

imaging

+foto **contact**

7/2003

€ 3,50 ISSN 1430 - 1121

32. Jahrgang G 30605

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

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Kodak Roadshow 2003



Martin Wolgschaft
Geschäftsführer
Kodak GmbH
und Kodak Imaging Chef
Deutschland:

**„Wir sind vom
ersten Erfolg
überwältigt!“**

Kodak Bilder.

Einfach digitoll!



OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE

Die neue Olympus μ [mju:] 300 DIGITAL:*CAPTURE EVERY MOMENT*

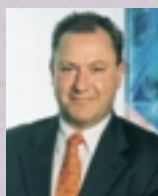
3,2 Millionen Pixel in einem
wetterfesten* Metallgehäuse.

Das Leben ist so schön.
Jeder Augenblick zählt.

www.olympus.de



Zum Titelbild: Kodak zeigt sich vom Erfolg der aktuellen Roadshow überwältigt



Am 18. Mai ist in Fellbach der Startschuß für die diesjährige Kodak Promotientour gefallen, die unter dem Motto „Kodak Bilder. Einfach digitall!“ steht. Seitdem steuerte der eigens für diese Roadshow aufbereitete Truck die ersten 13 von insgesamt 30 Städten an, um Endkunden und Kodak Handelspartnern die aktuellen Möglichkeiten zu zeigen, die Kodak für das Printen und Ausbelichten von Bildern aus digitalen Dateien bietet. **imaging+foto-contact** bat Martin Wolgast, Geschäftsführer der Kodak GmbH und Consumer Imaging Chef Deutschland, um eine Zwischenbilanz. **Seite 44**

Jahrestagung des Photoindustrie-Verbandes

Eine besonders starke Beteiligung der Mitglieder kennzeichnete die diesjährige Jahrestagung des Photoindustrie-Verbandes, die Ende Mai in Lübeck stattfand. Nach interessanten Fachvorträgen am 27.



Mai stand bei der Mitgliederversammlung am 28. Mai die Neuwahl des Vorstandes auf dem Programm. Der scheidende Vorsitzende Dieter Werkhausen, der für eine Wiederwahl nicht mehr zur Verfügung stand, betonte, daß noch nie so viele Mitgliedsfirmen auf einer Jahrestagung des

Photoindustrie-Verbandes vertreten waren wie in diesem Jahr. Auch die Zahl der Teilnehmer erreichte Rekordniveau. Zum neuen Vorsitzenden für die Amtsperiode 2003–2005 wurde Peter Sibbe (JVC Professional) gewählt. **Seite 12**

Fachtagung des BGL



Hochkarätige Vertreter aller Mitgliedsfirmen nahmen an der Fachtagung des Bundesverbandes der Grosslaboratorien (BGL) teil, die Ende Mai in Weimar stattfand. Wie gewohnt gab es einen konstruktiven Gedankenaustausch über Marktzahlen, technische Probleme und Marketingthemen. Erstmals fand eine BGL-Fachtagung unter dem Eindruck eines leicht zurückgehenden Bildmarktes statt. Die schwache Konjunktur und die hohe Arbeitslosigkeit, so BGL-Vorsitzender Hubert Rothärmel in seinen Begrüßungsworten, seien an den Finishern nicht spurlos vorübergegangen. **Seite 18**



Erstes digitales 4/3 System von Olympus

Vor über 200 Journalisten aus 25 Ländern hat Olympus das erste professionelle digitale SLR-System angekündigt, das auf dem neuen 4/3 (sprich: Four Thirds) Standard basiert. Ein neues Kameragehäuse mit einem speziell entwickelten 5 Millionen Pixel Chip, zunächst fünf, exakt auf die Anforderungen der Digitalfotografie zugeschnittene hochauflösende Objektive und reichhaltiges Zubehör sollen unter dem Namen Olympus E-System das Digitalzeitalter auch in der professionellen SLR-Fotografie beginnen lassen. Mit der Ankündigung löst Olympus ein Versprechen ein, das auf der photokina gegeben worden war. **Seite 8**



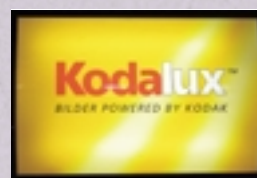
Cellway Mobilfunk auch für DGH-Partner



Vor dem Hintergrund des immer stärkeren Zusammenwachsens der Foto- und TK-Branchen haben der Würzburger DGH Großhandel und die Cellway Kommunikationsdienste GmbH als Mobilfunk Service Provider eine Kooperation beschlossen. Diese Vereinbarung ermöglicht den DGH Partnern, ab sofort neben Produkten des klassischen Fotohandels auch Mobilfunkverträge zu vermarkten. Im Rahmen der Kooperation haben die Fotohändler vollen Zugriff auf die breite Angebotspalette des Service Providers. **Seite 48**

Bei Ringfoto leben Kodalux Bilder wieder auf

Die positiven Zahlen für das Geschäftsjahr 2002, die Geschäftsführer Michael Gleich auf der Gesellschafter-Versammlung der Ringfoto-Gruppe Ende Juni im Bonner Maritim Hotel verkündete, waren zwar erfreulich, aber nicht überraschend; sie wurden bereits auf der Frühjahrsmesse vorausgesagt. Dennoch hatte die Versammlung ihre Überraschung: In wenigen Monaten werden Ringfoto-Händler nach den Vorstellungen des Managements die Möglichkeit haben, exklusiv Bilder mit dem bekannten Markennamen Kodalux zu verkaufen – in zwei Linien, von analogen und digitalen Vorlagen. **Seite 56**



58. europa-foto-Gesellschafterversammlung

Der äußerliche Rahmen hatte sich geändert, denn erstmals bildete das Maritim Hotel in Bad Homburg die Kulisse für eine Gesellschafterversammlung der europa-foto-Gruppe. Inhaltlich gab es dagegen, zumindestens im (nicht-öffentlichen) Verwaltungsteil der Geschäftsführung, wenig Neues im Vergleich zu den Vorjahren: Auch für das vorige Geschäftsjahr verkündete europa-foto-Geschäftsführer Robby Kreft wieder ein Rekordergebnis mit einer Rekordausschüttung. Die genauen Zahlen wurden der Presse erst auf der Bilanzpressekonferenz der Kooperation mitgeteilt, die nach Redaktionsschluß dieser Ausgabe in Neu-Isenburg stattfand. Als Tendenz nannte Kreft aber am Rande der 58. Gesellschafterversammlung schon einen Bilanzgewinn der Zentrale von über 200.000 Euro mehr als im Vorjahr, der trotz größerer Investitionen erzielt wurde. **Seite 42**



Zum Titelbild

Martin Wolgschaft, Geschäftsführer Kodak GmbH und Kodak Consumer Imaging Chef Deutschland, zeigte sich vom Erfolg der aktuellen Kodak Roadshow überwältigt **44**

Editorial

Schnell sein ist alles **5**

Wirtschaftspolitischer Kommentar

Bekommt Bsirske auch beim Streik keine Entlastung? Was hat er noch in einem Aufsichtsrat zu suchen? **50**

Industrie

Rekordbeteiligung bei Mitgliederversammlung des Photoindustrie-Verbandes **12**
Canon geht während der IFA neue Wege **16**

Bilddienstleistungen

Fachtagung des Bundesverbandes der Grosslaboratorien: Was der Kunde will **18**

Handel

Vielseitiges Produktprogramm bei Carl Braun **36**
58. Gesellschafterversammlung von europa-foto .. **42**
Kodalux Bilder leben bei Ringfoto wieder auf **56**
Marktübersicht analoge SLR-Kameras:
Grundstock für renditeträchtiges Zubehör **60**
H. D. Lehmann: Gesundschrumpfen **66**

imaging+foto-contact-Interview

Martin Wolgschaft, Geschäftsführer Kodak GmbH und Kodak Consumer Imaging Chef Deutschland: Vom Erfolg überwältigt **44**

Nikons neue Coolpix 5400

Mit der Coolpix 5400 präsentiert Nikon eine Fünf-Megapixel-Digitalkamera, die neben zahlreichen Automatikfeatures auch eine Vielzahl von individuell beeinflussbaren Komponenten zu bieten hat. Die Kamera mit einer effektiven Auflösung von 5,1 Megapixeln bietet vielerlei gestalterische Möglichkeiten, die bisher SLR-Kameras vorbehalten waren. Mit ihrer Funktionsvielfalt, der Serienbildfunktion und der schnellen Aufnahmebereitschaft in Kombination mit einer kurzen Auslöseverzögerung wendet sie sich vor allem an ambitionierte und kreative Fotografen.



Seite 26

Ricoh Caplio im Magnesium-Gehäuse

Mit der Caplio G3 model S bringt Ricoh eine verfeinerte Version der Anfang des Jahres vorgestellten Caplio G3 auf den Markt. Zu den Neuerungen zählt ein robustes Gehäuse aus einer Magnesium-Legierung. Dieses sorgt dafür, daß die Kamera geschützt ist gegen äußere Einflüsse, gleichzeitig aber kaum Gewicht auf die Waage bringt. Beibehalten wurde die abgerundete Form, die zu einer besonders guten Handhabung beiträgt. Zur Ausstattung zählen weiterhin ein CCD mit einer Auflösung von 3,24 Megapixeln und ein dreifach optisches 35–105 mm-Zoomobjektiv (verglichen mit Kleinbild).



Seite 28

Digital Imaging

Neue Canon PowerShot G5 mit 5 Megapixeln **24**
Nikon Coolpix 5400: Starke Kamera für Kreative . **26**
Ricoh Caplio mit edlem Magnesium-Gehäuse **28**
Zuwachs für Kodaks EasyShare System **32**
Neuheiten Digital Imaging **22, 30**

Nachrichten **6**

Profi

Olympus stellt erstes digitales 4/3 Spiegelreflex-System vor **8**
Kodak Professional 8500 Digital
Printer im Praxiseinsatz **34**
Fujifilm präsentiert zwei neue Profi-Diafilme **38**
Produktions- und Schulungs-CDs
aus der FotoWerkstatt **40**

Video

Ulrich Vielmuth: Farbgestaltung **65**

Neuheiten **37**

Neue Ferrania Farbnegativfilme **55**

Foto + Telekommunikation

Cellway Mobilfunk steht ab sofort
auch DGH Partnern offen **48**

Rechtstips **67**

Literatur **68**

Inserenten-Verzeichnis **71**

Klein- und Personalanzeigen **69**

Impressum **71**

Der digitale Umbruch legt an Tempo zu

Schnell sein ist alles

In dieser Ausgabe von **imaging+foto-contact** gibt es eine Menge interessanter Marktzahlen, die auf verschiedenen Branchentagungen präsentiert wurden. Die wichtigste Aussage ist: Die Lage ist besser als die Stimmung. Denn die Foto- und Imagingbranche gehört zu den ganz wenigen Wirtschaftssektoren, die ein spürbares Wachstum verzeichnen können, während die meisten anderen abnehmen. Dieses Wachstum ist – den Digitalkameras sei Dank – überraschend deutlich: Der Umsatz unserer Branche stieg von 6,9 Milliarden Euro im Jahr 2000 auf 8,7 Milliarden Euro im Jahr 2002 – das sind 26 Prozent innerhalb von zwei Jahren. Und in den Monaten Februar und März 2003 legte die Fotobranche nochmal 25 Prozent gegenüber den Vorjahresmonaten zu, während sich Nachbarsegmente wie Consumer Electronics, Informationstechnologie und Telekom mit Minus-Ergebnissen begnügen mußten.

Dabei geht der digitale Umbruch offensichtlich deutlich schneller voran, als man das noch vor wenigen Jahren erwarten konnte. In diesem Jahr dürften erstmals mehr digitale als analoge Kameras verkauft werden. Bereits im Februar und März lag der digitale Marktanteil (nach Stück) bei 62 Prozent; im Wert waren es sogar 83 Prozent.

Das heißt natürlich nicht, daß der Fotohandel Filme und konventionelle Kameras aus den Regalen räumen sollte, denn die Rückgänge sind hier sehr unterschiedlich. APS trifft es zur Zeit sehr hart: minus 43 Prozent nach Stück und minus 53 Prozent im Wert allein im Februar und März dieses Jahres. Auch Sofortbild hat sich in diesem Zeitraum halbiert. Dagegen fiel bei 35 mm-Kameras der Rückgang um sieben Prozent nach Stück und 17 Pro-

zent nach Wert noch relativ moderat aus. Dabei gibt es nach Angaben der GfK, auf deren Marktuntersuchungen diese Zahlen beruhen, im analogen Bereich durchaus auch noch Wachstumssegmente, zum Beispiel bei Kompaktkameras mit langen Brennweiten. Auch Spiegelreflex (minus fünf Prozent nach Stück und minus zwölf Prozent im Wert) hält sich relativ wacker. Die viel geschmähten, aber für die gesamte Branche sehr nützlichen Einwegkameras legten sogar um 17 Prozent in der Menge und zwölf Prozent im Wert zu.

Digitalkameras dagegen haben sich in den Monaten Februar und März gegenüber dem Vorjahr nochmals verdoppelt und im Wert um zwei Drittel zugelegt. Die Verkäufe von Speicherkarten wachsen sogar noch schneller.

Während das digitale Rad sich immer rasanter dreht, scheinen manche Fotohändler leider noch zu zögern. Fast 45 Prozent des deutschen Fotofachhandels – das ist fast jeder zweite Händler – verkauft keine Speicherkarten und verzichtet damit auf eine Kategorie, die für 36 Prozent aller Umsätze mit Bildspeichermedien dient (die anderen 64 Prozent entfallen auf Film). Und 31 Prozent des Fotohandels, so die GfK, hat bislang darauf verzichtet, Digitalkameras überhaupt ins Programm zu nehmen – damit gehen 64 Prozent der derzeitigen Kameraumsätze an solchen Händlern vorbei.

Da paßt ins Bild, daß zwar nicht offiziell, aber hinter vorgehaltener Hand von Großlabors deutlich über eine unverständliche Zurückhaltung von Teilen des Fotohandels geklagt wird, wenn es darum geht, Annahmestationen für digitale Printaufträge aufzustellen. Natürlich erfordert das Inve-

stitutionen (die inzwischen allerdings so groß auch nicht mehr sind), und man mag einwenden, daß trotz der erfreulichen Steigerungsraten die Gesamtmenge der Bilder immer noch relativ klein ist. Denn von den 400 Millionen Prints, die nach Einschätzung von Experten wie Eurocolor Geschäftsführer Bernd Kraus im vergangenen Jahr von digitalen Aufnahmen gemacht wurden, sind 300 Millionen wahrscheinlich auf PC-Printern gedruckt worden, der Rest fast zu gleichen Teilen auf digitalen Minilabs, im Großlabor (über Terminals) und über das Internet.

