imaging + foto contact

7/2000

DM 6,50 ISSN 1430 - 1121

28. Jahrgang G 30605

http://www.foto-contact.de

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Aufbruch in die neue Bilderwelt

Die photokina 2000 im Zeichen dynamischen Wachstums

photokina

Köln 2000

20.–25. Sept.

++ Bildkommunikation ++ Allianz von Film und Chip ++

DIE NEUE ELITE DER DIGITALEN FOTOGRAFIE.

1-Megapixel-Klasse
C-960 Zoom
- 1,3-Mio.-Pixel-CCD
- 3fach-Zoom
- elegantes Design

2-Megapixel-Klasse
C-2500L
- 2,5-Mio.-Pixel-CCD
- All-In-One Spiegelreflexkamera
- Super-Makro bis zu 2 cm

3-Megapixel-Klasse
C-3030 Zoom
- 3,3-Mio.-Pixel-CCD
- 3fach-Zoom
- USB und serielle Schnittstelle

Die Besten von Olympus garantieren digitale Kameratechnologie in höchster Perfektion. Und mit der C-3030 Zoom hat Olympus erneut Maßstäbe gesetzt.

Sinnliches Design, ungeahnte Kreativfunktionen und eine Bildqualität, die ihresgleichen sucht. Mehr Infos im Fachhandel oder unter **www.olympus.de**

OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE

inhalt

Zum Titelbild: photokina 2000 im Zeichen dynamischen Wachstums

Im 50. Jahr ihres Bestehens wird die photokina einmal mehr zu einem wichtigen Meilenstein der Foto- und Imagingbranche. Die rasante Dynamik der Technologien und Märkte wird sich dabei positiv auf das Messeangebot in Köln auswirken. Neben der ganzen Bandbreite analoger und digitaler Bildtechnologien für Amateure und Profis bietet ein breites Rahmenprogramm einen umfassenden Einblick in die Zukunft der Bildkommunikation. Eine Steigerung der Ausstellerbeteiligung um circa fünf Prozent auf über 1.600 Anbieter aus knapp 50 Ländern, darunter ausnahmslos alle führenden Foto- und Imagingunternehmen der Welt, spiegelt das derzeitige Wachstum des Fotomarktes wider. Die belegte Hallenfläche erhöht sich dabei um rund zehn Prozent auf 200.000 qm. „Unter dem Motto ‚The future in focus' wird die photokina 2000 flexibler und innovativer denn je die neue Bilderwelt aus der Allianz von Film und Chip präsentieren", erklärte KölnMesse Geschäftsführer Hans Wilke vor der Fachpresse. ***Seite 24***

Deutsch / französische Freundschaft

Im Zeichen internationaler Beziehungen stand die diesjährige Mitgliederversammlung des Photoindustrie-Verbandes in Freiburg. Erstmals in der Geschichte wurde die Jahrestagung gemeinsam mit dem französischen Industrie-Verband durchgeführt. Folgerichtig standen im öffentlichen Tagungsprogramm europäische Themen im Mittelpunkt.

Als erste Persönlichkeit außerhalb der Verbandsorganisation wurde außerdem KölnMesse Geschäftsführer Hans Wilke von der Mitgliederversammlung des Photoindustrie-Verbandes zum Ehrenmitglied ernannt. Vorsitzender Friedrich Hujer hob in seiner Laudatio die jahrzehntelange hervorragende Zusammenarbeit mit der KölnMesse und Hans Wilke in Sachen photokina hervor. ***Seite 14***

profi-contact *55–60*

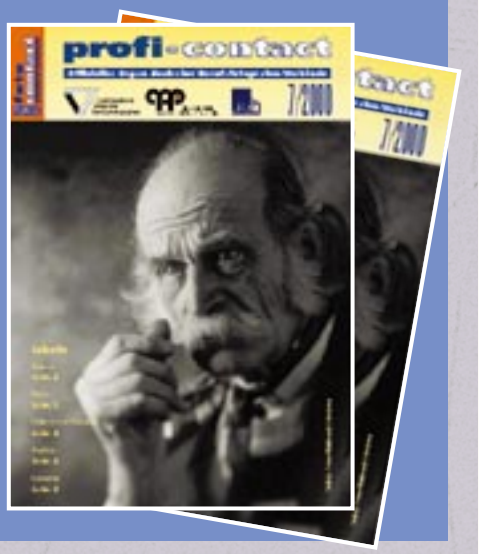
Editorial
Seite 2

News
Seite 3

Bilder mit viel Charakter
Seite 4

Produkte
Seite 6

Impressum
Seite 6



Agfa Image Center auf Erfolgskurs

Digital Imaging macht Bilddienstleistungen in vielen traditionellen Fotogeschäften heute zu einem profitablen Geschäft: Jörg Freese, Geschäftsführer von Foto Jansen in Herten, setzt mit dem Agfa Image Center auf ein System, das seine und die Bedürfnisse der Kunden optimal umsetzt. Das Schlüsselwort seines Geschäftserfolgs lautet dabei „Offenheit". Durch die Internationalen Fototage, die jeweils in den Nicht-photokina-Jahren stattfinden, hat sich die ehemalige Bergbaustadt Herten, am Nordrand des Ruhrgebietes gelegen, hohes Ansehen in der deutschen und internationalen Fotoszene erworben. Viele Hertener Bürger assoziieren mit dem Wort „Foto" aber nicht nur das Festival, sondern auch „Foto Jansen" und das „Agfa Image Center". Denn die Geschäftsführer Jörg Freese (35) und Rolf Hantke (45) haben es geschafft, das alteingesessene Fotogeschäft radikal umzukrempeln und auf wirtschaftlichen Erfolgskurs zu bringen. ***Seite 36***

Ringfoto meldet Rekordergebnis

Im Zeichen des 35jährigen Bestehens und der Einweihung des neuen Logistik- und Verwaltungszentrums stand die diesjährige Gesellschafterversammlung von Ringfoto am 19. Juni in Nürnberg. Neben einem Rekordergebnis für 1999 präsentierten Verwaltungsratsvorsitzender Rainer Schorcht und Hauptgeschäftsführer Michael Gleich ein neues, zukunftsweisendes Logo und kündigten für den Herbst einen neuen Internet-Auftritt im Zeichen von E-Commerce an. Mit der Verlagerung der Gruppenzentrale von Nürnberg nach Fürth trägt Ringfoto dem rasanten Wachstum der vergangenen Jahre Rechnung. Mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von 12,3 Millionen DM wurde die Bürofläche um 50 Prozent auf 2.300 qm erweitert. Das Lager wuchs um 30 Prozent auf 3.700 qm. Neben der räumlichen Erweiterung wurden im Zuge des Neubaus alle relevanten Ablaufprozesse den heutigen und zukünftigen Anforderungen angepaßt. ***Seite 18***

inhalt

Zum Titelbild

Die photokina 2000 im Zeichen dynamischen Wachstums 24

Editorial

Bilder sind Fun 5

Wirtschaftspolitischer Kommentar

Etwas ist faul im Staate D... 34

Industrie

Der deutsche und der französische Foto industrieverband tagten erstmals gemeinsam 14

Olympus festigte die Marktposition 42

Internationale Messen

Die photokina 2000 im Zeichen dynamischen Wachstums 24

Labor

PixelNet Aktie mit 14 Euro an der Börse 10

BGL Fachtagung in Strasbourg 16

Handel

Ringfoto mit Rekordergebnis, neuer Zentrale und neuem Logo 18

VGP lud zur Jahreshauptversammlung 28

Agfa Image Center zeigt sich hell und offen 36

Neue Rahmen- und Albenpreisliste von Dörr 52

H. D. Lehmann: Die Sprache der Technik 66

Nachrichten 6, 8, 33, 41

Sony Digitalkamera mit CD-Brenner

Getreu den Sony-Mavica-Prinzipien, einfach, kostengünstig und mit einem möglichst weit verbreiteten Speichermedium zu arbeiten, wurde auch die Sony Digitalkamera MVC-CD1000 konzipiert. Darüber hinaus ist sie die weltweit erste Digitalkamera, die die Bilddateien auf einer CD-Rom abspeichert. Zum Einsatz kommen dabei aber nicht 12-cm-CD-Roms, sondern standardisierte Mavica Discs (8-cm-CD-Rs) mit einer Datenkapazität von 156 Megabyte. Neben der großen Speicherkapazität – bei einer Auflösung von jeweils 1600 x 1200 Bildpunkten passen bis zu 160 Aufnahmen oder 85 Minuten Video (MPEG) auf eine CD – ist diese Speicherlösung im Vergleich zu anderen Medien auch ausgesprochen günstig.

Seite 48

Digitale Bilddienstleistungen

Die Zahl der Anwender von Digitalkameras wird größer. Auch viele analog Fotografierende interessieren sich für dieses neue Verfahren der Bildaufnahme, schrecken aber vor den technischen Zubehörprodukten und/oder den hohen Kosten zurück, die der heimische Ausdruck der Aufnahmen bedeutet. Darüber hinaus verlieren viele Kunden angesichts der häufig mangelhaften Qualität der zu Hause gefertigten Aufnahmen die Lust an dem neuen Medium. Für diese stetig wachsende Kundengruppe stellen Angebote von Fotohändlern, die digitale Dienstleistungen, wie die Ausgabe von digitalen Bilddateien auf echtem Fotopapier, anbieten, eine echte Alternative dar.

Seite 38

Profi

„Inhaltliche Workshops“ beim BildForum 22

profi-contact

Offizielles Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände 55

Digital Imaging

Digitale Dienstleistungen beleben das Bildergeschäft 38

Neuheiten Digital Imaging 43, 49

Lexmark präsentiert neue Tintenstrahldrucker 44

Neue Digitalkameras von Kodak 46

Sony Digitalkamera mit integriertem CD-Brenner . 48

Photoshop-Praxis

Farbmanagement kreativ 50

Video

U. Vielmuth: Mobiler DV-Schnitt 61

Neuheiten 54

Optimiertes System Studio Polaroid 350i 32

Exklusivserie in imaging+foto-contact

Polaroid Sofortbildfotografie 63

Point of Sale

Fujifilm startet Sommerpromotion 67

Personelles 68

Rechtstips 62

Fotoliteratur 64

Klein- und Personalanzeigen 68

Impressum, Inserenten-Verzeichnis 71

Nicht nur über neue Zielgruppen reden

Bilder sind Fun

Führende Vertreter der Fotobranche werden zur Zeit mit Recht nicht müde, über neue Zielgruppen zu reden. Daß die Baskenmütze als Kennzeichen des Amateurfotografen mega-out ist, verdanken wir nicht nur der oft erwähnten Digitalfotografie. Der durchschlagende Erfolg der Polaroid i-Zone zeigt, daß Hightech zwar ein, aber nicht der einzige Weg zu jungen Zielgruppen ist. Spaß und Action heißen die Zauberworte, die lifestyle-orientierte junge Generation ist jeder Ansprache aufgeschlossen, die ihren Nerv trifft. Es lohnt sich, über die richtigen Wege nachzudenken: Allein die zehn Millionen Jugendlichen im Alter zwischen 6 und 17 Jahren verfügen über eine Kaufkraft von 18 Milliarden DM im Jahr.

Über neue Zielgruppen nur zu reden, hilft allerdings nicht. Wir brauchen Action! Vom 1. bis 4. Juni fand in Dortmund die europäische Jugendmesse YOU statt. An den vier Tagen war in den Westfalen-Hallen der Ruhrmetropole der Bär los. Mehr als 200.000 Kids aus der Piercing-, Skateboard- und Handygeneration knubbelten sich auf den Ständen der mehr als 300 Aussteller oder ließen auf über 80 Großevents die Post abgehen. Modefirmen, Kosmetikunternehmen, Sportartikel-Hersteller und viele andere nutzen die Gelegenheit, der hoffnungsvollen Jugend ihre Produkte vom sportlichen Outfit bis zur Anti-Pickel-Creme zu präsentieren. Musiksender sorgten für die entsprechende Geräuschkulisse, McDonalds löste das Ernährungsproblem. Und die Fotobranche? Sie war mit ganzen drei Ausstellern vertreten: Canon, Fujifilm und Olympus hielten die Bilderfahne hoch.

Schade um die verpaßte Chance. Während das junge Publikum so viele Handys mitgebracht hatte, daß streckenweise das Mobilfunknetz zusammenbrach, waren Kameras Mangelware. Auch der regionale Fotohandel war nicht zu sehen – dabei hätten die zahlreichen Sonderbeilagen zur YOU in der einschlägigen Tagespresse eine wunderbare Gelegenheit geboten, etwas fürs eigene jugendliche Image und natürlich auch für den Umsatz zu tun. Wer soll denn die Digitalkameras, die es jetzt sogar mit eingebautem MP3-Player gibt, kaufen und die Digitalstationen nutzen, wenn nicht die Generation, die sowohl zu Hause als auch in der Schule mit dem Internet aufwächst?!

Polaroid – in Dortmund leider auch nicht vertreten – hat für seine peppigen Sofortbildkameras mit großem Erfolg vor Ort in Diskotheken und auf Konzerten geworben. Mehr davon! Das gilt für die Industrie genauso wie für den Fotohandel, der im Zweifelsfalle den Jugendclub, die Disko oder den Rollerblade-Wettbewerb vor der Türe hat. Events, wie attraktive Ereignisse neuerdings auf deutsch heißen, brauchen Bilder, und Bilder brauchen Events. Die nächste große Gelegenheit dazu ist die photokina. Vielleicht findet sich noch ein Weg, das bereits jetzt beeindruckende Rahmenprogramm durch eine gigantische Bilderfete (z. B. auf der Domplatte) auszuweiten. Dann sehen wir in Köln nicht nur die faszinierende Zukunft des Bildes, sondern können mit jugendlichem Schwung auch einmal den Bär von der Kette lassen. Th. Blömer

Turnaround für Porst Retail hält an

Laut einer Pressemitteilung der Spector Photo Group vom 13. Juni dieses Jahres bestätigen die Ergebnisse der ersten vier Monate 2000, daß der 1999 gestartete Turnaround für Porst Retail anhält.

Der konsolidierte Umsatz der Spector Photo Group für die ersten vier Monate 2000 stieg im Vergleich zum gleichen Zeitraum in 1999 um 5 Prozent von 200,1 Millionen Euro bis auf 210,5 Millionen Euro an. Der Konsolidierungskreis der Gruppe wurde, verglichen mit derselben Periode 1999, nicht wesentlich geändert. Wie schon 1999 kann die Gruppe erneut einen positiven operationellen Cashflow vorweisen. Für die ersten vier Monate beläuft er sich auf 4,1 Millionen Euro, gegenüber 7,8 Millionen Euro im Vorjahr. Dieses relativ weniger gute Ergebnis läßt sich laut der Pressemitteilung auf mehrere Faktoren zurückführen. Zum einen zeigte die Osterkampagne, die im vergangenen Jahr bereits im April positive Ergebnisse brachte, in diesem Jahr erst im Mai ihre Wirkung, zum anderen fielen dieses Jahr die langen Wochenenden von Himmelfahrt und Pfingsten in den Juni, während deren positive Auswirkung auf die Fotofinishing-Aktivitäten 1999 bereits im Mai in den Umsatz aufgenommen worden waren. Der Einzelhandelsdivision hingegen ist es gelungen, den Umsatz um 4,4 Prozent zu steigern und ein besseres Betriebsergebnis im Vergleich zu derselben Periode des Vorjahres zu erzielen. Digitale Anwendungen (die Gruppe führte im letzten Jahr neue digitale Dienstleistungen und Produkte wie Photo@Scan, PhotoPrint@Station und PhotoPrint@Net ein) nahmen trotz des noch relativ begrenzten Volumens ständig zu. Obwohl die Ergebnisse der ersten vier Monate 2000 unter jenen des Vergleichszeitraums 1999 liegen, ist das Management überzeugt, daß dieser Rückstand aufgeholt werden kann und für das gesamte Jahr eine Ergebnisverbesserung im Vergleich zu 1999 zu erwarten sei.

Neuer CMOS-Sensor von Conexant ermöglicht Bau preiswerter Digitalkameras

Laut einer Pressemitteilung bietet das nordamerikanische Unternehmen Conexant Systems Inc. den industrieweit ersten „Front End"-Megapixel-CMOS-Sensor an, der eine extrem hohe Auflösung für Digital-Still- und Videokameras realisiert. Darüber hinaus gab das Unternehmen im Rahmen seiner Strategie als Anbieter kompletter Systemlösungen die Übernahme der Firma Sierra Imaging, Inc. bekannt. Sierra ist ein führender Anbieter von Halbleiter- und Software-Bildverarbeitungslösungen für digitale Standbildkameras. Durch die Kombination der digitalen Back End-Bildprozessoren und der Bildmanagement-Software von Sierra mit dem CMOS-Sensor von Conexant kann den Herstellern von Digitalkameras eine komplette Bilderfassungslösung für digitale 1,3-Megapixel-Digitalkameras im unteren Preissegment (unter 300 DM) sowie für Stand- und Bewegtbildkameras für PC-Anwendungen angeboten werden. Der CMOS-Sensor CX20450 von Conexant basiert auf dem für die Massenfertigung optimierten Mixed-Signal-CMOS-Prozessor des Unternehmens, der sich gegenüber anderen Technologien durch eine hohe Sensor-Empfindlichkeit und ein geringes Rauschen auszeichnet. Darüber hinaus erlaubt er die Aufnahme von 27 Bildern pro Sekunde (frames per second). Außerdem enthält der Chip einen 10-Bit-Analog/Digital-Wandler sowie sämtliche erforderlichen Time-Schaltungen, bietet einen Progressive-Scan-Ausgang, Standard-Farbfilter und Mikroobjektive, durch die er sich für den Einsatz in Digitalkameras auszeichnet.

Agfa beteiligt sich an Silicon Vision

Das führende europäische Imaging Unternehmen, Agfa-Gevaert N.V., Mortsel/Belgien, übernimmt 24 2/3 Prozent der Gesellschaftsanteile der Silicon Vision AG, Siegen, ein Unternehmen, das TFA-Bildsensoren produziert und vermarktet. Zugleich beteiligen sich die Schnigge Beteiligungs AG, eine hundertprozentige Tochter der Börsenmakler Schnigge AG, Düsseldorf, und GESCO, Wuppertal, mit je 16 Prozent sowie die Julius Bär Kapitalanlage AG, Frankfurt, für ihre Sondervermögen mit 10 Prozent an Silicon Vision. Das restliche Drittel verbleibt bei den bisherigen Gesellschaftern.TFA-Bildsensoren (Thin Film on ASIC/Application Specific Integrated Circuit) sollen laut einer Pressemitteilung der Agfa-Gevaert AG hinsichtlich Farbtauglichkeit, Empfindlichkeit, Muster-Erkennung und Miniaturisierung bisherigen Chips deutlich überlegen sein. Sie stellten eine Art künstliche Augen dar, die eine wesentliche Kostenreduktion und bahnbrechende Verbesserungen beim Bau von optoelektronischen Systemen bringen würden. Im Unterschied zu den bisher in der Bildsensorik eingesetzten Elektronikbausteinen könnten TFA-Chips, heißt es in der Pressemitteilung weiter, optische Informationen nicht nur empfangen, sondern zugleich speichern und direkt auf dem Sensorchip individuell und anwendungsspezifisch weiterverarbeiten. Durch diese Systemintelligenz wird die TFA-Technologie äußerst attraktiv für eine Vielzahl von Anwendungsgebieten wie etwa Autopiloten in Fahrzeugen, die schnelle Übertragung von Bewegtbildern per Telefon, die Digitalfotografie oder die Medizintechnik. Die Produktionsvorbereitungen sind in Dresden angelaufen. Die Großserienproduktion der weltweit einzigartigen Bauelemente soll binnen zwei Jahren beginnen. Das durch die Beteiligung zufließende Kapital dient zur Absicherung der Serienproduktion.

CeBIT HOME 2000 fällt aus

Weil für die vom 30. August bis zum 3. September 2000 in Leipzig geplante CeBIT Home 2000 die Resonanz auf der Ausstellerseite zu gering war, hat die Veranstalterin, die Deutsche Messe AG, Hannover, beschlossen die Messe nicht durchzuführen. Dies geht aus einer Pressemitteilung vom 31. Mai dieses Jahres hervor, in der es weiter heißt, daß das Ziel einer marktumfassenden Präsentation neuer Produkte und Anwendungen aus den Bereichen Telekommunikation, PC, Multimedia, Software, Internet- und Onlinedienste sowie Digital Entertainment nach dem gegenwärtigen Stand der Anmeldungen und der gebuchten Fläche nicht mehr erreichbar sei. Die deutsche Messe AG werde aber, unabhängig von der aktuellen Entscheidung, mit den relevanten Industrieverbänden darüber im Dialog bleiben, ob für den zukunftsträchtigen Markt der Consumer Electronics ein Bedarf für eine separate Messe bestehe.

OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE

Die neue Elite der digitalen Fotografie

3 Megapixel-Klasse

CAMEDIA C-3030 Zoom

Die digitale Innovation

- 3,3 Mio. Pixel CCD
- 3fach Zoom
- USB und serielle Schnittstelle

2 Megapixel Spiegelreflex-Klasse

CAMEDIA C-2500L

Der neue digitale Standard

- 2,5 Mio. Pixel CCD
- All-In-One Spiegelreflexkamera
- Super-Makro bis zu 2 cm

1 Megapixel-Klasse

CAMEDIA C-960 Zoom

Qualität mit Stil

- 1,3 Mio. Pixel CCD
- 3fach Zoom
- elegantes Design

6MW

Service-Partner:

Bremaphot

Bremaphot Biedebach & Co. (GmbH & Co.) **Photo-Großhandel**

28087 Bremen • Postfach 11 07 51 • (04 21) 46 89 89 • Fax (04 21) 4 68 98 33

... mit einem Verkaufsbüro auch in Ihrer Nähe!

Komori neuer Präsident von Fuji

Shigetaka Komori (60), Geschäftsführer der Düsseldorfer Fujifilm-Europazentrale, wurde zum neuen Präsidenten des japanischen Mutterhauses der Fuji Photo Film Co. Ltd. in Tokyo ernannt. Am 29. Juni dieses Jahres nahm er sein Amt auf. Sein Vorgänger Masayuki Muneyuki übernahm die Position des Vice Chairman.

Viele Besucher bei der SIPI 2000 in Paris

Die französische Fachmesse für Bildtechnik, Foto, Video- und Digitaltechnik, SIPI, konnte in diesem Jahr in den Tagen vom 17. bis 20. März 22.091 Besucher empfangen (insgesamt 25.177 Registrierungen). Dabei erwies sich die erstmalige Öffnung der Messe für Fach-Amateure als voller Erfolg. Im Gesamt-Besucherprofil waren 61% der Besucher Profis und professionelle Anwender der Bildtechnik und 39% Fach-Amateure. Auf einer Ausstellungsfläche von 21.000 qm haben 183 Aussteller Besucher aus der ganzen Welt empfangen. Auch das Konferenzprogramm der PMA France stieß während der viertägigen Veranstaltung mit 830 Teilnehmern auf durchweg positive Resonanz. Die nächste SIPI findet 2002 auf dem Messegelände Port de Versailles in Frankreich statt.

Britische Einzelhandelskette bietet Online-Bildverarbeitung

Boots, eine in Großbritannien führende Einzelhandelskette für Gesundheits- und Schönheitsprodukte, hat die Gretag Imaging-Tochtergesellschaft Telepix ausgewählt, um seinen umfassenden E-Fotoservice, bootsphoto.com, zu entwickeln und zu betreiben. Seit Juli dieses Jahres können Kunden, deren Filme bei Boots verarbeitet werden, ihre Bilder auf einen sicheren Webserver laden lassen und sich mittels Paßwort Zugang zu ihren Bilddaten verschaffen. Die Bilder können online bestellt werden und in einer Boots-Geschäftsstelle abgeholt werden, unabhängig davon, wo der Film bearbeitet wurde. Zu den zusätzlichen Dienstleistungen, die der neue Service bietet, zählen ein Online-Fotoalbum, die Nutzung modernster Bildbearbeitungssoftware sowie ein Online-Buchungssystem für professionelle Fotografen und eine Bilddatenbank für Mitglieder.

Phil Douty, der Verantwortliche für bootsphoto.com erklärte: „In Zusammenarbeit mit Telepix Imaging beabsichtigen wir, den führenden e-Fotoservice in Großbritannien aufzubauen. Boots beschäftigt mehr als 63.000 Personen in 1.400 Niederlassungen.

Kodak testete automatisches Film-Annahmesystem

Ein Computer des amerikanischen Unternehmens Micro Industries ist das Herzstück des Kodak Picture Centers, eines automatischen Annahmesystems für Filme, das zur Zeit an 200 Stellen im Land getestet wird. Bis zum Ende des Jahres sollen zwischen 4.000 und 5.000 dieser Stationen an Filialen von Wal Mart und ähnlich gelagerten Ketten ausgeliefert werden. Die Geräte der Eastman Kodak Co. ersparen den Anwendern das lästige Ausfüllen der Fotoauftragstaschen und die Suche nach der richtigen Annahmebox. Stattdessen werden die Entwicklungsdaten über einen TouchScreen-Monitor eingegeben.

Für häufige Anwender ist die Ausgabe einer Kundenkarte für die Bedienung angedacht. Die Nutzungsfrequenz der Testgeräte übertraf die Erwartungen der Unternehmen. So konnten an einigen Stellen Umsatz-Zunahmen von bis zu 10 Prozent festgestellt werden.

Papierhersteller Felix Schoeller baut Kapazitäten aus

Die Felix-Schoeller Gruppe, Osnabrück, Hersteller von Imaging-, Dekor- und technischen Spezialpapieren, beabsichtigt mit einem Investitionsprogramm von insgesamt 230 Millionen DM ihre Wettbewerbsposition im Kerngeschäft Imaging (Fotobasis- und Digital Imaging-Papiere) weiter zu stärken. Die bereits seit Ende 1999 laufenden Investitionsschritte beinhalten eine signifikante Erweiterung der Papiererzeugung, der Veredelung und der Konfektionierung. Der Löwenanteil der Investitionen (200 Millionen DM), entfällt auf das in der Nähe von Dresden gelegene Werk Weißenborn. Im nächsten Jahr werden im Stammwerk Osnabrück 30 Millionen DM in einen neuen leistungsfähigen Extruder investiert. In diesem Jahr werden in Weißenborn 140 Millionen DM in den Neubau eines Extruders für die Polymerbeschichtung von Foto- und Inkjet-Basispapieren, eine Streichmaschine zur Aufbringung von Farbempfangsschichten für Inkjet-Papiere und in eine weitere Ausbaustufe der vorhandenen Konfektionierung investiert. Die Produktionsstätte wird dann laut Pressemitteilung als einzige Produktionsstätte in der Welt die volle Wertschöpfung bei Digital Imaging-Papieren anbieten und damit flexibel und kostenoptimiert auf Kundenanforderungen reagieren können. Abgeschlossen wird das Investitionsprogramm für Weißenborn durch einen 60 Millionen DM teuren Umbau der Papiermaschine 4 im kommenden Jahr, die zu einer Verdoppelung der Kapazität führen wird, so daß im Verbund mit der Papiermaschine 1 am Standort Osnabrück die Schoeller-Gruppe künftig über eine Produktionskapazität von rund 300.000 Tonnen pro Jahr bei Imaging-Papieren in Europa verfügen wird. Nach Durchführung des Investitionsprogramms wird das Unternehmen nicht nur die Wachstumspotentiale in den Kernmärkten Europa und Nordamerika voll ausschöpfen können, heißt es in der Pressemitteilung weiter, sondern auch die im südostasiatischen Raum. Zur Erschließung dieser Märkte nimmt die neugegründete Verkaufsgesellschaft Felix Schoeller Asia Pacific Pte. Ltd., Singapur, ihre Tätigkeit am 1. Juli dieses Jahres unter der Leitung eines ehemaligen Kodak-Managers auf.

Gutes wird...

Agfa MSP-Technologie

mit Dimax noch besser!

Agfa DIMAX-Technologie

* digital optimiert

Bessere Bilder für bessere Geschäfte.

Mit Agfa DIMAX bekommen Ihre Kunden
+ digital optimierte Bildqualität
+ mehr Details und kräftigere Farben
+ fühlbar und sichtbar bessere Bilder
+ **NEU:** noch hochwertigeres Papier
+ **NEU:** goldener Rückseitendruck

Das sorgt bei Ihnen automatisch für
+ deutlich mehr Profilierung im Markt
+ spürbar höhere Kundenzufriedenheit
+ messbar größere Nachfrage und
+ kräftig wachsende Profite

Fordern Sie das neue Werbemittelpaket an!

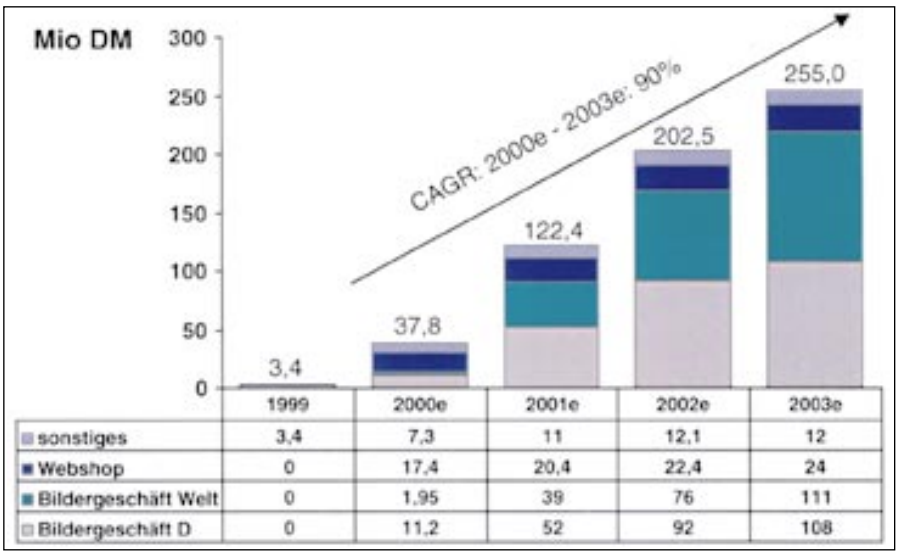
Agfa DIMAX Print

Sehen Sie den digitalen Unterschied*

AGFA

PixelNet Aktie mit 14 Euro an der Börse

Zum Ausgabepreis von 14 Euro hat die PixelNet AG am 20. Juni 3,3 Millionen Aktien zum Nennwert von jeweils einem Euro an die Börse gebracht. Damit erhöht sich das Kapital von zehn Millionen Euro (im Besitz der Lintec AG und anderer Altgesellschafter) auf 13,3 Millionen Euro. Die Börse reagierte verhalten. In den ersten Notierungstagen kam das neue Papier nicht über den Ausgabekurs hinaus.



	1999	2000e	2001e	2002e	2003e
sonstiges	3,4	7,3	11	12,1	12
Webshop	0	17,4	20,4	22,4	24
Bildergeschäft Welt	0	1,95	39	76	111
Bildergeschäft D	0	11,2	52	92	108

Mit einer raschen Ausdehnung des Geschäfts auf europäische Auslandsmärkte will die PixelNet AG in den nächsten Jahren spektakuläres Umsatzwachstum erzielen.

Kein Höhenflug

Auf einer Analystenkonferenz am 14. Juni in Frankfurt malten Vertreter des Konsortialführers HypoVereinsbank und der PixelNet Vorstand ein optimistisches Bild von der Zukunft des Unternehmens. Der Boom in der Digitalfotografie soll der PixelNet AG als „first Mover auf dem Markt für E-Fotografie" den Weg zur Marktführerschaft bereiten, so Vorstandsvorsitzender Matthias Sawatzky. Als einziges Fotofinishing-Unternehmen brauche PixelNet nicht auf bestehende Verbindungen zum Fotohandel Rücksicht zu nehmen und könne so den dynamischen Vertriebsweg Internet mit voller Kraft erschließen.

Der „Bilderbroker"

Sawatzky sieht die Zukunft der PixelNet AG als „Bilderbroker", die den größten Teil ihres Geldes durch die Vermittlung von Internet-Fotofinishing-Dienstleistungen erzielt. Dabei sollen Verbraucher mit Hilfe der p2p-Software (pixel to picture) ihre mit der Digitalkamera aufgenommenen Bilder über das Internet ins Labor schicken und anschließend auf dem Postweg hochwertige Abzüge auf Fotopapier erhalten. Gleichzeitig ist das Einladen der Bilder ins Internet möglich, wo sie Freunden und Bekannten zugänglich gemacht werden können. Als erster Laborpartner fungiert das Orwo-Labor in Wolfen, das Ende vergangenen Jahres von Lintec übernommen wurde. Auch die Zusammenarbeit mit anderen Labors kann sich Matthias Sawatzky durchaus vorstellen. Zusätzlich soll ein Versand-Fotofinishing-System, bei dem die Kunden ihre normalen Filme auf dem Postweg ins Labor schicken und ebenso ihre Bilder zurückerhalten, als Eingangstür für analoge Fotografen in die elektronische Bilderwelt dienen; denn auch die auf Film aufgenommenen Bilder können auf Wunsch von PixelNet ins Internet geladen werden. Zusätzliche Umsätze will das Unternehmen durch Verkäufe von Fotoprodukten im „Webshop" generieren.

Matthias Sawatzky, PixelNet Vorstandsvorsitzender: „Wir wollen im Bereich der E-Fotografie die Markt- und Technologieführerschaft in Europa übernehmen."

Aufbau des Kundenstamms

Für den Aufbau potentieller Abnehmer setzt die PixelNet AG auf verschiedene Standbeine. So wurde die Zugangssoftware bisher 700.000 mal in den Markt gebracht – als (gratis) CD, Download aus dem Internet oder im Bundle mit Computerprodukten. Ein weiteres Promotionwerkzeug ist der PixelNet Film, der in diesem Jahr vier Millionen mal verteilt bzw. verkauft werden soll. Als Vertriebswege dienen hier fotofremde Kanäle wie Lebensmittelmärkte ohne Bildertheke oder Möbelhäuser. Dem PixelNet Film liegen in einer handlichen Box sowohl die Zugangssoftware als auch ein Versandbeutel für die Entwicklung im Orwo-Labor bei.
Bis Ende Mai dieses Jahres, so Vorstandsmitglied Dr. Walter Kroha, seien bei der PixelNet AG 160.000 Kunden er-

Sind Sie wasserscheu?

Wenn beim Fotovergnügen mal wieder kein Auge trocken bleibt, dann sollte auch die Kamera nicht wasserscheu sein. Die ESPIO 105WR versteckt ihr hochpräzises 38 – 105 mm-Zoomobjektiv in einem wasserfesten, ergonomisch geformten Gehäuse. So können ihr Spritzwasser, Schmutz und Sand nichts anhaben. Und mit Belichtungsautomatik und Fünffeld-Autofokus bekommen Sie nicht nur am Strand ganz automatisch alles schön scharf drauf.
Mehr über die ESPIO 105WR erfahren Sie im Fachhandel. Oder wenden Sie sich direkt an uns.
Telefon: 0 40/56 19 2-0
Internet: www.pentax.de

Unverbindliche Preisempfehlung:

DM 549,–

Einfach gut drauf

PENTAX

faßt worden. Bis Ende dieses Jahres will man die Zahl von einer Million Nutzern erreichen.

