <p>Produkt 800 37,85 € Produktbeschreibung Produktbeschreibung Produktbeschreibung</p>
<p>32,90</p> <p>Produkt 800 32,90 € Produktbeschreibung Produktbeschreibung Produktbeschreibung</p>	<p>92,55</p> <p>Produkt 800 92,55 € Produktbeschreibung Produktbeschreibung Produktbeschreibung</p>
<p>122,30</p> <p>Produkt 800 122,30 € Produktbeschreibung Produktbeschreibung Produktbeschreibung</p>	<p>122,30</p> <p>Produkt 800 122,30 € Produktbeschreibung Produktbeschreibung Produktbeschreibung</p>

Bestellen Sie unter:
Tel 0000-11 22 33 Fax 0000-123 45 67
Montag - Freitag von 8:00 bis 17:00 Uhr

Solche individuellen Handzettel zur Bewerbung von aktuellen Sonderangeboten gehören zu den Werbematerialien, die die Bremaphot Gruppe ihren Kunden zur Verfügung stellt.

...ung hinausgeht. „Die Kapillarfunktion, selbst das kleinste Fotogeschäft auf dem Land oder den Souvenirshop mit Fotoabteilung im Ferienort mit den neuesten Produkten und Marktinformationen zu versorgen, ist eine Kernkompetenz der Bremaphot Gruppe“, erklärte Edmund Schlegel. „Gerade diese Zielgruppe kann von der kompetenten Beratung durch unsere qualifizierten Außendienstmit-

arbeiter besonders profitieren.“ Auch hier geht es nicht nur darum, zu marktgerechten Preisen Ware zu liefern. „Im Mittelpunkt steht die Sortimentsberatung, bei der wir für unsere Kunden auf Wunsch eine individuelle Produktpalette zusammenstellen, die den Anforderungen des jeweiligen Standortes bestmöglich gerecht wird“, betonte Schlegel. „Dazu kommen umfangreiche Maßnahmen zur Marketingunterstützung, von Materialien für die Schaufensterdekoration über PoS-Displays bis zu Prospektmaterial.“ So bieten alle Verkaufsstandorte der Bremaphot Gruppe den Kunden individuell gestaltete Handzettel für Sonderangebote an, zweimal jährlich – zur Urlaubssaison und zum Weihnachtsgeschäft – steht den Handelspartnern der attraktive, farbige Saisonprospekt des C.A.T.-Verlags zur Verfügung, der in enger Zusammenarbeit mit der Fotoindustrie herausgegeben wird. Zudem erhalten die Kunden – wie jeder Fotohändler – einmal im Jahr den grossen foto-katalog, das einmalige Nachschlagewerk über das Produktangebot der Markenindustrie, das durch laufende Nachträge in imaging+foto-contact und ständige Aktualisierung im

Internet stets auf dem neuesten Stand ist. „Mit einem Team erfahrener Großhandlungsspezialisten wie Helmut Eberle und Gerhard Kussler arbeiten wir zur Zeit intensiv daran, den Service für unsere Handelspartner noch zu verbessern“, betonte Edmund Schlegel. „Denn eine qualifizierte Großhandlungsspezialisten wie Helmut Eberle und Gerhard Kussler arbeiten wir zur Zeit intensiv daran, den Service für unsere Handelspartner noch zu verbessern“, betonte Edmund Schlegel. „Denn eine qualifizierte Großhandlungsspezialisten wie Helmut Eberle und Gerhard Kussler arbeiten wir zur Zeit intensiv daran, den Service für unsere Handelspartner noch zu verbessern“, betonte Edmund Schlegel. „Denn eine qualifizierte Großhandlungsspezialisten wie Helmut Eberle und Gerhard Kussler arbeiten wir zur Zeit intensiv daran, den Service für unsere Handelspartner noch zu verbessern“, betonte Edmund Schlegel. „Denn eine qualifizierte Großhandlungsspezialisten wie Helmut Eberle und Gerhard Kussler arbeiten wir zur Zeit intensiv daran, den Service für unsere Handelspartner noch zu verbessern“, betonte Edmund Schlegel.“



Mit attraktiven Saisonprospekten – hier der neue Sommerprospekt aus dem C.A.T.-Verlag – unterstützt die Bremaphot Gruppe ihre Kunden im Einzelhandel.

Bremaphot Essen mit neuem Gesicht

Nach umfangreichen Umbaumaßnahmen präsentiert sich der Profi-Shop von Bremaphot Essen jetzt in einem neuen Outfit, das den Kunden im Rahmen einer Aktionswoche präsentiert wurde, bei der mehrere Partner aus der Industrie ihre neuesten Produkte vorstellten.

Der Profi-Shop im Erdgeschoß bietet eine umfangreiche Produktpalette für den täglichen Bedarf von Fotografen. Ein kompletter digitaler Workflow in der ersten Etage bietet zudem die Möglichkeit, unter der Beratung von kompetenten Mitarbeitern Praxistests und Vergleiche durchzuführen. Das junge, engagierte Team von Bremaphot Essen bietet neben dem Verkauf von Digitalsystemen mit Rechnern, Kameras oder Druckern auch den notwendigen Service an und sorgt für die fachgerechte Installation vor Ort. Auch Zusatzleistungen rund um das Thema Farbmanagement, Vernetzung oder den Aufbau von Bilddaten-Banken stehen zur Verfügung.



Ein umfangreiches Produktsortiment für Fotografen wird in den neugestalteten Geschäftsräumen von Bremaphot Essen professionell präsentiert. Dabei steht auch ein kompletter, digitaler Workflow für Tests und Vergleiche zur Verfügung.



Share Moments. Share Life.™



© Eastman Kodak Company, 2003. Kodak, Share Moments, Share Life, and EasyShare sind Markenzeichen. Schneider-Kreuznach VarioGon von Jos. Schneider Optische Werke GmbH wird in Lizenz von Eastman Kodak Company genutzt.

Sie weiß, dass Ihre Augen nicht braun sind.
Sondern haselnussbraun.
1:0 für die Kamera. Pech für Ihren Partner.



Kodak EasyShare DX6340 Digitale Zoomkamera

Eine kleine Farbdifferenz kann bei Ihren Abzügen große Unterschiede ausmachen. Deshalb besitzt die neue DX6340 die gleiche Farbtechnologie wie unsere Profi-Digitalkameras und dazu ein Expert 4x Schneider-Kreuznach-Objektiv – um selbst feinste Farbnuancen zu erfassen. Mehr dazu unter www.kodak.de/go/easysshare und gebührenfrei am Telefon: 0800/1 00 34 16.

Auf Knopfdruck



CeWe Color meldet positive Entwicklung im Jahr 2002

Wachstum aus eigener Kraft

Mit einem moderaten Umsatzzuwachs und einer deutlichen Ergebnisverbesserung hat CeWe Color das Jahr 2002 gut abgeschlossen. Zum ersten Mal, so betonte Hubert Rothärmel, Aufsichtsratsvorsitzender der CeWe Color Holding AG und Vorsitzender der Neumüller CeWe Color Stiftung, trug das digitale Geschäft „wirklich in nennenswertem und rechenbarem Umfang“ zum Geschäftsergebnis bei.

Dr. Rolf Hollander, der Mitte vergangenen Jahres von Hubert Rothärmel das Amt des Vorstandsvorsitzenden der CeWe Color Holding AG übernommen hatte, konnte bei seiner ersten Präsentation eines Jahresabschlusses das zweitbeste Ergebnis nach Steuern in der Firmengeschichte vorstellen. Der Umsatz stieg im Jahr 2002 um 0,5 Prozent auf 439,2 Millionen Euro, während im gleichen Zeitraum der klassische Fotofinishing-Markt in Zentral-Europa um 4 Prozent zurückging. Dieses Wachstum, so Hollander, sei aus eigener Kraft, durch die Gewinnung von Neukun-

den und die rasante Entwicklung des digitalen Segmentes ohne Firmenübernahmen erreicht worden. Das Ergebnis vor Steuern legte um 29,2 Prozent auf 26,1 Millionen Euro zu. Nach Steuern erzielte CeWe Color einen Jahresüberschuß von 16,4 Millionen Euro – das ist ein Zuwachs von 65,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr und (nach 1999) das zweitbeste Ergebnis nach Steuern in der Firmengeschichte.

Starkes Wachstum bei Digitalfotos

Die Zahl der Filmentwicklungen wuchs bei CeWe Color im vergangenen Jahr

um 1,4 Prozent auf 94,3 Millionen Stück, während die Zahl der verkauften Filme in Deutschland nach Einschätzung des Bundesverbandes der Großlaboratorien um 4 Prozent zurückging. Auch in Frankreich und den Benelux-Ländern war eine ähnliche Marktentwicklung zu verzeichnen. Die Zahl der Farbbilder erreichte in den CeWe-Labors bei einem moderaten Mengenwachstum 3,394 Milliarden Stück. Rasant entwickelte sich die Produktion von Bildern aus digitalen Quellen: Sie stieg um 357 Prozent auf 38,8 Millionen Stück. Damit haben digitale Bilder bei CeWe Color im Dezember 2002 einen Anteil von 3,1 Prozent an der Gesamtproduktion erreicht – mit weiter stark steigender Tendenz. Bei weiterhin erfreulicher Entwicklung des Digitalproduktes CD-ROM vom Film hat der Umsatzanteil der digitalen Bild-Dienstleistungen bei CeWe Color zum Jahresende 2002 die Planungen deutlich übertroffen. Nachdem das Management noch vor einem Jahr von einem Umsatzanteil von 5 Prozent mit digitalen Dienstleistungen bis Ende 2002 ausgegangen war, erreichte dieser Wert im Dezember eine Größenordnung von 8,3 Prozent und lag damit mit 60 Prozent über Plan.

Das stärkste Wachstum erreichte CeWe Color dabei mit Digitalfotos, die über die Partner im Fotohandel bestellt wurden. Dazu hat nach Ansicht von Hollander besonders die überaus positive Resonanz auf das DigiFilm-Konzept beigetragen. Seit April 2002 habe CeWe Color 3.000 dieser Geräte ausgeliefert.

Fortsetzung auf Seite 16

Mit dem Ergebnis von CeWe Color im Jahre 2002 waren Hubert Rothärmel, Aufsichtsratsvorsitzender der CeWe Color Holding AG und Vorsitzender der Neumüller CeWe Color Stiftung (2. v. r.), und (von rechts) Dr. Rolf Hollander (Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG) und die Vorstandsmitglieder Andreas F. L. Heydemann und Wulf D. Schmidt-Sacht sehr zufrieden.



Weitere digitale Innovationen



Die erfolgreichen DigiFilm-Maker von CeWe Color können jetzt auch mit einer Infrarot- oder Bluetooth-Schnittstelle ausgerüstet werden, um die Übertragung von Bilddateien aus Kamera-Handys zu ermöglichen.

Schon Tradition auf der CeWe Color Bilanzpressekonferenz ist die Vorstellung von Innovationen zur Weiterentwicklung des digitalen Bildermarktes durch das für Technik, Forschung und Entwicklung zuständige Vorstandsmitglied Wulf D. Schmidt-Sacht. In diesem Jahr ging es besonders um Produkthanforderungen des digitalen Massenmarktes. Dabei stellt sich CeWe Color auch schon auf Dienstleistungen für Bilder von Kamera-Handys ein. Im digitalen Massenmarkt, betonte Schmidt-Sacht, sei vor allem „Convenience“ gefragt. Die Übersetzung dieses viel zitierten Begriffes, der gewöhnlich für Dienstleistungen gebraucht wird, die es dem Kunden besonders bequem machen, findet sich im Oxford Dictionary gleich mit: Convenience ist in diesem Sinne ein „Service zur Vermeidung von Ärger und Schwierigkeiten“.

Mit dem DigiFilm-Maker hat CeWe Color in jüngster Vergangenheit ein besonders erfolgreiches Produkt zur Annahme digitaler Bildaufträge im Fotohandel auf den Markt gebracht. Jetzt kann dieses Gerät auch mit einer Infrarot- bzw. Bluetooth-Schnittstelle ausgestattet werden. So lassen sich problemlos die Bilddaten aus Kamera-Handys auf die Terminals übertragen und anschließend hochwertige Fotoabzüge bestellen. Damit, so Schmidt-Sacht, gebe CeWe Color bereits im Anfangsstadium seinen Handelspartnern ein Instrument in die Hand, von der wachsenden Verbreitung der populären Kamera-Handys zu profitieren. Die sekundenschnelle Übertragung eines Handy-Fotos über eine Infrarot-Schnittstelle auf den DigiFilm-Maker wurde auf der Pressekonferenz live demonstriert – mit Hilfe eines angeschlossenen Druckers war das Bild sofort verfügbar. Je nach Auflösung werden die Bilder dabei auf 10 x 15 cm großen Prints als Doppel-, Vierfach- oder

Achtfach-Bild ausgegeben. Der „Vermeidung von Ärger und Schwierigkeiten“ dient auch die neue Foto-Bestellsoftware für den Home-PC – sie soll das Leben für den Kunden und das Labor gleichermaßen einfacher machen, indem es zum Kinderspiel wird, Bilddaten zusammen mit der Auftragspezifizierung am PC vorzubereiten und auf CD zu brennen. Der Bedarf ist offensichtlich: Über 80 Prozent aller unformatierten digitalen Fotoaufträge, die über den Handel in der Auftragstasche ins Fotolabor kommen, sind selbstgebrannte CDs – oft werden sie von handgeschriebenen, unübersichtlichen Zetteln begleitet, auf denen der Kunde die Dateinamen und die Zahl der zu printenden Bilder niedergelegt hat. Das Entziffern solcher Zettel und die anschließende Eingabe der Auftragsdaten zusammen mit den Bilddateien in den Arbeitslauf des Labors ist für die damit beschäftigten Mitarbeiter häufig eine echte Herausforderung.

Damit macht die neue Bestellsoftware von CeWe Color Schluß. Unter dem Motto „Fünf Klicks zum Foto“ bietet sie die Möglichkeit, auf einfachste Weise die gewünschten Bilder auszuwählen, die Zahl und das Format der Prints festzulegen und den gesamten Auftrag auf eine CD zu brennen. Dabei spart der Kunde Zeit, Nerven und Geld – letzteres, weil ihm dieses Bestellverfahren gleichzeitig einen günstigeren Bilderpreis ermöglicht. Auch der Fotohandel profitiert, denn die Zahl der Reklamationen durch Fehler beim Lesen der unübersichtlichen Zettel dürfte deutlich zurückgehen. Und natürlich kann der Auftrag im Labor schneller und sicherer, nämlich weitgehend automatisch, verarbeitet werden. Die Fotobestell-Software „Home Photo Service“ ist

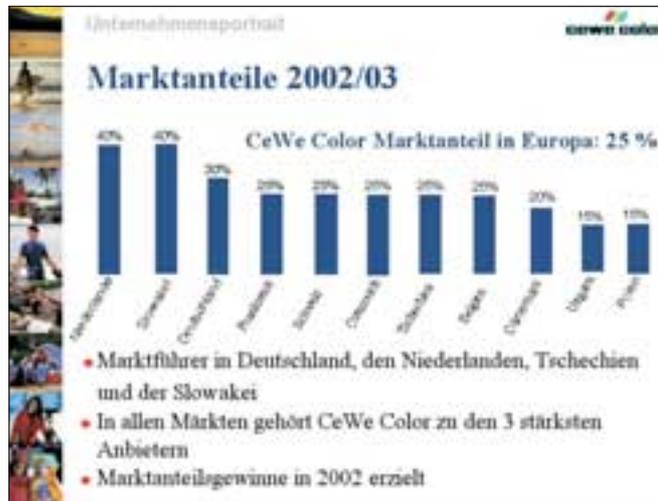
Mit der neuen Foto-Bestellsoftware „Home Photo Service“ können Bilddateien und Auftragsdaten ganz einfach auf eine CD gebrannt werden.

gleichermaßen für Windows- oder Mac-Oberflächen geeignet und soll den Kunden 2,99 Euro (UVP) kosten. Auch über das Internet ist sie erhältlich – die Bildbestellung kann dann ebenfalls über das Internet an den entsprechenden Händler geschickt werden, wo der Auftrag auch abgeholt wird.

Fortsetzung von Seite 14

Zudem habe der Vertriebspartner Agfa-Gevaert weitere 3.000 Geräte für den internationalen Markt bestellt. Die Menge der über den Fotohandel bestellten Digitalfotos stieg bei CeWe Color im Jahr 2002 um 366 Prozent auf 22,7 Millionen Stück. Dabei legte dieses Segment besonders deutlich zwischen dem 2. und 3. Quartal (von 3,36 auf 8,35 Millionen) zu. Die Anzahl der über die Internet-Seiten von Handelspartnern online bestellten Digitalfotos wuchs im vergangenen Jahr um 342 Prozent auf 16,1 Millionen Stück. Auch die Image CD vom Film als Brücke zwischen der analogen und digitalen Fotografie entwickelte sich mit einem Wachstum von 77 Prozent weiter positiv: 2,6 Millionen dieser runden Scheiben wurden von den CeWe Labors im vergangenen Jahr ausgeliefert.

Nach Einschätzung von Hollander wird die steigende Nachfrage nach digitalen Kameras den Umsatz von klassischen analogen Fotoarbeiten in den kommenden Jahren um durchschnittlich 3 bis 5 Prozent pro Jahr reduzieren. Im digitalen Geschäft seien dagegen Wachstumsraten von 40 bis 200 Prozent pro Jahr zu erwarten – die strategische Herausforderung bestehe darin, die Entwicklung des Digitalkamera-Geschäfts zu einem echten Massenmarkt zum Aufbau eines umfassenden Dienstleistungs-Angebots zu nutzen, das in Preiswürdigkeit und Bequemlichkeit dem entspreche, was der durchschnittliche Verbraucher vom analogen Film gewöhnt sei. Dann, so Hollander,



In allen Märkten, wo CeWe Color aktiv ist, gehört das Unternehmen zu den drei stärksten Anbietern im Fotofinishing-Segment.

könne der Rückgang im analogen Geschäft durch steigende Digital-Aufträge ausgeglichen werden. Anlaß zu Optimismus geben dabei die beachtlichen Auftragsgrößen bei digitalen Fotodienstleistungen, die deutlich über den durchschnittlich 28 Bildern pro Film liegen. Im September 2002 wurden bei CeWe Color pro Online-Fotoauftrag über das Internet durchschnittlich 30 Bilder bestellt, bei den Digital-Fotobestellungen im Geschäft waren es sogar 50 Bilder. In Deutschland lag die durchschnittliche Bildmenge bei Aufträgen über die DigiFilm-Terminals sogar bei 57 Bildern.

Wachsende Marktanteile

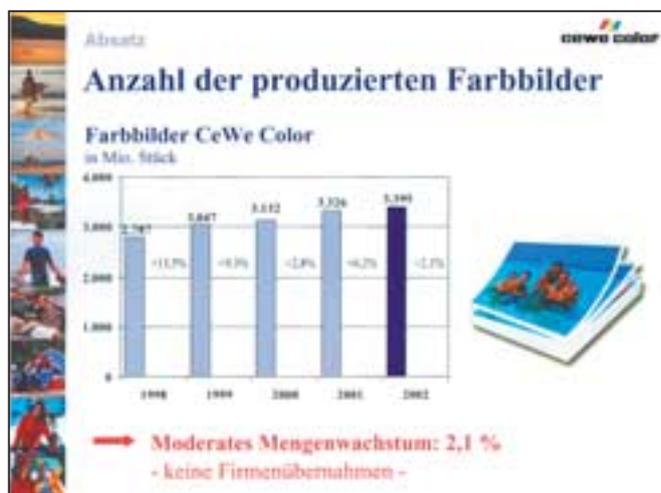
Besonders erfreulich entwickelte sich der Umsatz von CeWe Color in Mittel-

osteuropa (+22,5 Prozent) und in Frankreich (+6,8 Prozent). So ist es gelungen, die Marktanteile in Frankreich, Tschechien und der Schweiz auf jeweils 25 Prozent und in der Slowakei auf 40 Prozent zu erhöhen. „Mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 25 Prozent in den belieferten Ländern ist CeWe Color der

größte konzernunabhängige Finisher in Europa“, betonte Dr. Rolf Hollander.

In Frankreich sind die Schwierigkeiten, die noch 2001 zu einem Verlust von 4,1 Millionen Euro geführt hatten, inzwischen überwunden – mit einem Ergebnis von 0,6 Millionen Euro kehrte CeWe Color hier in die Gewinnzone zurück. Dabei erzielte die CeWe Color France SA nach 1,8 Millionen Euro Verlust im Jahre 2001 einen Gewinn von 1,4 Millionen Euro im vergangenen Jahr. Die 2001 übernommene Konica Photo Service France reduzierte den im wesentlichen durch strukturelle Maßnahmen und die Integration in die Gruppe entstandenen Verlust von 1,4 Millionen Euro im Jahr 2001 auf 0,2 Millionen. Die von Frankreich aus durchgeführten Aktivitäten in Spanien schlugen 2002 nochmals mit einem

Fortsetzung auf Seite 18



Moderates Mengenwachstum: 2,1 %
- keine Firmenübernahmen -



2002: 1,2 % aller entwickelten Bilder waren Digitalfotos
Im Dezember 2002 Anteil 3,1 %
- Tendenz stark steigend -

Bei moderatem Wachstum im klassischen Fotofinishing-Geschäft entwickelte sich der Absatz von Digitalfotos rasant nach oben.



NORITSU

***Andere verkaufen
Pixel, Sie
machen die Bilder...***



QSS-3000

Analog & Digital, 600 Bilder/h*

* 9 x 13 cm

Verlust von 0,6 Millionen Euro zu Buche, sind aber inzwischen eingestellt.

Erstmals trug Mittelosteuropa (Polen, Tschechien, die Slowakei und Ungarn) mit einem Vorsteuergewinn von 0,9 Millionen Euro zum positiven Ergebnis bei. Die frühzeitigen Investitionen in diese wachsenden Märkte beginnen sich für CeWe Color also auszuzahlen. In Zentral-Europa, das besonders durch die Konjunkturschwäche und die zurückgehenden Preise im analogen Fotofinishing betroffen ist, reduzierte sich das Ergebnis um 2,5 Prozent auf 23,4 Millionen Euro.

Beachtlich schlugen sich auch die CeWe-eigenen Einzelhandelsketten in Skandinavien, Polen, Tschechien und der Slowakei. Während die Umsätze mit plus 15,3 Prozent schneller stiegen als die Filialexpansion mit plus 5,7 Prozent, konnte die jeweilige Marktführerschaft ausgebaut werden. Nach Angaben von Dr. Hollander tragen die eigenen Filialen in Mittelosteuropa zur Zeit ein Drittel zur Auslastung der dortigen Fotofinishing-Betriebe bei.

Vorsichtiger Optimismus

Für das laufende Jahr ist CeWe Color trotz der weiterhin schwachen Konjunktorentwicklung und einem Rückgang von bis zu 10 Prozent im Reisegeschäft vorsichtig optimistisch. Die Geschäftsleitung strebt ein leichtes



Der Umsatzanteil digitaler Fotofinishing-Produkte lag Ende letzten Jahres bei CeWe Color deutlich über dem Plan. Für die nächsten drei Jahre wird ein Wachstum auf bis zu 20 Prozent erwartet.

Ergebniswachstum von 5 Prozent bei konstanten Umsätzen von etwa 440 Millionen Euro an. Dabei, so Dr. Rolf Hollander, werde das Jahr 2003 unter dem Vorzeichen der Substitution analoger Bilder durch digitale Produkte stehen. Selbst wenn die Menge der digitalen Bilder hinter der der fehlenden analogen zurückbleiben sollte, könne aufgrund höherer Digitalfoto-Preise und -Margen der Umsatzausgleich und ein Ergebnisanstieg gelingen.

Nachdem die Investitionen bei CeWe Color im vergangenen Jahr um 25,8 Prozent auf 28.7 Millionen Euro zurückgefahren wurden, ist in den nächsten Jahren ein Anstieg des Investitionsvolumens auf 30 bis 35 Millionen Euro zu erwarten. Bereits im vergangenen Jahr wurden rund 50 Prozent der Investitionen bereits für digitale Technologien eingesetzt, denn Kapazitätsausweitungen im analogen

Sektor sind nicht mehr erforderlich. 18 der 24 CeWe Color Produktionsbetriebe sind schon heute mit digitalen Printern ausgestattet.

In den kommenden Jahren werden aufgrund des starken Wachstums im Digitalkamera-Markt weitere Investitionen erforderlich, die CeWe Color aus eigener Kraft bewältigen kann. „Dafür haben wir in den letzten Jahren gespart und unser Pulver trocken gehalten, damit wir jetzt – wenn der Umbruch zur digitalen Fotografie voll einsetzt – die nötigen Investitionen schultern können“, betonte dazu Hubert Rothärmel. Die Aktionäre sollen auch in Zukunft mit einer angemessenen Dividende am Unternehmenserfolg beteiligt werden. In diesem Jahr können sie sich über eine 25prozentige Steigerung freuen: Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 26. Juni 2003 eine Erhöhung von 0,80 Euro auf 1,- Euro je Stückaktie vorschlagen.



Mit einer Zuwachsrate von 366 Prozent gegenüber dem Vorjahr entwickelte sich das Geschäft mit Digitalfotos, die beim Handel bestellt wurden, am schnellsten nach oben. Aber auch Bestellungen über das Internet legten deutlich zu.

999,- 998,- 997,- 996,- 995,- 994,- 993,- 992,- 991,- 990,- 989,- 988,- 987,- 986,- 985,- 984,- 983,-
982,- 981,- 980,- 979,- 978,- 977,- 976,- 975,- 974,- 973,- 972,- 971,- 970,- 969,- 968,- 967,- 966,-
965,- 964,- 963,- 962,- 961,- 960,- 959,- 958,- 957,- 956,- 955,- 954,- 953,- 952,- 951,- 950,- 949,-
948,- 947,- 946,- 945,- 944,- 943,- 942,- 941,- 940,- 939,- 938,- 937,- 936,- 935,- 934,- 933,- 932,-
931,- 930,- 929,- 928,- 927,- 926,- 925,- 924,- 923,- 922,- 921,- 920,- 919,- 918,- 917,- 916,- 915,-
914,- 913,- 912,- 911,- 910,- 909,- 908,- 907,- 906,- 905,- 904,- 903,- 902,- 901,- 900,- 899,- 898,-
897,- 896,- 895,- 894,- 893,- 892,- 891,- 890,- 889,- 888,- 887,- 886,- 885,- 884,- 883,- 882,- 881,-

TRENNEN SIE SICH VON ALTEN GEWOHNHEITEN. ZUM BEISPIEL BEI DER PREISGESTALTUNG.

877,- 876,- 875,- 874,- 873,- 872,- 871,- 870,- 869,- 868,- 867,- 866,- 865,- 864,- 863,- 862,- 861,- 860,- 859,- 858,- 857,- 856,- 855,- 854,- 853,- 852,- 851,- 850,- 849,-
848,- 847,- 846,- 845,- 844,- 843,- 842,- 841,- 840,- Ziehen Sie die Notbremse. Das neue Nikon
839,- 838,- 837,- 836,- 835,- 834,- 833,- 832,- 831,- Vertragshändler-System. Partnerschaftlich zum
830,- 829,- 828,- 827,- 826,- 825,- 824,- 823,- 822,- Erfolg. Jetzt sind Sie am Zug: 0211-94 14 999.

821,- 820,- 819,- 818,- 817,- 816,- 815,- 814,- 813,- 812,- 811,- 810,- 809,- 808,- 807,- 806,- 805,-
804,- 803,- 802,- 801,- 800,- 799,- 798,- 797,- 796,- 795,- 794,- 793,- 792,- 791,- 790,- 789,- 788,-
787,- 786,- 785,- 784,- 783,- 782,- 781,- 780,- 779,- 778,- 777,- 776,- 775,- 774,- 773,- 772,- 771,-
770,- 769,- 768,- 767,- 766,- 765,- 764,- 763,- 762,- 761,- 760,- 759,- 758,- 757,- 756,- 755,- 754,-
753,- 752,- 751,- 750,- 749,- 748,- 747,- 746,- 745,- 744,- 743,- 742,- 741,- 740,- 739,- 738,- 737,-
736,- 735,- 734,- 733,- 732,- 731,- 730,- 729,- 728,- 727,- 726,- 725,- 724,- 723,- 722,- 721,- 720,-
719,- 718,- 717,- 716,- 715,- 714,- 713,- 712,- 711,- 710,- 709,- 708,- 707,- 706,- 705,- 704,- 703,-
702,- 701,- 700,- 699,- 698,- 697,- 696,- 695,- 694,- 693,- 692,- 691,- 690,- 689,- 688,- 687,- 686,-
685,- 684,- 683,- 682,- 681,- 680,- 679,- 678,- 677,- 676,- 675,- 674,- 673,- 672,- 671,- 670,- 669,-
668,- 667,- 666,- 665,- 664,- 663,- 662,- 661,- 660,- 659,- 658,- 657,- 656,- 655,- 654,- 653,- 652,-



648,- 647,- 646,- 645,- 644,- 643,- 642,- 641,- 640,- 639,- 638,- 637,- 636,- 635,-
634,- 633,- 632,- 631,- 630,- 629,- 628,- 627,- 626,- 625,- 624,- 623,- 622,- 621,- 620,- 619,- 618,-
617,- 616,- 615,- 614,- 613,- 612,- 611,- 610,- 609,- 608,- 607,- 606,- 605,- 604,- 603,- 602,- 601,-
600,- 599,- 598,- 597,- 596,- 595,- 594,- 593,- 592,- 591,- 590,- 589,- 588,- 587,- 586,- 585,- 584,-
583,- 582,- 581,- 580,- 579,- 578,- 577,- 576,- 575,- 574,- 573,- 572,- 571,- 570,- 569,- 568,- 567,-
566,- 565,- 564,- 563,- 562,- 561,- 560,- 559,- 558,- 557,- 556,- 555,- 554,- 553,- 552,- 551,- 550,-
549,- 548,- 547,- 546,- 545,- 544,- 543,- 542,- 541,- 540,- 539,- 538,- 537,- 536,- 535,- 534,- 533,-
532,- 531,- 530,- 529,- 528,- 527,- 526,- 525,- 524,- 523,- 522,- 521,- 520,- 519,- 518,- 517,- 516,-
515,- 514,- 513,- 512,- 511,- 510,- 509,- 508,- 507,- 506,- 505,- 504,- 503,- 502,- 501,- 500,- 499,-
498,- 497,- 496,- 495,- 494,- 493,- 492,- 491,- 490,- 489,- 488,- 487,- 486,- 485,- 484,- 483,- 482,-
481,- 480,- 479,- 478,- 477,- 476,- 475,- 474,- 473,- 472,- 471,- 470,- 469,- 468,- 467,- 466,- 465,-
464,- 463,- 462,- 461,- 460,- 459,- 458,- 457,- 456,- 455,- 454,- 453,- 452,- 451,- 450,- 449,- 448,-
447,- 446,- 445,- 444,- 443,- 442,- 441,- 440,- 439,- 438,- 437,- 436,- 435,- 434,- 433,- 432,- 431,-
430,- 429,- 428,- 427,- 426,- 425,- 424,- 423,- 422,- 421,- 420,- 419,- 418,- 417,- 416,- 415,- 414,-
413,- 412,- 411,- 410,- 409,- 408,- 407,- 406,- 405,- 404,- 403,- 402,- 401,- 400,- 399,- 398,- 397,-
396,- 395,- 394,- 393,- 392,- 391,- 390,- 389,- 388,- 387,- 386,- 385,- 384,- 383,- 382,- 381,- 380,-
379,- 378,- 377,- 376,- 375,- 374,- 373,- 372,- 371,- 370,- 369,- 368,- 367,- 366,- 365,- 364,- 363,-
362,- 361,- 360,- 359,- 358,- 357,- 356,- 355,- 354,- 353,- 352,- 351,- 350,- 349,- 348,- 347,- 346,-
345,- 344,- 343,- 342,- 341,- 340,- 339,- 338,- 337,- 336,- 335,- 334,- 333,- 332,- 331,- 330,- 329,-
328,- 327,- 326,- 325,- 324,- 323,- 322,- 321,- 320,- 319,- 318,- 317,- 316,- 315,- 314,- 313,- 312,-
311,- 310,- 309,- 308,- 307,- 306,- 305,- 304,- 303,- 302,- 301,- 300,- 299,- 298,- 297,- 296,- 295,-
294,- 293,- 292,- 291,- 290,- 289,- 288,- 287,- 286,- 285,- 284,- 283,- 282,- 281,- 280,- 279,- 278,-
277,- 276,- 275,- 274,- 273,- 272,- 271,- 270,- 269,- 268,- 267,- 266,- 265,- 264,- 263,- 262,- 261,-
260,- 259,- 258,- 257,- 256,- 255,- 254,- 253,- 252,- 251,- 250,- 249,- 248,- 247,- 246,- 245,- 244,-
243,- 242,- 241,- 240,- 239,- 238,- 237,- 236,- 235,- 234,- 233,- 232,- 231,- 230,- 229,- 228,- 227,-
226,- 225,- 224,- 223,- 222,- 221,- 220,- 219,- 218,-

JETZT ÄNDERN WIR DIE REGELN.

Denn der Markt für Kameras und Zubehör hat sich geändert. Nikon hat ein neues Vertriebsmodell entwickelt. Partnerschaftlich, zum Wohle aller Seiten. Es belohnt alle Vertragshändler, die gemeinsam mit Nikon die Zukunft im Imaging-Handel gestalten wollen. Jetzt informieren: 0211-94 14 999 oder schreiben Sie uns: verkauf@nikon.de, www.nikon.de

Ob Kleinbild- oder APS-, Negativ- oder Dia-, Amateur- oder Profifilm, die umfangreiche Produktfamilie, mit der Agfa ins Sommergeschäft 2003 startet, gibt dem Fotohandel die Chance, individuelle Bedürfnisse der Kunden zu befriedigen. Neben den neuen Agfa Vista Farbnegativfilmen werden ab sofort auch die qualitativ verbesserten Agfa APS Star Filme als Nachfolger der Futura Filme in den Handel eingeführt. Diese kommen, ebenso wie die bekannten CT precisa Diafilme, mit einem neuen Packungsdesign auf den Markt.



Wie üblich stehen auch in diesem Sommer wieder zahlreiche Deko- und Verkaufsförderungselemente für das Schaufenster und den Laden zur Verfügung.

Agfas starke Produkte für das Sommergeschäft



Der bekannte Marktwagen, in „abgespeckter“ Variante auf einer Europalette, und die Agfa Vista Pyramide sollen die Aufmerksamkeit der Kunden auf die Agfa Filme lenken.

„Bilder stehen bei unserem Geschäft immer noch im Mittelpunkt. Deshalb treten wir zum Sommergeschäft mit zwei Neuerungen an“,



erläuterte Michael Weyer, Trade Marketing Manager Film bei Agfa Deutschland, im Gespräch mit *imaging+foto-contact*. „Zum einen haben wir die Emulsionen unserer APS-Filmfamilie aktualisiert, so daß diese jetzt auch die Vorzüge der Eye Vision-Technologie bieten. Und zum anderen haben wir die Packungen der APS- und Diafilme dem Design der neuen Vista Filmfamilie angepaßt.“ Getreu dem aktuellen Motto zeigen die Packungen jetzt auch ‚Bilder, die glücklich machen‘ und den Verbraucher emotional ansprechen. Andere Designelemente wurden angeglichen, beispielsweise die deutliche Kennzeichnung von ISO-Klasse und Filmlänge. Und die Pictogramme, die dem potentiellen Käufer die Wahl des für ihn geeigneten Films erleichtern sollen, wurden wesentlich vereinfacht. Parallel zur Einführung des aktualisierten Packungsdesigns hat Agfa auch den bisherigen APS-Filmnamen Futura gestrichen und durch den neuen Produktnamen APS star ersetzt. „Umfragen haben ergeben, daß der Name Futura weder eine emotionale Bindung zur Marke Agfa noch eine Assoziation

zum APS-System hervorruft“, meinte Weyer. „Wir haben uns deshalb zur Umbenennung des Sortiments entschlossen. Der neue Name APS star beinhaltet die konsequente Bindung an das APS-Filmsystem. Er fällt dem Kunden sofort ins Auge und unterstreicht die Spitzenqualität des Films in emotionaler und wertiger Weise.“

Mit der Umgestaltung steht dem Handel jetzt ein optisch stimmiges und ansprechendes Amateur-Filmsortiment zur Verfügung. „Der Handel profitiert natürlich vor allem dann von diesem Sortiment, wenn er alle Filmtypen und Filmlängen anbietet und damit jeden Wunsch und jedes Bedürfnis seiner Kunden zufriedenstellen kann“, stellte Weyer fest. So benötige der Fotograf für eine Wochenend-Städtereise zum Beispiel naturgemäß weniger und unter Umständen auch kürzere Filme als derjenige, der drei Wochen lang ein Traumziel in der Südsee ansteuere.