In diesem Jahr wird sich dieses Verhältnis allerdings – und zwar bei rasant steigender Bildzahl – deutlich zugunsten der Terminals verschieben. Die Finisher erwarten insgesamt eine Milliarde Prints von digitalen Aufnahmen – 250 Millionen davon sollen über die Bildertheiken des Fotohandels in die Labors gelangen. Mit steigender Menge, da braucht man kein Prophet zu sein, werden sich auch die Drogeriemärkte für dieses Segment und natürlich die Aufstellung von Terminals interessieren.

Unverständlich ist dabei, daß Teile des Fotohandels Gefahr laufen, die Chance zu verpassen, sich gegenüber den preisaggressiven Vertriebsformen im Bildergeschäft einen Vorsprung zu sichern. Dabei geht es nicht nur um Umsatz. Es geht um Kompetenz: Die meisten Digitalkamera-Besitzer wissen wenig oder nichts über die Möglichkeiten, beim Fotohandel erstklassige Bilder von ihren digitalen Aufnahmen zu bekommen. Und sie erwarten zu Recht, von den Beratungsspezialisten im Fachhandel aufgeklärt und informiert zu werden.

In diesem Sinne: Ran an die digitalen Bilder!
Th. Blömer

Uwe Vollertsen wechselt von LG zu CeWe Color

Uwe Vollertsen, bislang als nationaler Verkaufsleiter Unterhaltungselektronik bei der LG Electronics Deutschland tätig, wechselt zum 1. Juli in das Key Account Management der CeWe Color AG. Vollertsen wird in seiner neuen Position für die nationalen Kundengruppen des Großfinishing-Unternehmens verantwortlich sein.

Marc Zausig leitet neuen Dachbereich bei Sony

Marc Zausig ist ab sofort als Senior Manager und Leiter für den neugeschaffenen Dachbereich Market & Channel Development der Sony Deutschland GmbH verantwortlich. Zausig arbeitet seit 2000 bei der Sony Deutschland GmbH. Eines der wichtigsten Ziele dieses neuen Bereiches im Consumer Marketing ist es, schneller und effektiver auf relevante Marktveränderungen reagieren zu können. Darüber hinaus muß Sonys Markenstärke für den Kunden über alle Produktgruppen wie Audio/Video, IT und Car Audio im Handel erlebbar sein, um neue Impulse zu setzen, hieß es in einer Pressemitteilung des Unternehmens. Die Bereiche Trade & Technical Marketing sollen unter dem neugeschaffenen Dach „Market & Channel Development“ die dazu notwendigen Maßnahmen entwickeln und umsetzen.

Veränderungen im Vorstand der Varta AG

Auf der Hauptversammlung am 12. Juni hat der Aufsichtsrat der Varta AG bekanntgegeben, daß der Vorstandsvorsitzende Dr. Georg Prilhofer in den Aufsichtsrat des Unternehmens gewechselt ist. Gleichzeitig legt der Finanzvorstand Walther Wever im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat sein Vorstandsmandat nieder. Als General Manager Johnson Controls Battery Europe führt er die Geschäfte der Varta Automotive-Gruppe fort. Dr. Uwe Ganzer ist nun Alleinvorstand der Varta AG. Als Chefjustitiar hat er seit seinem Eintritt im Jahr 1996 verschiedene Geschäftsführungs-, Aufsichtsrats- und Vorstandsmandate bei Gesellschaften des Varta-Konzerns

wahrgenommen. Zuvor arbeitete Ganzer in leitender Position für die Hastra AG, ein Unternehmen der damaligen Veba-Gruppe.

Patrick Palombo wechselt zur Ed. Liesegang oHG

Patrick Palombo hat die Verantwortung für die Bereiche Marketing und Vertrieb in der Geschäftsleitung der Ed. Liesegang oHG übernommen. Darüber hinaus wurde er in die Geschäftsführung der Liesegang Optoelectronics berufen. Palombo war mehr als 20 Jahre in verantwortlicher Position für namhafte Unternehmen des Handels und der Dienstleistungsbranche tätig. Zuletzt war er Mitglied im Vorstand bei Photo Porst AG und der PixelNet AG.

Matthias Freund führt Kodak Geschäftsbereich Consumer Imaging

Matthias Freund ist mit sofortiger Wirkung zum Acting President des Geschäftsbereiches Consumer Imaging Products and Services der Eastman Kodak Company ernannt worden. Der 54jährige Manager, der von 1993 bis 1996 den Consumer Imaging Bereich der Kodak AG, Stuttgart, leitete, tritt die Nachfolge von Dan Palumbo an, der



das Unternehmen kurzfristig verlassen hat. Freund, der den Titel eines Corporate Vice President führt, übernimmt seine Rolle zusätzlich zu seiner derzeitigen Funktion als Chief Operating Officer des Kodak Geschäftsbereiches Consumer Imaging und Chief Executive Officer von Qualex, Kodaks Foto-finishing-Tochtergesellschaft in den Vereinigten Staaten. Er berichtet an Antonio Perez, Präsident und Chief Operating Officer der Eastman Kodak Company.

Sony senkt Preise für den Memory Stick

Zum Sommergeschäft hat Sony die Preise für den Memory Stick um bis zu 35 Prozent gesenkt. So kostet der Memory Stick Select seit Anfang Juni 110 Euro* statt zuvor 170 Euro*. Beim Memory Stick Pro gibt es jetzt 1 GB Speicherkapazität bereits für 670 Euro*, 512 MB für 335 Euro* sowie 256 MB für 135 Euro*. Zu guter Letzt betrifft die Preissenkung auch den meistverkauften Memory Stick MSA-128A mit 76 Euro* und den neuen Memory Stick Duo MSGM-64A mit 65 Euro* (*unverbindliche Preisempfehlungen). Weitere Infos unter www.sony-info-net.de.

Neue Internetadresse der Yashica Kyocera GmbH

Die Yashica Kyocera GmbH hat bekanntgegeben, daß die Webseiten des Unternehmens mit Informationen rund um den Produktbereich analoge und digitale Fotografie ab sofort unter einer neuen Adresse im Internet zu finden sind. Alle aktuellen Informationen zu den Digitalkameras der Marken Kyocera und Contax sowie den analogen Fotoapparaten der Traditionsmarke Yashica finden sich ab sofort unter der Adresse www.kyocera-europe.com. Die alte Adresse www.kyoceradigital.de bleibt für einen reibungslosen Übergang vorübergehend aktiv.

Fujifilm steigt in den mobilen Fotomarkt ein

Fujifilm bietet ab sofort die Möglichkeit, Fotos über ein Handy an mms@fujifilm.de zu senden, um sie dort speichern, an Freunde und Bekannte weiterleiten und/oder bearbeiten zu lassen. Bilder können bei Fujifilm gespeichert und sichtbar gemacht werden. Die bereits bekannte photofactory auf fujifilm.de wurde zu diesem Zweck weiter ausgebaut. Sie dient künftig auch der Weiterverarbeitung und Verteilung von mobilen Fotos. Die Digitalbilder können auch als Fotos auf echtem Fotopapier bestellt werden und liegen dann beim vom Anwender ausgewählten Händler zum Abholen bereit, oder sie kommen auf dem Postweg zum Auftraggeber.

Der Foto-Großhandel mit Beratung vor Ort durch qualifizierten Außendienst

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

CAPTURE EVERY MOMENT

C-5050 Zoom

**Professionelle Digitalkamera
in der Kompaktkamera Klasse**

- 5,0 Mio. Pixel
- lichtstarkes f1,8-f2,6 – 3fach Zoomobjektiv
- schwenkbares LC-Display
- Datenspeicherung auf: SmartMedia, xD-Picture Card, Compact Flash oder Microdrive



µ[mju:] -300 Digital

Ein leistungsstarker Auftritt

- 3,2 Mio. Pixel
- ultrakompaktes Design
- wetterfestes Gehäuse
- 3fach Zoomobjektiv

C-350 Zoom

Digitaler Fotospaß – schnell und preiswert

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



µ[mju:] -II Zoom 80 Timeless Kit

Perfekte Einheit von Form und Funktion

- vollautomatische 3fach-Zoom-Kompaktkamera
- wetterfest
- in attraktivem Geschenk-Set mit Film, Tasche und Uhr

OLYMPUS

Your Vision, Our Future

Olympus stellt erstes digitales 4/3 SLR-System vor



E-System für Profis



Erste Produkte ab September verfügbar

Amsterdam, 23. Juni 2003, 14.00 Uhr: Vor über 200 Journalisten aus 25 Ländern kündigt Olympus das erste professionelle digitale SLR-System an, das auf dem neuen 4/3 (*sprich: Four Thirds*) Standard basiert. Ein neues Kameragehäuse mit einem speziell entwickelten 5 Millionen Pixel Chip,

zunächst fünf, exakt auf die Anforderungen der Digitalfotografie zugeschnittene hochauflösende Objektive und reichhaltiges Zubehör sollen unter dem Namen Olympus E-System das Digitalzeitalter auch in der professionellen SLR-Fotografie beginnen lassen.

Mit der Ankündigung löst Olympus ein Versprechen ein, das auf der photokina gegeben worden war. Damals hatte das japanische Unternehmen völlig überraschend das 4/3 System als neuen Spiegelreflex-Standard angekündigt, der gemeinsam mit Eastman Kodak entwickelt worden ist. Kodak ist dabei vor allem für das Design und die Produktion der speziellen Aufnahmesensoren verantwortlich. Beide Unternehmen, so heißt es in einer Pressemitteilung, wollen den neuen Standard aggressiv in ihre Produktlinien integrieren und ein offenes Forum etablieren, dem andere Hersteller zur Unterstützung des 4/3 Systems beitreten können. Die Fuji Photo Film Co., Ltd., so wird in der Pressemitteilung betont, habe sich bereits zur Mitarbeit bereit erklärt. Das Forum soll vor allem die Kompatibilität der von den unterstützenden Herstellern angebotenen Kameragehäuse und Objektive sicherstellen. Denn der 4/3 Standard soll Profis die Möglichkeit bieten, Kameragehäuse und Objektive unterschiedlicher Hersteller zu kombinieren.



Konnten mehr als 200 Journalisten aus ganz Europa in Amsterdam begrüßen: von rechts Hiroshi Komiya, Director Olympus Optical Co., Ltd., Member of the Board, Executive Managing Officer & Group President Imaging Systems; Hans Thiele, Corporate & Imaging Systems Olympus Europe and Head of Marketing Communications Olympus Optical Co. (Europe) GmbH; Heino Hilbig, European Marketing Manager Digital Imaging Olympus Optical Co. (Europa) GmbH; Graeme Chapman, President Imaging Systems Europe Olympus Optical Co. (Europa) GmbH und Toshiyuki Terada, Technical Marketing Manager Digital Imaging Olympus Optical Co. (Europa) GmbH.

Digitale SLR-Fotografie ohne Kompromisse

Mit dem neuen E-System, so betonte Hiroshi Komiya, Director Olympus Optical Co., Ltd., Member of the Board, Executive Managing Officer und Group President Imaging Systems, unterstreiche Olympus seine Unternehmensphilosophie, beste Bildqualität zu realisieren,

spezielle Objektive für digitale Aufnahmen zu entwickeln, ein robustes Profi-System mit höchster Zuverlässigkeit und umfassender Service-Unterstützung anzubieten und das System kontinuierlich auszubauen.

Optimal abgestimmte Komponenten

Ein komplett neuer Standard für professionelle digitale Spiegelreflex-Fotografie ist nach Ansicht von Olympus notwendig, weil die bisher in diesem Segment übliche Kombination von digitalen Kameragehäusen und für analoge Fotografie entwickelten Objektiven nicht die bestmögliche Bildqualität gewährleisten kann. Dies, so betonte

Heino Hilbig, European Marketing Manager Digital Imaging Olympus Optical Co. (Europa) GmbH, sei nur möglich, wenn Sensor-Chip, Kameratechnik und Objektive optimal aufeinander abgestimmt würden. Genau das habe Olympus mit dem neuen E-System realisiert.

Herzstück ist ein neuentwickelter Aufnahme-Chip mit einer Bildfläche von 17,4 mm x 13,1 mm, einem Seitenver-

hältnis von 4:3 und – in der ersten vorgestellten Kamera, der Olympus E-1 – fünf Millionen Pixeln. Hierbei handelt es sich nicht – wie bei den meisten anderen Digitalkameras – um eine Interline Transfer CCD, sondern einen Full Frame Transfer CCD (FFT-CCD), der größere Pixelflächen mit größeren Fotodioden und Übergangskanälen besitzt. Das Ergebnis sind schnellere Signalverarbeitung, hoher Rauschabstand und ein größerer Dynamikumfang – und vor allem können mehr Bildinformationen aufgezeichnet werden. Das gilt vor allem dann, wenn – wie beim neuen Olympus E-System – Objektive zum Einsatz kommen, die perfekt auf den digitalen Bildsensor zugeschnitten sind und nicht den systembedingten Einschränkungen konventioneller 35 mm Objektive unterliegen.

Neu: Olympus Zuiko Digital Objektive

Für die optimale Ausnutzung der Leistung des Sensor-Chips ist nicht nur eine hohe Auflösung der Objektive wichtig, sondern vor allem eine tele-



Der neue 4/3 Standard ermöglicht die Konstruktion ausgesprochen kompakter Objektive. Hier das Zuiko Digital ED 50–200 Zoom, dessen Brennweite 100–400 mm im Kleinbildbereich entspricht.

zentrische Optik, die dafür sorgt, daß das einfallende Licht überall nahezu senkrecht auf den CCD trifft. Bei 35 mm-Kameras trifft das Licht dagegen schräg auf den Film. Fans des legendären Olympus OM-Spiegelreflex-Systems werden sich bei den Objektiven für das



Heino Hilbig, European Marketing Manager Digital Imaging Olympus Optical Co. (Europa) GmbH, stellt der europäischen Fachpresse die wichtigsten Merkmale des neuen Olympus E-Systems vor.

neue E-System über den wiederbelebten Markennamen Zuiko freuen, dem jetzt das Wort Digital angehängt wurde. Wegen des im Vergleich zur Kleinbildfotografie kleineren Bildformates ergibt sich eine Verlängerung der Brennweite um den rechnerischen Faktor 2: Ein 50 mm Objektiv nach 4/3 Standard entspricht einem 100 mm Kleinbildobjektiv. Das macht die Objektive außergewöhnlich kompakt, leicht und lichtstark.