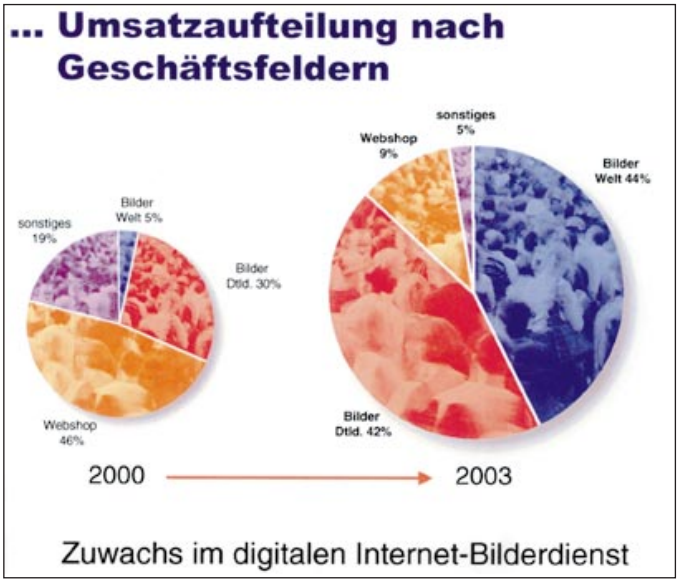
Optimistische Umsatzprognosen

Die PixelNet Repräsentanten machten auf der Analystenkonferenz deutlich, daß sie die Zukunft des Unternehmens mit dynamischem, um nicht zu sagen dramatischem Wachstum gestalten wollen. Erzielte die PixelNet AG im vergangenen Jahr noch Umsatzerlöse von 3,4 Millionen DM und einen Verlust von 1,1 Millionen DM, soll bereits in diesem Jahr ein Umsatzvolumen von 37,9 Millionen DM erreicht werden. Dabei ist ein Verlust in Höhe von 12,3 Millionen DM geplant, der im Wesentlichen von den hohen Marketingaufwendungen zum Start verursacht wird.

PixelNet AG Vorstandsmitglied Dr. Walter Kroha: „Bereits in diesem Jahr streben wir die Zahl von einer Million Kunden an."

Bereits im kommenden Jahr will die PixelNet AG bei einem Umsatz von 122,4 Millionen DM ein operatives Ergebnis von einer Million DM, also den Break Even, erreichen. Im Jahr 2002 sollen 202,5 Millionen DM Umsatz neun Millionen DM Gewinn entgegenstehen, und im Jahr 2003 wollen die Verantwortlichen, so Finanzvorstand Dr. Gerhard Köhler, mit einem Umsatz von 255 Millionen DM ein Ergebnis von 16,9 Millionen DM erreichen. Dabei soll die Zahl der Mitarbeiter von derzeit 25 auf 140 steigen.

Die Struktur des Umsatzes wird sich nach Einschätzung der PixelNet Verantwortlichen in den kommenden drei Jahren deutlich in Richtung Dienstleistung verschieben. Für dieses Jahr soll das Internet-Fotofinishing noch einen Anteil von 35 Prozent ausmachen, Warenumsätze im Webshop dagegen 46 Prozent. Bereits im Jahr 2003 soll die digitale Bilderflut im Netz für 86 Prozent des PixelNet Umsatzes in Höhe von 255 Millionen DM sorgen. Über die Hälfte davon will das Unternehmen außerhalb Deutschlands erzielen. Der Umsatz pro Kunde soll dabei von derzeit 50 DM auf durchschnittlich 120 DM pro Jahr steigen.

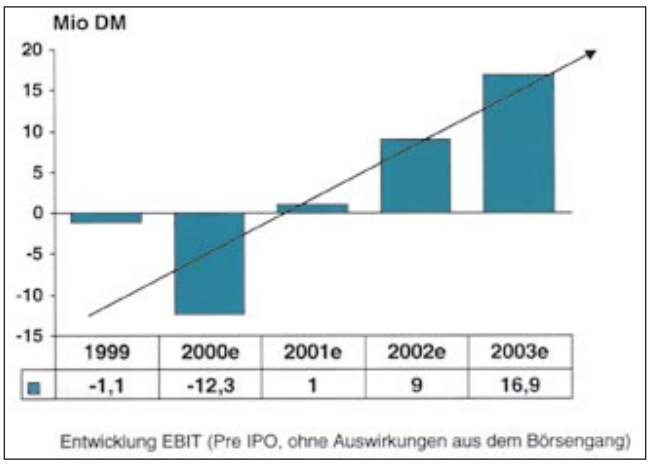


In den nächsten drei Jahren soll nach den Vorstellungen der Verantwortlichen der Anteil der Bilddienstleistungen im Vergleich zum Webshop dynamisch wachsen.

In diesem Jahr liegt die PixelNet AG nach eigenen Aussagen über dem Plan. Mit einem Umsatz von rund sechs Millionen DM in den ersten vier Monaten habe man die eigenen Erwartungen um ca. 13 Prozent übertroffen. Aufgrund der massiven Werbemaßnahmen sei mit weiteren Steigerungen zu rechnen. Stimmen die Ergebnisse des Marktforschungsinstitutes INRA aus einer Repräsentativ-Befragung der deutschen Bevölkerung im Auftrag der PixelNet AG, braucht sich das neue Unternehmen über die Zahl potentieller Interessenten keine Sorgen zu machen. Von den 50 Millionen deutschen Fotointeressenten können sich demnach 45 Prozent oder 22,5 Millionen vorstellen, Fotogrüße per E-mail zu verschicken. 20 Prozent oder zehn Millionen interessieren sich für Webarchive und elf Prozent können – so INRA – zu den potentiellen „Heavy-Usern" gezählt werden.

Höherer Wert als CeWe Color

Daß sich bei einem Börsenkurs von 14 Euro für die PixelNet AG eine deutlich höhere Marktkapitalisierung ergibt als für CeWe Color, sehen die Verantwortlichen als natürliche Folge des Zukunftspotentials ihres Geschäftsmodells. Bei allem Respekt vor CeWe Color, so Matthias Sawatzky auf eine entsprechende Analystenfrage, müsse berücksichtigt werden, daß das größte europäische Fotofinishing-Unternehmen eine starke Kapitalbindung im klassischen Fotofinishing aufzuweisen habe. Dies sei, so der PixelNet Vorstandsvorsitzende, für die Zukunft eher als Belastung anzusehen.



Bereits 2001 soll der Börsenneuling den Break Even erreichen.

CeWe Color – Ideen für den Fotofachhandel

ImageCD

Der neue Star im Digitalprogramm:

Die ImageCD ist die ideale Verbindung zwischen digitalem und klassischem Bildergeschäft und damit ein neuer Impuls für mehr Umsatz. Denn Ihre Kunden bekommen zusammen mit einem Kleinbild- oder APS-Erstauftrag auch die digitale Version ihrer Fotos. Die können dann bearbeitet, über das Internet verschickt oder in Websites integriert werden. Und das wollen immer mehr Ihrer Kunden. Probieren Sie mit beiliegender CD selbst aus, was sie alles kann.

Bringen Sie Ihre Kunden auf den digitalen Weg und demonstrieren Sie ihnen die kreativ-gestalterischen Möglichkeiten der ImageCD. Zu Ihrem doppelten Vorteil. Denn erstens belebt die ImageCD Ihr Geschäft und zweitens beweisen Sie Ihre Kompetenz bei einer Zielgruppe, die sich immer stärker für das digitale Geschäft interessieren wird.

cewe color

D-26133 Oldenburg, Niewerweg 30-32, Tel. (0441) 404-1, Fax (0441) 404-404
D-22085 Hamburg, Winterhuder Weg 82, Tel. (040) 227102-0, Fax (040) 227102-11
D-82110 Germering (München), Oskar-von-Miller-Straße 9, Tel. (089) 84007-0, Fax (089) 84007-30
D-67547 Worms, Niederländer Straße 26, Tel. (06241) 3006-0, Fax (06241) 3006-40
D-41238 Mönchengladbach, Erftstraße 40, Tel. (02166) 853-0, Fax (02166) 853 109

Photoindustrie-Verbände tagten erstmals gemeinsam

Deutsch / französische Freundschaft

Im Zeichen internationaler Beziehungen stand die diesjährige Mitgliederversammlung des Photoindustrie-Verbandes in Freiburg. Erstmals in der Geschichte wurde die Jahrestagung gemeinsam mit dem französischen Industrie-Verband durchgeführt. Folgerichtig standen im öffentlichen Tagungsprogramm europäische Themen im Mittelpunkt.

Friedrich Hujer, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes (rechts), und Dominique Couinet, der auf der Mitgliederversammlung der französischen Kollegen zum neuen Vorsitzenden des Verbandes im Nachbarland ernannt wurde, freuten sich gemeinsam über eine außerordentlich erfolgreiche Tagung.

Der europäische Fotomarkt zeichnet sich zur Zeit durch eine positive Entwicklung in fast allen wichtigen Marktsegmenten aus. Sowohl Filmverbrauch, als auch Kameraumsätze nehmen zu. In Frankreich sind dabei die Wachstumsraten teilweise höher als in Deutschland. So wuchs der deutsche Kameramarkt im vergangenen Jahr (wie berichtet) um ein Prozent auf gut vier Millionen Stück, während die Nachfrage in Frankreich von 2,072 Millionen Kameras im Jahre 1998 auf 2,435 Millionen Stück im vergangenen Jahr zunahm. Das stellte Marion Knoche von der GfK Marktforschung in einem Überblick über den europäischen Fotomarkt fest. Auffallend ist dabei, daß der APS-Anteil in Frankreich signifikant höher ist als in vielen anderen europäischen Ländern. Mit einem Marktanteil von 29 Prozent bei Kompaktkameras liegt Frankreich in Sachen APS gemeinsam mit den Niederlanden dicht hinter dem europäischen Spitzenreiter Großbritannien, wo inzwischen jede dritte Kompaktkamera für das neue Format ausgestattet ist. Nicht zuletzt das neue System hat offensichtlich im europäischen Durchschnitt dazu geführt, daß der Durchschnittspreis für Kompaktkameras in jüngster Zeit stabil geblieben ist. Allerdings bekommen die Verbraucher wesentlich mehr Ausstattung fürs Geld. Der harte Wettbewerb im Einzelhandel in Deutschland führt zum niedrigsten Preisniveau im europäischen Vergleich.

Zwei weitere Vorträge hatten europäische Gesetzgebungsprobleme zum Thema. Patrick Weinheimer von der Europäischen Kommission in Brüssel berichtete über die EU-Directive zum Verbraucherschutz, die zum 1.1.2002 in nationales Recht umgesetzt werden soll. Sie räumt den Verbrauchern vor allem mehr Rechte in Sachen Gewährleistung ein und könnte zu einer spürbaren Belastung für Industrie und Einzelhandel werden.

Anschließend stellte Reinald Krüger von der Europäischen Kommission die Schwerpunkte seiner Behörde für die Ausgestaltung von Rahmenbedingungen für Unternehmen in Europa dar. Dabei soll sowohl der Globalisierung als auch der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle im Internet Rechnung getragen werden. Um die Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Europa zu sichern, sei eine deutliche Vereinfachung der Bedingungen für Unternehmer auf dem Kontinent notwendig, betonte Krüger. Die Gründung von Firmen müsse leichter und vor allem billiger werden. Auch im Patentrecht gebe es einen erheblichen Harmonisierungsbedarf.

Veränderungen sind für die nächsten Jahre auch im europäischen Wettbewerbsrecht zu erwarten. Dadurch werden europäische Unternehmen problemloser mit ihren globalen Mitbewerbern konkurrieren können.

Erheblicher Handlungsbedarf besteht in Europa nach Aussage Krügers auch bei der Schaffung gesetzlicher Rahmenbedingungen für Geschäfte im Internet. Dabei wird das viel diskutierte Schlagwort E-Commerce inzwischen durch einen neuen Begriff ergänzt: M-Commerce. Das M steht dabei für Mobil und bezeichnet die Möglichkeit, mit Hilfe tragbarer Geräte, vor allem Mobiltelefonen, im Internet einzukaufen. 65 Prozent der europäischen Verbraucher, so prognostizierte Krüger, werden bis zum Jahr 2003 ein Handy besitzen. Das ergebe eine Basis von 170 bis 220 Millionen Menschen, die über ihr Mobiltelefon in der Lage sind, im Internet einzukaufen. Während es heute im Netz etwa 400 Handelsplattformen in Europa gibt, rechnet die EU-Kommission mit einem

rasanten Anstieg dieser Zahl auf 10.000 im Jahre 2003. Um die Transaktionen im Netz sicher zu machen und gleiche Wettbewerbsbedingungen zu garantieren, sei die Standardisierung der elektronischen Unterschrift ebenso geboten, wie eine einheitliche Regelung des Mehrwertsteuerproblems.

Hans Wilke zum Ehrenmitglied ernannt

Der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbandes, Friedrich Hujer, nutzte die Gelegenheit der Mitgliederversammlung zur Ehrung von Persönlichkeiten, die sich besonders um den Photoindustrie-Verband verdient gemacht haben. So wurde der scheidende Präsident der Fédération Francaise des Industries de l'Image, Arnaud Tezenas du Montcel, mit der Verdienstmedaille des Verbandes ausgezeichnet. Diese höchste Auszeichnung des Photoindustrie-Verbandes wurde damit zum 14. Mal verliehen. Der Geschäftsführer des französischen Verbandes, Jean-Pierre Baux, erhielt die Ehrennadel des Photoindustrie-Verbandes.

Eine besondere Ehrung wurde KölnMesse Geschäftsführer Hans Wilke zuteil. Als erste Persönlichkeit außerhalb der Verbandsorganisation wurde er zum Ehrenmitglied des

Als erste Persönlichkeit außerhalb der Verbandsorganisation wurde KölnMesse Geschäftsführer Hans Wilke (rechts) von der Mitgliederversammlung des Photoindustrie-Verbandes zum Ehrenmitglied ernannt. Vorsitzender Friedrich Hujer hob in seiner Laudatio die jahrzehntelange hervorragende Zusammenarbeit mit der KölnMesse und Hans Wilke in Sachen photokina hervor.

Photoindustrie-Verbandes berufen. Damit würdigt die deutsche Fotoindustrie die jahrzehntelange freundschaftliche Zusammenarbeit mit Hans Wilke, der fast sein ganzes Berufsleben lang bei der KölnMesse mit der photokina verbunden war und ist. So hat der KölnMesse Geschäftsführer wesentlichen Anteil daran, daß die gemeinsam von der KölnMesse und dem Photoindustrie-Verband seit 1950 veranstaltete photokina ihren Spitzenplatz als Weltmesse des Bildes über fünf Jahrzehnte behalten und ausbauen konnte.

Neben der fachlichen Information im Vortragsprogramm, den Sitzungen wichtiger Ausschüsse und der Mitgliederversammlung nutzten die Repräsentanten der Fotoindustrie die hervorragenden Rahmenbedingungen in Freiburg zum informellen Gedanken- und Erfahrungsaustausch sowohl innerhalb der Verbände als auch mit den Kollegen aus dem jeweiligen Nachbarland. Die Erfahrungen der deutsch-französischen Premiere waren dabei für alle Beteiligten so positiv, daß beide Verbände im kommenden Jahr erneut eine gemeinsame Tagung planen.

BGL Fachtagung in Strasbourg

Mit 66 Teilnehmern aus allen 51 Mitgliedsunternehmen meldete der Bundesverband der Großlaboratorien (BGL) zur Fachtagung in Strasbourg volles Haus. Im Mittelpunkt des umfangreichen Vortragsprogramms stand diesmal nicht die digitale Zukunft, sondern die Steigerung von Qualität und Kundenzufriedenheit im aktuellen Tagesgeschäft.

Bereits zum Einstieg der vom BGL Vorsitzenden Hubert Rothärmel moderierten Tagung brachte Wilhelm Vonnahme, Geschäftsführer der Kodak Fotoservice GmbH, Regensburg, das Thema mit einem Vortrag über den Qualitätsstandard ISO 9000 im Großlabor ins Gespräch. Dabei betrifft die ISO 9000-Zertifizierung nicht allein die Produktqualität. Vielmehr wird die Qualitätssicherheit des gesamten Betriebes durch die Implementierung eines umfassenden Qualitätsmanagements-Systems gewährleistet. Dazu gehören Faktoren wie die Transparenz der Fertigungsprozesse, Eindeutigkeit von Arbeitsanweisungen, Mitarbeitermotivation und Dokumentation der Prozesse und Abläufe.

Über die Erfahrungen mit Total Quality Management (TQM) im Großlabor berichtete anschließend Uli Kraus, in der Eurocolor Gruppe als Geschäftsführer für die Betriebe Bonner Color und Photex zuständig. Total Quality Management, das bei Bonner Color in den Jahren 1995 bis 1998 in Zusammenarbeit mit einem namhaften Unternehmensberater eingeführt wurde, führte in Bonn nicht nur zu einer meßbaren Verbesserung der Kundenzufriedenheit, sondern kam durch deutliche Produktivitätssteigerung auch dem Geschäftsergebnis zugute. Wir kommen auf dieses Thema in der nächsten Ausgabe von imaging+ foto-contact ausführlich zurück.

Kundenzufriedenheit war auch das Thema des Vortrages „Image-Analysen im Großlabor“ von Dorothe Riemann, Marketingleiterin bei Eurocolor. Im Zuge einer Kundenbefragung konnte das Unternehmen im vergangenen Jahr wertvolle Erkenntnisse über die eigenen Stärken und Schwächen gewinnen und auf der Basis dieser Ergebnisse zielgerichtete Maßnahmen einleiten. Dabei ging es nicht allein um Bildqualität, sondern auch um andere wichtige Faktoren wie Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und Kundendienst bis zur Reklamationsbearbeitung.

Immer noch eine Herausforderung: Fotochemie

Auch im Digitalzeitalter bleibt die umweltgerechte und qualitätssichere Steuerung der fotochemischen Prozesse ein zentrales Thema für Großlabors. Mit seinem Vortrag „Verwertung von Wertstoffen und Abfällen aus Fotofinishing-

betrieben“ griff Uwe Moser, technischer Leiter von CeWe Color München, ein interessantes Umweltthema auf, das gerade in einem Land mit so strikten gesetzlichen Regelungen wie Deutschland von großem Interesse ist. Anschließend kam Dr. Wolfgang Sieber, Leiter der Chemie bei CeWe Color, unter dem Titel „Zentrale Prozeßsteuerung“ auf das Thema Qualitätssicherung zurück. Dabei beschrieb er eindrucksvoll, wie selbst in einem Unternehmen mit so vielen Betriebsstätten wie CeWe Color durch zentrale Kontrolle der wichtigsten Prozeßparameter im Online-Verfahren eine gleichmäßige Qualität sichergestellt werden kann. Dabei konnte sich das Auditorium live davon überzeugen, wie über das Notebook des Referenten in die Chemie eines CeWe Labors eingegriffen wurde.

Über die Möglichkeiten, Kunden über ein Callcenter zu betreuen, sprach Jan-Eric Hoens, Geschäftsführer CeWe Color Niederlande. In diesem Markt, wo CeWe Color zwar einen großen Marktanteil, aber kein eigenes Labor besitzt, stellt das Callcenter die direkte Betreuung der Kunden in ihrer Muttersprache sicher. Dabei dient es nicht nur dem Kundendienst, sondern wird auch als Vertriebsinstrument eingesetzt.

Die Einführung von SAP im Großlabor war das Thema von Manfred Baberg, der als Geschäftsführer der Spector Verwaltungs-GmbH für die Porst Großlabors verantwortlich ist. Der erfahrene Praktiker zeigte nicht nur die Vorteile von SAP auf, sondern stellte auch die wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Einführung des Systems im laufenden Betrieb dar.

Anschließend wurde es für eine halbe Stunde digital: Roland Riesen, Abteilungsleiter EDV beim Großlabor Stoppel, stellte die digitale Produktpalette des Unternehmens und die Pläne für die Zukunft in diesem wachstumsträchtigen Marktsegment dar.

Mit dem Berufsbild des Medienlaboranten befaßte sich Stefan-Johannes Reinhold, Geschäftsführer CeWe Color München, aus der Perspektive des Großfinishing. Anschließend stellte Franz Schropp, Geschäftsführer und Leiter der Abteilung Berufliche Bildung der Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern, das Thema aus der Sicht seiner Organisation vor. Den Abschluß der arbeitsreichen Fachtagung des BGL bildete ein Referat von Bernd Krafft von der Albin Spitzke KG in Hamburg über das Batchmanagement TwinNet 2000, bei dem die lückenlose Vernetzung aller Stationen im Arbeitsablaufs eines Großlabors im Mittelpunkt stand. Dabei ging es auch um die Einbindung der digitalen Medien, wie z.B. des Internets, in das Labornetzwerk.

Neben dem umfangreichen Fachprogramm nutzten die Teilnehmer der BGL Tagung die Gelegenheit zum persönlichen Kontakt und zum kollegialen Erfahrungsaustausch unter Wettbewerbern. Dazu wird es in diesem Jahr noch eine Möglichkeit geben: Am 10. November auf der Mitgliederversammlung des BGL in Berlin.

eurocolor
photofinishing

Echte Fotos von...
...digitalen Bildern

FUJICOLOR order-it

Das Bestell-Terminal für echte Fotos von digitalen Bildern. Akzeptiert alle gängigen Dateiformate und Speichermedien. Attraktiv durch einfache Bedienung.

FUJICOLOR order.net

Komfortabel für Ihre Kunden: Unter der Adresse **www.fujicolor-order.net** können sie echte Fotos im Internet bestellen.
Profitabel für Sie: Die Fotos werden bei Ihnen abgeholt.

FUJICOLOR CD

Der bequeme Einstieg in die digitale Bilderwelt.
Extra-Umsatz durch neuen Service:
Zusätzlich zur Erstbestellung verkaufen Sie gescannte Bilder auf CD-ROM.

Eurocolor Photofinishing GmbH & Co. KG
Koppelberg 4-6 · 24159 Kiel · Telefon (04 31) 3 99 10-0 · Telefax (04 31) 3 99 10-70 · www.eurocolor.de
Ein Unternehmen der Fuji Photo Film (Europe) GmbH FUJIFILM

Baltic Color · Bonner Color · Brunninger Color · Gera Color · HA Color · Kiel Color · Saar Color · Fujicolor Helzel · Fujicolor Photex

Ringfoto: Rekordergebnis

Bei strahlendem Sonnenschein und hochsommerlichen Temperaturen konnten Ringfoto Verwaltungsrat und Geschäftsführung Hunderte von Besuchern zur offiziellen Eröffnung des neues Logistik- und Verwaltungszentrum in Fürth begrüßen.

• neue Zentrale

Im Zeichen des 35jährigen Jubiläums und der Einweihung des neuen Logistik- und Verwaltungszentrums stand die diesjährige Gesellschafterversammlung von Ringfoto, die am 19. Juni 2000 in Nürnberg stattfand.
Neben einem Rekordergebnis für 1999 präsentierten Verwaltungsratsvorsitzender Rainer Schorcht und Hauptgeschäftsführer Michael Gleich ein neues, zukunftsweisendes Logo und kündigten für den Herbst einen neuen Internet-Auftritt im Zeichen von E-Commerce an.

• neues Logo

Immer gut drauf!
RINGFOTO
Gruppe

Mit der Verlagerung der Gruppenzentrale von Nürnberg in ein modernes, neues Gebäude in Fürth trägt Ringfoto dem rasanten Wachstum der vergangenen Jahre Rechnung. Mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von 12,3 Millionen DM wurde die Bürofläche um 50 Prozent auf 2.300 qm erweitert. Das Lager wuchs um 30 Prozent auf 3.700 qm. Neben der räumlichen Erweiterung wurden im Zuge des Neubaus alle relevanten Ablaufprozesse den heutigen und zukünftigen Anforderungen angepaßt. „Jetzt haben wir optimale Voraussetzungen, um mit größtmöglicher Effektivität für unsere Mitglieder zu arbeiten“, erklärte Michael Gleich.
Auch wenn im Rahmen des Umzuges beim laufenden Betrieb die eine oder andere Unannehmlichkeit für Mitglieder nicht zu vermeiden war, konnte die Transaktion insgesamt ohne große Probleme in kürzester Zeit bewältigt werden. Mit spontanem Applaus drückten die Ringfoto-Gesellschafter auf ihrer Versammlung den Dank an die Mitarbeiter der Zentrale aus.
Während der Fotofachhandel insgesamt im Jahre 1999 nicht zuletzt durch die Digitaltechnik ein Umsatzplus von 5 Prozent erzielte, schnitten die Ringfoto Mitglieder noch besser ab als ihre Kollegen: Der Außenumsatz wuchs um 7,5 Prozent auf 1,7 Milliarden DM. „Zudem konnten unsere Mitglieder die Umsätze im Bildergeschäft stabil halten und – anders als der Fotofachhandel insgesamt – ein positives Betriebsergebnis erzielen“, erklärte Michael Gleich. Die Erlöse der Ringfoto-Zentrale wuchsen 1999 um 11 Prozent auf 481 Millionen DM. Davon entfielen 55,7 Millionen DM (Vorjahr 52,7 Millionen DM) auf Plusfoto-Mitglieder.
Der Lagerumsatz stieg um 18 Prozent auf 184,4 Millionen DM. Michael Gleich: „Zu dieser Umsatzsteigerung konnten ausnahmslos alle Profitcenter beitragen, wobei die Zuwächse der Bereiche Video/Elektronik (insbesondere digitale Camcorder), Voigtländer und digitale Fotografie hervorzuheben sind. Das Streckengeschäft (Zentralregulierung) konnte um 7,6 Prozent auf 296,7 Millionen DM ausgeweitet werden. Dabei betrug die Steigerung im Warengeschäft 12 Prozent, während die Umsätze mit Fotoarbeiten unter dem Einfluß der sinkenden Preise stagnierten.

Rainer Schorcht, Vorsitzender des Ringfoto Verwaltungsrates, dankte Geschäftsführung und Mitarbeitern für den erfolgreichen Einsatz im Dienste der Mitglieder.

Ringfoto Hauptgeschäftsführer Michael Gleich präsentierte den Mitgliedern für das Jahr 1999 ein Rekordergebnis.

Der Gewinn der Ringfoto GmbH und Co. Alfo Marketing KG stieg 1999 um 684.000 DM auf 3,61 Millionen DM. In diesem Ergebnis ist ein Betrag von 234.000 DM aus Feststellungen einer 1999 durchgeführten Betriebsprüfung enthalten. Darüber hinaus schüttete Plusfoto GmbH und Co. KG an deren Kommanditisten einen Gewinn von 375.000 DM aus. Der Gesamtgewinn für beide Gesellschaften beträgt somit 3,985 Millionen DM.

Steigende Rückvergütungen

Die von der Ringfoto-Zentrale für 1999 an alle Mitglieder (einschließlich Plusfoto) ausgeschütteten Boni betrugen 11,687 Millionen DM. Dazu gehören Streckenboni für zentralregulierte Umsätze, Lagerbonus für Lagerumsätze mit der Zentrale, Filmbonus für Eigenmarken und Marketingbonus für Umsätze mit der Marke Voigtländer. Zusätzlich konnte die Ringfoto-Zentrale den Mitgliedern für 1999 wiederum einen Sonderbonus von 2,1 Millionen DM (Vorjahr 1,7 Millionen DM) gewähren.

Damit erreichte die Gesamtausschüttung (Gewinne und Boni) 15,672 Millionen DM, 1,662 Millionen DM mehr als 1998. Michael Gleich: „Berücksichtigt man die von der Ringfoto-Zentrale durchgereichten Boni der Lieferanten, so sind den Mitgliedern in 1999 insgesamt 20,1 Millionen DM zugeflossen.“ Wie dynamisch sich die Rückvergütungen für die Mitglieder entwickelt haben, machte Gleich an einem einfachen Beispiel deutlich: „Betrug die Summe der Ausschüttungen in den Jahren 1975 bis 90 insgesamt 34 Millionen DM, so sind allein in den vergangenen beiden Jahren an unsere Mitglieder 37 Millionen DM von der Zentrale zurückgeflossen.“ →

Einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren für die Ringfoto-Gruppe im vergangenen Jahr war die Steigerung der Umsätze mit Produkten der digitalen Fotografie um 111 Prozent. Camcorder legten um 15 Prozent zu, der dynamische Bereich Mobilfunk sogar um 128.

Harmonische Atmosphäre

Gute Stimmung herrschte angesichts dieser Zahlen nicht nur auf der festlichen Gala zum 35jährigen Bestehen der Ringfoto-Gruppe am 18. Juni, bei der Stargast Peter Kraus im Rahmen des spektakulären Showprogramms den Saal zum Kochen brachte. Auch die Gesellschafterversammlung stand im Zeichen von Harmonie. Geschäftsführung und Verwaltungsrat wurden nahezu einstimmig entlastet. Die turnusgemäß angesetzte Wiederwahl des Verwaltungsratsmitgliedes Gerd Haas für eine weitere, dreijährige Amtszeit erfolgte mit einer hervorragenden Zustimmung von über 92 Prozent.

Neues Corporate Design

Brandneu präsentierten Geschäftsführung und Verwaltungsrat der Gesellschafter-Versammlung das neue Ringfoto Logo, mit dem die Gruppe ihren erfolgreichen Weg in die Zukunft fortsetzen will. „Das Jahr 2000 ist für uns in vielerlei Hinsicht ein Meilenstein, der durch unser 35jähriges Jubiläum, den Umzug in das neue Verwaltungs- und Logistikzentrum und den Start in ein neues Jahrtausend symbolisiert wird. Dies wollen wir mit einem neuen attraktiven Logo unterstreichen, das Innovation, Frische und Selbstbewußtsein signalisiert.“ Im Gegensatz zum traditionellen, eher bunten Auftritt, der im Jahr 2000 nicht mehr ganz zeitgemäß wirkt, beschränkt sich das neue Logo auf die zwei Farben Schwarz und Rot. Optischer Blickfang ist das zu einem Ausrufungszeichen „verkehrte“ i, das ebenso wie der traditionelle, jetzt schmaler und dynamischer gewordene Kreis, der gleichermaßen den Ring als auch ein Fotoobjektiv symbolisiert, durch rote Farbe hervorgehoben wird. Das neue Logo wurde in umfangreichen Tests auf Akzeptanz bei den Verbrauchern geprüft und erzielte sowohl bei den qualitativen Merkmalen als auch im Erinnerungswert ausgezeichnete Ergebnisse.

E-Commerce bei Ringfoto

Für viele Ringfoto-Mitglieder ist das Internet schon längst kein Neuland mehr. Dabei können sie bei der Gestaltung ihres Auftritts auf die Unterstützung der Zentrale zurückgreifen. Für den Herbst dieses Jahres plant die Kooperation einen völligen Neuauftritt des Internet-Konzeptes. Dabei soll auch die Möglichkeit für E-Commerce-Aktivitäten sowohl im Bildergeschäft als auch beim Warenverkauf geschaffen werden. „Ähnlich wie bei der digitalen und der analogen Fotografie geht es bei der Frage ‘Stationäres Geschäft oder E-Commerce?’ nicht mehr um ein Entweder Oder, sondern um ein Sowohl als Auch“, erklärte Michael Gleich. „Dabei gehen wir nicht davon aus, daß mit E-Commerce-Aktivitäten in der nächsten Zukunft große Gewinne erzielt werden können. Der eigene Auftritt kann aber in jedem Fall verhindern, Kunden an E-Commerce Anbieter zu verlieren und gleichzeitig dazu beitragen, neue Zielgruppen zu erschließen.“ Beim Angebot von Bilddienstleistungen über das Internet wird Ringfoto mit einem Vertragslabor zusammenarbeiten, dessen Name noch nicht genannt wurde. Damit sollen die Mitglieder die Möglichkeit erhalten, die gleichen Dienstleistungen anzubieten, die verschiedene Großlabor-Unternehmen und auch Newcomer wie die vieldiskutierte PixelNet AG auf den Markt bringen. Zusätzlich soll jedes Ringfoto-Mitglied die Möglichkeit haben, einen eigenen Webshop mit Unterstützung der Zentrale zu betreiben. Für die Abwicklung sollen den Mitgliedern dabei verschiedene Modelle zur Verfügung stehen. Wenn die Kundenbestellung auf dem Ringfoto-Server eingeht, kann die Ware entweder zum entsprechenden Mitglied geschickt werden, das selbst ausliefert und fakturiert, oder die Ringfoto-Zentrale verschickt das Produkt direkt an den Verbraucher und fakturiert im Namen des Mitgliedes.

Aus Anlaß des 35jährigen Jubiläums der Ringfoto Gruppe überreichte Dr. Klaus Petersen, Europa Direktor der PMA (Mitte), an den Ringfoto Verwaltungsratsvorsitzenden Rainer Schorcht und Hauptgeschäftsführer Michael Gleich eine Ehrenplakette der PMA zur Würdigung der Leistungen von Ringfoto für die gesamte Fotobranche.

Auch eine Mixlösung ist vorgesehen. So können Ringfoto-Mitglieder bestimmte Sortimente selbst ausliefern, andere aber über die Zentrale verschicken lassen. Der neue Ringfoto-E-Commerce-Auftritt soll im Detail auf der Herbstmesse vorgestellt werden.

Partnerschaft mit Telekom

In einem „einmaligen Arrangement in Deutschland“, so Michael Gleich, hat die Ringfoto-Zentrale ein Abkommen mit der Deutschen Telekom geschlossen, das den Mitgliedern zugute kommt. Dazu gehört die Reduzierung des Tarifs für Ortsgespräche von 10 Pf auf 6 Pf und die Einrichtung eines Jahresbonus.

Gute Aussichten für 2000

Nach den ersten fünf Monaten dieses Jahres sieht sich die Ringfoto-Zentrale weiter auf Wachstumskurs. Ein Umsatzplus von 19 Prozent im Vergleich zum Vorjahr ist für die Geschäftsführung Anlaß, für das Gesamtjahr 2000 einen Umsatz von über 500 Millionen DM zu prognostizieren.

50 Years

photokina

world's fair for imaging

20–25 September 2000

the future in focus

Produkte, Premieren, Events: Die photokina ist weltweit die Nr. 1 in Sachen Bild. Nur hier erhalten Sie den vollständigen Überblick über die neuesten konventionellen und digitalen Bildtechnologien. Zum Beispiel im Angebotsbereich CONSUMER PHOTO · VIDEO · IMAGING, dem Treffpunkt für Fachhändler, Photo- und Video Hobbyisten. Hier sehen Sie schon heute die Bilderwelt von morgen: Konventionelle und digitale Photo- und Videoamateurkameras · Photo- und Videoobjektive · Aufnahmezubehör · Video-Nachbearbeitung · Digitale Bildbearbeitung · Digitale Bildausgabe für das Bilderhobby · Dia- und Filmprojektion · Bilderrahmen und Photoalben · Fachhandelsbedarf · Dienstleistungen

Willkommen zur photokina 2000 in Köln.

KölnMesse GmbH, Tel.: +49(0)2 21/8 21-0, Fax: +49(0)2 21/8 21-25 74
www.koelnmesse.de/photokina, photokina@koelnmesse.de

KölnMesse

Das BildForum in Herten erweitert in diesem Jahr im Rahmen der Akademie Arbeit sein Angebot mit einer Aktivitätenreihe unter dem Titel „Inhaltliche Workshops“. Ziel der Aktionen ist es, Bewußtsein für Wertmaßstäbe innerhalb der sich rapide verändernden visuellen Medienwelt zu fördern.

„Inhaltliche Workshops“ beim BildForum

Foto: Klaus Elle

Angesprochen sind Fotografen, Grafiker, Bildjournalisten, Künstler und Bildschaffende ebenso wie kreative Menschen aus anderen Lebens- und Berufszweigen, die mit der Kamera umgehen können. Die ersten zwei Workshops finden vom 27.9.-1.10. in Herten im Ruhrgebiet statt. Die Teilnehmer sollen dort Wege und Möglichkeiten entdecken, auf unterschiedliche Weise die bewußte Wahrnehmung zu sensibilisieren und in zielgerichtet gestaltete, eindeutige Fotografie umzusetzen. Zur Ergänzung und Unterstützung ist den beiden Workshops mit Sabine Korth und Hans Pieler ein Seminar mit dem Hamburger Fotokünstler und Kreativtrainer für Manager, Klaus Elle, vorangestellt. Mit ihm erfahren und erarbeiten sich die Teilnehmer mögliche theoretische Grundsätze für eigene Arbeiten. Davon inspiriert finden im Anschluß die beiden ausgeschriebenen Workshops von Donnerstag bis zum Sonntag statt.