Um dem Handel den Verkauf des Agfa-Filmsortiments zu erleichtern, stehen auch in diesem Sommer wieder zahlreiche unterschiedliche Werbe- und



Michael Weyer, Trade Marketing Manager Film bei Agfa Deutschland.

Verkaufsförderungsmaterialien sowie Präsentationselemente zur Verfügung. Angefangen beim Marktwagen und den modularen Filmschütten, die mit unterschiedlichen Filmen bestückt werden können, über die Filmpyramide, mit der sich ein Filmtyp in den Mittelpunkt rücken läßt, bis zu kleineren Displays zur Platzierung auf der Bilder-



Das Packungsdesign wurde in vielen Details überarbeitet. So sind die Pictogramme auf den neuen Filmpackungen (unten) wesentlich einfacher zu erkennen als auf den alten.

theke oder neben der Kasse steht ein vielfältiges Angebot bereit. Gemeinsam ist allen Werbe- und Verkaufsförderungsmitteln, daß der Verbraucher mit emotionalen Bildern angesprochen

Filmsortiment zeigt die Beratungskompetenz

wird. Dabei stehen für die aktuelle Promotion einige neue Motive bereit. Sei es auf Postern, Schütten, Displays, Top-schildern oder, wie bereits gesagt, auf den Filmpackungen selbst, überall begegnet der Kunde Bildern, auf denen positive Augenblicke des Lebens festgehalten wurden.

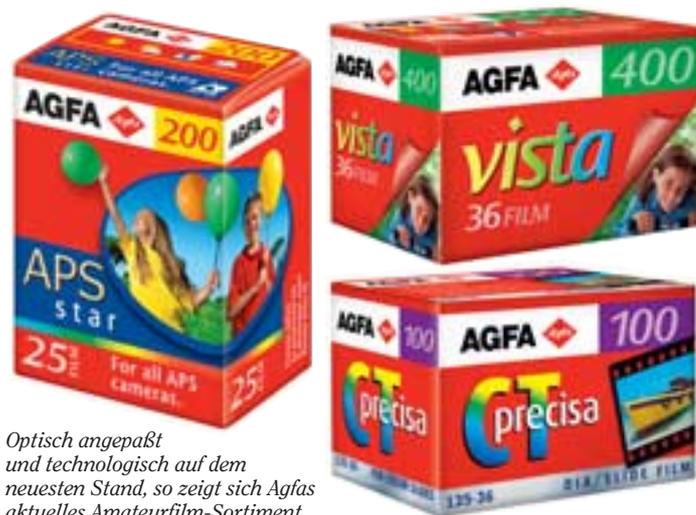
Die einzelnen Filme gibt es auf den individuellen Bedarf des Kunden zugeschnitten in Einzel-, Doppel- oder Mehrfachpacks. Weyer: „Im Sommer steigt die Nachfrage nach Filmen und unserer Erfahrung nach auch die Bereitschaft, Filme auf Vorrat zu kaufen. Unsere umsatz- und ertragbringenden Mehrfachpacks eignen sich ideal dazu, diese Nachfrage zu decken.“

Auch für Nicht-Kamerabesitzer, die spontan ein Fotografierebedürfnis spüren, für den Nachwuchs, der langsam an das Hobby Fotografie herangeführt werden soll, oder denjenigen, der eine preiswerte Immer-dabei-

Alternative zu seiner Spiegelreflexausrüstung zum Strand nehmen will, hält Agfa mit den Le Box Filmen mit Linse attraktive Produkte bereit. So eignet sich beispielsweise die wasser- und sanddichte Le Box Ocean ideal für den Fotospaß beim Schwimmen, Schnorcheln oder Surfen. Und die „Normalversionen“ im hochwertigen Silberdesign, als Le Box Camera ohne und als Le Box Flash Camera mit integriertem Blitzgerät, sorgen mit ihrer neuen Zwei-Linsen-Optik für spontane Bilder bei jeder Gelegenheit.

Wer allerdings als Fachhändler seine Kompetenz zeigen und sich damit von preisaggressiven Wettbewerbern unterscheiden wolle, dürfe sich nicht al-

lein auf die Amateurprodukte konzentrieren, betonte Weyer. Grundlage für ein fundiertes Beratungsgespräch mit anspruchsvollen Fotografen bildet der Agfa Optima Prestige. „Er steht in den drei wichtigsten ISO Klassen 100, 200 und 400 zur Verfügung und sorgt mit seiner Eye Vision Technologie für präzise Farben, genaue Farbtontrennung und gesteigerte Plastizität“, erläuterte Weyer. „Damit wird er den höchsten professionellen Ansprüchen gerecht.“ Als Haut-Spezialist für jede Sommerbräune bietet Agfa darüber hinaus den Agfacolor Portrait 160 an, und der Profi-Diafilm Agfachrome RSX II fange die Farben des Sommers in feinsten



Optisch angepaßt und technologisch auf dem neuesten Stand, so zeigt sich Agfas aktuelles Amateurfilm-Sortiment.



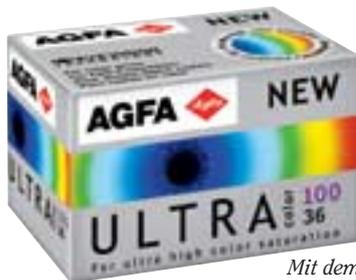
Die Werbemittel der aktuellen Agfa Sommerkampagne zeigen wieder „Bilder, die glücklich machen“.

Profisortiment als Brücke zur digitalen Dienstleistung

Nuancen ein. Als Spezialitäten im Profisegment sprechen der Negativfilm Agfa APX und der einzigartige Diafilm Agfa Scala schließlich die nach wie vor stabile Zielgruppe der Schwarzweißfotografen an.

„Abgerundet wird das Filmsortiment durch den Agfacolor Ultra 100, der sozusagen als ‚Zwitterprodukt‘ gleichermaßen Amateure wie Profis anspricht“, meinte Weyer. Beim Agfa Ultra handele es sich um den farbinintensivsten Colornegativfilm der Welt. „Ein solches Produkt muß aktiv verkauft werden, die Vorzüge dieses Films müssen detailliert, am besten anhand von Beispielfotos, geschildert werden“, so Weyer. „Das kann nur im Fachhandel geschehen.“

Wolfgang Göddertz, Leiter Trade Marketing bei Agfa Deutschland, zeigt sich



Mit dem Ultra wendet sich Agfa sowohl an professionelle Fotografen als auch an Amateure.

in dem Gespräch mit imaging+foto-contact davon überzeugt, daß das Agfa Film- und Bilderkonzept beim Handel für einen starken Sommerumsatz sorgen werde. „Auch wenn derzeit das Thema Digitalfotografie in aller Munde ist, dürfen wir nicht vergessen, daß es in Deutschland einen riesigen Bestand von etwa 50 Millionen analoger Kameras gibt, denen derzeit weniger als fünf Millionen Digitalkameras gegenüberstehen“, so Göddertz.

Außerdem habe sich gezeigt, daß viele Menschen sowohl eine digitale als auch eine analoge Kamera besitzen und diese dem Anlaß entsprechend nutzen. Und vor allem im Urlaub und auf der Reise würde heute immer noch die klassische Kamera bevorzugt, weil der Reisende nach dem Urlaub möglichst schnell seine bildgewordenen Erinnerungen und Eindrücke in Papierform in Händen halten wolle.

Grundsätzlich seien die Steigerung des Filmverkaufs und die gleichzeitige Förderung digitaler Bildservices keine Gegensätze, betonte Göddertz.

Insbesondere für die Betreiber eines digitalen Agfa-Minilabs ergäben sich Chancen für beträchtliche Zusatzumsätze. Dabei könnten vor allem die Filme des Profisortiments als Brücke zwi-

schen analoger Aufnahme und digitaler Nutzung bzw. Weiterverarbeitung dienen. Göddertz: „Da die Filme vor dem Printen ohnehin in der Maschine digitalisiert werden, kann der Händler seinem Kunden ohne großen Mehraufwand zusätzliche Angebote machen, etwa eine Bilder-CD seiner Aufnahmen erstellen oder die Fotos ins Webalbum stellen, damit der Fotograf sie bei Bedarf über ein Kennwort auch anderen zugänglich machen kann.“

Zielgruppe seien hierbei nicht nur, aber vor allem die Käufer hochwertiger Filme. Göddertz: „Wer bereit ist, mehr Geld für das Filmmaterial auszugeben als der Durchschnitt der Verbraucher, der ist auch offen für zusätzliche digitale Angebote, wenn diese ihm einen individuellen Vorteil bei der Nutzung seiner Bilder bringen.“ Darüber hinaus seien die Käufer von Profifilmen in der



Wolfgang Göddertz, Leiter Trade Marketing bei Agfa Deutschland.

Regel besser informiert und für Neues offen, so daß ein Verkaufsgespräch nicht bei null beginnen müsse. Göddertz: „Und daß der Agfa-Partner den hohen qualitativen Ansprüchen dieser Kunden gerecht werden kann, dafür sorgt die Qualitätskette, die sich von der Aufnahme über die Verarbeitung bis zur Ausgabe mit Agfa-Produkten bestücken läßt.“ hepä



Mit eBay ...

... mache ich schnell Platz für neue Ware.

Immer mehr Fotofachhändler setzen auf eBay als starken Vertriebspartner – und profitieren von den Vorteilen des weltweit größten Online-Marktplatzes:

- eBay ist der ideale Absatzmarkt für Foto-Equipment – und wird Monat für Monat von mehr als **12 Millionen** Internetnutzern besucht.*
- Die kurze Angebotsdauer zwischen drei und zehn Tagen sorgt für einen überdurchschnittlich **schnellen Warenumsatz** Ihrer Produkte.
- Allein bei eBay Deutschland sind ständig über **1 Million verschiedene Artikel** im Angebot – von der neuesten Digitalkamera über gebrauchte Spiegelreflexkameras bis zum Zubehör.
- Durch die Wahl zwischen Auktions- oder Festpreisformat bieten sich Ihnen optimale Möglichkeiten, um **marktgerechte Preise** zu erzielen.

eBay

www.ebay.de

Besser kaufen und verkaufen.

Sie möchten heute noch loslegen?
Dann schreiben Sie uns: verkaufen14@ebay.de

Olympus: Synergien durch neue Vertriebsorganisation

„Wieder Marktführer werden“



John Brooks: „Durch die Strukturreform lassen sich Marketing- und Vertriebsaktivitäten besser steuern.“

Interview mit John Brooks, Region Sales Director für Deutschland, Österreich und die Schweiz

Olympus hat das neue Geschäftsjahr am 1. April mit einer neuen Vertriebsorganisation begonnen. Dabei wird Deutschland in die Region DACH, bestehend aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, eingebunden. Als Region Sales Director ist jetzt John Brooks für den Vertrieb der erfolgreichen Olympus Produktpalette verantwortlich. **imaging+foto-contact** hat ihn nach den Perspektiven für den deutschen Markt gefragt.

imaging+foto-contact: Herr Brooks, Sie haben zum 1. April die Vertriebsverantwortung für Olympus Consumer Products in Deutschland, Österreich und der Schweiz übernommen. Wie sind Sie mit der Marktposition von Olympus auf dem deutschen Fotomarkt zufrieden?

John Brooks: Im Analog-Bereich sind wir mehr als zufrieden, das dokumentiert die Position als Marktführer eindeutig. Unseren Handelspartnern bieten wir eine breit gefächerte Produktpalette mit äußerst attraktivem Preis-/Leistungsverhältnis. Der Fotohandel kann sich darauf verlassen, daß er auch weiterhin mit aufregenden analogen Kamera-Neuheiten versorgt wird. Im digitalen Segment leistete Olympus bekanntlich Pionierarbeit. Und war dabei sehr erfolgreich. Die Kehrseite der Medaille: Im letzten Jahr konnten wir über einen zu langen Zeitraum die große Nachfrage nur unzureichend bedienen – trotz drastisch erweiterter Produktionskapazitäten, über die Sie sich ja beim persönlichen Besuch in einer unserer Fabriken selbst ein Bild machen konnten (Anm. d. Red.: siehe ifc 12/02, S. 12ff.). Wir sind jedoch der festen Überzeugung, auch in diesem wesentlichen Produktbereich

bald wieder Marktführer zu werden – alle Indikatoren weisen heute schon darauf hin.

imaging+foto-contact: Warum wurde in dieser Situation eine Neuorganisation der Vertriebsstruktur notwendig?

John Brooks: Wir wollen Synergien in den drei Ländern noch besser als bisher nutzen. Durch die Strukturreform lassen sich Marketing- und Vertriebsaktivitäten besser steuern.

imaging+foto-contact: Welche neuen Akzente wollen Sie in Ihrer Position setzen? Mit welchen Veränderungen kann der Fotohandel rechnen?

John Brooks: Der Markt hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Neue Vertriebsformen, wie etwa das Online-Business, wurden intensiv ausgebaut. Zu überlegen ist, wie wir gemeinsam mit unseren Handelspartnern die Arbeitsabläufe optimieren können. Wie läßt sich unsere umfassende Produktpalette am effektivsten einsetzen? Nach welchem System belohnen wir am besten die Leistung des Handels? Diese Fragen, natürlich nur Beispiele

aus einem großen Katalog, sollen künftig unter dem Aspekt der DACH-Region zufriedenstellend beantwortet werden.

imaging+foto-contact: Olympus hat in den vergangenen Jahren gerade den Fotohandel sehr stark beim Aufbau des Geschäftes mit Digitalkameras unterstützt. Welche Aktivitäten sind für das neue Geschäftsjahr geplant?

John Brooks: Im Fokus stehen zahlreiche neue Modelle – maßgeschneidert für den erfolgreichen Vertrieb im Fachhandel.

Äußerst positiv reagierten übrigens all jene Handelspartner besonders auf eine Produktneuheit, die zur Zeit in nur groben Zügen bekannt ist: das 4/3-System. Hierbei handelt es sich um ein digitales Kamerakonzept mit sensationellem Leistungsspektrum – und echten Hochverkaufschancen für den engagierten Fachhändler. Das Umfeld des Kamerabodys wird geprägt von ebenso universell einsetzbaren wie hochwertigen Systemkomponenten. Allein die angekündigten Wechsel-

objektive werden die faszinierende digitale Fotowelt in einem völlig neuen Licht erscheinen lassen.

imaging+foto-contact: Wird es im Rahmen der Neuorganisation Veränderungen im Konditionssystem oder bei der Zusammenarbeit mit dem Großhandel geben?

John Brooks: Wie bereits festgestellt: Der Markt ist ständigen Veränderungen unterworfen. Wo nötig werden wir unsere Konditionen beziehungsweise unsere Zusammenarbeit mit dem Großhandel den Veränderungen anpassen. Zu diesen sensiblen Themen sind unsere Überlegungen noch nicht abgeschlossen. Sobald sich konkrete Angaben machen lassen, werden wir unsere Handelspartner ausführlich informieren.

imaging+foto-contact: Gibt es neue Akzente bei den Vertriebswegen, zum Beispiel in Richtung Consumer Electronics oder IT-Handel?

John Brooks: Wir werden auch weiterhin mit all jenen Vertriebskanälen

zusammenarbeiten, die fachlich einwandfreien Service gewährleisten, bei denen sich der Endkunde auf kompetente Bedienung verlassen kann. Wer diese Voraussetzungen erfüllt, wird von Olympus mit einem „Herzlich willkommen“ begrüßt.

imaging+foto-contact: Seit der CeBIT wird viel über Kamera-Handys gesprochen. Welche Bedeutung werden diese Produkte Ihrer Meinung nach in der nächsten Zeit bekommen? Wie stellt sich Olympus auf die Verbindung von Digitalfotografie und Telekommunikation ein?

John Brooks: Noch liefern die vorhandenen Geräte eine, unter fotografischen Gesichtspunkten, bescheidene Qualität.

Unterm Strich und für die Zukunft gesehen, ist die derzeit stattfindende Entwicklung jedoch sehr positiv für unsere Branche.

Völlig neue Zielgruppen beschäftigen sich plötzlich mit der digitalen Fototechnik – das kommt dem Fotohandel zugute. Allein schon deshalb be-

obachten wir die entsprechenden Produkte und ihre Auswirkungen mit großer Aufmerksamkeit.

imaging+foto-contact: Die Nachrichten von der Konjunkturfront sind bekanntlich zur Zeit nicht immer positiv. Wie kann der Fotohandel Ihrer Meinung nach in diesem ungünstigen Umfeld weiteres Wachstum realisieren?

John Brooks: Wer nachhaltig versucht, mit frischen Ideen seine Kunden noch besser zu betreuen, hat beste Chancen, zusätzlichen Umsatz zu generieren. Beispielsweise kann er wirkungsvoll demonstrieren, wie spielend einfach es ist, qualitativ hervorragende Bilder von digitalen Medien zu produzieren. Oder daß für Digitalkameras auch attraktive und überaus nützliche Zubehörartikel geliefert werden. Daß Olympus in diesem Bereich ein renditeträchtiges Produktportfolio anbietet, sei hier nur am Rande erwähnt.

imaging+foto-contact: Vielen Dank für dieses Gespräch, Herr Brooks.





Gewinne macht man im Einkauf.

Alle
Hersteller

+

Alle
Neuheiten

+

Volle
Markttransparenz

= IFA 2003 in Berlin.

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

IFA Television & Entertainment

IFA Sound & CarMedia

IFA Personal Communication

IFA Personal Computing & Games

IFA Digital Imaging & Digital Music

IFA SNC Satellite, Networks & Cable

Berlin, 29. August – 3. September 2003

Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik

Messe Berlin

Schulungen von Olympus sprechen Verbraucher und Handelspartner an

Das vor eineinhalb Jahren ins Leben gerufene Camedia-Forum von Olympus startet im Juni mit der dritten Staffel. Von der Veranstaltungsreihe angesprochen werden sollen zum einen Hobbyfotografen mit oder ohne Vorkenntnisse, zum anderen Mitarbeiter aus Handelsunternehmen.

Olympus wird auf dem Seminar einen Tag lang die neue Art der Fotografie in der Praxis zeigen. Die Teilnehmer erfahren, wie einfach, schnell und mit wieviel Spaß sie gute Bilder mit einer digitalen Kamera machen können. Während digitalfoto-erfahrene Interessenten in motivreichem Ambiente und mit fachlicher Unterstützung lernen, wie sie die zahlreichen Features der Kameras für bessere Fotos nutzen können, erhalten Teilnehmer, die noch keine Digitalkamera besitzen, einen Einblick in das Thema Digitalfotografie und in die gesamte Palette digitaler Fotoprodukte von Olympus.

Die wesentlichen Programmpunkte:

- Was ist anders? – Grundkenntnisse zur neuen Art zu fotografieren
- Die Basisbedienungen der Digital-

kameras erlernen – in Theorie und einem ausgeweiteten Praxisteil.

- Aus der Kamera auf Papier ... das geht ohne Computer – Kenntnisse und Praxis zu Ausbelichtung und Drucken.

Als Dankeschön für ihre Anmeldung erhalten die Teilnehmer von Olympus beim Workshop eine 32 MB Speicherkarte (Smart-Media oder xD Picture-Card), auf die Sie Ihre während des Tages gemachten Bilder speichern und so später mitnehmen können.

Die Teilnahmegebühr beträgt 90 Euro inkl. MwSt. pro Teilnehmer und Tag. Darin enthalten sind die Seminarunterlagen, die Pausenversorgung mit Getränken sowie ein Mittagessen. Die Seminare finden jeweils von 10–18 Uhr statt.

Um exakt auf die Erwartungen der Teilnehmer und deren Wissensstand eingehen zu können, bietet Olympus die Seminare als Einsteiger- und als Fortgeschrittenengruppe an. Einsteiger benötigen keinerlei Vorkenntnisse, Fortgeschrittene sollten Grundkenntnisse in der digitalen Fotografie mitbringen und Erfahrung in den verschiedenen fotografischen Einstellmöglichkeiten einer Kamera (Blende, Zeit, Belichtungsmessung etc.) haben. Außerdem erforderlich sind Grundkenntnisse im Umgang mit Bildübertragung auf den Computer, Bildverarbeitung und Drucken.

Seminare für Händler

Neben den Endkundenseminaren bietet Olympus auch auf die derzeitigen Notwendigkeiten zugeschnittene Schulungen für Händler an, die diese beim Verkauf digitaler Fotokameras, Zubehör und Dienstleistungen unterstützen sollen. Drei aufeinander aufbauende Seminare werden angeboten:

- Einsteigerseminar – Schnellstart in die digitale Fotografie
- Olympus Digitalsystem – Produkte für die digitale Bildkette

- Olympus am Point of Sale – Ideen für den Verkauf.

Auch diese Seminare finden jeweils von 10–18 Uhr statt und kosten 90 Euro Teilnahmegebühr (pro Teilnehmer und pro Schultag), in der die Verpflegung (zwei Kaffeepausen und ein Mittagessen) enthalten ist

i+fc Leserbriefe

Zu unserem Wirtschaftspolitischen Kommentar „Wer wundert sich noch über die Höhe der Krankenkassenbeiträge“ (Ausgabe 5/2003, S.40), haben wir folgenden Leserbrief erhalten:

„Zu dem Kommentar möchte ich Ihnen noch folgende Ergänzung aus dem Rundbrief 2/2003 ‚Aktion Leben‘ geben. Es heißt dort: ‚Die Krankenkassen, die immer teurer werden und immer mehr Leistungen beschneiden müssen, tragen mit ihren Jugendmagazinen dazu bei, unsere Jugend noch weiter zu versexualisieren. Ist das ihre Aufgabe? Sie zahlen für Viagra und für Verhütungsmittel (Mädchen/Kinder und junge Frauen bis zum 21. Lebensjahr bekommen die ‚Pille‘ kostenlos). Sie zahlen oder müssen die Tötung zukünftiger Beitragszahler vorfinanzieren. Sie müssen die Folgekosten der Tötungen und Selbstverwirklichungen aufbringen.“

Sie zahlen oft als Folge dieser Selbstverwirklichung – Sterilitätsbehandlungen, künstliche Erzeugung von Kindern und die medizinischen und psychischen Behandlungen und Therapien. Aber genau genommen sind es nicht die Krankenkassen, die zahlen: Wir alle müssen zahlen!“

Mit freundlichen Grüßen

H. Krause, Düsseldorf.

Außerdem erhielten wir folgende Zuschrift:

„An der Politik ärgert mich täglich – und natürlich am heftigsten jeden Montagmorgen zum Frühstück – der sagenhafte Dilettantismus der parteiübergreifenden Koalition von initiativlosen Denkfaulen. Für die Entwicklungspolitik wäre beispielsweise dringend die Ausarbeitung einer anthropologisch begründeten Zielvorstellung nötig. Allein mit wirtschaftlichen Eingriffen – so wichtig einiges davon auch sicherlich ist – geht es eben nicht. Leider ist da nicht einmal der Ansatz einer Vorstellung in Sicht.“

Günter Spitzing

Hamburg

Termine für Einsteiger

13.06.2003	Dortmund
27.06.2003	Hamburg
27.06.2003	Erfurt
04.07.2003	Frankfurt
11.07.2003	Stuttgart
18.07.2003	Herrsching

Termine für Fortgeschrittene

14.06.2003	Dortmund
28.06.2003	Hamburg
28.06.2003	Erfurt
05.07.2003	Frankfurt
12.07.2003	Stuttgart
19.07.2003	Herrsching

Nur E+S ist komplett.

**DigiFilm Maker E und DigiFilm Maker S:
das Erfolgs-Duo für noch mehr Umsatz.**



Der neue
DigiFilm Maker S
nur 1.699,* €
Größe: 35 x 39 cm

Original
DigiFilm Maker E
nur 999,* €
Größe: 35 x 39 cm

*(Plus MwSt. zzgl. einer Aufstellpauschale.)

Das revolutionär einfache Bestellkonzept für **Fotos von Digitalkameras** ist jetzt komplett:
durch den DigiFilm Maker E (Erstkopie) **und** den DigiFilm Maker S (Selektion).

- >> Für die schnelle und preiswerte Erstkopie von allen Motiven.
- >> Für den Kunden, der einzelne Bilder auswählen möchte (Selektion)
und /oder mehrere Bilder pro Motiv wünscht.

Nur durch den **gemeinsamen Einsatz** von DigiFilm Maker E und S schaffen Sie den
digitalen Rundum-Service, maßgeschneidert auf die individuellen Bedürfnisse Ihrer Kunden.

Zur Verdoppelung Ihres Erfolges.

Infos unter Tel.: 0441-404 238 | E-Mail: digifilm@cewecolor.de



**FOTOS
von Digitalkameras**

schon ab **19**

DigiFilm

Einfach – Sicher – Günstig

Branchentreff 2003 beim Photo+Medienforum Kiel

Erfolgreiche Ideenschmiede

Die ehemalige Fachschule des deutschen Fotohandels hat sich in den vergangenen Jahren zu einer modernen Ausbildungsstätte mit einem breiten Seminarprogramm von der Verkauferschulung bis zur Weiterbildung von Managementkräften gemausert. Unter der Geschäftsführung von Gabriele Scheibel wurde nicht nur das Programm entrümpelt, modernisiert und für neue Zielgruppen erweitert, sondern auch für hervorragende bauliche Voraussetzungen gesorgt. Das Ergebnis kann sich in mehrfacher Hinsicht sehen lassen: Zum fünften Mal in Folge konnte die Institution im Jahre 2002 ein positives Ergebnis erzielen – und gleichzeitig massive Investitionen in Schulungsräume, ein modernes Internat für die Absolventen der verschiedenen Lehrgänge und hochqualifiziertes Lehrpersonal finanzieren. Auch in diesem Jahr werden weitere Verbesserungen realisiert, darunter ein „Ausbildungsshop“ für Verkaufsschulungen in praxisnaher Umgebung.

12. Kuratoriumssitzung

Geschäftsführung und Vorstand des Fördervereins informierten das Kuratorium des Photo+Medienforums Kiel ausführlich über die aktuelle Situation. Dr. Frido Hafenmayer und Klaus Kirchwehm faßten die Entwicklung der letzten Jahre zusammen und erläuterten den Jahresabschluß. Anschließend stellte Timm Hormann die Investitionen der Jahre 2002 und 2003 vor. Im vergangenen Jahr wurde das bereits renovierte Gebäude durch ein neues Seminarzentrum ergänzt, dessen architektonische Gestaltung und hervorragende Ausstattung von den Kuratoriumsmitgliedern sehr begrüßt



Gabriele Scheibel, Geschäftsführerin des Photo+Medienforums Kiel, informierte das Kuratorium und den Förderverein ausführlich über die Situation der Ausbildungsstätte und die geplanten Investitionen.

wurde. Abschließend stellte Geschäftsführerin Gabriele Scheibel den für dieses Jahr geplanten „Trainingsshop“ vor, der auf einer Fläche von 40 qm alle wichtigen Abteilungen eines modernen Fotofachgeschäftes vereint. Dazu gehören die klassische Bildertheke und die Abteilung für digitale und analoge Kameras ebenso wie Bilderkiosks, ein breites Zubehörsortiment und ein modernes digitales Paßbild- und Portraitstudio. Möglich wird all das durch großzügige Spenden der Industrie und verschiedener Finisher, die kostenlos Geräte bereitstellen.

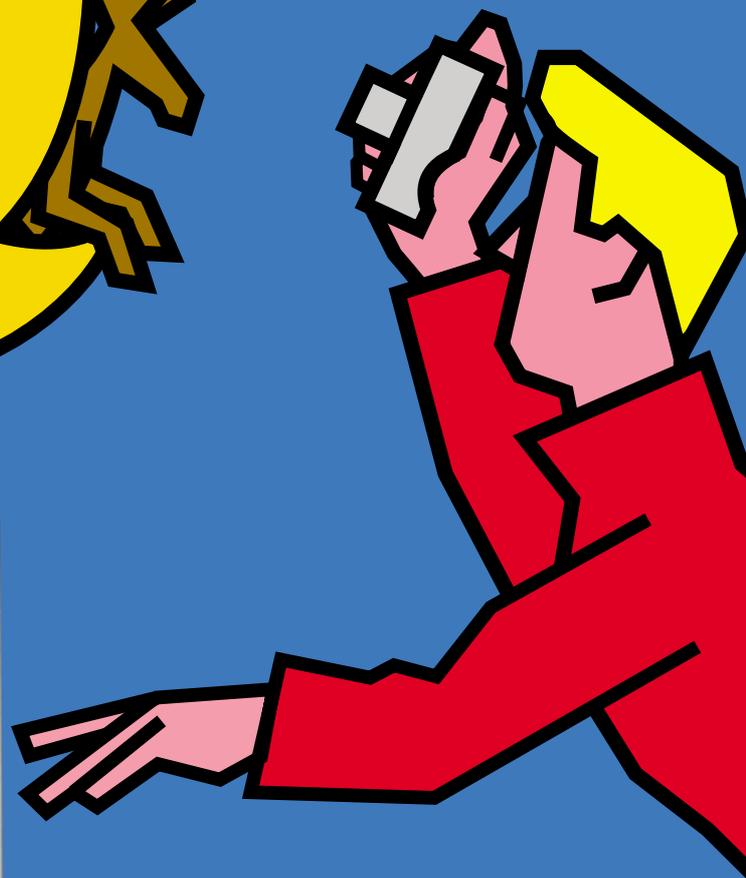
Neue Zielgruppen

Neben den klassischen Ausbildungsprogrammen für Verkäuferinnen und

Mit 135 hochkarätigen Gästen aus der Foto- und Imagingbranche war der traditionelle Branchentreff des Photo+Medienforums Kiel am 8. und 9. Mai 2003 die bisher größte Veranstaltung dieser Art. Zum umfangreichen Programm gehörten neben der harmonischen und informativen Kuratoriumssitzung die Jahreshauptversammlung des Fördervereins und interessante Vorträge. Zudem bot eine gelungene Abendveranstaltung im Herrenhaus Quarnbek Gelegenheit zum persönlichen Gedankenaustausch.

Verkäufer aus dem Foto- und CE-Handel hat das Foto- und Medienforum Kiel inzwischen auch neue Zielgruppen erschlossen. Seit Anfang Mai ist das Zentrum an der Förde zum Beispiel auch für die Bundeswehr tätig. Der 21monatige Vollzeitlehrgang für Fotografen und Fotografinnen sieht neben dem Berufsschulunterricht ein Praktikum in Schleswig-Holsteinischen Ausbildungsbetrieben sowie die überbetriebliche Ausbildung vor. Auf dem umfangreichen Stundenplan stehen unter anderem neben Geräte- und Medientechnik, Elektro- und Informationstechnik, Gestaltung, Bildtechnik und technologischen Übungen auch Wirtschaft und Politik. Dazu wird das Photo+Medienforum Kiel als „Regiebetrieb“ in die Handwerksrolle eingetragen. Die ersten 13 Teilnehmer haben ihre Ausbildung in Kiel bereits aufgenommen. Der nächste Lehrgang für Fotografen der Bundeswehr soll voraussichtlich ab Oktober stattfinden. Regen Zuspruch bei den Kuratoriumsmitgliedern fanden die neuen Seminare, die das Kieler Forum speziell für Führungskräfte und Mitarbeiter der Bereiche Marketing und Vertrieb konzipiert hat. Dabei herrschte Einigkeit, daß die Kompetenz und Dienstleistungsbereitschaft der Mitarbeiter eines Unternehmens gerade in wirtschaftlich angespannten Zeiten Wettbewerbsvorteile bieten kann. Einstimmig in ihren Ämtern bestätigt wurden Michael Gleich (Ringfoto) als

Kuck mal!



Originalgröße

Schon gesehen? Die neue Konica Digitalkamera KD-410Z. Spitzenmodell mit zwei Karteneinschüben (Dual Slot),

kompatibel mit SD Memory Card und Memory Stick. 4,0 Megapixel und individuellen Einstellmöglichkeiten, z.B. manueller Weißabgleich, Serienbildfunktion, Schärfespeicherung, Sepia und Schwarz-Weiß-Effekt, Filmsequenzen mit Ton bis zu 30 Sekunden, zusätzlich Sprachaufzeichnungen möglich. Interner 2 MB Speicher, externer Speicher: SD Memory Card, Multi Media Card, Memory Stick. Optischer 3-fach Zoom.

Schon ausgedruckt ?

Von unvergesslichen Bildern zum brillanten Print auf Konica Inkjet Paper QP oder als Abzug auf Original-Konica Fotopapier vom Fachhändler - Konica ist immer dabei!



www.konica-europe.de

Die neue KD-410Z Eine für zwei



Konica



Die in den vergangenen Jahren renovierten Räume in Kiel wurden 2002 durch ein neues Seminarzentrum ergänzt, das hervorragend ausgestattet ist.

Vorsitzender des Kuratoriums und Martin Hubert (Olympus) als Stellvertreter.

Veränderungen im Vorstand

Auf der Jahreshauptversammlung des Fördervereins des Photo+Medienforums Kiel, dem zahlreiche Mitglieder aus Industrie, Labor, dem Fotohandel und der Fachpresse angehören, stand die Neuwahl des Vorstandes auf der Tagesordnung. Der bisherige Vorsitzende Hans-Joachim Jürgensen war im ver-



Auf der Kuratoriumssitzung wurden Michael Gleich, Ringfoto (oben), als Vorsitzender und Martin Hubert (rechts), Olympus, als Stellvertreter einstimmig bestätigt.

gangenen Jahr aus persönlichen Gründen ausgeschieden. Rainer Schmidt, Geschäftsführer des Photo-industrie-Verbandes, stellte sich aus beruflichen Gründen nicht mehr zur Wiederwahl. Vorstand, Geschäftsführung und die anwesenden Mitarbeiter dankten mit herzlichem Beifall für das große Engagement, mit dem sich beide bisherigen Vorstandsmitglieder in den schwierigen Zeiten der Neukonzeption



der Kieler Institution für die gute Sache eingesetzt haben.

Zum neuen Vorsitzenden des Fördervereins wurde Timm Hormann (Foto Haas, Hannover) gewählt. Stellvertretender Vorsitzender ist Rolf Röder (Sander Digital Pictures, Köln). Der Schatzmeister Klaus Kirchwehm (VICO GmbH, Kiel) wurde in seinem Amt bestätigt. Ebenfalls wiedergewählt in den Vorstand wurde Dr. Frido Hafenmayer (Foto Fun Express GmbH, Leonberg). Komplettiert wurde die ausnahmslos einstimmige Wahl durch die Ernennung der neuen Vorstandsmitglieder Stephan Uhlenhuth (Uhlenhuth New Media, Dortmund) und Peter Wiest (allcop GmbH & Co. KG, Lindenberg).

Über-greifender Gedanken-austausch

Viele Denkanstöße und Diskussionsanregungen bot das anschließende Vortragsprogramm. Ruth Eichhorn von der Zeitschrift Geo referierte über „Die Rolle des Bildes als Kommunikationsmittel – gestern, heute und morgen“ und bot dabei viele interessante Aspekte und ungewöhnliche Betrachtungsweisen rund ums Bild. Im Anschluß daran demonstrierte Matthias Fricke, ehemaliger Coach von Fitness-Papst Prof. Dr. Strunz, wie Denk- und Handlungsgewohnheiten durch die eigene Einstellung positiv verändert werden können. Mit praxisnahen Beispielen aus dem Fotohandel stellte der ausgebildete Bäckermeister in seinem Vortrag „Erfolg ist eine Lebensart“ die Freude am Beruf als entscheidenden Motivationsfaktor in den Vordergrund. Die von der praxisorientierten und amüsanten Vortragsweise sichtlich beeindruckten Zuhörer ließen sich am Ende gerne im „Klub der Optimisten“ willkommen heißen.

Bildung und Ausbildung

Nach dem krönenden Abschluß des ersten Tages bei der Abendveranstaltung im wunderschönen Herrenhaus Quarnbek, die für persönliche Gespräche zwi-



Auf der Terrasse des neuen Seminarzentrums stellte sich der neue Vorstand dem Fotografen: von links Stephan Uhlenhuth, Dr. Frido Hafenmayer, Timm Hormann (Vorsitzender), Rolf Röder (Stellvertretender Vorsitzender) und Klaus Kirchwehm (Schatzmeister). Nicht anwesend sein konnte Peter Wiest, der ebenfalls neu in den Vorstand gewählt wurde.

schen Kollegen und Mitbewerbern genutzt wurde, stand am zweiten Tag das Thema „Ausbildung“ im Mittelpunkt. Prof. Dr. Hans-Carl Jongebloed, Lehrstuhl für Berufs- und Wirtschaftspädagogik an der Christian-Albrechts-Universität Kiel, konzentrierte sich mit seinem Vortrag „Bildung zwischen Tradition und Innovation“ auf ein

nach der bekannten Pisa-Studie besonders brisantes und aktuelles Thema. „Lebenslanges Lernen“ und „Lernen lernen“ waren nur einige Stichworte aus dieser hochinteressanten Präsentation, die für viele Denkanstöße und Anregungen sorgte. Anschließend stellte Helmut Landsiedel, der bis zum 30. April 2003 als Leiter der Abteilung

Landesberufsschule Photo+Medien Kiel tätig war, den augenblicklichen Stand des neu zu schaffenden Berufsbildes für die Foto- und Medienbranche vor (siehe dazu auch *imaging+foto-contact* 3/03, S. 54 und 5/03, S. 44). Anschließend hatten die Mitglieder des Fördervereins und des Kuratoriums Gelegenheit, unter der sachkundigen Führung von Jürgen Christ und Jan Radzuweit, den kommissarischen Leitern der Landesberufsschule Photo+Medien, die Gebäude zu besichtigen. Dabei hatten Schüler der Landesberufsschule in fünf Arbeitsgruppen Projekte zu Themen aus dem Berufsschulalltag vorbereitet.