Wie es sich bei der Einführung eines neuen Systems gehört, bringt Olympus vom Start weg mehrere Zuiko Digital Objektive auf den Markt:

Das universell einsetzbare E 14–54 mm, F2,8–3,5 Zoom (KB: 28–108 mm).

Das flexible Telezoom ED 50–200 mm, F2,8–3,5 (KB: 100–400 mm).



Martin Hubert ist für die Markteinführung des neuen Olympus E-Systems in Deutschland, Österreich und der Schweiz verantwortlich.

Das lichtstarke Tele ED 300 mm, F2,8 (KB: 600 mm).

Abgerundet wird die Palette durch ein ED 50 mm F2,0 Macro Objektiv (KB: 100 mm).

Noch in diesem Jahr soll mit dem neuen System auch echte Weitwinkel-Kreativität möglich sein: mit dem E 11–22 mm, F2,8–F3,5 Zoom (KB: 21–44 mm).

Ein weiterer Vorteil der neuen Olympus Zuiko Digital Objektive ist ihre „Intelligenz“. Als digitale Produkte kommunizieren sie nämlich mit dem Kameragehäuse, das dadurch „weiß“, welches Objektiv angesetzt ist. Die Kamera-Software stimmt dann alle Einstellungswerte auf die entsprechende Objektiv-Charakteristik ab.

Robuster Body

Die erste digitale Spiegelreflexkamera nach dem 4/3 Standard, die Olympus E-1, wurde als echtes Profimodell mit



Die erste Kamera für das neue digitale 4/3 SLR-System, die Olympus E-1, bietet dem professionellen Anwender zahlreiche Funktionen und volle manuelle Kontrolle in einem robusten Gehäuse.

einem stabilen Druckguß-Gehäuse aus einer Magnesiumlegierung gefertigt. Durch die nach dem neuen Standard mögliche besonders kompakte Bau-



Rückansicht der Olympus E-1

weise wiegt der Body gerade einmal 660 Gramm – genug, um gut in der Hand zu liegen, aber dennoch leicht und handlich für ermüdungsfreies Arbeiten. Ebenso wie die Zuiko Digital Objektive ist auch die Olympus E-1 spritzwassergeschützt und kann deshalb auch bei ungünstigen Wetterbedingungen eingesetzt werden.

Die Kamera verfügt über verschiedene Automaten mit Programm-Shift und bietet natürlich volle manuelle Kontrolle. Der Fotograf hat die Wahl zwischen elektronischer Spotmessung (ESP), mittenbetonter Integralmessung sowie Spotmessung. Eine Lichtwertverschiebung ermöglicht es, den optimalen Wert zu speichern, während Verschlusszeit und Blende verändert werden können. Wahlweise steht eine Bracketing-Funktion mit drei oder fünf unterschiedlich belichteten Aufnahmen in Serie in 1/3-, 2/3- oder 1 LW-Belichtungsschritten zur Verfügung. Dabei kommt dem Fotografen entgegen, daß die Olympus E-1 mit dem eingebauten 128 MB großen Zwischenspeicher und einem SD-RAM mit enormer Kapazität Sequenzaufnahmen von bis zu 12 Bildern bei 3 Bildern pro Sekunden in jedem Format (JPEG, TIFF, RAW) aufnehmen kann.

Die Olympus E-1 ist mit einem CF-Slot ausgestattet, der die Verwendung von CF-Karten mit einer Speicherkapazität bis über 2 GB, MicroDrive oder – mit optionalem Adapter – auch xD-Picture Cards ermöglicht.

Professionell schnell ist das 3-Punkt-TTL Autofokus-System mit optischer Phasen-Differenz-Erkennung, das eine

manuelle oder automatische Auswahl des AF Meßfeldes erlaubt. Zudem kann die Schärfe wahlweise manuell nachjustiert oder komplett von Hand eingestellt werden. Professionellen Ansprüchen entsprechend kann der Anwender der Olympus E-1 zwischen zwei Farbräumen wählen: Standard RGB für die meisten Einsätze und – besonders für den Off-

set-Druck – den größeren Adobe RGB Farbraum. Die Abspeicherung der Bilder kann sozusagen in allen denkbaren Formaten und Dateigrößen von der komprimierten JPEG bis zur unkomprimierten RAW (ca. 10 MB) oder TIFF (ca. 15 MB) Datei erfolgen.

Pfiffig gelöst hat Olympus ein Problem, das bislang als ausgesprochener Schwachpunkt digitaler SLRs mit Wechselob-

jektiven galt: Die Gefahr des Eindringens von Staub in das Kameragehäuse während des Objektivwechsels. Die neue E-1 ist mit einem Supersonic

Wave Filter ausgestattet, dessen Schwingungen schnell und effektiv Staub und andere Schmutzpartikel vom Bildsensor entfernen – sie bleiben an einer speziell beschichteten Folie im Kameragehäuse haften, die bei den im Profi-Segment üblichen regelmäßigen Wartungsarbeiten kostenfrei ausgetauscht wird. Die Reinigungsfunktion startet bei jedem Einschalten der Kamera, kann aber auch manuell aktiviert werden.

Komplettes System

Bereits zur Markteinführung bietet Olympus zu der neuen E-1 umfangreiches Zubehör an, darunter den Hochleistungsblitz FL-50 (bis Leitzahl 50), einen Power Battery Holder HLD-2 für BLL-1 Lithium-Ionen-Akkus mit hoher Kapazität von 3.400 mAh, ein Ladegerät für den Akku und ein Netzteil. Nicht lange nach der Markteinführung sollen ein Ringblitz und ein Twin Flash erhältlich sein.

Ab September

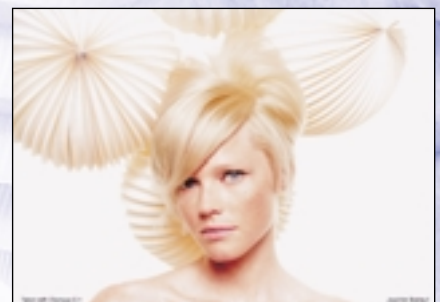
Das professionelle Olympus E-System für digitale SLR-Fotografie wird im September erhältlich sein. Das E-1 Ka-



Ab September wird das Olympus E-System mit der Olympus E-1, zunächst vier Objektiven, Blitzgerät und diversem Zubehör erhältlich sein.



Die Fachpresse konnte sich vor Ort von der Leistungsfähigkeit des neuen Olympus E-Systems überzeugen. Dazu produzierten bekannte Fotografen wie mit dem neuen System. Unsere Bildbeispiele stammen von Jo van den Berg und Joachim Baldauf.



meragehäuse mit fünf Millionen Pixeln 4/3 FFT-CCD wird rund 2.000 Euro kosten. Die Preise für die Objektive sollen auf dem Niveau von 35 mm Produkten

Die Preise für die Objektive sollen auf dem Niveau von 35 mm Produkten

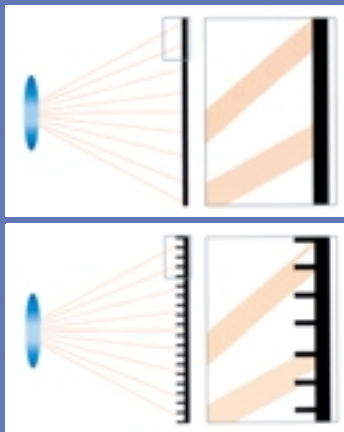
vergleichbarer Leistung liegen. Das System soll in den kommenden Jahren mit weiteren Objektiven und Gehäusen kontinuierlich ausgebaut werden.

Warum ein neues System?

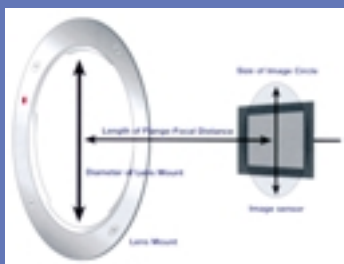
Gerade Profis wechseln normalerweise ungern ihren SLR-Kameraherstellern, weil sie viel Geld in ihre Objektivpalette investiert haben. Warum wurde dann das 4/3 System entwickelt, anstatt eine Lösung auf den Markt zu bringen, die den weiteren Einsatz der vorhandenen Objektive erlaubt?

„Weil sich digitale Aufnahme-Sensoren in ihren Eigenschaften grundlegend vom herkömmlichen Film unterscheiden“, erklärt Heino Hilbig, European Marketing Manager Digital Imaging Olympus Optical Co. (Europa) GmbH. „Schon durch das im Vergleich zum Film kleinere Bildformat ändert sich der Blickwinkel; Weitwinkel-Perspektiven gehen sozusagen komplett verloren. Zudem ist die Auflösung von 35 mm Objektiven viel zu gering, um die auf vergleichsweise relativ kleiner Fläche gepackten Pixel moderner CCDs wirklich auszunutzen.“

Dazu kommen noch weitere physikalische Barrieren: Während Film sehr tolerant gegen unterschiedliche Einfallswinkel von Lichtstrahlen ist und sowohl senkrechte als auch schräge Strahlenbündel gut erfassen kann, führt die „Unebenheit“ von CCD-Sensoren zu sichtbaren Lichtverlusten. Dieser als „Corner Shading“ bekannte Effekt, der zu einer deutlichen Verdunklung besonders in Randbereichen des Bildes führen kann, wurde von dem Münchener Experten Ander Uschold beschrieben. Dieser Effekt läßt sich vermeiden, indem durch spezielle Optiken wie bei den Olympus Zuiko Digital Objektiven das Licht möglichst senkrecht auf den CCD-Chip gelenkt wird. Um das zu erreichen, muß die Objektivfassung ungefähr den doppelten Durchmesser haben wie der auf Sensorebene erzeugte Bildkreis. Unter solchen Umständen, so hat Uschold festgestellt, können mit Hilfe telezentrischer Objektive mehr brauchbare Bilddaten erzeugt werden als mit herkömmlichen Objektiven, selbst wenn diese zusammen mit deutlich größeren und höher auflösenden CCD-Chips eingesetzt werden.



Anders als beim Film führen schräg einfallende Lichtstrahlen beim CCD-Chip zu Schatteneffekten und Artefakten.



Für bestmögliche Bildqualität muß bei einer digitalen Spiegelreflexkamera der Durchmesser der Objektivfassung doppelt so groß sein wie der des Bildkreises.



Telezentrische Linsen mit hoher Auflösung wie beim 4/3 System gewährleisten, daß das Licht in hoher Auflösung genau senkrecht auf den Sensor-Chip fällt.

Jetzt bloß nichts verpassen!



SOLARIS FG PLUS.

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

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

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

Mehr Infos unter: www.ferrania.it.com



NEUE TECHNOLOGIE

Structured Homogeneous Crystals
Ultra thin layers
Accurate Colors Technology

Solaris
easy photography™

Rekordbeteiligung bei Mitgliederversammlung des Photoindustrie-Verbandes

Neuer Vorstand

Eine besonders starke Beteiligung der Mitglieder kennzeichnete die diesjährige Jahrestagung des Photoindustrie-Verbandes, die Ende Mai in Lübeck stattfand. Nach interessanten Fachvorträgen am 27. Mai stand bei der Mitgliederversammlung am 28. Mai die Neuwahl des Vorstandes auf dem Programm.

Der scheidende Vorsitzende Dieter Werkhausen, der am 1. August von Kodak in den Vorstand von Tchibo wechselt und deshalb für eine Wiederwahl nicht mehr zur Verfügung stand, betonte, daß noch nie so viele Mitgliedsfirmen auf einer Jahrestagung des Photoindustrie-Verbandes vertreten waren wie in diesem Jahr. Auch die Zahl der Teilnehmer erreichte Rekordniveau. Zum neuen Vorsitzenden für



Peter Sibbe, Geschäftsführer von JVC Professional, wurde in Lübeck zum neuen Vorsitzenden des Photoindustrie-Verbandes gewählt.

die Amtsperiode 2003 – 2005 wurde Peter Sibbe (JVC Professional) gewählt. Er gehört seit 2001 dem Vorstand des Photoindustrie-Verbandes an. Weitere Vorstandsmitglieder sind Hanns-Peter Cohn (Leica Camera), Harald Horn (Canon Deutschland), Martin Hubert (Olympus), Achim Kindermann (Kindermann), Michael Korn (Agfa-Gevaert), Helmut Rupsch (Fuji Film), Christoph Thomas (Hama) sowie Martin

Wolgschaft (Kodak). Als Vertreter der industriellen Fachverbände gehören dem Vorstand des Photoindustrie-Verbandes der Vorsitzende des Chemieverbandes Imaging und Photo (CIPHO) Matthias Hübener (Tetental) und Paul Dume (Rollei) als Vertreter der Fachgruppe Imaging- und Fototechnik im Verband Spectaris (für Feinmechanik und Optik) an.

Auf der ebenfalls in Lübeck stattgefundenen CIPHO Mitgliederversammlung wurde Matthias Hübener für die Amtsperiode 2003 bis 2005 als Vorsitzender wiedergewählt. Stellvertretender Vorsitzender ist Dr. Ingo Müller-Stahl (Kodak Polychrome Graphics). Als weitere Mitglieder gehören Wilfried Bauder (Fuji Hunt), Hans-Jürgen Diehl (Konica) und Dr. Manfred Thomas (Agfa-Gevaert) dem CIPHO Vorstand an.

Digitale Potentiale

Zum Programm der diesjährigen Jahrestagung des Photoindustrie-Verbandes gehörte auch wieder eine interessante Vortragsveranstaltung. Marion Knoche, seit vielen Jahren die Foto- und Imaging-Spezialistin beim Marktforschungsunternehmen GfK, stellte den anwesenden Mitgliedern in einem Feuerwerk von Zahlen die aktuelle Entwicklung des Marktes vor.

Dabei konnte sie zunächst darauf hinweisen, daß die GfK ihre weltweiten Aktivitäten weiter ausgebaut hat. Aktuell stehen jetzt auch die wichtigsten Verkaufszahlen aus Griechenland (besonders interessant wegen der Olympischen Spiele im nächsten Jahr), Ungarn, Saudi-Arabien und Südafrika zur Verfügung. Die Aktivitäten in Rußland wurden jetzt auch auf den östlichen Teil ausgedehnt.