Ritter+Wirsching Fotovertrieb GmbH
Mozartstraße 13/1 72829 Engstingen
Tel. 07129-33 44 Fax 07129-70 10
- sicher
- schnell
- zuverlässig
Bildverpackung, Laborzubehör Präsentationsmittel und Ideen für mehr Erfolg
Wir arbeiten für Ihren Erfolg - fordern Sie noch heute Unterlagen bei uns an!
www.ritter-wirsching.de eMail: info@ritter-wirsching.de

„Innenwelten-Außenwelten oder Heimat-Fremde“ ist der Workshop mit Sabine Korth betitelt. Die Fotokünstlerin mit Lehraufträgen in Dortmund, Salzburg, Florenz und New York „erschüttert“ gängige Sehweisen. Sie zeigt mittels Montagen, Colorationen, Collagen und Mixed Media Techniken Wege zur Umsetzung von Ideen und Phantasien zu kreativen Bilderwelten. Durch geschickte Nutzung können in diesem Workshop schon vorhandenen Bildmaterialien neue, aufregende Aspekte abgewonnen werden. Ebenso sollen Kombinationen mit neuen, vor Ort entstandenen Fotografien erarbeitet werden. Von Agfa werden für jeden Teilnehmer fünf Schwarzweiß-Negativfilme, Vergrößerungspapiere und Entwicklungschemikalien zur Verfügung gestellt, die selbständig im vorhandenen Labor entwickelt werden können.

Foto: Hans Pieler

Hans Pieler, Autor der Bildbände „Stopover“ und „Augenblicke“, hat seinen Workshop „Das Theater der Welt“ genannt. An Orten quirligen Lebens wird der Referent die Teilnehmer zu produktivem Müßiggang „verführen“. Ziel ist es, sich zu befreien von Klischees in den eigenen Köpfen, frei zu werden für den unvoreingenommenen Blick und wach zu träumen. Auf diese Weise soll es gelingen, „Sensationen des Alltags“, Situationen unverständlicher Rituale der Passanten auf der Straße zu erkennen und im Foto festzuhalten. Pieler will aufzeigen, daß ein nicht wertender Blick auf die Geschehnisse im öffentlichen Alltagsleben Freiheit zum Wahrnehmen, zum Erkennen situativer Gegebenheiten bietet. Aus dem bedingungslosen Einlassen auf das Hier und Jetzt soll sich die Kreativität „des anderen Sehens“ entfalten. Von Agfa werden je Teilnehmer zehn Profi-Diafilme zur Verfügung gestellt. Diese werden vom HSL Fachlabor, Düsseldorf, kostenfrei im Über-Nacht-Dienst entwickelt.

Die Teilnahmegebühr für beide Workshops beträgt jeweils 890 DM, Studenten und Auszubildende zahlen 620 DM. Die maximale Teilnehmerzahl ist bei beiden Workshops 15. Weitere Informationen und Anmeldung bei: Das BildForum, Zentrum für Fotografie und Bildmedien, Resser Weg 1, 45699 Herten, Telefon 02366/104174, Telefax 02366/104176.

Digital Instant Studio:

Perfekte Passbilder – Einfach gemacht!

Profi-Passbilder mit System:
Genial einfache Bedienung – einzigartige Technik.

Digitalkamera:

- Ausschnittsucher im integrierten LCD-Monitor
- Blitzlicht-Synchronisation, automatische Iris
- Helligkeit und Farbsättigung einstellbar
- Digitalzoom, Schärfe manuell oder per Autofocus
- Bildanzeige in Echtzeit
- Speicher für 2 Aufnahmen

Videoadapter:

- Composite Video PAL

Fotoprinter:

- Bildausgabe in weniger als 40 Sekunden
- Hochauflösende, detailreiche Farbprints
- 5 verschiedene Bildformate

MITSUBISHI Marketing-Service
c/o mlt gmbh
Carl-Zeiss-Straße 3 · D-52477 Alsdorf
Tel. +49 - (0) 24 04 - 2 00 22
Fax +49 - (0) 24 04 - 2 00 44
http://www.mitsubishi-evs.de

MITSUBISHI ELECTRIC
Electronic Visual Systems

© 2000

Die photokina 2000 im Zeichen dynamischen Wachstums

Aufbruch in die neue Bilderwelt

Im 50. Jahr ihres Bestehens wird die photokina einmal mehr zu einem wichtigen Meilenstein der Foto- und Imagingbranche. Die rasante Dynamik der Technologien und Märkte wird sich dabei positiv auf das Messeangebot in Köln auswirken. Neben der ganzen Bandbreite analoger und digitaler Bildtechnologien für Amateure und Profis bietet ein breites Rahmenprogramm einen umfassenden Einblick in die Zukunft der Bildkommunikation.

Eine Steigerung der Ausstellerbeteiligung um circa fünf Prozent auf über 1.600 Anbieter aus knapp 50 Ländern, darunter ausnahmslos alle führenden Foto- und Imagingunternehmen der Welt, spiegelt das derzeitige Wachstum des Fotomarktes wider. Die belegte Hallenfläche erhöht sich dabei um rund zehn Prozent auf 200.000 qm. „Unter dem Motto ‚The future in focus' wird die photokina 2000 flexibler und innovativer denn je die neue Bilderwelt aus der Allianz von Film und Chip präsentieren", erklärte KölnMesse Geschäftsführer Hans Wilke vor der Fachpresse. „Dazu werden immer effektivere Imagingsysteme und neue Speichertechnologien ebenso gehören, wie innovative Anwendungen von Bildern im Internet bei digitaler Projektion und Large-Format-Printing."

Weltmesse für den Weltmarkt

Mit einem Auslandsanteil von 60 Prozent bei den Ausstellern wird auch die photokina 2000 ihrem Untertitel „Weltmesse des Bildes" mehr als gerecht. „In dieser Zahl sind die deutschen Tochtergesellschaften ausländischer Unternehmen, die in Köln ausstellen, noch nicht enthalten", erläuterte Wilke.

Mit etwa 160 Firmen stellen die USA die größte Auslandsbeteiligung, gefolgt von Großbritannien (120), China/Hongkong (90), Italien (80), Japan (60) sowie Taiwan und Frankreich mit jeweils etwa 50 Unternehmen. Mit Gruppenbeteiligungen werden Exportorganisationen aus China/Hongkong (Hongkong Trade Development Council), Großbritannien (British Photographic Enterprise

Group – PEG), Taiwan (Kaigo Co.), den USA (Cologne International Trade Fairs) sowie erstmals aus Korea (Korean-German Chamber of Commerce & Industry) in Köln vertreten sein.

Klare Gliederung

Auch im Jahr 2000 setzt die photokina wieder auf das bewährte Konzept der vier Schwerpunktzentren, die allen Besuchern zugänglich sind. Mit knapp 800 Anbietern belegt der Bereich Consumer Photo, Video, Imaging wieder die Rheinhallen. Neben neuen digitalen Kameras, gewinnt dabei das immer größere Sortiment an bildorientierter Computer-Peripherie weiter an Bedeutung. Es wird in Halle 5 konzentriert und durch Aktionszentren und Sonderschauen für Fachhandel und Amateure abgerundet. In den Hallen 5 bis 8 finden sich außerdem wieder die „Global Players“ der Fotoindustrie mit ihrem umfassenden Angebot für Consumer und Profis.

Auch der seit Jahren wachsende Bereich Professional Photo & Imaging wird in diesem Jahr weiter expandieren – mit zahlreichen Neuausstellern von Digital Imaging aus dem In- und Ausland. Neben der Halle 10 belegt dieses Segment darum auch einen Teil der Halle 9.1, die seit ihrem Ausbau direkt an die benachbarten Hallen 10 und 14 angebunden ist. Hier wird zum ersten Mal ein anwenderorientiertes Solution-Center, der „Picture Park“, eingerichtet, der das gesamte Spektrum des digitalen Workflow umfassen wird. Dazu gehört der Input im digitalen Studio über Kameras und Scanner ebenso wie die Weiterverarbeitung in der digitalen Bildmanipulation und -verbesserung beim Layout bis hin zur Druckvorstufe und schließlich der Output über Drucker, Belichter, digitale Minilabs und das Internet. Ergänzt wird der „Picture Park“ durch das Informations- und Kommunikationsforum „Meet the Professionals“ mit Infoständen von Verlagen, Agenturen und Verbänden. Hier werden auch die Ergebnisse des Top Job Awards gezeigt: Dieser Wettbewerb um Spitzenwerke der Auftragsfotografie wird erneut in Zusammenarbeit mit internationalen Fotozeitschriften durchgeführt.

KölnMesse Geschäftsführer Hans Wilke: „Durch die Allianz von Film und Chip wird die photokina 2000 flexibler und innovativer denn je.“

An Fachhandel und Laborbetreiber richtet sich das Fotofinishing-Angebot in Halle 11 mit dem gesamten Ausstattungsspektrum für Fach- und Großlabors. Die Professional Media in Halle 14 ist schließlich das Forum der Bildkommunikation mit den beiden Angebotssäulen Präsentationstechnik und professionelle Video- und AV-Technik. Im Mittelpunkt stehen Anwendungen für Medienproduktion und Kommunikation in Unternehmen und Institutionen, die nicht nur den Fachhandel und die Medienprofis, sondern auch Beschaffungsentscheider aus Industrie, Verwaltung, Schulung, Tourismus und Dienstleistung ansprechen sollen. Dazu dient sowohl das Anwender-Centrum Pro Vision als offenes Forum für die themenorientierte Vorstellung spezifischer Anwendungen aus dem Angebot der Aussteller als auch die neue Sonderschau „Home Cinema“, die Hard- und Softwarelösungen aus Projektions- und Präsentationstechnik für den privaten Anwendungsbereich konzentriert. Als attraktive Demonstration neuer Möglichkeiten im Bereich der Großbildkommunikation dient eine „Sports Bar“, in der täglich mit Hilfe modernster Digitaltechnik Live-Sequenzen aus dem aktuellen Sportgeschehen der Olympischen Spiele in Sydney präsentiert werden. Auf dem Freigelände im Innenhof der Kölner Osthallen werden zudem Video-Großbildprojektionen auf riesigen Projektionswänden zu sehen sein.

Vom „Familienalbum Planeten Erde“ des bekannten Fotografen Uwe Ommer (Mitte) erwarten KölnMesse Geschäftsführer Hans Wilke (rechts) und Photoindustrie-Verbands-Geschäftsführer Rainer Schmidt eine große Publikumsresonanz.

Internationales Rahmenprogramm

Anwenderorientierte Kongresse und Symposien über spezifische Branchenthemen sowie Workshops zum professionellen Einsatz des Mediums Bild runden unter dem Motto „The Power of Images“ das Angebot der photokina 2000 ab. Zu den Themenschwerpunkten zählen unter anderem Neuentwicklungen in der Medizin- und Wissenschaftsfotografie, Digital Imaging, Großformatfotografie, Large Format Printing, Fotofinishing und Minilabtechnologie

sowie Präsentations- und Projektionstechnik.

Publikumswirksames Kulturprogramm

Die kulturelle Dimension der photokina werden weit über 100 Ausstellungen, Medienereignisse sowie Video- und Multimediapräsentationen in den Messehallen und im Bereich der Stadt Köln unterstreichen. Das spektakulärste Highlight ist ohne Zweifel die Schau „Das Familienalbum des Planeten Erde“ (siehe imaging+foto-contact 12/99, Seite 8ff.). 1000 Familienportraits aus aller Welt, die der in Frankreich lebende deutsche Werbefotograf Uwe Ommer innerhalb von vier Jahren auf Reisen durch 130 Länder aufgenommen hat, werden auf einer Strecke von 1,2 km den Weg von den Messehallen über die Hohenzollernbrücke bis zum Museumskomplex am Kölner Dom säumen. Die 30 letzten Bilder der Serie werden von Uwe Ommer während der photokina in Köln aufgenommen. Zur Zeit läuft ein Gewinnspiel in Zusammenarbeit mit deutschen Tageszeitungen und dem Fotohandel, bei dem sich Familien mit ihren eigenen Fotos für die Aktion bewerben können. Die 30 Gewinner werden zusammen mit dem verantwortlichen Zeitungsredakteur oder dem jeweiligen Fotohändler zur photokina eingeladen und dort fotografiert. Bereits am folgenden Tag werden die Bilder dann dem „Familienalbum des Planeten Erde“ hinzugefügt.

Erfolgsgeschichte fortsetzen

50 Jahre nach ihrer Gründung, so betonte Hans J. Ernst, stellvertretender Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes, werde die photokina auch im Jahr 2000 ihre einzigartige Erfolgsgeschichte fortsetzen. Seit ihrer Gründung, so betonte Ernst, der die Weltmesse des Bildes seit seinem Eintritt in den Messeausschuß des Photoindustrie-Verbandes im Jahr 1954 begleitet, sei die photokina etwas ganz Besonderes gewesen. Als Plattform entscheidender Branchenereignisse und als Publikumsmagnet sei sie mit Recht die globale Leitmesse für die Foto- und Imagingbranche. Auch in diesem Jahr sei damit zu rechnen, daß die Zahl von 160.000 Besuchern aus 140 ausländischen Staaten der vorigen Veranstaltung zumindest wieder erreicht wird. Auch die Beteiligung von 5.600 Journalisten aus 74 Ländern unterstreiche die Weltbedeutung der photokina.

Durch die dynamische Entwicklung der digitalen Technologien, so ergänzte Rainer Schmidt, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes, sei mit einer weiteren Steigerung des Stellenwertes sowohl der Fotobranche als auch der photokina zu rechnen. „Ich bin sicher, daß die photokina in der Zukunft noch größer sein wird als heute“, betonte Schmidt. Die Konvergenz der früher getrennten Technologien wie Foto, Computer, Telekommunikation bis zur Unterhaltungselektronik und die Bedeutung der internationalen Netzwerke führe zu einem dramatischen Anstieg von Bildanwendungen. Die vielfältigen Funktionen von Bildern als Informations- und Unterhaltungsmedium ebenso wie ihr Erlebnischarakter und ihr emotionaler Wert spiegele sich ebenso auf der Weltmesse des Bildes wider, wie ihre Funktion zur Interpretation von Wirklichkeit. Daß diese Theorie in der Praxis des Marktes ihren Niederschlag findet, konnte Schmidt mit aktuellen Marktzahlen aus den ersten fünf Monaten dieses Jahres untermauern. Während die Zahl der verkauften Digitalkameras sich fast verdoppelte und auch der Markt für digitale Camcorder um 20 Prozent zulegte, wuchs der Absatz von konventionellen Filmen in Deutschland um fünf Prozent und der von analogen Kameras in einem als gesättigt angesehenen Markt sogar um sechs Prozent. Mit ihrer breiten Medienresonanz werde die photokina, so resümierte Schmidt, diesem dynamischen Markt für die zweite Hälfte dieses Jahres weitere Impulse geben.

Titel: 840304

VGP Jahreshauptversammlung in Baden-Baden

Großhandel im Netz

Die einstimmige Bestätigung des Vorstandes demonstrierte bereits äußerlich die harmonische Atmosphäre der Jahreshauptversammlung der Vereinigung von Grossisten für Photo und Imaging, die am 23. Mai 2000 in Baden-Baden stattfand. Weitere wichtige Themen waren gemeinsame Werbe- und Promotion-Aktivitäten sowie die Auswirkung des Internets auf den Großhandel. Als Industriepartner war dieses Mal die Firma Tetenal zu Gast.

Wie traditionell in jedem Jahr, lagen auch auf der diesjährigen Jahreshauptversammlung der VGP Ende Mai die ersten Exemplare der Händler-Ausgabe des grossen foto-kataloges vor. Jedem Fotohändler steht ein Exemplar dieses Standardwerkes, das vom C.A.T.-Verlag in Zusammenarbeit der VGP und der Fotoindustrie herausgegeben wird, kostenlos zur Verfügung. Der umfangreiche Informationsgehalt des grossen foto-kataloges ist darüber hinaus über das Internet auf der C.A.T.-Homepage www.cat-verlag.de zugänglich.

VGP Grossisten im Internet

Die dynamische Entwicklung des Internets als Vertriebs- und Informationsweg, besonders im business-to-business Bereich, geht auch an den Photogrossisten der VGP nicht spurlos vorüber. Die Mehrzahl der Mitgliedsunternehmen ist bereits mit eigenen Seiten im Internet präsent, andere werden in Kürze folgen. Dabei wollen die VGP-Mitglieder den Online-Auftritt vorwiegend als Instrument zur Kundenbindung einsetzen und die Möglichkeit von Vertriebsaktivitäten genau beobachten. Der umfassende Inhalt des grossen foto-kataloges soll dabei in Zukunft als Plattform für die Produktinformationen auf den Seiten der VGP-Mitglieder dienen. Die dazu notwendige Infrastruktur wird in Zusammenarbeit mit dem C.A.T.-Verlag entwickelt. Dabei können die Inhalte individuell auf die Bedürfnisse der einzelnen VGP-Mitglieder zugeschnitten werden.

Vorstand bestätigt

Der amtierende Vorstand der Vereinigung von Grossisten für Photo und Imaging wurde auf der Jahreshauptversammlung in Baden-Baden einstimmig entlastet und wiedergewählt. Wilfried Bening (Bremaphot) bleibt 1. Vorsitzender, Eva Gegerle (Dominik Dinkel KG) Stellvertretende Vorsitzende, Kurt Bauer (J.H. Annacker) behält das Amt des Kassenprüfers.

Zusammenarbeit mit Tetenal

Als Gast der VGP Jahreshauptversammlung stellte Thomas Pfeiffer, Vertriebsleiter Deutschland von Tetenal, die Produkte und Dienstleistungen seines Unternehmens vor. Nachdem die Tetenal Vertriebsgesellschaft mbH zum 1. April 2000 den Deutschlandvertrieb

Vertreter der VGP-Mitgliedsfirmen stellten sich auf der Jahreshauptversammlung wieder dem traditionellen Gruppenbild mit der Neuauflage des grossen foto-kataloges. Von links: Hartmut Fuhrmann (Wöltje), Bernd Dührkop (Bremaphot), Kurt Bauer (J.H. Annacker), Gerhard Kleiber (Photo Universal), Peter Dinkel (Dinkel) und VGP-Geschäftsführer Joseph Blömer.

für das Blitzlichtsystem des Schweizer Herstellers Elinca S.A. übernommen hat, kann die Zusammenarbeit mit den VGP Grossisten jetzt auch auf die professionelle Lichttechnologie unter der Handelsmarke Elinchrom ausgedehnt werden. Thomas Pfeiffer stellte dabei anschaulich die Vorteile der Elinchrom Produktpalette vor. Die Kompaktblitzgeräte bieten aufgrund ihrer außerordentlich schnellen Blitzgeschwindigkeit und des rasanten Ladezyklus (je nach Typ 0,2 bis 0,45 Sekunden) nicht nur ausgezeichnete Voraussetzungen

Thomas Pfeiffer, Deutschland Vertriebsleiter von Tetenal, stellte den Photogrossisten der VGP nicht nur die Vertriebsstrategie für Elinchrom Lichtsysteme vor, sondern auch die Vorteile der Tetenal spectra jet Inkjet-Materialien.

für die Studiofotografie, sondern sind durch ihre robuste und zugleich leichte Bauweise ebenso für den Einsatz „on location“ geeignet.

Besondere Vertriebsaktivitäten mit den VGP Grossisten will Tetenal für die neue Produktreihe unter dem Namen Prolinca starten. Dieses System besteht aus Kompaktgeräten mit Leistungen von 125, 250 bzw. 400 Ws sowie den Portalite Softboxen 40/40 bis 90/90. Ein hervorragendes Preis/-Leistungsverhältnis bietet dabei das Angebot eines kompletten Studiosystems im Koffer: Die Basisvariante „Studio to go“ enthält mit zwei Kompaktblitzgeräten, Stativen, Schirmen, Reflektoren, Einstell-Lampen und der zugehörigen Verkabelung alles für den mobilen Einsatz vor Ort. In weiteren Varianten kann dieses Kompaktset auch für anspruchsvolle Beleuchtungsaufgaben ausgebaut werden. Bei der Kundenbetreuung durch ein bundesweites Händlernetz setzt Tetenal dabei auch auf die Photogrossisten der VGP.

quickpoint
47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84
Die einzigen Diarahmen mit
* Format-Indikatoren
* Haftfixierung
* Seitenkennung

Zukunftsmarkt Inkjet

Thomas Pfeiffer nutzte die Gelegenheit, den Photogrossisten der VGP das Tetenal spectra jet Sortiment von Inkjet Papieren darzustellen. Da sich das digitale Segment im Fotogroßhandel zur Zeit außerordentlich dynamisch entwickelt, besteht ein hohes Interesse der VGP-Mitglieder an Verbrauchsmaterialien. Die Tetenal spectra jet Produktlinie bietet unterschiedliche Materialien in verschiedenen Leistungs- und Preisklassen, die den Ansprüchen unterschiedlicher Anwender gerecht werden. Das Sortiment reicht vom preisgünstigen einseitig bedruckbaren Perfect Print Papier mit einem Gewicht von 120 g/qm für kostengünstige Layout-Ausdrucke bis zum Spitzenmaterial mit einem Gewicht von 264 g/qm, das mit seiner Hochglanzoberfläche brillante und fotorealistische Darstellungen ermöglicht. Das schnell trocknende wasserresistente Medium ist wischfest und bietet eine hervorragende Wiedergabe in Schärfe und Farbcharakteristik. Ergänzt wird das Tetenal Sortiment durch das Hochglanz-Papier Spezial mit 150 g/qm. Es verfügt über eine auf der einen Seite glänzende, auf der anderen matte Oberfläche und ist besonders für Fotos mit Rückseitenbeschriftung geeignet. Das Print Papier 130 g/qm, ebenfalls beidseitig bedruckbar mit matter Oberfläche, zeichnet sich durch ein sehr gutes Preis-/Leistungsverhältnis aus.

Zukunftsperspektiven

Die neue Dynamik des Fotomarktes, die durch den Einfluß der digitalen Technologien und Medien ausgelöst wird, wird von den Photogrossisten der VGP als Chance für die Erschließung neuer Geschäftsfelder gesehen. Das gilt vor allem für den professionellen Bereich.

Aber auch im Geschäft mit Amateurprodukten bieten die VGP-Grossisten ihren Kunden nicht nur günstige Angebote, sondern auch aktive Verkaufsunterstützung. Dazu gehört neben dem grossen fotokatalog auch die Bereitstellung von attraktiven Werbematerialien. Der Sommer-Prospekt „Foto Sommer 2000“ wurde in diesem Jahr von den VGP-Kunden besonders gut angenommen.

Das Elinchrom Kompaktset mit 250er Lampenköpfen von Prolinca im Vertrieb von Tetenal bietet eine komplette Kofferlösung für den Einsatz vor Ort.

APS Gemeinschaftsaktion läuft!

Sind Sie schon dabei?

Die kostenlosen Prospekte sofort bestellen!

Die neue Gemeinschaftsaktion für das Advanced Photo System, die der C.A.T.-Verlag in Zusammenarbeit mit der Fotoindustrie, führenden Großlabors und dem Großhandel durchführt, ist bereits angelaufen. Dem Fotohandel steht wieder in Millionenauflage ein kostenloser Prospekt zur Verfügung, in dem den Verbrauchern die wichtigsten Vorteile von APS in einfachen Worten erklärt und gleichzeitig die attraktiven Produkte der Fotoindustrie präsentiert werden.

Großes Gewinnspiel!

80 Fotohändler können je eine Verkaufsschulung durch die Kieler Fachschule des Fotohandels und eine Kamerapromotion im Geschäft gewinnen.

APS GEMEINSCHAFTSAKTION

Die Broschüren stehen jedem Fotohändler in beliebiger Anzahl kostenlos zur Verfügung. Sie eignen sich sowohl zur Verteilung im Geschäft, z. B. an der Bildertheke, aber auch als Wurfsendung oder Beilage im örtlichen Anzeigenblatt. Zu diesem Zweck besteht die Möglichkeit eines individuellen Händlereindrucks *(gegen Gebühr)*.

Mit den Prospekten wird ein attraktiver Fensterkleber geliefert, durch den bereits von außen auf die neue Gemeinschaftsaktion aufmerksam gemacht wird. Auch dieser Fensterkleber zeigt das Aktionsmotto „Wieviel ‘Format‘ hat Ihre Kamera?“. Führende deutsche Großfinishing-Unternehmen haben die logistische Unterstützung der Aktion zugesichert. Formulare zur direkten Anforderung der Prospekte beim C.A.T.-Verlag werden von bekannten Großlabors dem Fotohandel zur Verfügung gestellt. Auch bei den Photogrossisten der VGP sind Bestellkarten erhältlich.

JETZT BESTELLEN!

Fotohändler, die jetzt noch Exemplare des attraktiven Werbeprospektes bestellen wollen, senden oder faxen den Bestellcoupon auf der rechten Seite bitte dem C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, APS Gemeinschaftsaktion, Postfach 12 29, 40832 Ratingen, Fax 0 21 02 - 20 27 90.

Verkäuferschulung und Kamerapromotion im Geschäft zu gewinnen

80 Fotohändler, die an der APS Aktion teilnehmen und den Prospekt einsetzen, können gewinnen. Verlost wird jeweils ein Seminarplatz für ein eintägiges Seminar „Erfolgreicher Kameraverkauf“, das die Fachschule des deutschen Fotohandels, Kiel, dezentral in acht verschiedenen deutschen Großstädten durchführen wird. Das Beste daran: Damit im Geschäft der Gewinner kein Personal fehlt, werden die Verkäufer und Verkäuferinnen während der Schulungszeit vertreten! Speziell von der Kieler Fachschule trainierte Kamerapromotoren übernehmen an diesem Tag den Kameraverkauf!

Schnell noch bestellen!

Ihre letzte Chance zu gewinnen!

Teilnahmeformulare zum Gewinnspiel werden mit den Unterlagen zur APS Gemeinschaftsaktion versandt.

Bestellen Sie Ihre Exemplare des APS Gemeinschaftsprospektes mit dem nebenstehenden Coupon noch heute!

Bestellcoupon

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

Wieviel „Format“ hat Ihre Kamera?

Ab 1.000 Exemplaren besteht die Möglichkeit des individuellen Firmeneindruckes. Die Gebühr beträgt 99,90 DM für die ersten 1.000 Exemplare und jeweils 59,50 DM 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: ❑

Optimiertes System Studio Polaroid 350i

Mit dem neuen Studio Polaroid System 350i bietet Polaroid ab sofort ein weiter verbessertes Fotosystem für den professionellen Studioeinsatz in der Paßbild- und Porträtfotografie an. Das erfolgreiche System Studio Polaroid 350 wurde dazu den Kundenwünschen entsprechend optimiert.

Mit Polaroid Polaprint lassen sich digitale Bilder auf dem Fotodrucker Studio Polaroid 149 ausdrucken.

So besitzt das neue System jetzt beispielsweise ein großes, auch bei hellem Umgebungslicht gut lesbares TFT-Display, auf dem die Aufnahmen vor dem Ausdruck sowohl vom Fotografen als auch vom Kunden noch besser kontrolliert werden können. Als weitere Verbesserung ist im Lieferumfang eine Schablone enthalten, die ganz einfach auf dem Kameradisplay angebracht werden kann. Sie zeigt in einem Positionsrahmen genau an, wie die abzulichtende Person optimal positioniert werden muß, um den allgemeinen Richtlinien für Paßfotos zu entsprechen.

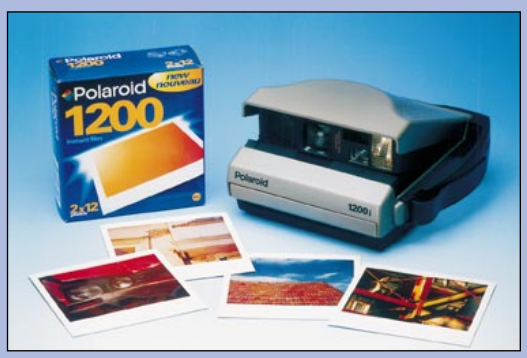
Mit der Einführung des neuen Studio Polaroid Systems 350i stellt das Unternehmen auch einen neuen, vor allem bei den Farbeigenschaften verbesserten Paßbildfilm vor, den Studio Polaroid 125. Er zeichnet sich nach Angaben des Herstellers durch eine hohe Farbbrillanz, eine optimierte Hauttonwiedergabe, reinere Bildweißen und eine verbesserte Detailwiedergabe aus. Auch in der Handhabung ist der Film komfortabler. Das schnell trocknende Material hat einen größeren Belichtungsspielraum und bietet eine erweiterte Toleranz bei der Entwicklungszeit. Der Studio Polaroid 125 Film ist ab sofort mit glänzender oder matter Oberfläche verfügbar.

Schließlich bietet Polaroid Studiofotografen und Händlern, die sich im wachsenden Segment der digitalen Fotografie engagieren, die neue Software Polaroid Polaprint an. Sie ermöglicht es, digitale Bilder aus verschiedenen Quellen auf dem Fotodrucker Studio Polaroid 149 auszudrucken.

Das Bildbearbeitungsprogramm ist eine IBM-kompatible, PC-gestützte Lösung. Sie unterstützt die gängigsten Bildformate. Mit der Polaprint Software lassen sich schnell und einfach Bilddateien von einer CD, einer Diskette oder direkt aus dem Internet als Sofortbild ausdrucken. Der Fotograf hat außerdem die Möglichkeit, die Originaldatei am Computer hinsichtlich des Farbtons, Kontrasts, Gammawertes, Filterung, Sättigung und Schärfe zu bearbeiten.

Polaroid 1200 Serie nimmt berufliche Anwender ins Visier

Speziell für berufliche Anwender, die die schnelle Verfügbarkeit von Sofortbildern schätzen, bietet Polaroid jetzt die Modellreihe 1200 an. Für sie stehen erstmals Filmpackungen mit zwölf statt wie bisher zehn Aufnahmen bereit. Im ersten Schritt gibt es zwei Kameramodelle, die auf der bekannten Image Kameratechnologie basieren: die graumetallicfarbene Polaroid 1200i und die funktionsstärkere, silberfarbene Polaroid 1200si.



Beide Kameras verfügen über ein Quintic-Objektiv mit vergüteter Glaslinse. Sie sind unter anderem mit Autofocus, Ultraschall-Entfernungsmesser und Automatikblitz mit einer Reichweite von bis zu 4,5 Metern ausgestattet. Die 1200si verfügt, im Vergleich zur 1200i, über zusätzliche Funktionen. So können bei diesem Modell zum Beispiel wahlweise das Blitzlicht und der Autofocus abgeschaltet werden, um auch durch Glasscheiben fotografieren zu können. Für beide Modelle gibt es entsprechendes Zubehör für Nahaufnahmen.

Mit der Kamera hat Polaroid auch den 1200 Sofortbildfilm neu ins Programm aufgenommen. Er enthält erstmals zwölf statt der üblichen zehn Aufnahmen und ist damit im Vergleich zu den herkömmlichen Filmpacks pro Foto preiswerter. Die neuen Kameras der 1200er Serie können auch mit den herkömmlichen Polaroid Image Sofortbildfilmen bestückt werden. Sowohl dieser als auch der neue 1200 Film verfügen über ein Bildformat von 7,4 x 9,1 cm.

Neuer Woerner Katalog für Herbst und Winter

500 Seiten umfaßt der Dekokatalog Herbst/Winter '00, den die Heinrich Woerner GmbH jetzt vorgestellt hat. Darin zeigt das Spezialversandhaus für Dekorationsartikel Tips und Trends zur Schaufenster- und Ladengestaltung. Schwerpunktthemen sind in diesem Jahr „Herbsttendenzen" mit Szenen wie „Happy Halloween" oder „Erntezeit", „Schnee und Eis" mit frostigen Winterszenen, „Festliche Weihnachtszeit" mit Dekoideen zwischen Tradition und Moderne sowie „Vision 2000" mit den aktuellen Trends „Modernes Europa" und „Blick ins Universum" für heute und morgen. Der Katalog ist kostenlos zu haben bei: Heinrich Woerner GmbH, Postfach 1254, 74208 Leingarten, Telefon 07131/4064-744, Telefax 07131/4064-720.

Reparaturservice Stadler besteht seit 35 Jahren

Auf sein 35jähriges Bestehen blickt in diesen Tagen der Fotoreparatur-Service Otto Stadler zurück. Der Betrieb an der Max-Eyth-Straße 7 in Esslingen hat sich auf Reparaturen fotografischer und optischer Geräte der Hersteller Konica, Minox und Pentax spezialisiert, führt aber auch Servicearbeiten an Kameras und Geräten aller anderen namhaften Produzenten durch. Kunden, die auf die Dienste des Fotoreparatur-Service Otto Stadler zurückgreifen, stammen aus der gesamten Bundesrepublik. Ihnen wird eine individuelle und optimale Bearbeitung der eingehenden Reparaturen geboten. Ständige Schulungen, viele davon in den Häusern der Industriefirmen, sorgen

dafür, das die Mitarbeiter des Unternehmens stets auf dem neuesten Stand der Technik sind. Unterstützt wird das motivierte Serviceteam bei der Auftragsbearbeitung durch modernste Betriebseinrichtungen sowohl im technischen als auch im kaufmännischen Bereich.

Rollei

JETZT
Sie sparen ca.
1.800,– DM
ZUGREIFEN

Rolleiflex 6008 integral Makro-Kit
Das attraktive Kit für alle engagierten Mittelformat-Fotografen im Alu-Koffer.

bestehend aus:

Rolleiflex 6008 integral kpl. mit
• Faltlichtschacht • Einstellscheibe High-D-Screen
• Wechselmagazin 6x6/120 • Autoladekabel • NiCd-Akku
• Schnellladegerät • Tragenemen • Makrohandbuch

Carl Zeiss Makro-Planar 4/120 mm HFT PQS
mit Gegenlichtblende Baj.-Größe VI

UEVP 9.998,– DM inkl. MwSt.
In limitierter Auflage

Rollei Fototechnic GmbH
Salzdahlumer Straße 196
38126 Braunschweig
Hotline (05 31) 6 80 02 77

Die Welt aus der Nähe betrachtet

IFC 2000 · Foto: Fritz Rauschenbach

Etwas ist faul im Staate D... *

Aus der Perspektive der „Nichtwähler"-Partei

Die Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen und verschiedene kommunale Nachwahlen in den neuen Bundesländern haben gezeigt, daß die größte Partei in Deutschland offensichtlich die Partei der Nichtwähler ist. Das ist eigentlich ein ganz schlimmes Zeichen für die Verdrossenheit der Bürger, weil das Vertrauen in die großen etablierten Volksparteien wie CDU und SPD und deren Vertreter verlorengegangen ist. Daß die Grünen mit ihren unrealistischen Zielen eines Herrn Trittin oder einer Frau Höhn erhebliche Stimmenverluste hinnehmen mußten, war zu erwarten, ebenso wie der sensationelle Erfolg der FDP durch Herrn Möllemann, der mit seinen flotten Sprüchen aus dem Show-Business und erfahrener Taktik eine große Anzahl von Wählern gewinnen konnte, die eigentlich wissen mußten, daß außer einem Mandat im Düsseldorfer Landtag nicht mehr zu erwarten war.

Bei den Bundesbürgern ist, aus meiner Perspektive, das Phänomen zu beobachten, daß es uns wirtschaftlich gesehen im Vergleich mit anderen Ländern sehr gut geht, daß aber trotzdem eine Verdrossenheit zu spüren ist, die, am allgemeinen Lebensstandard gemessen, auch so etwas wie Undankbarkeit darstellt. Aber man geht am liebsten eben gar nicht mehr zur Wahl.

Wenn wir nur den kleinen Bereich der Fotobranche nehmen, dann können wir jeden Tag feststellen, daß immer mehr mittlere und kleinere Fotohändler das Handtuch werfen und ihren ehemals rentablen Fotoladen schließen. Wer z. B. einmal gedacht hat, durch den Verkauf seines Geschäftes eine verbesserte Altersrente zu haben, muß feststellen, daß unsere neue Regierung die Steuervergünstigung bei der Aufgabe des eigenen Betriebes, nämlich den erzielten Verkaufspreis nur mit dem halben Steuersatz angerechnet zu bekommen, ersatzlos gestrichen hat! Und das am Schluß eines arbeitsreichen Lebens! Daß einem mittelständischen Unternehmer am Ende seines Berufslebens jetzt vom Vater Staat das angesammelte Betriebsvermögen in einem Jahr zum vollen Steuersatz zum größten Teil abgenommen wird, so daß von der erwarteten Sicherung für das Alter nicht mehr viel übrig bleibt, ist schon ein echter Betrug!