Mit dem Branchentreff 2003 hat das Photo+Medienforum Kiel seinen Anspruch unterstrichen, nicht nur für die Ausbildung der dringend benötigten Fachkräfte in der Fotobranche Sorge zu tragen, sondern darüber hinaus ein echtes Forum für die gesamte Branche zu bieten, um den Austausch zwischen Industrie, Dienstleistern, Handel, Berufsfotografen und Fachpresse zu fördern. Dies ist wiederum so gut gelungen, daß man für die nächste Veranstaltung gewiß eine neue Rekordbeteiligung erwarten kann.

i+fc Profi

Mit Ausnahme der neuen Hasselblad 4 x 6 war alles digital, was gezeigt, präsentiert und erklärt wurde beim letzten Kleffel+Aye Workshop in Nürnberg. Xxy Master informierte in einem Fachvortrag und in Einzeldemos über ICC Profile, die von „Calibir8“ individuell jedem Bild zugeordnet werden, Imacon zeigte seine neuesten Scanner und digitalen Rückteile in Aktion.

Der Veranstalter zeigte die neuen digitalen SLRs von Canon und Kodak, die EOS 1Ds und die 14N, im praktischen Einsatz. Digitalspezialist „der Heinz“ präsentierte am Macintosh Computer den Weg von der Aufnahme zur Druckvorlage. Das Fazit des Vergleichstests: Interessierte sollten sich von vor allem im Internet geäußelter Kritik nicht verunsichern lassen: Die Kodak 14N hält, was sie verspricht und ist das Warten wert. Wer aber schon einige Canon Objek-

Kleffel+Aye lud zum Workshop nach Nürnberg



Zahlreiche Interessierte nutzten die Chance, sich beim Kleffel+Aye Workshop in Nürnberg über aktuelle Hard- und Software für die digitale Bilderstellung und -verarbeitung zu informieren.

tive hat, spielt mit der EOS ebenfalls alle Trümpfe aus. Tetenal rundete mit neuen Wacom Tablets, Infos über neue Inkjet-Papiere und Nik Software das

Informationsangebot ab. Weitere Informationen – auch zu den nächsten Terminen – unter 0911/318002 oder nuernberg@kleffel-aye.de

Digitoll on tour

24.05.2003	Regensburg
27.05. - 28.05.2003	München
30.05.2003	Würzburg
01.06.2003	Hannover
04.06.2003	München
06.06.2003	Nürnberg
08.06.2003	Nürnberg
10.06. - 11.06.2003	Köln
13.06. - 15.06.2003	Nürburgring/Eiffel
17.06.2003	Saarbrücken
21.06.2003	Stuttgart
23.06.2003	Mannheim
26.06.2003	Dresden
28.06.2003	Leipzig
03.07.2003	Göttingen
05.07.2003	Magdeburg
10.07.2003	Bremen
12.07.2003	Bielefeld
17.07.2003	Freiburg
19.07.2003	Konstanz
25.07. - 27.07.2003	Sachsenring
31.07.2003	Düsseldorf
02.08.2003	Dortmund
07.08. - 10.08.	Rostock
15.08. - 16.08.2003	Hamburg
22.08 - 23.08.2003	Berlin
27.08.	Erfurt
29.08. - 03.09. 2003	Berlin
05.09. - 06.09.2003	Frankfurt am Main

Die digitale Welle rollt.

Share Moments. Share Life.



Und hält praktisch vor Ihrer Haustür.

Der Kodak Digital Truck präsentiert Ihnen das komplette Angebot an digitalen Dienstleistungen: Kodak Service Stationen, digitale Minilabs, Mobile Imaging und Internet Lösungen. Lassen Sie sich vor Ort demonstrieren, wie einfach Ihr Kunde hochwertige Abzüge von digitalen Daten bekommt. Profitieren auch Sie vom digitalen Boom – mit maßgeschneiderten Lösungen von Kodak.

Vereinbaren Sie noch heute einen Besuchstermin unter Telefon: 040/39 19 11 28 oder unter www.kodak.de

K o d a k B i l d e r . E i n f a c h d i g i t a l l .

Zwei- und Drei-Megapixel-Digitalkameras von Umax

Umax hat neue Digitalkameras mit zwei und drei Megapixeln auf den Markt gebracht. Die AstraPix 530 ist mit einem Zwei-Megapixel CMOS-Sensor ausgestattet. Die Auflösung kann per Software auf 3,1 Megapixel interpoliert werden. Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen der Kamera zählt ein Blitz, ein 1,5" TFT Display und ein SD-Kartenslot. Neben der Aufnahme von Videos, eignet sich die Kamera auch für den Einsatz als Diktiergerät. Mit der AstraPix 560 und der AstraPix 630 hat Umax erstmals CCD-Kameras im Programm. Beide Kameras verfügen über einen 1,5" TFT Display, einen SD Slot und Blitz. Die AstraPix 560 hat einen 2 Megapixel-Sensor, wohingegen die AstraPix 630 mit einem 3,3 Megapixel-Sensor ausgestattet ist. Ebenfalls mit einem 3,3 Megapixel-CCD ausgestattet ist die AstraPix 670. Die unverbindliche Preisempfehlung für die AstraPix 530 beträgt 129,90 Euro, für die AstraPix 560 149,90 Euro, für die AstraPix 630 199,90 Euro und für die AstraPix 670 249,90 Euro.

Mobiles Lesegerät inklusive Brenner

Hama stellt mit dem Mobile DataSafe CD-RW ein tragbares Produkt vor, mit dem Daten von Speicherkarten einfach, schnell und ohne zusätzlichen PC auf eine CD gebrannt werden können.

Das Gerät liest in vier Slots sieben verschiedene Speicherkarten (CF I & II, Micro Drive, MMC, SD, MStick und SM), und die integrierte CD-RW-Brenner-Einheit sichert auf Knopfdruck die Daten sofort auf CD. Verwendet werden können CD-R, CD-RW, Audio CD, CD-ROM/XA, Photo-CD, Video-CD und CD Plus compatible mit 12 und 8 cm Durchmesser, die mit bis zu 36facher Geschwindigkeit beschrieben werden. Das Einlesen der Kartendaten in den PC erfolgt über eine USB-1.1-Schnittstelle. Wird der Mobile DataSafe jedoch als externer Brenner, zum Beispiel an einem Notebook genutzt, sorgt die USB-2.0-Schnittstelle für eine schnelle Datenverarbeitung. Aber auch der Hörgenuß kommt nicht zu kurz. Einfach eine Audio-CD einlegen und Kopfhörer anschließen – schon fungiert das Gerät als CD-Player. Der DataSafe hat einen

empfohlenen Verkaufspreis von 250,- Euro.

Neue Produkte für das Bilder-geschäft von allcop/Uhlenhuth

Mit einer Erweiterungssoftware für das Digital-Aannaheterminal i-Port und einer verbesserten Version der Bestellsoftware Image Load möchte allcop/Uhlenhuth den Fotofachhandel unterstützen. Laut einer Pressemitteilung von allcop/Uhlenhuth hat sich das i-Port-Terminal mit über 600 Installationen sehr erfolgreich im Fotofachhandel etabliert. In enger Zusammenarbeit mit seinen Kunden sind die Labore auf viele Anregungen eingegangen und präsentieren jetzt die Erweiterungssoftware „i-Port Plus“ mit etlichen neuen Funktionen und der Möglichkeit, Bildbestellungen noch komfortabler als bisher anzunehmen. So ist jetzt z. B. eine Schnell-Klick-Bestellung möglich, die eine garantierte Lieferzeit von einem Arbeitstag gewährleistet. Großansicht der Bilder, Anzeigen der Dateinamen oder die verbesserte Bildauswahl zählen zu den Highlights der Erweiterungssoftware, die jetzt auch die Möglichkeit bietet, eine Archiv-CD am Terminal zu brennen und zu verkaufen. Um die neuen Leistungen zu promoten, bietet allcop/Uhlenhuth umfassende Werbemittel an.

Die von allcop/Uhlenhuth zur Verfügung gestellte Bilderbestellsoftware Image Load wurde jetzt so ausgestattet, daß der Endverbraucher an seinem PC ganz einfach mit einem handelsüblichen Rohling seine Bilddaten auf eine Bestell-CD brennen und diese bei seinem Fachhändler zur Bildbestellung abgeben kann. Die Software gibt automatisch Auskunft über die Qualität der bestellten Fotos. Der Endverbraucher kann sogar den gewünschten Ausschnitt selber bestimmen.

Alle bisherigen Nutzer der Bestellsoftware Image Load bekommen beim nächsten Bestellvorgang automatisch die neuen Funktionen per Update übermittelt. Die neue Bestellsoftware kann ab sofort über allcop/Uhlenhuth bezogen werden.

Hama Speicherkarten mit neuen Kapazitäten

Hama bringt die Speicherkartenserien MultiMedia, SecureDigital und Compact



Flash mit höheren Kapazitäten auf den Markt.

Die MultiMedia-Card ist nun auch mit einer Speicherkapazität von 256 MB lieferbar. Die SecureDigital-Card gibt es nun ebenfalls mit einer Speicherkapazität von 256 MB sowie einer Kapazität von 512 MB. Sie ist außerdem mit einem manuell zu betätigenden Schreibschutz ausgestattet, der das versehentliche Löschen der gespeicherten Daten verhindert. Eine weitere Neuheit ist die 3 GB Compact Flash Highspeed Speicherkarte Typ II. Sie bietet auch für digitale Videoaufzeichnungen ausreichend Speicherplatz.

Tragbarer USB-Speicher von Lexar Media

Nach JumpDrive, JumpDrive 2.0 Pro und JumpDrive Trio präsentiert Lexar Media jetzt die vierte Ergänzung zu ihrer beliebten USB-Flash-Drive-Reihe. JumpDrive Secure ist ein robustes tragbares USB-Speichergerät mit Sicherheitssoftware. Es ist aus schlagzähem ABS-Kunststoff und eingeformtem Gummi (Co-Molded-Technologie) für äußerste Haltbarkeit hergestellt. Das Gerät besitzt auch eine verschlüsselte, paßwortgeschützte Sicherheitssoftware für PC und Macintosh, um die Daten gegen unautorisierten Zugriff zu schützen. Mit diesen Eigenschaften sorgt JumpDrive Secure dafür, daß die Daten verfügbar sind, wo und wann auch immer sie benötigt werden, und gleichzeitig vor unbefugten Benutzern sicher sind. JumpDrive Secure ist ab diesem Monat in den Kapazitäten 64 MB, 128 MB, 256 MB und 512 MB erhältlich. Die unverbindlichen Preisempfehlungen liegen zwischen 47 und 245 Euro. Das Laufwerk benötigt für moderne Betriebssysteme wie Windows 2000, Me, XP und Mac X keine Treiber.

Wie die Zukunft Bilder macht

Agfa Minilab, das all-in-one-Konzept



Filme



Digitale Daten



Agfa e-Box



Agfa Pixtasy



Agfa Online-Dienste

- ▶ Brillante Bilder von analogen und digitalen Medien. Online und am Point of Sale.
- ▶ Finanzierungs-Beratung
- ▶ Service
- ▶ Promotions

**Mehr Leistung für Ihre Kunden,
mehr Business für Sie.**



Agfa Minilabs gehören zur Welt-Spitze: Effizient, zuverlässig und leicht bedienbar.

www.agfa.com

Bilder, die glücklich machen.

AGFA 

Neue Ertragsmöglichkeiten durchs Homeprinting

Ringfoto- Inkjet- Roadshow

Daß das Thema „Homeprinting“ auch für Fotofachhändler Ertragsmöglichkeiten zu bieten hat, zeigte die Inkjet-Roadshow, die Ringfoto in fünf verschiedenen Städten durchgeführt hat.

In Hamburg, Ratingen, Frankfurt, Gerlingen und Schwaig war das Ringfoto-digiPhotoWorld-Team vom 5. bis 9. Mai unterwegs, um den Mitgliedern der Kooperation das Thema Inkjet-Druck näherzubringen.

Mit dabei waren mit Canon, Epson und Hewlett-Packard drei der größten Druckerhersteller. Nach einem informativen Vortragsprogramm erhielten die teilnehmenden Händler bei der anschließenden „Hands on“-Session Gelegenheit, die Drucker persönlich zu testen. Warum der Bereich Tintenstrahl Druck auch für den Fotohandel ein attraktives Umsatzpotential bietet, erklärte Martin Wagner, Verkaufsleiter digital bei Ringfoto und Organisator der Roadshow: „In Zeiten sinkender Margen und wegbrechender Umsätze in angestammten Bereichen (laut GfK-Zahlen: -17% Film; -19% analoge Kameras) setzen sich immer mehr Fotohändler mit neuen, dem Bild verbundenen Marktsegmenten auseinander. Der Inkjet-Markt, der zusammen genommen soviel Umsatz generiert wie Filme, Finishing und Zubehör zusammen, ist eines der Felder, in denen bereits einige Fotohändler aktiv sind.“ Die Roadshow bot die Möglichkeit, auch diejenigen Fotohändler mit dem Thema vertraut zu machen, die im Inkjet-Druck bislang noch kein



Mitarbeiter der drei größten Druckerhersteller nutzten die Ink-Jet-Roadshow, um über Produkte und Vermarktungsstrategien ihrer Unternehmen zu informieren. Vorne sitzend: Ottmar Korbmacher, Produkt Manager Input Devices & SPC, Epson (l.), Martin Wagner, Verkaufsleiter digital, Ringfoto. Stehend von links nach rechts: Sandra Guthmann, Retail Account Managerin, Hewlett-Packard, Carsten Grundlach HP, Tolga Peters, HP, Achim Bukmakowkski, Key Account Manager Professional Graphic Products, Epson, Harald Nonn, Account Manager Retail Photo, Channel, Epson, Torsten Eickhoff, Canon, Stefan Schubert, Key Account Manager Consumables, Canon, und Ralf Calefice, Vertriebsbeauftragter Mitte, Epson.

Umsatzpotential gesehen haben. In seinem Vortrag erläuterte Martin Wagner den Besuchern der Roadshow den Markt und die Vermarktungschancen für Tintenstrahlprodukte und

Zusammenhang Annahmeterminals für echte Fotos spielen, zu betonen. Ottmar Korbmacher von Epson vermittelte in seinem Vortrag Grundlagen zur Inkjet-Technik, gespickt mit Insider-Wissen.



Im Vortrag von Ottmar Korbmacher, Epson, wurden technische Details des Inkjetdrucks, beispielsweise daß sich ein Bild aus einem Gemenge vieler kleiner Druckpunkte zusammensetzt, an die Besucher der Roadshow weitergegeben.

-Dienstleistungen. Dabei vergaß er aber auch nicht das Potential, das Laborbilder von digitalen Bildern zu bieten haben, und die Bedeutung, die in diesem

Im Anschluß an das Vortragsprogramm hieß es Vorhang auf zur „Hands on“-Session, bei der die Gäste der Roadshow sich live von den Druckergebnissen überzeugen konnten. Dabei waren besonders die Studiofotografen unter den Gästen von den Ertragsmöglichkeiten und der Qualität, die die Großformatdrucker geboten haben, fasziniert. Um den Mitgliedern den Start in das zukunftssträchtige Inkjetgeschäft zu erleichtern, bietet Ringfoto verschiedene Starterpakete und einen Austauschservice an. „Durch die direkte Zusammenarbeit mit Canon und Epson sowie besonderen Konditionen bei Hewlett-Packard wird es den Mitgliedern ermöglicht, wettbewerbsfähig im Markt zu sein“, betont Martin Wagner. höl



be extra
DIMAGE Xt



Das Leben bietet Extras satt.

Gut, wenn man sie jederzeit festhalten kann.

Mit der neuen DIMAGE Xt von Minolta! Das raffinierte **12-fach Zoom** (3-fach optisch und 4-fach digital) und der **3,2 Megapixelchip** liefern Ihnen – innerhalb einer Sekunde – die Bilder Ihres Lebens. Auch Videofilme (bis zu 1 Std.) und Tonaufnahmen (bis zu 3 Std.) sind jetzt immer und überall machbar. Mit der DIMAGE Xt von Minolta holen Sie einfach die ganze Welt auf Ihre Seite. Deshalb funktioniert sie außerdem als Webcam und für Videokonferenzen – und verbindet sich mühelos mit Ihren Kommunikationstools. Alles extra, alles inklusive!



MINOLTA

The essentials of imaging

www.minolta.de

Marktübersicht mit 142 Modellen

Digitalkameras für einen heißen Fotosommer

Urlaubszeit gleich Bilderzeit! Bei über 2,4 Millionen digitalen Kameras, die im Jahr 2002 verkauft wurden, werden diese Produkte auch im Sommergeschäft zu den Bestsellern zählen. imaging+foto-contact stellt in einer Marktübersicht aktuelle Modelle ab einer Auflösung von zwei Megapixeln vor und hat die wichtigsten Argumente für die Verkaufsberatung zusammengefaßt.

In der Regel beginnt ein Verkaufsgespräch mit der Bedarfsermittlung beim jeweiligen Kunden. Dazu zählt beispielsweise die Frage danach, was der Kunde fotografieren will. Möchte er die Kamera eher für Schnappschüsse, Urlaubsbilder oder gar für Makroaufnahmen seiner Schmetterlingssammlung einsetzen. Für den E-Mail-Versand reichen Kameras mit einer geringeren Auflösung (zwischen ein und zwei Megapixeln), wie zum Beispiel Sonys für jugendliche Anwender konzipierte DSC-U20. Wer dagegen Ausdrucke in Größen von 30 x 40 cm und mehr haben möchte, ist mit einer Kamera von vier Megapixeln Auflösung oder mehr, wie beispielsweise der Fünf-Megapixel-Digitalkamera Nikon Coolpix 5700, oder dem gleich hoch auflösenden Modell Contax Tvs Digital, gut beraten. Für Kunden, die Spaß an Action- oder Sportaufnahmen haben, ist ein Kameramodell mit einer kurzen Auslöseverzögerung, wie sie zum Beispiel Ricohs Caplio G3 bietet, die richtige Wahl. Von der Anzahl der gebotenen Features, der Auflösungsleistung und der Qualität des Objektivs hängt letztendlich auch ab, wieviel Geld der Kunde in seine neue Kameraausrüstung investieren muß. Kunden, die ihre Kamera überall mit hinnehmen wollen, sind mit einer der

vielen kleinen neuen digitalen Kompaktkameras, wie beispielsweise den ultraflachen Modellen der Exilim-Reihe von Casio oder der Pentax Optio S, gut beraten. Für Anwender, die mehr Freude an der Aufnahme von Portraits haben, wäre beispielsweise die brandneue FinePix F700 von Fujifilm geeignet, die durch den Einsatz des Super CCD SR der vierten Generation besonders kontrastreiche Bilder liefert und damit beispielsweise Hauttöne noch präziser wiedergeben kann.



Für extrem kontrastreiche Bilder sorgt der Super CCD SR in der neuen FinePix F700 von Fujifilm.

Für Kunden, die auch bei den digitalen Kameras nicht auf den Komfort einer Spiegelreflexkamera verzichten möchten, empfehlen sich SLRs wie die Minolta Dimage 7Hi oder die Camedia E-20P von Olympus. Klassiker in punk-



Ein zehnfaches Zoomobjektiv hat die Camedia C-740 Ultra Zoom von Olympus zu bieten.



Einfach zu bedienen wie alle Digitalkameras des Kodak EasyShare Systems ist auch die Kodak EasyShare LS633. Sie ist als erste Digitalkamera überhaupt mit einem OLED-Display ausgestattet.

to Design sind nach wie vor die digitalen Ixus-Modelle. Eine originelle Bauform haben aber auch viele andere Kameras, so zum Beispiel die Nikon Coolpix 3500 mit Schwenkoptik, zu bieten. Wer noch gar keine Erfahrung im Umgang mit digitalen Kameras hat, kann sich den Einstieg beispielsweise mit Kodaks EasyShare System, zu dem Kamera, Dockingstation und spezielle Software zählen, erleichtern. Um für einen Kunden die passende Kamera zu finden, sollten aber noch weitere Fragen gestellt werden. Zum Beispiel: Paßt zu ihm eher eine Kamera mit einem edlen Leichtmetallbody oder benötigt er für seine Outdoor-Hobbys eher ein robustes Modell mit einem Plastik-Gehäuse? In diesem Zusammenhang spielt es auch eine Rolle, ob das Objektiv über einen entsprechenden Schutz verfügt.

Kameras ausprobieren

Damit ein Kunde wirklich die Möglichkeit hat, ein für ihn passendes Modell zu finden, sollte er in Frage kommende Kameras noch im Geschäft ausprobieren und dabei verschiedene Kriterien beachten. So ist zunächst generell die Frage zu beantworten, ob die Kamera gut in der Hand liegt. „Kann der Kunde ihre Menüführung nachvollziehen? Ist die Menüsprache für ihn



Mit der Coolpix 3500 stellt das Unternehmen das leistungsstarke Schwestermodell der Coolpix 2500 mit origineller Schwenkoptik vor.

verständlich, und sind für ihn alle Bedienelemente gut erreichbar?“, sind Fragen, die beim Ausprobieren zur passenden Kamera führen.

Zubehör

Fortgeschritteneren Anwendern, die gerne etwas mehr kreative Möglichkeiten haben, können Modelle wie beispielsweise Canons PowerShot A70 vorgestellt werden. Die Kamera ist mit einem Gewinde ausgestattet, so daß sie mit zahlreichen Konvertern und Filtern aus Canons umfangreichem Zubehörprogramm einsetzbar ist.

Gerade jetzt zur Urlaubszeit bietet sich das Angebot von weiteren Zubehörprodukten wie etwa Unterwassergehäusen an. Canon hat für die PowerShot A70 und für das Schwestermodell A60 ein passendes Tauchgehäuse (WP-DC700) im Programm. Die Exilim-Kameras von Casio können durch das Unterwassergehäuse EWC-1 geschützt werden. Das

Für Kunden, die Wassersportarten lieben, bieten sich...



...Unterwassergehäuse wie das EWC-1 von Casio an.

Zubehörprodukt wurde aus Polycarbonat gefertigt und kann einem Wasserdruck von bis zu drei Metern Tiefe widerstehen.

Ein wichtiges Zubehör-Thema zur Urlaubszeit ist der Verkauf von Speichermedien. Die Ferienzeit ist in der Regel die Zeit, in der die meisten Aufnahmen gemacht werden, so daß viele Anwender mit den Karten, die zum

Lieferumfang der Digitalkameras gehören, häufig nicht auskommen. So bietet beispielsweise Zubehörspezialist Hama die häufig verwendete Secure Digital Card (SD Card) inzwischen mit Kapazitäten von 256 und 512 MB an, und die Compact-Flash Karte von Hama gibt es inzwischen mit Kapazitäten von bis zu drei Gigabyte. Wem das immer noch nicht genug Speicherplatz ist, der kann mit dem von Jobo vertriebenen Steno CP100 von



Das beliebte Ixus Design bietet auch die Digital Ixus 400 von Canon.

Apacer unterwegs von der Speicherkarte aus Bilder direkt auf CD brennen. Da Digitalkameras ja bekanntermaßen echte Energiefresser sind, bietet sich der Verkauf von zusätzlichen Akkus und auch Ersatzladegeräten an.

Um zu vermeiden, daß Tausende von unsortierten Bildern die Festplatte des heimischen Computers belegen und nicht mehr aufzufinden sind, kann Vielknipsern eine Archivierungssoftware, beispielsweise das äußerst unkompliziert bedienbare und schnelle Programm Studio-Line Photo 1.1-Software, empfohlen werden.

Bildausgabe

Um sich nach dem Verkauf einer Digitalkamera auf jeden Fall auch das nachfolgende Bildergeschäft zu sichern, gehört die Erwähnung des digitalen Bilddienstleistungssortiments (angefangen von der Annahme der Bilddaten übers Internet, über das im Geschäft installierte Terminal oder über eine gebrannte Bilder-CD bis hin zu den verschiedenen Ausgabemöglichkeiten) zum Verkaufsgespräch.

Viele Fotografen wollen schnell zu Hause das eine oder andere digitale Bild selber ausdrucken. Daß ein Markt für das Homeprinting da ist, zeigen auch die Zahlen, die die GfK für das Jahr 2002 veröffentlicht hat. Demnach wurden in 2002 4,6 Millionen Inkjetdrucker verkauft. Obwohl wahrscheinlich nur ein Bruchteil dieser Zahl aus reinen Fotodruckern zusammengesetzt ist, zeigt sich dennoch das in diesem Markt liegende Potential. Ebenfalls stark gestiegen ist auch die Nachfrage nach Inkjet-Verbrauchsmaterialien, nämlich allein von 2000 auf 2001 um 33 Prozent,

was einen Wert von 2.207 Millionen Euro ausgemacht hat. Immer mehr Druckerhersteller wie beispielsweise Epson bieten für den Fotofachhandel spezielle Unterstützungsmaßnahmen an, damit dieser das vorhandene Potential ausschöpfen kann.

Drucker, mit denen ohne Umweg über den Computer direkt von der Kamera aus Bilder ausgegeben werden können, werden beispielsweise von Canon angeboten (ganz aktuell sind die neuen kompakten Direktdrucker CP-200 und CP-300, die Bilder bis zu einem Format von 10 x 15 cm printen). Das Kodak EasyShare Printer Dock 6000 vereint eine praktische Kamera Station



In Hama's Zubehörprogramm finden sich so gut wie alle am Markt erhältlichen Speicherkarten.

mit einem Thermosublimationsdrucker, mit dem Bilder ebenfalls direkt bis zum Format 10 x 15 cm gedruckt werden können. höl



Produkt	BenQ DC2300	BenQ DC2410	BenQ DC4500	Canon PowerShot A300	Canon PowerShot A60/A70	Canon Digital Ixus II
Effektive Auflösung	1,92 Mio. Pixel	3,14 Mio. Pixel	4,0 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel/ 3,2 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel
Empfindlichkeit	ISO 100-200	ISO 100-200	ISO 100-400	ISO 50-400	ISO 50-400	ISO 50-400
Brennweite KB	43 mm	34 mm	8-24 mm	33 mm	35-105 mm	35-70 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	18	20	8	5	5	10
Digitalzoom	4x	4x	3x	5,1x	2,5x/3,2x	3,2x
Speichermedium	8 MB intern/SD-/MM Card	16 MB intern/SD Card	16 MB CF	CompactFlash	CompactFlash	SD Card
Dateiformate	JPEG/DPOF/AVI	JPEG/DPOF/AVI	JPEG/DPOF/AVI	JPEG/AVI	JPEG/AVI	JPEG/AVI
Dateigröße (MB)	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Datentransfer/Schnittstelle	USB	USB	USB	USB	USB/Video out/Audio out	USB/AV
Zubehörschuh	nein	nein	nein	nein	nein	nein
Belichtungsmeßverfahren	k. A.	k. A.	Spot/Mittenbetont/Mehrfeld	Spot/Mittenbetont/Mehrfeld	Spot/Mittenbetont/Mehrfeld	Spot/Mittenbetont/Mehrfeld
Verschlusszeit	1/4-1/1.000	1/4-1/1.000	2-1/500 Sek.	1-1/2.000 Sek.	15 Sek.-1/2.000 Sek.	15 Sek.-1/1.500 Sek.
Opt. Sucher	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Max. Bilderfrequenz	k. A.	k. A.	k. A.	ca. 2,2 B./Sek., max. 12	2,6 B./Sek., max. 6; 2,2 B./Sek., max. 12	2,2 B./Sek., max. 12 B.
Batterietyp	AA	AA, Ni-MH	AA, CR-V3 Li	2 x AA	4 x AA	Lithium-Ionen-Akku
Maße B/H/T (mm)	94 x 66 x 40	94 x 66 x 41	109 x 81 x 48	110 x 58 x 36,6	101 x 64 x 31,5	85 x 23,9 x 56
Gewicht ohne Batterie	140 g	145 g	302 g	175 g	215 g	165 g
Lieferumfang	Treiber, USB-Kabel, 2 x AA, Tasche, Trageband, Software CD, Handbuch	Treiber, USB-Kabel, 2 x AA, Tasche, Trageband, Software CD, Handbuch	Treiber, USB-Kabel, 2 x AA, Tasche, Trageband, Software CD, Handbuch	16 MB CF, 2 x AA, Trageriemen, USB-Kabel, Software CD	Trageriemen, 16 MB CF, 4 x AA, USB-, AV-Kabel	16 MB SD, Lithium-Ionen-Akku, Ladegerät, USB-, Videokabel, Trageriemen, Software CD
erhältlich	ja	Juni 2003	Mai 2003	Mai 2003	ja	Juni 2003
UVP (Euro)	159,-	199,-	399,-	279,-	329,-/429,-	479,-



Produkt	Casio Exilim EX-S3	Casio EXILIM EX-M2	Casio Exilim Ex-Z3	Casio GV-20	Casio QV-R4	Casio QV-5700
Effektive Auflösung	3,2 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	3,98 Mio. Pixel	5,0 Mio. Pixel
Empfindlichkeit	ISO 80-640	k. A.	ISO 50/100/200	k. A.	ISO 100/200	ISO 50-800
Brennweite KB	35 mm	35 mm	35-105 mm	35 mm	37,5-112,5 mm	34-102 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	80	100	6	10	14	6
Digitalzoom	4x	4x	4x	2x	3,2x	3,2x
Speichermedium	Intern/SD Card/MM Card	Intern/SD Card/MM Card	Intern/SD Card/MM Card	CompactFlash	Intern/SD Card/MM Card	CompactFlash
Dateiformate	JPEG	JPEG	JPEG	JPEG	JPEG	JPEG/TIFF
Dateigröße (MB)	ca. 1,6	ca. 900 kB	ca. 1,6	ca. 850 kB	ca. 1,8	ca. 2,3 (jpg), 12,64 (Tiff)
Datentransfer/Schnittstelle	USB-Dockingstation	USB-Dockingstation	USB-Dockingstation	USB	USB	USB
Zubehörschuh	nein	nein	nein	nein	nein	nein
Belichtungsmeßverfahren	Mehrfeld	Mehrfeld	Mehrfeld	Multi/Spot/Zentrum	Multi/Spot/Zentrum	Multi/Spot/Zentrum
Verschlusszeit	1/4-1/6.400	1/4-1/6.400	1-1/2.000	1-1/1.500	2-1/2.000	60-1/1.000, bulb max. 60
Opt. Sucher	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Max. Bilderfrequenz	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Batterietyp	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	4 x AA	Lithium-Ionen-Akku	NiMH-Akkus
Maße B/H/T (mm)	89,5 x 57 x 11,7	88 x 55 x 12,4	87 x 57 x 22,9	100,5 x 74 x 49	90 x 59 x 31	118 x 74,5 x 64,5
Gewicht ohne Batterie	72	90	126	250	200	355 g
Lieferumfang	USB-Dockingstation, AC Adapter für Dockingstation, USB-Kabel, Handtrageriemen, Lithium-Ionen-Akku, CD-ROM	Dockingstation mit Netzadapter, USB-Anschlußkabel, Lithium-Ionen-Akku, Kopfhörer, Fernbedienung, Trageriemen, CD-ROM	USB-Dockingstation, AC Adapter für Dockingstation, USB-Kabel, Handtrageriemen, Lithium-Ionen-Akku, CD-ROM	Trageriemen, Testbatterien, Photo Loader-Software, Photohands, PC-Windows3-Anschlußkit (USB-Anschlußkabel), 8 MB CF	Trageriemen, Lithium-Ionen-Akku mit Ladegerät, USB-Anschlußkabel, CD-ROM, Photo Loader-Software, Photohands	Trageriemen, NiMH-Akkus, Ladegerät, umfangreiches Softwarepaket, PC-Windows1-Anschlußkit (USB-Anschlußkabel), 16 MB CF
erhältlich	ja	ja	ja	ja	ja	ja
UVP (Euro)	399,-	449,-	499,-	449,-	699,-	999,-+1GB IBM



Canon Digital Ixus V	Canon PowerShot S45	Canon Digital Ixus 400	Canon PowerShot S50	Canon PowerShot G3	Canon EOS 10D	Casio Exilim EX-S2
3,2 Mio. Pixel	4,0 Mio. Pixel	4,0 Mio. Pixel	5,0 Mio. Pixel	4,0 Mio. Pixel	6,52 Mio. Pixel/CMOS Sensor	2,0 Mio. Pixel
ISO 50-400	ISO 50-400	ISO 50-400	ISO 50-400	ISO 50-400	ISO 100-1.600	k. A.
35-70 mm	35-105 mm	36-108 mm	35-105 mm	35-140 mm	Wechselobjektive	35 mm
10	10	5	10	5	-	100
3,2x	3,6x	3,6x	ca. 4,1x	3,6x	-	4x
CompactFlash	CompactFlash I + II	CompactFlash	CompactFlash I+II	CompactFlash	CompactFlash	Intern/SD Card/MM Card
JPEG/AVI	RAW/JPEG/AVI	JPEG/AVI	RAW/JPEG/AVI	RAW/JPEG/AVI	RAW/JPEG	JPEG
k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	ca. 900 kB
USB/A/V	USB/A/V	USB/Video out/Audio out	USB/Video out/Audio out	USB/A/V	USB/Video	USB-Dockingstation
nein	nein	nein	nein	ja	ja	nein
Spot/Mittenbetont/Mehrfeld	Spot/Mittenbetont/Mehrfeld	Spot/Mittenbetont/Mehrfeld	Spot/Mittenbetont/Mehrfeld	Spot/Mittenbetont/Mehrfeld	Mittenbetont/Mehrfeld/Selektiv	Mehrfeld
15 Sek.-1/1.500 Sek.	15 Sek.-1/1.500 Sek.	15 Sek.-1/2.000 Sek.	15 Sek.-1/1.500 Sek.	15 Sek.-1/2.000 Sek.	1/4.000 Sek.-30 Sek.	1/4 Sek.-1/6.400 Sek.
ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
2 B./Sek., max. 12 B.	ca. 2,6 B./Sek., max. 6 B.	2,5 B./Sek., max. 5 B.	2 B./Sek., max. 8 B.	ca. 2,6 B./Sek., max. 6 B.	3 B./Sek., max. 9 B.	k. A.
Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku
87 x 57 x 26,7	112 x 58 x 42	87 x 57 x 27,8	112 x 58 x 42	121 x 73,9 x 69,9	149,5 x 106,5 x 75	88 x 55 x 11,3
180 g	260 g	185 g	260 g	410 g	790 g	88 g
16 MB CF-Card, Lithium-Ionen Akku, Akku-Ladegerät, USB-Verbindungskabel, Videokabel, Trageriemen	32 MB CF, Lithium-Ionen Akku, Akkuladegerät, USB-, Videokabel, Trageriemen	Trageschlaufe, Akku, Ladegerät, 32 MB CF, USB-, AV-Kabel, Software CD	Software CD, Lithium-Ionen-Akku, Ladegerät, 32 MB CF, USB-, AV-Kabel, Trageriemen	32 MB CF, Lithium-Ionen Akku, Netzstromadapter (Ladekabel), USB-, Videokabel, Trageriemen, Fernbedienung	Kamera-Software: Zoom-Browser EX 4.0, File-Viewer Utility, Remote Capture	USB-Dockingstation, AC Adapter für Dockingstation, USB-Kabel, Handtrageriemen, Lithium-Ionen-Akku, CD-ROM
ja	ja	April 2003	April 2003	ja	ja	ja
479,-	599,-	629,-	699,-	749,-	2.199,-	399,-