Was den deutschen Markt angeht, so geht es der Fotobranche in diesen bekanntlich wirtschaftlich wirklich



Die Fotobranche konnte in den Monaten Februar und März dieses Jahres ein Wachstum von 25 Prozent gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres verzeichnen – und nimmt damit eine Sonderstellung im Bereich technischer Konsumgüter ein.

nicht einfachen Zeiten vergleichsweise nicht nur gut, sondern sehr gut. Als einziges (!) wichtiges Non-Food-Segment konnte die Fotobranche im vergangenen Jahr Wachstum erzielen – und zwar um beachtliche sieben Prozent von 8,2 Milliarden Euro im Jahr 2001 auf 8,7 Milliarden Euro. Nach einem Umsatz von 6,9 Milliarden Euro im Jahr 2000 bedeutet das eine Steigerung von nicht weniger als 26 Prozent innerhalb von zwei Jahren.

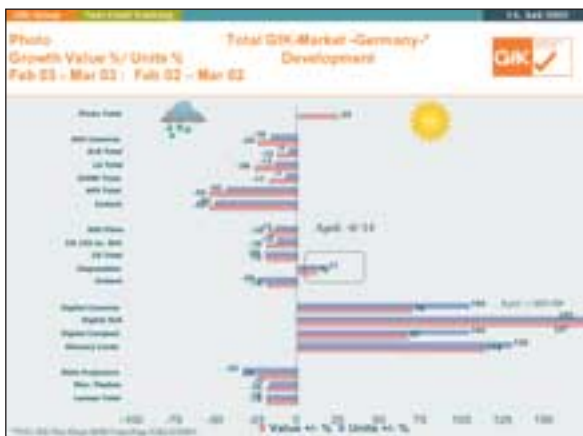
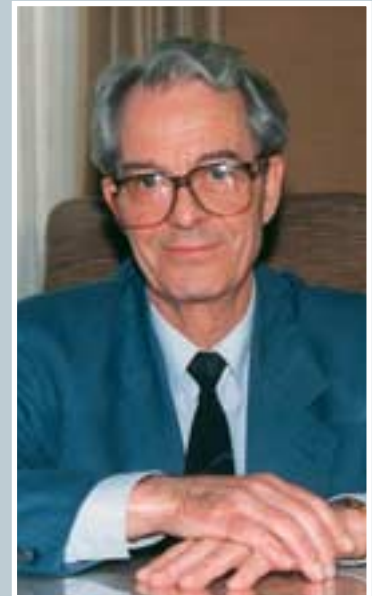
Zum Vergleich: Im gleichen Zeitraum nahm die klassische Unterhaltungselektronik um sechs Prozent von 8,2 Milliarden Euro auf 7,7 Milliarden Euro ab. Elektrohaushaltsgeräte verloren rund acht Prozent, und die Informationstechnologie, die 2001 noch ein leichtes Wachstum verzeichnen konnte, schrumpfte im vergangenen Jahr um sechs Prozent auf 9,9 Milliarden Euro. Dabei ist diese erfreuliche Entwicklung nahezu ausschließlich der steigenden Popularität der Digitalkameras zu ver-

Ehrung für Hans J. Ernst

Mit der goldenen Ehrennadel des Photoindustrie-Verbandes würdigte die Mitgliederversammlung die Verdienste von Hans J. Ernst (früher Ed. Liesegang), der sich über vier Jahrzehnte lang in verschiedenen Funktionen für die Belange der deutschen Fotoindustrie und der photokina auf nationaler und internationaler Ebene eingesetzt hat.

Dem Vorstand des Photoindustrie-Verbandes gehörte Hans J. Ernst seit 1959 an, seit 1980 war er stellvertretender Vorsitzender. Viele Jahre engagierte er sich zudem als Mitglied im photokina-Messeausschuß und als Vorsitzender der Fachgruppe Phototechnik und Imaging im Verband Spectaris.

Hans J. Ernst, der am 3. April 75 Jahre alt wurde, hat alle seine Verbandsämter aus Altersgründen niedergelegt.



Digitalkameras und Speicherkarten legten im Februar und März nochmals um mehr als 100 Prozent zu. Damit werden die Rückgänge im Geschäft mit analogen Kameras und Filmen mehr als kompensiert.

auch die Verkaufszahlen bei den Speichermedien: Speicherkarten legten um 114 Prozent nach Wert und 130 Prozent nach Stückzahlen zu.

Im traditionellen Foto-segment sah es dagegen nicht so fröhlich aus. Die Verkäufe von analogen

Kameras nahmen insgesamt (nach Stück) im Februar und März um 16 Prozent ab. Dabei kam das SLR-Segment mit fünf Prozent Rückgang (aber zwölf Prozent nach Wert) noch relativ glimpflich davon. 35 mm-Kompaktkameras nahmen um 13 Prozent nach Stück und 26 Prozent nach Wert ab. APS verlor 43 Prozent nach Stück und 53 Prozent nach Wert; auch der Markt für Sofortbildkameras halbierte sich.

Ein 13-prozentiger (Stück) Rückgang der Filmverkäufe im Februar und März zeigt deutlich, wie sehr die Zukunft der Fotobranche von der Durchsetzung digitaler Produkte und vor allem Dienstleistungen abhängt. Im April hat sich

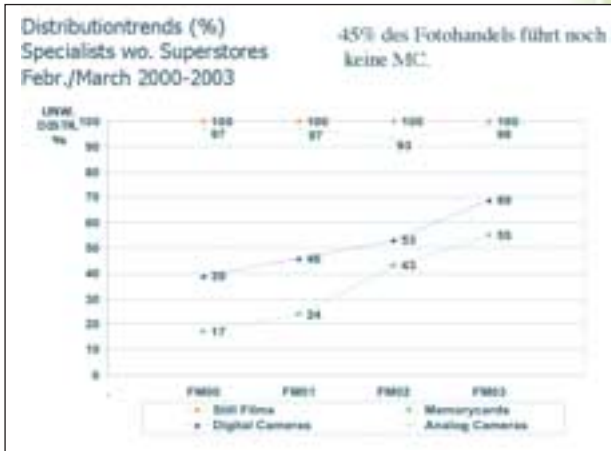
danken. Dieser Trend setzt sich auch in diesem Jahr fort. Im Februar und März 2003 legte der Umsatz der Fotobranche im Vergleich zu den Monaten des Vorjahres um 25 Prozent zu. Die klassische Unterhaltungselektronik nahm im selben Zeitraum um 5,8 Prozent ab, trotz eines Wachstums von über 100 Prozent im Bereich TV-Projektion und immer noch 22,5 (Stück: 76,6 Prozent) im preislich leider total verrissenen DVD-Segment.

Auf dem deutschen Fotomarkt legten im Februar und März die Digitalkameras um 70 Prozent nach Wert und 104 Prozent nach Stückzahlen zu. Im April betrug die Wachstumsrate sogar 84 Prozent nach Wert und 160 Prozent nach Stück. Kräftig nach oben zeigen



der Rückgang der Filmverkäufe allerdings nach Angaben der GfK abgeflacht und betrug nur noch sechs Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat.

Digitalkameras und Speicherkarten machten im Februar und März zusammen 67 Prozent der Hardware-Verkäufe auf dem deutschen Fotomarkt aus.



Digitalkameras machten im Februar und März bereits 57 Prozent der Gesamtumsätze mit Fotoprodukten in Deutschland aus. Zehn Prozent des Umsatzes entfielen übrigens schon auf Speicherkarten; Filme standen für 17 Prozent.

Gefährliches Zögern

Der Marktanteil des klassischen Fotohandels hat in diesem Umfeld in den letzten Jahren leider abgenommen. Dabei geraten die Fotospezialisten offensichtlich von zwei Seiten unter Beschuß. Der Lebensmittelhandel (und die Drogeriemärkte) haben in den vergangenen Jahren beim Verkauf von Filmen deutlich an Boden gewonnen.

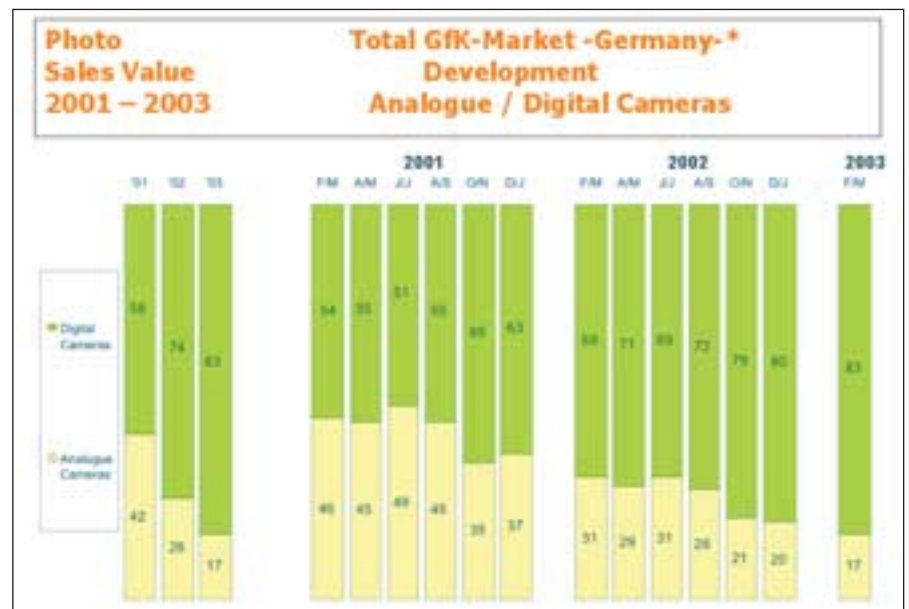
Bei den Digitalkameras, wo der Fotohandel einige Jahre lang im Vergleich relativ gut aussah, schlugen die Fachmärkte in der jüngeren Vergangenheit besonders erfolgreich zu. Das bedeutet nicht, daß einzelne aktive Händler an Wettbewerbsfähigkeit verloren haben. Ein guter Teil der verlorenen Marktanteile im Fotohandel geht offensichtlich auf das Konto eines zu zögerlichen Eintritts in die neuen, stark wachsenden digitalen Segmente. 31 Prozent der deutschen Fotohändler führen, so Marion Knoche, noch keine Digitalkameras, und bei 45 Prozent, also fast jedem zweiten Fotohändler, gibt es keine Speicherkarten.

Ohne Marke geht es nicht

Unter diesem Titel sprach das ehemalige GfK-Vorstandsmitglied Bernhard Jackel über die Entwicklung der Bedeutung der Industriemarke für Handel und Verbraucher. Besonders in wenig innovativen Märkten, wo es

keinen eindeutigen Marktführer gebe, sei die klassische Industriemarke durch die Forcierung von Eigenmarken durch die großen Handelskonzerne deutlich gefährdet. Im Lebensmittelbereich verloren Markenprodukte, so Jackel, in den letzten zwei Jahren sechs Pro-

Nur 69 Prozent der deutschen Fotohändler führten im ersten Quartal dieses Jahres Digitalkameras. Vor einem Jahr waren es sogar nur 53 Prozent. Speicherkarten fehlen bei 45 Prozent der Fotohändler im Programm.



83 Prozent der Kameraumsätze entfielen im Februar und März auf das digitale Segment.

zent Marktanteile. Kondensmilch, so der frühere GfK-Vorstand, werde inzwischen nur noch zu 27 Prozent unter Industriemarken verkauft. In Technikmärkten sei die Position der Märkte deutlich stabiler, betonte Jackel. So liefen 92 Prozent der verkauften Digitalkameras und immer noch 80 Prozent der Filme unter Industriemarken. Gefährdungspotential machte der Vortragende dennoch aus: Die steigende Bedeutung von Diskontlinien und eine zu große Zahl von Marken, die die Orientierung

des Verbrauchers erschwere und zu einer Zersplitterung des Marktes führe.

Andererseits, so Jackel, habe die Marke aber durchaus Zukunft: Denn sie schaffe Wert und diene dem Verbraucher zum Ausdruck seiner Individualität und dem Handel zur Demonstration seiner Kompetenz. Nicht umsonst würden bei Firmenübernahmen besonders hohe Beträge für attraktive Marken bezahlt, resümierte Jackel.

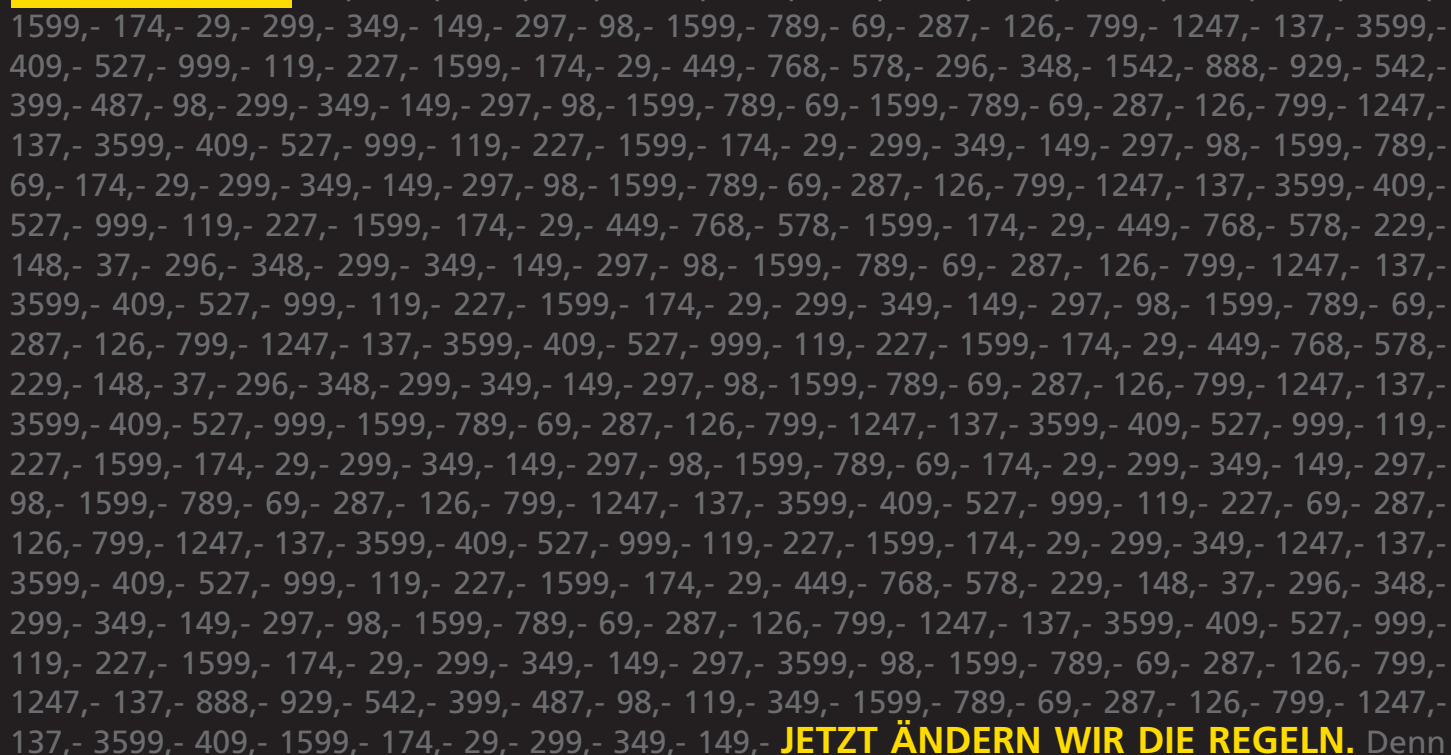
Die aktuellen Verkaufszahlen, das wurde auf der Mitgliederversammlung des Photoindustrie-Verbandes deutlich, lassen die Hoffnung keimen, daß auch das Jahr 2003 für die Fotobranche wieder ein deutliches Wachstum bringt.