Wer dann noch in der Wirtschaftspresse gelesen hat, daß man zur Zeit bei der Regierung darüber nachdenkt, daß Kapitalgesellschaften beim Verkauf von Firmenanteilen die erzielten Buchgewinne steuerfrei behalten können, den wundert die Bürgerverdrossenheit mit Eintritt in die Nichtwähler-Partei nicht mehr. Anerkannte Wirtschaftsfachleute schrieben z. B. in der FAZ vom 3. Juni 2000, wie der Dozent Lars Feld aus der Schweiz und Matthias Leder unter der Überschrift „Deutschlands Abkehr vom Unternehmer" zu der geplanten Unternehmenssteuerreform gleich in der Einleitung: „Der Kanzler hat es auf den Punkt gebracht. Nicht den Unternehmern, den Unternehmen soll die Steuerreform Erleichterung verschaffen." Und das soll „Mittelstands-Politik" sein?

Einer unserer Steuerexperten bezeichnet das geplante „Steuerentlastungsgesetz" als „Steuerbelastungsgesetz", weil es offensichtlich Herrn Eichel und den sonstigen dafür zuständigen Personen erst einmal darum geht, zu vollen Kassen zu kommen, um dann vielleicht rechtzeitig zur nächsten wichtigen Wahl, auf das Kurzzeitgedächtnis der Bürger bauend, einige Milliarden Mark als Wahlgeschenk sozusagen unter das Volk zu werfen, die man diesem vorher dreist abgenommen hat.

Um noch einmal auf die größte Partei hier im Lande zurückzukommen: Nach dem Debakel der CDU mit ihrer Spendenaffäre und dem Hick-Hack der neuen Rot-Grün-Regierung fühlt sich kaum jemand ernstlich zur Wahl motiviert, wenn er nur an die Benzinpreise von DM 2,10, das 17-Prozent-Plus bei Gas- und Fernwärme, die hundertprozentige Steigerung bei den Heizölpreisen, das Rentendebakel und den Atomausstieg usw. usw. denkt. Wer dann noch in „Bild am Sonntag" im Mai d. J. lesen konnte: „Grüne Minister (gemeint war Bärbel Höhn in NRW): 15.573 D-Mark Pension für vier Jahre Arbeit" (nach meinem Wissensstand wird die Pension sofort gezahlt, wenn keine andere Tätigkeit mehr ausgeübt wird), der fragt sich als fleißiger Bürger doch ernstlich, ob er solchen Politikern wie Frau Höhn, die gerade ihre wichtigsten grünen Ziele über Bord geworfen hat, um an der Macht zu bleiben, oder anderen Parteimenschen, gleich welcher Couleur, seine Stimme als Wähler geben soll.

Noch einen anderen Aspekt der Wahlverdrossenheit oder politischen Unsicherheit in unserem Lande zeigt uns das Verhalten der jungen Menschen in der ehemaligen DDR, die zu Tausenden in diesem Frühjahr noch zur ehemals staatlichen Jugendweihe gegangen sind. Offensichtlich haben diese jungen ehrlichen Leute die Vorstellung, daß in der DDR so etwas wie Recht und Ordnung bestanden haben muß, denn sonst kann eine so große Teilnahme nicht erklärt werden. Der liebe Gott fehlt ja bei diesen Weiheveranstaltungen ganz. Obwohl der Kommunismus in den letzten 80 Jahren total versagt hat, wird offensichtlich an das wenige Positive dieses Systems mehr gedacht und das Schlechte vergessen, sonst könnte es doch nicht möglich sein, daß zwölf Jahre nach dem Fall der Mauer dieses DDR-Requisit so stark nachwirkt.

Wir alle hier, die wir gewohnt sind, in einer freien Wirtschaft unser Geld verdienen zu müssen, mögen zwar wie auch viele Bürger in den neuen Bundesländern aus augenblicklicher Verdrossenheit heraus in die Partei der Nichtwähler eingetreten sein; aber ein positiver Weg in die Zukunft ist dies doch nicht! Oder?

H. J. Blömer

---

* D... heißt bei Shakespeare im „Hamlet" – Dänemark.

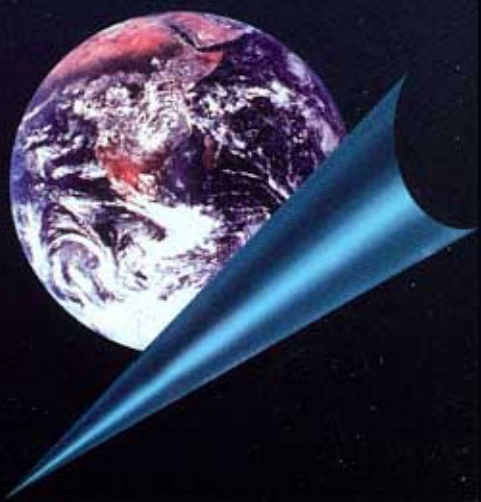
http://www.foto-contact.de

- Ständig neue Nachrichten
- Kostenlose Kleinanzeigen
- Downloads
- Heftarchiv
- der grosse fotokatalog
  Produktdatenbank

im Netz!

imaging + foto contact

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE



Das alteingesessene Hertener Fotogeschäft Foto Jansen hat seine Servicepalette Ende 1998 erfolgreich um digitale Bilddienstleistungen erweitert.

Agfa Image Center zeigt sich offen, hell und freundlich

Digital Imaging macht Bilddienstleistungen in vielen traditionellen Fotogeschäften heute zu einem profitablen Geschäft: Jörg Freese, Geschäftsführer von Foto Jansen in Herten, setzt mit dem Agfa Image Center auf ein System, das seine und die Bedürfnisse der Kunden optimal umsetzt. Das Schlüsselwort seines Geschäftserfolgs lautet dabei „Offenheit“.

Durch die Internationalen Fototage, die jeweils in den Nicht-photokina-Jahren stattfinden, hat sich die ehemalige Bergbaustadt Herten, am Nordrand des Ruhrgebietes gelegen, hohes Ansehen in der deutschen und internationalen Fotoszene erworben. Viele Hertener Bürger assoziieren mit dem Wort „Foto“ aber nicht nur das Festival, sondern auch „Foto Jansen“ und das „Agfa Image Center“. Denn die Geschäftsführer Jörg Freese (35) und Rolf Hantke (45) haben es geschafft, das alteingesessene Fotogeschäft radikal umzukrempeln und auf wirtschaftlichen Erfolgskurs zu bringen. „Dazu“, so Freese, „mußten wir uns von Traditionen verabschieden und uns vollkommen neu orientieren.“

Die Folge der Umstrukturierung: Die Kundschaft wird immer jünger, und zur Zielgruppe gehören immer mehr Geschäftskunden.

Freese schätzte, daß inzwischen jeder vierte bis fünfte Kunde ein Geschäftskunde ist. Darunter befinden sich Kieferorthopäden, Sachverständige und Unternehmensabteilungen. Sie alle sind an qualitativ hochwertigen und schnellen Bildern interessiert – vor allem auch von digitalen Vorlagen. Pro Tag besuchen in Spitzenzeiten mehr als 200 Kunden das Image Center im Herzen von Herten, die laut Freese „durchschnittlich 20 DM“ für Bilddienstleistungen bezahlen. Prints von digitalen Daten kosten bei Foto Jansen kaum mehr als traditionelle Bilder: 9er- und 10er-Bild werden mit 0,89 DM berechnet, das 13er-Format kostet 1,49 DM.

Bildergeschäft wächst durch das Internet

Wachsenden Anteil am Bildergeschäft von Foto Jansen hat das Internet: Über die Homepage www.fotojansen.de gelangen Daten nicht nur aus ganz Deutschland, sondern auch aus Frankreich und sogar aus den USA nach Herten. Die Bilddaten werden morgens abgerufen, am selben Tag bearbeitet und versandt, so daß der Kunde in spätestens 48 Stunden seine Bilder in den Händen hält.

Das Angebotsspektrum von Foto Jansen beschränkt sich aber nicht nur aufs Bilderprinten von Negativen und Digitaldateien. Das Bedrucken von T-Shirts, Sweatshirts, Polo-Hemden, Schürzen und Mousepads, Ausschnittvergrößerungen, Großbilddrucke, Fotoeinladungs- und Visitenkarten, Kalenderdrucke, Kopien und alle Arten digitaler Bildbearbeitung, digitale Paßbilder und ein auf Bilder hin abgestimmtes Produktsortiment gehören zum alltäglichen Geschäft des Foto Jansen Teams. Dafür, daß die Servicepalette in dieser Breite produziert werden kann, sorgen bei Foto Jansen vor allem das Agfa Minilab MSC 100 mit Digital Print Unit (DPU) und die Agfa-Bildbearbeitungs-

Jörg Freese, Geschäftsführer bei Foto Jansen in Herten: „Aus dem ersten unverbindlichen Kontakt wird meistens ein Stammkunde.“

station Pixtasy, die Ende 1998 in Betrieb genommen wurden. Mit der Installation des MSC mit DPU fing die Nachfrage nach digitalen Dienstleistungen an“, erinnerte sich Freese. „Aber natürlich macht das Geschäft mit Printen vom Film mit etwa 70 Prozent noch den

Foto Jansen in Herten arbeitet erfolgreich mit Digital Imaging

größten Teil unserer Produktion aus. Deshalb ist die Kombination MSC 100 plus DPU für uns so interessant und wirtschaftlich, weil sich analoge und digitale Aufträge kombinieren lassen. Die Maschine ist schnell und muß während des Printens nicht beaufsichtigt werden. Das wiederum spart Kosten, weil die Mitarbeiter in dieser Zeit andere Aufgaben erledigen können.“ Bei Foto Jansen in Herten arbeiten vier Mitarbeiter, zwei davon als Teilzeitkräfte.

Agfa-Geräte wecken das Interesse potentieller Kunden

Neben den bereits erwähnten Gründen nannte Freese noch einen weiteren Grund für die Entscheidung, mit Agfa-Geräten zu arbeiten: „Ich finde, daß die MSC Minilabs gut aussehen. Das ist uns wichtig, weil bei uns alle Produktionsgeräte bewußt für die Kunden sichtbar im Mittelpunkt des Geschehens im Laden stehen. Ein modernes Image Center muß meiner Meinung nach offen, hell und freundlich sein.“ Die Kunden würden dadurch automatisch angezogen. Sie betreten das Geschäft, um sich darüber zu informieren, welche Services sie angeboten bekommen. Freese: „Wir erklären den Kunden, was sie wissen wollen – und sie kommen in der Regel schon kurze Zeit später mit den ersten Aufträgen zurück. Aus dem ersten unverbindlichen Kontakt wird meistens ein Stammkunde.“

Offenheit ist auch bei der „Architektur“ des Printsystems gefragt. So nutzen Freese und sein Team neben der Bildbearbeitungssoftware Pixtasy auch eine Transfersoftware, um die eigene PC-Anlage an die DPU zu koppeln. Die Zusammenarbeit zwischen Foto Jansen und Agfa betrifft darüber hinaus auch die Verwendung von Agfa Papier und Chemie sowie die regelmäßige Nutzung des Agfa Labcheck Kontrollsystems.

Weil die Agfa-Geräte nach Meinung des Foto Jansen Geschäftsführers gut aussehen, wurden sie bewußt in den Mittelpunkt des Ladens gestellt.

Die Wirtschaftlichkeit digitaler Dienstleistungen orientiert sich bei Foto Jansen primär an den tatsächlichen Stückkosten. Personalaufwand und andere Fixkosten werden zwar anteilig hinzugerechnet, aber letztlich steht das Angebot „marktgerechter Preise“, so Jörg Freese, im Vordergrund. „Dafür muß man ein spezielles Gefühl am Markt bekommen. Wir sehen uns in erster Linie als serviceorientierter Dienstleister für alle Bildaufgaben vor Ort. Die Marge ist für uns nicht das alles entscheidende Kriterium.“

Das Retuschieren von Ecken in älteren Paßfotos, das Verbessern bereits verblichener Farbfotos, die Entfernung von Schatten, das Zusammenstellen mehrerer Bilder, beispielsweise zu einer Gruppenaufnahme dreier Personen aus drei Generationen, die Erstellung von Casting-Bildern für Models oder auch das Composing unterschiedlicher Ansichten der Stadt Herten zu einer Postkarte – diese digitalen Tätigkeiten werden bei Foto Jansen nahezu täglich erledigt. Forciert wird die umfangreiche Angebotspalette monatlich durch Aktionen, bei denen spezielle Services zu Sonderpreisen realisiert werden.

Die geschäftliche Zukunft sieht Jörg Freese positiv – für sich und für alle anderen Bilddienstleister, die „ihre Branchen-Scheuklappen ablegen und den Mut haben, die Idee des Image Center konsequent in die Praxis umzusetzen und für die Ansprache neuer Kundengruppen zu nutzen.“ Die technische Ausgereiftheit der Agfa Laborgeräte, ihre technologische Offenheit und Leistungsstärke sowie der Support in allen Technik- und Marketingfragen seien die besten Voraussetzungen, um die Potentiale dieses lukrativen Marktes im jeweils eigenen Geschäftsumfeld erfolgreich auszuschöpfen.

Digitale Dienstleistungen beleben das Bildergeschäft

Die Zahl der Anwender von Digitalkameras wird immer größer. Und auch viele analog Fotografierende interessieren sich für dieses neue Verfahren der Bildaufnahme, schrecken aber zum einen vor den benötigten technischen Zubehörprodukten für die Bildausgabe wie Drucker und PC, zum anderen vor den hohen Kosten zurück, die der heimische Ausdruck der Aufnahmen bedeutet. Darüberhinaus verlieren viele Kunden angesichts der häufig mangelhaften Qualität der zu Hause gefertigten Aufnahmen die Lust an dem neuen Medium. Für diese stetig wachsende Kundengruppe stellen Angebote von Fotohändlern, die digitale Dienstleistungen, wie die Ausgabe von digitalen Bilddateien auf echtem Fotopapier, anbieten, eine echte Alternative dar. Viele Unternehmen und Labore bieten inzwischen digitale Annahmestationen an, durch die den Händlern das zusätzliche und Gewinne bringende Angebot von digitalen Dienstleistungen erleichtert wird.

An dem neuen Photo Terminal von CeWe Color kann der Kunde nicht nur seine digitalen Daten auslesen lassen, sondern hat darüber hinaus die Möglichkeit, Fotos und Dias einzuscannen, um sie anschließend beispielsweise in Glückwunschkarten, Kalender oder ähnliches zu integrieren.

Echte Fotos von elektronischen Speichermedien

Die meisten Stationen erlauben die Annahme von Bilddateien aus einer Vielzahl von digitalen Quellen. Nach der Annahme werden die Daten an Großlabors zum Ausbelichten auf Fotopapier weitervermittelt. Auf diese Weise erhält der Kunde auch bei Aufnahmen mit der Digitalkamera seine gewohnten Fotoabzüge.

CeWe Color

Der erste Anbieter einer Digitalstation für den Fotohandel war der Großfinisher CeWe Color. Die Digitalstation des Unternehmens dient als Übertragungsstation, mit der Bilddateien vom Kunden zum Ausbelichten auf Fotopapier an das Labor geschickt werden können. Der Kunde hat die Möglichkeit, entweder seine Digitalkamera direkt an das Gerät anzuschließen oder den Datenträger in das entsprechende Disketten-, PC-Card- oder ZIP-Laufwerk einzulegen, von wo aus die Daten automatisch übertragen werden. Über den Touchscreen-Monitor und eine einfache interaktive Menüführung kann der Kunde seinen Bestellvorgang selbst steuern, wobei er Bildformat, Bildmotiv und Bildanzahl festlegt. Nach der Bestätigung des Auftrags erhält der Kunde über einen integrierten Drucker seinen Auftragsabschnitt und zahlt seine Bestellung per Vorkasse. Die Bilddaten werden von dem Terminal zur kostengünstigen Nachtzeit per ISDN an das CeWe Color Labor geschickt, wo sie auf Fotopapier ausbelichtet werden. Wie bei einer herkömmlichen Fotobestellung, werden die Ausdrucke verpackt und etikettiert und per Fahrdienst an den Fotohändler ausgeliefert. Dort kann sie der Kunde anschließend mit seinem Auftragsabschnitt abholen. Als Voraussetzung für die Installation der Digital-Station braucht der betreffende Fotohändler lediglich einen ISDN-Anschluß, alles weitere wird durch den CeWe Color-Service abgedeckt. Inzwischen bietet CeWe eine neue Version des Photo Terminals an, das neben der Annahme aller gängigen Datenträger, wie CompactFlash, SmartMedia Karte, Diskette, Memory Stick (über Adapter), Zip, CD-Rom und PC-Karte, nun auch die Möglichkeit bietet, Bilder und Filme (Negativ oder Dia) einzuscannen. Somit erweitert das digitale Terminal auch die Anwendungsmöglichkeiten

Die Digital-Station von Quelle bietet die Möglichkeit, auch Paßbilder und Portraits anzufertigen. Darüber hinaus sind Vorführungen von Digitalkameras möglich.

der analog Fotografierenden um Produkte wie personalisierte Kalender, Grußkarten usw.

Foto Quelle

Ende letzten Jahres führte Foto Quelle unter dem Motto „Die digitale Welt von Quelle“ eine Reihe von Dienstleistungen ein, die auf die Bedürfnisse von Digital-Fotografen zugeschnitten sind. Zum Sortiment gehört auch eine Digital-Station, die dem Händler die Möglichkeit geben soll, die digitale Fotografie und das digitale Fotofinishing in seinem Geschäft kompetent darzustellen. Die Digital-Station von Quelle kann Bilddateien von SmartMedia- und CompactFlash-Karten, CD-Roms und Disketten auslesen. Darüber hinaus gehört zu ihrer Ausstattung eine Digitalkamera, die ein Zusatzgeschäft durch Portrait- und Paßbildaufnahmen ermöglicht. Der Kunde kann am Bildschirm auswählen, welches Motiv er möchte und erhält per Mausklick auf behördlich zugelassenem Thermosublimationspapier sein Paßbild- oder Bewerbungsfoto-Set. Mit dem integrierten Farbdrucker können direkt vor Ort auch großformatige Portraits bis zur Größe DIN A4 hergestellt werden. Für Kunden, die Wert auf ausbelichtete Bilder auf echtem Fotopapier legen, werden die Bilddaten auf ein MO-Speichermedium transferiert. Der Versand der MO zum Labor erfolgt über die normale Logistik. Die fertigen Fotos werden an den Händler geliefert, wo die Kunden sie abholen können.

Fujicolor

Die bereits unter dem Namen „Imaging Terminal“ bekannte Annahmestation von Eurocolor wurde im Rahmen des neuen Markenauftritts der digitalen Fotofinishing-Dienstleistungen und zweieinhalb Jahre nach der Übernahme der Eurocolor Mehrheit durch Fujifilm auf die Bezeichnung „Fujicolor order-it“ umgetauft. Äußerlich hat sich die Station, abgesehen von der Beschriftung der Fahne, auf der zukünftig statt „discover it, Ihre Datei zum Anfassen“, „order-it“ zu lesen sein wird, nur wenig verändert. Auch die Bedienführung bzw. Oberfläche für die Bestellung am TouchScreen-Monitor ist identisch geblieben. Neu wurde dagegen die Software aufgelegt, in die überall das neue Logo Fujicolor order-it integriert wurde. Die Station akzeptiert alle im Amateurbereich gängigen Speichermedien und Bilddateiformate. Die Bedienung erfolgt über einen TouchScreen-Monitor. Durch Berührung des Bildschirms wählt das Verkaufspersonal bzw. der Kunde diejenigen Bilder aus, von denen Fotoabzüge gewünscht werden. Der Datentransport zum Labor erfolgt mit Hilfe von Wechselspeichermedien (Jaz 2 GB), so daß für den Betrieb von „order-it“ keine zusätzlichen Telefonleitungen oder Internetanschlüsse notwendig sind. Da der Transport über den regulären Tourendienst erfolgt, entstehen keine zusätzlichen Kosten. Fujicolor order-it ist in verschiedenen Versionen erhältlich, so daß jeder Händler individuell darüber entscheiden kann, in welchem Umfang er digitale Dienstleistungen anbieten möchte. Fujicolor order-it classic besteht aus einem attraktiven Gehäuse, einem Pentium 233 MMX-Computer oder K6 Prozessor, 128 MB RAM, 2 MB

So sieht der Schlüssel zur Bedienung der Fujicolor order-it-Digitalstation aus. Die Karte erhält der Kunde bei seinem Fachhändler.

Die von Eurocolor eingeführte Digital-Station „Imaging Terminal“ wurde inzwischen neu gestaltet und trägt jetzt das Logo „Fujicolor order it“.

Eine Vielzahl digitaler Speichermedien kann auch von Kodaks Order-Station ausgelesen werden.

Grafikkarte, 8 GB Festplatte und Laufwerken für CD-Rom/DVD 36-fach, Zip 100 MB, 3,5“ Diskette, CompactFlash-, SmartMedia- und PC-Card, Jaz 2 GB und einem Chipkartenleser. Der Verkaufspreis beträgt 9.550 DM. Optional sind Laufwerke bzw. Adapter für weitere Medien erhältlich. Die Bedienung der Station erfolgt über eine Kundenkarte, die der Anwender nach Ausfüllen eines kurzen Antrages sofort im Geschäft erhält. Fujicolors order-it light-Version besteht im wesentlichen aus einem Computer in der oben genannten Ausstattung (mit Monitor ohne Touch-Screen) und entsprechender Software. Sie kostet 5.950 DM (plus Mehrwertsteuer). Die Fujicolor order it-Software kann auch ohne Geräte zum Preis von 750 DM erworben werden.

Kodak

Derzeit stehen in Deutschland etwa 100 Stationen von Kodak im Fachhandel. Die attraktive PhotoNet Order Station kann Dateien von verschiedenen Speichermedien wie PC Card, Picture Card, SSFD Card, Disketten 3,5", Zip Disk und CD-Rom auslesen. Der Verbraucher hat die Möglichkeit, seine Bilder im Fotogeschäft direkt an der Order Station zu bestellen. Die fertigen Papierbilder werden vom Kodak Labor an das Geschäft geliefert, wo der Kunde sie dann wieder abholen kann. Somit ist der Ablauf von der Bestellung bis zur Auftragsabholung weitgehend identisch mit einem gewöhnlichen Fotoauftrag. Die Ausarbeitung der Bilder im Labor dauert in der Regel zwei Tage. Hinzu kommt die Transportzeit zum Händler, so daß von zirka einer Woche Lieferzeit ausgegangen werden kann. Der Preis für ein Bild im Format 10 x 15 cm liegt bei zirka 1,45 DM, die Grundgebühr beträgt um die 4,95 DM,

Ringfoto hat für das Angebot der Ausbelichtung digitaler Dateien auf Fotopapier konsequenterweise den Slogan „echtPhotos“ geprägt, dem Verbraucher begegnet dieser Begriff auf entsprechenden Werbe- und Verkaufsmitteln. Das Foto zeigt ein Beispiel für eine entsprechende Schaufensterdekoration.

und falls ein Postversand gewünscht ist, fallen noch mal Kosten in einer Höhe von ungefähr 5 DM an.

Ringfoto

Unter dem Motto „digiPhoto World“ startet jetzt auch die Ringfoto-Gruppe mit ihrem Angebot an digitalen Dienstleistungen. Sie möchte den Ringfoto-Händlern Digitalstationen anbieten, die auf deren spezifische Bedürfnisse abgestimmt sind und darüber hinaus einen kostengünstigen Einstieg erlauben. So können Händler, die über eine Paßbild-Station verfügen, diese bereits mit einem preisgünstigen Software-Modul (750 DM) zur digitalen Annahmestation aufrüsten. Für weitere 1000 DM läßt sich das Gerät mit einem CD-Brenner ausstatten, so daß der Händler auch die Speicherung der Bilder seiner Kunden auf CD anbieten kann. Das komplette Terminal inklusive Hard- und Softwarekonfiguration, CD-Brenner und den erforderlichen Kartenlesegeräten ist für 6000 DM erhältlich. Die Bilddatenübertragung ins Labor erfolgt über eine integrierte ISDN-Karte.

Eine Light-Version des Ringfototerminals ohne Display ist bereits für 3800 DM zu erwerben.

Um die Hemmschwelle des Kunden oder auch des Verkaufspersonals vor dem neuen Bedienungsterminal abzubauen, wurde die grafische Oberfläche der Station dem Ablauf eines tatsächlichen Bildannahmegesprächs nachempfunden. Eine virtuelle Mitarbeiterin fragt den Kunden nach seinen Wünschen.

Stoppel

Das Fotogroßlabor Stoppel mit Sitz in Goslar bietet bereits seit längerem den Service DigitalFoto an. Die Kunden können ihre digitalen Datenträger wie Zip, Diskette, CD, Jaz oder Syquest entweder direkt beim Fotohändler abgeben oder haben die Möglichkeit, von zu Hause aus über eine Software,

Digitale Dienstleistungen, wie die Ausbelichtung digitaler Bilddateien auf echtem Fotopapier, gehören schon lange zum Angebot des Fotogroßlabors Stoppel mit Sitz in Goslar. Mit attraktiven Plakaten wie diesem wirbt das Unternehmen für die elektronische Bildverarbeitung.

die ebenfalls zusammen mit einem Berechtigungsschlüssel beim Händler erhältlich ist, die Bilddateien direkt an das Labor zu versenden. Von dort aus werden die entwickelten Filme und Bilder wieder zurück zum Fotohändler gebracht, wo der Kunde sie wie bei der gewöhnlichen Bildbestellung abholt. Über die Fertigung von Fotos hinaus bietet Stoppel beispielsweise einen Scan-Service zum Digitalisieren von Papierbildern, digitale Retusche von alten oder defekten Fotos und die Fertigung von Werbeplakaten an. Auch für Kunden, die bereits über digitale Bilddateien verfügen, hat das Unternehmen Dienstleistungen wie die Fertigung von Negativen, Dias von Präsentationen oder CD-Roms im Programm. Für dieses Jahr ist abermals eine Erweiterung des Services vorgesehen, die unter anderem auch das Angebot einer Digitalstation vorsieht, damit die Kunden ihre Dateien direkt im Geschäft auslesen lassen können. Zur Philosophie des Großlabors zählen

Sowohl an den Fotoamateur als auch Profifotografen, Grafiker, Werbeagenturen und Pressestellen richtet sich das DigitalFoto-Angebot von Stoppel. Es gehört zur Philosophie des Unternehmens, daß dabei der Weg zum Foto immer über den Fotohändler führt.

die Einbindung und Stärkung des Fotohandels, was sich beispielsweise auch an dem bereits 1996 gegründeten Imaging-Service Club zeigt. Der ISC begreift sich als Plattform für alle Themen rund um das Imaging. Zu seinen Zielen gehört die Profilierung der Kunden Stoppels zum Imaging-Fachhändler, die Gewinnung neuer Endkunden für Imaging-Dienstleistungen und Randsortimente sowie Ausbildungsprogramme, Schulungen und Seminare. Die Mitglieder des ISC treffen sich zirka zweimal im Jahr zum Erfahrungsaustausch mit anderen Händlern, die sich intensiv mit der elektronischen Bildverarbeitung auseinandersetzen. Darüber hinaus stellt die Vereinigung den Mitgliedern umfangreiches Demo-Material in einer Servicemappe zur Verfügung.
Regelmäßige Clubtreffen mit Workshops, Industriepräsentationen und interessanten Neuigkeiten aus der digitalen Szene vervollständigen das Angebot des Clubs, der auch innovative Imagingprodukte entwickelt und aktuelle Hard- und Softwareangebote erstellt. höl

---

i+fc Nachrichten

BV Foto veranstaltet wieder Ausbildungsplatzbörse

Der Bundesverband des Deutschen Foto-Fachhandels (BV Foto) veranstaltet im Rahmen der photokina 2000 erneut eine Ausbildungsplatzbörse. Ziel und Zweck dieser Börse ist die bundesweite Vermittlung von Lehrstellen für den Ausbildungsberuf Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel (Foto, Kino, Video). Angeboten werden Ausbildungsplätze und Praktika für die Jahre 2000 und insbesondere 2001. Unter www.bv-foto.de werden seit dem 19. Juni die Daten und ein Kurzprofil der Ausbildungsbetriebe nach und nach online erhoben und vorgestellt. Gleichzeitig sammelt der BV Foto die Daten von Ausbildungsplatz-Suchenden. Alle Händler, die sich an der Initiative beteiligen, können auf diesen Interessenten-Pool zurückgreifen. Auf der Weltmesse des Bildes sollen Anbieter und Nachfrager von Ausbildungsplätzen Gelegenheit haben, direkt miteinander ins Gespräch zu kommen: Auf dem Stand des BV Foto werden Experten verschiedener Institutionen und erfahrene Fotohändler über die Berufsaussichten im Fotoeinzelhandel beraten und die Fragen von Interessenten beantworten. Unterstützt wird die Aktion von der Bundesanstalt für Arbeit, der KölnMesse, der Zentralstelle für Berufsbildung im Einzelhandel, der Fachschule des Deutschen Fotohandels, der Kölner Industrie- und Handelskammer und dem Photoindustrie-Verband. Schirmherr der Initiative ist Hermann Franzen, Präsident des Hauptverbandes des Deutschen Einzelhandels.

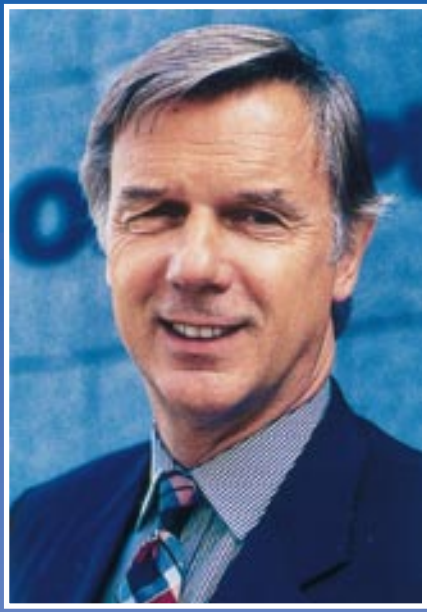
9. IS&T-Symposium während der photokina

Das Chapter Europe der Society for Imaging Science and Technology, IS&T, lädt gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Photographie (DGPh) und der Prophoto GmbH während der photokina 2000 zum 9. Internationalen Symposium für Fotofinishing und Minilab-Technologie ein. Es findet am Freitag, 22.9., im Congress Centrum Ost der KölnMesse statt. Das straffe Programm mit acht hochkarätigen Vorträgen soll eine gute Möglichkeit bieten, sich sowohl einen generellen Überblick als auch Informationen zu Detailaspekten der digitalen Produktion im Fotolabor zu verschaffen.

Das Symposium beginnt mit einem allgemeinen Überblick über den gegenwärtigen Stand, die jüngsten Entwicklungen und die künftigen Trends im digitalen Fotofinishing. Anschließend stehen der Workflow im digitalen Großlabor, wirtschaftliche Überlegungen und die neuen Geschäftsmöglichkeiten über das Internet im Blickpunkt. Am Nachmittag geht es um den aktuellen Stand der Technik bei digitalen Kameras, beim hochproduktiven Scannen und Ausbelichten. Zum Abschluß werden in zwei weiteren Vorträgen Fragen der Bildqualität am Beispiel einer digitalen Bilderproduktion behandelt. Die Symposiumsprache ist Englisch.

Olympus Europa Gruppe: Rekordergebnis aus dem Vorjahr übertroffen

Position weiter gefestigt



„Auf diese Entwicklung können wir in diesem Jahr besonders stolz sein", erläutert Werner Teuffel, Vorsitzender der Geschäftsführung von Olympus.

Die Olympus Optical Co. (Europa) GmbH konnte auch mit dem diesjährigen Jahresabschlußbericht einen steigenden Umsatz verzeichnen. Im Berichtsjahr 1999/2000 wuchs der Umsatz um 16,9 Prozent von 838,5 Millionen auf 980 Millionen Euro. Der Vorsitzende der Geschäftsführung, Werner Teuffel, zeigte sich mit dieser Entwicklung sehr zufrieden.

Die im Vergleich zum Vorjahr verbesserte Zuwachsrate wertet Olympus als Hinweis darauf, daß seine Position im Markt weiter gefestigt wurde. Das diesjährige Ergebnis hat die hohen Vorgaben des Geschäftsjahres 1998/1999 übertroffen. Im Berichtsjahr stieg der Jahresüberschuß um 27,4 Prozent von 20,8 Millionen Euro auf 26,5 Millionen Euro.

Wichtigster Markt bleibt Deutschland

In Deutschland, Großbritannien und Italien verzeichnete Olympus ein weit überdurchschnittliches, profitables Wachstum von rund 20 Prozent. Dabei blieb Deutschland mit einem Anteil von rund 25 Prozent am Gesamtumsatz der wichtigste Einzelmarkt für die Olympus Europa Gruppe. In Frankreich dagegen verlief das Geschäft bei stagnierenden Umsätzen schwierig. Allerdings sind organisatorische und strukturelle Maßnahmen eingeleitet worden, um im neuen Geschäftsjahr den Turnaround zu erreichen. „Eine erfreuliche Entwicklung konnte Olympus in einigen Reformstaaten Zentraleuropas, insbesondere in Tschechien und Kroatien, verzeichnen. Auch Rußland nimmt – nach dem Markt-Zusammenbruch im Vorjahr – unter den wichtigsten Absatzmärkten für Olympus-Kameras wieder eine führende Position ein", erklärte Teuffel.

Erfolg mit Consumer Products

Im Berichtszeitraum konnte im Geschäftsbereich Consumer Products die dynamischste Entwicklung verzeichnet werden. Mit dem von um 27,4 Prozent von 340,5 Millionen Euro auf 433,7 Millionen Euro erhöhten Umsatz steuerte der Verkauf von Kameras und Informationsprodukten den größten Teil zum Umsatzkuchen bei. Der Umsatz mit Digitalkameras wurde sogar verdoppelt. „Das heißeste Eisen, das wir derzeit im Feuer haben, ist die digitale Fotografie", so Werner Teuffel. Olympus zählt zu den Unternehmen, die konsequent auf Digitalisierung gesetzt haben und hält derzeit mehr als ein Viertel des Marktes für hochauflösende Kameras. Doch auch der Bereich Advanced Photo System konnte substantielles Wachstum erreichen, als Spitzenreiter erwies sich dabei die i-Zoom 75. Zudem konnte sich Olympus – nach eigenen Aussagen – als führender Anbieter von Diktiergeräten positionieren. Treibende Kräfte waren hierbei die Fortschritte der Spracherkennungstechnologie. Sie bescherten dem Unternehmen im Bereich Informationsprodukte einen Umsatz von 23 Millionen.

Mikroskopie und Endoskopie

Auch im Bereich Endoskopie konnte Olympus seine Marktposition ausbauen. Der Umsatz stieg um 8,4 Prozent auf 411,5 Millionen Euro, der Anteil am gesamten Konzernumsatz liegt bei 42 Prozent. Dabei entfielen allein 74,2 Millionen Euro auf die weltweit agierende Tochtergesellschaft Olympus Winter & Ibe GmbH aus Hamburg.

Das Geschäftsfeld Mikroskopie hat seinen Marktanteil im vergangenen Geschäftsjahr ebenfalls deutlich ausgebaut. In einem stagnierenden Umfeld wurde ein steigender Umsatz um 10,8 Prozent auf 61,4 Millionen Euro erzielt. Auch die Olympus Diagnostica GmbH und die Diagnostic Systems Division in Europa schlossen mit einem Umsatzplus von 16,5 Prozent (73,4 Millionen Euro) ab.