Concord Eye-Q 3103	Concord Eye-Go Wireless	Concord Eye Q 3340 Z	Concord Eye Q 3132 Z	Concord Eye-Q 5330z	Epson PhotoPC L-300	Fujifilm FinePix A202
3,1 Mio. Pixel, CMOS-Sensor	2,0 Mio. Pixel, CMOS Sensor	3,1 Mio. Pixel	3,1 Mio. Pixel, CMOS Sensor	5,24 Mio. Pixel	3,0 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel
k. A.	k. A.	ISO 100-400	k. A.	k. A.	ISO 100-400	ISO 100
Fixfokus	48 mm	5,8-174 mm	5,8-174 mm	38-114 mm	34-102 mm	36 mm
20	65	10	20	8	11	k. A.
3x	4x	4x	2x	2x	k. A.	2,5x
16 MB intern/SD-/MM Card	7 MB intern/SD-/MM Card	16 MB intern/SD-/MM Card	16 MB intern/SD Card	CompactFlash	SD Card	xD-Picture Card
JPEG/EXIF 2.2/DPOF	JPEG/QVGA	JPEG/AVI	JPEG/EXIF 2.1/DPOF	JPEG/AVI/DPOF	JPEG	JPEG/AVI
k. A.	k. A.	k. A.				
USB/Video out	USB/Bluetooth	USB	USB/Video out	USB/Video	USB	USB
nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein
k. A.	Automatik	64 Zonen TTL				
k. A.	1/8 Sek.-1/2.000 Sek.	1/2-1/1.000 Sek.				
ja	Umkehr Galilei	Realbilds.	Realbilds.	Realbilds.	ja	ja
k. A.	k. A.	-				
2 x AA	CR 123	2 x AA	2 x AA	AA	4 x AA	2 x AA
97,4 x 64,5 x 36	86 x 61 x 32,5	113 x 56 x 30	107,5 x 63 x 36,4	116 x 73 x 62	105 x 85 x 33	98,5 x 64,5 x 40,5
155 g	105 g	k. A.	170 g	280 g	185 g	132 g
CD-ROM, mehrsprach. Bedienungsanleitung u. Schnellstartmenü, USB-Kabel, TV-Kabel, Tasche, 2 x AA Batt.	CD-ROM, mehrsprach. Bedienungsanleitung u. Schnellstartmenü, USB-Kabel, TV-Kabel, Tasche, CR 123 Batt.	CD-ROM, mehrsprach. Bedienungsanleitung u. Schnellstartmenü, USB-Kabel, TV-Kabel, Tasche, 2 x AA Batt.	CD-ROM, mehrsprach. Bedienungsanleitung u. Schnellstartmenü, USB-Kabel, TV-Kabel, Tasche, 2 x AA Batt.	CD-ROM, mehrsprach. Bedienungsanleitung u. Schnellstartmenü, USB-, TV-Kabel, Tasche, 32 MB CF, 4 x AA-Batt., umf. Software	Standardbatterien, Netzgerät, 16 MB SD, USB-Kabel, Trageschlaufe	16 MB xD-Picture Card, 2 x AA, Software-CD, Hand-schlaufe, USB-Kabel
ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
199,-	249,-	279,-	299,-	479,-	449,-	229,-



Produkt	Fujifilm FinePix A203	Fujifilm FinePix A204	Fujifilm FinePix A303	Fujifilm FinePix A310	Fujifilm FinePix S304	Fujifilm FinePix F410
Effektive Auflösung	2,0 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel	3,1 Mio. Pixel/Super CCD HR/2.816 x 2.120 Pixel	3,24 Mio. Pixel	3,1 Mio. Pixel/Super CCD HR/2.816 x 2.120 Pixel
Empfindlichkeit	ISO 100	ISO 100	ISO 100	ISO 160-400	ISO 100	ISO 200/400/800
Brennweite KB	38-114 mm	38-114 mm	38-114 mm	35-114 mm	38-228 mm	38-114 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	10	10	10	10	10	10
Digitalzoom	2,5x	2,5x	3,2x	4,4x	3,2x	4,4x
Speichermedium	xD-Picture Card	xD-Picture Card	xD-Picture Card	xD-Picture Card	xD-Picture Card	xD-Picture Card
Dateiformate	JPEG/AVI	JPEG/AVI	JPEG/AVI	JPEG/AVI	JPEG/AVI	JPEG/AVI
Dateigröße (MB)	k. A.	k. A.	k. A.	6 Mio. Pixel	k. A.	6 Mio. Pixel
Datentransfer/Schnittstelle	USB	USB	USB	USB	USB	USB
Zubehörschuh	nein	nein	nein	nein	nein	nein
Belichtungsmeßverfahren	64 Zonen TTL	64 Zonen TTL	64 Zonen TTL	64 Zonen TTL	64 Zonen TTL	64 Zonen TTL
Verschlusszeit	1/2-2.000 Sek.	1/2-1/1.000 Sek.	1/2-1/2.000 Sek.	2-1/2.000 Sek.	3-1/500 Sek.	1/4-1/2.000 Sek.
Opt. Sucher	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Max. Bilderfrequenz	-	-	k. A.	k. A.	2 B./Sek., max. 2 B.	3,5 B./Sek., max. 4 B.
Batterietyp	2 x AA	2 x AA	2 x AA	2 x AA	4 x AA	Lithium-Ionen-Akku
Maße B/H/T (mm)	97 x 63,9 x 34,9	100,4 x 65 x 51,7	98,5 x 64,5 x 40,5	97 x 64 x 33	99,7 x 77,3 x 69,3	85 x 69,4 x 27,5
Gewicht ohne Batterie	145 g	185 g	200 g	155 g	295 g	185 g
Lieferumfang	16 MB xD-Picture Card, 2 x AA, Handschlaufe, USB-Kabel, Software-CD, Handbuch	16 MB xD-Picture Card, 2 x AA, Handschlaufe, USB-Kabel, Software-CD, Handbuch	2 x AA, 16 MB xD-Picture Card, USB-Kabel, Software-CD	16 MB xD-Picture Card, 2 x AA, Handschlaufe, USB-Kabel, Software-CD, Handbuch	16 MB xD-Picture Card, 4 x AA, Handschlaufe, USB-Kabel, Software-CD, Handbuch	16 MB xD-Picture Card
erhältlich	ja	ja	ja	ja	ja	ja
UVP (Euro)	379,-	299,-	449,-	379,-	579,-	499,-



Produkt	HP Photosmart 620	HP Photosmart 720	HP Photosmart 850	HP Photosmart 935	Jenoptik JD C 2.1LCD	Jenoptik JD 3.3af
Effektive Auflösung	1.50 x 1.250 Pixel	3,18 Mio. Pixel	3,92 Mio. Pixel	5,1 Mio. Pixel	1,92 Mio. Pixel	3,15 Mio. Pixel
Empfindlichkeit	ISO 100	ISO 100/200/400	ISO 100/200	ISO 100/200/400	ISO 100	auto
Brennweite KB	5,6-15,7 mm	7-21 mm	37-300 mm	37-111 mm	43,6 mm	39 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	k. A.	k. A.	10	7	20	20
Digitalzoom	4x	4x	7x	7x	4x	3x
Speichermedium	8 MB intern/SD Card	16 MB intern/SD Card	SD Card	SD-/MM Card	8 MB intern/SD Card	16 MB intern/SD Card
Dateiformate	JPEG/AVI	JPEG/AVI	JPEG/MPEG	JPEG/MPEG	JPEG/AVI	JPEG/DCF/DPOF/AVI
Dateigröße (MB)	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	0,5	0,6
Datentransfer/Schnittstelle	USB	USB	USB	USB	USB	USB
Zubehörschuh	nein	nein	nein	nein	nein	nein
Belichtungsmeßverfahren	automatisch	automatisch	TTL	TTL	Auto/Manuell/Mittengewichtung	Auto/Manuell/Mittenbetont
Verschlusszeit	1/1,5-1/1.000 Sek.	2-1/1.000 Sek.	16-1/2.000 Sek.	15-1/2.000 Sek.	1/4-1/4.000 Sek.	1/3-1/1.000 Sek.
Opt. Sucher	ja	ja	Mikrodisplay	ja	ja	ja
Max. Bilderfrequenz	15 B./Sek., max. 7 B.	20 B./Sek., max. 12 B.	k. A.	k. A.	1 B./Sek., max. 5 B.	3 B./7 Sek.
Batterietyp	Foto-Lithium-Batterie	4 x AA	4 x AA	NiMH-Akkus	AAA	2x AA
Maße B/H/T (mm)	120 x 50 x 73	118 x 75 x 53	120 x 120 x 85	97 x 45 x 67	97 x 28 x 63	97,4 x 64,5 x 36
Gewicht ohne Batterie	207 g	266 g	388 g	230 g	160 g	160 g
Lieferumfang	4 AA Foto-Lithium, HP Photo Imaging Software und Memories Disc Creator, Handbuch, USB-Kabel, Tiffen-Katalog, Docking-Einsatz	4 AA Foto-Lithium, HP Photo Imaging Software und Memories Disc Creator, Handbuch, USB-Kabel, Tiffen-Katalog, Docking-Einsatz	4 AA Foto-Lithium, HP Photo Imaging Software und Memories Disc Creator, Handbuch, USB-Kabel, Tiffen-Katalog, Docking-Einsatz	2 NiMH-Akkus, Photo Imaging Software und HP Memories Disc Creator, USB-Kabel, Aufsatz für die HP Docking-Station	USB-Kabel, Software, 4 x AAA Batterien, Tasche, Tragschlaufe, Bed.-Anleitung, Garantiekarte	Kabel (USB/Video out)/ Software, 2x AA, Tasche, Tragschlaufe, Bed.-Anleitung, Garantiekarte
erhältlich	August 2002	August 2002	Oktober 2002	Mai 2003	ja	ja
UVP (Euro)	249,-	349,-	549,-	549,-	149,-	229,-



Fujifilm FinePix F601 Zoom	Fujifilm FinePix M603	Fujifilm FinePix F700	Fujifilm FinePix S602 Zoom	Fujifilm FinePix S2 Pro	HaPa Team SiPix SC 2300	HP Photosmart 320
3,3 Mio. Pixel Super CCD/2.832 x 2.128 Pixel	3,2 Mio. Pixel/Super CCD/2.832 x 2.128 Pixel	6,2 Mio. Pixel/3,1 Mio. S-Pixel/3,1 Mio. R-Pixel/Super CCD SR	3,3 Mio. Pixel Super CCD/2.832 x 2.128 Pixel	6,17 Mio. Pixel Super CCD/4.256 x 2.848 Pixel	3,3 Mio. Pixel	1.650 x 1.250 Pixel
ISO 160-1.600	ISO 160-1.600	ISO 200-1.600	ISO 160-1.600	ISO 100-1.600	ISO 100/200	ISO 100
36-108 mm	38-76 mm	35-105 mm	35-210 mm	Nikon F-Bajonett	35 mm	5,9 mm
20	20	9	1	-	k. A.	k. A.
4,4x	4,4x	2,2x	4,4x	-	3x	4x
SmartMedia Card	xD-Picture Card	xD-Picture Card	SmartMedia/Compact-Flash II	SmartMedia/Compact-Flash II	CompactFlash	8 MB intern/SD Card
JPEG/AVI	JPEG/AVI	JPEG/AVI	TIFF-RGB/JPEG/AVI	JPEG/TIFF/CCD-RAW	JPEG	JPEG/AVI
k. A.	6,03 Mio. Pixel	6,03 Mio. Pixel	6,03 Mio. Pixel	12,1 Mio. Pixel	k. A.	k. A.
USB	USB/Video/Audio	USB/Video/Audio	USB/Audio/Video	USB/IEEE 1394	USB	USB
nein	nein	nein	ja	ja	nein	nein
64 Zonen TTL	64 Zonen TTL	64 Zonen TTL	64 Zonen TTL	3DMatrix/Mittelwert/Spot	k. A.	automatisch
3-1/2.000 Sek.	1/4-1/2.000 Sek.	3-1/2.000 Sek.	3-1/2000 Sek.	30-1/4000 Sek.	1/2-1/500 Sek.	1/1,5-1/1.000 Sek.
ja	nein	ja	ja	ja	ja	ja
5 B./Sek., max. 4 B.	5 B./Sek., max. 4 B.	5 B./Sek., max. 5 B.	5 B./Sek., max. 5 B.	2 B./Sek., max. 7 B.	15 B./Sek., max. 4 B.	15 B./Sek., max. 7 B.
4 x AA/NiMH	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	4 x AA/NiMH-Akkus	4 x AA/NiMH	2 x AA	Foto-Lithium-Batterie
80 x 97,5 x 36,3	64,5 x 93,3 x 31,6	108 x 54 x 28	121 x 81,5 x 97	142 x 131 x 80	108 x 70 x 45	113 x 44 x 69
258 g	210 g	190 g	500 g	k. A.	200 g	160 g
k. A.	16 MB xD-Picture Card	16 MB xD-Picture Card, Lithium-Ionen-Akku, Docking Station, Handschlaufe, Netzteil, USB-Kabel, Software-CD	16 MB SmartMedia, 4 x AA, Schulterriemen	4 x AA, Schulterriemen, Video-, USB-, FireWire-Kabel, Software CD, Handbuch	Batterien, Treiber, Bildbearbeitungssoftw. ArcSoft	4 AA Foto-Lithium, HP Photo Imaging Software und Memories Disc Creator, Handbuch, USB-Kabel, Tiffen-Katalog, Docking-Einsatz
April 2002	ja	Juni 2003	ja	ja	ja	August 2002
699,-	699,-	k. A.	949,-	2.999,-	179,-	169,-



Jenoptik JD 2.1 x z3	Jenoptik JD 3.3 x z3	Jenoptik JD 4100z3s	Jenoptik JD 5200z3	Kodak CX4230	Kodak DX6340	Kodak LS633
1,92 Mio. Pixel	3,15 Mio. Pixel	3,87 Mio. Pixel	4,92 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	3,1 Mio. Pixel	3,0 Mio. Pixel
ISO 100/200/400	ISO 100/200/400	Auto/ISO 200/400	Auto/ISO 100/200/400	ISO 100/200	ISO 100/200/400	ISO 90-400
38-110 mm	37-108 mm	34-102 mm	38-114 mm	36-108 mm	36-144 mm	37-111 mm
10	10	20	8	10	10	7
8x	8x	2x	2x	2x	3,5x	3,3x
16 MB intern/SD Card	16 MB intern/SD Card	CompactFlash	CompactFlash	MM-/SD Card	MM-/SD Card	MM-/SD Card
JPEG/DCF/DPOF/AVI	JPEG/DCF/DPOF/AVI	JPEG/DCF/DPOF/AVI	JPEG/DCF/DPOF/AVI	JPEG	JPEG	JPEG
0,8	1,2	1,6	1,9	k. A.	k. A.	k. A.
USB	USB	USB	USB	EasyShare Kamera Station	EasyShare Kamera Station	EasyShare Kamera Station
nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein
Auto/Manuell/Mittenbetont	Auto/Manuell/Mittenbetont	Auto/Manuell/Central/Spot	Auto/Manuell/Mittenbetont	Auto. Matrix-Belichtungsmessung	Matrixmess.: Mittelpunktgewicht.	Mehrzonen/Mittenbetont/Mittelp.
1/2.000-1 Sek.	1/1.000-8 Sek.	1/2.000-2 Sek.	1/2.600-2 Sek.	1/8-1/1.700 Sek.	4-1/2.000 Sek.	4-1/1.400 Sek.
ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
-	-	3 B./7 Sek.	1 B./Sek.	max. 4 B.	max. 4 B.	max. 4 B.
2x AA	2x AA	4x AA	4x AA	CRV3 Lithiumbatterien	CRV3 Batterien	Lithium-Ionen-Akku
107,5 x 63 x 36,4	107,5 x 63 x 36,4	118,7 x 66,5 x 50	116 x 73 x 62	115 x 66 x 40	109 x 64,5 x 38	114 x 55 x 31
170 g	200 g	250 g	280 g	220 g	220 g	210 g
Kabel (USB/Video out), Software, 2x AA, Tasche, Trageschlaufe, Bed. Anleitung, Garantiekarte	Kabel (USB/Video out), Software, Tasche, Trageschlaufe, Bed.-Anleitung, Garantiekarte	Kabel (USB/Video out), 32 MB CF, Software, Treiber, Tasche, Trageschlaufe, Bed.-Anleitung, Garantiekarte	Kabel (USB/Video out), 32 MB CF, Software, Treiber, Tasche, Trageschlaufe, Bed.-Anleitung, Garantiekarte	CRV3 : USB-, Videokabel; Kodak EasyShare Software CD; spezieller Kameraanschluß für optio. erhältl. EasyShare Kamera Station	CRV3 : USB-, Videokabel; Kodak EasyShare Software; spez. Kameraanschluß für optio. erhältl. EasyShare Kamera Station	Li-Ionen Akku, Ladegerät; USB-, Videokabel; EasyShare Software; spez. Kameraanschluß für optio. erhältl. EasyShare Kamera Station
ja	ja	ja	ja	ja	Mai 2003	Juni 2003
249,-	299,-	449,-	499,-	279,99	400,-	449,99



Produkt	Konica Revio KD 220 Z	Konica Revio KD 310 Z	Konica Revio KD 410 Z	Konica Revio KD 500 Z	Leica D-Lux	Leica Digilux 1
Effektive Auflösung	2,0 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel	4,13 Mio. Pixel	5,0 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel	3,9 Mio. Pixel
Empfindlichkeit	ISO 100	ISO 100	ISO 100	ISO 100	ISO 50-400	Auto/ISO 100/200/400
Brennweite KB	32-97 mm	39-117 mm	39-117 mm	39-117 mm	35-100 mm	33-100 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	10	50	50	50	10	6
Digitalzoom	3x	3x	3x	3x	3x	2x
Speichermedium	8 MB intern	2 MB intern/16 MB SD Card	2 MB intern/16 MB SD Card	2 MB intern/16 MB SD Card	SD Card	SD Card
Dateiformate	JPEG/AVI	JPEG/AVI	JPEG/AVI	JPEG/AVI	JPEG	JPEG/TIFF
Dateigröße (MB)	354 KB	861 KB	1.488 KB	1.488 KB	k. A.	k. A.
Datentransfer/Schnittstelle	USB	USB	USB	USB	USB	USB
Zubehörschuh	nein	nein	nein	nein	nein	ja
Belichtungsmeßverfahren	Mittenbetont	Mittenbetont/Spot	Mittenbetont/Spot	Mittenbetont/Spot	Mehrfeld/Selektiv/Integral	Mehrfeld/Mittenbetont/Spot.
Verschlusszeit	1/10-1/1.000 Sek.	1/30-1/500 Sek.	1/30-1/500 Sek.	1/30-1/500 Sek.	8 Sek.-1/2.000 Sek.	8 Sek.-1/1.000 Sek.
Opt. Sucher	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Max. Bilderfrequenz	15 B./Sek./max. 10 B.	15 B./Sek., max. 20 B.	15 B./Sek., max. 16 B.	15 B./Sek., max. 12 B.	8 B./Sek., max. 4 B.	8 B./Sek., max. 4 B.
Batterietyp	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen Akku	Lithium-Ionen-Akku
Maße B/H/T (mm)	105 x 63 x 41,5	94 x 56 x 29,5	94 x 56 x 29,5	94 x 56 x 29,5	121 x 52 x 34	127 x 83,3 x 67,4
Gewicht ohne Batterie	180 g	198 g	198 g	198 g	180 g	365 g
Lieferumfang	USB-/Videokabel, CD, Schnellstart-Führer, Riemchen, Tasche, Lithium-Ionen-Akku	16 MB SD Card, Lithium-Ionen-Akku, Ladegerät/Stromkabel, USB-Kabel, CD, Tragegurt, Garantiekarte, Kurzbed.-Anleitung	16 MB SD Card, Lithium-Ionen-Akku, Ladegerät/Stromkabel, USB-Kabel, CD, Tragegut, Garantiekarte, Kurzbed.-Anleitung	16 MB SD Card, Lithium-Ionen-Akku, Ladegerät/Stromkabel, USB-Kabel, CD, Tragegurt, Garantiekarte, Kurzbed.-Anleitung	2 Lithium-Ionen Akkus, 64 MB SD, hochwert. Ledertasche, Netz-/Ladegerät, umfangreiches Softwarepaket ACDSee 5 PowerPack (PC)	Netz-/Ladegerät, Lithium-Ionen-Akku, 64 MB SD, Lichtschacht für LC-Display, AV-, USB-Kabel, umf. Softwarepaket
erhältlich	ja	ja	ja	ja	Juni 2003	ja
UVP (Euro)	279,-	549,-	549,-	749,-	900,-	1.200,-



Produkt	Minolta DiIMAGE E223	Minolta DiIMAGE S414	Minolta DiIMAGE F200	Minolta DiIMAGE F300	Minolta DiIMAGE 7i	Minolta DiIMAGE 7Hi
Effektive Auflösung	2,0 Mio. Pixel	4,1 Mio. Pixel	4,1 Mio. Pixel	5,3 Mio. Pixel	5,24 Mio. Pixel	5,24 Mio. Pixel
Empfindlichkeit	ISO 100	ISO 64-400	ISO 100-800	ISO Auto/64-400	ISO Auto/100-800	Auto/ISO 100-800
Brennweite KB	38-114 mm	35-140 mm	38-114 mm	38-114 mm	28-200 mm	28-200 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	8	10	14,5	14,5	13	13
Digitalzoom	3x	2,2x	4x	4x	4x	4x
Speichermedium	MM-/SD Card	CompactFlash	SD-/MM Card	SD Card	CompactFlash I + II	CompactFlash I + II
Dateiformate	JPEG/AVI/Exif 2.2	TIFF/JPEG/WAVE/Motion JPEG	JPEG/Motion JPEG/WAVE	JPEG/TIFF/Motion JPEG/WAVE	JPEG/TIFF/RAW/Motion JPEG	JPEG/TIFF/RAW/Motion JPEG
Dateigröße (MB)	1,2	12	12	12	15	15
Datentransfer/Schnittstelle	USB	USB	USB	USB	USB	USB
Zubehörschuh	nein	nein	nein	nein	ja	ja
Belichtungsmeßverfahren	Mittenbetonte Integralmess.	Mehrfeld/Spot	Mehrfeld/Mittenbetont/Spot	Mehrfeld/Mittenbetont/Spot	Mehrfeld/Mittenbetont/Spot	Mehrfeld/Mittenbetont/Spot
Verschlusszeit	1/1.000 Sek.	4-1/1.000 Sek.	4-1/1.000 Sek.	15-1/1.000 Sek.	4-1/4.000 Sek.	15-1/4.000 Sek.
Opt. Sucher	ja	ja	ja	ja	nein	nein
Max. Bilderfrequenz	15 B./Sek., max. 7 B.	15 B./Sek., max. 1 B.	15 B./Sek., max. 1 B.	15 B./Sek., max. 1 B.	15 B./Sek., max. 1 B.	15 B./Sek., max. 1 B.
Batterietyp	Mignon	Mignon	Lithium oder Mignon	Lithium	Mignon	Mignon
Maße B/H/T (mm)	107 x 67 x 38	113,5 x 64,5 x 58,5	111 x 52,5 x 32	111 x 52,5 x 32,5	117 x 90,5 x 112,5	k. A.
Gewicht ohne Batterie	200 g	335 g	185 g	185 g	525 g	530 g
Lieferumfang	Handschlaufe, Video-Kabel, USB-Kabel, DiIMAGE Software CD-ROM (inklusive DiIMAGE Viewer)	Umhängegurt, Objektivdeckel, Videokabel, CF, USB-Kabel, DiIMAGE Software CD-ROM (inklusive DiIMAGE Viewer)	Handschlaufe, Videokabel, SD, USB-Kabel, CR-V3 Lithium Batterie, DiIMAGE Software CD-ROM (inklusive DiIMAGE Viewer)	Handschlaufe, Videokabel, SD, USB-Kabel, CR-V3 Lithium Batterie, DiIMAGE Software CD-ROM (inklusive DiIMAGE Viewer)	Objektiv-, Zubehörschuh-Deckel, Videokabel, CF, USB-Kabel, DiIMAGE Software CD-ROM, Gegenlichtblende, 4 NiMH-Akkus, Akkuladegerät	Objektiv-, Zubehörschuhdeckel, Videokabel, CF, USB-Kabel DiIMAGE Software CD-ROM, Gegenlichtblende, 4 NiMH-Akkus, Ladegerät
erhältlich	Mai 2003	Mai 2003	April 2003	März 2003	ja	ja
UVP (Euro)	299,-	499,-	529,-	729,-	999,-	1.599,-

NEU

POWER PIXEL



Die nächste Generation: FinePix A310

Super CCD HR mit 3,1 Mio. Pixeln (effektiv) - 6 Mio. Pixel interpoliert | 3fach optisches Zoomobjektiv (2,9fach digital) | ISO 200-800 | Einfache Bedienung mit F-Button (ISO, Auflösung & Farbeinstellung)

FinePix



INSPIRED BY YOUR DREAMS

www.finepix.de



Produkt	Minox DC 2122	Minox DC 2133	Minox DC 4011	Minox Digital Classic Camera Leica M3 2.1	Mustek GSmart D 30	Mustek DV 3000
Effektive Auflösung	2,1 Mio. Pixel	2,1 Mio. Pixel	4,0 Mio. Pixel	2,1 Mio. Pixel/CMOS Sensor	2,1 Mio. Pixel	2,1 Mio. Pixel
Empfindlichkeit	k. A.	k. A.	k. A.	ISO 100	k. A.	k. A.
Brennweite KB	43 mm	33-98 mm	34-97 mm	48,36 mm	F 8.5 mm	10.8 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	30	10	70	k. A.	70	70
Digitalzoom	2x	2x	2x	-	4x	2x
Speichermedium	8 MB intern/SD Card	8 MB intern/SD Card	SD Card	32 MB intern	16 MB intern/SD-/MM Card	MM-/ SD Card
Dateiformate	JPEG/EXIF 2,1	JPEG/EXIF/ Motio JPEG	JPEG/EXIF/DPOF	JPEG	JPEG/AVI	JPEG/AVI
Dateigröße (MB)	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Datentransfer/Schnittstelle	USB/Video out	USB	USB/Video out	USB	USB 2.0	USB/TV out
Zubehörschuh	nein	nein	nein	nein	nein	nein
Belichtungsmeßverfahren	Mittenbetont	Automatik	Automatik	k. A.	k. A.	k. A.
Verschlusszeit	k. A.	1/10-1/1.000 Sek.	2 Sek.-1/1.000 Sek.	1/1.000 Sek.	1/15-1/2.500 Sek.	1/15-1/4.000 Sek.
Opt. Sucher	ja	ja	ja	ja	nein	nein
Max. Bilderfrequenz	k. A.	k. A.	k. A.	-	k. A.	k. A.
Batterietyp	2 x AA	2 x AA	2 x AA	1 x CR-2 Batterie	2 x AAA	2 x AA
Maße B/H/T (mm)	105 x 44 x 55	105 x 63 x 42	106 x 40 x 63	49 x 44 x 65	80 x 40 x 34	86 x 40 x 70
Gewicht ohne Batterie	150 g	170 g	212 g	98 g	78 g	110 g
Lieferumfang	2 x AA, Handschlaufe, USB-Kabel, CD	2 x AA, Tasche, Handschlaufe, USB-Kabel, CD, Handbuch	8 MB SD, 2 x AA, USB-, Videokabel, CD	k. A.	umfangr. Software-Paket (DVD Picture Show; PhotoExpress) + Zubehör	umfangr. Software-Paket (Bild- und Videobearbeitungssoftware) + Zubehör (Tasche, Trageschlaufe, USB- + AV-Kabel)
erhältlich	ja	ja	Mai 2003	Mai 2003	ja	ja
UVP (Euro)	199,-	249,-	299,-	299,-	129,-	149,-



Produkt	Nikon Coolpix 4500	Nikon Coolpix 5000	Nikon Coolpix 5700	Olympus Camedia C-150	Olympus Camedia C-220Zoom	Olympus Camedia C-350Zoom
Effektive Auflösung	4,0 Mio. Pixel	5,0 Mio. Pixel	5,0 Mio. Pixel	2,11 Mio. Pixel	1,95 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel
Empfindlichkeit	Auto/ISO 100/200/400/800	Auto/ISO 100/200/400/800	Auto/ISO 100/200/400/800	Auto	Auto/ISO 80-160	Auto/ISO 64-400
Brennweite KB	7,85-32 mm	28-85 mm	35-280 mm	38 mm	38-114 mm	35-105 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	2	2	k. A.	20	20	20
Digitalzoom	4x	4x	4x	2,5x	2,5x	3,3x
Speichermedium	CF I u. II/MicroDrive	CF I u. II/MicroDrive	CF I u. II/MicroDrive	xD-Picture Card	SM Card	xD-Picture Card
Dateiformate	JPEG/TIFF	JPEG/TIFF/Quick Time	JPEG Baseline	JPEG/Quick Time Motion JPEG	JPEG/Quick Time Motion JPEG	JPEG/Quick Time Motion JPEG
Dateigröße (MB)	11	k. A.	14,5	k. A.	k. A.	k. A.
Datentransfer/Schnittstelle	USB	USB	USB	USB/Video out	USB/Video out	USB/Video out
Zubehörschuh	nein	ja	ja	nein	nein	nein
Belichtungsmeßverfahren	256-Segm. Matrix/Mittenbetont/Spot	256-Segm. Matrix/Mittenbetont/Spot	256-Segm. Matrix/Mittenbetont/Spot	Mittenbetont/Spot	Digital. Meßsystem m. Bildsensor	Digitales ESP-Meßsystem/Spot
Verschlusszeit	8-1/2.300 Sek.	1/4.000-1 Sek.	8-1/4.000 Sek.	1/2-1.000 Sek.	1/2-1/1.000 Sek.	2-1/1.000 Sek.
Opt. Sucher	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Max. Bilderfrequenz	1,5 B./Sek.	k. A.	k. A.	k. A.	1,2 B./Sek./max. 5 B.	1,5 B./Sek.
Batterietyp	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	2 x AA	2 x AA	2 x AA
Maße B/H/T (mm)	130 x 73 x 50	101,5 x 81,5 x 67,5	k. A.	112 x 62 x 40	112 x 62 x 35	108 x 57,5 x 40
Gewicht ohne Batterie	360 g	360 g	480 g	112 g	174 g	170 g
Lieferumfang	Objektivdeckel, Trageriemen, USB-/AV-Kabel, 16 MB CF, Li-Ion-Akku, Ladegerät, Nikon View 5 CD, Adobe Photoshop Elements	Objektivdeckel, Trageriemen, USB-/AV-Kabel, 32 MB CF, Ladegerät, Nikon View CD, Adobe Photoshop Elements	Objektivdeckel, Trageriemen, USB-/AV-Kabel, 32 MB CF, Li-Ion-Akku, Ladegerät, Nikon View 5 CD, Adobe Photoshop Elements	16 MB xD-Picture Card, Installations- u. Camedia Master Softw. 4.1, 2 x AA, USB-/Video-Kabel, Schlaufe, Bed.Anl., User CD	8 MB SM Card, Installations- u. Camedia Softw. 4.0, 2 x AA, USB-/Video-Kabel, Schlaufe, Bed.Anl., User CD	16 MB xD-Picture Card, 2 x AA, Installations- u. Camedia Master Softw. 4.1, USB-/AV-Kabel, Schlaufe, Bed.Anl., User CD
erhältlich	ja	ja	ja	Juni 2003	Juli 2003	ja
UVP (Euro)	749,-	999,-	1.299,-	179,-	229,-	349,-



Mustek MDC 4000	Nikon Coolpix 2000	Nikon Coolpix 2100	Nikon Coolpix 2500	Nikon Coolpix 3100	Nikon Coolpix 3500	Nikon Coolpix 4300
3,2 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel	4,0 Mio. Pixel
k. A.	Auto	Auto	ISO 100-400	ISO 50-200	ISO 50-200	k. A.
6,7 mm	38-114 mm	36-108 mm	5,6-16,8 mm	37-111 mm	37-111 mm	38-114 mm
70	4	4	4	4	4	4
4x	2,5x	4x	4x	4x	4x	4x
16 MB intern/ SD Card	CompactFlash	CompactFlash	CompactFlash	CompactFlash	CompactFlash	CompactFlash
JPEG/AVI	JPEG Baseline	JPEG Baseline/QuickTime	JPEG Baseline	JPEG Baseline/Quick Time	JPEG Baseline/Quick Time	TIFF/JPEG/Quick Time
k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
USB 2.0/Video out	USB	USB	USB	USB	USB	USB
nein	nein	nein	k. A.	nein	nein	ISO-Standard, mit Sicherungspabloch
k. A.	Matrix/Spot/Mittenbetont	256-Segment-Matrix	256-Segment-Matrix	256-Segment-Matrix	256-Segment-Matrix	256-Segment-Matrix/Mittenbetont/Spot/AF
1/30-1/4.000 Sek.	1-1/1.000 Sek.	4-1/3.000 Sek.	2-1/3.000 Sek.	4-1/3.000 Sek.	2-1/3.000 Sek.	8-1/1.000 Sek.
ja	nein	ja	nein	ja	nein	k. A.
k. A.	k. A.	k. A.	3 B./2 Sek.	k. A.	3 B./2 Sek.	k. A.
2 x AA	4 Mignon-Batt. LR6/AA	2 x Ni-MH-Akkus	Lithium-Ionen-Akku	2 x Ni-MH-Akkus	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku
83 x 31 x 63	108 x 69 x 38	87,5 x 65 x 38	114 x 59,5 x 31,5	87,5 x 65 x 38	114 x 59 x 31,5	95 x 69 x 52
100 g	190 g	150 g	165 g	150 g	175 g	230 g
umfangr. Software-Paket (Capture Driver; Photo-Express) + Zubehör	Trageriem, 8 MB CF, USB-Kabel, 4x 1,5V LR6/AA, Nikon View 5 CD, Nikon Effex Filtersoftw.	Trageriem, 8 MB CF, 2 x Ni-MH-Akkus, USB-/Video-Kabel, Ladegerät, Softw. Nikon View/CD	k. A.	Trageriem, 16 MB CF, 2 x Ni-MH-Akkus, USB-/Video-Kabel, Ladegerät, Softw. Nikon View/CD	k. A.	Li-Ionen-Akku, Objektivdeckel, Trageriem, USB-/Video-Kabel, 16 MB CF, Ladegerät, Nikon View 5 CD, Adobe Photoshop Elements
ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
179,-	299,-	299,-	399,-	399,-	699,-	699,-



Olympus Camedia C-4000Zoom	Olympus Camedia C-740 Ultra Zoom	Olympus μ[mju:] 300 Digital	Olympus μ[mju:] 400 Digital	Olympus Camedia C-720 Ultra Zoom	Olympus Camedia C-50Zoom	Olympus Camedia C-750 Ultra Zoom
4,0 Mio. Pixel	3,18 Mio. Pixel	3,24 Mio. Pixel	4,07 Mio. Pixel	3,0 Mio. Pixel	5,0 Mio. Pixel	4,0 Mio. Pixel
Auto/ISO 100/200/400	Auto/ISO 100/200/400	Auto/ISO 80-320	Auto/ISO 80-320	Auto/ISO 100/200/400	Auto/ISO 80/160/320	Auto/ISO 50/100/200/400
32-96 mm	38-380 mm	35-105 mm	35-105 mm	40-320 mm	38-114 mm	38-380 mm
2	3	20	40	10	20	3
3,5x	3x	4x	4x	3x	4x	4x
SM Card	xD-Picture Card	xD-Picture Card	xD-Picture Card	SM Card	xD-Picture Card	xD-Picture Card
JPEG/TIFF/Quick Time Motion JPEG	JPEG/TIFF/Quick Time Motion JPEG	JPEG/TIFF/Quick Time Motion JPEG	JPEG/TIFF/Quick Time Motion JPEG	JPEG/TIFF/Quick Time Motion JPEG	JPEG/TIFF/Quick Time Motion JPEG	JPEG/TIFF/Quick Time Motion JPEG
k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
USB/Video out	USB/Video out	USB/Video out	USB/Video out	USB/Video out	USB/Video out	USB/Video out/Mikro
ja	nein	nein	nein	nein	nein	ja
Digitales ESP-Meßsystem	Digitales ESP-Meßsystem	Digitales ESP-Meßsystem	Digitales ESP-Meßsystem	Digitales ESP-Meßsystem	Digitales ESP-Meßsystem	Digitales ESP-Meßsystem
16-1/1.000 Sek.	16-1/1.000 Sek.	1/2-1/1.000 Sek.	1/2-1/1.000 Sek.	8-1/1.000 Sek.	1/2-1/1.000 Sek.	16-1/1.000 Sek.
ja	nein	ja	ja	nein	ja	nein
1,5 B./Sek./max. 8 B.	1,4 B./Sek./max. 11 B.	1 B./Sek./max. 4 B.	1 B./Sek./max. 4 B.	1,2 B./Sek./max. 5 B.	1 B./Sek./max. 3 B.	1,3 B./Sek./max. 8 B.
4 x AA	2 x Lithium-Batt.	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	2 x Lithium-Batt.	Lithium-Ionen-Akku	2 x Lithium-Batt.
109,5 x 76,5 x 66,5	107,5 x 66 x 68,5	99 x 56 x 33,5	99 x 56 x 33,5	107,5 x 76 x 77,5	99,5 x 58,5 x 41,5	107,5 x 66 x 68,5
295 g	295 g	165 g	165 g	315 g	194 g	305 g
16 MB SM Card, Camedia Master Softw. 4.0, 4 x AA, Objektivdeckel, USB-/AV-Kabel, Tragegurt, Bed.Anl.	16 MB xD-Picture Card, Camedia Master Softw. 4.1, 2 x Lithium-Batt., Objektivdeckel, USB-/Video-Kabel, Schlaufe, Bed.Anl., User CD	16 MB xD Picture Card, Camedia Master Softw. 4.1, Schnellladegerät, Lithium-Ionen-Akku, Fernbed., USB-/Video-Kabel, Schlaufe	16 MB xD Picture Card, Camedia Master Softw. 4.1, Schnellladegerät, Lithium-Ionen-Akku, Fernbed., USB-/Video-Kabel, Schlaufe	16 MB SM Card, Installations- u. Camedia Softw., 2 x Lithium-Batt., Objektivdeckel, USB-Kabel, Schlaufe, Bed.Anl., User CD	32 MB xD-Picture Card, Camedia Master Softw. 4.0, Photoimpact, Schnellladegerät, Lithium-Ionen-Akku, Fernbed., USB-/Video-Kabel	16 MB xD-Picture Card, Camedia Master Softw. 4.1, Bonus CD Photoimpact, 2 x Lithium-Batt., Objektivdeckel, USB-/Video-Kabel
ja	ja	ja	Juni 2003	ja	ja	Juni 2003
499,-	599,-	499,-	599,-	649,-	679,-	699,-