Für den Fotohandel wird viel davon abhängen, die eigene Marktposition

29,- 299,- 349,- 149,- 297,- 98,- 1599,- 789,- 69,- Ziehen Sie die Notbremse. Das neue Nikon
287,- 126,- 799,- 1247,- 137,- 3599,- 527,- 999,- Vertragshändler-System. Partnerschaftlich zum
119,- 227,- 1599,- 174,- 29,- 449,- 768,- 578,- 37,- Erfolg. Jetzt sind Sie am Zug: 0211-94 14 999.



349,- 149,- 297,- 98,- 1599,- 789,- 69,- 287,- 126,- 799,- 1247,- 137,- 3599,- 409,-
27,- 1599,- 174,- 29,- 449,- 768,- 578,- 229,- 148,- 296,- 348,- 299,- 349,- 149,-
89,- 69,- 287,- 126,- 799,- 1247,- 3599,- 409,- 527,- 999,- 119,- 227,- 1599,-
9,- 149,- 297,- 98,- 1599,- 789,- 287,- 126,- 799,- 1247,- 137,- 3599,- 409,-
27,- 1599,- 174,- 449,- 768,- 578,- 229,- 148,- 37,- 296,- 348,- 299,- 349,- 149,-
89,- 69,- 287,- 126,- 799,- 1247,- 137,- 3599,- 409,- 527,- 119,- 227,- 1599,-
289,- 149,- 297,- 98,- 1599,- 789,- 287,- 126,- 799,- 1247,- 999,- 119,- 227,-

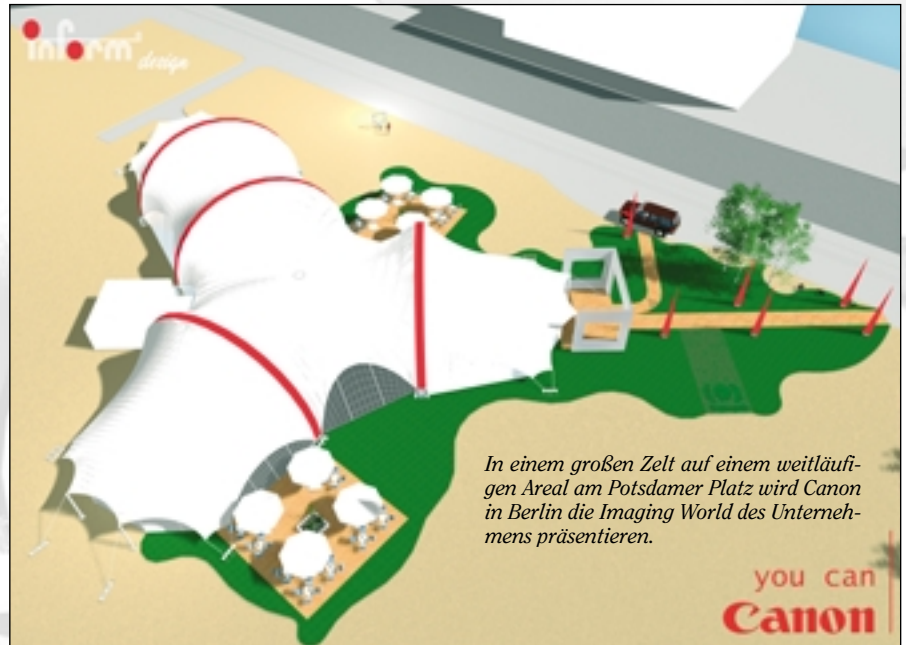


Canon geht während der IFA in Berlin neue Wege High-Tech am Potsdamer Platz

In einem 1.400 qm großen HighTech-Zelt auf einer Gesamtfläche von 6.000 qm will Canon vom 29. August bis 3. September die Imaging World des Unternehmens am Potsdamer Platz in Berlin präsentieren. Dabei sollen sich sowohl Handelspartner als auch Endverbraucher über die neuesten Produkte von Canon informieren können.

„Wir haben uns bewußt für einen außergewöhnlichen Auftritt abseits des gewöhnlichen Messetrubels entschieden, um die Imaging-Lösungen des Weltunternehmens Canon vorzustellen“, erklärte Kai-Kester Löhle, verantwortlicher Manager Communications bei Canon Deutschland dem imaging+foto-contact. „Der Potsdamer Platz ist ein attraktiver Standort im Zentrum des Berliner Geschehens, an dem wir unsere Kunden mit frischen, unverbrauchten Konzepten überraschen können.“

Mit dem neuen Auftritt will Canon nicht nur die IFA-Besucher ansprechen, sondern ebenso die zahlreichen Touristen aus aller Welt, die im August den Weg nach Berlin finden. Für die Handelspartner gibt es einen speziellen VIP-Bereich im Zelt – die Verbindung zum Messengelände wird durch einen exklusiven VIP Shuttleservice gewährleistet, der kontinuierlich zwischen dem Gelände am Funkturm und dem Canon Zelt pendeln soll. Neben dem kompletten Produktportfolio zum Thema Digital Imaging „live und in Farbe“ will Canon dem Fotohandel Gelegenheit geben, in entspannter Atmosphäre Gespräche zu führen und sich ganz nebenbei ein wenig vom Messestreß zu erholen. Segeltuchbespannte Terrassen werden zum Relaxen einladen. Selbstverständlich wird auch für das leibliche Wohl angemessen gesorgt. Mit umfassenden Werbemaßnahmen will Canon in Berlin zur IFA-Zeit Flagge zeigen und das Publikum auf den großen Auftritt am Potsdamer Platz aufmerksam



machen. Das imposante Zelt in den Canon Hausfarben Weiß und Rot wird auch nachts mit strahlender Beleuchtung ein Blickfang am Potsdamer Platz sein. Die große Produktshow wird vom 29. August bis 3. September für Endverbraucher von 12.00 bis 22.00 Uhr geöffnet sein. Händler sind an diesen Tagen von

9.00 bis 12.00 Uhr willkommen. Neben weiteren Events, darunter einem attraktiven Gewinnspiel für den Fotohandel, sollen der große Auftritt in Berlin und das Firmenjubiläum „30 Jahre Canon in Deutschland“ angemessen gefeiert werden. Weitere Einzelheiten werden rechtzeitig vor der IFA bekanntgegeben.



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

Wer hier
nicht wirbt,
fällt auch
nicht auf.



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



Fachtagung des Bundesverbandes der Grosslaboratorien in Weimar

„Was der Kunde will“

Hochkarätige Vertreter aller Mitgliederfirmen nahmen an der Fachtagung des Bundesverbandes der Grosslaboratorien (BGL) teil, die Ende Mai in Weimar stattfand. Wie gewohnt gab es einen konstruktiven Gedankenaustausch über Marktzahlen, technische Probleme und Marketingthemen.

Erstmals fand eine BGL-Fachtagung unter dem Eindruck eines leicht zurückgehenden Bildermarktes statt. Die schwache Konjunktur und die hohe Arbeitslosigkeit, so BGL-Vorsitzender Hubert Rothärmel in seinen Begrüßungsworten, seien an den Finishern nicht spurlos vorübergegangen. 300 Millionen analoge Bilder sind darum – und wohl auch unter dem Einfluß der Digitalfotografie – im vergangenen Jahr weniger hergestellt worden. Besonders die wirtschaftlichen Einflüsse haben nach Ansicht von Rothärmel dabei dazu beigetragen, daß sich die auf der Vorjahrestagung in Salzburg diskutierten Prognosen zur Entwicklung des Film- und Papiermarktes als zu optimistisch erwiesen haben. Dennoch war der BGL-Vorsitzende weit davon entfernt, die Zukunft des Fotofinishings nur in düsteren Farben zu malen. Immerhin habe im vergangenen Jahr ein Zuwachs von 60 Millionen digitalen Bildern einen Teil des Rückgangs im analogen Segment kompensiert, betonte Rothärmel. Kontinuierliche Wachstumsraten zwischen 300 und 400 Prozent bei digitalen Bildern seien durchaus ermutigend. Bedauerlich fand der BGL-Vorsitzende allerdings, daß es in diesem Jahr nicht möglich ist, diesem dynamischen Segment durch eine weitere Gemeinschaftsaktion mit dem Photoindustrie-Verband zusätzliche Impulse zu geben.

Auch Eurocolor Geschäftsführer Bernd Kraus erwartet für dieses Jahr eine deutliche Zunahme digitaler Bilder auf eine Milliarde Stück. Davon, so Kraus, würde voraussichtlich die Hälfte, also 500 Millionen, auf Homeprintern aus-



BGL-Vorsitzender Hubert Rothärmel kommt Vertreter aller Mitgliedsfirmen in Weimar begrüßen.

gedruckt werden, was einer Wachstumsrate von 84 Prozent entspräche. Noch schneller werden nach Überzeugung von Kraus die Dienstleistungs-Segmente wachsen: Bilder vom Terminal beim Fotohandel um 410 Prozent auf 250 Millionen Stück, Minilabs um 183 Prozent auf 150 Millionen Stück und Bestellungen über das Internet um 285 Prozent auf 100 Millionen Bilder.

Der Rückgang im analogen Segment könne so weitgehend kompensiert werden, betonte Kraus. Zwar sei in diesem Jahr nochmals mit einem weiteren Rückgang des Gesamtmarktes um drei Prozent zu rechnen und im Jahr 2004 voraussichtlich mit einer Stagnation. Ab 2005 seien aber wieder Wachstumsraten von rund drei Prozent pro Jahr realistisch. Dabei erwartet Kraus, daß im Jahr 2007 erstmals mehr Bilder von

digitalen Daten als von Filmen in deutschen Großlabors geprintet werden.

Bei Eurocolor entwickelt sich die Zahl der digitalen Bilder nach Angaben von Kraus stetig nach oben. Ende April hatte das Unternehmen 632 Order-It Terminals aufgestellt, bis Ende dieses Jahres sollen es 1.000 werden. Die Auslastung der Geräte lag im Januar bei durchschnittlich drei Aufträgen oder 115 Bildern pro Tag. Nach einem saisonbedingten Rückgang im Februar und März stieg im April die durchschnittliche Bilderzahl pro Tag auf 127 an. Diese Durchschnittswerte, so Kraus, stellten die Situation etwas schlechter dar, als sie wirklich sei: Die im Zuge des Marktaufbaus vergleichsweise hohe Zahl neuer Terminals, die anfangs naturgemäß weniger ausgelastet sind, drücken den Durchschnitt herunter.

Zur Diskussion um einen einheitlichen Standard bei den Bildaufnahme-Terminals erklärte Kraus, am Ende sei nicht die Anzahl der installierten Gerätetypen, sondern ihre Nutzung für den Erfolg ausschlaggebend. Die endgültige Entscheidung läge dabei beim Verbraucher: „Standard wird nicht, was wir beschließen, sondern Standard wird, was der Kunde will“, erklärte der Eurocolor Geschäftsführer.

Warum digital?

Über die Ergebnisse einer Konsumentenbefragung, die CeWe Color gemeinsam mit dem Internet-Portal Digitalkamera.de durchführte, berichtete Hella Meyer, die bei dem Oldenburger Großfinisher für Öffentlichkeitsarbeit und Investor Relations zuständig ist. Die wichtigsten Gründe für den Kauf einer Digitalkamera sei die sofortige Verfügbarkeit der Bilder (94 Prozent) und die Bearbeitung der Aufnahmen am PC (82 Prozent). Dabei unterscheidet sich der Einsatzzweck von Digitalkameras offensichtlich nicht mehr wesentlich von dem eines analogen Gerätes: 64 Prozent der Aufnahmen werden im Urlaub und

bei Familienfesten gemacht. Eine weitere wichtige Botschaft: Immer mehr Digitalkameras ersetzen ihre analogen Pendanten, denn 25 Prozent der Digitalkamera-Besitzer verwenden keine herkömmlichen Geräte mehr. Dafür fotografieren sie besonders häufig: und zwar im Schnitt 300 Aufnahmen im Jahr, von denen 59 Prozent in irgendeiner Weise ausgedruckt werden.

Dabei verliert der heimische Drucker an Attraktivität, während die Bestellungen beim Fotohandel (plus 12 Prozent) und über das Internet (plus 9 Prozent) stark ansteigen. Positiv entwickelt sich auch die Zufriedenheit der Digitalkamera-Besitzer mit der Bildqualität ihrer Fotos. Das seien, so Meyer, gute Voraussetzungen für die Fotofinisher, durch die Entwicklung preiswerter und bequemer Dienstleistungen den Massenmarkt mit Bildern in hoher Qualität auf Fotopapier zu bedienen.

Ein Geschäftsmodell abseits des Fotohandels stellte Thomas Neye, Geschäftsführer von Bilderservice.de, Jena, den Großfinishern in Weimar vor. Das 1998 als E-Commerce-Dienstleister in Weimar gegründete Unternehmen hat sich im vergangenen Jahr auf das Betreiben eines Online-Portals und die Entwicklung von E-Commerce-Lösungen im Bereich Online-Fotofinishing spezialisiert. Dabei werden nicht nur Print-Dienstleistungen angeboten, sondern auch Online-Alben als Instrumente zur Kundenbindung eingesetzt. Die Erfahrungen, so Neye, seien mehr als positiv: Von 1,5 Millionen hochgeladenen Bildern seien 1,245 Millionen sofort bestellt worden, 320.000 davon sogar mehrfach. 265.000 Bilder in 6.200 Alben seien von ihren „Besitzern“ mit Freigaben für den Zugriff durch Dritte versehen worden – diese Gäste hätten 53.000 Abzüge geordert. Auf der Basis dieser Zahlen sieht Neye gute Chancen für die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle im wachsenden Markt für Bild-Dienstleistungen über das Internet.