Betreuung wichtiger Kunden im Vordergrund

Für das laufende Geschäftsjahr ist Olympus weiterhin bestrebt, das Potential, das der europäische Markt bietet, konsequent auszuschöpfen. Als wichtigsten Punkt sieht man die Verbesserung der innerbetrieblichen Effizienz auf Basis weiterer Investitionen in die IT-Systeme, um den Kunden individuelle Lösungen bieten zu können und Einfluß auf die Produkte der Zukunft nehmen zu können. „Wir konzentrieren unseren Service und werden mit einem europäischen Key-Account-Management auch länderübergreifend wichtige Kunden betreuen. Für 2000/2001 gehen wir wieder von einem kräftigen Wachstum und einer zufriedenstellenden Rendite aus", so Werner Teuffel. miz

Microtek-Scanner für SoHo-Anwender

Microtek präsentiert mit dem ScanMaker 4700 einen durch fünf Push-Buttons leicht zu bedienenden Scanner mit schnellen Scanzeiten und einer hohen Auflösung. Der ScanMaker 4700 besitzt eine optische Auflösung von 1.200 x 2.400 dpi, eine Farbtiefe von echten 42 Bit und eine einfache Bedienung durch den USB-Anschluß und fünf Push-Buttons für Scan, Copy, E-Mail, Cancel und Setup. Darüber hinaus bietet er die Möglichkeit zur direkten JPEG-Kompression. Diese sorgt für eine Komprimierung des gescannten Bildes, bevor es an den Computer weitergegeben wird. Dadurch wird eine Verkürzung der Scanzeit erreicht, und der Anwender verfügt über kleinere Dateien, die er an E-Mails hängen oder zum Aufbau einer Internetseite nutzen kann. Auch die Softwareausstattung des Scanners unterstützt die leichte Bedienbarkeit. Microteks Scan- und Treibersoftware ScanWizard 5 verfügt über eine intuitiv zu bedienende Oberfläche, die den Anwender dabei unterstützt, die Scanprozesse durchzuführen. Der ScanMaker 4700 ist für 499 DM (inkl. MwSt.) ab sofort verfügbar.

Spezielle Tinte für Schwarzweißdrucke im Großformat

Ilford stellte auf der drupa 2000 Tinten vor, die großformatige Schwarzweiß-Prints in Fotoqualität auf Inkjet-Medien ermöglichen. Zum neuentwickelten Ilfojet Archiva-Tintenkonzept gehört das aus vier schwarzen Tinten unterschiedlicher Dichte bestehende Archiva Monokrome Ink Set. Damit lassen sich laut Herstellerangabe mit Hilfe der Ripstar 5.0 Software Grauwerte mit feinsten Nuancen erzielen. Die neuen Tinten wurden konzipiert für den Einsatz auf Inkjet-Medien bis zu einer Rollenbreite von 137,2 cm. Sie sind darum speziell für den Einsatz in Fachlabors geeignet, die große Schwarzweiß-Prints anbieten möchten, aber nicht genügend Aufträge für den Unterhalt einer Schwarzweiß-Entwicklungsmaschine haben. Archiva Monokrome ist eine pigmentbasierte Tinte, die zur Verwendung mit Druckern der Serien Encad NovaJet Pro/Proe und Ilford Ilfostar NovaJet 600/630/700i konzipiert und zusammengesetzt wurde. Die bei ihrer Herstellung angewandte Mahltechnik gewährleistet ultrafeine Partikelgrößen und verhindert damit das Verstopfen der Tintendüsen.

Herma PhotoPrint-CD

Zur Unterstützung des Handels beim Abverkauf des Herma PhotoPrint-Sortimentes bietet das Unternehmen jetzt kostenlos die CD-Rom „PhotoPrint creative“ an. Sie kann am Point-of-Sale bei der Verkaufsberatung oder als Präsent für die Kunden eingesetzt werden und vermittelt ein „digitales Bild“ vom Herma-Angebot. So liefert sie beispielsweise Informationen über das Printmedien-Sortiment, zu dem auch spezielle Medien wie Leinwand mit Spezialstruktur, Silbermetallic-Folie oder weiße, reißfeste Folie gehören. Neu zum Produktfolio hinzugekommen sind Visitenkarten und Visitenkarten-Etiketten sowie beidseitig bedruckbares Papier beispielsweise für Grußkarten. Aber auch die bewährten Produkte des Sortiments, weiße Papiere in 210 g-Ausführung, in den gängigen Fotoformaten mikroperforierte Blätter oder Etikettenbögen finden sich auf dem Datenträger wieder. Über das aktuelle Produktsortiment hinaus enthält die CD Anwendungsbeispiele und eine Vollversion der Herma Plazierungssoftware „PicturePos“, auf der alle PhotoPrint-Formate vordefiniert sind. Der interaktive Teil der CD zeigt in Animationen, wie zum Beispiel aus Paßbildern dekorative Tischkarten gefertigt werden. Beim virtuellen „Memory-Spiel“ über drei Levels winken als Gewinn zwei Karten für einen Musicalbesuch in Stuttgart.

Scan it
DIGITAL IMAGING
NUR FÜR IT-HÄNDLER
Microtek ArtixScan 4000 T PC/Mac SCSI

- 4000x4000 dpi
- 36 Bit Farbtiefe
- Format 35 mm, KB und APS, SCSI-Anschluß
- inkl. Silverfast, Scan Wizard, PROfix (PC/Mac), ICC Profiler mit dazugehörigem flexiblem Kodak Farbsystem, IT 8-Farbvorlage und zwei 35 mm Filmstreifen-/Diahalter

Bestellnr. 217740
2.290,-
INFO - HOTLINE
09 31-9 70 84 96
FIXX ANRUFEN UND INFORMIEREN!
Microtek ArtixScan 2500 Photo SCSI

- 2500x2500 dpi
- 36 Bit Farbtiefe
- Dynamikbereich von 3.2 D
- E.D.I.T.-Technologie
- 3-D Anti-Vibro-System
- inkl. Scan Wizard Pro (PC/Mac), ICC Profiler (MSP) (PC/Mac) und Lasersoft Silverfast (PC/Mac)

Bestellnr. 242408
6.890,-
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzl. MwSt. Es gelten unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen. Verkauf nur an IT-Händler!
dexxIT
e-mail: info@dexxit.de • Fax 09 31 / 9 70 84 99
POSTFACH 54 44 • 97004 WÜRZBURG

Lexmark präsentiert neue Tintenstrahldrucker der Z-Serie

Kunstwerke für den Ausdruck inklusive

Gleich zwei neue Tintenstrahldrucker-Modelle der Z-Reihe präsentierte Lexmark anläßlich einer Pressekonferenz am 22. Mai 2000.

Ein mit 199 DM preiswertes Einstiegsmodell in die Welt der Foto-Tintenstrahldrucker bietet Lexmark mit dem neuen Z32 an. Der Drucker verfügt über eine Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi und arbeitet mit einem Zwei-Patronen-Drucksystem. So steht für den Ausdruck von Texten jederzeit „echtes" Schwarz zur Verfügung, ohne daß die Patrone wie bei Ein-Kopf-Druckern ausgetauscht werden müßte. Die auf Pigmenten und nicht auf Farbstoffen basierende schwarze Tinte sorgt laut Lexmark für scharfe Konturen bei der Ausgabe von Texten und verhindert ein vorzeitiges Verblassen der Schrift. Im Textdruckmodus erreicht der Z32 eine Geschwindigkeit von bis zu sieben Seiten pro Minute. Beim Farbausdruck benötigt er beispielsweise für die Ausgabe von 24 Urlaubsfotos (10 x 15 cm) ungefähr eine Dreiviertelstunde.

Zu einem Preis von 199 DM erhält der Anwender mit dem Z32 ein erschwingliches Tintenstrahldrucker-Modell, das durch die Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi und ein 2-Kopf-Drucksystem auch Fotoausdrucke erlaubt.

Neben einer parallelen Schnittstelle verfügt der Drucker auch über einen USB-Anschluß für die schnelle Datenübertragung. Neben der PC-Unterstützung bietet der Z32 als erster Drucker dieser Serie jetzt auch einen Mac-Treiber, der in enger Zusammenarbeit mit Apple entwickelt wurde. Bei-

Hans-Heinrich Müller, Leiter Consumer Printer Division, Lexmark, erklärte, daß das Unternehmen in 1999 weltweit ein Umsatzvolumen von 3,5 Milliarden US-Dollar, das entspricht einer Steigerung von plus 18 Prozent gegenüber dem Vorjahr, erzielen konnte. Damit gehöre Lexmark im internationalen Vergleich zu den erfolgreichen und stetig wachsenden Unternehmen.

Enge Zusammenarbeit zwischen Kodak und Lexmark

Bereits auf der diesjährigen CeBIT kündigten Lexmark und Kodak ihre enge Zusammenarbeit an. Erstes Ergebnis war die Vorstellung des Kodak Personal Picture Maker Kit (ein Digital Imaging Bundle aus der Kodak-Digitalkamera DC215, dem Fotodrucker PM 100, den Kodak zusammen mit Lexmark entwickelt hat, und einem Sample Pack der Kodak Inkjet Photo Papiere). Darüber hinaus ist Kodak autorisierter Partner für Fotopapiere für die aktuellen Lexmark Inkjet-Drucker. Diese erhalten bereits auf Kodak Inkjet Photo Papiere abgestimmte Vorgaben. Anläßlich der Pressekonferenz von Lexmark präsentierte Kristina Bangemann, European Inkjet Business Manager, Kodak Digital & Applied Imaging, neue Fotopapiere ihres Unternehmens. Das Premium Picture Paper sorgt für Ausdrucke, die vom Feeling und Aussehen Fotoabzügen entsprechen. Ein günstiges Preis-/Leistungsverhältnis bietet das Kodak Picture Paper. Für randlose Inkjet-Ausdrucke in Fotoqualität hat das Unternehmen die mikroperforierten Premium Picture Kit Papiere im Sortiment und für den wirtschaftlichen Ausdruck im Alltag das Kodak Bright White Inkjet Paper (Hochweiß).

Astrid Gebauer, Produktmanagerin Tintenstrahldrucker, Lexmark, präsentierte den Z52, der mit einer Auflösung mit bis zu 2.400 dpi Dateien in Fotoqualität ausgibt.

spiele für die einfache Bedienung des Druckers sind die Installation, für die ein einzelner Mausklick ausreicht, und der Accu-Feed-Papiereinzug, der einen geraden Papiereinzug gewährleistet. Seit Mitte Juni ist der Z32 lieferbar.

Z52

Ebenfalls seit Mai neu im Produktsortiment der Z-Reihe ist der Z52. Er bietet die hohe Auflösung von 2.400 x 1.200 dpi und druckt damit laut Aussage von Lexmark in Fotoqualität. Neben dem Farbausdruck auf allen Druckmedien und Formaten bis zu A4, erzeugt er auch qualitativ hochwertige Textausdrucke. Durch Druckgeschwindigkeiten von bis zu 15 Seiten pro Minute bei Text und sieben Seiten pro Minute in Farbe eignet er sich auch für die Bewältigung höherer Druckvolumen beispielsweise in kleineren Büros oder zu Hause. Für den Ausdruck von digitalen Bildern in einer Größe von 10 x 15 cm benötigt der Drucker weniger als 30 Minuten. Mit diesen Daten ist der Z52 etwa 50 Prozent schneller als sein Vorgängermodell Z51. Erreicht wurde diese Beschleunigung durch eine verbesserte Motorleistung des Druckschlittens, eine höhere Feuerfrequenz der Tintentropfen und die schnelle Papiereinzugsmechanik. Auch der Z52 ist sowohl zum PC als auch zum Mac kompatibel.

Durch einen zusätzlichen Datenstrom (NPAP) erlaubt der Drucker die volle bidirektionale Kommunikation im Peer-to-Peer-Netz, dadurch bietet er sich für den Einsatz in kleineren und mittleren Unternehmen an, wo oft mehrere Rechner auf einen Drucker zugreifen müssen.

Der Druckertreiber des Z52 enthält viele hilfreiche Funktionen wie etwa Handout-, Broschüren-, manuellen Duplex- sowie Posterdruck im Überformat. Der Z52 ist seit Mitte Mai erhältlich. Der empfohlene Verkaufspreis liegt bei 399 DM.

Pat King, Vice President of World Wide Marketing, Lexmark Int., kreiste mit den Schlagworten Technologieführer, Konzentration auf den Printerbereich und auf die Anwender, eine Verbesserung der Druckqualität und der -geschwindigkeit sowie Führerschaft auf dem Gebiet der Druckauflösung die zukünftigen Ziele seines Unternehmens ein.

Print-Gallery-CD

Beide Druckermodelle enthalten im Lieferumfang die neueste Version der „Print-Gallery"-CD-ROM, die Lexmark in Kooperation mit der Réunion des Musées Nationaux herausgibt. Darauf enthalten sind die schönsten Gemälde aus Museen in der ganzen Welt, die sich der Anwender zu Hause ausdrucken kann. höl

Marion Teuber, Produktmanagerin Tintenstrahldrucker bei Lexmark, stellte den Z32 vor und wies auf die Vorzüge des Accu-Feed-Papiereinzuges hin, der eine fortschrittliche Papierzuführung bietet und für einen geraden Einzug von Medien in einer Schwere von bis zu 272 g/qm sorgt.

Lexmark Laserdrucker

Für kleinere und mittlere Arbeitsgruppen eignet sich Lexmarks Farblaserdrucker C710, der sowohl beim Farb- als auch beim Schwarzweißdruck eine Auflösung von echten 1.200 x 1.200 dpi bietet. So können sowohl Dokumente als auch Grafiken professionell gedruckt werden. Um das Drucken in Farbe so einfach wie möglich zu machen, wurden beim Optra C710 Toner und Fotoleiter in einer kompakten Druckkassette zusammengefaßt, so daß lediglich die Druckkassette eingesetzt werden muß, um mit dem Druck zu beginnen. Der 200 MHz- QED-Prozessor des Farblaserdruckers sorgt für eine schnelle Verarbeitung der eingehenden Daten. So schafft er bis zu 16 Seiten pro Minute in Schwarzweiß und drei Seiten pro Minute in Farbe bei einer hohen Auflösung. Der Optra C710 ist seit Mai dieses Jahres zu einem Preis von 5.324 DM (inkl. MwSt.) lieferbar.

Ebenfalls seit Mai dieses Jahres im Handel sind die Laserdrucker Optra E312 und Optra M412. Der Optra E312 wurde für einzelne Arbeitsplätze oder kleinere Arbeitsgruppen konzipiert, druckt mit einer Auflösung von 600 x 600 dpi und bietet eine hohe Druckgeschwindigkeit von bis zu zehn Seiten pro Minute. Für den Ausdruck von Grafiken und Bildern steht der 1.200-IQ-Bildqualitätsmodus zur Verfügung. Der Preis liegt bei 1.067 DM (inkl. MwSt.). Sowohl für den Arbeitsplatz als auch für den Netzwerkeinsatz geeignet ist der Optra M412. Mit einem 133-MHz-RISC-Prozessor erreicht der Drucker Geschwindigkeiten von bis zu 17 Seiten pro Minute und benötigt weniger als zwölf Sekunden bis Druckbeginn. Mit hochergiebigen Druckkassetten mit einer Seitenleistung von bis zu 15.000 Seiten und einem Druckvolumen von bis zu 40.000 Seiten pro Monat unterstützt der Laserdrucker hohe Anforderungen in Arbeitsgruppen. Mit einem optionalen internen Netzwerkadapter ist der Optra M412 in die meisten Netzwerke integrierbar. Der Laserdrucker kostet 2.308 DM (inkl. MwSt.).

Digitalkameras für jeden Anspruch

DC4800 und DC5000 von Kodak

Karsten Eggert, Vertriebsleiter Kodak Digital & Applied Imaging, und Ronald Shuklis, Manager Business Development, präsentierten bei einem Besuch in der imaging+ foto-contact Redaktion die neuen Digitalkameras DC4800 und DC5000. Während die DC4800 mit ihren zahlreichen Einstellungsvarianten kreative Gestaltungsmöglichkeiten bietet, eignet sich die DC 5000 dank ihrer robusten Bauweise besonders für den Einsatz im Freien.

Die DC4500 verfügt über eine Auflösung von 3,1 Millionen Pixeln. Dank ihrer vielseitigen Einstellungsvarianten bietet sie dem Digitalfotografen ein hohes Maß an Gestaltungsmöglichkeiten.

Die DC4800 ist in edlem Magnesium-Metallgehäuse gefertigt. Sie bietet die Möglichkeit, unter vier Auflösungsstufen zu wählen: von 1080 x 720 über 1536 x 1024 und 1800 x 1200 Pixeln bis hin zur höchsten Auflösung von 2160 x 1440 (3,1 Millionen) Bildpunkten. Das Dreifach-Weitwinkel-Zoomobjektiv verfügt über eine Brennweite von 28 bis 84 mm (entsprechend. Kleinbildformat) und wird um einen Zweifach-Digital-Zoom ergänzt. Auf einem integrierten 1,8" LCD-Monitor können die Digitalfotos nach der Bildaufnahme betrachtet und bei Bedarf gelöscht werden.

Verschiedene Einstellungsvarianten

Die DC4800 bietet eine Reihe verschiedener Einstellungsmöglichkeiten. Je nach Aufnahmesituation lassen sich drei Lichtempfindlichkeiten (ISO 100, 200 und 400) einsetzen. Für Aufnahmen bei den unterschiedlichsten Lichtverhältnissen können drei manuell einstellbare Blenden (f2.8, f5.6 und f8) genutzt werden. Ein weiteres Feature ist die Möglichkeit der Langzeitbelichtung bis zu 16 Sekunden. Außerdem lassen sich Weißabgleich und Belichtungskorrektur manuell an die Bedürfnisse des Anwenders anpassen. Belichtungseinstellung und Tiefenschärfe können per Drehknopf an der Kamera-Oberseite eingestellt werden. Diverse Filterfunktionen ermöglichen besonders kreativen Fotografen einen Gestaltungsspielraum. Dank des Sepia-Modus können neben Schwarzweiß-Bildern auch Aufnahmen im nostalgischen Gelb-Braun angefertigt werden. Die Option „satte Farben“ eignet sich speziell für Landschaftsaufnahmen. Zudem verfügt die DC4800 über eine Serienbild-Funktion, mit der in der höchsten Auflösung vier Bilder in Folge und in der niedrigsten Auflösung 16 Bilder in Folge geschossen werden können (1,8 bis 3,6 Bilder per Sekunde). Der integrierte Blitz hat eine Reichweite von 0,5 bis 3,2 Metern sowie eine Funktion, die den „Rote-Augen-Effekt“ verringert.

Schneller Datentransfer

Der schnelle Datentransfer kann über die USB-Schnittstelle mit dem Mac oder PC erfolgen. Die im Lieferpaket der DC4800 enthaltene Übertragungs-Software bietet eine plug-n-play Verbindung, die die direkte Einbindung der Digitalbilder in Software-Applikationen ermöglicht. Im „Datei-Öffnen Menü“ der Software erscheint die DC4800 als eigenes Laufwerk. Somit sind TWAIN-Treiber für die verschiedenen Software-Programme überflüssig.
Laptop-Anwendern bietet sich die Möglichkeit, einen optional erhältlichen Compact-Flash CF-Adapter einzusetzen, der zum PCMCIA- Standard kompatibel ist. Dabei wird die Speicherkarte mit dem CF-Adapter verbunden und in den PCMCIA-Slot

„Wenn eine Kamera mit den widrigsten Wetter-Umständen fertig wird, dann die neue Kodak DC5000...“, erklärte Ronald Shuklis.

des Notebooks gesteckt. Eine weitere Möglichkeit der Bildübertragung bietet die Nutzung eines optional erhältlichen externen Laufwerks – Compact Flash Card Reader –, das an die parallele oder USB-Schnittstelle angeschlossen wird.

Das Lieferpaket der DC4800 enthält neben der Kamera mit Objektivschutz eine 16 MB Speicherkarte, Lithium-Akkus, die bei ausgeschalteter Kamera wieder aufgeladen werden können (zum schnellen Batterie-Aufladen ist optional ein Aufladegerät erhältlich), ein Video-Kabel, ein USB-Kabel, ein Netzteil sowie ein Software-Paket. Das Software-Paket enthält die Übertragungs-Software mit Hydra/Draco Technologie, Arc Soft Photo Impressions 2000/Arc Soft Panorama (hiermit läßt sich aus mehreren Aufnahmen ein Panorama-Bild herstellen) und außerdem die Trellix Software, die zur Herstellung von Web-Seiten eingesetzt werden kann. Außerdem ist ein spezielles Zubehör-Paket im Lieferumfang enthalten.

„Die DC4800 erweitert die kreativen Möglichkeiten des Digitalfotografen. Unser Motto lautet: Kreativität und Flexibilität“, so Karsten Eggert.

Die DC4800 ist ab Mitte August lieferbar und kann zu einer unverbindlichen Preisempfehlung von 2.300,- DM angeboten werden.

Robustes Gehäuse

Dank ihres robusten und wetterfesten Gehäuses ist die DC5000 selbst bei Regenwetter und hohem Schmutz- und Staub-Aufkommen einsetzbar. Übergroße Tasten und Einstellknöpfe erlauben selbst beim Tragen von Handschuhen eine einfache Handhabung. „Wenn eine Digitalkamera mit den widrigsten Wetter-Umständen fertig wird, dann die neue Kodak DC5000. Damit eignet sie sich für alle Anwender, die ihre Digitalkamera unter schwierigen Bedingungen im Freien einsetzen wollen, wie zum Beispiel Sachverständige, Bauingenieure, Archäologen und Outdoor-Aktivisten“, erklärte Ronald Shuklis.

Die DC5000 verfügt über eine Auflösung von zwei Megapixeln und ein Zweifach-Weitwinkel-Zoomobjektiv. Darüber hinaus hat das Kamera-Objektiv ein Gewinde, auf das sich 37-mm-Objektive aufschrauben lassen. Der integrierte Blitz hat eine Reichweite bis zu drei Metern. Auf dem 1.8" LCD-Monitor lassen sich die Aufnahmen problemlos kontrollieren und bei Bedarf löschen. Dank des Sepia-Modus können die Fotos neben Schwarzweiß-Aufnahmen ebenfalls in Gelb-Braun angefertigt werden. Die DC5000 verfügt über eine serielle und eine USB-Schnittstelle sowie einen NTSC- und einen PAL-Videoausgang.

Geliefert wird die Kamera mit einer Software für Bildübertragung, einer 8 MB CompactFlash Speicherkarte (zusätzliche CompactFlash Speicherkarten sind optional erhältlich), seriellen Kabeln für PC und Mac, einem Video-Kabel und einem Objektiv-Schutz. Ebenfalls im Lieferumfang enthalten sind ein Kamerariemen und vier AA Alkaline Batterien. Ein Aufladegerät mit entsprechendem Batterie-Set, Kameratasche und Objektiv-Vorsätze können optional bezogen werden.

Die Kodak DC5000 ist ab Juli dieses Jahres lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 1599,- DM. miz

Karsten Eggert, Vertriebsleiter Kodak Digital & Applied Imaging, und Ronald Shuklis, Manager Business Development, stellten bei einem Besuch in der imaging+foto-contact Redaktion die neuen Digitalkameras vor.

Sonys MVC-CD1000 speichert bis zu 160 Bilder auf einer Disc

Digitalkamera mit integriertem CD-Brenner

Getreu den Sony-Mavica-Prinzipien, einfach, kostengünstig und mit einem möglichst weit verbreiteten Speichermedium zu arbeiten, wurde auch die Sony Digitalkamera MVC-CD1000 konzipiert. Darüber hinaus ist sie die weltweit erste Digitalkamera, die die Bilddateien auf einer CD-Rom abspeichert.

Zum Einsatz kommen dabei aber nicht 12-cm-CD-Roms, sondern standardisierte Mavica Discs (8-cm-CD-Rs) mit einer Datenkapazität von 156 Megabyte. Neben der großen Speicherkapazität – bei einer Auflösung von jeweils 1600 x 1200 Bildpunkten passen bis zu 160 Aufnahmen oder 85 Minuten Video (MPEG) auf eine CD – ist diese Speicherlösung im Vergleich zu anderen Medien auch ausgesprochen günstig. So kostet eine Disc im Fünferpack 8,50 DM. Der in die MVC-CD1000 integrierte CD-Brenner arbeitet mit vierfacher Geschwindigkeit. Jede Aufnahme wird sofort auf der CD-R gespeichert, so daß selbst bei einem plötzlichen Spannungsverlust der Kamera kein Bild verlorengeht. Die 8 cm-CD-Rs können in fast jedem CD-Rom-Laufwerk gelesen werden. Nach dem Finalisieren sind die Daten auf der Disc im ISO-9660 Format gespeichert, das als internationaler Standard eine große Kompatibilität sicherstellt.

Die MVC-CD1000 eignet sich für den Einsatz im semiprofessionellen oder professionellen Bereich und überall dort, wo es um die Ablichtung und Archivierung großer Bildmengen geht.

Ausstattung

Abgesehen von der neuen Art der Bilddatenspeicherung bietet die Digitalkamera ein leistungsstarkes Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 40 bis 400 mm und einer Lichtstärke von F 1:2,8. Beim Einsatz großer Brennweiten sorgt ein optischer Bildstabilisator für verwacklungsfreie Aufnahmen. Die MVC-CD1000 verfügt über einen SuperHAD-CCD-Bildwandler mit einer Auflösung von 2,1 Millionen Pixeln. Je nach Anwendungsbereich der Bilder hat der Fotograf die Auswahl zwischen verschiedenen Aufzeichnungsformaten wie etwa JPEG, TIFF oder MPEG und diversen Auflösungen.

Für die Bildauswahl stehen sowohl ein optischer Sucher als auch ein 2,5"-LC-Display zur Verfügung. Für die richtige Ausleuchtung der Aufnahmen sorgt ein integrierter Blitz und ein Blitzgeräteanschluß, der bei Bedarf die Verwendung eines externen Blitzgerätes ermöglicht.

Weitere Funktionen wie verschiedene Belichtungsprogramme (Belichtungszeit 3 bis 1/500 Sekunde), ein schneller Autofocus, automatischer und manueller Weißabgleich oder Playback-Zoom zur nachträglichen Ausschnittvergrößerung zählen zu den fotografischen Features der Kamera.

Ein USB-Anschluß sorgt für die schnelle Übertragung der Bilddaten zum PC und auch gleichzeitig dafür, daß sich die Kamera wie ein externes CD-R-Laufwerk verhält.

Stromsparend

Zum Lieferumfang der MVC-CD1000 gehören Info-Lithium-Akkus vom Typ Sony NP-F500 Stamina, von denen eine Ladung für etwa 1000 Aufnahmen bzw. 100-minütigen Betrieb ausreichen soll. Des weiteren werden mit der Kamera zusammen ein USB-Kabel, Bildbearbeitungs- und Brennersoftware sowie eine CD-R ausgeliefert.

Sonys MVC-CD1000 ist ab August dieses Jahres lieferbar und wird 3.499 DM (UVP) kosten. Das Set mit fünf 8-cm-CD-Rs (5MCR-156A) kostet 49 DM. höl

HomePhoto Set von Avery Zweckform

Da immer mehr Anwender Spaß an der digitalen Fotografie und am Ausdruck der Bilder am heimischen Drucker haben, ist auch die Nachfrage nach Medien gestiegen, die das typische Fotogefühl vermitteln. Avery Zweckform bietet jetzt mit dem HomePhoto Set alles, was der Einsteiger in die digitale Welt benötigt. Zu dem Set gehört neben einer Auswahl der wichtigsten Bedruckstoffe wie z. B. Glossy-Etiketten und Photo-Papiere in gängigen Fotoformaten wie 9 x 13 und 13 x 18 cm als A4-Bögen auch die aktuelle Version der Bildbearbeitungssoftware Photo Suite III SE von MGI. Mit ihr können Fotos mit einer Vielzahl von Effekten versehen, umgestaltet und in über zehn Dateiformaten bearbeitet werden. Darüber hinaus ermöglicht Photo Suite III SE die Gestaltung von individuellen Fotoalben, Gruß- und Visitenkarten mit persönlichen Bildern, individuell gestaltete Grußkarten oder Gutscheinen.

Gemeinsame Lösung für digitale Bilder

Iomega International S.A, und Adobe werden eine gemeinsame Lösung für digitale Bilder anbieten. In Europa werden bis zum Ende des Jahres alle Zip 250 MB Disks im Zweierpack zusammen mit der Adobe ActiveShare Software ausgeliefert. ActiveShare, ein neues Produkt von Adobe Systems Incorporated aus dem Bereich Digital Imaging, ist optimal auf Iomegas Speicherlösungen abgestimmt und enthält ein „Back-up to Zip“-Feature, das mit einem einzigen Klick die Speicherung und Archivierung von Fotos auf Zip, Jaz und Clik!-Disks ermöglicht. Darüber hinaus können digitale Bilder einfach verwaltet, bearbeitet, ausgedruckt oder online ausgetauscht werden. Adobe ActiveShare Software für Windows 95/98 und Windows NT 4.0 und ActiveShare.com ergeben kombiniert auch für Einsteiger eine ideale Allround-Software und Web-Sharing-Lösung.

Toshibas Digitalkameras mit neuem Namen

Die beiden auf der CeBIT 2000 präsentierten Digitalkameras PDR-M 60 und PDR-M 70 werden seit Juni dieses Jahres unter dem eingetragenen Warenzeichen „Toshicam“ ausgeliefert. Der neue Name soll auf die Kompetenz und Unverwechselbarkeit der Marke hinweisen. Die Einführung der neubenannten Digitalkameras PDR-M 60 und PDR-M 70 wird durch flankierende Anzeigen in ausgewählten Presse-Titeln, Fachzeitschriften für den Handel und Special Interest im Consumer-Bereich begleitet.

Über 50 Jahre Partner des Handels – die Photo-Grossisten der VGP:

J. H. Annacker GmbH
50678 Köln, Josephstr. 33 • 50442 Köln, Postf. 10 02 42
02 21 / 31 10 77 • Fax 02 21 / 33 11 64

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
www.bremaphot.de

Dominik Dinkel KG
80336 München • Landwehrstr. 6
0 89 / 55 218 - 0 • Fax 0 89 / 55 77 59
www.dinkel-foto.de

Hansephot GmbH
18184 Neuendorf • Mecklenburger Str. 5
03 82 04 / 686 - 0 • Fax 03 82 04 / 686 - 90

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 • 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

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

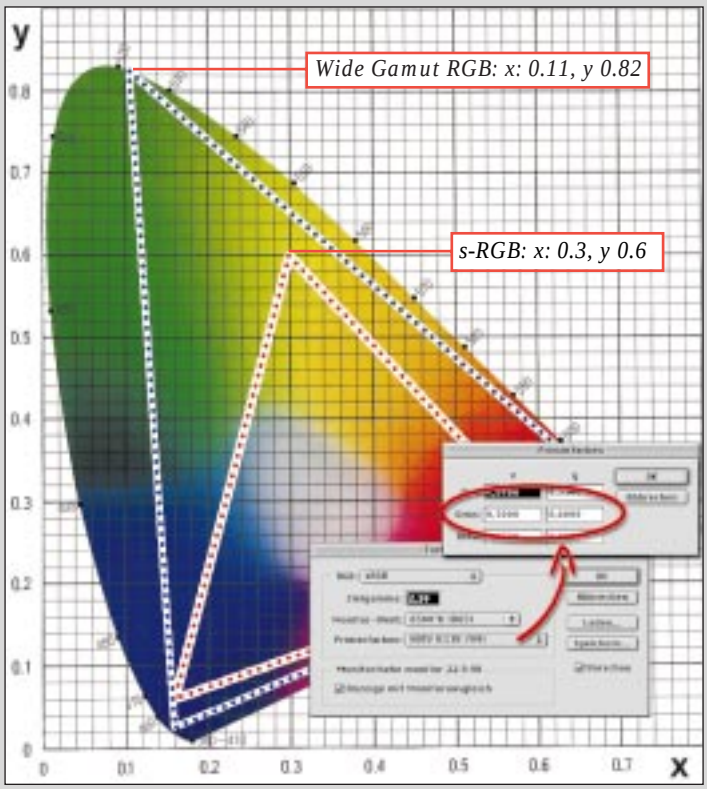
Ihre Partner für Photo, Digital und Imaging!

Photoshop-Praxis

Farbmanagement kreativ

Hennig Wargalla

Jetzt reicht's. Das Farbmanagement hat uns lange genug mit unverständlichen Erklärungen und teils kruden Resultaten gequält. Es ist an der Zeit, in die Gegenoffensive zu gehen und die zur Verfügung stehenden Werkzeuge ganz anders als geplant einzusetzen.
Das wird kaum im Sinne der Erfinder sein, aber immer wenn man RGB-Daten ohne Profil weiterverarbeiten muß, kann es sich lohnen, mit den RGB-Einstellungen von Photoshop zu spielen. Dabei geht es nicht darum, letzte Wahrheiten zu finden, sondern um ganz individuelle Lösungen für jedes einzelne Bild.



Dazu muß man sich noch einmal die Funktionen der RGB-Farbräume, wie AdobeRGB oder Apple RGB, vor Augen führen.
Man sieht in der Abbildung einen Farbraum, in dem jede sichtbare Farbe über einen xy-Wert beschrieben wird.

Grün ist nicht gleich Grün

Unter Datei > Farbeinstellungen > RGB-Beschreibungen findet man diese Werte wieder. Ein maximales Grün hat im Wide Gamut RGB die Werte x 0.11, y 0.82, während es im s-RGB nur die Werte x 0.3, y 0.6 sind.
Die RGB-Informationen sind immer die gleichen (R 0, G 255, B 0). Es resultieren aber aus der Farbraumbeschreibung zwei völlig unterschiedliche Farben.
Das führt dann bei der Separation nach CMYK auch zu unterschiedlichen Werten.

Hell ist nicht gleich hell

Neben den Farben wird in den RGB-Einstellungen auch die Helligkeitsverteilung mit einem Gamma-Wert definiert. Je höher der Gamma-Wert, desto dunkler wird ein RGB-Bild auf dem Monitor dargestellt.

So grün, so hell...

wie man es will, kann man die Bilder machen, einfach indem man die RGB-Einstellungen verändert. Das kann die Qualität der Abbildungen deutlich steigern, was die zwei folgenden Szenarien beweisen sollen.

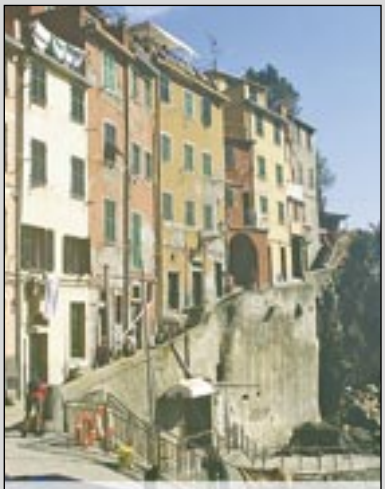
Adobe RGB, Gamma 2.2

ColorMatch RGB, Gamma 1.8

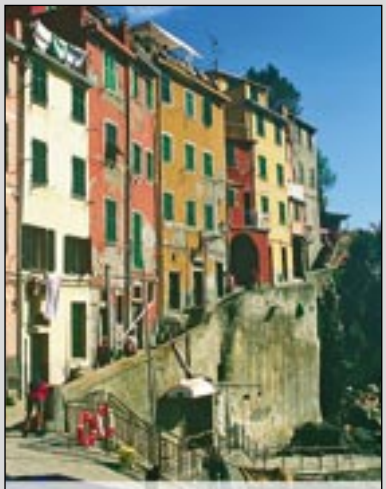
Szenario 1:
In einer Zeitungsproduktion wurde von den Druckingenieuren die RGB-Einstellung „Adobe RGB" empfohlen. Dabei handelt es sich um einen relativ dunklen und bunten Farbraum, der sich gut für einen durchgängigen Farbmanagement-Workflow eignet.
In der täglichen Produktion werden aber viele Bilder aus Datenbanken eingesetzt. In welchem Farbraum diese erstellt wurden, ist meist unklar.
Auffällig war die schlechte Qualität dieser Fremddaten. Sie waren oftmals zu dunkel und die Hauttöne allesamt zu bunt. Die Korrektur dieser Bilder war zeitintensiv und bedurfte profunder Fachkenntnisse.
Qualitativ gleichwertige Ergebnisse kann man einfacher erreichen, wenn man nur die RGB-Einstellungen verändert. Mit einem „ColorMatch-RGB" (heller, weniger bunt) wirkt das Bild wunderbar. Da man nicht die Daten verändert, sondern nur die Farbraumbeschreibung, hat man auch keine Tonwertverluste zu befürchten, die sonst bei einer starken Aufhellung auftreten können.