Produkt	Olympus Camedia C-5050Zoom	Olympus Camedia E-20P	Panasonic Lumix DMC-LC20	Panasonic Lumix DMC-LC33	Panasonic Lumix DMC-LC43	Panasonic DMC-F1
Effektive Auflösung	5,0 Mio. Pixel	4,95 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel	4,0 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel
Empfindlichkeit	Auto/ISO 100/200/400	Auto/ISO 80/160/320	ISO 100/200/400	ISO 50-400	ISO 50-400	ISO 50-400
Brennweite KB	35-105 mm	35-140 mm	35-105 mm	35-105 mm	35-105 mm	35-105 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	3	20	15	10	10	10
Digitalzoom	3,4x	k. A.	2x	3x	3x	3x
Speichermedium	SM Card, xD-Picture Card, CF I/II, MicroDrive	SM Card/CF I, II	SD-/MM Card	SD-/MM Card	SD-/MM Card	SD-/MM Card
Dateiformate	JPEG/TIFF/Quick Time Motion JPEG	JPEG/RAW/TIFF	JPEG	JPEG	JPEG	JPEG
Dateigröße (MB)	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Datentransfer/Schnittstelle	USB/Video-Audio out	USB/Video out	USB/Video out	USB/Video out	USB/Video out	USB/Video out
Zubehörschuh	ja	ja	nein	nein	nein	nein
Belichtungsmeßverfahren	Digitales ESP-Meßsystem	Digitales ESP-Meßsystem	Center Weighted	Multiple/Spot	Multiple/Spot	Multiple/Spot
Verschlusszeit	4-1/1.000 Sek.	2-1/640 Sek.	1-1/1.000 Sek.	8-1/2.000 Sek.	8-1/2.000 Sek.	8-1/2.000 Sek.
Opt. Sucher	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Max. Bilderfrequenz	1,7 B./Sek./max. 11 B.	2,5 B./Sek./max. 4 B.	5 B./Sek.	4 B./Sek.	4 B./Sek.	4 B./Sek.
Batterietyp	2 x AA	2x 3V Lithium Batt.	AA Ni-MH	AA Ni-MH	2 x AA Ni-MH	Lithium-Ionen-Akku
Maße B/H/T (mm)	115 x 80 x 70	128,5 x 103,5 x 161	99 x 66 x 40	96 x 65 x 41	96 x 65 x 41	104 x 51 x 32
Gewicht ohne Batterie	380 g	1050 g	195 g	170 g	170 g	160 g
Lieferumfang	32 MB xD-Picture Card, Camedia Master Softw. 4.0, Bonus CD Photoimpact, Ladegerät, 2 x AA, Objektivdeckel, USB-/Video-Kabel	16 MB SM Card, Camedia Suite, Photoimpact, Fernb., 2 x 3V Batt., Objektivdeckel, Sonnenblende, USB-/Video-Kabel	Ni-MH-Akku, Ladegerät, 8 MB SD Card, Video-, USB-Kabel, CD ROM	AA Alkaline Batterien, 16 MB SD Card, Video-, USB-Kabel, CD-ROM	Ni-MH Akku, AC Adapter, SD Card, Video-, USB-Kabel, CD	AC Adapter/Ladegerät, Akku, 16 MB SD Card, Video-, USB-Kabel, CD ROM
erhältlich	ja	ja	ja	Mai 2003	Juni 2003	ja
UVP (Euro)	899,- (inkl. 256 xD-Picture Card)	1.499,-	349,-	399,-	499,-	499,-



Produkt	Pentax Praktica DCZ 4.1	Pentax Optio 33L	Pentax Optio S	Pentax Optio 550	Ricoh Caplio RR 230	Ricoh Caplio G3
Effektive Auflösung	3,86 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel	5,0 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	3,24 Mio. Pixel
Empfindlichkeit	ISO 100	Auto/ISO 100/200/400	Auto/ISO 50/100/200	Auto/ISO 64/100/200/400	Auto ISO 100-400	ISO 125-800
Brennweite KB	34-97 mm	38-114 mm	35-105 mm	37,5-187,5 mm	33-98 mm	35-105
Mindestabstand/Makro (cm)	10	10	6	2	10	1
Digitalzoom	2x	2,7x	4x	4x	2x	3x
Speichermedium	SD-/MM Card	CF I	11 MB intern, SD-/MM Card	DS-/MM Card	SD Card	SD-/MM Card
Dateiformate	JPEG	JPEG (Exif 2.2)/DCF/DPOF/AVI	JPEG (Exif 2.2)/DCF/DPOF/AVI	TIFF/JPEG (Exif 2.2)/DCF/DPOF/MOV/WAV	JPEG	JPEG/EXIF 2.2
Dateigröße (MB)	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Datentransfer/Schnittstelle	USB/Video-out	USB/AV/DC-Eingang	USB/AV/DC-Eingang	USB/AV/DC-Eingang	USB/Video out	USB/Audio out/Video out
Zubehörschuh	nein	nein	nein	nein	nein	nein
Belichtungsmeßverfahren	TTL (mittenbetont)	Mehrfeld/Mittenbetont/Spot	Mehrfeld/Mittenbetont/Spot	Multi/Mittenbetont/Spot	Automatik	Automatik
Verschlusszeit	1/1.000-1/4 Sek.	1/5.000-4 Sek.	1/2.000-1 Sek.	1/4.000-4 Sek.	1/10-1/1.000 Sek.	8, 4, 2, 1-1/2.000 Sek.
Opt. Sucher	ja	nein	ja	ja	ja	ja
Max. Bilderfrequenz	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	-	0,3/Sek.
Batterietyp	2 x 1,5 V LR 06 (AA)	CR-V3/2 Mignon-Akku	Li-Ionen-Akku	Li-Ionen-Akku	Alkali-Magnan/ NiMH-Akku	Alkali-Mangan-Batterien/NiMH-Akku
Maße B/H/T (mm)	106 x 63 x 40	105 x 63 x 41,5	83 x 52 x 20	100 x 59 x 39,5	105 x 63 x 41,5	123 x 56 x 36,4
Gewicht ohne Batterie	210 g	180 g	98 g	205 g	180 g	160 g
Lieferumfang	Batterie, Tasche, Trageschlaufe, Software/Treiber CD, USB-, Video-Kabel	CD m. USB-Treiber, ACD-See, „Photos on CD“ v. Magix	CD m. USB-Treiber, ACD-See, „Photos on CD“ v. Magix	CD m. USB-Treiber, ACD-See, „Photos on CD“ v. Magix	USB-Treiber, Kabel, MGI Photo-Suite, Video Kabel, Trageschlaufe, Batterien, Kamerabeutel, Bedienungsanleitung	USB-Treiber, Kabel, WIA-Treiber, Mounter, Acrobat Reader, Ricoh Gate La
erhältlich	März 2003	ja	ja	ja	Februar 2003	März 2003
UVP (Euro)	399,-	379,-	479,-	779,-	199,-	299,-



Panasonic Lumix DMC-FZ1	Panasonic Lumix DMC-LC5	Pentax DCZ 2.1 S	Pentax Practica DCZ 2.2 S	Pentax Praktica DC 32	Pentax Exakta DC2200	Pentax Exakta DC 3100
2,0 Mio. Pixel	3,9 Mio. Pixel	2,1 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	3,3 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	3,25 Mio. Pixel
ISO 50-400	ISO Auto/100/200/400	ISO 100	ISO 100	ISO 100/200	ISO 100	ISO 100/200/400
35-420 mm	33-100 mm	43 mm	34 mm	34 mm	32-97 mm	38-114 mm
5	6	30	20	20	10	10
3x	2x	2x	4x	4x	2x	2x
SD-/MM Card	SD-/MM Card	8 MB intern/SD Card	16 MB intern/SD Card/MM Card	16 MB intern/SD-/MM Card	8 MB intern/SD Card	16 MB intern/SD Card
JPEG	TIFF/JPEG	JPEG	JPEG/MJPEG	JPEG	JPEG	JPEG
k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
A/V out/USB	A/V out/USB	USB/Video-out	USB/Video-out	USB	USB/Video-out	USB/Video-out
nein	ja	nein	nein	nein	nein	nein
Multiple/Spot	Multiple/Center-Weighted/Spot	TTL (mittenbetont)	TTL (mittenbetont)	TTL (mittenbetont)	TTL (mittenbetont)	TTL (mittenbetont)
8-1/2.000 Sek	8-1/1.000 Sek.	1/500-1/10 Sek.	1/2.000 -1/4 Sek.	1/1.000-1/4 Sek.	1/1.000-1/10 Sek.	1/800-1/2 Sek.
Farbs.	ja	ja	nein	ja	ja	ja
4 B./Sek.	4 B./Sek.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	2 x 1,5 V LR 06 (AA)	2 x 1,5 V LR 06 (AA)	2 x 1,5 V LR 06 (AA)	2 x 1,5 V LR 06 (AA)	4 x 1,5 V LR 06 (AA)
114 x 70 x 83	127 x 82 x 63	105 x 44 x 55	93 x 56 x 28	94 x 66 x 41	105 x 45 x 65	105 x 67 x 47
318 g	360 g	150 g	120 g	145 g	170 g	200 g
AC Adapter/Ladegerät, Akku, 8 MB SD Card, Verschlusskappe, A/V-, USB-Kabel, Software-CD	AC Adapter/Ladegerät, Akku, 32 MB SD Card, Verschlusskappe, A/V-, USB-Kabel, CD, Monitor-Kappe	Batterie, Tasche, Trageschleife, Software/Treiber CD, USB-, Video-Kabel	Batterie, Tasche, Trageschleife, Software/Treiber CD, USB-, Video-Kabel	Batterie, Tasche, Trageschleife, Software/Treiber CD, USB-Kabel	Batterie, Tasche, Trageschleife, Software/Treiber CD, USB-, Video-Kabel	Batterie, Tasche, Trageschleife, Software/Treiber CD, USB-, Video-Kabel
ja	ja	Oktober 2002	Februar 2003	April 2003	März 2003	Dezember 2002
499,-	999,-	179,- – 189,-	179,- – 199,-	199,-	199,- – 219,-	299,-



Rollei d330 motion	Rollei dk3000	Rollei dt3000 (Vorserienmodell)	Samsung Digimax 201	Samsung Digimax 240	Samsung Digimax V3	Samsung Digimax V4
3,34 Mio. Pixel	3,34 Mio. Pixel	3,24 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel	4,0 Mio. Pixel
ISO 50/100/200	ISO 200/400	ISO 100/200	ISO 100/200	Auto	Auto/ISO 100/200/400	Auto/ISO 100/200/400
38-80 mm	38-76 mm	k. A.	43 mm	39-117 mm	38-114 mm	38-114 mm
6	7	15	18	10	6	6
2x	2x	4x	2x	2x	4x	4x
SD Card	SD Card	SD-/MM Card	SD-/MM Card	SD-/MM Card	SD-/MM Card	SD-/MM Card
JPEG	TIFF/JPEG/EXIF2/AVI	JPEG/EXIF 2.1/DPOF/AVI	JPEG (DCF)/DPOF	JPEG (DCF)/DPOF	TIFF/JPEG / DPOF/AVI/WAV	TIFF/JPEG/ DPOF/AVI/WAV
k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
mini USB/Video	USB/Video	USB/USB-PC-Camera-Mode/Video	USB	USB	USB	USB
nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein
k. A.	k. A.	k. A.	Programmautomatik (AE)	Programmautomatik (AE)	Manuell/Multi/Spot	Manuell/Multi/Spot
k. A.	4-1/1.100 Sek.	2-1/2.000 Sek.	1/4-1/1.000 Sek.	1/2-1/2.000 Sek.	4-1/2.000 Sek.	4-1/2.000 Sekk.
opt. Realbild-Zoomsucher	nein	opt. Realbild-Zoomsucher	ja	ja	ja	ja
20 B./Sek.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
2 x AA	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	2 x AA	2 x AA	CR-V3	CR-V3
101 x 55 x 37	116,7 x 53,8 x 29,5	96 x 61 x 32	94 x 66 x 40	110 x 61,5 x 41	105,5 x 54,6 x 38	105,5 x 54,6 x 38
138 g	175 g	k. A.	141 g	180 g	165 g	165 g
Rollei d330 motion Treibersoftware/USB- u. Videokabel/Tragekordel/Gebrauchsanleitung auf CD 2. Quartal 2003	Rollei dk3000 Treibersoftware/USB- u. Videokabel, Softbeutel, Netzteil, Gebrauchsanleitung auf CD	Rollei dt3000 Treibersoftware, USB- u. Videokabel, Ladegerät, Tragekordel, Software ArcSoft Photo Impression	2 x AA, Softtasche, Trageschleife, USB-Kabel, Netzadapter, Software	2 x AA, Softtasche, Trageschleife, USB-/Video-Kabel, Software	CR-V3 Batt., 32 MB SD Card, Softtasche, Trageschleife, USB-/AV-Kabel, Software	CR-V3 Batt., 32 MB SD Card, Softtasche, Trageschleife, USB-/AV-Kabel, Software
ja	ja	ab 3. Quartal 2003	ja	ja	ja	ja
299,-	399,-	k. A.	199,-	249,-	449,-	499,-



Produkt	Sanyo VPC-MZ3 EX	Sanyo Xacti VPC-J1 EX	Sanyo VPC-AZ3 EX	Sony DSC-U20	Sony DSC-P32	Sony DSC-P52
Effektive Auflösung	2,0 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel	4,0 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel
Empfindlichkeit	ISO 100/200/400	ISO 100/200/400	ISO 100/200/400	Auto	Auto/ISO 100/200/400	Auto/ISO 100/200/400
Brennweite KB	37-111 mm	37-104 mm	37-111 mm	33 mm	33	39-117 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	10	2	10	10	10	8
Digitalzoom	4x	4x	4x	k. A.	3,2x Smart Zoom	6,4x Smart Zoom
Speichermedium	CompactFlash/Microdrive	SD Card	CompactFlash/Microdrive	Memory Stick	Memory Stick Pro/ Memory Stick	Memory Stick Pro/ Memory Stick
Dateiformate	JPEG/TIFF/Quick Time Movie	JPEG/TIFF/Quick Time Movie	JPEG/TIFF/Quick Time Movie	JPEG/MPEG 1	JPEG/MPEG 1	JPEG/MPEG 1
Dateigröße (MB)	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Datentransfer/Schnittstelle	USB/AV	USB/AV	USB/AV	USB/AV	USB/AV	USB/AV
Zubehörschuh	nein	nein	nein	nein	nein	nein
Belichtungsmeßverfahren	Mehrzonen/Mittenbetont/Spot	Mehrzonen/Mittenbetont/Spot	Mehrzonen/Mittenbetont/Spot	k. A.	Matrix/Spot	Matrix/Spot/Vorblitz
Verschlußzeit	16-1/2.500 Sek.	4-1/2.000 Sek.	16-1/2.500 Sek.	1/30-1/2.000 Sek.	2-1/1.000 Sek.	2-1/1.000 Sek.
Opt. Sucher	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Max. Bilderfrequenz	15 B./Sek., max. 15 B.	2 B./Sek., max. 13 B.	2 B./Sek., max. 9 B	5 B. in Serie	2 B. in Serie	2 B. in Serie
Batterietyp	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	2 Ni-MH-Akkus	2 Ni-MH-Akkus	2 Ni-MH-Akkus
Maße B/H/T (mm)	99 x 55 x 32,5	98 x 57 x 31 mm	99 x 55 x 32,5	84,5 x 39,8 x 28,6	101,3 x 57,7 x 35,2	123,2 x 57,7 x 52
Gewicht ohne Batterie	210 g	150 g	210 g	k. A.	155 g	155 g
Lieferumfang	16 MB Karte, SANYO Utility Software, USB-, AV Kabel, Tragekordel, Soft Case, Lithium Ionen Akku mit Schnellladegerät	16 MB Karte, SANYO Utility Software, USB und AV Kabel, Tragekordel, Soft Case, Lithium Ionen Akku mit Schnellladegerät	16 MB Karte, SANYO Utility Software, USB und AV Kabel, Tragekordel, Soft Case, Lithium Ionen Akku mit Schnellladegerät	2 Ni-MH-Akkus, 8 MB Memory Stick, USB-Kabel, Software PIXELA ImageMixer	2 Ni-MH-Akkus, Ladegerät, Memory Stick, USB-AV-Kabel, Software PIXELA ImageMixer	2 Ni-MH-Akkus, Ladegerät, 16 MB Memory Stick, USB-AV-Kabel, Software PIXELA ImageMixer
erhältlich	ja	ja	ja	ja	ja	ja
UVP (Euro)	399,-	449,-	599,-	330,-	350,-	350,-



Produkt	Sony MVC-CD500	Sony DSC-V1	Sony DSC-F717	Umax AstraPix 530	Umax AstraPix 540	Umax AstraPix 560
Effektive Auflösung	5,0 Mio. Pixel	5,0 Mio. Pixel	5,0 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel
Empfindlichkeit	Auto/ISO 100/200/400	Auto/ISO 100/200/400/800	Auto/ISO 100/200/400/800	Auto	Auto	ISO 100
Brennweite KB	34-102 mm	34-136 mm	38-190 mm	F 2.8/8.47 mm	F 2.8/9.2 mm	48 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	4	10	2	20	90	20
Digitalzoom	12x Smart Zoom	16x Smart Zoom	10x	4x	4x	4x
Speichermedium	CD-RW, CD-R	Memory Stick Pro/ Memory Stick	Memory Stick Pro/ Memory Stick	8 MB intern/SD Card	7 MB intern/CF	8 MB intern/SD Card
Dateiformate	JPEG/MPEG 1/TIFF	JPEG/TIFF/GIF/MPEG 1	JPEG/TIFF/GIF/MPEG 1	JPEG/AVI/WAV	JPEG/AVI	JPEG/AVI
Dateigröße (MB)	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	850 KB
Datentransfer/Schnittstelle	USB/AV	High Speed USB 2.0/AV	High Speed USB 2.0/AV	USB 1.1	USB	USB
Zubehörschuh	ja	ja	ja	nein	nein	nein
Belichtungsmeßverfahren	k. A.	Matrix/Integral/Spot	Matrix/Integral/Spot	k. A.	k. A.	k. A.
Verschlußzeit	8/1/1.000 Sek.	30-1/2.000 Sek.	30-1/2.000 Sek.	k. A.	k. A.	1/3-1/1.000 Sek.
Opt. Sucher	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Max. Bilderfrequenz	3 B. in Serie	3 B. in Serie	3 B. in Serie	5 B. in Serie	3 B. in Serie	3 B. in Serie
Batterietyp	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	4x AAA	4x AA	2 x AA
Maße B/H/T (mm)	138,5 x 95,7 x 103,1	99,5 x 65,2 x 56,8	119,5 x 68,9 x 151	97 x 28 x 63	114 x 65 x 40	97 x 65 x 37
Gewicht ohne Batterie	514 g	270 g	586 g	110 g	210 g	170 g
Lieferumfang	Akku, Ladegerät, USB-/AV-Kabel, Software PIXELA ImageMixer	Akku, Ladegerät, 32 MB Memory Stick, USB-/AV-Kabel, Software PIXELA ImageMixer	Akku, Ladegerät, 32 MB Memory Stick, USB-/AV-Kabel, Software PIXELA ImageMixer	USB-Kabel, Software CD, Tasche, Schlaufe, Handbuch, Batt.	Schlaufe, Tasche, Batt., USB-Kabel, Kopfhörer, CD, Kurzanl.	USB-Kabel, Software CD+Handbuch, Tasche, Schlaufe, 2 x AA, Batt., Kurzanl.
erhältlich	ja	Juni 2003	Okt. 2002	ja	ja	ja
UVP (Euro)	750,-	800,-	1.050,-	129,90	139,90	149,90



Sony DSC-P72	Sony DSC-P8	Sony DSC-P92	Sony DSC-F77	Sony MVC-FD200	Sony DSC-P10	Sony DSC-FX77
3,2 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel	5,0 Mio. Pixel	4,0 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	5,0 Mio. Pixel	4,0 Mio. Pixel
Auto/ISO 100/200/400	k. A.	Auto/ISO 100/200/400	Auto/ISO 100/200/400	ISO 100	Auto/ISO 100/200/400	Auto/ISO 100/200/400
39-117 mm	39-117 mm	39-117 mm	37 mm	41-123 mm	38-114 mm	37 mm
8	10	10	10	3	10	10
9,6x Smart Zoom	9,6x Smart Zoom	12x Smart Zoom	3,5x Smart Zoom	6x	12x Smart Zoom	3,5x Smart Zoom
Memory Stick Pro/ Memory Stick	Memory Stick Pro/ Memory Stick	Memory Stick Pro/ Memory Stick	Memory Stick Pro/ Memory Stick	3,5" Diskette, Memory Stick	Memory Stick Pro/ Memory Stick	Memory Stick Pro/ Memory Stick
JPEG/MPEG 1	JPEG/MPEG 1	JPEG/MPEG 1	JPEG/GIF/MEG 1	JPEG/MPEG 1/GIF/TIFF	JPEG/MPEG 1	JPEG/GIF/MPEG 1
k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
USB/AV	USB/AV	USB/AV	Dockingstation m. USB/AV	USB/AV	USB 2.0/AV	Dockingst. m. USB-/AV-Anschl./Bluetooth
nein	nein	nein	nein	ja	nein	nein
Matrix/Spot/Vorblitz	Matrix/Spot	Matrix/Spot	Matrix/Integral/Spot	k. A.	Matrix/Integral/Spot	Matrix/Integral/Spot
2-1/2.000 Sek.	2-1/2.000 Sek.	2-1/2.000 Sek.	2-1/1.000 Sek.	2-1/800 Sek.	2-1/2.000 Sek.	2-1/1.000 Sek.
ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
2 B. in Serie	2 B. in Serie	3 B. in Serie	3 B. in Serie	k. A.	3 B. in Serie	3 B. in Serie
2 Ni-MH-Akkus	Lithium-Ionen-Akku	2 Ni-MH-Akkus	Lithium-Ionen-Akku	1 Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku
119,5 x 57,7 x 36,8	108 x 51,5 x 35,1	119,5 x 57,5 x 36,9	92,6 x 71 x 24	142 x 104 x 70	108 x 51,5 x 35,1	92,6 x 71 x 27
197 g	172 g	198,5 g	152 g	520 g	172 g	152 g
2 Ni-MH-Akkus, Ladegerät, 16 MB Memory Stick, USB-/ AV-Kabel, Software PIXELA ImageMixer	Akku, Ladegerät, 16 MB Memory Stick, USB-/AV- Kabel, Software PIXELA ImageMixer	2 Ni-MH-Akkus, Ladegerät, 16 MB Memory Stick, USB-/AV-Kabel, Software PIXELA ImageMixer	Akku, Ladegerät, 16 MB Memory Stick, USB-/AV- Kabel, Software PIXELA ImageMixer	Akku, Ladegerät, USB-/ AV-Kabel, Software PIXE- LA ImageMixer	Akku, Ladegerät, 32 MB Memory Stick, USB-/AV- Kabel, Software PIXELA ImageMixer	Akku, Ladegerät, 16 MB Memory Stick, USB-/ AV-Kabel, Software PIXELA ImageMixer
ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
400,-	500,-	550,-	600,-	650,-	650,-	700,-



Umax AstraPix 630	Umax AstraPix 670	Voigtländer X2	Yashica Kyocera Finecam L3V	Yashica Kyocera Finecam L4V	Yashica Kyocera Finecam S 5	Yashica Contax Tvs Digital
3,34 Mio. Pixel	3,34 Mio. Pixel	2,0 Mio. Pixel	3,2 Mio. Pixel	4,0 Mio. Pixel	5,0 Mio. Pixel	5,0 Mio. Pixel
Auto	Auto/ISO 100/200/400	Auto/ISO 100/200/400	ISO 80/160/320	ISO 80/160/320	ISO 100/200/400	ISO 80-400
39 mm	37-108 mm	33 mm	38-115 mm	35-105 mm	35-105 mm	35-105
20	20	10	20	20	17	15
4x	4x	2x	2x	2x	4x	4x
16 MB intern/SD Card	16 MB intern/SD Card	8 MB intern/SD Card	SD-/MM Card	SD-/MM Card	SD-/MM Card	SD-/MM Card
JPEG/AVI	JPEG/AVI	JPEG/Motion JPEG/EXIF 2.2/DPOF 1.1/DCF 1.1	JPEG	JPEG	JPEG	JPEG
k. A.	k. A.	0,4 bis 0,8	1,6	2	2,5	2,5
USB	USB	USB/Video out	USB	USB	USB	USB
nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein
k. A.	automatisch	Auto/Manuell	Multi/Integral/Spot	Multi/Integral/Spot	Multi/Integral/Spot	Multi/Integral/Spot
1/3-1/1.000 Sek.	1-1/2.000 Sek.	1/10-1/1.000 Sek.	8-1/2.000 Sek.	8-1/2.000 Sek.	8-1/2.000 Sek.	8-1/2.000 Sek.
ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
3 B. in Serie	k. A.	0,6 B./Sek.	-	-	-	2 B./Sek., max. 3 B.
2 x AA	2 x AA	2x AA (nur für Test)	CR-V3/AA-Akkus	CR-V3/AA-Akkus	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku
97,4 x 64,5 x 36	107,5 x 63 x 36,4	105 x 63 x 42	112 x 54 x 35	112 x 54 x 35	92 x 57 x 33	112 x 60 x 33
150 g	160 g	180 g	170 g	170 g	165 g	210 g
USB-Kabel, Software CD+Handbuch, Tasche, Schlaufe, 2 x AA, Batt., Kurzanl.	USB-Kabel, Software CD+Handbuch, Tasche, Schlaufe, 2 x AA, Batt., Kurzanl.	USB/Videokabel, Treiber/CD-ROM, Hand- schlaufe, Tasche, 2x AA (nur für Test)	16 MB SD Card, Lithium- batterie CR-V3, Software, USB-Kabel, Handschlaufe	16 MB SD Card, Lithium- batterie CR-V3, Software, USB-Kabel, Handschlaufe	16 MB SD-Karte, Lithium- Akku, Software, Netz-/ Ladeadapter, USB-Kabel, Videokabel, Handschlaufe	16 MB SD Card, Lithium-Akku, Software, Netz-/Ladeadapter, USB-, Videokabel, Tasche, Hand- schlaufe, Fernauslöser
Mai 2003	ja	ja	ja	ja	ja	ja
199,90	249,90	199,-	499,-	599,-	599,-	998,-

Sony Cyber-shot DSC-V1: *Exklusiv für den Fotofachhandel*

Bereits vor zwei Jahren hat die Sony Deutschland GmbH ein Außendienst-Team speziell für den Fotofachhandel gegründet und damit die Bedeutung dieses Vertriebsweges für das Unternehmen unterstrichen. Darüber hinaus führt das Unternehmen besonders hochwertige Fotoprodukte wie die DSC-V1 zunächst exklusiv im Fotofachhandel ein.

Ihre Premiere wird Sonys neue Cyber-shot DSC-V1 im Juni ausschließlich im Fotofachhandel feiern. Die Fünf-Megapixel-Digitalkamera im edlen Aluminiumgehäuse wurde im klassischen Kameralook gestaltet und verbindet ein exklusives Design mit einer reichhaltigen Ausstattung.



Im klassischen Kameralook wurde die hochwertig ausgestattete DSC-V1 von Sony konzipiert.

Für hochwertige Bilder ist die Kombination aus Super HAD-CCD mit fünf Megapixeln und dem Vario Sonnar-Objektiv des Traditionsunternehmens Carl Zeiss zuständig. Der 14 Bit Analog/Digital Wandler sorgt für Aufnahmen mit einem hohen Dynamikumfang und exakten Farbübergängen. Das vierfach optische Zoomobjektiv bietet umgerechnet aufs Kleinbild-

format eine Brennweite von 34–136 mm. Zusätzlich verfügt die Kamera über Sonys Smart Zoom. In einer geringeren als der maximalen Pixelauflösung verwendet sie die nicht genutzten Pixel für den Smart Zoom. Bei der DSC-V1 kann das Motiv damit bis zu 16fach herangezoomt werden, in einer laut Aussage von Sony zu einem optischen Zoom vergleichbaren Qualität.

Durch ihre spezielle Ausstattung eignet sich die Kamera auch für Aufnahmen bei schlechten Lichtverhältnissen. Mit der Night Shot-Funktion ist die Aufnahme von Bildern mittels integrierter Infrarot-LED auch bei null Lux möglich. Über die Night Framing-Funktion wird die DSC-V1 zum Nachtsichtgerät und macht per Infrarot die Motive sichtbar. Um das Fokussieren auch unter schlechten Lichtverhältnissen zu verbessern, ist die Kamera wie auch schon Sonys Spitzenmodell DSC-F717 mit einem Laser Autofokus (Hologramm AF) ausgestattet.

Ein neuartiger Blitzmodus der Kamera ermöglicht durch das Zusammenspiel einer langen Belichtungszeit mit einem nachgeschalteten Blitz Aufnahmen, bei denen sowohl der Vorder- als auch der Hintergrund gut sichtbar sind. Zusätzlich zum integrierten Blitz besteht die Möglichkeit, über den Mitlenkerkontakt-Blitzschuh einen externen Blitz einzusetzen.

Durch den permanenten Autofokus wird ein noch schnelleres Auslösen als bisher möglich. Beim Andrücken des Auslösers fokussiert die Kamera dauerhaft das sich bewegende Motiv. Sobald das gewünschte Motiv im Visier ist,



muß nur noch der Auslöser ganz durchgedrückt werden.

Die Kamera bietet neben einer Vielzahl von Automatik-Funktionen auch individuelle Einstellmöglichkeiten beispielsweise für Kontrast, Schärfe und Farbsättigung.

Sportaufnahmen lassen sich mit der dreifachen Serienbildfunktion ablichten. Überhaupt ist die Kamera mit einer Auslöseverzögerung von nur 0,47 Sekunden sehr schnell aufnahmebereit. Durch den neuen MPEG VX Modus können im VGA-Format (640 x 480 Pixel) aufgezeichnete MPEG-Filme am heimischen TV in voller Größe wiedergegeben werden.

Zum Lieferumfang gehören ein Info-Lithium Akku, ein Ladegerät, ein 32 MB Memory Stick, USB- und AV-Kabel sowie umfangreiche, aktuelle Software (Image Mixer, Image Transfer, USB-Treiber). Die DSC-V1 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 799,- Euro.

Unterstützt wird die exklusive Auslieferung im Monat Juni an den Fotohandel durch ein Bundle der Kamera mit der Fotozeitschrift „fotoDIGITAL“, auf das durch entsprechende PoS-Materialien aufmerksam gemacht werden wird. Darüber hinaus werden Spots im Radio für das digitale Topmodell werben.

höl

**imaging+foto-contact sprach mit
Dirk Schwarz, Produktmanager
Digitalkameras, Sony Deutschland GmbH,
über spezifische Maßnahmen, die Sony
für den Fotohandel geplant hat.**

**imaging+foto-contact: Welche
Maßnahmen hat Sony speziell
für den Fotohandel geplant?**

Dirk Schwarz: Der Fotofachhandel ist für Sony ein sehr wichtiger Vertriebsweg und wird von uns durch vielfältige Aktivitäten unterstützt. Seit zwei Jahren gibt es z. B. einen spezifischen Außendienst, der ausschließlich auf den Fotofachhandel in Deutschland ausgerichtet ist. Im laufenden Geschäftsjahr wird es erstmals exklusive Produkteinführungen im Fotofachhandel geben, und wir werden mit diversen kommunikativen Maßnahmen zusammen mit dem Fotofachhandel die Marke Sony insbesondere in der digitalen Fotografie noch besser positionieren.



Im laufenden Geschäftsjahr wird es erstmals exklusive Produkteinführungen im Fotofachhandel geben, und wir werden mit diversen kommunikativen Maßnahmen zusammen mit dem Fotofachhandel die Marke Sony insbesondere in der digitalen Fotografie noch besser positionieren.

imaging+foto-contact: Wo findet der Handel aktuelle Informationen zum Sony-Produktsortiment?

Dirk Schwarz: Über unser „Sony Infonet“ (www.sony-infonet.de) haben Vertragspartner direkten Online-Zugriff auf einen breit gefächerten Baukasten unterschiedlicher Informationen wie Produkt-Infoblätter, Pressefotos, Pressemitteilungen, Testberichte, Testlogos, etc. Zudem erhalten alle registrierten Teilnehmer einen automatischen E-Mail Newsletter, der über die aktuellsten Neuigkeiten im Sony Sortiment informiert. Sony versucht bei der Marketing-Unterstützung außerdem, individuell auf die Bedürfnisse des jeweiligen Handelspartners einzugehen.

imaging+foto-contact: Welche weiteren Aktionen sind geplant?

Dirk Schwarz: Diese kundenspezifischen Aktionen reichen von Werbekostenzuschüssen über PoS-Displays bis hin zu Vor-Ort-Promotions, Produktschulungen, Hausmessen und Kundenevents. In diesen Bereichen werden wir gemeinsam mit dem Handel weitere Aktivitäten entwickeln und uns weiter verbessern. Im Rahmen unseres Neuheiten Services „EPOS First“ haben unsere direkten Partner die Möglichkeit, eine Erstbelieferungsgarantie für unsere Neuheiten zu erhalten, sofern sie sich bei diesem Programm eingetragen haben. Hierbei wird garantiert, daß die teilnehmenden Partner die Sony Neuheiten als erste vor der breiten Markteinführung geliefert bekommen.

imaging+foto-contact: Herr Schwarz, vielen Dank für das Gespräch!

Ihre Partner für Foto und Digital Imaging!

Bremaphot

Biedebach & Co. (GmbH & Co.)

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

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

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

Dinkel KG

80336 München • Landwehrstr. 6

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

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

Hansephot GmbH

18184 Neuendorf • Mecklenburger Str. 5

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

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

Kleffel + Aye (GmbH & Co.)

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

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

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

Photo Universal

Kleiber GmbH & Co. KG

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

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

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

Carl Wöltje

GmbH & Co. KG

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

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

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

Ihre Fachberater für den Einkauf in 2003

Neue Cyber-shots U: wasserdicht und für Selbstportraits

„U“ wie Urlaubsspaß



Mit den Cyber-shots U DSC-U60 und U DSC-U30 präsentiert Sony zwei weitere Modelle der für jugendliche Anwender konzipierten U-Serie des Unternehmens.