Die Technik optimieren

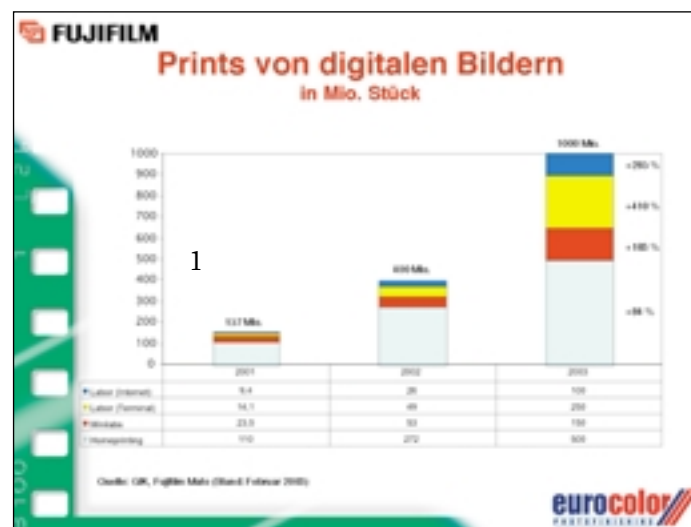
Neben dem Thema Marketing gehört der Austausch über die Lösung technischer Probleme zur guten Tradition der BGL-Fachgespräche. Albert Bakker von der Kodak Fotoservice GmbH und Martin Klein von der Optima Transportorganisations GmbH stellten ein neues

System zur Verbesserung der Logistik vor, das eine spürbare Effizienzsteigerung ermöglicht. Anschließend berichtete Uwe Moser von CeWe Color München über die Ergebnisse eines breitangelegten Tests des Verhaltens von Colorpapier bei digitaler und analoger Ausbelichtung.

Die Entwicklung des Consumer Order Status Information Systems (COSI) bei Kodak war das Thema eines Vortrags von Mathias Heinig. COSI ermöglicht es den Endkonsumenten, telefonisch, per Internet oder über Mobilfunk (WAP) den Status einzelner Aufträge abzufragen. Nutzer, die sich bei Kodak.de regi-



Bernd Kraus stellte in seinem Vortrag interessante Zahlen zum Markt für digitale Bilder und zur Situation bei Eurocolor vor.

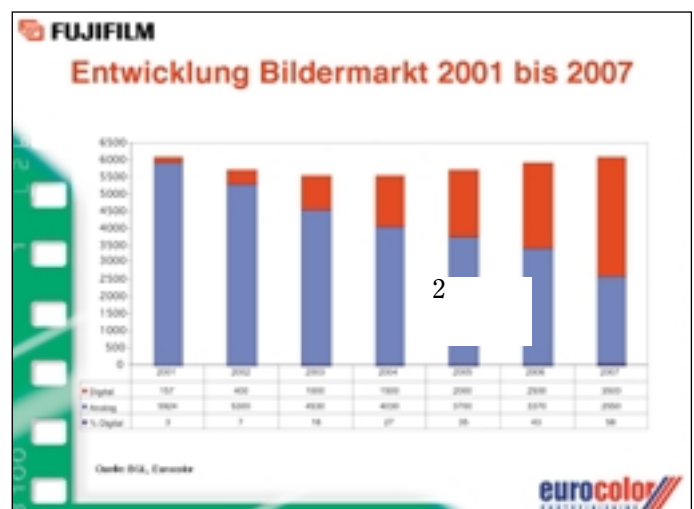


Der Markt für digitale Bilder könnte in diesem Jahr auf eine Milliarde Stück wachsen – mit den höchsten Wachstumsraten bei Terminals im Fotohandel.

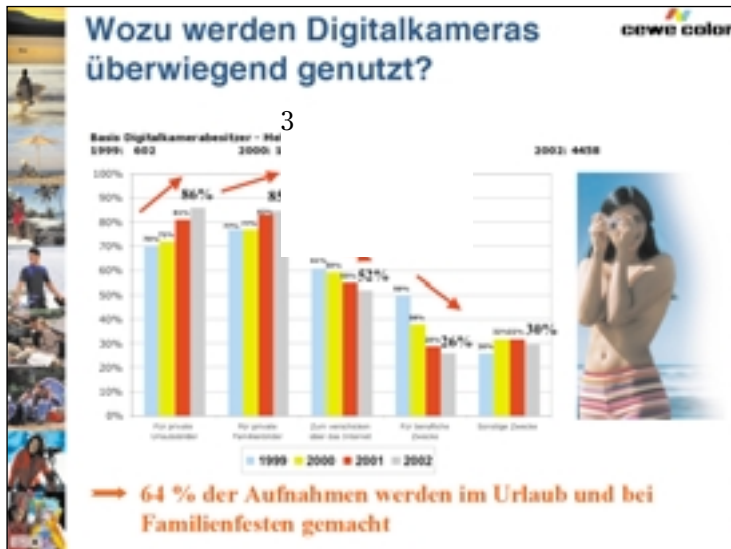
strieren, erhalten automatisch kostenlos eine SMS, wenn die Fotoarbeiten fertig sind.

Die neuesten Ergebnisse des Arbeitskreises Digital im BGL waren das Thema von CeWe Color Vorstandsmitglied Wulf Schmidt-Sacht. Dieser Arbeitskreis hat unter anderem die Aufgabe, die im Digitalzeitalter noch teilweise

recht unterschiedlichen Arbeitsabläufe bei den Finishern soweit zu harmonisieren, daß der Datenaustausch da, wo er im Interesse des Kunden notwendig ist, reibungslos funktionieren kann. Dazu gehört auch die Handhabung der Bildformate angesichts des Problems, daß es für das Seitenverhältnis von digitalen Aufnahmen noch immer keinen



Im Jahr 2007 wird die Zahl der Prints von digitalen Aufnahmen nach Ansicht von Eurocolor Geschäftsführer Bernd Kraus die der Bilder vom Film übersteigen.



Digitalkameras werden in verstärktem Maße genauso eingesetzt wie ihre analogen Pendanten – das hat eine Umfrage von CeWe Color und Digital-kamera.de ergeben.

Zwar wurde 2002 die Mehrzahl der digitalen Ausdrucke auf PC-Druckern hergestellt, die stärksten Wachstumsraten hatte allerdings das Dienstleistungssegment. Im Gesamtmarkt wachsen die Fachgeschäfte deutlich schneller als das Internet. Daß es auf diesem Chart anders aussieht, liegt daran, daß CeWe Color und Digitalkamera.de ihre Umfrage über das Internet durchführten.



Standard bei den Kameraherstellern gibt. Neue Modelle, so Schmidt-Sacht, weisen hier immer öfter ein Verhältnis von 3:2 gegenüber dem früher dominierenden 4:3 auf. Dabei stößt die Realisierung des nächstliegenden Vorschlages, Bilder mit variabler Länge und fester Breite anzubieten, je nach Laborausstattung noch auf technische Probleme. Ein weiteres Diskussions-thema im Arbeitskreis Digital sind zur Zeit auch die Möglichkeiten, die sich aus der steigenden Popularität von Fotohandys ergeben.

Konzepte für die Motivierung und Weiterentwicklung von Personal in Großlaboren stellte Gabriele Scheibel, Geschäftsführerin des Photo+Medienforums, Kiel, den Großfinishern vor. Den neuen Berufsbildern, die im Digitalzeitalter notwendig werden, entsprechen zum Teil auch neue Kompetenzen, die bei den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen entwickelt werden müssen. Das Photo+Medienforum Kiel bietet zu

diesem Zweck unterschiedliche Seminare für technisches Personal ebenso wie für Verkaufsinnen- bzw. -außendienst und Führungskräfte an.

Vodafone macht Bilder mobil

Einen hochkarätigen Gast hatte der BGL mit Dr. Oliver Christian Mauss von der Vodafone D2 GmbH in Düsseldorf gewonnen. Er sprach über den dynamischen Markt für Handyfotografie und stellte die Strategie des Netzwerk-Giganten dar.

So verfügt die Vodafone Gruppe über Beteiligungen an Mobilfunknetzen in 28 Ländern auf fünf Kontinenten und betreut weltweit über 112,5 Millionen Kunden. Mit rund 70.000 Mitarbeitern zählt der Netzbetreiber zu den größten Unternehmen in Europa.

Vodafone Deutschland ist mit 9.000 Mitarbeitern die größte Gesellschaft der Gruppe und betreut 23 Millionen Kunden. Der Umsatz wuchs dabei von

bescheidenen 71 Millionen Euro im Mobilfunk-Startjahr 1992 auf fast 7 Milliarden Euro zum Ende des Geschäftsjahres 2001/2002.

Mit der Entwicklung des Mobilfunkportals „Vodafone life“ soll weiteres Wachstum realisiert werden. Bilder sind dabei ein wichtiger Teil eines umfassenden Konzeptes für eine neue Art der digitalen Mobilkommunikation, zu der auch Spiele und Entertainment gehören.

Um dabei nicht von den Geräteherstellern abhängig zu sein, entwickelt Vodafone jetzt selber Handys. Damit wird man zwar nicht zum Hersteller, aber man legt die Funktionen und auch die Bedienbarkeit fest, die für die neuen Mobilfunkprodukte benötigt werden. MMS bedeutet dabei nicht nur den Versand und Empfang von farbigen Bildern, sondern auch von Text, Ton und Videosequenzen. Mit der Einführung des UMTS Netzes wird sich dies noch beschleunigen. Zur Zeit kostet MMS bis 30 KB für Vertragskunden 0,39 Euro und für CallYa/PrePaid-Kunden 0,59 Euro, 30 KB bis 100 KB 0,99 Euro bis 1,29 Euro.

Seit der Einführung des ersten Vodafone Fotohandys im April 2002 hat sich die Bildauflösung (bei deutlich gesunkenem Preis) vervielfacht und liegt heute zum Beispiel beim Nokia 7650 im VGA-Bereich. Im vierten Quartal dieses Jahres rechnet Dr. Mauss mit mindestens zwei Handys mit je 1,3 Millionen Pixel Auflösung.

Die Anlässe von Handy-Fotos seien deutlich von herkömmlichen Bildern zu unterscheiden, erklärte Mauss. Fotografieren mit dem Telefon sei spontan, momentbezogen, da das Bild im selben Moment betrachtet und versandt werden könne, und vergänglich. „Handyfotos sind zum Mitteilen und Kommunizieren, nicht zum Archivieren“, erklärte der Vodafone Manager.

Beim derzeitigen Stand soll es nicht bleiben: Aus MMS soll, wenn es nach Vodafone geht, Mobile Imaging werden. Die spontanen Bilder, so haben die Marktforscher festgestellt, werden normalerweise innerhalb bestimmter Kreise (auch Communities genannt) ausgetauscht: Familie, Freunde und Kollegen sind die normale Zielgruppe. Die Mitglieder einer solchen Community sind optimalerweise alle mit MMS-fähigen Handys ausgestattet (notfalls hilft

ein Internetlink für nicht MMS-fähige Geräte), kennen die gegenseitige E-Mail-Adresse und beglücken sich ab und an mit der Postkarte eines Digital-



Dr. Oliver Mauss stellt die Strategie von Vodafone auf dem Markt für mobile Digitalfotografie vor.

fotos, die man, wie auf der CeBIT demonstriert, aus fast ganz Europa mit Hilfe des Mobiltelefones versenden kann. Die Zukunft soll weiteres Potential bringen: zum einen durch Chat-Foren und andere Anbindungen ans World Wide Web, aber auch durch interaktives

Möglichst alle MMS Nachrichten sollen bei Vodafone in einem Online-Album gespeichert werden, das nicht nur zur Kundenbindung, sondern auch zum Angebot weiterer Dienstleistungen dienen soll.



TV und sogar über Printmedien. Neben selbstaufgenommenen Bildern sollen die Kunden dabei die Möglichkeit haben, auf passende Angebote vom Vodafone life Portal zurückzugreifen. Gegen das Printen dieser Bilder hat Vodafone überhaupt nichts – allerdings soll der Druckauftrag nach dem Willen des Mobilfunk-Giganten natürlich am liebsten über das Netz verbreitet werden. Digitalstationen, die Speicherkarten entladen oder mit Bluetooth- oder Infrarot-Schnittstellen „netzlos“ funk-

tionieren, sind, daraus machte Mauss keinen Hehl, der Mobilfunkbranche ein Dorn im Auge.

Die anwesenden Finisher nahmen die Ausführungen des Vodafone Managers mit großem Interesse zur Kenntnis. Besonders positiv wurde dabei registriert, mit welcher Selbstverständlichkeit die Mobilfunk-Industrie auf den Spaßfaktor setzt, wenn es darum geht, hochwertige Technik zu verkaufen. Davon, so die einhellige Meinung, könne die Fotobranche noch vieles lernen.

Die COS Memory AG präsentiert: Bestes für hochwertige Kameras!

extrememory®



Compact Flash
32 - 3072 MB



SmartMedia
32 - 128 MB



MultiMediaCard
32 - 256 MB



SecureDigital
32 - 512 MB



Flash CardReader
6-in-1 USB 2.0

So erreichen Sie COS Memory: 06041/968-111
foto@cos-memory.de

Hätten Sie es gewusst? COS Memory ist seit Jahren die Nr. 1 der deutschen Speicher-Distributoren und vertritt namhafte Hersteller direkt.

COS Memory AG erfahren • führend • dynamisch

In der Grobach 22
Telefon: +49 6041/968-0
Web: www.cos-memory.de

D-61197 Florstadt
Telefax: +49 6041/968-199
eMail: info@cos-memory.de

COSAG
COS Memory AG

Multi-Slot Flash-Karten-Gerät von Imation

Mit dem Imation FlashGO! 2.0 bietet das Unternehmen ein Multi-Slot-Gerät an, das mit CompactFlash-Karten Typ I und II, Smart Media-, Multimedia- und Secure Digital-Karten, Memory Sticks und den IBM Microdrive sechs der gängigsten Speicherkarten liest und beschreibt. Das kompakte Gerät ist sowohl für den mobilen als auch den stationären Gebrauch konzipiert. Bei dem Vorgängermodell FlashGO! handelte es sich um ein Single-Slot-Gerät, welches mit Adaptern arbeitete.