Szenario 2

Bei einem Billig-Dienstleister wurden Scans gemacht und auf CD gebrannt. Die Bilder sind zu hell und zu flau.
Anstatt nun sofort mit Tonwertkorrektur, Kurven und all den anderen Werkzeugen dem Bild zu Leibe zu rücken, sollte man zuerst mit den RGB-Einstellungen herumspielen, die eine Vorschaumöglichkeit bieten. Wie sieht das Bild im s-RGB aus? Welchen Einfluß hat das Adobe RGB? Warum nicht einfach den Gamma-Wert ändern, wenn das Bild zu hell oder zu dunkel erscheint?
Alles ist erlaubt, nichts schadet unser Bilddatei, denn wir verändern ja nicht die Pixel, sondern den (Farb-) Raum, in dem sich diese befinden.

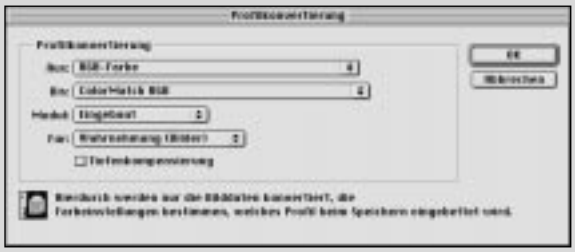


Apple RGB, Gamma 1.8



Wide Gamut RGB, Gamma 2.2

Sie sollten die Daten aber nicht in diesen selbstdefinierten Farbräumen belassen. Arbeiten Sie im Printbereich, wandeln Sie die Daten einfach nach CMYK um. Alles, was vorher war, ist dann vergessen.
Wollen Sie das Bild allerdings als RGB-Datei erhalten, so muß man eine Profilkonvertierung in das RGB vornehmen, mit welchem man gewöhnlich arbeitet. Dazu wählt man unter dem Menü „Modus“ die Profilkonvertierung aus. Aus den aktuellen RGB-Einstellungen – das heißt hier einfach „RGB-Farbe“ – kann man sie in einen Zielfarbraum konvertieren. In meinem Fall ist das ColorMatch RGB.

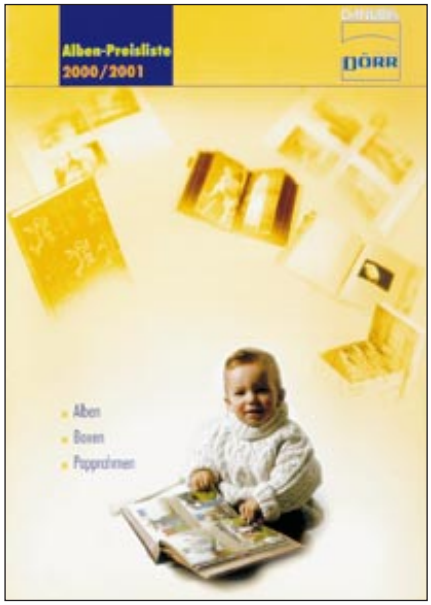


Lassen Sie es mich poetisch formulieren: Man sollte eine fremde RGB-Bilddatei, die den Weg in den eigenen Rechner gefunden hat, wie einen lieben Gast begrüßen. Der (Farb-) Raum für diesen Gast darf weder in schrillen Farben, noch Grau in Grau, weder zu dunkel, noch zu hell eingerichtet sein. Dann fühlt sich das Bild wohl und sieht gleich viel schöner aus. Natürlich kann man sich auch auf den Standpunkt stellen jedes Bild müsse mit dem gleichen (Farb-) Raum vorliebnehmen. Dann allerdings muß man manches Mal gegen die Bilder arbeiten, und das erscheint mir wenig effektiv.

Es mag schwer zu glauben sein, aber die abgedruckten Beispielbilder verfügen über völlig identische RGB-Werte. Sie wurden nur mit verschiedenen RGB-Einstellungen geöffnet und ohne jede Korrektur in CMYK separiert.

Diesen, wie alle anderen seit 7/95 erschienenen Tips, können Sie auch im Internet abrufen: http://www.daton.de/wargalla

Mit freundlicher Genehmigung von PhotoDisc.



Die neue Händlerpreisliste von Dörr umfaßt 64 übersichtlich gestaltete Seiten.

Dörr Preisliste zeigt das aktuelle Programm an Alben und Fotoboxen

Die Dörr GmbH hat ihr aktuelles Lieferprogramm Alben und Fotoboxen in einer neuen Händlerpreisliste zusammengefaßt. Auf 64 Seiten werden übersichtlich und großzügig bebildert 15 verschiedene Designs aufgelistet, unterteilt nach Formaten und Größen.

Zum Programm gehören Jumbo-Alben mit weißen, braunen und schwarzen Blättern ebenso wie Spezial-Einklebealben mit Buch- oder Spiralbindung und eine große Auswahl an Einsteckalben für die gängigsten Formate. Unterschiede gibt es auch bei der Zahl der Aufnahmen, die sich in den Alben unterbringen lassen. Hier reicht das Spektrum von 24 bis zu 600 Fotos. Auch für großformatige Bilder bis zum Posterformat 46 x 62 cm hat Dörr etwas zu bieten. Für das einfache Einsortieren gibt es darüber hinaus Fotoboxen für 10 x 15 cm oder 13 x 18 cm mit Karteikärtchen. Als Besonderheit zeigt die Preisliste darüber hinaus hochwertige Spiralalben mit Goldprägung, starken Fotokarton mit Picasso-Motiven und ein Spezial-APS-Album mit integriertem Cassettenteil.

Die aktuelle Nachfrage nach Erdtönen und witzig-jugendlichen Motiven befriedigen die Dörr Albenserien „Floral“, „Earth“, „People“ und „Natur“. Zur Earth-Serie gehören insgesamt sechs Produktvarianten, vom Jumbo 600 Album mit braunen Seiten und Pergamin-Zwischenblättern für bis zu 600 Bilder im 9er- oder 10er-Format bis zum Einsteck-APS-Album. Dieses nimmt die drei APS-Bildformate ebenso auf wie fünf Filmcassetten. Zum Lieferumfang gehören außerdem Beschriftungsstreifen und Taschen für Indexprints.

Umfangreicher ist das Sortiment der Serie Natur. Hier finden sich insgesamt 16 verschiedene Produkte. Dabei umfaßt die Palette die gängigsten Albengrößen ebenso wie verschiedene Geschenkboxen, Fotoboxen für das 9er- und 10er-Format oder Trennkarten für die Fotoboxen. Außerdem bietet Dörr im Natur-Programm auch Bilderrahmen in vier unterschiedlichen Größen an.

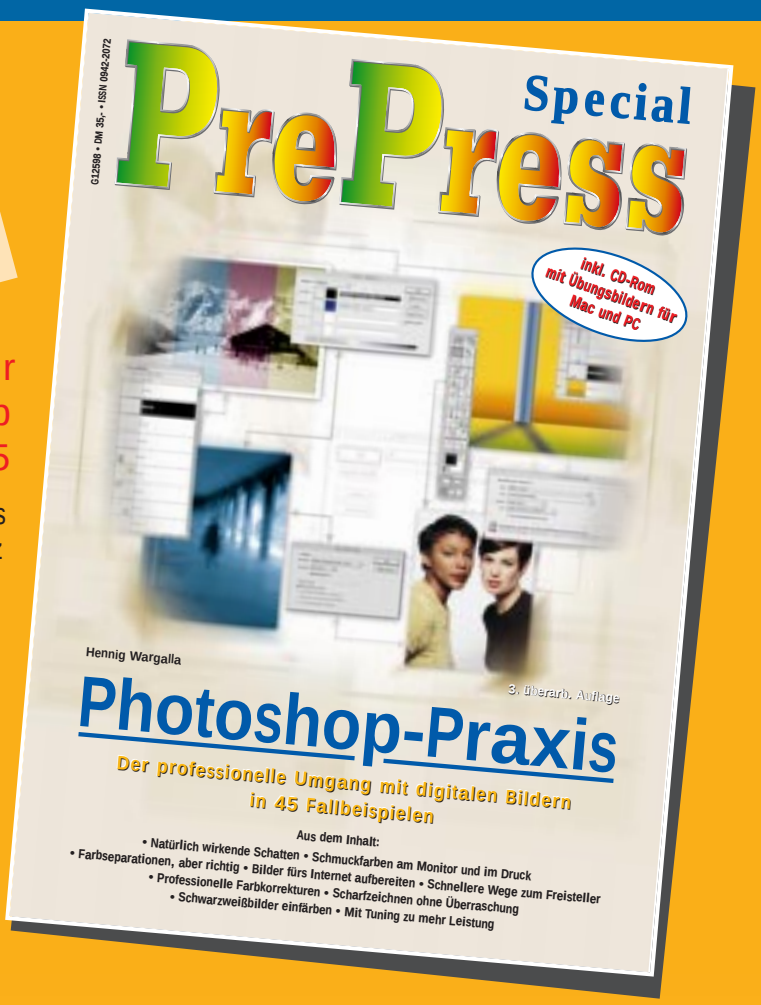
Lustige Strichmännchen auf blauem, roten oder schwarzem Untergrund zieren die Serie People, die aus acht verschiedenen Produkten besteht. Auch hier gibt es Alben in unterschiedlichen Variationen und eine Fotobox.

Klein und fein schließlich zeigt sich die Floral Serie, die wir als letztes Beispiel aus dem aktuellen Dörr Sortiment herausgegriffen haben. Sie besteht aus vier Produkten für 9er- und 10er-Bilder, von denen jeweils zwei über schwarze bzw. weiße Seiten verfügen.

Die Albenserien „Floral“ (oben links), „Earth“ (oben rechts), „People“ (unten links) und „Natur“ (unten rechts) gehören zum aktuellen Dörr Sortiment.

NEU! JETZT MIT CD! NEU! JETZT MIT CD! NEU! JETZT

Inkl. CD-ROM
mit Übungsbildern
für Mac + PC



Für
Photoshop
4.0, 5.0 + 5.5

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.

Das Special enthält 45 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.

Alles in einem Heft!

☐ Ja, ich / wir bestelle(n) ..... Exemplar(e)
des **PrePress-Specials Photoshop-Praxis**
inkl. CD-ROM zum Preis von DM 35,-

Unterschrift .....

Name/Firma: .....

Straße/Nr.: .....

Plz/Ort: .....

Telefon/Fax: .....

An: C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Vertrieb Neue Medien
Postfach 12 29
40832 Ratingen

Fax: 0 21 02 / 20 27 90

SlideSafe Diahüllen bieten Bildagenturen Vorteile

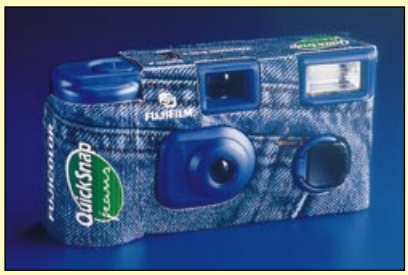
Die neuen SlideSafe Diahüllen der Oberschleißheimer Firma Schreiner Etiketten und Selbstklebetechnik lösen die Anforderungen von Bildagenturen an Nutzungsnachweis, Schutz, Archivierung und Präsentation professionell. Die Sicherheitstasche bietet Bild-

agenturen eine Reihe von Vorteilen. So läßt sich die Öffnung beispielsweise dadurch sicher und eindeutig nachweisen, daß sich Logos und Schriften aus dem zusammengeklebten umlaufenden Rand lösen. Weiterhin ist die Präsentationswirkung auf dem Leuchttisch hervorragend. Ein in die Tasche integriertes Passepartout schirmt das Dia von umgebendem Streulicht ab und erhöht so die Bildwirkung. Darüber hinaus ist eine Kennzeichnungs- und Beschriftungsmöglichkeit bereits in die Diahülle integriert. Per Thermotransferdrucker können die speziell vorbereiteten weißen Felder bei der Bildagentur mit den individuellen Informationen zum Bild bedruckt werden. Außerdem sind die SlideSafe Hüllen so konfektioniert, daß eine halb- oder vollautomatische Verarbeitung möglich ist.

Transparente Kamera im iMac-Design

Unter der Bezeichnung LC 16 T hat die Concord Camera GmbH eine 35 mm-Kleinbildkamera im iMac-Design vorgestellt. Sie besitzt einen zuschaltbaren Elektronenblitz, einen Großbildsucher und eine Funktion zur Reduzierung des Rote-Augen-Effektes. Einfaches Filmeinlegen und manueller Filmtransport sind problemlos durchzuführen. Die Kamera wird mit einer Mignon-Batterie und einem Kodak Film (ISO 400/27°, 24 Aufnahmen) in einer verkaufsunterstützenden Blisterkarte ausgeliefert. Ab einer Gesamtauflage von 2.500

Exemplaren bietet Concord dem Handel die Möglichkeit einer Private Label Gestaltung von Kamera und Verpackung.



Fujifilm QuickSnap im Jeans Design

Ganz auf eine jugendliche Käufergruppe zugeschnitten zeigt sich die neue Fujifilm Quicksnap Einmalkamera im Jeans Design, die es mit und ohne eingebautes Blitzlicht gibt. Bei beiden Varianten steckt im knallblauen Gehäuse ein hochempfindlicher Film der Empfindlichkeitsklasse ISO 400/27° mit 27 Aufnahmen. Die unverbindliche Preisempfehlung für die Blitzvariante lautet 14,95 DM, das Modell ohne eingebautes Blitzgerät soll für 9,95 DM verkauft werden.

Wiederaufladbarer Akku von Quantum

Multiblitz hat einen neuen wiederaufladbaren Akku des US-amerikanischen Spezialisten Quantum ins Programm aufgenommen. Er läßt sich problemlos unter der Kamera befestigen und wurde speziell für die Stromversorgung energiehungriger Blitzgeräte oder Digitalkameras entwickelt. Der Quantum Battery 1 Compact arbeitet mit

Nickel-Metallhydrid-Zellen (NiMH), die keinen spürbaren Memory-Effekt aufweisen und in drei bis vier Stunden wieder aufgeladen werden können. Eine LED informiert den Benutzer über den jeweiligen Ladezustand. Für längere Aufnahmeserien bietet das Gerät eine Sparschaltung. Im Lieferumfang enthalten sind Anschlußkabel für alle gängigen Kameras und Blitzgeräte.

AZ-Video
Videoschnitt-Produktion-Videobedarf,
Transfer von Super 8/Normal 8
Videofilme auf CD im MPG-Verfahren.
Schnutenhausstr. 41, 45136 Essen
Tel. 0201/267237, Fax 0201/256241
http://www.az-video.purespace.de

Inkjet FixierSpray erweitert das Herma Sortiment

Das Herma PhotoPrint-Sortiment an Spezialmaterialien für den Fotodruck wächst weiter: Jetzt hat Herma das Inkjet FixierSpray ins Programm aufgenommen. Mit ihm lassen sich Tintenstrahldrucke schmutz-, wasser- und nahezu lichtfest schützen. Angeboten wird das Spray in einer 150 Milliliter-Dose für den Privatbedarf und einer 400-Milliliter-Dose für gewerbliche Anwender. Bereits nach einer kurzen Trocknungszeit läßt sich der Inkjet-Druck mit dem Spray, das einen UV-Lichtschutzlack enthält, fixieren. Der feine Sprühnebel ist punktuell gut zu dosieren und trocknet schnell. Je mehr Schichten der Anwender aufsprüht, desto größer ist der UV-Schutz. Die glättende Eigenschaft des Sprays veredelt außerdem die Oberfläche.

foto contact imaging
GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

profi-contact

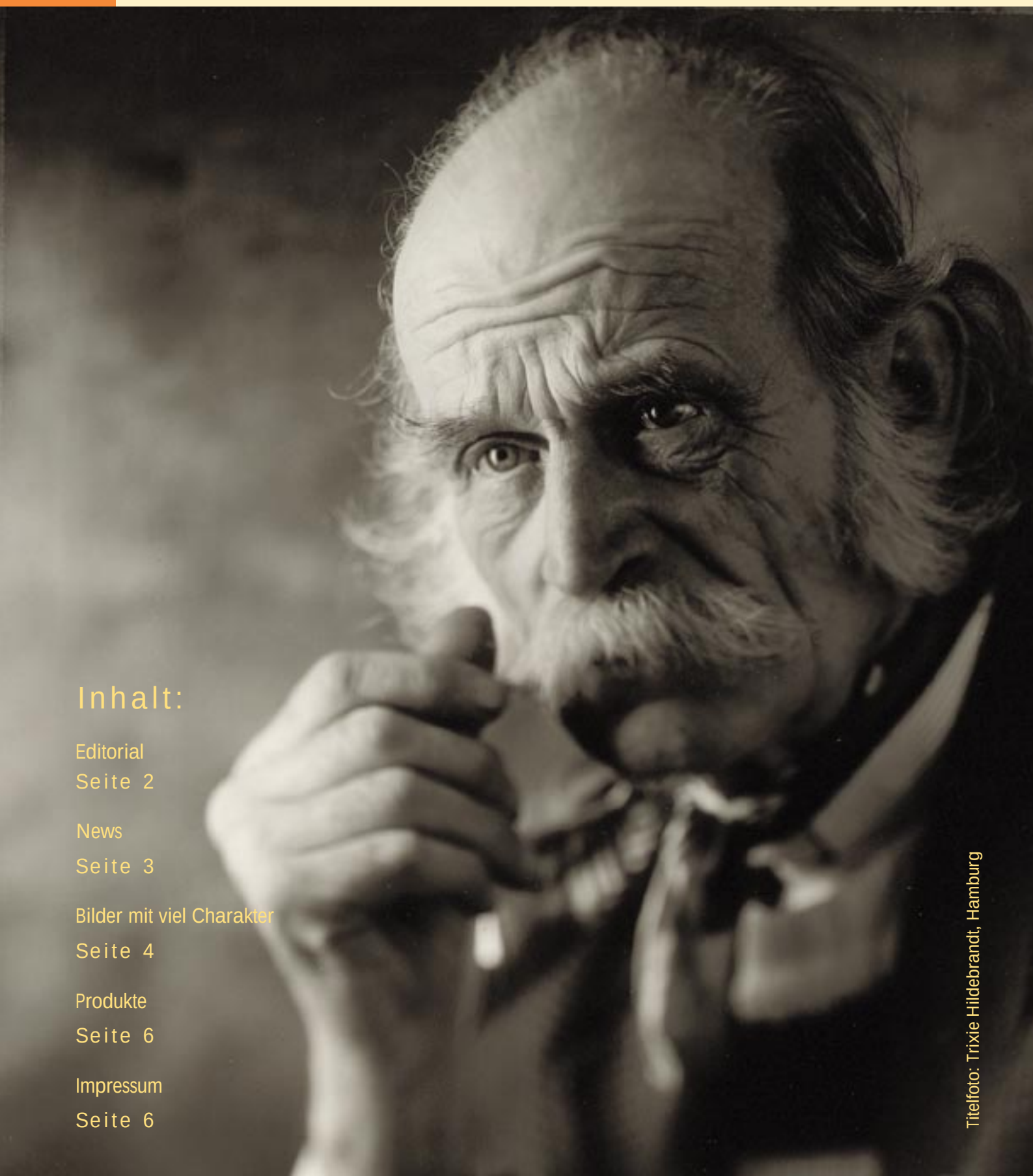
Offizielles Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände

CentralVerband Deutscher Berufsphotographen

ARBEITSKREIS PORTRAIT PHOTOGRAPHIE INTERNATIONAL
sponsored by Kodak

HEINZ BINDSEIL AKADEMIE aph
AKADEMIE FÜR PHOTOGRAPHIE HAMBURG

7/2000



Inhalt:

Editorial
Seite 2

News
Seite 3

Bilder mit viel Charakter
Seite 4

Produkte
Seite 6

Impressum
Seite 6

Titelfoto: Trixie Hildebrandt, Hamburg

Sommerloch

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

Politiker kennen das Sommerloch und Verlage verzweifeln daran, schließlich müssen sie die Seiten ihrer Zeitungen und Zeitschriften füllen. Nur gut, daß unsere Fußballer zu Beginn dieser schrecklichen Zeit nicht das geleistet haben, was alle Welt von ihnen erwartet hat, und nur gut, daß wir auch noch einen neuen Teamchef brauchen. Das gibt Stoff für mindestens sechs Wochen.
Aber wir Fotografen kennen eigentlich kein Sommerloch. Kommunion, Konfirmation, Hochzeiten, Bälle und Paßfotos für verlorengegangene Pässe helfen uns, die „Saure Gurkenzeit“ zu überstehen.
Und doch gibt es auch bei uns ein sogenanntes Sommerloch, oder gar ein Waterloo. Wie in jedem Jahr um diese Zeit müssen wir verantwortungsvoll die Prüfungen unserer jungen Mitarbeiter abnehmen. Für Prüflinge und Prüfungskommissionen eine stressige Zeit, denn die Prüfungsaufgaben sollen in noch kürzerer Zeit erledigt werden. Jetzt mag es sein, daß sich der eine oder andere darüber freut, daß ihm sein Mitarbeiter, seine Mitarbeiterin arbeitstechnisch gesehen noch länger zur Verfügung steht, aber versündigen wir uns nicht am eigenen Nachwuchs? Ich möchte die Prüfungskommission sehen, bei der alles nach den unsinnigen Vorschriften durchgezogen wird. Wenn sie es tut, hat sie entweder nur wenige Prüflinge, oder ist eine Vollzeitkommission. Ehrenamtlich ist dieser Zeitaufwand der Prüfungskommissionen fast mit der Erstellung der

Foto: Inge Techau

sogenannten Gesellenstücke gleichzusetzen. Und als ehrenamtlich tätiger Mensch (Vorsitzender der APPI, Vorsitzender der aph, Obermeister Hamburg, MVP, Vorsitzender des Gesellenprüfungsausschusses in Hamburg, Mitglied des Meisterprüfungsausschusses in Hamburg und Mitglied der Vollversammlung Hamburg) weiß ich, wovon ich rede. Wir müssen bedenken, daß sich unsere scheidenden Mitarbeiter mit dem Prüfungsergebnis bewerben müssen. Früher war es möglich, neun Bilder unterschiedlicher Arbeitsgebiete zu präsentieren. Jetzt wird ein Konzept verlangt mit ein paar wenigen Bildern und viel Papier zum Lesen. Unser Bundespräsident Johannes Rau hat vor einigen Wochen in einem Interview anläßlich seiner „Berliner Rede“ gesagt: „Das Wort hat es heute schwer, das Bild hat es leicht, es dominiert.“ Vielleicht sollten unsere Ausschüsse dieses Zitat zum Anlaß nehmen, einmal über die derzeit gültige, stark reparaturbedürftige Gesellenprüfungsordnung nachzudenken. Und vielleicht sollten auch einmal die betroffenen Gesellen zu diesem Thema gehört werden. Hier geht es nicht um „Vereinsklüngelei“, sondern um mehr Verantwortung gegenüber der Allgemeinheit. Ist es die handwerkliche Fotografie wirklich wert, daß sie auf ein „Schlachtfeld der Eitelkeiten“ gerät und dort zerrieben wird? Ich denke nicht. Aber vielleicht kommt ja bald eine Erleuchtung, denn unserem Bundespräsidenten werden wir sicherlich nicht widersprechen können.
Abschließend möchte ich noch auf einige Termine hinweisen: Die „Grizzlybärentage“, die vom APPI am 8. und 9. Oktober 2000 in Eisenach veranstaltet werden, nehmen langsam Gestalt an. Hier werden gestandenen, selbständigen Fotografen zahlreiche Workshops mit namhaften Fotografen aus den unterschiedlichsten Bereichen geboten. Ein genaues Programm ist in Vorbereitung und wird rechtzeitig veröffentlicht. Die „Bärenstarken Fototage“ für den Fotografennachwuchs finden im Februar 2001 ebenfalls wieder in Eisenach statt. Der genaue Termin wird rechtzeitig bekanntgegeben. APPI Mitglieder sollten sich schon jetzt den Termin für die 30. Jahreshauptversammlung (17. bis 19.3.2001) in Steyr/Österreich freihalten, damit wir in großem Rahmen würdig feiern können.
Das wars für heute. Weiterhin gute Geschäfte wünscht Euch/Ihnen

Rolf Hartenfels

Foto: Uwe Lewald

Großbild intensiv in Metz

Azubis aus Frankreich, Luxemburg, dem Saarland und Rheinland-Pfalz trafen sich zu einem von der Fotografeninnung Pfalz-Saarland organisierten Großbildseminar in Metz. In dem Zwei-Tagesseminar wurde den Teilnehmern das Thema Großbild in Theorie und Praxis näher gebracht. Dabei kam auch die digitale Fotografie nicht zu kurz. Im Mittelpunkt standen Sinar Großbildkameras, die von PSL zur Verfügung gestellt wurden. Als Referenten standen die PSL Mitarbeiter Rainer Hetkamp und Heinz Papst zur Verfügung, die keine Antwort schuldig blieben.

Führungswechsel in Thüringen

In Thüringen hat ein Obermeister-Wechsel stattgefunden. Peter Bräutigam hat sein Amt an Angelika Schönstedt weitergegeben und wird in Zukunft als Stellvertreter agieren. Die neue Obermeisterin, die seit 1990 ihren Meistertitel hat, betreibt in Erfurt ein Fotostudio.

Frühjahrstreffen in Weimar

Bereits zum elften Mal trafen sich die Partner des Profi Porträt Clubs zu ihrer halbjährlichen Veranstaltung. Auch bei diesem Treffen standen Marketingaktivitäten und Werbemaßnahmen auf dem Programm.

Besonderen Beifall fand die Auszeichnung der PPC-Partner, die erfolgreich an der Weihnachtsaktion teilgenommen haben.
Das Herbsttreffen des PPC findet am 25. und 26. Oktober statt.

Freisprechung am Mittelrhein

Bei der Freisprechungsfeier der Photographen-Innung Mittelrhein gab es nur zufriedene Gesichter. Die Prüfungsnoten lagen über dem Durchschnitt und insgesamt 16 Fotografengesellen/innen konnte Obermeister Herbert Gauls (links im Bild) gratulieren und mit dem Fachlehrer Studienrat Gerd Michaelis (rechts) zum Gruppenbild stellen. Die drei besten Prüflinge erhielten ein wertvolles Buch.
Die ersten Preise gewannen Kai Kramer (sehr gut) für die praktische Arbeit, Dominique Henrichs (sehr gut) für die theoretische Leistung und Tanja Balthasar (gut) für ihre praktische Leistung. In seiner Ansprache lobte OM Gauls das hohe Qualitätsniveau und die Kreativität bei der Realisierung der Fotothemen.

Foto: Gauls

Das perfekte Foto Make-up

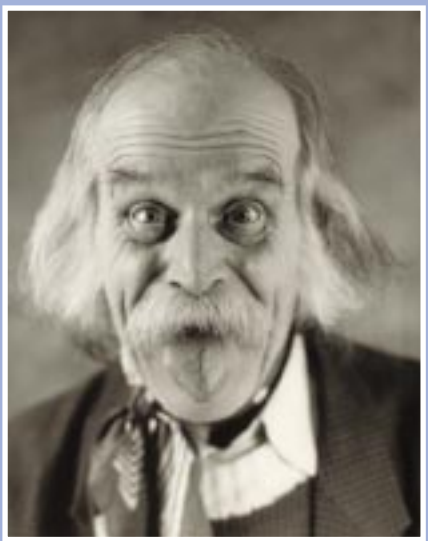
Das Problem kennen alle Porträtfotografen: Die fertige Aufnahme wirkt wegen der glänzenden Stellen an Nase, Kinn oder Stirn trotz aller Professionalität nicht optimal. Dieses „Glanzphänomen“ hat nichts mit falscher Beleuchtung zu tun, sondern liegt einfach nur am falschen Make-up. Normale Make-up's oder Puder enthalten oftmals Glanzteilchen, die das Licht reflektieren. Profi-Make-up's und Lidschatten enthalten diese Teilchen nicht und sind absolut matt.
Wie das richtige Foto Make-up aussehen kann und sollte und welche professionellen Mittel es hierfür gibt, können Porträtfotografen jetzt in zweitägigen Make-up Seminaren erfahren, die am 2./3. Juli und 20./21. August in Mössingen stattfinden. Informationen und weitere Termine von Make-up Atelier Wöppel, Telefon 0 74 73 / 2 41 20.

Fotografen und das Internet

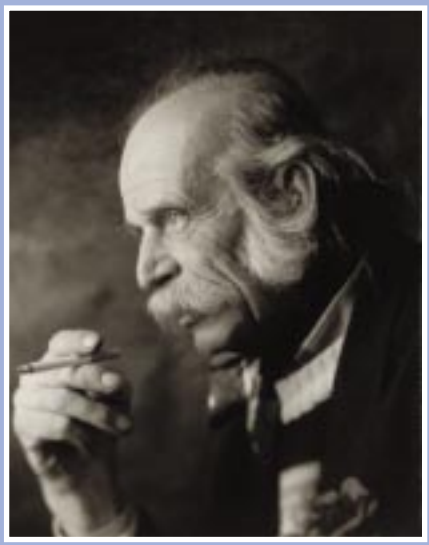
Zu einem Vortrag mit Dias und Live-Demonstration trafen sich Fotografen in der Kreishandwerkerschaft Aachen. Referent war kein geringerer als Bundesinnungsmeister Tom Pochert. Das Seminar, das unter dem Motto „Internet – das Kommunikations-System der Zukunft“ stand, behandelte die unterschiedlichsten Themen. Dabei kamen Neueinsteiger ebenso auf ihre Kosten wie „alte Hasen“. Foto: Ralf Roeger

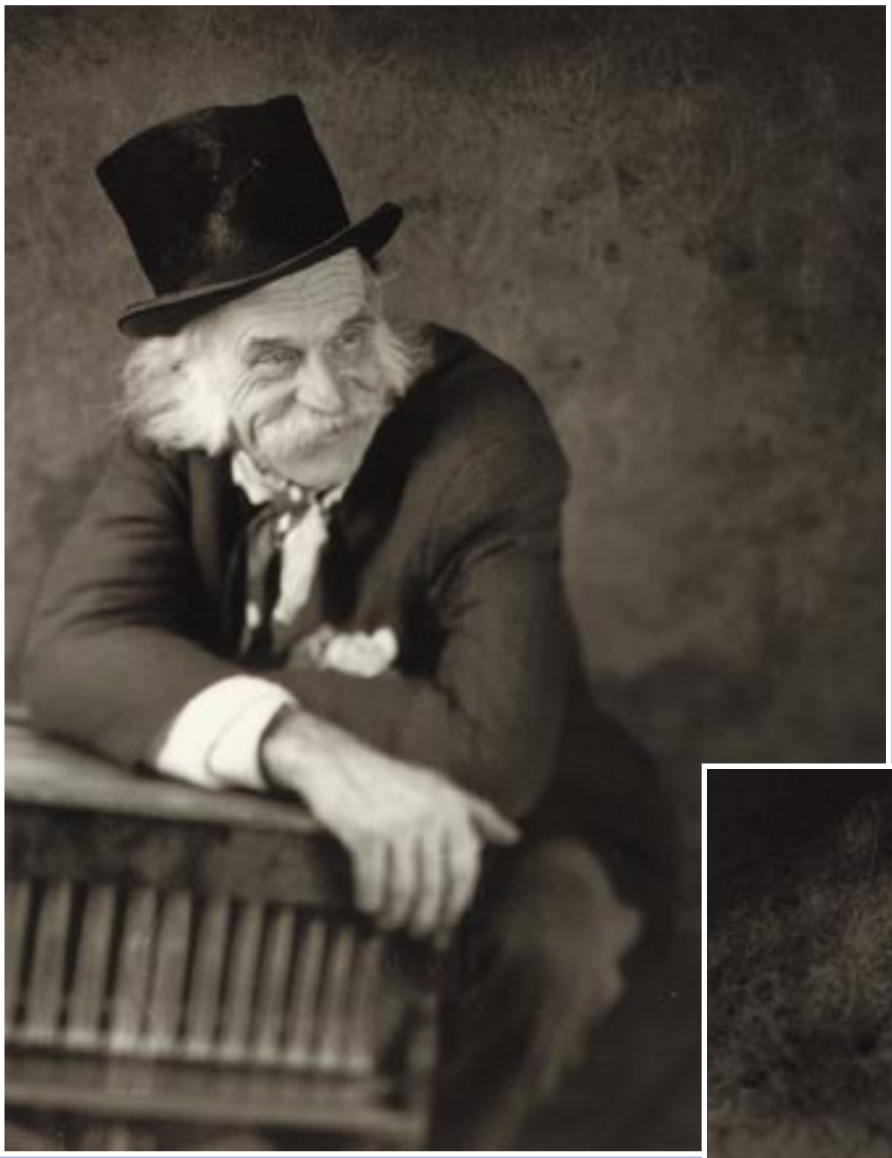
Hoher Standard eines engagierten Azubis

Porträts mit viel Charakter



Trixie Hildebrandt gehört zu den engagierten jungen Nachwuchsfotografinnen, die es verstehen, ihre Umwelt sensibel wahrzunehmen und mit viel Einfühlungsvermögen abzubilden. Im letzten Jahr ihrer Ausbildung entstanden die hier auszugsweise gezeigten Porträtaufnahmen als freie Arbeit. Bereits beim diesjährigen APPI Junioren-Cup fand die Porträtserie hohe Beachtung, wurde kontrovers diskutiert und verfehlte nur knapp den ersten Platz.





Die gebürtige Kielerin (Jahrgang 1974), die ihre Ausbildung im Studio Hartenfels, Hamburg, absolviert und in diesem Jahr ihren Abschluß macht, hatte die Idee zu der Bildstrecke Anfang des Jahres. Immer wieder kreuzte der Leierkastenmann ihren Weg. Fasziniert von der jugendlichen Ausstrahlung sowie der Lebendigkeit und Freude in seinen Augen, kam die junge Fotografin mit dem alten Mann ins Gespräch und lud ihn zu Aufnahmen ins Studio ein.

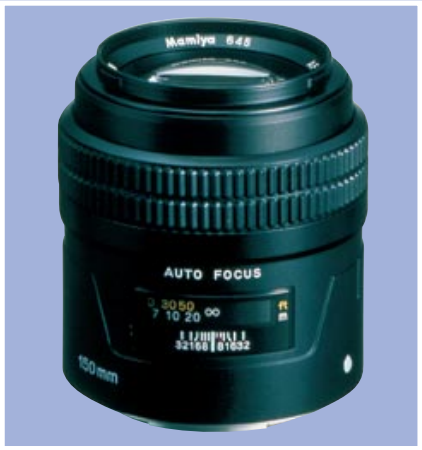
Die Aufnahmen entstanden mit einer Großbildkamera auf Polaroidmaterial Typ 55. Sie arbeitete mit stark reduziertem Licht, um den Kontrast zwischen Lebensfreude, Alter und Falten zu zeigen. Dabei war ihr wichtig, seine Ausstrahlung, Zufriedenheit mit seinem Job und seine Freude am Leben in den Bildern festzuhalten.

Für die Ausarbeitung der Bilder verbrachte Trixie einige Abende im Labor. Dabei hatte sie die Möglichkeit, noch einmal Einfluß auf die Aufnahmen zu nehmen und konnte so sicher gehen, daß die Ergebnisse exakt ihren Vorstellungen entsprachen.

Alle Fotos: Trixie Hildebrandt

Objektivangebot erweitert

Für die Mamiya 645 AF ist jetzt das sechste Objektiv lieferbar. Bei dem 3,5/150 mm handelt es sich um ein mittleres Tele, das speziell für die Bereiche Mode- und Porträtfotografie konzipiert wurde.



Technische Daten:
Bildwinkel: 27°, Naheinstellgrenze: 1,5 Meter, Aufbau: 5 Linsen/5 Gruppen, kleinste Blende: 32, Filtergewinde: 58 mm, Maße: 80,5 x 79 mm, Gewicht: 540 Gramm, Preis: 2.200,– DM.

Pfiffiges Archivprogramm

Unter der Bezeichnung „FotoDesk“ kommt jetzt ein anwenderfreundliches Archivprogramm für digitale Bilder auf den Markt. Alle Fotos können im Bild oder in einem Zusatzfeld mit Text versehen werden. Mit Hilfe eines Mikrofons lassen sich außerdem erklärende Sprachaufzeichnungen, musikalische Untermalungen oder sogar O-Töne hinzufügen. Die Ablage der Bilder in einer Datenbank und nicht in Verzeichnissen erlaubt die Ordnung der Bilder nach unterschiedlichen Kriterien. Ein entscheidender Vorteil gegenüber anderen Datenbanken liegt darin, daß man bei „FotoDesk“ einzelnen Datensätzen mehrere Bilder zuordnen kann. Mit einer Bildvorschau behält man jederzeit den Überblick über die Anzahl und den Inhalt der Bilder in den Datensätzen. Darüber hinaus kann der Anwender die Datenbanken nach seinen individuellen Bedürfnissen einrichten.
Voraussetzung für die Installation der 199 Mark teuren Software ist ein Pentium-PC mit mindestens 32 MB und Windows 95/98/2000 oder NT.