Digitalkamera und Unterwassergehäuse in einem, das ist Sonys neueste Cyber-shot U, die DSC-U60. Die extrem kleine und handliche Kamera ist bis zu 1,5 Meter Tauchtiefe wasserdicht. Damit ist sie die ideale Begleitung für den Wasser-



sporturlaub. Actionaufnahmen hält die Kamera, die innerhalb von einer Sekunde betriebsbereit ist, mit einer Auslöseverzögerung von nur 0,8 Sekunden fest. Dabei bringt sie gerade mal ein Gewicht von 149 Gramm auf die Waage und hat die Abmessungen 60,2 x 116,8 x 43,3 mm (B x H x T). Die DSC-U60 verfügt über einen lichtempfindlichen Super HAD CCD mit

Progressive Scan Technik, der die Fotos als Vollbild und nicht wie bei herkömmlichen Interlaced CCDs in Halbbildern nach dem Zeilensprungverfahren aufzeichnet. Er bietet eine effektive Auflösung von zwei Megapixeln. Mit der gleichen CCD-Leistung wartet auch Sonys zweite Neuauflage auf. Der besondere Clou der DSC-U30 ist der integrierte Spiegel an der Objektivklappe. Damit wird die Aufnahme von Selbstporträts vereinfacht: Dazu wird die Objektivklappe weggeschoben, in den Spiegel geschaut



Die witzige DSC-U60 für Selbstaufnahmen ist in den Trendfarben Silber, Metallicblau, Graphitgrau und Gold erhältlich.



und der Auslöser gedrückt – fertig ist die Aufnahme. Ob das Selbstportrait gelungen ist oder nicht, kann dann gleich an dem ein Zoll großen Hybrid-LCD überprüft werden. Das Objektiv hat eine Lichtstärke von 2,8 und verfügt über eine Festbrennweite von 33 Millimetern. Die DSC-U30 ist in den trendigen Farben Silber, Metallicblau, Graphitgrau und Gold erhältlich. Gemeinsam sind der DSC-U60 und der DSC-U30 die Motivprogramme für spezielle Aufnahmesituationen. So be-

währt sich der „Active Outdoor Modus“ bei Aufnahmen in heller Umgebung mit bewegten Objekten. Der „Soft Shape-Modus“ eignet sich für Portrait-aufnahmen, da er Gesichter weicher und wärmer zeichnet. Im „Vivid Nature-Modus“ kommen Naturfotografien durch eine Verstärkung der Grün- und Blautöne besonders gut zur Geltung. Der „Illumination Snap-Modus“ lässt sich besonders gut für Personenschnappschüsse in der Dunkelheit einsetzen. In diesem Modus sorgt die auf die Situation abgestimmte Synchronisation von Blitz und Verschlusszeit für eine gleichmäßige Ausleuchtung des Bildes. Der „Twilight Modus“ schließlich lässt das Motiv auch bei schlechten Lichtverhältnissen nicht im Dunklen stehen.

Bei der DSC-U60 sorgt zusätzlich der „Under Water Modus“ für gelungene Unterwasseraufnahmen. Er reagiert auf die veränderten Lichtverhältnisse beim Tauchgang. Mit beiden Kameras können auch Videosequenzen von bis zu 15 Sekunden Länge aufgezeichnet werden. Als Zubehör bringen sie zwei Nickel-



Metallhydrid-Batterien, ein Ladegerät, einen 8 MB Memory Stick und ein umfangreiches Softwarepaket mit. Beide Kameras werden ab Juli ausgeliefert. Die DSC-U60 hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 349 Euro, die DSC-U30 von 280 Euro. höl

CeWe Color lud Schülerinnen ein

Die große Resonanz des vergangenen Jahres war für CeWe Color Grund genug, um am 8. Mai wieder Schülerinnen der Klassen fünf bis zwölf zu einem „Girl's Day“ einzuladen. Ursprünglich als Gelegenheit gedacht, Eltern, Verwandten und Bekannten bei der Arbeit zuzusehen, hat sich dieser Tag der offenen Tür auch als Weg entpuppt, interessierten Mädchen auf der Suche nach einem Ausbildungsplatz einen Einblick in die Tätigkeiten von Verwaltung, Produktion oder Forschung und Entwicklung zu geben. Michael Wefers, Geschäftsführer für Personal- und Rechtsmanagement, sieht im Girl's Day die Chance, junge Frauen mit den technischen Berufsbildern vertraut zu machen, in denen sie seiner Erfahrung nach immer noch deutlich unterrepräsentiert seien.

CeWe Colors Investor-Relations-Arbeit mit neu geschaffenem Preis ausgezeichnet

Die CeWe Color Holding AG ist mit dem neu geschaffenen Preis BIRD (Beste Investor Relations Deutschlands) für die drittbeste Investor-Relations-Arbeit Deutschlands bei Small-Cap-Unternehmen ausgezeichnet worden. Insbesondere Glaubwürdigkeit, Überzeugungskraft bei Prognosen und zeitnahe Veröffentlichung von Unternehmensnachrichten sprechen für das Oldenburger Großfinishingunternehmen. So lautet das Ergebnis einer Umfrage des Anlegermagazins „Börse Online“ unter 1.620 Lesern, bei der die Kapitalmarkt-kommunikation von 160 deutschen Aktiengesellschaften in den Kategorien Blue Chips, Mid Caps und Small Caps unter



Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Holding AG, und Investor-Relations-„Arbeiterin“ Hella Meyer nahmen den BIRD-Preis in Empfang.

die Lupe genommen wurde. Die Börse Online-Umfrage bewiese den positiven Zusammenhang von Investor-Relations-Arbeit und Kursperformance, stellte CeWe Color in einer Pressemitteilung fest. Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Holding AG, der den Preis gemeinsam mit Hella Meyer, in deren Zuständigkeit die Investor-Relations-Arbeit des Unternehmens fällt, in Empfang nahm, betonte, daß CeWe seit dem vorigen Jahr den Nachweis er-

bracht habe, daß die Unternehmensgruppe erfolgreich die Entwicklung und Vermarktung digitaler Produkte betreibt. „Digitalfotos und Image-CDs finden nicht nur das Interesse von Handel und Konsumenten, sondern auch die Aufmerksamkeit der Finanzöffentlichkeit“, meinte Hollander. Auf über 80 Roadshow-Veranstaltungen präsentierte der Vorstand im Laufe der vergangenen sechs Monate das Unternehmen und verdeutlichte die Chancen der Unternehmensgruppe.

Jetzt bloß nichts verpassen!



SOLARIS FG PLUS.

Vor Überraschungen ist man nie gefeit. Zum Glück jedoch entgeht den neuen Solaris FG PLUS Filmen kein noch so unerwartetes Detail.

Sie bewältigen souverän praktisch jede Motivsituation. Ihre herausragenden Eigenschaften: brillante Farbwiedergabe, Kontrastreichtum, hervorragende Schärfe, exzellente Lichtempfindlichkeit und ein ausgezeichnetes Preis-Leistungsverhältnis.

Es ist nicht immer alles vorhersehbar. Doch mit den neuen Solaris FG PLUS als leistungsstarke Umsatzträger wird Erfolg planbar.

Mehr Infos unter: www.ferraniait.com



NEUE TECHNOLOGIE

Structured Homogeneous Crystals
Ultra thin layers
Accurate Colors Technology

Solaris
easy photography™

Aluminiumkoffer erfüllen professionelle Ansprüche

Amabila heißt eine neue Produktfamilie im Vertrieb von Multiblitz, die aus einer breiten Palette extrem aufwendig verarbeiteter Aluminiumkoffer besteht. Attraktive Oberflächen und zeitgemäßes Design, gepaart mit optimalem Schutz der Geräte und hohem Gebrauchswert, zeichnen die Produkte



nach Angaben des Herstellers aus. Zur Verfügung stehen viele unterschiedliche Standardmaße mit individueller Einteilung ebenso wie Anfertigungen „nach Maß“. Außerdem bietet Multiblitz sinnvolles Zubehör wie Trolleys, Trageriemen und feste Innenteiler an. Der Hersteller gewährt auf Material und Verarbeitung lebenslange Garantie.

Lifestyle-Kamerataschen von Body Glove

Die aus strapazierfähigem ballistischem Nylon, mattiertem Gummi und modischem Neopren hergestellten, wasserabweisenden Body Glove Taschen bieten Schutz für digitale Fotokameras. Sie sind ab sofort in drei Größen jeweils in Blau und Schwarz erhältlich. Ergänzt werden diese Neuhei-



ten durch die Body Glove Digital Video-Tasche. Alle Produkte verfügen über mehrere Innen- und Außentaschen zur Aufnahme von Speicherkarten und Zubehör, einen Gürtelhalter und einen Schultergurt. Die Body Glove-Taschen für Digitalkameras sind in folgenden Größen erhältlich: Kompakt (12,99 Euro*), Medium (19,99 Euro*) und Groß (24,99 Euro*). Die Videokamera-Tasche gibt es in einer Standard-Größe zum Preis von 39,99 Euro*. Auch wer seine Ausrüstung noch nicht „digitalisiert“ hat, dem bietet Body Glove mit seinen Mehrzweck-Kamerataschen eine passende Möglichkeit zur Aufbewahrung. Sie besitzen die gleiche Ausstattung wie die Taschen für Digitalgeräte, sind ebenfalls in Blau und Schwarz verfügbar und kosten 29,99 Euro* als Standard und 34,99 Euro* als großes Modell (* alle Preisangaben sind unverbindliche Preisempfehlungen). Diese Tragetaschen sind für die meisten aktuell erhältlichen Kameramodelle geeignet.

Kamerastative mit neuer Nivelliereinrichtung

Unter der Bezeichnung MA 755 und MA 756 hat Multiblitz zwei neue Kamerastative aus Aluminium und unter dem Produktnamen MA 754 ein neues Modell aus Carbon ins Sortiment aufgenommen. Mit allen drei Stativen ist es möglich, Foto- und Videokameras zu

nivellieren, ohne Position oder Auszugslänge der Stativbeine verändern zu müssen. Dazu dient eine 50 mm-Halbkugel, die mittels Drehgriff am Ende der Mittelsäule gelöst oder fixiert wird. Die Mittelsäule ist dennoch für tiefe



Positionen umkehrbar. Unter der Bezeichnung 554, 555B und 556B stehen bei Multiblitz auch Mittelsäulen mit dieser neuen Nivelliereinrichtung zur Verfügung, mit denen die älteren Stativmodelle 440, 055 Pro und 190 Pro auf den Stand der neuen Technik aufgerüstet werden können.

Fünf neue Kleinbild-Kompaktkameras von Fujifilm

Trotz der derzeitigen Euphorie in Sachen Digitalfotografie ist das klassische Fotografieren mit einem Film noch lange nicht out. Nach wie vor investieren die Hersteller in die Weiter- oder Neuentwicklung von Kameras, und immer noch bietet das analoge Fotografieren eine Reihe von Vorteilen. So herrscht beispielsweise beim herkömmlichen Fotografieren mit Film ein unschlagbares Preis-Leistungsverhältnis. Qualitativ hochwertige Filme bekommt der Kunde überall, und auch Fotos vom Kleinbildfilm lassen sich schnell und bequem entwickeln – sei es im Stunden- oder im Großlabor. Für preisbewusste Verbraucher hat Fujifilm jetzt fünf neue Kleinbildkameras zwischen 79 und 229 Euro vorgestellt.



Alles in einem Heft!

DIGITAL +++ PROFESSIONELLE BILDBEARBEITUNG +++ DIGITAL

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



NEU: 4. komplett überarbeitete Auflage!

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



Für Photoshop bis Version 7.0

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

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

Unterschrift

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

Name/Firma:

Straße/Nr.:

Plz/Ort:

Telefon/Fax:

Fax: 0 21 02 / 20 27 90

Bilder archivieren, bearbeiten und ins Netz stellen

StudioLine Photo und StudioLine Web

Nach der Vorstellung der Bildarchivierungssoftware StudioLine Photo Ende letzten Jahres präsentierte die H&M System Software GmbH eine weitere, upgedatete 1.1-Version des Programms. Jetzt bringt das Unternehmen mit StudioLine Web ein Programm für das intuitive und schnelle Erstellen von Webseiten auf den Markt, das darüber hinaus StudioLine Photo integriert hat.

StudioLine Web ist nicht nur ein Komplettbaukasten für grafisch anspruchsvolle Webseiten, sondern ermöglicht mit Hilfe der integrierten Bildarchivierungs- und Bildbearbeitungssoftware StudioLine Photo das Bearbeiten von Bildern ohne Programmwechsel direkt

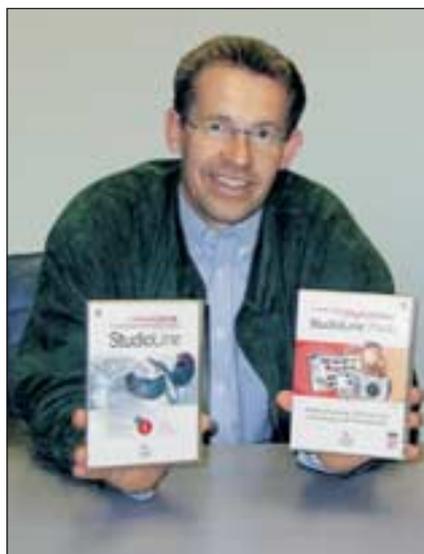


Mit Spezialeffekten und Filtern sowie zahlreichen Vorlagen können Anwender mit StudioLine Web einfach eigene Webgalerien ihrer Bilder ins Netz stellen.

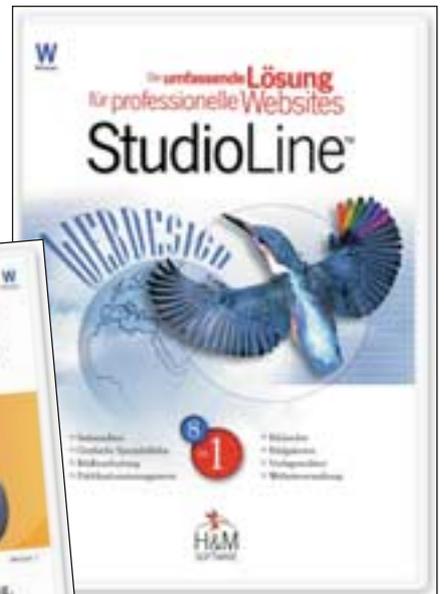
im Seitenlayout der Webseite. Die WYSIWYG (What You See Is What You Get)-Oberfläche gestattet das Arbeiten wie in einer klassischen Layout-Applikation für den Ausdruck. Dazu zählt beispielsweise das pixelgenaue Ausrichten von Bildern und Texten oder die Seitenausrichtung der Elemente (links-, rechtsbündig, zentriert, oben, unten, mittig). Dabei wird die Arbeit durch magnetische Hilfslinien, an die automatisch die Bilder herangerückt werden, oder durch

eine Seitenrandanzeige für den sichtbaren Bereich im Browser erleichtert. Weitere hilfreiche Features sind Funktionen zum automatischen Anordnen mit jeweils gleichen Abständen von Bildern oder

anderen Elementen oder die Gestaltung von überlappenden Fotokollagen, bei Bedarf auch mit Rollover-Effekten. Die Integration der Bildbearbeitungssoftware StudioLine Photo in das Webpublishing-Programm führt dazu, daß Bilddaten der Webseite automatisch in dem Bildarchivierungsprogramm gespeichert werden. Eine Bearbeitung und Optimierung der Bilder sowie das



Michael Röhring, Vertrieb, H&M System Software GmbH, wird die Fotofachhändler persönlich aufsuchen, um ihnen die Vorzüge der Bildarchivierungs-, Bildbearbeitungs- und Webpublishingprogramme des Unternehmens zu demonstrieren.



Hinzufügen von Spezialeffekten ist direkt im Seiteneditor möglich. Auch hierbei gilt das Prinzip, daß alle Bearbeitungs-

filter verlustfrei arbeiten, somit das Originalbild immer erhalten bleibt und jederzeit wieder hergestellt werden kann. Für die Verwendung im Weblayout wird die Bilddatei erst in der Browservorschau automatisch in ein webtaugliches Format konvertiert.

Um die fertige Seite ins Netz zu stellen, brauchen Anwender keine Programmier-Kenntnisse zu haben: HTML- und Java-Script Code einschließlich Navigationslinks, Rollovereffekte etc. werden von dem Programm automatisch



Durch die praktische Stapelverarbeitung können ganze Bilderserien mit der neuesten StudioLine Photo-Version noch schneller bearbeitet werden.

erstellt. Die Bildbearbeitungssoftware StudioLine Photo kostet einzeln 49,88 Euro (UVP), zusammen mit dem Webpublishingprogramm StudioLine Web 289 Euro. höl

PMA Europa 2003



Sie werden dort viel über neue Geschäftsideen und die Technologien der Zukunft erfahren. Und sie werden bei allen Konferenzen der PMA Europa 2003 die wichtigsten Lieferanten treffen.

PMA Europa 2003 Imaging Konferenzen

18. September	Moskau – Radisson Slavjanskaya Hotel
22. September	Mailand – Unione Commercianti
7. Oktober	Frankfurt – Frankfurt Marriott Hotel
10. Oktober	Zürich – Swissôtel
13. Oktober	Paris – Le Toit de la Grande Arche
15.-16. Oktober	Birmingham – The Chateau Impney

- Fortbildung zu analogen und digitalen Technologien
- Marketing und Business Seminare
- Podiumsdiskussionen mit Vertretern führender Hersteller
- Eine Mini Messe mit den neuesten Produkten und Dienstleistungen der Imaging Branche



Weitere Informationen zu den PMA Europa 2003 Konferenzen über die Teilnahme als Sponsor (Aussteller) oder Besucher erhalten Sie unter Telefon Nummer USA 001-517-788-8100 (bitte fragen Sie nach Elisabeth Scherer, sie spricht deutsch), unter der Fax- Nummer 001-517 788 7809 oder per Email unter der Spezialadresse pmaeurope2003@pmai.org

<http://europe2003.pmai.org>



Kodaks neue Modelle von Single Use-Cameras

Kodak führt ab sofort neue Single-Use-Cameras der Ultra- und Fun-Serie ein: In drei neuen Farben und im trendigen Design gibt es die Kodak Ultra Compact Flash Camera. Sie ist mit einem hochempfindlichen Kodak ISO 800 Film ausgestattet und verfügt über eine Ektanar Dual Element Linse für qualitativ hochwertige Aufnahmen. Der integrierte Blitz schaltet sich bei jeder Aufnahme automatisch ein. Die Kodak Ultra Sport Camera ist robust, stoßfest, wasserdicht und staubgeschützt und eignet sich damit hervorragend für Outdoor-Freizeitaktivitäten. Ein „All-in-One“-Knopf erleichtert die Bedienung, die Handschlaufe den Transport – auch unter Wasser. Die preiswerte, lifestyle-orientierte Kodak Fun Flash Camera (die als Kodak Fun Camera auch ohne integriertes Blitzgerät zu haben ist) soll mit ihrem modernen Design



vor allem eine junge Käufergruppe ansprechen. Sie verfügt über einen Kodak ISO 400 Film und (in der Flash-Version) einen Blitz. Beide Modelle sind ab sofort auch im Doppelpack zu haben. Mit den neuen Modellen engagiert sich Kodak in einem Markt, der noch lange nicht gesättigt ist und in den vergangenen Jahren deutliche Zuwachsraten verzeichnete: So stieg allein im vorigen Jahr nach Angaben der GfK die Zahl verkaufter Filme mit Linse in Deutschland um 27 Prozent.

Starker Auftakt bei Mercedes



Ein Mercedes Benz 300 SL Cabriolet aus dem Jahre 1956 gehörte zu den Fahrzeugen, die am Kodak Promotion-Truck als Kulisse für Digitalaufnahmen der Besucher dienten. Fotos: hepä

Kodak Roadshow startet in Fellbach

Rund 35.000 Besucher haben am 18. Mai im Rahmen der Mercedes-Benz Classic Days in Fellbach das zehnjährige Bestehen des Mercedes-Benz Classic Centers gefeiert. Viele von ihnen nutzten gleichzeitig die Chance, sich auf dem brandneuen Kodak Promotion-Truck über die Möglichkeiten zu informieren, Papierbilder von digitalen Speichermedien zu bekommen: In Fellbach startete Kodak die diesjährige Roadshow, die bis Anfang September in über 30 Städten haltmachen wird.



Den kompletten Workflow von der Aufnahme bis zur Ausgabe konnte sich, wer wollte, live demonstrieren lassen. Mit Kodak Digitalkameras ausgestattete Promotoren fotografierten Interessierte vor und neben den als Kulisse dienenden Autos

(bereit standen ein 300 SL Cabriolet, ein moderner SL 55 V8 und der Smart Roadster, den es am Ende der Roadshow zu gewinnen gibt)

und printeten die Bilder anschließend auf einem der im Truck zur Verfügung stehenden Terminals.

Im Truck konnten sich die Besucher außerdem über das Printen von Bildern



Zahlreiche Besucher nutzten die Möglichkeit und ließen sich vom Kodak Promotion Team die verschiedenen digitalen Bilddienstleistungen detailliert erklären.

aus Fotohandys, das Erstellen von Foto-CDs oder die Anbindung eines digitalen Annahmeterminals an ein Minilab informieren. Ausgerüstet ist der Truck unter anderem mit einer Digital Camera Order Station, Kodak Order Stations mit Wireless Anbindung für Foto-Handys, den Kodak Minilabs System 30 und System 89 und dem Kodak Picture Center online Service. Mit der diesjährigen Roadshow, die unter dem Motto „Kodak Bilder. Einfach

digitoll!“ steht, bietet Kodak erstmals auch Endkunden die Möglichkeit, an den Veranstaltungen teilzunehmen. Während an fast allen Standorten tagsüber ähnliche Promotionaktivitäten stattfinden wie in Fellbach, bleiben der späte Nachmittag und der Abend Händlern für Kurzseminare und Trainings offen. Um möglichst viele Menschen zu erreichen, hält der Promotion-Truck an zentralen Einkaufsplätzen deutscher Großstädte oder bei diversen

HAGEE

RAHMEN, ALBEN,
ORDNUNGSSYSTEME
FÜR FOTOS UND NEGATIVE,
SCHRÄGSCHNITT-PASSEPARTOUTS,
PORTRAIT-TASCHEN,
ENDLOS-LEPORELLOS

HAGEE-Goltdammer GmbH
83230 Bernau/Chiemsee · Postfach 1146
Telefon 0 80 51/80 48-0 · Telefax 0 80 51/73 12
www.hagee.de · E-Mail: info@hagee.de

Publikumsveranstaltungen mit Eventcharakter (zum Beispiel bei der Sesamstraße Geburtstagsparty, beim Oldtimer Festival auf dem Nürburgring oder der Hanse Sail in Rostock). Roadshow-Termine im Juni: 4. München; 6.+8. Nürnberg; 10.–11. Köln; 13.–15. Nürburgring; 17. Saarbrücken; 21. Stuttgart; 23. Mannheim; 26. Dresden; 28. Leipzig.

Bei Kodak gibt es Doppelpacks mit Wasserball

Traditionsgemäß fördert Kodak auch in diesem Sommer wieder mit einer Promotion das Film- und Bildergeschäft: Ab Juni legt das Unternehmen allen Kodak Farbwelt Aktions-Doppelpacks einen aufblasbaren Wasserball in Form einer Erdkugel bei – und schafft damit Gelegenheit, die ohnehin schon hohe Zahl von Bildern, die während der Reise-, Ferien- und Urlaubszeit entstehen, noch um die ein oder andere Actionaufnahme zu ergänzen.

Die aktuelle Promotion stellt die Doppelpacks in den Mittelpunkt, die ohnehin schon besonders hoch in der Verbrauchergunst angesiedelt sind: Nach Kodak Angaben ist der Kodak Farbwelt 400 Doppelpack der unumstrittene Marktführer im umsatzstärksten Multipack-Sortiment. Speziell für die Urlaubszeit bietet das Stuttgarter Unternehmen seinen Handelspartnern darüber hinaus den Farbwelt 200 Film als XXL Reise Pack an. Dieser enthält sieben Filme mit jeweils 36 Aufnahmen; der Verbraucher hat damit die Chance, insgesamt 252 Urlaubseindrücke im Bild festzuhalten.

Einen weiteren Schwerpunkt innerhalb der Sommerpromotion bilden die Kodak APS-Erlebnis Multipacks. Kodak bietet Zweier- und Dreierpacks des universell einsetzbaren Kodak APS-Erlebnis 200 Films an. Auch hier ist Kodak eigenen Angaben zufolge mit einem Marktanteil von über 50 Prozent die Nummer eins.



Ein attraktives Werbemittelpaket für die Sommerpromotion soll einen einheitlichen Gesamteindruck der Marke am Point of Sale unterstützen.

Zum Aktionsthema passende Werbe- und Dekorationselemente, deren optischen Mittelpunkt der Wasserball bildet, stimmen dabei den Verbraucher auf seinen Sommerurlaub ein. Das Paket besteht aus einer umfangreichen Schaufensterdekoration, dem Kodak Thekendispenser, einem Promotionsdisplay und der Kodak Film-Pyramide. Auch für den XXL

Reise Pack bietet Kodak dem Handel unter dem Motto „Jetzt zugreifen und sparen“ eine attraktive Zweitplatzierung für 50 Kodak Farbwelt XXL Reise Packs an. Die Kodak Farbwelt Filme werden während der Sommermonate wieder massiv durch klassische



Werbung unterstützt. Entsprechende Spots werden bei allen großen Fernsehstationen laufen. Die Fernsehwerbung soll rund 600 Millionen Kontakte schaffen. Neue Labor-einleger in den Auftragstaschen sollen für weitere drei Millionen Kontakte sorgen.

Foto Hopf baut bei Paßbildern auf Polaroid

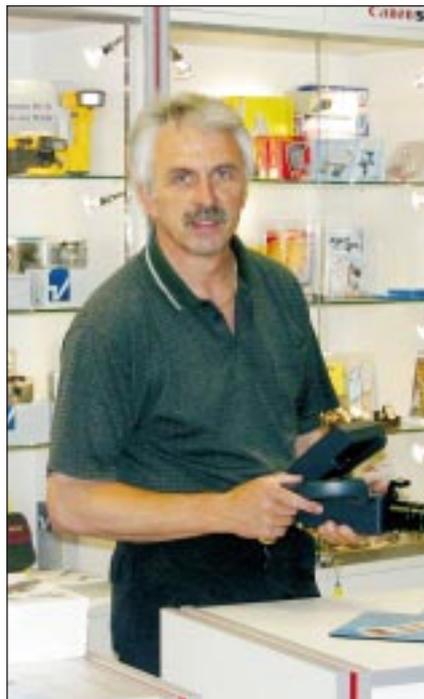
Seit 1983 führt Erich Hopf sein Fotogeschäft im baden-württembergischen Maulbronn. Auch dort sind die Zeiten härter geworden. Um dennoch mit klassischem Fotohandel und Studiofotografie erfolgreich sein zu können, bedarf es innovativer Lösungen. „In wirtschaftlich schwierigen Zeiten kommt es darauf an, sich gegenüber dem Wettbewerb abzusetzen“, betont Hopf. „Ich stütze das Paßgeschäft deshalb auf die bestehende Partnerschaft mit Polaroid. Das neue Polaroid Paßbildsystem SPd 360 überzeugt nicht nur mich, sondern, und das ist noch wichtiger, auch meine Kunden.“



Bei Foto Hopf in Maulbronn sorgt das digitale Paßbildsystem SPd 360 von Polaroid für Umsatz und Ertrag.

Das System SPd 360 bringt zusätzliche Ertragschancen

Hopf setzt seit drei Monaten das digitale Polaroid Paßbildsystem SPd 360 ein, das neben der Paßbildkamera aus einem digitalen Drucker und einer Software zur komfortablen Bearbeitung und Archivierung von Nachbestellungen besteht. Das System zeichnet sich durch einfache Bedienung und Handhabung aus, die Menüführung erlaubt bequemes Arbeiten. Ein großes TFT-Panel ermöglicht die kundenfreundliche Bildvorschau. „Ein Vorteil des neuen Systems liegt in der schnellen Arbeitsfolge, denn Druck und Aufnahme können gleichzeitig erfolgen. Zudem können die letzten drei Aufnahmen im Bildspeicher ausgewählt werden – eine Funktion, die dem Kunden unmittelbar zugute kommt“, erklärt Hopf. „Wir produzieren deutlich weniger Ausschuß, etwa durch geschlossene Augen auf den Fotos. Für den Kunden besteht absolut kein Risiko mehr. Das ist gerade bei Bewerbungsfotos von



Erich Hopf: „Ich stütze das Paßgeschäft auf die bestehende Partnerschaft mit Polaroid.“

entscheidender Bedeutung. Der Kunde wählt, welche Aufnahmen ihm gefallen. Gegebenenfalls werden diese wiederholt, bis sie ihm 100 Prozent zusagen“, so Hopf weiter. Die Paßbilder gibt es in verschiedenen Bildformaten, vom Neuer-Minipaß-Set bis hin zum Porträt, vom EU- bis zum US-Paßbildformat. Kunden, insbesondere Geschäftsreisende, die häufig Paßbilder für Kreditkarten oder Ähnliches benötigen, seien immer wieder begeistert von den reinen, natürlichen und satten Farben. Ein weiterer Vorteil des Systems liegt laut Hopf in der Tatsache, daß der Kunde auf die fertigen Bilder nicht warten müsse; er könne sie stattdessen bereits wenige Augenblicke nach der Aufnahme mitnehmen. Ebenso schnell können die Bilder auch vervielfältigt werden – ein Service, der nach den Erfahrungen Polaroids von Kunden immer stärker in Anspruch genommen wird und für Händler ein gutes Zusatzgeschäft

darstellt. „Gut, schnell und preiswert, das sind Attribute, die der Kunde schätzt“, meint Hopf. „Als schnelle Geschenkideen werden Porträts immer beliebter. Für mich haben sich damit in den vergangenen Monaten interessante Zusatzumsätze ergeben.“

Für Erich Hopf ist das neue System SPd 360 eine ausgezeichnete Chance, sich gegenüber dem Wettbewerb zu positionieren, denn das System kombiniert die Vorzüge analoger und digitaler Technik. Hopf: „Da keine externen Speichermedien vorhanden sind, können Wartezeiten für Kunden vermieden werden, Probleme mit Akkus, Batterien und Farbbändern gibt es nicht.“ Bei reinen Digitalkameras sei häufig das Display zu klein, um die Qualität der Fotos beurteilen zu können. „Darüber hinaus sind Polaroid-Fotos qualitativ hochwertig, und wir Fotografen können hier Kompetenz zeigen. Der zufriedene Kunde kommt wieder“, kommentiert Hopf das neue Polaroid System.

Neben der Qualität der Systeme haben für Hopf auch Service und Support einen hohen Stellenwert bei einer Kaufentscheidung. Auch in diesem Punkt ist er mit Polaroid zufrieden: Installation, Einstellung des neuen Systems, Einweisung und Kundendienst gehören zu den wichtigen Serviceleistungen, die



Die Polaroid SPd 360 Kamera und der Polaroid SPd 360 Drucker ermöglichen hochwertige Paßfotos in kurzer Zeit.



i+fc Neuheiten

Der neue Polaroid 690 Trennbildfilm eignet sich besonders für Testschüsse

Leuchtende und intensive Farben für brillant scharfe, detailreiche Bilder sowie gleichbleibend hohe Qualität auch bei klimatisch kritischen Bereichen von über 35 Grad will Polaroid mit dem neuen 690 Sofort-Trennbildfilm gewährleisten. Der 690, der nach Angaben des Herstellers aufgrund einer neuen Filmemulsion speziell auf die Anforderungen für professionelle Testschüsse zugeschnitten



ist, ist ab sofort als Einzelpack – im Format 3 x 4 inch – mit jeweils zehn Aufnahmen erhältlich.

Der 690 bietet den Angaben zufolge erhebliche Verbesserungen hinsichtlich der Farbproduktion und Filmkonstanz. Damit bietet das neue Material Aufnahme für Aufnahme, Film für Film und Charge für Charge dieselben hochwertigen und konstanten Ergebnisse.

Die satteren, reineren und neutralen Farben des 690 sorgen für gleichmäßigere Hintergründe, Pastellfarben und Schattenbereiche werden detaillierter wiedergegeben. Fotografen haben damit eine realistische Wiedergabe der späteren Aufnahme und können Farben, Lichtverhältnisse und Belichtung genau prüfen, bevor sie einen Diafilm belichten.

Nicht nur im Studio zeige der 690 seine Vorteile, hieß es in einer Pressemitteilung. Aufgrund der gleichbleibend hohen Qualität im Temperaturbereich zwischen 13 und 40 Grad eigne sich der neue Polaroid Trennbildfilm auch für Einsätze an location. Dank der verbesserten Tempe-

ihm die Arbeit erleichtern und ihm Zeit und Geld sparen. Der Polaroid Kundendienst ist ihm auch nach dem Setup des Studios bei allen Fragen behilflich. „Berthold Schuler ist jederzeit für mich ansprechbar. Er ist ein kompetenter Ansprechpartner, der mir stets zur Seite steht und bei allen Fragen ent-

raturtoleranz sei er einer der ersten Sofortbildfilme, die auch in klimatisch kritischen Bereichen von über 35 Grad dieselben hochwertigen Ergebnisse liefern. Des Weiteren erlaubt die neue Filmemulsion eine größere zeitliche Flexibilität zwischen Aufnahme und Filmentwicklung. Die Bildqualität bleibt selbst bei einer verlängerten Entwicklungszeit von zum Beispiel fünf Minuten gewahrt. Tests hätten gezeigt, daß der 690 genau auf die

Bedürfnisse von Profifotografen zugeschnitten sei, hieß es. Der neue 690 Film ist sofort nach dem Trennen trocken und kann somit uneingeschränkt weiterverwendet werden. Weitere Kennzeichen sind die neutrale Farbwiedergabe, gleichmäßige Farbverläufe, exzellente Weißen und die neutrale Wiedergabe von Hauttönen. Zur Einführung des neuen Materials stellt Polaroid seinen Handelspartnern ein umfangreiches Sortiment von PoS-Materialien zur Verfügung.

riplex Spiralalbum mit Plexiglas-Deckeln und 27 schwarzen Leerblättern

riplex heißt das neue Spiralalbum aus der Produktreihe von black design. Der Deckel und die Rückseite bestehen aus transparentem, milchigem Plexiglas. Das Album ist mit 27 schwarzen, abgerundeten Leerblättern bestückt. Zusätz-



lich sind Passepartoutvarianten mit den Masken 30 x 30 cm (Außenformat) zu haben.

sprechende Lösungen bietet“, stellt Hopf fest. Darüber hinaus werde er großzügig mit dem neuen Studio Polaroid PoS-Material versorgt, das er in seinem 70 qm großen Ladengeschäft aufbaut, um die Kunden auf die zahlreichen Polaroid Aktionen aufmerksam zu machen.

Lowepro Produktshow in Düsseldorf

Neuheiten für jedes Wetter



Durch ihre Allwetterhülle (AW) bieten jetzt alle Lowepro Nova AW Taschen Schutz für die wertvolle Ausrüstung, auch unter ungünstigen Witterungsbedingungen.

Die Tatsache, daß Lowepro zum 1. Januar dieses Jahres bei der früheren gbb GmbH in Willich eingestiegen ist, ist für Geschäftsführer Dietrich Müller eine logische Konsequenz aus der Marktentwicklung. Denn zum Zeitpunkt der Übernahme standen Lowepro Produkte bereits für die Hälfte des Umsatzes der Distributionsfirma, die sich bis Ende 2002 im Besitz von Gepe befand. Die bewährten Produkte dieses Herstellers bleiben zwar auch unter dem neuen Gesellschafter ein wichtiger Teil des Angebotes, mit wachsenden Umsatzanteilen ist aber bei schwindender Bedeutung der Diafotografie nicht zu rechnen.

Dagegen erwartet Müller von dem ungebrochenen Wachstum im digitalen Segment auch positive Einflüsse auf das Lowepro-Sortiment – die Innovationskraft dieses Herstellers soll bis Jahresende zu einem Umsatzanteil von 70 Prozent mit Produkten unter der weltbekannten Taschenmarke führen. „Dazu werden auch verstärkte Aktivitäten in Werbung und Marketing beitragen, für die unser neuer Gesellschafter eine hohe Kompetenz besitzt“, erklärte Müller im Gespräch mit *imaging+foto-*

Gut besucht war die Produktshow mit aktuellen Taschen-Neuheiten, zu der die Lowepro Deutschland GmbH & Co. KG am 17. Mai 2003 wichtige Kunden nach Düsseldorf eingeladen hatte. Sie konnten sich nicht nur über die aktuelle Produkt-Palette informieren, sondern auch aus erster Hand Informationen über die Pläne und Strategien des Unternehmens nach der Übernahme durch den weltbekannten kanadischen Taschenhersteller erhalten.

Lowepro Geschäftsführer Dietrich Müller erwartet von den mit einer Allwetterhülle ausgestatteten Taschen der neuen Nova AW Serie eine weitere Verbesserung der Marktposition des erfolgreichen Unternehmens.





Auch der beliebte Mini Trekker kann jetzt unter dem Namen Mini Trekker AW mit einer Allwetterhülle aufwarten.

contact. „Die große Markenbekanntheit und die einmalige Breite des Taschensortiments machen unseren Kunden das Verkaufen leicht.