Mit FlashGO! 2.0 kann der Anwender ganz einfach und sehr schnell Daten von sechs Flash-Karten auf seinen PC oder sein Notebook übertragen. Das Produkt löst damit das Kompatibilitätsproblem bei der Handhabung unterschiedlicher Endgeräte, wie zum Beispiel Digitalkameras, PDAs und

MP3-Player, die mit unterschiedlichen Speicherkarten arbeiten.

Dank USB-Schnittstelle (kompatibel mit den Versionen 1.0 und 2.0) benötigt FlashGO! 2.0 keine zusätzliche Stromversorgung. Das Gerät mit den kompakten Maßen 6,3 x 9,6 x 1,3 cm (B x L x H) hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 34,86 Euro.

„black version“ der Xacti-Digitalkamera von Sanyo

Sanyo bietet die Xacti VPC-J1 EX jetzt neben der bekannten Farbausführung in Silber auch in Schwarz an.

Mit extrem handlichen Maßen (98 x 57 x 31 mm) paßt die Drei-Megapixel-Digitalkamera in jede Tasche. Ein 2,8faches Zoomobjektiv, eine Makrofunktion ab einem Abstand von zwei Zentimetern und eine echte VGA-Videofunktion runden ihre Ausstattung ab. Mit einer Wake-up-Zeit von 1,2 Sekunden

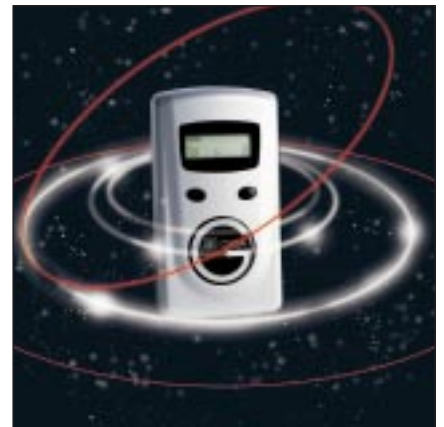
und einer Shutter-Intervall-Zeit von nur 1,6 Sekunden ist die Kamera außergewöhnlich schnell. Mit Hilfe des „voice guide“, der durch das Menü führt, ist die Bedienung der Kamera ganz einfach. Der Anwender kann zwischen dem einfachen Basic- oder umfangreichen Expert-Modus wechseln. Die Kamera hat sowohl in Silber als auch in der neuen „black version“ eine unverbindliche Preisempfehlung von 449 Euro. Die Version in Schwarz ist ab Juli lieferbar. Als witziges Accessoire bietet Sanyo eine trendige Kamertasche im Dalmatinerlook (UVP: 24,90 Euro) an.

Portabler Speicher Giga² von Jobo

Mit dem Giga² bietet Jobo ab sofort erstmals einen mobilen Massenspeicher mit unbegrenztem Festplattenspeicher sowie integriertem Lithium-Ionen-Akku an. Der USB 2.0-Anschluß sowie Steckplätze für sieben verschiedene Speicherkarten ermöglichen es zusätzlich, das Gerät als externen Kartenleser zu verwenden. Ausgeliefert wird der Giga² mit einer auswechselbaren 2,5 Zoll-Festplatte. Je nach

Sommerspecial von JVC und Marco Polo

Seit Ende Juni wird die JVC Marco Polo Limited Edition ausgeliefert. Neben einem hochwertigen JVC Camcorder enthalten die „Travel-Packs“ eine MiniDV-Kassette sowie den großen Europa Reiseplaner 2003/2004 von Marco Polo. Jede Verpackung der insgesamt vier verschiedenen Camcorder, die zu der Sonder-Edition gehören, ist einer anderen europäischen Großstadt gewidmet. Ganz im Zeichen von Dresden steht das Einstiegsmodell D4 Travel, das durch eine extrem schlanke Bauweise besticht. Sein 1/6 Zoll 800.000 Pixel CCD Chip mit Highband-Prozessor bringt eine Auflösung von 520 Linien. Zum Lieferumfang des mit einer USB-Schnittstelle und einem DV-Ausgang ausgestatteten Camcorders zählt das Programm MPEG4 e@sy-e-mail Videoclip-Software. Mit ihm kann das Videomaterial ins MPEG4-Format komprimiert werden. Anschließend können die Clips für die Gestaltung von Webseiten oder als E-Mail-Anhang verwendet werden. Der Camcorder D6 Travel wird im Karton mit Brüssel-Motiv erhältlich sein. Das Gerät hat alle Ausstattungsmerkmale des D4 Travel Camcorders, bietet aber zusätzlich eine Fotofunktion. Der Anwender hat dabei die Wahl zwischen einer XGA- und einer VGA-Auflösung. Fotos werden auf der im Lieferumfang enthaltenen 8 MB MultiMedia-Karte abgelegt. Ebenfalls im Lieferumfang enthalten ist eine Video- und Nachbearbeitungssoftware. In einem Paris-Karton ausgeliefert wird JVCs Basismodell der vertikalen Serie. Der DX5 Travel überzeugt durch einen 7,6 cm LC-Farbmonitor, der einen raffinierten Klapp- und Drehmechanismus aufweist: Der LCD klappt nach oben auf und wird dann in Richtung des Betrachters gedreht. Der Camcorder ist mit einem 800.000 Pixel-Chip, einer USB-Schnittstelle, DV-Ein- und -Ausgang und einem Analog-Eingang ausgestattet. Das Topmodell des Sommerspecials ist der DX9 Travel, der auch über eine Fotofunktion verfügt und im Venedig-Karton angeboten wird. Auch dieses Gerät ist mit einem 800.000 Pixel CCD ausgestattet und bietet bei der Fotofunktion die Auswahl zwischen XGA- oder VGA-Auflösung. Der DX9 Travel hat eine USB-Schnittstelle, einen analogen Eingang sowie einen DV-Ein- und -Ausgang. Der D4 Travel hat einen UVP von 666 Euro, der D6 von 777 Euro. Der UVP für die Hochkant-Camcorder liegt bei 888 Euro für den DX5 und 999 Euro für den DX9.



Bedarf kann der Anwender hier jede handelsübliche Festplatte einsetzen und ist somit nicht auf eine bestimmte Kapazität begrenzt. Das Gerät ist vorgefertigt in einer Version mit 30 Gbyte lieferbar und wird in naher Zukunft auch mit 40 und 60 Gbyte zu haben sein. Zum Lieferumfang gehören, neben dem universellen Netzteil, ein Akkupack (für den mobilen Betrieb), ein USB-Kabel, eine Treiber-CD für PC und Mac und eine mehrsprachige Bedienungsanleitung. Die unverbindliche Preisempfehlung für das von Jobo vertriebene Gerät beträgt 329 Euro.

SONY

5,0 Mega Pixel. Ihr Blick für besondere Bilder.

Die Cyber-shot P10. Mit neuester 5,0 Mega Pixel-Technologie, 3-fach optischem Zoom, kompaktem Aluminiumgehäuse und – sobald Sie die P10 in die Hand nehmen – auch mit einem sicheren Gespür für einmalige Fotos.



Mit Memory Stick 32 MB im Lieferumfang. 'Sony', 'Cyber-shot' und 'Memory Stick' sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan.

Fordern Sie Ihren kostenlosen Testausdruck an. Mehr Informationen unter www.sony.de/cyber-shot

Cyber-shot P10

You make it a Sony

Funktionsvielfalt für kreative Bildkontrolle



Mit der PowerShot G5 stellt Canon das neue Topmodell der PowerShot-Serie vor. Es bietet eine Auflösung von fünf Megapixeln und wendet sich mit einer Vielzahl von automatischen und manuellen Einflußmöglichkeiten an anspruchsvolle Fotografen.

Mit der PowerShot G5 tritt Canon die Nachfolge des erfolgreichen Vier-Megapixel-Modells PowerShot G3 an. Viele der bewährten Ausstattungsmerkmale des Vorgängers wie etwa der dreh- und schwenkbare LC-Monitor hat die G5 übernommen.

Neu ist der CCD-Sensor der Kamera mit einer Auflösung von fünf Megapixeln (2.592 x 1.944 Pixel). Dank der deutlich höheren Bildauflösung werden Details noch präziser abgebildet. Darüber hinaus können entsprechend größere Formate ausgedruckt werden.

Der von Canon entwickelte Bildprozessor DIGIC sorgt für eine hochwertige Signalaufbereitung. Gleichzeitig ermöglicht er schnelle Bildserien von bis zu zwei Bildern pro Sekunde bei elf Aufnahmen hintereinander.

Für die Speicherung der Aufnahmen bietet die Kamera sowohl das unkom-

primierte RAW- als auch das JPEG-Format an.

Vierfach-Zoom

Canons neues Topmodell ist mit einem lichtstarken Vierfach-Zoomobjektiv ausgestattet, das einen Brennweitenbereich von 35 bis 140 mm (äquivalent zum Kleinbildformat) abdeckt. Aufgebaut ist es mit acht Linsen (darunter zwei asphärische) in sieben Gruppen. Mit einer Anfangsöffnung von F2.0 in der Weitwinkelstellung bis F3.0 in der TeleEinstellung ist es besonders lichtstark. Ergänzt wird die Objektiveistung durch einen 4,1fachen Digitalzoom. Makroaufnahmen können mit der PowerShot G5 ohne den Einsatz zusätzlicher Nahlinsen ab einem Aufnahmeabstand von fünf Zentimetern realisiert werden. Auf die Motive scharf gestellt wird wahl-



Über das praktische Funktionsrad an der Kameraoberseite sind die Programme und die Custom-Sets der Kamera leicht wählbar.

weise automatisch durch den Autofokus oder durch die manuelle Einstellung des Fotografen. Im FlexiZone Autofokus kann präzise auf für den Anwender bildrelevante Motivelemente scharfgestellt werden.

Manuell oder automatisch

Zu den Stärken der PowerShot G5 zählt, daß sie sowohl über intelligente automatische Funktionen als auch über zahlreiche manuelle Einstellmöglichkeiten verfügt. Die Kamera bietet neben einer Programmautomatik und einer Zeit- und Blendenaomatik auch die Funktion Manuell, mit der der Anwender individuelle Vorgaben realisieren kann. Für schnelle und unkomplizierte Auf-

Der große, dreh- und schwenkbare Monitor der PowerShot G5 sorgt dafür, daß Motive auch aus ungewöhnlichen Aufnahmepositionen heraus fotografiert werden können.



nahmen sorgen Motivprogramme, beispielsweise für Portrait-, Landschafts- und Nachtaufnahmen. Außerdem wartet die G5 mit Canons Panoramaassistenten für die einfache Erstellung von Panoramabildern und mit einer Videofunktion auf. Video-clips können mit einer maximalen Länge von drei Minuten realisiert werden. Individuelle fotografische Gewohnheiten können über zwei manuell konfigurierbare „Custom-Sets“ gespeichert werden. Sie sind wie die übrigen Programme über das Funktionsrad auf der Kameraoberseite einstellbar.

Zusätzlich zur TTL-Belichtungsmessung kann eine manuelle Belichtungskorrektur durchgeführt werden. Darüber hinaus steht eine Bracketingfunktion für die Aufnahme von Belichtungsreihen zur Verfügung.

Nach der Aufnahme steht eine Histogramm-Funktion für die Analyse der Belichtung zur Verfügung. Sie zeigt anschaulich die Tonwertverteilung der Aufnahme von den Lichtern zu den Schatten. Die Kamera ist mit einem optischen Neutralschicht-Filter ausgestattet, der in den Strahleingang eingeblendet werden kann und für einen erweiterten Belichtungsspielraum sorgt, indem er das auf den Sensor einfallende Licht reduziert. So können Anwender auch bei hellen Umgebungsbedingungen mit weiter geöffneter Blende arbeiten, wenn dies aus gestalterischen Gründen gewünscht wird.

Die Empfindlichkeitseinstellung kann entweder der Kamera automatisch zwischen ISO 50 und ISO 100 überlassen werden oder ist zwischen ISO 50, 100, 200 und 400 wählbar.

Für die Bildbetrachtung verfügt die mit einem Gehäuse in edlem Schwarz ausgestattete Kamera über einen optischen Zoomsucher mit Dioptrienausgleich und über das schwenkbare 1,8" große Farb-TFT-LCD. Mit Hilfe einer Lupenfunktion können aufgenommene Motive mit einer zwei- bis zehnfachen Vergrößerung kontrolliert werden.

Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen der Kamera zählt Canons Direct Print Funktion, die den Anschluß der Kamera an zahlreiche Direct-Print kompatible Drucker von Canon ermöglicht und damit den Druck von Bildern auch ohne PC. Reicht der interne Blitz der Kamera nicht aus, kann über den Blitzschuh eines der optional erhältlichen Canon Speedlite EX-Blitzgeräte angeschlossen werden. Wie beim integrierten Blitz ist die Langzeitsynchronisation, verbunden mit der Belichtung auf den 1. oder 2. Verschlussvorhang, möglich. Zum Lieferumfang der ab Ende Juni ausgelieferten Kamera zählen eine 32 MB CF-Card, ein Lithium-Ionen Akku, ein Ladeteil und Canons umfangreiches Softwarepaket.

Optional steht umfangreiches Zubehör mit beispielsweise einer Nahlinse für extreme Makroaufnahmen oder Weitwinkel- und Telekonverter für die Erweiterung des Brennweitenbereichs zur Verfügung.

Die PowerShot G5 hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 899 Euro. höl

Ihre Partner für Foto und Digital Imaging!

Bremaphot

Biedebach & Co. (GmbH & Co.)

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

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

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

Dinkel KG

80336 München • Landwehrstr. 6

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

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

Hansephot GmbH

18184 Neuendorf • Mecklenburger Str. 5

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

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

Kleffel + Aye

(GmbH & Co.)

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

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

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

Photo Universal

Kleiber GmbH & Co. KG

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

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

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

Carl Wöltje

GmbH & Co. KG

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

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

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

Ihre Fachberater für den Einkauf in 2003



Mit der Coolpix 5400 präsentiert Nikon eine Fünf-Megapixel-Digitalkamera, die neben zahlreichen Automatikfeatures auch eine Vielzahl von individuell beeinflussbaren Komponenten zu bieten hat.

Die Kamera mit einer effektiven Auflösung von 5,1 Megapixeln bietet vielerlei gestalterische Möglichkeiten, die bisher SLR-Kameras vorbehalten waren. Ihre Funktionsvielfalt, die Serienbildfunktion, die hohe Aufnahmebereitschaft in Kombination mit einer kurzen Auslöseverzögerung machen sie zu einer Alternative für ambitionierte Fotografen.

Die Coolpix 5400 wurde mit einem robusten Magnesium-Gehäuse ausgestattet und präsentiert sich im gewohnt schwarzen Oberflächenfinish.