Schnelles Licht von Balcar

Mit dem Nexus stellt Balcar einen neuen Generator vor, der mit nahezu allen bekannten Blitzleuchten eingesetzt werden kann und zu den schnellsten auf dem Markt zählt. Zu den herausragenden Merkmalen gehören unter anderem: Einstellbereich über sieben Blenden, Wiederholgenauigkeit

im 1/10-Blendenbereich, konstante Farbtemperatur, kurze Blitzabbrenndauer, Digitaltauglichkeit.

Digitaler SLR-Profi

Mit der FinePix S1 Pro setzt Fujifilm neue Maßstäbe in der digitalen Fotografie. Als erste professionelle SLR-Kamera nutzt sie die neue Fujifilm CCD Sensor-Technologie und liefert mit 6,1 Millionen Bildpunkten eine herausragende Bildqualität.

Die FinePix S1 verfügt über einen Nikon F-Objektivanschluß und bietet unter anderem Belichtungszeiten von 1/2000 bis 30 Sek., Serienbilder sowie die Möglichkeit unterschiedlicher Speichermedien.

Optimaler Schutz der Bildrechte

Das neue Diahüllensystem „SlideSafe“ von Schreiner bietet einen sicheren Nachweis über Bildnutzung sowie ein leichtes Handling bei Archivierung und Präsentation.

Wird die Diahülle vom Kunden geöffnet, löst sich am Rand ein Logo, und der Fotograf kann nachvollziehen, welche der angebotenen Dias vom Kunden tatsächlich genutzt wurden. Außerdem sind die Dias vor Staub und mechanischen Einflüssen optimal geschützt.

Impressum:
profi-contact

Offizielles Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände

appi: Hohenfeldstraße 26, 49809 Lingen, Telefon 0591/9131-200, Telefax 0591/9131-202

CV: Frankenwerft 35, 50667 Köln, Telefon 0221/2070-466, Telefax 0221/2070-445 Internet: http:/www.cvphoto.de

aph: Holstenwall 12, 20355 Hamburg, Telefon 040/3574460, Telefax: 040/353983 Herausgegeben vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29, 40832 Ratingen

Redaktionsbüro: Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen Telefon 0 21 02/20 27-0, Telefax 0 21 02/20 27-90

Bankverbindung: Postbank Essen 164 565-438, BLZ 360 100 43

Verlagsleitung: H. J. Blömer, Eleonore Blömer.

Redaktion: Thomas Blömer, DGPh (verantwortlich), Jürgen Günther, Theo Six, Dipl. Journ. Herbert Päge, Jutta Ramlow, Dipl. rer. pol. Karla Schulze.

Ständige redaktionelle Mitarbeit: Bundesinnungsmeister Tom Pochert, DGPh; Rolf Hartenfels.

Grafik und Herstellung: Detlef Gruss; **Anzeigen:** Thomas Blömer, DGPh (verantwortlich); Ralf Gruna. Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 27. **Vertrieb:** Karin Engemann. profi-contact erscheint im imaging+foto-contact, der größten Fachzeitschrift der Fotobranche, zum 1. des Monats, außer am 1. Januar. Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Manuskripte und Bilder wird keine Haftung übernommen, Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Ratingen.

Druck: Franz W. Wesel, Baden-Baden.

Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH.

Ulrich Vielmuth

Mobiler DV-Schnitt

Wenn Hobbyfilmer heutzutage ihre Kamerakassetten schneiden wollen, können sie es mittlerweile wie ein TV-Profi. Der Möglichkeiten sind viele, aber auch der Chancen, es noch ein bißchen komplizierter werden zu lassen. Denn wer mit seinem gedrehten Videomaterial am PC sitzt und sich manchmal fast sehnsüchtig an die Zeiten des mechanischen Filmschnitts zurücksehnt, wenn „nichts mehr geht“, ist in solch einer Situation für manch guten Rat sehr dankbar. Aber auch der Markt der Möglichkeiten des mobilen Editing nimmt von Tag zu Tag zu – Ende unbestimmt auf der „nach oben offenen Richterskala“. Mit einer Rechenleistung und Speicherkapazität, die noch vor nicht allzu langer Zeit bei stationären Geräten üblich war.

Das war auch der Grund, warum die Notebooks vor einigen Jahren für den Videoschnitt noch nicht ernsthaft in Frage kamen. Außerdem hat für den digitalen Videoschnitt die Firewire-Buchse gefehlt, um mit dem DV-Camcorder gemeinsam zu arbeiten.

So können jetzt die Besitzer von Laptops trotzdem ihre Videoaufnahmen schneiden, auch wenn die i.Link-Schnittstelle fehlt. Como bietet einen PC-Card-Adapter mit zwei i.Link-Buchsen an: Auf diese Weise können über den zweiten Anschluß sowohl ein PC-Netzwerk aufgebaut und externe Firewire-Festplatten betrieben werde.

Schnitt im Dschungel

Apropos Laptop. Panasonic Broadcast zeigte jüngst auf der NAB in Las Vegas für die Fernsehprofis den Laptop-Editor AJ-LT 95 D, mit dem man zwar netzunabhängig auch noch im letzten Dschungeldorf abseits der Zivilisation seine Videos schneiden kann, erkauft aber immer noch mit vielen Kilos Gewicht. Von einem eleganten und einfach zu realisierenden Laptop-Handling kann da wirklich noch keine Rede sein. Überspitzt formuliert trifft hier ein wenig das Prädikat Etikettenschwindel zu. Denn bei einem realistischen Größenvergleich trifft eher der Vergleich mit einer Aktentasche zu.

Trotzdem wird zusehends von den Fernsehkorrespondenten in aller Welt diese Art von Schnittphilosophie erfolgreich angewendet, die auch seit geraumer Zeit von Sony Broadcast angeboten wird.

Das mobile News-Editing ist dadurch revolutioniert worden. Der Korrespondent hat nun, wenn er will, ein mobiles Nachrichtenstudio zur Verfügung, das von nur einer Person bedient werden kann. Hatte er vorher beim Fliegen jeweils schweres Schnittequipment von meist über 100 Kilogramm im Schlepptau, kann nun mit dem aktentaschengroßen Schnittplatz das viele Geld fürs Übergepäck gespart werden. Wie jeder berufliche Vielflieger weiß, kassieren die Fluggesellschaften, insbesondere bei Langstreckenflügen, gerne ein fürstliches Honorar für den Transport des Unvermeidlichen. Da können beispielsweise 80 Kilogramm Übergepäck auf der Route Frankfurt – Singapur schnell einmal mehr als das eigentliche Ticket zur Personenbeförderung kosten!

Diese Sorgen hat der Hobbyfilmer beileibe nicht, wenn er ebenfalls den mobilen Schnitt anstrebt, um vielleicht aus ganz persönlichen Gründen unabhängig zu sein vom Stromnetz und womöglich unpassenden Buchsen.

Denn Sonys Mini-Laptop namens Vaio F 403 gibt es schon für etwas mehr als 5000,– Mark. Wir erinnern uns: VAIO steht für Video Audio Integrated Operation. Also ein Gerät für multimediale Operationen, zum Beispiel den Videoschnitt.

Mehr Kapazität

Daß die Bearbeitung des Laufbilds immer nach viel Speicherkapazität verlangt, ist eine Binsenweisheit. Es kommt aber auch ganz individuell auf die persönliche Perspektive beim Hobbyschnitt an. Da können selbst magere 6 Gigabyte Festplattenkapazität immer noch eine akzeptable Größenordnung bedeuten.

Denn gerade im privaten Anwendungsbereich steht für mich an erster Stelle ein gutes Preis-/Leistungs-Verhältnis. Da kann auch mal auf Schnelligkeit verzichtet werden, zumal die Komponente Zeit hier sicherlich im Prinzip vernachlässigbar ist.

Große Auswahl

Die Möglichkeiten des mobilen Schnitts im Sommer 2000 sind ganz nach Geldbeutelgröße zu dimensionieren. Besonders Sony hat – abgestuft – für jeden Einsatz auch das passende Vaio-Notebook. Der Preisrahmen bewegt sich zwischen gut 5.000 und 11.000 Mark. So können beim Vaio X 18 sogar zwei 18-Gigabyte-Festplatten zum Einsatz kommen. Einzig das Display könnte für meinen Geschmack etwas größer sein. Oder ist das bei einem 11.000 Mark teuren Computer zuviel verlangt?

Die Notebooks für den mobilen DV-Schnitt von Apple bringen gute Voraussetzungen mit: Das Powerbook G3 steht für hohe Rechenleistung und hohe Kapazität. Ein Geheimtip, jedoch noch recht teuer, ist das mobile Schnittsystem von Canopus: der DV Rex M3. Ein Koffer mit Komplettlösungen. Hier werden die Ansprüche von Profis befriedigt. Warum soll also nicht auch der ambitionierte Privat-Cutter davon profitieren, wenn er einmal etwas mehr ausgeben darf.

Gut 20.000,– Mark und die Fähigkeit für eine Bearbeitung in Echtzeit lassen „den Koffer“ sehr attraktiv erscheinen. Selbstverständlich mit einem wirklich kompletten Softwarepaket.

Mobiles DV-Editing mit Firewire-Notebooks ist im Kommen. So ist in naher Zukunft mit einem noch differenzierteren Angebot zu rechnen. Genaues Vergleichen ist dadurch unabdingbar.

Handy weg

Was wären wir heute ohne Handy? Um so schlimmer ist es, wenn das gute Stück dabei abhanden kommt und auch die Telefonkarte verlorengeht. Da wird das Risiko schnell auf einen anderen geladen: fristlose Kündigung des Mobilfunkvertrages z.B., wozu wird der denn noch gebraucht? „Läuft nicht!“, sagt das AG Düsseldorf (Urteil vom 12.11.1999 – 235 C 8761/99). Der Netzkartenvertrag ist ein selbständiges Rechnungsgeschäft und wird durch den Verlust nicht berührt.

Name weg

Es gibt Zeitgenossen, die sich mit Domainnamen registrieren lassen, obwohl sie nicht einmal annähernd etwas mit den blockierten Buchstaben zu tun haben. Das ist natürlich daneben, meint das OLG Frankfurt a. M. (Urteil vom 12.4.2000 – 6 W 33/00). Der Namens- oder Markeninhaber kann den Domain-Besetzer folgerichtig wegen schikanöser und sittenwidriger Behinderung auf Unterlassung in Anspruch nehmen.

Chance weg

Dem Handlungsgehilfen ist es nach § 60 HGB untersagt, ohne Einwilligung seines Arbeitgebers ein Handelsgewerbe zu betreiben oder im Handelszweig seines Arbeitgebers für eigene oder fremde Rechnung Geschäfte zu machen. Wer gegen dieses gesetzliche Wettbewerbsverbot verstößt, macht sich schadensersatzpflichtig. Nun heißt es für den Arbeitgeber: schnell sein. Die Schadensersatzansprüche verjähren nämlich nach § 61 Abs. 2 HGB innerhalb von drei Monaten von dem Zeitpunkt an, zu dem der Arbeitgeber Kenntnis von den Wettbewerbsverstößen erlangt. Nach Auffassung des BAG wird diese kurze Verjährungsfrist nicht einmal dann verlängert, wenn die Zuwiderhandlung gegen das Verbot besonders verwerflich ist (Urteil vom 11.4.2000 – 9 AZR 131/99).

Vertrauen weg

Jeder freut sich über ein Schnäppchen. Damit die Freude ungetrübt bleibt, muß jedoch alles mit rechten Dingen zugehen. So darf es beispielsweise vor dem Kauf keine Irreführung geben: Der Handel muß seine Kunden also grundsätzlich darauf hinweisen, wenn es sich bei dem zu verkaufenden Teil um ein Auslaufmodell handelt (BGH – Urteil vom 6.10.1999 – I ZR 92/97 – Elektrohaushaltsgroßgeräte). Die Erklärung des Herstellers muß dagegen nicht unbedingt ausdrücklich erfolgen. Bei ihm reicht es aus, daß er das alte Teil nicht mehr in seinen aktuellen Katalog aufnimmt, sondern durch ein Nachfolgemodell ersetzt.

Urlaub weg

Wer einen Betrieb übernimmt, tritt in die zum Zeitpunkt des Betriebsübergangs bestehenden Arbeitsverhältnisse ein. Nun muß sich kein Arbeitnehmer einen neuen Arbeitgeber aufdrücken lassen und kann daher einem Betriebsübergang widersprechen. Damit bleibt sein Arbeitsverhältnis beim bisherigen Arbeitgeber und der kann betriebsbedingt kündigen. Setzt der Arbeitnehmer sein Beschäftigungsverhältnis dann doch beim Betriebserwerber fort, gehen auch seine „alten“ Urlaubsansprüche mit über. Der frühere Arbeitgeber ist damit nicht verpflichtet, diese Urlaubsansprüche abzugelten (BAG – Urteil vom 2.12.1999 – 8 AZR 774).

Recht weg

Da warb einer verkehrt und mischte die ganze Branche auf. Natürlich mußte er wegen dieser Geschichte mit Abmahnungen rechnen. Ein Konzernunternehmen ließ den UWG-Lümmel gleich von mehreren seiner Gesellschaften abmahnen. Das geht aber nun auch nicht, entschied der BGH (Urteil vom 6.4.2000 – 1 ZR 75/98): Wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche dienen nicht dazu, den Gegner mit einer Prozeßkostenlawine zuzuschütten.

Ass. jur. Heinz J. Meyerhoff

Im Focus:
SOS. Wenn Mitarbeiter durchs Internet surfen …

WWW.ahnsinn: Wenn sich wirklich mal einer die Mühe machte und alle Gebühreneinheiten zusammenzählte, die privat an deutschen Arbeitsplatz-PC's ins Internet gepumpt werden, bekäme er ein erschreckendes Ergebnis. Und wenn er dann noch die nutzlos verbrachte Arbeitszeit hochrechnen würde …, kaum vorzustellen. Wahnsinn eben, echt WWW.ahnsinn!

WWW.underwelt: Dabei ist alles so schön einfach. Jeder freut sich, wenn er bei der Arbeit selbständig ist und „den Alten nicht ewig im Nacken hat“. Aber wie es bei kleinen Kindern oft ist: Blödsinn machen die meisten erst, wenn sie unbeobachtet sind. Und da der Boss nicht überall hingucken kann, steht das WorldWideWeb für jeden online-Mitarbeiter von 9 bis 17 Uhr offen: Newsgroups, Internetversender, Sexsites, Chatrooms, Livecams und und und.

WWW.ahlrecht: PC ist zwar die Abkürzung für Personal Computer, aber so ganz persönlich ist er am Arbeitsplatz nun doch nicht. Der Rechner gehört dem Arbeitgeber und der Arbeitgeber bestimmt, wie, wo und vor allem wozu er eingesetzt wird. Erlaubt er das private Surfen, braucht der Arbeitnehmer keine schlechten Gedanken zu haben. Erlaubt er es nicht, darf der Mann oder die Frau an den Tasten nicht davon ausgehen, daß die Privatreisen in die Welt der Bits und Bytes genehmigt sind. Der PC ist für die Arbeit bestimmt, nicht für die Freizeit.

WWW.unschdenken: Mai ling, ein chinesischer Vorname? Nein, Mailing ist ein neuer Volkssport: „Gotmymail?“, eMail an eMil, eMail an eLoise. e Rika und eTliche andere. Auch die elektronische Post auf Kosten des Arbeitgebers ist nur dann ausreichend frankiert, wenn er seinen Segen dazu gegeben hat. Öffnet er die virtuellen Briefkästen nur für Geschäftspost, haben sich seine Mitarbeiter daran zu halten. Dann haben private Sendungen in der eMail nichts zu suchen. Sie blockieren bezahlte Arbeitszeit und sie werden auf Kosten des Arbeitgebers gesendet und empfangen. Und diese unfreiwillige Lohnzulage muß er nicht zahlen.

WWW.ortwechsel: Da die Benutzung der neuen Medien nicht nur unnötige Kosten für den Arbeitgeber verursacht, sondern auch bezahlte Arbeitszeit verbraucht, kann er seinen Mitarbeitern den Trip durchs WWW.orldWWW.ideWWW.eb verbieten. Da mögen vielleicht zunächst ein paar klärende Worte helfen. Wenn das nichts nützt, müssen schwerere Geschütze aufgefahren werden. Dann gibt es nach dem ersten Kritikgespräch vielleicht schon eine satte Abmahnung mit Kündigungsandrohung für den Wiederholungsfall. Und wenn der Internet-Surfer das Mousen dann immer noch nicht läßt? Tja, dann bekommt sein Chef irgendwann einen Programmabsturz und er die Kündigung. Schon wieder ein Opfer der neuen Medien.

WWW.ertschöpfung: Ach ja, und was ist mit den versurften Telekom-Einheiten? Grundsätzlich ist jeder PC-Rowdy verpflichtet, seinem Arbeitgeber die unerlaubte Nutzung des Internets zu bezahlen. Die Sache scheitert oft bloß daran, daß man dem Wilderer nichts belegen kann. Da hilft allerdings ein Einzelverbindungsnachweis. Mit ihm bestimmt man dann ganz gezielt und ganz schnell die Surfzeiten und Gebühreneinheiten. Und wenn dann auch noch Entgelte für Sonderdienste in der Abrechnung ausgewiesen sind von www.schweinkram.de und anderen Gebührensümpfen, ist 'ne Zahlung fällig. Zudem muß man sich fragen, ob die Benutzung des Arbeitgeberanschlusses nicht auch noch Lohnsteueransprüche des Fiskus auslöst. Immerhin erspart sich der weltoffene Mitarbeiter ja eigene Aufwendungen, oder?

DIE ERFOLGSSTORY GEHT WEITER!

Von Händler zu Händler

In Berlin bei Fotokaufmann Jörg Friedrich

Wenn es um Bewerbungs- und Paßbilder geht, dann schwört der Berliner Fotokaufmann Jörg Friedrich auf Polaroid. Mit seiner Familie und einem professionellen Mitarbeiterteam betreibt er in der Bundeshauptstadt drei Foto Friedrich Einzelhandelsfilialen. Und in allen drei sind immer mehrere Studio Polaroid Sofort-Paßbildsysteme für unterschiedliche Aufnahmezwecke zu finden, von der klassischen SP 403 bis hin zur digitalen SP 350.

Als Hauptgrund für seine Entscheidung, sich bei dem wichtigen Geschäftsbereich der Paß- und Bewerbungsfotos auf Polaroid zu verlassen, nennt Friedrich die hohe Qualität der Aufnahmen. „Wir arbeiten seit vielen Jahren mit Polaroid Kameras und haben in dieser Zeit immer überzeugende Ergebnisse erhalten“, meinte Friedrich. Insbesondere die derzeitige Kombination der Polaroid Sofort-Paßbildkamera SP 403, die mehr für Paßfotos eingesetzt wird, der Kamera 454, die wiederum eher für Bewerbungsfotos genommen wird, sowie dem neuen digitalen System Studio Polaroid 350 – in Verbindung mit den jeweiligen unterschiedlichen Filmen – bringe eine Qualität hervor, die sich in jedem Ausweis und jeder Bewerbungsmappe sehen lassen könne.

Über die Qualität hinaus zeigte sich Friedrich auch mit der Ausstattung der Kameras zufrieden. So öffneten

beispielsweise bei der Polaroid Sofort-Paßbildkamera 403 elektronische Verschluß mit Belichtungszeiten von 1/60 Sek. und 1/125 Sek., der verstellbare Blendenbereich von f8 bis f32 und der Porträt-Wahlschalter mit drei Einstellmöglichkeiten den Weg zu kreativer Arbeit. „Mit den unterschiedlichen Systemen haben wir Gelegenheit, unseren Kunden individuelle Bilder in überzeugender Qualität zu bieten“, betonte Friedrich.

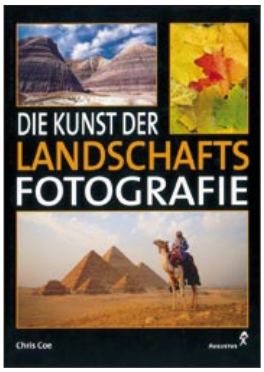
Das Paßbildgeschäft erledigt der Berliner Fotohändler seit geraumer Zeit zusätzlich mit Hilfe des digitalen Paßbildsystems Studio Polaroid 350. Erfreuliches Ergebnis der Umstellung von analog zu digital: Die Zahl der Kunden nimmt stetig zu. „Es ist zwar nicht so, daß die Kunden uns jetzt regelrecht überrennen, aber Zuwächse sind eindeutig festzustellen“, meinte Friedrich. „Dabei ist vor allem erwähnenswert, daß die Zahl jüngerer Kunden steigt.“ Das sei deshalb besonders interessant, weil gerade diese Zielgruppe dem Paßbildgeschäft zuvor immer eher kritisch gegenüber gestanden habe. „Die jungen Menschen wollen zuerst sehen, wie sie auf dem Bild aussehen, sonst sind sie später vielleicht enttäuscht, wenn sie das fertige Bild in den Händen halten“, erläuterte

Jörg Friedrich. Mit dem neuen digitalen SP 350 System könne der Wunsch jedoch ohne Probleme berücksichtigt werden. Gemeinsam mit dem Kunden werde jetzt entschieden, welche der Aufnahmen schließlich geprintet werde. Natürlich trägt der Berliner mit seinem Team auch so zum Gelingen der Bilder bei: „Wir legen viel Wert darauf, die Aufnahmen zu gestalten, d. h. den Kunden richtig hinzusetzen, das Licht individuell zu steuern und auch Hintergründe zu schaffen, die zum Porträtierten passen.“ So gehen bei Friedrich fotografisches Handwerk und moderne Fototechnologie auf dem Weg zu einem zufriedenen Kunden Hand in Hand.

Chris Coe:

Die Kunst der Landschaftsfotografie

Die Welt um uns herum bietet eine Vielfalt an Fotomotiven: grandiose Canyons in den Naturparks der Vereinigten Staaten zum Beispiel oder die Häuserschluchten der Großstadt, Gipfelpanoramen oder Sanddünen mit ihrem faszinierenden Spiel von Licht und Schatten. Damit die Aufnahmen solcher



fantastischen Motive genauso beeindruckend sind wie die Landschaften selbst, empfiehlt sich das Buch „Die Kunst der Landschaftsfotografie“, in dem der Profi-Fotograf Chris Coe seine Leser lehrt, Motive zu erkennen, Schwerpunkte zu setzen und den besten Ausschnitt zu wählen. So führt er sie Schritt für Schritt an perfekte Fotos ihrer Umgebung in der Heimat oder auf Reisen heran. Die Texte sind verständlich und ohne Fachjargon formuliert, so daß auch weniger erfahrene Fotoamateure mühelos den Einstieg in die anspruchsvolle Landschaftsfotografie finden.

Dabei räumt Coe gleich zu Beginn seiner Ausführungen mit einem Vorurteil auf: Für ausgezeichnete Fotos ist nicht die allerneueste und teuerste Ausrüstung erforderlich. Der Experte empfiehlt ein Spiegelreflexsystem mit rein manuell zu betätigendem Gehäuse, hochwertigen Objektiven, einigen Filtern, Dreibeinstativ und Drahtauslöser, separatem Belichtungsmesser sowie einer robusten, wasserdichten und bequem tragbaren Tasche.

So praktisch wie diese Hinweise im Einführungskapitel sind auch Coes Tips für die Bildgestaltung. Anhand von Bilderserien, deren Fotos mit unterschiedlichen Brennweiten oder Belichtungszeiten, in Hoch- oder Querformat, zu verschiedenen Tageszeiten oder aus wechselnden Blickwinkeln aufgenommen wurden, erläutert er anschaulich, wie sich eine bestimmte Wirkung erzielen und die persönliche Sicht auf die Umwelt wiedergeben läßt.

Daß nicht nur die Natur lohnende Motive für Landschaftsfotografen bereit hält, sondern sich auch Städte kreativ abbilden lassen, beweist der Autor in einem eigenen Kapitel.

Eine besondere Herausforderung stellen Details dar, die oft außergewöhnlich eindrucksvolle Bilder ergeben – keine identifizierbaren Landschaften, sondern Strukturen wie graubraune Baumstämme in türkisfarbenem Wasser, Wellen im Abendlicht, die Nahaufnahme eines Sandsteinfelsens oder der Blattrosette einer Pflanze.

Alle Anregungen und Erläuterungen illustriert der Autor mit eigenen Fotos, die jeweils mit Angaben zum Ort der Aufnahme und zur verwendeten Ausrüstung versehen sind.

Chris Coe, Die Kunst der Landschaftsfotografie, 144 Seiten, vierfarbig, 250 Abbildungen, 21 x 28 cm, Hardcover mit Schutzumschlag, ISBN 3-8043-5137-9, DM 44,-.

Helmut R. Schulze:

Das Rhein-Main-Gebiet

Helmut R. Schulze hat sich in einem Bildband in Wort und Foto ausführlich mit dem Rhein-Main-Gebiet beschäftigt. Dabei bietet das Land zwischen Nahe und Main viele Facetten: die Starkenburg inmitten der Weinberge oberhalb von Heppenheim an der Bergstraße, der Frankfurter Flughafen, der zugleich das Tor zum europäischen Kontinent ist, Darmstadts Mathildenhöhe mit der russisch-

orthodoxen Kirche von 1899, in der noch heute Messen gehalten werden, und ihren Jugendstilvillen, der Adolfsturm als Wahrzeichen von Friedberg, das Michelstädter Elefantenhaus, die Siegfriedsquelle bei Grasellenbach im Odenwald oder auch Erbachs weltberühmte Elfenbeinschnitzerei, die heute mit Mammutzähnen fortgesetzt wird. Auch das Hotel Krone in Assmannshausen mit Rheinblick ist ein „Muß“ zum Einkehren. Gelnhausens historische Stadtbegehung erfreut sich jedes Jahr großer Beliebtheit. Und weit über dem Rhein thront das 37 m hohe Niederwalddenkmal von 1883.

So präsentiert Helmut R. Schulze in seinem Bildband in exzellenten Farbaufnahmen in den einzelnen Kapiteln das Gebiet „Von der Loreley in den Rheingau“, „Von der Nahe bis zum Main“, „Frankfurt am Main“, „Von der Kinzig an den Main“ und „Zwischen Taunus und Vogelsberg“.

Helmut R. Schulze gehört zu den namhaften Fotojournalisten in Deutschland. Seit Anfang der siebziger Jahre hat er nahezu sämtliche großen Persönlichkeiten der Zeitgeschichte fotografiert. Seine Aufnahmen wurden in Biographien verschiedener Politiker und in renommierten Zeitungen und Zeitschriften des In- und Auslandes gedruckt. Seine weltweiten Reportagen über Land und Leute erschienen bei Bunte, Epoca, Focus, Gala, Welt am Sonntag, Zeitmagazin und anderen.

Die integrierte englische Fassung entstammt der Feder von Claudia Spinner.

Helmut R. Schulze (Fotografie und Text), Das Rhein-Main-Gebiet, Sigloch Edition, Künzelsau 1999, 128 Seiten mit zahlr. Farbaufnahmen, ISBN 3-89393-179-1, DM 49,80.

World Press Photo-Jahrbuch 2000

Mit 42.215 Bildeinsendungen von 3.981 Fotografen aus 122 Ländern hat der renommierte Bildjournalismus-Wettbewerb World Press Photo, der in diesem Jahr zum 43. Mal stattfand und der weltweit größte jährliche Wettbewerb der Pressefotografie ist, eine neue Rekordmarke erreicht.

Die in dem Jahrbuch veröffentlichten Siegerfotos aus 18 Kategorien bieten allen Betrachtern eine eindrucksvolle Möglichkeit, das vergangene Jahr sowohl in fotografischer Hinsicht als auch in bezug auf die Geschehnisse Revue passieren zu lassen.

Das Jahrhundert endete, wie es angefangen hat: mit den Dramen der Zeitgeschichte, wobei uns die veröffentlichten Bilder drastisch vor Augen führen, daß die Welt immer noch von Grausamkeiten, Kriegen, Hungersnöten und Epidemien heimgesucht wird. Die preisgekrönten Fotografien werden in einer

Wanderausstellung gezeigt, die in mehr als 35 Ländern von über einer Million Besuchern gesehen wird. Das World Press Photo-Jahrbuch 2000 ist gleichzeitig der offizielle Katalog der Ausstellung.
World Press Photo des Jahres wurde eine stille, anklagende Schwarzweiß-Aufnahme des dänischen Bildjournalisten Claus

Bjørn Larsen für die Tageszeitung Berlingske Tidende. Sein Foto zeigt einen verletzten Albaner in Kukës, einer der großen Anlaufstellen für Kosovo-Albaner, die vor der Gewalt in ihrer Heimat flüchteten.
World Press Photo-Jahrbuch 2000, GFW-Verlag, Düsseldorf, 152 Seiten, Format 297 x 210 mm, über 200 Farb- und SW-Abbildungen, ISBN 3-87258-011-6, DM 40,-.

Julien Busselle:

Schwarzweiß entwickeln und vergrößern

Die Schwarzweiß-Fotografie endet nicht mit dem Druck auf den Auslöser. Nur wer die eigenen Schwarzweiß-Aufnahmen selbst entwickelt und vergrößert, kann seine individuellen Vorstellungen von einer Aufnahme auch beim Abzug realisieren. Die gezielte Auswahl von Papier und Entwickler, die Festlegung von Format und Bildausschnitt, spezielle Techniken der Belichtung und Vergrößerung – all dies eröffnet die Möglichkeit, das Potential der Aufnahme voll auszuschöpfen, ihr eine bestimmte Interpretation zu geben oder auch „nur“ eine problematische Belichtungssituation im nachhinein zu bewältigen. Im Zeitalter der „schnellen“ Digitalfotografie mit anschließender Bildbearbeitung am PC haben diese Labor-Techniken wieder einen besonderen Reiz gewonnen.
Der renommierte Fotograf und Fachautor mit Schwerpunkt Schwarzweiß-Fotografie, Julien Busselle, der seine Aufnahmen schon in zahlreichen Zeitschriften und Büchern veröffentlicht hat, erläutert Schritt für Schritt die einzelnen Phasen von der optimalen Einrichtung und Ausstattung der eigenen Fotolabors über die Auswahl des Arbeitsmaterials (Papiere, Filme und Entwickler sowie deren sinnvolle Kombination) und die Negativ- und Positiventwicklung bis hin zum perfekten Abzug. Hinweise zur Lagerung und Präsentation der Bilder ermöglichen den professionellen Umgang mit den Abzügen sowie die Erhaltung ihrer Qualität.
Am Beispiel ausführlich kommentierter Schwarzweiß-Abzüge internationaler Top-Fotografen werden die Labortechniken der Profis vorgestellt und durch

Skizzen und Programme veranschaulicht. Nahezu 100 zum Teil großformatige Reproduktionen im Duplexdruck machen das Buch darüber hinaus zu einer Galerie moderner Schwarzweiß-Fotografie.
Julien Busselle, Schwarzweiß entwickeln und vergrößern, Laboreinrichtung – Filmentwicklung – Abzüge, Verlag Laterna magica, München 2000, 128 Seiten, 93 Duplex-Abbildungen und 42 Zeichnungen, 23 x 26 cm, broschiert, ISBN 3-87467-759-1, DM 59,90.

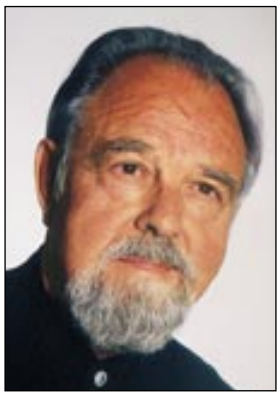
Rainer Kiedrowski/
Dr. Ingeborg Villwock

Blatt für Blatt –

Meisterwerke der Natur

Die schier grenzenlos erscheinende Vielfalt und Schönheit der Natur stellen der renommierte Naturfotograf Rainer Kiedrowski und die promovierte Botanikerin Dr. Ingeborg Villwock in dem prachtvoll gestalteten Band „Blatt für Blatt“ dar. Vom Blumenfenster über den Hausgarten bis hin zu Stadtpark und Wald begegnen wir auf Schritt und Tritt Blättern in unendlich vielen Variationen, die die mehr als 236.000 Blattpflanzen bieten, doch nur selten nehmen wir uns die Zeit, sie genauer zu betrachten.
Dabei gäbe es Faszinierendes zu entdecken: beispielsweise das Spiel von Licht und Schatten auf fächerförmigen Palmblättern, die transparenten Fruchtblätter des Silberblatts, die dickfleischigen Blätter der Sukkulenten und die bizarr geformten, mit borstigen Glochiden besetzten Opuntien. Besonders schön sind die buntblättrigen Pflanzen, die bei Sonnenlicht in allen Farben schillern.
Beim Betrachten des Bildbandes fallen zunächst die brillanten Farbaufnahmen von Rainer Kiedrowski ins Auge. Ihm gelingt es auf jeder Seite, Details in den Blickpunkt zu rücken, die den meisten Menschen ansonsten verborgen blieben: die markante Nervatur von Bananenblättern, glitzernde Wassertropfen auf einem Seerosenblatt oder die ersten grünen Keimblätter der Buche, die sich durch das zerfallende Laub des vergangenen Jahres schieben.
Dabei beschäftigt sich Kiedrowski nicht nur mit den Laubblättern der Pflanzen, sondern stellt auch die erstaunliche Formenvielfalt der Blütenblätter vor.

Doch „Blatt für Blatt“ ist nicht nur ein Bildband der Extraklasse. Zur spannenden und informativen Lektüre wird das Buch durch die kenntnisreich verfaßten Texte von Dr. Ingeborg Villwock. Sie befaßt sich unter anderem mit der Spezialisierung der Pflanzen und erklärt, wie raffiniert sich die verschiedenen Arten an ihren jeweiligen Lebensraum anpassen.
So ist ein Werk entstanden, das nicht nur eine wahre Augenweide für jeden Naturfreund ist, sondern auch auf unterhaltsame Weise fundiertes Wissen vermittelt.
Rainer Kiedrowski/Dr. Ingeborg Villwock, Blatt für Blatt, Meisterwerke der Natur, 144 Seiten, durchgehend vierfarbig, 250 Abbildungen, 24 x 32 cm, Hardcover mit Schutzumschlag, Augustus Verlag, Augsburg 1999, ISBN 3-8043-7135-38043-7135-3, DM 58,-.