Lowepro bietet nicht nur für alle Segmente des digitalen und analogen Fotomarktes mit eigenen Serien maßgeschneiderte Produkte, sondern bietet dem Fotohandel auch die Möglichkeit des Einstiegs in neue Sortimente.“ Dazu gehören zum Beispiel der IT-Bereich mit innovativen Notebook-Taschen und die Unterhaltungselektronik mit interessanten Serien für die Unterbringung portabler Produkte wie Discman, MP3-Spieler und natürlich Mobiltelefone.

Alle Wetter!

Brandneu konnten die Besucher der Lowepro Produktshow die neue Kollektion der Nova-Serie in Augenschein nehmen, die jetzt unter dem Namen Lowepro Nova AW zeitgemäßes Design mit wetterfesten Eigenschaften kombiniert. Alle Taschen dieser Serie sind jetzt mit einer Allwetterhülle ausgestattet, die auch unter ungünstigen Witterungsbedingungen sicheren Schutz für die wertvolle Ausrüstung bietet. Dabei sorgt das patentierte Reißverschluß-System, mit dem das Eindringen von Sand und Staub verhindert wird, für zusätzliche Sicherheit. Feuchtigkeit bleibt durch wasserabweisendes Gewebe außen vor.

Mit gepolsterten Innensegmenten können die größeren Nova AW Taschen individuell an viele Kamera-Ausrüstungen angepaßt werden. Ein neugestalteter Schultergurt sorgt mit einer gepolsterten, ergonomischen Kontur für hervorragenden Tragekomfort.

Mit dem Kürzel AW und einer Allwetterhülle kann jetzt auch der beliebte Mini Trekker von Lowepro aufwarten. In diesem leichten und kompakten Rucksack findet eine große Menge an Ausrüstung und Zubehör Platz. Besonders gute Verkaufsargumente sind die Stativhalterung mit Schnellverschluß, Befestigungsschlaufen für SlipLock-Zubehör, Kompressionsgurte sowie eine große Vortasche mit Weather Flap zum Schutz vor Regen und einer weiteren schnell zugänglichen Fronttasche. Das ergonomisch geformte Tragesystem hat breite, gepolsterte Schultergurte und einen Brustgurt. Dabei sind die Produkte der neuen Lowepro Nova AW Serie und der neue Lowepro Mini Trekker AW nicht teurer als ihre Vorgängermodelle.

In vier bis sechs Wochen können Lowepro Kunden zudem die bereits auf der PMA gezeigten professionellen Produkte und neue PC-Taschen erwarten.

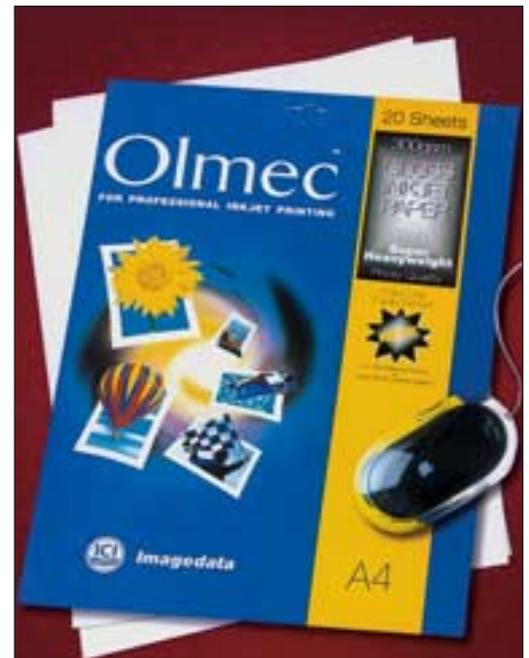
Digitales Zubehör

Informationen gab es in Düsseldorf natürlich auch über die weiteren Produktbereiche, die von Lowepro Deutschland vertrieben werden. Neben den bewährten Giottos Stativen, von denen besonders die kompakteren Modelle auch gerne von Digitalfotografen eingesetzt werden, stellt sich das Unternehmen mit interessanten Zubehör-Produkten bekannter Marken auf das wachsende digitale Geschäft ein. Dazu gehören Lexar Speicherkarten ebenso wie Umax Drucker und Ulead Software.

Ab August sollen zudem die Olmec Inkjet-Medien des britischen Herstellers ICI ins Programm aufgenommen werden. Das umfangreiche Sortiment umfaßt verschiedene Materialien mit unter-



schiedlichen Oberflächen, die mit allen populären Inkjet-Druckern eingesetzt werden können. In Düsseldorf konnten sich die Besucher der Produktshow bereits über das brandneue, superschwere 300 g Inkjetpapier informieren, das vor allem für den Einsatz in anspruchsvollen, professionellen Portraitanwendungen geeignet ist. Das einzigartige Produkt ist das erste Inkjet-Medium, das ein 300 g harzbeschichtetes Papier für echtes Foto-



Ab August im Programm von Lowepro Deutschland: Olmec Inkjetmedien – hier das neue 300 g Gloss Inkjetpapier für anspruchsvolle Portraitanwendungen.

gefühl mit einer anschwellbaren Beschichtung für Bildstabilität und Gasbeständigkeit verbindet. Das neue Papier verblaßt nach Angaben des Herstellers sechsmal langsamer als die meisten anderen Inkjet-Fotopapiere und ist im A4-, A3- und Super A3-Format erhältlich.

Zum Streik: Wie ich gleiche Arbeitszeiten in Ost und West für metallverarbeitende Firmen sehe!

Willst Du wenig Arbeit sehen, ... mußt Du zur Gewerkschaft gehen!

Die Legitimation, einen solchen Wirtschaftspolitischen Kommentar wie diesen zu schreiben, besteht für mich dadurch, daß ich nach dem Tod meines Vaters 1939 eine Lehre begonnen habe, um (ein „roter“) Schriftsetzer zu werden – mit einem Wochenlohn bei 48 Stunden Arbeitszeit in der Woche von 4,80 RM (netto 4,63 RM). Als Sohn eines Einzelhändlers, der Solinger Stahlwaren verkaufte, war Pflichtbewußtsein eine wichtige Voraussetzung für ein gutes Abschneiden in der Lehre, obwohl wir im Jahr 1943 nachts bis zu sechsmal durch Fliegeralarm aus dem Bett springen und in den Keller gehen mußten. Trotzdem waren wir alle froh, daß wir einen schönen Beruf erlernen konnten, auch wenn wir den ganzen Tag „im Blei“ gearbeitet haben. Ich bitte unsere Leser zu verstehen, daß ich heute das Erbrechen (um nicht zu schreiben Kotzen) bekomme, wenn ich täglich hören muß, wie unsere Gewerkschaftsbossen, insbesondere von der IG-Metall, ihren Mitgliedern einreden, wie schlecht sie dran sind und wie sie ausgebeutet werden. Obwohl jeder, der einen guten Arbeitsplatz hat, doch eigentlich den Tag mit einem Morgenbeten beginnen und dem lieben Gott danken müßte, daß es ihm so gut geht! Wenn ich noch an das elterliche Geschäft denke, das von morgens 8 Uhr bis abends 19 Uhr geöffnet sein mußte und wo reichlich „Bürokram“ noch in der Freizeit zu erledigen war, dann kann man doch heute nur zu dem Schluß kommen, daß wir Deutsche im weltweiten Vergleich mit anderen Arbeitnehmern so ziemlich zu den Faulsten gehören und sogar noch das meiste Geld für die wenigste Arbeit kassieren.

Doch nun ein Wort zu den rücksichtslosen Gewerkschaftsbossen, die wie

Herr Zwickel & Co. sich nicht schämen, von den Gewerkschaftsbeiträgen ihrer Mitglieder monatlich DM 34.600,- (Zahl aus dem Jahre 2001) als Gehalt einzustecken, oder der Streikaufrufer Bsirske mit bescheidenen DM 27.000,- im Monat. Ich frage mich nur, was sich die Arbeiter denken, die solchen Streikaufrufen folgen und die sich offensichtlich selbst nichts daraus machen, daß über 4,5 Millionen Arbeitslose in unserem Land auch gerne einen Arbeitsplatz hätten. Mit ihren Streikforderungen werden sie die wirtschaftliche Situation in Deutschland weiter so verschlechtern, daß es hier auf der Unternehmenseite kaum zu mehr Bereitschaft und Vertrauen in die Zukunft kommen kann, um Investitionen zu treffen und mit Risiko zu versuchen, das eigene Geschäft mit mehr Personal noch auszubauen.

Auch wenn ich kein Freund von unserem derzeitigen Bundeskanzler bin, muß ich doch sagen, daß er mit seiner

Die Landesvereinigung der Arbeitgeberverbände NRW e.V. hat die Frage gestellt, um wieviel Wochen in den Konkurrenzländern länger gearbeitet wird als in Deutschland. Von den 19 mit Deutschland vergleichbaren Ländern arbeiten in einer Woche mehr: z. B. in Frankreich 1,3, England 3,8, Italien 4,6, Schweiz 8,1, USA 9,9 und Japan 11,3 Stunden. Der Verband kam zu folgender Durchschnittsrechnung: Die 19 aufgeführten Länder haben durchschnittlich eine (auf das Jahr gesehen) fünf Wochen längere Arbeitszeit als Westdeutschland.

Agenda 2010 endlich einmal einen Schritt getan hat zu einer Basis, die zu mehr Wirtschaftlichkeit und damit evtl. zu mehr Arbeitsplätzen führen könnte, wenn noch einiges an unnötigem sozialem Ballast abgeworfen und an wirtschaftlicher Kompetenz zugelegt wird.

Daß wir in unserem vereinten Deutschland noch eine Vielzahl von Altkommunisten auch bei der SPD haben, die sich mit ihren Vorstellungen noch an alten Zeiten orientieren, darf einen nicht wundern. Schließlich hat es ja auch in der DDR Menschen gegeben, die mit wenig Arbeit vier Jahrzehnte lang herrlich gelebt haben, bis dann die große Pleite kam und kein Geld mehr da war und das reiche Westdeutschland den Schuldenberg übernommen hat, den wir bis heute noch nicht verdauen konnten.

Damit bin ich bei den Streiks der IG-Metall aufgrund der 38-Stunden-Woche im Osten und der 35-Stunden-Woche im Westen. Ich habe oben geschrieben, daß ich auch dafür bin, daß alle IG-Metaller in Ost und West die gleiche Arbeitszeit haben. Ich schlage darum den Herren Bsirske, Sommer und Zwickel und wie sie alle heißen vor, sich für den goldenen Mittelweg einzusetzen, daß die Ost-Metaller nur noch 36,5 Stunden und die West-Metaller auch 36,5 Stunden arbeiten sollen! Im Osten würden die Betriebe Geld sparen, und im Westen könnten sich die Betriebe erholen, wenn sich die Beschäftigten entschließen könnten, statt 35 Stunden in der Woche (in meiner Lehrzeit waren 36 Stunden schon Kurzarbeit!), wie die „Ossis“ 36,5 Stunden zu arbeiten. Bei gleicher Arbeitszeit müßten dann doch alle zufrieden sein! Oder? H. J. Blömer

DGH Großhandel und Service Provider Cellway arbeiten zusammen

Der Würzburger DGH Großhandel und die Cellway Kommunikationsdienste GmbH, Hallbergmoos, haben eine Zusammenarbeit beschlossen. Die zwischen beiden Unternehmen getroffene Vereinbarung ermöglicht rund 3.000 DGH-Partnern, neben dem klassischen Fotofachhandel auch Mobilfunkverträge zu vermarkten. Im Rahmen der Kooperation haben die Fotofachhändler vollen Zugriff auf die breite Angebotspalette des Service Providers. Unter anderem erhalten sie mit der erst kürzlich eingeführten Cellway Privatkunden-Tarifwelt ein klar strukturiertes und übersichtliches Tarif-Konzept an die Hand, das maßgeschneiderte Tarife für individuelle Kundenansprüche bietet. Des Weiteren können die DGH-Partner auf umfangreiche Marketing- und Vertriebsunterstützung zurückgreifen, etwa Shop-Elemente, Angebotsflyer und Hardware zum „best price“. Intensive Händlerschulungen durch das Cellway-Trainerteam bereiten die Fotohändler auf die Vermarktung von Mobilfunk vor. „Der Fotohandel muß sich den neuen Markt-

gegebenheiten stellen. Er darf nicht den Fehler begehen, die neuen Fotohandys als Konkurrenz zum Kamerageschäft zu sehen, sondern als zusätzliche Chance nutzen“, erläuterte DGH-Vertriebsleiter Walter Dürr. „Mit mehr als zehn Jahren Erfahrung im Geschäft präsentieren wir uns den DGH-Händlern als optimaler Partner. Als Service Provider aller Netze garantieren wir beste Betreuung und Leistung“, ergänzte Marcus Epple, Direktor Vertrieb bei Cellway.

Dangaard Telecom bietet spezielle SIM-Karte für Produktdemos am PoS

Die Dangaard Telecom Germany GmbH hat ab sofort für ihre Handelspartner sogenannte SIM-Vorführkarten in ihr Produktsortiment aufgenommen. Diese bieten den vollen Funktionsumfang einer „normalen“ SIM-Karte, mit Ausnahme der Features, für die eine Netzeinwahl notwendig ist, und eignen sich somit ideal zur Demonstration neuer Geräte am PoS. Für den Handel bieten diese Karten zum einen den Vorteil, preisgünstiger als aktive SIM-Karten zu sein, zum anderen verhindern sie Mißbrauch bei Geräten, die für den

JOBO FOR YOUR BEST IMAGE



StudioLine® Photo

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

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

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

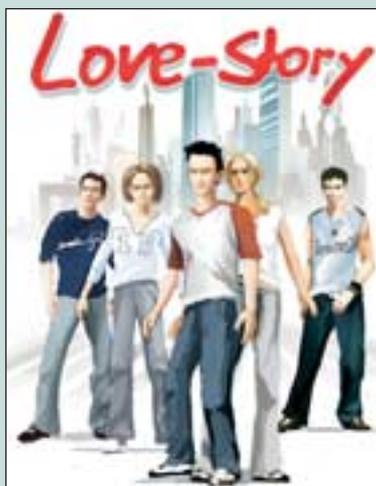
Weitere Infos unter www.StudioLine.net

WWW.JOBO.COM

Kunden frei zugänglich sind: Der Händler kann die Karte ohne Bedenken dauerhaft im Gerät lassen, auch wenn er dieses gerade nicht im Blick hat. So bleibt ihm der umständliche und zeitraubende Wechsel der Karten zwischen den Vorführgeräten bzw. der eigenen Karte in die Vorführgeräte erspart. Mit dem neuen Angebot bietet der Value Adding Distributor erneut eine attraktive verkaufsunterstützende Maßnahme für den PoS. Weitere Informationen gibt es bei Dangaard unter der Telefonnummer 0651/8245-333.

Die aktuelle debitel-Kampagne trägt das Motto „Jetzt rangehen“

„Jetzt rangehen bei debitel“ heißt die neue PoS-Kampagne des Stuttgarter Telekommunikations Service Providers debitel. Sie wendet sich mit einer Fülle von Aktionsangeboten gleichermaßen an Einsteiger, Outdoorfreunde und technikinteressierte Handy-Fans. Die „Jetzt rangehen“-Aktion, in deren Fokus MMS-Dienste und das neue Handyspiel „Love-Story“ stehen, läuft noch bis zum 14. Juni. Als Einsteiger-Produkte bietet debitel im Rahmen der Kampagne das Nokia 3510i und das Siemens C55 Magic Blue an, die es beide mit einem entsprechenden Vertrag ab einem Euro gibt. Deutlich besser ausgestattet ist das Siemens S55 plus aufsteckbarer Kamera mit integriertem Blitzlicht, das mindestens 179 Euro kostet. Für den anspruchsvollen und professionellen Nutzer konzipiert wurde schließlich das edle Business-Gerät Nokia 6610, das ebenfalls schon ab einem Euro zu haben ist. Außerdem im Aktionspaket enthalten ist das Outdoorhandy Nokia 5100 mit integrierter Taschenlampe plus Kamera-Headset (ab 159 Euro). Beim neuen debitel Startgeschenk stehen 50 freie MMS oder 100 freie SMS zur Auswahl. Für den Prepaid-Bereich steht das hochwertige Aktionsgerät A55 als XtraPac oder CallYa-Box für unter 100 Euro bereit.



Ein Highlight der Aktion ist das Handyspiel „Love-Story“, das es exklusiv bei debitel gibt: Der Held des Spieles ist Lennart, der sich unsterblich verliebt hat. Um den Namen und die Adresse seiner Geliebten herauszufinden, gibt sich Lennart auf eine spannende Jagd durch den gefährlichen Großstadt-Dschungel. Als besonderer Service lädt der Händler dem interessierten Kunden das Spiel direkt aufs Handy. Das erste Level ist kostenlos. Außerdem gibt es „Love-Story“ auch als online-Version. Mit dem Spiel ist ein debitel Gewinnspiel verbunden, an dem sowohl Handy- als auch Online-Spieler über ihren Highscore teilnehmen können. Zu gewinnen gibt es als ersten Preis ein Nokia 3650.

debitel unterstützt den Handel gewohnt umfangreich mit frühlinghaftem Dekomaterial und entsprechenden Werbemitteln am PoS. Für bundesweite Aufmerksamkeit sorgt eine Werbekampagne mit TV-Spots, Printanzeigen und Online-Werbung. Mit im Boot der

„Jetzt rangehen“-Werbekampagne ist der laut Umfragen beliebteste debitel TV-Werbespot „Knutschen“.

Auch der Einsatz des Handels wird belohnt: Ein debitel Incentive winkt mit einer Wochenend-Fun-Car Rallye. Nähere Informationen dazu und zur Kampagne gibt es im debitel Händlerforum.



Ulrich Vielmuth

Mehr von der neuen Camcorder-Klasse

Ich weiß aus meiner Jugendzeit in den Sechzigern, als ich bei der Internationalen Film-Union in Remagen meine Ausbildung zum Filmkameramann begann, daß der Fotohändler um die Ecke auch kleine Industriefilme für mittelständische Auftraggeber aus der Region produziert hat. Damals

gab es dafür den 16 mm-Kinefilm, heute ist das natürlich Video. Damals hießen die Aufnahmegерäte Bolex H16 EL oder Beaulieu 16 Reflex control, heutzutage können auch schon hochwertige Compact-Camcorder diese Aufgabenstellung erledigen. Nun gibt es brandneu einen kompakten 3-CCD-Camcorder im digitalen Mini-DV-Format, der zwar handlich wie ein Consumer-Modell, aber letztendlich für den Profi konzipiert worden ist.

Selten hat ein neuer Camcorder ein größeres Echo in der Fachpresse gefunden, als der neue Panasonic DVX 100 25p mit progressiver Abtastung. Selbst der ehemalige Chefkameramann des SWR, Ols Schurich, rief mich zu Beginn des Jahres zu Hause an und wollte meine Meinung zur Anschaffung eines neuen Camcorders mit profihaften Ausstattungsmerkmalen wissen.

Ich habe zwar im Mai-Heft schon an dieser Stelle kurz über den bemerkenswerten Panasonic-Camcorder AG-DVX100E berichtet, jedoch hat er es wegen seiner Einzigartigkeit verdient, ausführlicher vorgestellt zu werden. Zumal er zahlreiche professionelle Ausstattungsmerkmale aufweist, die diesen Camcorder zu einem Arbeitsgerät auch für professionelle Ansprüche werden lassen.

Wie es sich da gehört, sind alle wichtigen Funktionen auch manuell zu beeinflussen: Schärfe, Blende, Weiß- und Schwarzabgleich und die Tonaussteuerung. Darüber hinaus hat der Panasonic-Camcorder – ganz profilike – zwei unterschiedlich einstellbare Videopegel mit entsprechend deutlichem Zebrawuster. Eine wichtige Hilfe bei der Einstellung der richtigen Blende. Denn das Streifenmuster (daher der Name: Zebra!) zeigt in weißen Bildmotivanteilen (z. B. helles Hemd, weiß getünchtes Haus u. ä.) ganz exakt, wo denn die Überbelichtung beginnt. Nicht anders arbeite ich mit meinem digitalen Broadcast-Schultercamcorder im DVCPRO-Format. Auch kann die Verschlusszeit variabel verstellt werden, wenn Computer mit ihren unterschiedlichen Frequenzen im Bild zu sehen sind. Dann flackert es wenigstens nicht so unnatürlich.

Gefallen hat mir, daß der DVX100 ein gut funktionierendes optisches Bildstabilisierungssystem besitzt. Das war bei Panasonic in früheren Jahren nicht immer selbstverständlich, weil es elektronisch funktionierte – zu Lasten der Bildauflösung. In der Praxis wird doch oft aus der Hand gedreht. Damit das Bild aufgrund des doch verhältnismäßig geringen Camcordergewichts von knapp zwei Kilogramm nicht unprofessionell wackelt, kann so ein Stabilisierungssystem gute Dienste leisten.

Auch am fest eingebauten Vario-Objektiv, das einen ordentlichen Weitwinkelbereich hat, haben die Marketingleute nicht gespart. So lassen sich Gänge mit dem Camcorder im kurzbrennweitigen Bereich mit ein wenig Erfahrung prima realisieren, ohne daß der Wackelpeter zuschlägt. Sie wissen ja, Profis wackeln nicht bei der Kameraführung! Das prächtige Dicomar-Zoomobjektiv von Leica ist als 10fach-Zoom mit einer Anfangsbrennweite von 4,5 mm konstruiert. Das entspricht einer Fotobrennweite von 32,5 mm und ist damit ganz schön weitwinklig. Wie schön für die Drehpraxis. Der maximale Bildwinkel ist dabei ungefähr 50 Grad. Da schmerzt auch nicht der verhältnismäßig kurze Telebereich von 45 mm, der aber immerhin noch einer Fotobrennweite von ungefähr 325 mm entspricht.

Ich war früher ein Fan von langbrennweitigen Zooms, wegen der optisch gut wirkenden Großaufnahmen, bin jedoch schon seit Jahren mit einem Weitwinkelzoom unterwegs, weil es einfach praxisgerechter ist. Drehs in Räumen, mit Personen oder aus der Hand verlangen einfach nach einem Weitwinkel.

Der Ton, zumeist ein Stiefkind, wird bei diesem profihaften Camcorder groß geschrieben. Ganz wie bei einem erwachsenen Profi-Camcorder besitzt der DVX100 robuste XLR-Audiobuchsen. So können hochwertige Mikrofone aus dem Profilager zum Einsatz kommen und natürlich manuell angesteuert werden. Ein im Sucher eingeblendetes Levelmeter dient zur Übersteuerungskontrolle. Außerdem hat jeder Tonkanal sein eigenes Rädchen zum peniblen Aussteuern. Mit dem Kopfhörer kann dann der Ton bei der Aufnahme gleich kontrolliert werden. Denn Profis dürfen eigentlich nichts dem Zufall überlassen.

Wie schön, daß nun ein ausklappbares Farbdisplay mit 8,7 cm Bilddiagonale den kleinen Farbsucher ergänzt. Damit kann nicht nur aufgenommen, sondern auch wiedergegeben werden, gleich vor Ort. So ein Feature wünsche ich mir auch für meinen viel teureren Dienst-Camcorder beim SWR. Denn der hat, ganz anachronistisch, nur einen Schwarzweiß-Sucher. So funktioniert Vorführen auf die Schnelle in Farbe nur mit einem (tragbaren) Monitor.

Den manuell durchgeführten Weißabgleich kann man auf zwei Speicherplätzen ablegen, hinzu kommt noch der Pre-set-Festwert für Kunst- und Tageslicht.

Nicht nur wegen seiner Vollbilddarstellung im 25p-Modus und dem dadurch erreichten Filmlook ist der neue Camcorder keinesfalls ein dezent abgewandeltes Camcordermodell aus dem Consumerlager, sondern ein reinrassiger, kompakter Camcorder für den Profi. Mittelständische Auftraggeber mit kleinem Budget für kurze Image- oder Werbefilme müssen nicht mehr aus Kostengründen auf den gewünschten Film mit guter Ton- und Bildqualität verzichten. Der DVX100 kann es leisten – mit einem Bündel von profihaften Ausstattungsmerkmalen, deren Aufzählung den Rahmen dieser Kolumne sprengen würde. Auf geht's, Fotohändler.

JETZT BESTELLEN!

Die Auflage ist erfahrungsgemäß
schnell vergriffen.

Große Werbeaktion
zur Foto-
Sommersaison!

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

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

Das attraktive Werbemittel
für den Fotohandel – kostenlos!



Sichern Sie sich jetzt Ihre
Exemplare der Broschüre

FOTO-SOMMER 2003

Senden oder faxen Sie den
Bestellcoupon bitte an:

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

Postfach 1229

40832 Ratingen

Fax: 0 21 02 - 20 27 90

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

FOTO-SOMMER 2003

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

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

Wir wünschen einen Firmeneindruck.

Wir wünschen eine eigene Preisliste.

Absender/Firma:

Name des Sachbearbeiters:

Postfach/Straße: PLZ/Ort:

Datum: Unterschrift:

Für Rückfragen: Tel. Nr.:

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

Änderungskündigung

Das Schicksal ist nicht mit den Wankelmütigen, erfuhr ein Arbeitnehmer aus dem Rheinischen. Er bekam eine Änderungskündigung und nahm sie unter Vorbehalt an. Mit einer Änderungsschutzklage wehrte er sich gegen den Rest. Dann nahm er den Vorbehalt zurück und wollte eine Kündigungsschutzklage führen. Das ist unzulässig, meinte das LAG Köln (Urteil vom 6.12.2001 – 6 Sa 874/01): Der einmal erklärte Vorbehalt kann nicht mehr einseitig zurückgenommen werden.

Internetkauf

Freiheit ist nur einen Mausklick entfernt, warb ein Internetprovider. Dieser Mausklick kann dem Netzsurfer aber auch teuer zu stehen kommen. Klickt der nämlich den „Kaufen“-Button des Anbieters an, begründet das schon einen Kaufvertrag. Oder nicht? Nun, das AG Butzbach meint, der Klick sei bloß ein Vertragsangebot des Käufers, das der Versender erst noch annehmen müsse. Allein der Druck auf die Maustaste führe nicht zu einem Vertragsschluß (Urteil vom 15.6.2002 – 51 C 25/02).

Irreführung

Das UWG verbietet irreführende Werbung. Rechtswidrig handelt beispielsweise, wer über die Beschaffenheit der Ware täuscht. Bewirbt jemand blickfangmäßig einen Preis und vermittelt er dem Verbraucher den Eindruck, es handele sich um ein Gesamtpaket (hier: PC plus Monitor), ist das wettbewerbsrechtlich daneben. Da rettet auch der versteckte Hinweis in der Produktbeschreibung, der Preis gelte nur für einen Teil des beworbenen Geräts, nichts mehr (BGH – Urteil vom 28.11.2002 – I ZR 110/00).

Probezeit

Eine Probezeit bringt für Arbeitgeber und Arbeitnehmer Vorteile. Einer dieser Vorteile ist beispielsweise die kurze 2-wöchige Kündigungsfrist nach § 600 Abs. 0 BGB. Diese Möglichkeit besteht aber nur während der Probezeit. Ihr Beginn richtet sich im Normalfall nach den Angaben im Arbeitsvertrag. Soll die Arbeitsaufnahme bereits vor der Unterzeichnung des schriftlichen Arbeitsvertrages erfolgen, gilt bereits der Tag der Arbeitsaufnahme als voller erster Tag der Probezeit (BAG – Urteil vom 27.6.2002 – 2 AZR 382/01).

Im Focus: Wenn's wieder was gibt...

Der Juni ist da, die Urlaubssaison steht vor der Tür. Es wird Zeit für den Chef, das **Urlaubsgeld** zu zahlen. Zuvor sollte allerdings die Frage beantwortet werden: Muß er das überhaupt? Und wenn ja: warum?

Urlaubsgeld ist kein gesetzlicher Anspruch. Es gibt weder ein Urlaubsgeldgesetz noch wird das Urlaubsgeld im Bundesurlaubsgesetz geregelt. In der Regel ist es so, daß der Anspruch aus einem **Tarifvertrag** stammt. Dort ist auch fixiert, welche weiteren Voraussetzungen erfüllt sein müssen.

Wo keine tarifliche Regelung besteht, kann sich der Zahlungsanspruch aus einer Betriebsvereinbarung, einer betrieblichen Übung, dem Gleichbehandlungsgrundsatz, dem Diskriminierungsverbot oder dem **Individualarbeitsvertrag** ergeben. Wichtig ist, daß für den Mitarbeiter eine Anspruchsgrundlage da ist. Sonst braucht ihm der Chef nämlich gar kein Urlaubsgeld zu zahlen.

Arbeitnehmer, die noch nicht das ganze Jahr beschäftigt sind oder die im laufenden Kalenderjahr ausscheiden, haben im Normalfall nur Anspruch auf ein anteiliges Urlaubsgeld. Dabei gibt es meistens pro vollen Beschäftigungsmonat ein Zwölftel. Dieses **Zwölftelungsprinzip** ist aber nicht durchgängig. Es kommt auf den jeweiligen Tarifvertrag an. In Individualvereinbarungen muß man selbst für die anteilige Zahlung sorgen. Selbstverständlich ist nichts im Recht.

Es ist auch sinnvoll, den Anspruch auf Urlaubsgeld an den Urlaubsanspruch zu koppeln. Wer bloß anteilige Urlaubsansprüche hat, bekommt eben nur anteiliges Urlaubsgeld. Der Arbeitgeber hat so zum Beispiel die Chance, das Urlaubsgeld zu kappen, wenn er den Urlaubsanspruch eines Mitarbeiters während der **Elternzeit** kürzen kann. Und das darf er auf ganz legale Weise. Ansonsten ist eine Kürzung nicht so ohne weiteres möglich. Die wenigsten Arbeitsverträge sehen dieses Problem voraus. Im nachhinein ist leider oft nichts mehr zu retten.

Wenn das Urlaubsgeld nicht bereits durch Tarif- oder Arbeitsvertrag gesichert ist, bietet sich eine kreative Lösung an: „Der/die Arbeitnehmer/in bekommt ein Urlaubsgeld von x Euro. Dieses Urlaubsgeld ist eine freiwillige Leistung des Arbeitgebers. Auf sie besteht selbst bei wiederholter Zahlung kein Rechtsanspruch für die Zukunft. Der Arbeitgeber behält sich vor, die Zahlung des Urlaubsgeldes einzustellen oder mit einer Frist von einem Monat zum Monatsende zu widerrufen.“ Der **Freiwilligkeitsvorbehalt** in dieser Regelung ist besonders wichtig. Er zeigt deutlich, daß das Urlaubsgeld etwas Besonderes ist. Es muß verdient werden...

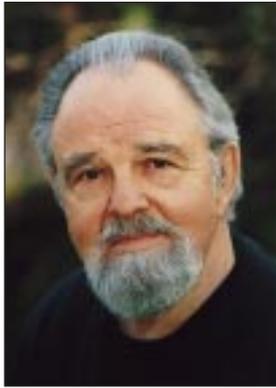
Arbeitsunfähigkeit

Kranke Arbeitnehmer dürfen bei Arbeitsunfähigkeit in der Regel zu Hause bleiben. Sie haben während ihrer Krankheit allerdings bestimmte Pflichten. Eine dieser Pflichten ist die rechtzeitige Vorlage einer ärztlichen Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung nach § 3 Abs. 1 Satz 1 EFZG. Das muß, wenn die Krankheit länger als drei Kalendertage dauert, normalerweise spätestens am darauffolgenden Arbeitstag geschehen. Durch Tarifvertrag kann die Vorlage der „AU“-Bescheinigung ab dem ersten Krankheitstag verlangt werden (BAG – Urteil vom 26.2.2003 – 5 AZR 312/02).

Bonitätsprüfung

Wenn man feststellt, dass Lieferanten vorsichtiger werden, kann das an negativen Auskünften sogenannter Wirtschaftsdateien liegen. Grundsätzlich können die zwar Unternehmensdaten sammeln. Sie dürfen aber nur richtige Daten an Dritte weitergeben. Zudem tragen die Auskunfteien die Darlegungs- und Beweislast für die Richtigkeit ihrer Auskünfte. Unterm Strich haben sie jedoch keinen Anspruch darauf, daß der Betroffene die von ihm als falsch bezeichneten Daten richtig stellt (LG München – Urteil vom 16.5.2002 – 30 O 12402/01).

Heinz J. Meyerhoff, Rechtsanwalt



Horst Dieter Lehmann

Der fast vergessene Fortschritt

Daß jeder Fortschritt nicht nur Vorteile hat, wissen wir nicht nur alle, wir merken es auch.

Im digitalen Wechselbad haben wir fast vergessen, daß es früher auch schon gravierende Umwälzungen gab, die aber weniger spektakulär für den Normalverbraucher vor sich gingen, von denen Handel und Handwerk aber mächtig profitierten. Dem Amateur wurden alle kleinen

Hürden zur problemlosen Fotografie aus dem Wege geräumt. Der Fotohändler hört aber nach wie vor beim Kauf einer Kamera: „Aber nicht so kompliziert!“ Ob nun jedoch im „digitalen Zeitalter der Fotografie“ für den technisch uninteressierten (und älteren!) Amateur der Begriff von der „kinderleichten, problemlosen und idiotensicheren Kamera“ noch Gültigkeit haben kann, ist eine andere Frage.

Keine Frage aber ist, daß die Bedienung einer einfachen, analogen und nicht ganz antiken Kamera kein Kunststück ist. Wesentliche Schritte hierfür sind: das problemlose Einlegen des Films, automatische Belichtung, eingebauter Blitz und, wenn nötig, fachliche Beratung. Leider, und da wären wir beim Fortschritt, der auch seine Schattenseiten hat, wird diese aus unserer Sicht heute zu wenig gefragt. Manchmal aber eben doch, wie der Fachmann für Problemfälle, auch Fotohändler genannt, weiß!

Die etwas betagte Kundin legt dem auch nicht mehr ganz jungen Händler eine 6x9 Rollfilmkamera auf den Tresen und bittet um einen Film. „Haben Sie so einen, und können Sie den auch einlegen?“ Der Fotograf legte, nachdem er die Spulen gewechselt hatte, den Film ein, spulte auf Nummer eins vor und stellte den Verschluss auf eine 100stel, die Blende auf 8, die Meterzahl auf Unendlich und wünschte frohes Gelingen. Die alte Dame schaute ihn fassungslos an und erzählte dann, daß sie in mehreren Märkten und Drogerien war, fast nirgendwo so einen Film bekommen hätte, und wenn ja, keiner ihn einlegen konnte. Eine Verkäuferin hätte gesagt, die Kamera müsse wohl aus dem ersten Weltkrieg sein. Dabei war sie ein Relikt aus den frühen 60er Jahren, dem Beginn eines „goldenen Zeitalters“ bis zum Ende der 80er Jahre, nicht nur für den Fotohändler.

Trauern wir aber nicht den guten, alten Zeiten nach, die auch ihre Tücken hatten. Vergessen wir aber auch nicht den Fortschritt der „analogen Fotografie“ bis zum heutigen Tage.

Das Beispiel der alten Dame macht schon klar, wie schwierig es auch damals war, einen Rollfilm zu wechseln. Heute offensichtlich für viele ein Kunststück, früher für den Verkäufer tägliche Beschäftigung, denn die meisten Kunden verlangten diesen Filmwechsel. Der neue Film wurde eingelegt, der alte kam zur Bearbeitung in das eigene Schwarzweißlabor. Es wurde nicht so viel fotografiert, denn die ankommende Farbe war sehr teuer; so kostete ein 7 x 10-Bild 1,80 DM – und das bei einem monatlichen Durchschnittseinkommen von 300,- DM Brutto. Da blieb man erst einmal bei Schwarzweiß, der Fotograf und Händler in der hauseigenen Dunkelkammer.

Laboranten und „Junggesellen“ fanden im fotografischen Gewerbe immer einen Platz. Der Umsatz für Handel und Handwerk war wohl geringer, der Verdienst aber höher!

Gestöhnt wurde trotzdem und immer schon. Die Frage bleibt nur, auf welchem Niveau! Da sieht es heute wohl doch weniger rosig aus. Für den Amateur wurde alles leichter und billiger! Der Fachhändler verlor immer mehr an Bedeutung, denn die Bilder wurden nebenher mit dem Großeinkauf im Supermarkt abgeholt und abgehakt.

Aus dem „fahrenden Gesellen“ wurde der flexible Assi. Die Laborantin im kleinen Schwarzweißlabor finden wir heute im großen Colorlabor wieder.

Immer mehr zeichnet sich eine vielleicht unumgängliche Zuwendung des Amateurs zum zeitgemäßen, sprich digitalen, Fachmanns ab. Der mit allen neuen Techniken vertraut ist, die entsprechenden Geräte hat, der hofft, die nicht unerheblichen Anschaffungskosten wieder hereinzubekommen und Gewinne zu machen.