Horst Dieter Lehmann

Die Sprache der Technik

Sie wird immer lauter, ist schwerlich noch zu überhören, dringt uns aus allen Klangkörpern in die Ohren: die Sprache der Technik.
Es ist unmöglich, sie zu ignorieren, besonders für diejenigen, die nicht nur mit ihr, sondern auch von ihr leben müssen. Dazu gehören wir Fotohändler und Fotografen natürlich auch, selbst wenn uns mitunter vom lauten Geschrei nach Fortschritt und Technik die Ohren klingeln, wir können uns noch so tief ducken, irgendwie werden wir doch irgendwann voll erwischt. Da ist es an der Zeit, sich einmal Gedanken darüber zu machen, was für uns nicht nur zuträglich, sondern auch einträglich ist, oder?!
Ohne Frage findet in den letzten Jahren auch in der Fototechnik ein derartiger Umwandlungsprozeß statt, der außer Zweifel läßt, daß die Zeit der Hochblüte für das herkömmliche Bild vorüber ist. Darüber können nicht einmal die erfreulich wachsenden Zahlen der Billigbilder hinwegtäuschen! Wir können den Umbruch in der Fotografie nur in etwa mit dem Aufkommen der Colorfotografie vergleichen. Aber er ist noch viel gravierender!
Neben dem Colorbild behauptet sich immer noch das Schwarzweißbild, allerdings in äußerst geringen Mengen. So wird, aus verschiedenen Gründen, sicher noch eine ganze Weile vom Negativ/Positiv-Prozeß die Rede sein, aber die Äußerungen vom Abschied von der herkömmlichen Fotografie nehmen zu. Sie scheinen nicht ganz unberechtigt zu sein, wenn man nur betrachtet, wie sich in den letzten zwei bis drei Jahren der Begriff „digital“ in den Vordergrund gedrängt hat. Schon kommt kein Zeitungsreporter, selbst vom kleinsten Dorfblättchen, ohne seine Digitalkamera aus. Der Weg über das Handy oder die Armbanduhr zum Bild ist vorgezeichnet. Kaum eine Nachricht im Fernsehen verzichtet auf den Zusatz „www...de“.
Der Nachwuchs kommt um mindestens drei Dinge nicht herum, wenn er im Geschäft mitmischen will, wenn er überhaupt eine Chance haben will: Neben der Muttersprache, egal welcher, muß er über möglichst gute Englischkenntnisse verfügen, noch besser aber die Computersprache beherrschen und obendrein dynamisch, anpassungsfähig, flexibel und ideenreich sein. – Sein oder Nichtsein, das ist hier die Frage. Der Assi, und auch schon der Azubi, muß also ein absolutes As sein! Er muß onlinen und e-mailen können, im Internet surfen wie die Profis vor Hawaii.
Doch nicht nur der oben genannte Zeitungsreporter kommt heute nicht mehr ohne die digitale Kamera aus. Sie hält Einzug in Werbung und Mode – und in die Ateliers der Fotografen für Paßbilder. Die digitale Zukunft ist nicht mehr aufzuhalten.
Werfen wir einen kurzen, nostalgischen Blick auf die Technik von damals, auf die schwarzweißen Zeiten. Der Kleinbildfilm dürfte wohl der Film des Jahrhunderts sein – und im jetzigen Jahrtausend hoffentlich nicht vergessen werden.
An seinem klassischen Format von 24 x 36 mit Perforation wurde immer wieder herumgedoktert, er wurde unterteilt. Dies geschah jedoch selten mit durchschlagendem und bleibendem Erfolg. Das gleiche trifft auf seinen „großen Bruder“, den 120er 6 x 9 Film, zu. Dieser erlebte nur in der Aufteilung in zwölf Negative 6 x 6 einen beachtlichen Erfolg, besonders durch einige profihafte Mittelformatkameras. Diese Erfolgsstory geht weiter mit dem Format 6 x 7. Zumindest solange der Film nicht von der „Digitalität“ überrollt wird, wobei ja das Ende der technischen Weiterentwicklung nicht abzusehen ist!
Das „Dreigestirn“ beherrscht die Fotowelt: der schon genannte, viel verwendete und Bilderberge erzeugende Kleinbildfilm, dann APS, die fortschrittliche Technik, und Digital, die Zukunft. Oder lauert etwa schon ein noch tolleres System im Hintergrund? Nichts ist unmöglich...
Nun könnte man leicht dazu neigen, der analogen Fotografie ade zu sagen; warum noch APS, lieber gleich digital. Jedoch hat jedes System seine Vor- und Nachteile. Sei es der Preis oder die Umstellung, die Unsicherheit, der Mangel an Erklärung oder das Desinteresse an technischen Dingen, die den Verbraucher abschrecken. Manche Fotoschaffende legen auch weniger Wert auf technische Raffinessen und Schnickschnack, sondern eher auf gute und preiswerte Bilder. Das Resultat sollte immer an erster Stelle stehen! Das wird allzu oft vergessen!
Bei manchem preisgekrönten Bild der „Neuen Welle“ können nicht nur einem Fotomeister der „alten Schule“ der Meisterbrief und etliche Orden von der Wand fallen.
Nur weil ein Bild schwarzweiß ist, hat es noch keine Goldmedaille verdient. Wenn offensichtlich Fehler und Fehlresultate vorliegen, Unschärfen am falschen Platz, Fehlfarben am falschen Ort „Kunst“ sein sollen, hört die Toleranz auf. Man kann sich nur damit trösten, daß diese Werke ja weiter keinen größeren Schaden an den Mitmenschen anrichten.
Der Preis für die Bilder von „Schleckermann und Co.“ trifft den Nerv von uns Händlern jedoch viel mehr, als die Preise für „unwürdige Kunstwerke“.
Hier werden wir auch von Funk und Fernsehen mit Werbung versorgt, weil die kühnen Spruchbänder und täglichen Postwurfsendungen offenbar nicht mehr genügen.
Der „Neunpfennigpreis“ schallt aus dem Radio, „Warum noch zum Fotohändler gehen?“ ist im Fernsehen zu vernehmen.
Da kommt Freude auf, und so mancher Händler und Fotograf fragt sich mehr oder weniger laut, ob er sich nun überhaupt noch Gedanken über den Weg machen sollte, den die Fotografie in den nächsten Jahren nehmen wird, oder sich gleich zur Ruhe setzt.
Aber nun ist für den engagierten Fotoschaffenden der Beruf mehr als ein Gelderwerb, was sowieso immer schwieriger wird. Er ist fast immer Idealist, wenn dies auch manche nicht mehr nachvollziehen können.
Zum Schluß noch eine Lebensweisheit meines Onkels, die er uns Kindern mit auf den Weg gab: „Was du gerne machst, machst du gut, und das macht sich letzten Endes auch bezahlt.“
Machen Sie es gut!

Fujifilm startet die „Click! for Fun“-Aktion

Fujifilm unterstützt den Handel ab Juli mit der „Click! for Fun“-Aktion. Im Mittelpunkt der Sommerpromotion stehen neben zwei neuen QuickSnap-Einmalkameras maritime PoS- und Dekomaterialien sowie ein „cooles“ Gewinnspiel.

Ganz neu bringt das Düsseldorfer Unternehmen die QuickSnap Marine auf den Markt. Sie ist wasserdicht bis zu fünf Metern Tiefe, und sie ist mit einem 800er-Film geladen. Dieser trägt nicht nur dazu bei, fetzige Sportaufnahmen scharf auf dem Film festzuhalten, zum Beispiel vom Beachvolleyball, er ermöglicht mit seinen Lichtreserven auch noch gelungene Bilder, wenn die natürlichen Lichtverhältnisse schwierig werden, zum Beispiel bei einem romantischen Sonnenuntergang am Meer oder am abendlichen Lagerfeuer.

Ihr robustes Kunststoffgehäuse macht sie zu einem idealen fotografischen Begleiter an allen Orten, an denen es im Sommer hoch hergehen kann: am Strand oder Pool, bei Grillparty oder Vereinsfest.

Ebenfalls neu ist die QuickSnap Jeans. In ihrem knallblauen Gehäuse verbirgt sich ein 400er Film, der den meisten sommerlichen Belichtungssituationen gewachsen ist. Wird es doch einmal zu dunkel, zum Beispiel in der Disko, dann schaltet sich automatisch der eingebaute Blitz zu.

Auch attraktive Schütten gehören wieder zum Sortiment der Verkaufsförderungsmaterialien, die Fujifilm dem Handel zur Verfügung stellt.

Die neue Kompaktkamera DL-270 Zoom Super Date richtet sich an die wachsende Zahl der Kunden, die mit einer einfach zu bedienenden Kamera mit variabler Brennweite fotografieren wollen. Sie verfügt über ein Zweifach-Zoomobjektiv und eine Reihe von Automatikfunktionen.

Auch bei Filmen hält Fujifilm im Rahmen der Sommeraktion spezielle Angebote bereit. So gibt es Nexia- und Superia-Filme im Zweierpack, Superia-Filme im Dreierpack, und Diafotografen können sich über einen Sensia Fünfer-Vorteilspack freuen.

Mit den Click! for Fun Aktionsmaterialien können die Handelspartner von Fujifilm voll ins Sommergeschäft eintauchen: Das PoS-Paket beinhaltet eine Sechseckschütte, die den Spaß am Sommer mit sportlichen Motiven ins Fotogeschäft bringt. Wasserball und Schwimmring als Dekoelemente unterstützen das Ansinnen, und 150 Rubbelkarten im Dispenser rufen die Kunden zum Mitmachen auf. Auch das Dekopaket spiegelt das Motto der Aktion wider: Panel-System, Aufkleber, Wasserball, Schwimmring und Gewinnspiel-Rubbelkarten machen Lust auf Meer und Fotografieren.

Die QuickSnap Marine ist eine der beiden neuen Einmalkameras, die Fujifilm im Rahmen der Sommeraktion auflegt.

Sportliche Motive bestimmen den aktuellen Fujifilm-Auftritt im Handel.

Das aktuelle Fujifilm-Gewinnspiel verlangt nach etwas Rubbelglück: Kunden, die auf der Karte dreimal eine QuickSnap Marine freirubbeln, bekommen ein Exemplar der brandneuen Kamera ausgehändigt. Insgesamt verlost Fujifilm im Rahmen der Sommeraktion 1.111 QuickSnap Marine.

Neuer Geschäftsführer bei Gretag Imaging

Rainer Bauer (48, Bild oben) hat als Geschäftsführer der Gretag Imaging GmbH in Erkrath die Verantwortung für Vertrieb und Service übernommen. Bauer ist seit über 20 Jahren in der Fotobranche tätig. Zuletzt arbeitete er mehr als ein Jahrzehnt erfolgreich als Verkaufs- und Marketingleiter Europa für Tetenal in Norderstedt. In seiner neuen Funktion will Bauer nach eigener Aussage die Marktposition des Unternehmens in Deutschland nach einer deutlichen personellen Expansion mit neuen, qualifizierten Mitarbeitern noch weiter ausbauen.

Personell verstärkt wurde auch der Servicebereich der Gretag Imaging GmbH. Hier ist jetzt Rolf Müller (48) als verantwortlicher Servicemanager für den gesamten Maschinenbereich tätig. Müller verfügt über ein umfassendes Know-how im

Elektronik- und Gerätebereich, das er in gut zwei Jahrzehnten in verschiedenen Branchen gewinnen konnte.

Neuer Außendienstler für Rollei in NRW

Darius Alexander Azari hat Mitte Juni als neuer Rollei Außendienstmitarbeiter für

den Vertriebsbereich Nordrhein-Westfalen angefangen. Der 27jährige ist gelernter Fotograf und hat bei der Fachschule des Deutschen Fotohandels in Kiel den Abschluß als Handelsfachwirt Foto- und Medientechnik erworben.

Kleinanzeigen · Personalanzeigen · Kleinanzeigen · Personalanzeigen

Produktmanager/-in Einkauf digitale Fotografie

Sie sind ein helles Köpfchen?
Sie haben Spaß am Einkaufen und Verkaufen?
Analytisches Denken ist für Sie kein Problem?

Ihr Job:

Auf Sie warten ganz besondere Herausforderungen. Sie treffen sich mit unseren Lieferanten, um mit ihnen über Verträge fürs anstehende Geschäftsjahr zu verhandeln. Sie haben den Überblick übers gesamte Sortiment modernster Geräte für Foto und digitale Fotografie. Sie wissen, wie sie funktionieren, welche Besonderheiten sie auszeichnen und was sie kosten. Gibt es Fragen dazu, beraten Sie unsere Märkte kompetent und professionell. Ihnen fallen immer wieder neue Beratungs- und Verkaufsstrategien ein, die unser Unternehmen noch erfolgreicher machen. Für diese Ideen begeistern Sie unsere Märkte.

Sie sind:

intelligent und unter 30. Sie haben einen guten Schul- und Lehrabschluss und mindestens 2 Jahre im Ein- oder Verkauf gearbeitet. Sie haben bereits Kontakte zu Herstellern modernster Produkte für Foto bzw. digitale Fotografie geknüpft. Sie sind jung, frech und vor allem überzeugend. Sie wissen, wie man Verhandlungen richtig führt. Wenn Ihnen dabei ausländische Verhandlungspartner gegenübersitzen, sind Sie nicht sprachlos. Englisch ist bei Ihnen angesagt.

Wir sind:

nicht blöd und darum Markt- und Innovationsführer. Wir haben die neuesten Trends der Kommunikations- und Unterhaltungselektronik. Wir gehören zu den 10 Unternehmen Deutschlands, die die meisten Arbeitsplätze schaffen. In 277 Märkten sind es schon 17.000. Täglich werden es mehr. Unser Jahresumsatz liegt bei 12 Milliarden DM. Unseren Mitarbeitern muten wir viel zu: viel Arbeit, viel Verantwortung, aber auch viel Spaß, viel Freiraum und viel Geld.

Und jetzt:

Kommen Sie zu uns! Oder nehmen Sie zunächst telefonisch, gern auch per E-Mail, Kontakt mit Klaus Strobl auf. Oder Sie schicken uns Ihre schriftliche Bewerbung an folgende Adresse:

Media Markt Verwaltung
Personalabteilung
Wankelstraße 5
85046 Ingolstadt

Klaus Strobl Tel.: 0841/6341430

E-Mail:
personalabteilung.verwaltung@mediamarkt.de

Internet: www.mediamarkt.de

VIDEO • TV • HIFI • COMPUTER • FOTO • CD • TELEKOMMUNIKATION • ELEKTRO

Media Markt

Kleinanzeigen • Angebote

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
E-mail Stadler-Esslingen@t-online.de

PENTAX
KONICA
MINOX

Über 20 Jahre
VIERNHEIMER VIDEO-TRANSFER
Modernste Abtastung mit Komponententechnik:
Normal 8, Super 8, 16 mm, auch mit Mono, Duoplay od. Lichtton, Dias, Planfilme, Zeichnungen, Bilder usw. auf jedes Heim- oder Profisystem ab, und kopieren alle Systeme untereinander. Kopierservice PAL - NTSC - SECAM.
Fordern Sie deshalb Preisliste und Werbematerial bei uns an.
Video-Produktion Rudek, Schultheißenstr. 9, 68519 Viernheim
Tel. 0 62 04 / 7 19 84 oder 7 32 05, Fax 0 62 04 / 7 63 33

FILM- u. VIDEOSERVICE
FILMKOPIEN, TONSPUREN — alle Formate
VIDEOÜBERSPIELUNGEN — 8,9.5,16 mm Filme
VIDEOKOPIEN - NORMWANDLUNG — alle Systeme
VHS - SERIENKOPIEN — enorm preisgünstig
CHRIS-Filmtechnik GmbH
Frühlingstr. 67, 85386 Eching/München, Tel. (089) 3194130

LICHT AN!
HALOGENLICHT, STUDIOBLITZE vom Professional-Ausrüster.
NEU: Ventilator-Halogenleuchten. Für Video, Foto, Film, Digital. Handlich und superhell. 650 – 1250 Watt.
NEU
Einzeln oder als Set im Hartschalenkoffer.
Leises Kühlgebläse. Umfangreiches Zubehör. Metall-Konstruktion.
CF Photo-Video-Technik
Informationen und Service: Postfach 90 30 45, 51123 Köln
Tel. 0 22 03 / 1 62 62, Fax 135 67

nass GmbH & Co KG
foto · video · elektronik
Rollei tatotechnic · Nizo Filmgeräte · BRAUN Blitzgeräte · SONY Camcorder
Nikon · RICOH · Leica
BAUER BOSCH Gruppe · KINDERMANN · JOBO
Reparatur-Service
Foto · Film · Video · Blitz
Dia · AutoLab
Feldstraße 4 · 30171 Hannover
Tel 05 11-80 40 07 · Fax 05 11-88 99 50

Photo-, Film-, Geräte-Service
A. Paepke KG
Seit mehr als 50 Jahren autorisierte Kundendienstwerkstatt
Leica · Metz · Rollei
Kameras • Objektive
Dia-Projektoren
Blitzgeräte
Das Leica-Team für Sucherkameras und Projektoren
Rollei-Profi Service & Rent-Center
Service von Studioblitzanlagen
BOWENS · Rollei
Neu: Produkte- und Systemberatung
Termine auf Anfrage
40233 Düsseldorf - Albertstr. 92-94
Telefon 0211 / 98 68 88 0 - Fax 0211 / 98 68 88 29

imaging+foto-contact

Auftrag — Klein- und Personalanzeigen

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

○ einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
○ in den Ausgaben .....

Größe:
Breite 180,0 mm, Höhe ..... (9,36 DM / mm)
Breite 129,5 mm, Höhe ..... (7,02 DM / mm)
Breite 87,0 mm, Höhe ..... (4,68 DM / mm)
Breite 56,0 mm, Höhe ..... (3,12 DM / mm)
Breite 40,5 mm, Höhe ..... (2,34 DM / mm)

☐ unter Chiffre (Gebühr: 10,– DM) Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt

☐ Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

D - 40832 Ratingen

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

ik 7/2000

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

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

.....
Ort, Datum — Unterschrift/Firmenstempel mit genauer Anschrift

Autorisierte Vertragswerkstatt

Canon
Panasonic
Rollei
BAUER
BOSCH Gruppe
ZETT Germany
Kodak
Pioneer
PHILIPS
Metz
reflecta

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

GEISSLER

Canon Service-Center Nürnberg-Feucht
FOTOREPARATUR HERBERT GEISSLER GMBH
Friedrich-Ebert-Straße 21 · 90537 Nürnberg-Feucht
Telefon 0 91 28/70 76-0 · Telefax 0 91 28/70 76 36

Kleinanzeigen • Angebote

Zentraler Reparatur-Service

ZRS

GEDDERT
– Meisterbetrieb –

Film – Foto – Elektronik – HiFi – Video – TV
Autorisierter Computer Service
Amstrad – Comodore – Schneider

Autorisierter Ricoh-Service

Siegmundstraße 182
90431 Nürnberg
Postfach 82 02 36
90253 Nürnberg
Telefon 09 11/6 58 51 84
Telex 62 28 14 rifo d
Fax 09 11/6 58 83 46-47

SPEZIAL REPARATUREN FÜR:
Alfo – Carena – Chinon
Cosina – Exakta – Haking
Toshiba – Revue – Ricoh
Petri – Porst – Noris
– Nalcom –

Aus Alt mach Neu!

vorher

Ihr Fachbetrieb für Reproduktionen, Retuschen und Colorierungsarbeiten

nachher

Foto- und Bilderklinik Altenburg
D-54592 Prüm/Eifel, Postfach 11 26, Tel. 0 65 51/24 93, Fax 0 65 51/73 09

Nikon

ALBRECHT KAMERA SERVICE GmbH
NIKON VERTRAGSWERKSTATT

Nikon Digital-Kameras und Diascanner

Longericher Straße 205 • 50739 Köln-Bilderstöckchen
Telefon (0221) 9 17 5100 • Telefax (0221) 9 17 5111 • E-Mail: nikon@aol.com

KKS Kamera Service GmbH

Tokina
European Servicecenter

Longericher Straße 205
50739 Köln-Bilderstöckchen
Telefon (0221) 9 17 52 22
Telefax (0221) 9 17 52 23
E-Mail: tokinarep@aol.com

Öffnungszeiten: Montag - Freitag von 9.00 - 16.45 Uhr

Kamera-Reparaturen

Nikon • Minolta • Minox
Sony- • Panasonic Camcorder

Nikon

KARL-HEINZ HOPFAUER KAMERA SERVICE GmbH

Nikon Vertragswerkstatt
Kompetent, preiswert, schnell

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

GAF Vertragswerkstatt

WW

Film- + Fototechnik

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

Wolfgang Würz
Elsterweg 7
51149 Köln (Porz-Ensen)
Telefon/Fax (0 22 03) 1 21 36

Kleinanzeigen • Angebote

WILHELM SCHÄFER
kameraservice und Handels GmbH

Friedenstraße 5
45964 Gladbeck
Postfach 666
45956 Gladbeck
Tel. 0 20 43/2 12 02

Öffnungszeiten: Di. 10.00-14.00 Uhr
Mi. 10.00-12.00 Uhr

Reparaturen von Foto-, Video-, Blitz- und Projektionsgeräten.

Camera Reparatur Service GmbH
Vogelsrather Weg 25
41366 Schwalmtal - Waldniel

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

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

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

Wir verkaufen
1 Farbk. PIKTOSTRAT 300: 4.900,– DM
1 Farbk. PIKTOSTRAT 200 m. Diaaufs.: 4.900,– DM.
Foto Reich
Hauptstr. 37, 14776 Brandenburg

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

Gretag Hostert DDP 50/140 E6
mit normaler Regenerierung, Baujahr Nov.'97, dazu folgende Bügel und entspr. Klammern: 20 x KB, 30 x 120, 5 x 220, 6 x 4/5', 5 x 13/18, 7 x 8/10' und 1 x 18/24. 2 Chemikalien-Mixer Rollmix 120 S, Baujahr Nov. '97. Gretag Originalpreis 165.000,– DM (Rechnungsbeleg vorhanden), Preis VB 89.000,– DM (Gerät ist in exzellentem Zustand).
Chiffre 103494600

Foto-Aktienkurse

		17.06.1999	16.06.2000	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa	EUR	21,45	22,45	17,5	22,35
Bayer	EUR	40,25	40,5	39,65	49,3
Canon	YEN	3.450	4.830	2.725	5.320
Casio	YEN	——	1.006	620	1.305
CeweColor	EUR	205	24,85	19,2	25,2
Du Pont	USD	70 5/8	47,875	45,0625	75,0625
Eastman Kodak	USD	71 1/4	60,8125	53,1875	78,2813
Fujifilm	YEN	4.440	4.140	3.130	5.300
Gevaert	EUR	59	41,35	36,3	59
Gretag Imaging	CHF	470	1.123	389	1.583
Hewlett-Packard	USD	——	117	67	156
Hitachi	YEN	——	1.350	1.000	1.709
ICI	GBP	641	521	425	826
Imation	USD	26 1/16	30	21,625	34,25
Jenoptik	EUR	15,05	33	15,6	35,2
Konica	YEN	——	739	320	735
Kyocera	YEN	7.000	16.540	6.850	28.000
Leica	EUR	12	8,5	6,52	10,2
Lintec Computer	EUR	——	150	77	174
Minolta Camera	YEN	618	579	360	711
Olympus	YEN	1.565	1.825	1.100	2.020
PixelNet (Kurs vom 23.6.2000)	EUR	——	14	——	——
Polaroid	USD	23 1/8	18,75	16,5	30,625
Samsung	KRW	——	92,8	64	109,5
Sharp	YEN	——	1.781	1.392	2.675
Sony	YEN	——	9.660	5.925	16.950
Spector	EUR	31,1	32,25	30,1	43
Toshiba	YEN	——	1.070	632	1.171
Union Carbide	USD	51 4/5	56,625	44,375	68,4375
Varta	EUR	120	9,9	8,7	11,45
Zeiss Ikon	EUR	92,1	150,02	92	151,1

Kurs: 1 EUR = 1,95583 DM

Kursangaben: Deutschen Bank AG, Filiale Ratingen

Inserenten-Verzeichnis

Agfa 9
AZV 54
Bremaphot 7
C.A.T.-Verlag 30, 31, 35, 53
Canon ..... 72 – 74, 3. U., 4. U.
Cewe 13
dexxIT 43
Erno 37, 39, 41
eurocolor 17
Goltdammer 8
KölnMesse 21
Loersch 29
Minolta 27
Mitsubishi 23
Pentax 11
Olympus ..... 2. U.
Polaroid 15
Ritter & Wirsching 22
Rollei 33
VGP 49
Kleinanzeigen ..... 67 – 71

Impressum: imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, Video, Labor- u. Studiotechnik

Mit Verlegerbeilage „Der Handel"

Herausgegeben vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29, 40832 Ratingen, Redaktionsbüro: Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen

Telefon 0 21 02/20 27-0, Telefax 0 21 02/20 27-90

Bankverbindung: Postbank Essen 164 565-438, BLZ 360 100 43

Verlagsleitung: H.J. Blömer (Geschäftsführer der Vereinigung von Grossisten für den Photohandel e.V.); Eleonore Blömer.

Redaktion: Th. Blömer, DGPh. (verantwortlich), Dipl.-Kfm. A. Blömer, H.G. Karber, Dipl. Journ. Herbert Päge, Jutta Ramlow, Dipl. rer. pol. Karla Schulze, Birgit Hölker MA, Lidija Mizdrak M.A.

Neuheitenredaktion und Herstellung: Th. Six; **Steuerfragen:** Dipl.-Finanzwirt E. Ewerhart, Steuerberater, Düsseldorf-Benrath; **Anzeigen:** Th. Blömer, DGPh. (verantwortlich); Ralf Gruna. Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 27. **Vertrieb:** Karin Engemann. Als Fachzeitschrift für die deutsche Fotobranche erscheint imaging+foto-contact zum 1. des Monats, außer am 1. Januar. Jahresabonnement 71,50 DM, Auslandspreis 107,– DM. Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Manuskripte und Bilder wird keine Haftung übernommen, Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Ratingen.

Druck: Franz W. Wesel, Baden-Baden.

Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH.

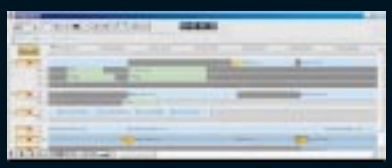
SOFTWARE-NEUHEIT.

EDITDV 2.0 WINDOWS
FÜR DAS PROFESSIONELLE HEIMSTUDIO

DIGITAL ORIGIN

EditDV 2.0 Windows
Professionelles, schnelles Editieren für das digitale Video Format

Protokollieren und Aufzeichnen Ihres gesamten Materials in einem Arbeitsgang mit der Batchlistenaufzeichnung.



Unbegrenzte Videoebenen und unbegrenzte, Keyframe-fähige Effektspuren.

Betrachten Sie gerenderte Effekte im Entwurfsmodus für schnelle Überprüfungen und verbesserten Arbeitsfluß.

Nutzen Sie professionelle 3-Point-Editing-Techniken, oder bringen Sie Clips einfach per Drag & Drop auf die Zeitachse.

EditDV
DM 1.999,–*

NEU

Digitaler Camcorder XM1 und Software EditDV 2.0 Windows im Set:

XM1 + EditDV
DM 7.499,–*

Leistungsmerkmale
- Aufzeichnung mit Timecode im Echtzeit- oder Zeitraffermodus
- Timecode-Verwendung bei Aufzeichnung der Batchliste, um alle markierten Clips in einem Durchgang aufzuzeichnen
- Framegenaue Steuerung der Kamera über die Tastatur

Spezialeffekte
- Schwenken, Zoomen und Drehen in perspektivischer Darstellung
- Bild im Bild-Funktion mit Beschneiden
- Chroma und Luma Keying
- Unbegrenzte Titel mit Hintergründen und Schatten, unabhängiger Steuerung von Farbverläufen und Transparenz, mit Drehung und Video-Fülleffekten

Systemanforderungen
- 200 MHz Pentium-Computer mit einem verfügbaren PCI-Steckplatz für die Digital OriginIEEE 1394 FireWire-Karte
- Windows 95, Windows 98, Windows NT (4.0 SP3) oder Windows 2000
- QuickTime 4.0 oder höher
- 64 MB RAM (128 MB empfohlen)

Im Lieferumfang enthaltene Software
- Digital Origin MotoDV-Software für Windows
- Digital Origin PhotoDV-Software für Windows
- Apple QuickTime™
- Pixelan SpiceRack Pro Lite
- Sonic Foundary Sound Forge XP

Außerdem enthalten
- EditDV-Tastenaufkleber und Referenzkarte
- Digital Origin IEEE 1394 (i.LINK)/ FireWire-Schnittstellenkarte
- Kabel für digitale Schnittstelle

CANON ALS HERSTELLER DIGITALER CAMCORDER UND DIGITAL ORIGIN ALS HERSTELLER VON VIDEO BEARBEITUNGSSOFTWARE HABEN IHRE ZUSAMMENARBEIT UM DIE NEUE SOFTWARE EDITDV 2.0 WINDOWS ERWEITERT. JETZT BIETET CANON DAS HEIMSTUDIO FÜR JEDE ZIELGRUPPE AN: DIE ERFOLGREICHE SEMI-PROFESSIONELLE SOFTWARE MOTODV (UVP 999,– DM*) UND DAS EINSTEIGER-PROGRAMM INTRODV (UVP 599,– DM*) WERDEN NUN UM DAS PROFESSIONELLE EDITDV (UVP 1.999,– DM*) ERGÄNZT.

* Unverbindliche Preisempfehlung der Canon Euro-Photo GmbH mit Original Canon Garantiekarte. Irrtümer und Änderungen vorbehalten.

KULT-DEKO.

IXUS-KULT FÜRS FENSTER: NEUE ALU-DISPLAYS

EDEL WIE DIE IXUS IST AUCH DAS DESIGN DER VIER NEUEN IXUS-DISPLAYS AUS HOCHWERTIGEM, GEBÜRSTETEM ALUMINIUM. EFFEKTIV IN IHREN GROßEN UND KLEINEN SCHAUFENSTERN, VITRINEN UND AUSLAGEN, WEIL IHNEN DIE AUFMERKSAMKEIT SICHER IST. IHR PLUS IM SOMMERGESCHÄFT.

Bestellen Sie noch heute die IXUS-Deko – natürlich kostenlos – direkt bei uns im CCC, Tel.: 0 21 54-49 54 44, unter der Artikel Nummer 05 95965 (solange der Vorrat reicht).

Außergewöhnliche Topschilder, die Sie automatisch mit Ihren neuen IXUS-Displays erhalten, setzen die entsprechenden Akzente für die kultige IXUS II, die extrem sportliche IXUS X-1 und die zoomstarke IXUS Z70.
Auf einem neutralen Display – nur mit dem IXUS Logo und dem Canon-Schriftzug – können Sie zusätzlich ein anderes Mitglied aus der IXUS-Familie dekorieren.

DER CANON POWER-WORKSHOP:

TEIL 7: DIE DIGITALE IXUS IM DETAIL

Die kleinste und leichteste Digitalkamera der Welt mit 2,1 Mio. Bildpunkten und optischem Zoom ist nicht nur von außen wunderschön anzusehen. Anhand ihrer inneren Werte erläutern wir Ihnen, warum die Digital IXUS die kleinste und leichteste Kamera ihrer Klasse ist.

Zoomwippe

Compact Flash Speicherkarte

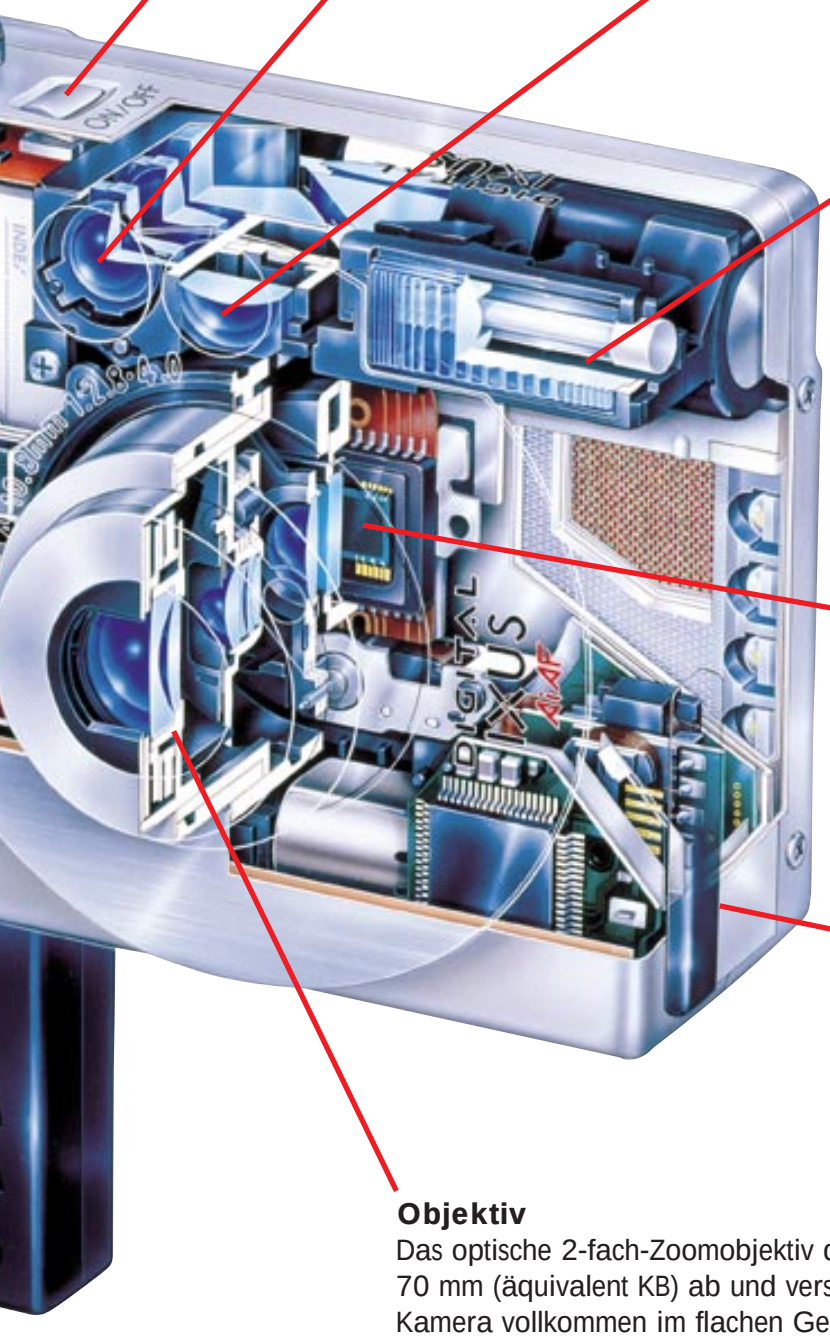
Elegantes und robustes Metallgehäuse

Mainboard
Verfügte die PowerShot S20 noch über 3 Mainboards (Haupt-, Imaging- und LCD-Schaltkreis), wurden diese bei der Digital IXUS in nur ein platzsparendes Mainboard integriert.

LCD-Monitor
Erstmalig erfolgt die Beleuchtung des besonders dünnen LCD-Elements mittels energie- und platzsparender, weißer LEDs.

Lithium-Ionen Akku
Der Einbau von energiesparenden Komponenten ermöglicht die kompakte Bauweise des leistungsfähigen Lithium-Ionen Akkus.

MIT DIGITALEM KNOW-HOW IN DAS NÄCHSTE JAHRTAUSEND



Auslöser

An-/Aus-Schalter

Optischer Sucher

Autofokus-Hilfslicht, Selbstauslöser-Lampe, Leuchte zur Verringerung des „Rote Augen"-Effekts

Blitz
Das Blitzgerät arbeitet mit einem Lichtleiter. Dadurch kann auf einen voluminösen Reflektor und die sonst übliche Fresnellinse verzichtet werden. Neben der kompakten Bauweise (Volumeneinsparung zu vorherigen Modellen > 50%) ermöglicht die Lichtleiter-Technologie eine gleichmäßigere Lichtverteilung und einen geringeren Streuverlust.

1 / 2.7-Zoll CCD-Chip
mit 2,1 Mio. Bildpunkten Auflösung

USB- und Video-Schnittstelle
Eine einzige Schnittstelle dient zur Verbindung mit Computer (USB) und/oder Fernseher, Videorecorder und Videoprojektoren (PAL).

Objektiv
Das optische 2-fach-Zoomobjektiv deckt einen Bereich von 35 bis 70 mm (äquivalent KB) ab und verschwindet beim Ausschalten der Kamera vollkommen im flachen Gehäuse. Die aufwendige Objektivkonstruktion mit drei asphärischen Elementen ist im Querschnitt nicht größer als 20 mm.
Der Ai-Autofokus mit 3 Meßfeldern mißt durch die Linse (TTL) und stellt automatisch auch auf Hauptmotive scharf, die außerhalb der Bildmitte liegen – die übliche Zwischenspeicherung des AF-Meßwertes entfällt. Das aktive AF-Meßfeld wird zudem in die Belichtungsmessung einbezogen, die auf einer präzisen 64-Zonen-Mehrfeldmessung basiert.

JULI 2000

Canon

NEXT:

TERMINE UND PREMIEREN VON CANON EURO-PHOTO/ERSCHEINT MONATLICH

CANON POWER-WORKSHOP: DIE DIGITALE IXUS IM DETAIL

87 x 57 mm (Originalgröße)

IXUS-KULT FÜRS FENSTER: NEUE ALU-DISPLAYS

EDITDV 2.0 WINDOWS: FÜR DAS PROFESSIONELLE HEIMSTUDIO