Um aber noch bei dem zu bleiben, was war und schon leicht in Vergessenheit geraten ist:

Meilensteine der Fotografie im allgemeinen und der Amateurfotografie im besonderen waren vier Dinge: problemloses Filmein- und -auslegen, keine Schwierigkeiten mit der Belichtung, eingebauter, zuschaltender Blitz, wenn erforder-

quickpoint

47638 Strahlen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

lich, immer scharfe Bilder, wenn sie nicht gerade total verwackelt waren! Dazu kamen die fast geschenkten Bilder!

Vergessen dürfen wir auch nicht die fast obligatorischen Varioobjektive! Waren sie anfangs noch mit Vorsicht zu genießen, vor allem vom anspruchsvollen Fachmann, sind sie heute große Klasse, wenn man ein paar Euro mehr hinblättert. Die Varioobjektive der Vergangenheit waren meistens nur in einem bestimmten Bereich optimal scharf, deshalb wurden vom Profi Wechselobjektive bevorzugt. Heute ist das Problem behoben – und damit viele Probleme für den Fotografen. Denken wir da z. B. an die Gruppenaufnahmen, die uns oft vor große Schwierigkeiten stellten. Die Plattenkamera mußte aufgebaut, das passende Objektiv herausgesucht werden, die Belichtungszeit und die damit verbundene Verwacklungsgefahr einzelner hektischer Aspiranten war größer. Heute kann die Schärfe der Bilder mit der Profikamera und der Kleinbilder schon mit dem Mittelformat konkurrieren und erreicht beinahe die Qualität des Großbildes. Daß alles seine Grenzen hat, ist für den Fachmann klar. Ein Laie aber dürfte den geringen Unterschied zwischen Groß- und Kleinbild kaum wahrnehmen. Selbstverständlich soll auch nicht übersehen werden, daß es in der Berufsfotografie genügend Gebiete gibt, die dem Großbild vorbehalten sind, wenn das Niveau nicht verflachen soll. Aber das Beispiel der Gruppe zeigt doch, daß es heute im Gegensatz zu früheren Jahren durchaus möglich ist, mit „Kleinerem“ etwas zu erreichen. Vielleicht sogar gute Umsätze!

der grosse foto katalog

Der Neue ist da:

www.cat-verlag.de



Das aktuelle Produktangebot der internationalen Markenindustrie

Foto • Digital Imaging • Video • Zubehör • Labor

Auslieferung im Juni!

Für Ein- und Verkauf – informativ, kompetent, bewährt!

Durch die Zusammenarbeit mit der Fotoindustrie
und den Photogrossisten der VGP 
erhält jeder Händler ein Exemplar kostenlos.

JETZT ORDERN!

Weitere Exemplare sind für € 38,50 (inkl. MwSt.)
erhältlich bei:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Postfach 1229 • 40832 Ratingen

Telefon: 0 21 02 / 20 27 - 0

Fax: 0 21 02 / 20 27 - 90

Nutzen Sie für zusätzliche
Bestellungen bitte dieses

Fax-Formular ▼



C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
- Vertrieb -
Postfach 1229 • 40832 Ratingen
Fax (0 21 02) 20 27 90

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

der grosse foto-katalog 2002/2003

zum Preis von € 38,50 inkl. MwSt. + Versandkosten
Auslandspreis: € 60,00

Datum: _____ Unterschrift: _____

Name: _____

Firma: _____

Straße/Nr.: _____

Plz./Ort: _____

Telefon: _____

Fax: _____



Steimers Fotoliste 2003-2004**Kameras und Objektive auf CD-ROM**

Seit vier Jahren ist Franz Steimers Datensammlung über Kameras und Objektive, über deren Preisentwicklung, Verwendungsmöglichkeiten und technische Eigenschaften das umfangreichste Nachschlagewerk für Kameras auf CD-ROM.

Franz Steimer wertet laufend Zeitschriften, Anzeigen, Angebotslisten, Gebrauchsanleitungen, Prospekte usw. aus und bereitet das Material so auf, daß



auf der CD das gesamte Datenmaterial mehrfach miteinander verknüpft werden kann. So läßt sich z. B. ermitteln, welche Wechselobjektive es zu welcher Kamera gibt oder gab, welche Kameras in der gleichen Preisstufe sind usw. Die Preisentwicklung für einzelne Geräte kann als Tabelle oder Diagramm eingesehen werden, wobei jeweils der niedrigste und der höchste ermittelte Preis sowie ein Durchschnittspreis aller ermittelten Verkäufe und Angebote vermerkt sind.

Diese Preisermittlung beruht auf der Auswertung von 375.000 Händleranzeigen, und für jeden Preis wird die statistische Basis angegeben, damit der Grad der Zuverlässigkeit der einzelnen Angabe ersichtlich wird.

Jetzt ist die vierte Ausgabe dieser CD erschienen. Diese aktualisierte Version 2003-2004 enthält Informationen mit 10.500 Abbildungen und Grafiken zu über 4.800 Kameras, 3.000 Objektiven und 1.200 Zubehörteilen.

Die Handhabung ist ganz einfach, weil das Programm direkt von der CD gestartet werden kann. Wenn man es allerdings auf der Festplatte installiert, kann man sich sofort die Neuaufnahmen zeigen lassen oder mittels MS-Excel eigene Vermerke machen. Kamerasammler können so z. B. die Seriennummern

ihrer Kameras oder eigene Einkaufspreise festhalten.

Franz Steimer: Steimers Fotoliste 2003-2004. Kameras, Objektive, Zubehör. Bilder, Daten, Preise. Vielfach verknüpfte Datenblätter zu 4.800 Kameras, 3.000 Objektiven und 1.200 Zubehörteilen, 10.500 Abbildungen und Grafiken, 1.000 Schärfentiefetabellen, 4., aktualisierte und erweiterte Ausgabe, Lindemanns Verlag, Stuttgart 2003, ISBN 3-89506-238-3, 38,- Euro.

Erfolgreich mit Banken verhandeln

Unternehmer im Einzelhandel, die erfolgreiche Bankgespräche führen wollen, benötigen heutzutage bedeutend mehr Professionalität, als noch vor wenigen Jahren. Die Kreditgeber stehen einerseits unter extremem Druck durch Forderungsausfälle sowie hohe Kosten und stellen deswegen und im Vorgriff auf Basel II, wodurch die Geldhäuser zur restriktiven Vergabe von Krediten gehalten sind, höchste Anforderungen an die Bonität ihrer Kunden. Wer Kredit und gute Konditionen haben will, muß wissen, mit welchen Methoden die Kreditberater heute arbeiten und was sie verlangen. Nur mit diesem Wissen im Rückhalt lassen sich Verhandlungsspielräume voll und zum eigenen Vorteil ausloten



Der BBE-Praxis-Leitfaden „Erfolgreich mit Banken verhandeln“ liefert dem Leser gründlich und praxisorientiert den für erfolgreiche Bankgespräche notwendigen Hintergrund in aktueller Form und gibt zahlreiche Empfehlungen zur positiven Selbstdarstellung des Unternehmens sowie für Zinersparnisse. Und als „Extra-Bonbon“ erhält jeder Besteller nach endgültiger Verabschiedung der Basel-II-Richtlinie automatisch ein kostenloses Update zugesandt.

Der Leitfaden umfaßt 176 Seiten DIN A 4 und kostet einschließlich Basel-II-Update 80 Euro zzgl. Versandkosten. Bestellungen unter Nr. 370 beim BBE-Verlag, Postfach 25 04 25, 50520 Köln, Tel. 0221/93655-118, Fax -142, E-Mail: verlag@bbeberatung.com.

Artur Landt:**Canon EOS 300V**

Die Canon EOS 300V ist eine zukunftsweisende Kamera, die aufgrund des enormen konstruktiven Aufwands den Führungsanspruch in der Ein- und Aufsteigerklasse zu Recht erhebt. Sie er-



reicht eine Leistungsstufe, die in ihrer Preisklasse als ultimativ bezeichnet werden kann. Das Buch zur Kamera liefert Informationen zu folgenden Themen:

- Motivprogramme für gekonnt wirkende Aufnahmen
- Effizienter Einsatz der Programm-, Blenden- und Zeitautomatik
- Gezielte Belichtungsmessung für eine starke Bildaussage
- Manuelle Einstellungen für kreative Freiheit
- Richtig Blitzen für perfekte Ausleuchtung
- Systemausbau mit Wechselobjektiven und Zubehör
- Motivbezogene Aufnahmepraxis und vieles mehr.

Zum Autor: Dr. Artur Landt ist berufenes Mitglied der Deutschen Gesellschaft für Photographie und erfolgreicher Autor von über 30 Fotofachbüchern. Er veröffentlicht regelmäßig in namhaften Publikationen, darunter auch die FAZ. Er gilt als hervorragender Kenner der angewandten Spiegelreflexfotografie.

Artur Landt, Canon EOS 300V, 176 Seiten, 216 schwarzweiße und 30 farbige Abbildungen und 21 Zeichnungen, Format 15 x 21 cm, broschiert. Verlag Laterna magica, München 2002, ISBN 3-87467-793-1, 15,95 Euro.

Das Siemens S55 gibt es jetzt auch als i-mode-Handy

Ab sofort hat E-Plus das i-mode Browser kompatible Siemens S55 im Angebot. Das Handy ist nach dem Nokia 3650 das zweite europäische Endgerät, das den Kunden den Zugriff auf die mehr als 170 Content Angebote von i-mode bietet. Das Vollgrafik-Farbdisplay stellt Bilder und Animationen mit 256 Farben dar; polyphoner Sound sorgt für das richtige Klangerlebnis bei einem Anruf oder Erhalt einer Nachricht. Darüber hinaus ist das Gerät mit Bluetooth und einer ansteckbaren Kamera ausgestattet. So können Kunden mit dem Siemens S55 Multimedia Mitteilungen (MMS) in Form von Fotos, Text und Tonaufnahmen verschicken und empfangen.

Wer sich als i-mode Neukunde für das Siemens S55 entscheidet, dem stehen zwei Tarifmöglichkeiten zur Verfügung: das „i-mode Datenpaket S“ und „i-mode by Call“. Im Datenpaket S erhält der Kunde monatlich ein i-mode-GPRS Guthaben in Höhe von 500 KB für einen Preis von fünf Euro bei einer 24monatigen Mindestlaufzeit. Das Siemens S55 gibt es für den attraktiven Preis von einem Euro dazu. Der i-mode Nutzer schließt lediglich einen Mobilfunkvertrag mit einem i-mode Zusatzvertrag und 24 Monaten Laufzeit ab.

Alternativ kann sich der Kunde für „i-mode by Call“ entscheiden. In diesem Tarif zahlt er für das Siemens S55 den regulären E-Plus Preis von 79 Euro. „i-mode by Call“ ist vor allem für Einsteiger geeignet, da für i-mode weder eine monatliche Grundgebühr noch ein Mindestumsatz anfallen. Für 0,02 Euro/KB kann der Kunde so viel mobil surfen, wie er mag.

Ins rechte Licht rücken ...

Seit der Gründung von Fujifilm haben wir ein Ziel: Produkte und Dienstleistungen anzubieten, die das Vertrauen unserer Kunden genießen. Mehr als 72.000 Menschen rund um den Globus tragen mit ihrer konsequenten Forschung und Entwicklung, höchster Perfektion und Qualität dazu bei, dass Fujifilm zu den weltweit größten Anbietern in der Informations- und Kommunikationsindustrie gehört.



Kameras und Filme von Fujifilm fangen für Amateure und Profis die schönsten Momente des Lebens ein.

Fachberater/-in Amateurprodukte

Verkauf ist Ihre Stärke! Deshalb zählen wir auf Ihre Kompetenz und Erfahrung, wenn Sie unseren Handelspartnern – dem Fachhandel und der SB-Großfläche – mit Rat und Tat zur Seite stehen. In diesem Rahmen sind Sie für ein umsatzstarkes und vorbildlich betreutes Gebiet verantwortlich. Sie engagieren sich für unseren Erfolg, organisieren Verkaufsaktionen und bauen als gern gesehener Ansprechpartner – auch bei Messen – unsere Marktposition gezielt und nachhaltig aus. Dabei haben Sie das Ohr stets am Markt und informieren die Verkaufsleitung regelmäßig über Verkaufschancen und den Wettbewerb innerhalb Ihres Gebiets.

Am besten passen Sie zu uns, wenn Sie neben einer kaufmännischen Ausbildung mindestens fünf Jahre erfolgreiche Tätigkeit im Vertrieb von schnelllebigem Konsumgütern nachweisen können. Persönlich zeichnen Sie sich durch eine selbstständige Arbeitsweise sowie hohe Belastbarkeit und Flexibilität aus. Kommunikations- und Kooperationsstärke runden Ihr Profil ab.

Wir möchten dauerhaft mit Ihnen zusammenarbeiten. Sind auch Sie an langfristigen Perspektiven und attraktiven Sozialleistungen interessiert? Dann sollten wir uns kennen lernen. Senden Sie Ihre Bewerbung mit Angabe Ihrer Gehaltsvorstellung und des frühestmöglichen Eintrittstermins an Sandra Stauch, E-Mail:

sstauch@fujifilm.de.

FUJI PHOTO FILM (EUROPE) GMBH
 Personalleitung
 Heesenstraße 31 · 40549 Düsseldorf
 www.fujifilm.de

FUJIFILM
 I&I-Imaging & Information



Kleinanzeigen • Angebote

www.fotolabor.de ● 0228-623177

www.delkin.com

Genial digitale Speichermedien.



Camera Reparatur Service GmbH
Vogelsrather Weg 25
41366 Schwalmatal - Waldniel

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

STADLER

Wir reparieren für Sie

Fotoreparatur-Service
Otto Stadler
Max-Eyth-Str. 7
D-73733 Esslingen

Telefon 0711 - 32 60 999
Telefax 0711 - 32 60 909
internet www.fotoservice-stadler.de
e-mail fotoservice-stadler@t-online.de

PENTAX

Konica

MINOX

GERMANY

...die bandlose Zeit ist eingeläutet!

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

Seit 1978

Viernheimer Video Transfer

Schultheißen Str. 9, 68519 Viernheim
Tel.: 06204/71984 Internet: <http://free.pages.at/videotransfer/>

Die Schnellsten

Mit 128, 256, 320, 512 & 640 MB



Die schnellste Speicherkarte
z.B. für Nikon D1X

Kompatibel
für alle Kameras

Lebenslange
Garantie

Das Beste von Delkin: CompactFlash Memory Cards, SmartMedia Memory Cards, Secure Digital Memory Cards, IBM Microdrive, Memory Stick Cards, PCMCIA und das passende Zubehör. Zum Beispiel Kartenleser und Adapter. Alles im guten Fotofachhandel erhältlich. www.delkin.com
Im Vertrieb der Hapa-Team Handelsgesellschaft mbH www.hapa-team.de



Kameraservice SCHÄFER OHG




Hausanschrift
Moritzstraße 47
Ecke 1. Ring
65185 Wiesbaden

Postfachanschrift
Postfach 2767
65017 Wiesbaden
Telefon 0611 / 396 79
Telefax 0611 / 37 81 73

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

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

Ihr Digital-Lab-Output verdient Ihr Firmenlogo!

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

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

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

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

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

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

DGH

GROSSHANDEL

Digital Imaging Megapixel- Power!

5,0 MEGA PIXEL!



computer
foto

Testsieger
5 Megapixel-Kameras
6/03

CANON POWERSHOT S 50

- 5,0 Mio. Pixel, Auflösung 2592 x 1944
- 35 - 105 mm opt. Zoom
- 4,1-fach Digitalzoom
- CompactFlash I/II
- USB-Schnittstelle
- Maße (BxHxT): 11,2 x 5,8 x 4,2 cm

Bestellnr. 507099

€ **479,-**

DGH PLUS

Information ist alles!

produktberater.de

Die kompetente Online-Unterstützung bei der Kundenberatung — exklusiv für DGH PLUS Händler:

- über 20.000 Artikel aus der Welt der analogen und digitalen Fotografie mit Bild und Text
- Automatische Zubehörvorschläge (generiert Zusatzverkäufe)
- Vergleichsfunktion ähnlicher Modelle
- Erstellung eines individuellen Angebotes

MIT UNS IN DIE ZUKUNFT!



ZEIGEN SIE KOMPETENZ! NÄHERES UNTER: WWW.DGH.DE

COLORFOTO
TESTSIEGER
Preis/Leistung
4/03

foto
6/03

5,0 MEGA PIXEL!

INKL. 256 MB XD-KARTE!



OLYMPUS CAMEDIA C-5050

inkl. 256 MB xD-Karte

- 5,0 Mio. Pixel, Auflösung 2560 x 1920
- 35 - 105 mm opt. Zoom
- 3,3-fach Digitalzoom
- xD/CF/SmartMedia
- USB/Videoausgang
- Maße (BxHxT):
11,5 x 8,0 x 7,0 cm

Bestellnr. 534301

€ **655,-**

3,2 MEGA PIXEL!



PENTAX OPTIO S

- 3,2 Mio. Pixel, Auflösung 2048 x 1536
- 3-fach opt. Zoom 35 - 105 mm
- 2-fach Digitalzoom
- 11 MB intern, SD-/MM-Card
- USB/Videoausgang
- Maße (BxHxT):
8,3 x 5,2 x 2,0 cm

Bestellnr. 499910

€ **349,-**

Verboten schnell. Verboten gut.

www.dgh.de

Preise netto zzgl. gesetzl. MwSt.

Kleinanzeigen • Angebote

www.delkin.com

Genial digitale Speichermedien.

GAF Vertragswerkstatt

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

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

NEU! Paßbildtrockner Mod. 400



Schaltet selbst
beim Einlegen
der Bilder

Leiser Motor

Lumpp

Feinwerktechnik
Tel. 07121/52456

Wir bieten

Foto-/Journalisten

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

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

Gute und preiswerte Color-Chrom- Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK

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

Auflagendruck

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

Fordern Sie die Unterlagen an:

+ MwSt. u. Versandkosten

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

nass
 GmbH & Co. KG

foto • video • elektronik

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

Vertragswerkstatt

Nikon **Rollei**

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

Inserenten-Verzeichnis

Agfa	35	Jobo	67
Bremaphot.....	7	Kodak	13, 32, 33
Brückner	65	Konica	29
C.A.T.-Verlag.....	57, 69, 72, 73	Loersch.....	71
Canon	80 - 82, 3. U., 4. U.	Messe Berlin.....	25
Casio	2. U.	Minolta.....	37
Cewe	27	Nikon	19
Deutsche Telekom.....	9	Noritsu.....	17
e-bay	23	PMA.....	59
Ferrania	55	VGP	53
Fuji	45	Kleinanzeigen	75 - 79
Goltdammer	61		

Beilage: GP Battery

Teilbeilage: Lowepro

Photo-, Film-, Geräte-Service

A. Paepke KG

Seit mehr als 50 Jahren
 autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica **Mez** **Rollei**

Kameras • Objektive
 Dia-Projektoren
 Blitzgeräte

Das Leica-Team Rollei-Profi
 für Sucherkameras Service & Rent-Center
 und Projektoren

Service von Studioblitzanlagen

BOWENS **Rollei**
 TRADING GMBH

Neu: Produkte- und Systemberatung
 Termine auf Anfrage

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

DER TISCH

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



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

CF
 Photo+Video
 Technik

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

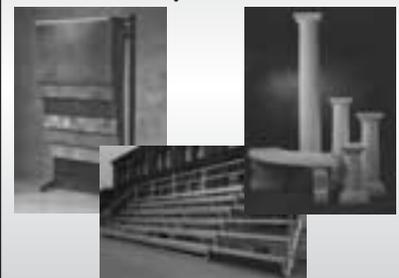
Studioshintergründe

Effektmaterialien

Abrollsysteme

Fototribünen

Requisiten



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

Kleinanzeigen • Angebote

www.delkin.com

Genial digitale Speichermedien.

Filial-Auflösung

6 Ladeneinrichtungen für Foto, Optik, Schmuck und Accessoires Chrom/Buche, 3 Jahre alt, Leuchtvitrinen, Warenträger, Schütten, Kassen, EC-Cash, Fensterpuppen-Torsos, Faxgeräte, Preisstecker, Pixieständer, Preishänger, Metoausschnittsmasch., Videoüberwachung, Spiegel-Theke, 3-Phasen-Halogenstrahler, Werkzeuge, Musterkoffer, Videogeräte, Bohrmaschinen, Sägen, Verlängerungskabel, Monitore, 1000 Sonnenöl, 2000 Brillenetuis, 100 Kleiderbügel, Markendispenser, Dekomaterial, Glasscheiben, Regale, Büro-tisch/Hocker, Asciermasch., Feuerlöcher, Sonnenbrillen-Ständer, Stereoplanne, Vorlagetablett, jede Menge Ersatzlampen, div. Büro-material - alles in einem Großlager in Braunschweig, Barzahlung und Mitnahme. Kontakt Frau Sauthof, Tel.: 0179-1052039

Topgünstig zu verkaufen

Fotogeschäft mit digitalem online-Minilab (AGFAnet). Gutes Paßgeschäft. Toplage in süddeutscher Großstadt.

Chiffre 1224666

Gut eingeführtes Foto-/Minilabgeschäft

aus Altersgründen günstig abzugeben. Marktlage in Kirchberg/Sachsen, ca. 40qm Laden mit Gretag Masterlab 740 sowie Portrait- u. Paßbildstudio (gutes Paßbild-geschäft, da direkt neben dem Rathaus.

Chiffre 1224806

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Junger engagierter **Außendienstmitarbeiter** (33 Jahre) **sucht** neuen Wirkungskreis im süddeutschen Raum. Ich bin seit vier Jahren im Außendienst (andere Branche) und war acht Jahre im Fotoeinzelhandel tätig. Ihre Anfrage senden Sie bitte an:

willi@probst.cx
oder unter Chiffre 1224656

Gut eingeführtes Fotogeschäft,

PLZ 47, ideal für Existenzgründer, in zentraler Lage, mit Paßstudio, neu ausgestattet, Miete 830,00 € warm, aus Altersgründen zu günstigen Über-nahmebedingungen **zu verkaufen**.

Chiffre 1225696

Foto-Aktienkurse

	19.05.2003	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa-Gevaert	EUR 17,6	17,8	15,75	22
Bayer	EUR 17,85	10,23	9,85	22,42
Canon	YEN 4.710	3.990	3.620	5.160
Casio	YEN 737	710	546	798
CeWeColor	EUR 18,6	16,1	15,06	19
Dow Chemical	USD 31,95	25,45	24,1	34,73
Du Pont	USD 42,19	35,41	34,71	47,48
Eastman Kodak	USD 30,25	27,68	25,59	41,08
Fujifilm	YEN 3.100	3.440	2.830	4.200
Hewlett-Packard	USD 17,95	15,57	10,75	21,2
Hitachi	YEN 453	439	366	971
ICI	GBP 140,25	126,25	81,75	339,75
Imation	USD 33,53	35,82	25,36	42,75
Jenoptik	EUR 9,7	7,4	6,95	10,9
Konica	YEN 1.059	899	663	1.173
Kyocera	YEN 5.930	5.800	5.570	10.070
Leica	EUR 5,80	5,25	5,10	7,51
Lintec Computer	EUR 1,12	0,99	0,7	1,17
Minolta Camera	YEN 649	549	286	718
Olympus	YEN 2.150	1.812	1.485	2.400
Samsung	KRW 54,4	50,4	48,6	70,4
Sharp	YEN 1.278	1.205	1.021	1.830
Sony	YEN 2.930	4.110	2.720	7.530
Spector	EUR 9,9	8,1	8	13,1
Toshiba	YEN 324	3,22	292	574
Varta	EUR 24,6	19,03	18,51	26,2

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Filiale Ratingen

Eine seit über 50 Jahren bestehende ehemalige Drogerie, heute spezialisiert auf **Fotostudio**, Kosmetik- und Fußpflegepraxis mit 5 Kabinen und festem Kundenstamm, aus Altersgründen ab Oktober 2004 im Raum Münster-Osnabrück abzugeben. Preis VB, Angebote unter Chiffre 1225346

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

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

Gelegenheiten - Foto-Studio
www.ccs-licht.de

Im Bankauftrag günstig zu verkaufen:

1 Müllersohn Quick Printer Labor VCP 2000 S mit digitaler LCP Belichtungseinheit und AGFA HDI Scanner, Quick Film 92A, MAC Computersystem, Bj. 2001.

Weitere Informationen und Fotos unter:
Fa. Machauer Industrieverwertung
Tel.: 07254/72748, Fax 07254/72437

Verkaufe

1 Mamiya M 645 Geh. mit Lichtschachtsucher, 1 Mamiya Geh. M 645 mit DP Prismensucher, 1 Mamiya-Sekor C 1:2,8/80, 1 Mamiya Sekor C 1:2,8/45, 1 Mamiya Sekor C 1:3,5/150, 1 Mamiya Balgengerät. Alle Geräte befinden sich in einem sehr guten Zustand!

Photo - Geschenke Joachim Nipp,
Ritterstr. 14, 50354 Hürth-Efferen
Telefon 0 22 33 / 6 51 49, Telefax 0 22 33 / 96 62 08

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

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

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

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

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

Neuheitenredaktion:

Theo Six
Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff,
Ulrich Vielmuth

Anzeigen:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 30 v. 1. Januar 2003

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach, Theo Six

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:

Druckerei Franz W. Wesel, Baden-Baden

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

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



ISSN: 1430-1121

you can
Canon

digital_drucker/fotopapier

Hochwertiger Fotodruck zum kleinen Preis: *Canon i450 Tintenstrahldrucker* *+ PP-101 Fotoglanzpapier Plus*



Zwei, die sich gut ergänzen: Mit dem i450 und dem Fotoglanzpapier PP-101 Plus ist das „Foto-Heimlabor“ perfekt. Das Ergebnis dieser Kombination sind randlose Fotodrucke direkt von einer Canon Digitalkamera aus, die sich von herkömmlichen Fotoabzügen kaum unterscheiden lassen. Mit 270 Gramm/qm liegt das Material „satt“ in der Hand, ist 15 Jahre lichtbeständig*** und z. B. mit 25 Cent je Blatt* in Postkartengröße auch vom Preis sehr attraktiv. Das Fotoglanzpapier PP-101 Plus bietet Canon jetzt auch in dem beliebten Format 13 x 18 an, so daß von Postkarte bis A3 alles möglich ist.

Features Canon i450:

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



Preis:

Canon i450 129,00* EUR



Die Details

- ▶ Professionelles Fotoglanzpapier zu einem günstigen Preis (eine Fotokarte 10 x 15 cm = 25 Cent*)
- ▶ Erhältlich in vier Formaten: 10 x 15 cm, 13 x 18 cm, A4, A3
- ▶ Hochglänzende Oberfläche
- ▶ Bis zu 15 Jahre Lichtbeständigkeit***
- ▶ Gewicht 270 g/qm
- ▶ Einseitig bedruckbar, beschichtete Rückseite
- ▶ Randlos zu bedrucken
- ▶ Je 20 Blatt (10 x 15 cm, 13 x 18 cm, A4, A3)

Preise:

PP-101 (10 x 15)	5,00* EUR
PP-101 (13 x 18)	8,85* EUR
PP-101 (A4)	14,28* EUR
PP-101 (A3)	32,68* EUR

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: Juni 2003

** In Verbindung mit Canon Professional Fotopapier PR-101 gemäß dem Testergebnis des unabhängigen Instituts für Lichtbeständigkeit „Wilhelm Imaging Research Inc.“

*** In Verbindung mit Canon Professional Fotopapier PP-101 gemäß dem Testergebnis des unabhängigen Instituts für Lichtbeständigkeit „Wilhelm Imaging Research Inc.“

Für „Prima“ Umsatz in der Urlaubszeit: *Prima Zoom 90u/80u*



Preise:

Prima Zoom 80u	89,99* EUR
Prima Zoom 90u	99,99* EUR
90u Date	109,99* EUR

Mit der Prima Zoom 90u und der Prima Zoom 80u beweist Canon wieder einmal seine Kompetenz im analogen Kamerabereich. Für die bevorstehende Ferienzeit sind die Kameras hervorragend geeignet, weil sie superkompakt, modern und leicht sind. Sie finden in jedem Urlaubsgepäck Platz und passen ohne zu stören auch in eine Hosen-, Hemd- oder Handtasche. Mit ihrer technischen Ausstattung kann man sie jedoch zu den Großen zählen.

Mit 2,4- bzw. 2,1fachem Zoom sind sie für die wichtigsten Aufnahmesituationen bestens gerüstet. Beiden Zoom-Objektiven ist gemeinsam, daß sie durch ihr optisches Design für kontrastreiche Bilder sorgen und einen erweiterten Nahbereich bieten. Zu den weiteren umfangreichen Funktionen,

über die die Kameras verfügen, gehören sechs Belichtungsprogramme, sechs Blitzmodi und fünf Custom-Funktionen, die das kreative Potential ansprechen. Die Prima Zoom 90u Kamera gibt es auch mit Dateneinbelichtungs-Funktion. Komfortabel und leicht zu bedienen, bieten sich die Prima Zoom 90u und die Prima Zoom 80u für Anfänger an. Die Prima Kameras sorgen dafür, daß schöne Fotos noch lange an einen schönen Urlaub erinnern.

Features Prima Zoom 90u / Prima Zoom 80u

Kompaktes Gehäuse	Modernes Design. Superkompakt und leicht.
2,4fach Zoom / 2,1fach Zoom	Der große Zoombereich deckt alle wichtigen Aufnahmesituationen ab. Die Telebrennweite zeigt schon echten Tele-Effekt.
Aufwendiges optisches Design	Das ausgezeichnet korrigierte Zoomobjektiv sorgt für kontrastreiche Bilder und einen erweiterten Nahbereich.
Makro bis 45 cm	45 cm Naheinstellung über alle Brennweiten für interessante Makromotive. Der Makromodus muß nicht gesondert aktiviert werden.
AIM-Autofokussystem	Passives 3-Punkt AiAF-Autofokussystem. Aus insgesamt 5 Meßpunkten werden brennweitenabhängig jeweils die effektivsten 3 Meßpunkte gewählt. So ergibt sich eine optimale Anordnung der AF-Meßfelder.
Umfangreiche Funktionen	6 Aufnahmemodi, 6 Blitzmodi und 5 Custom-Funktionen sorgen dafür, daß jeder Anwender die für ihn richtigen und wichtigen Einstellungen nutzen kann.

you can
Canon

digital_kamera/drucker

Klein und leistungsstark: *die neue Digital IXUS II*

Features:

- ▶ Kleinste Digital IXUS aller Zeiten!
- ▶ 3,2 Mio. Bildpunkte für hervorragende digitale Bildqualität
- ▶ 2fach Zoomobjektiv (35-70 mm äquivalent KB)
- ▶ Hochwertiges, elegantes Metall-Gehäuse
- ▶ 9 Punkt AiAF
- ▶ DiG!C-Bildprozessor
- ▶ Intelligente Motivanalyse iSAPS
- ▶ Intelligenter Orientierungssensor
- ▶ Histogramm-Anzeige bei Bildwiedergabe
- ▶ Tonaufzeichnung zu jedem Bild (max. 60 s pro Bild)
- ▶ Eingebauter Lautsprecher

Preis:

Digital IXUS II 479,00* EUR

Canon
DIGITAL
IXUS II



Die neue Digital IXUS II ist noch einmal um ca. 15 Prozent kleiner, als ihre schon kleine Vorgängerin, die Digital IXUS v³. Im edlen und ultrakompakten Metallgehäuse läßt sich das Objektiv komplett versenken. Die kleine Digital IXUS II eignet sich hervorragend als ständige Begleiterin, da ihre Direct Print Funktion im Zusammenspiel mit den ultrakompakten CP-Druckern auch mobiles Drucken ermöglicht.

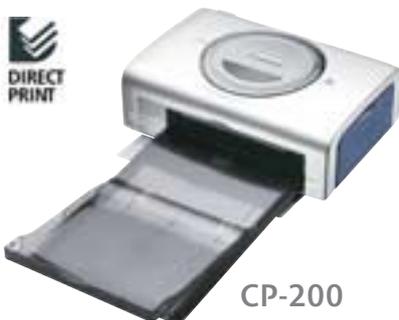
Für Fotofans: Direktdrucker CP-200/CP-300

Die beiden neuen Card Photo Printer CP-200 und CP-300 von Canon kommen gerade rechtzeitig im Juni bzw. Juli in den Handel, damit der selbstgedruckten Postkarte aus dem Urlaub nichts mehr im Wege steht. Die Minis passen bequem ins Reisegepäck. Die Ausdrücke bis zum

klassischen 10 x 15 cm Postkartenformat im Thermosublimationsverfahren mit 300 x 300 dpi werden noch mit einer speziellen Schutzschicht versiegelt.

Trotz „High-tech inside“ sind beide Drucker besonders einfach zu bedienen. Mit der Canon Direct Print Technologie wird der komplette Druckvorgang vom LC-Display einer Direct Print kompatiblen Canon Digitalkamera aus gesteuert. Das der Kamera beiliegende Kabel sorgt für die Verbindung zum Drucker. Die Card Photo Printer können über ein handelsübliches Druckerkabel

allerdings auch an einen kompatiblen Computer angeschlossen werden. Der CP-300 ist besonders geeignet für den mobilen Einsatz unterwegs, denn der im Lieferumfang enthaltene Lithium Ionen Akku versorgt den Drucker mit der notwendigen Energie.



CP-200

Preise:

CP-200	199,00* EUR
CP-300 (ab Juli)	299,00* EUR



CP-300

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

Mini im Format, maxi in der Leistung: *DV-Camcorder MV6iMC*

Der MV6iMC, Nachfolger der beliebten MV5-Reihe, ist ein „Schmuckstück“ unter den Camcordern. In dem neuen ultrakompakten Modell sorgt der Signalprozessor MACS für erstklassige Bildergebnisse sowohl bei Video- wie bei Fotoaufnahmen. Dank der Direct Print Funktion können Fotos ohne Umweg über einen PC auf Canon Direktdruckern ausgedruckt werden. Auch als Webcam ist er einsetzbar: Über den DV Messenger können Livebilder und Filme schnell versendet werden.

Ein 1/6-Zoll Bildwandler mit 800.000 Bildpunkten erzeugt die Bildsignale und leitet sie dem von Canon entwickelten Multi Architecture Camera System (MACS) zu. Dieses erkennt, ob eine Videoszene auf DV-Band oder ein Foto auf SD-Card aufgezeichnet werden soll und optimiert das Signal entsprechend.

Der DV-Camcorder ist mit einem schwenkbaren 2-Zoll-LCD-Monitor ausgestattet. Der 10fach optische Zoombereich kann digital jetzt bis auf 400fach erweitert werden. Standardmäßig steht eine Vielzahl an Digitaleffekten und Aufnahmeprogrammen zur Verfügung, die kreativen Spielraum in zahlreichen Aufnahmesituationen bietet.



Preis:

MV6iMC 999,00* EUR

Für alle Anwender, die beim Filmen viel Qualität und Funktionalität in kompakter Bauform suchen, ist der DV-Camcorder MV6iMC eine erstklassige Empfehlung.

Die Highlights

Hoher optischer Zoom:	Ermöglicht das Heranzoomen weit entfernter Objekte ohne Qualitätsverluste
MMC/SD Karten Funktion:	Speichert Fotos und auch kleine Filme (Motion JPEG) separat auf die Speicherkarte
USB-Schnittstelle:	Einfache Handhabung und Erkennung per Plug & Play zum Übertragen von Fotos auf den PC
Direct Print: 	Fotos können ohne Umweg über den PC direkt auf allen Canon BJ-Direct Druckern in optimaler Qualität ausgedruckt werden.
Motion JPEG:	Kleine Filmchen, die ins Internet gestellt oder als E-Mail verschickt werden sollen, können auf der MMC/SD-Karte gespeichert werden.
Super Night Mode:	Eine weiße LED vorne am Camcorder ermöglicht Aufnahmen bei völliger Dunkelheit (0 Lux).
DV-Messenger /IEEE 1394 transfer:	Über die DV-Firewire-Buchse (IEEE1394) gibt der MV6iMC nicht nur DV-Signale, sondern auch Streaming-Signale aus. Die mitgelieferte Software DV-Messenger übersetzt die Video-Datenströme in Microsoft Windows-Messenger - kompatible Signale, die jeder Windows XP-Rechner standardmäßig verarbeitet. Über den DV-Messenger ist sowohl Livestreaming wie das Übertragen von bereits aufgezeichnetem Material möglich. Der Camcorder wird zur Webcam. Außerdem ist die Camcorder Fernsteuerung vom PC aus möglich.

you can
Canon

Mini im Format, maxi in der Leistung:
DV-Camcorder MV6iMC

Klein und leistungsstark:
Digital IXUS II

Direktdrucker für Fotofans:
CP-200/CP-300

Für „Prima“ Umsatz:
Prima Zoom 90u/80u

Das Canon „Foto-Heimlabor“:
i450 plus PP-101

flash

Juni 2003