Ausgestattet mit einem Nikkor-Objektiv, dessen Vierfach-Zoom einen Brennweitenbereich von 28–116 mm im Vergleich zum Kleinbildformat abdeckt, ist die Kamera gleichermaßen für Landschaftsaufnahmen als auch für Fotos innerhalb begrenzter Räume geeignet. Aufgebaut ist das hochwertige Objektiv aus neun Linsen in vier Gruppen, darunter zwei asphärische und eine ED-Glaslinse.

Die optimale Schärfe der Aufnahmen ermittelt ein schneller Autofokus, der

Nikon Coolpix 5400

Starke Kamera für Kreative

die Entfernung durch das Objektiv mißt (TTL). Makroaufnahmen ermöglicht die Kamera ab einem Abstand von lediglich einem Zentimeter, was laut Aussage von Nikon (Stand: März 2003) die kürzeste Naheinstellgrenze digitaler Kompaktkameras ist.

In der Coolpix 5400 kommt ein neuartiger CCD-Sensor zum Einsatz, der für ein optimales Zusammenspiel mit der Nikkor-Optik und den Bildoptimierungsfunktionen konstruiert wurde. Zur

Optimierung der Bildqualität trägt aber auch der neue RGB-PrimärfarbfILTER bei, der an die Farbwahrnehmung des menschlichen Auges angepaßt wurde. Insgesamt zeichnet sich das neue Bildverarbeitungssystem der Kamera durch eine verbesserte Farbwiedergabe, eine höhere Kantenauflösung und gleichmäßigere Farbübergänge aus.

Tempomacher

Bereits drei Sekunden nach dem Einschalten ist die Coolpix 5400 einsatzbereit und eignet sich damit für die Aufnahme von Schnappschüssen. Auch die Auslöseverzögerung ist so kurz, daß sie kaum wahrgenommen wird. Serienaufnahmen können mit drei Bildern pro Sekunde bei bis zu sieben aufeinanderfolgenden Fotos realisiert werden.

Für die Aufnahme von Bewegungsabläufen steht ein besonderer Modus zur Verfügung, der dank eines vergrößerten Pufferspeichers Bilder kontinuierlich in Serie aufnehmen kann – die letzten fünf Aufnahmen werden dabei jeweils gespeichert.

Neben der Aufnahme von Fotos können mit der neuen Nikon-Digitalkamera auch Videosequenzen mit Ton aufgezeichnet werden. Dabei stehen für die



Der ausklappbare und frei schwenkbare Monitor zeigt ein helles Bild und erlaubt Aufnahmen auch aus ungewöhnlichen Positionen.

Wiedergabe auf VGA- und Fernsehbildschirmen die optimalen Auflösungen VGA (640 x 240 Pixel) und QVGA (320 x 240 Pixel) zur Verfügung.

Insgesamt 15 Motivprogramme, darunter „Portrait“, „Party/Innenaufnahme“, „Nachtportrait“ oder „Strand/Schnee“ sorgen beispielsweise im Urlaub oder auf Partys für unkompliziertes Fotografieren.

Ein umfangreiches optionales Zubehörprogramm sorgt bei der Coolpix 5400 für großen fotografischen Spielraum. So sind der Weitwinkelvorsatz und der Televorsatz, die für die Coolpix 5700 vorgestellt wurden, auch mit dem neuesten Nikon-Modell einsetzbar. Speziell für die Coolpix 5400 wurde die Gegenlichtblende HN-CP10 entwickelt. Sie besitzt ein 77-mm-Gewinde zur Aufnahme von Filtern. Ergänzt wird das Programm durch einen Diakopiervorsatz, Kabelfernauslöser und einen Fisheyevorsatz. Über den Zubehörschuh der Coolpix 5400 können Nikon-Blitzgeräte wie das SB-50DX verwendet werden.

Die Kamera wird seit Ende Juni ausgeliefert und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 999 Euro. höl

Wir entwickeln Ihr Bildergeschäft.



Innovationen

Produkte

Dienstleistungen

Systeme

Verkaufsförderung

Lassen Sie Ihre Kunden für sich arbeiten!

HomePhotoService
Foto-Bestellsoftware für zu Hause

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

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


cewe color
Wir entwickeln Ihr Bildergeschäft.



Mit edlem Magnesium-Spritzguß-Gehäuse

Mit der Caplio G3 model S stellt Ricoh eine verfeinerte Version der Anfang des Jahres vorgestellten Caplio G3 vor. Zu den Neuerungen zählt ein robustes Gehäuse aus einer Magnesium-Legierung.

neueste Ricoh-Digitalkamera bietet wie schon ihr Schwestermodell eine extrem kurze Auslösereaktion von lediglich 0,14 Sekunden (gemessen vom Auslöser-Drücken bis zum Belichtungsbeginn in der Autofokus-Funktion). Laut Aussage von

Beginn der Belichtung bezeichnet. Während dieser Zeitspanne muß der Autofokus die Schärfe einstellen. Je kürzer die Auslöseverzögerung, um so dichter liegen Auslöserdrücken und Bildaufnahme beisammen. Ein Problem vieler Digitalkameras liegt in ihrer langen Auslöseverzögerung, so daß häufig Motive nicht genau in dem Moment abgelichtet werden können, den der Verbraucher sich wünscht. Der Grund dafür, daß bei analogen Kameras eine solch lange Verzögerung nicht auftritt, ist ein anderes Autofokus-System (Abb. A). Bei analogen Kameras ermitteln spezielle Sensoren die Schärfe, damit das Objektiv blitzschnell auf das Motiv fokussiert werden kann. In Digitalkameras dagegen fungieren CCDs als Bildempfänger. Sie werden für die automatische Scharfstellung genutzt und verschieben dafür das Objektiv so lange hin und her, bis die Schärfe stimmt. Dieser Vorgang benötigt Zeit, was die längere Auslöseverzögerung bei Digitalkameras erklärt.

Die kurze Auslöseverzögerung von 0,14 Sekunden der Caplio G3 model S beruht auf ihrem hybriden Autofokus-

Das neue Magnesium-Spritzgußgehäuse der Caplio G3 model S sorgt dafür, daß die Kamera gut geschützt ist gegen äußere Einflüsse, gleichzeitig aber kaum Gewicht auf die Waage bringt. Beibehalten wurde die abgerundete, elegante Form, die zu einer besonders guten Handhabung der Kamera beiträgt. Zu ihren inneren Werten zählen ein CCD mit einer Auflösung von 3,24 Megapixeln und ein dreifach optisches Zoomobjektiv, das eine Brennweite von 35 bis 105 mm im Vergleich zum Kleinbildformat bietet. Zusätzlich steht ein 3,4facher Digitalzoom zur Verfügung.

Zu den weiteren Vorzügen der Caplio G3 model S zählt ihre Makrofunktion mit einer Naheinstellgrenze von lediglich einem Zentimeter, mit der problemlos kleinste Insekten, Blüten oder Miniatur-Gegenstände ganz groß herausgebracht werden können.

Laut einer Markterhebung (Quelle: MediaNord), die die Wünsche der Verbraucher in bezug auf Digitalkameras ermittelt hat, steht eine geringe Auslöseverzögerung ganz oben auf der Liste der gewünschten Features. Die

Dietmar Franken, Leiter der Düsseldorf Niederlassung Kameras im Digital Solution Center von Ricoh Europe BV, ist sie damit nach wie vor die schnellste Digitalkamera in ihrer Klasse. Möglich wird dies durch den Einsatz eines hybriden Autofokus-Systems.

Hybrides Autofokus-System

Mit dem Begriff „Auslöseverzögerung“ wird in der Regel die Zeit vom vollen Durchdrücken des Auslösers bis zum

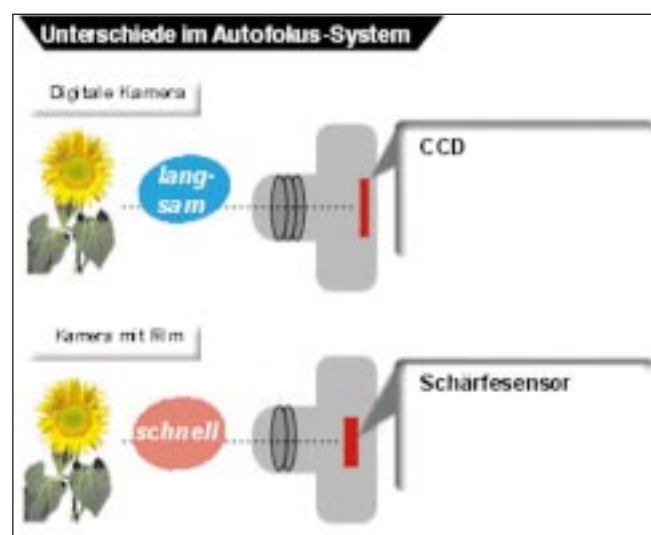


Abb. A: Während Digitalkameras (oben) die Schärfe-Information mit Hilfe des Bildes auf dem CCD ermitteln und Zeit für das Hin- und Herbewegen des Objektivs zum Abgleich der Fokussierung benötigen, ermitteln bei analogen Kameras spezielle Sensoren den Abstand zum Motiv, so daß das Objektiv direkt in die Position für die beste Fokussierung gebracht werden kann.

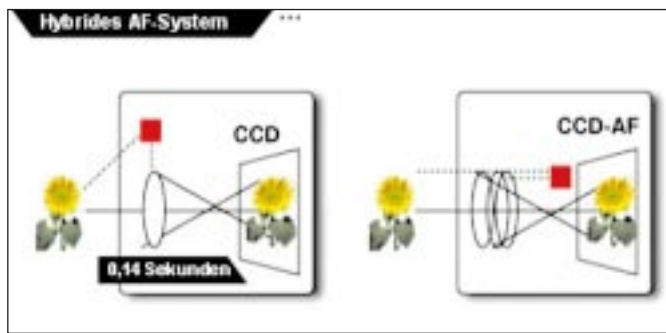


Abb. B: Die Caplio G3 model S von Ricoh verfügt über ein hybrides Autofokus-System. Dieses bietet ergänzend zur automatischen Scharfstellung auf dem CCD-Bildempfänger (zeitraubende Standardmethode der Digitalkameras) einen „externen Autofokus“. Dieser mißt bei jedem Druck auf dem Auslöser die Entfernung zum Objekt. Aus seinen Meßdaten wird die Objektiv-einstellung bestimmt, so daß der Motor das Objektiv sofort und direkt in die richtige Fokussposition bringen kann.

System, das die Vorteile von externen Sensoren und der Schärfemessung durch das Objektiv kombiniert (Abb. B). Darüber hinaus sorgen sechs Motivprogramme für Portrait, Landschaft, Nachtszenen, Text und hohe Empfindlichkeit mit den entsprechenden Voreinstellungen für ein Gelingen auch von spontanen Schnappschüssen.

Über eine spezielle Taste können aus jeder Aufnahmefunktion heraus sofort die Bildergebnisse auf dem 1,6 Zoll großen Monitor betrachtet werden. Bei Aufnahmen unter schwachen Lichtverhältnissen hellt sich der Monitorbildschirm automatisch auf, so daß die Wahl des passenden Bildausschnitts erleichtert wird.

Darüber hinaus besteht für derartige Aufnahmesituationen die Möglichkeit, Reihenautomatiken sowohl für die Ermittlung der passenden Belichtung als auch des optimalen Weißabgleichs durchzuführen.



Dietmar Franken brachte bei seinem Besuch der imaging+foto-contact Redaktion die neue, schlanke Ricoh-Digitalkamera im edlen Magne-sium-Spritzguß-Gehäuse mit.

Variable Energieversorgung

Für die Energieversorgung der Kamera stehen dem Anwender die Alternativen Lithium-Ionen Akku, zwei Alkali-Mangan-Batterien, zwei Nickel-Metallhydrid-Akkus oder auch der Einsatz eines Netzteiles zur

Auswahl. Neben der Aufnahme von Fotos können mit der Digitalkamera auch Videosequenzen von bis zu 120 Sekunden Länge mit Ton im AVI-Format aufgezeichnet werden. Darüber hinaus lassen sich Fotos um bis zu acht Sekunden lange, gesprochene Kommentare ergänzen. Auch der Einsatz der Digitalkamera als Diktiergerät ist möglich.

Image-Memo-Funktion

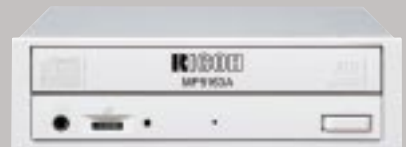
Mit Hilfe der in der Caplio G3 model S erstmalig eingesetzten Image-Memo-Funktion bietet sich dem Anwender eine simple Möglichkeit, um Ordnung in seine digitale Bildersammlung zu bringen. Mit der Kamera können Aufnahmen in einfach einrichtbare Kategorien eingeordnet und mit Texten versehen werden. Dafür werden zuvor Textkommentare und Kategorien mit Hilfe der Software „Ricoh Gate La“ auf dem heimischen Computer erzeugt und auf die Kamera übertragen. Zusätzlich können über die Kamera mit Hilfe einer Display-Tastatur auch direkt Texte eingegeben werden.

Multi-Shot Serienaufnahmen

Die Caplio G3 model S stellt dem Anwender verschiedene Multi-Shot-Serienfunktionen zur Verfügung. In der M- und S-Serienbildfunktion nimmt die Kamera 16 Aufnahmen in Abständen von 0,13 Sekunden auf und speichert sie zusammenmontiert als ein Bild ab. Bei der M-Funktion sind es die letzten 16 Bilder vor dem Loslassen, bei der S-Funktion nach dem Loslassen des Auslösers. Mit beiden Funktionen lassen sich prima Bewegungsabläufe, beispielsweise beim Golf etc., analysieren.

High Speed-Brenner MP5163A-DP von Ricoh

Bedingt durch die starke Nachfrage nach digitalen Kameras und Camcordern steigt auch die Nachfrage nach Brennern, um digitales Bildmaterial auf CDs und DVDs archivieren zu können. Mit dem



DVD+RW/+R Brenner MP5163A-DP präsentiert Ricoh einen Hochgeschwindigkeitsbrenner, der eine 16fache Schreibgeschwindigkeit (CD-R), eine 10fache Wiederbeschreib- (CD-RW) und eine 40fache Lesegeschwindigkeit bietet. DVDs beschreibt er mit 4facher Geschwindigkeit, wiederbeschreibt sie mit 2,4facher Geschwindigkeit und bietet eine 12fache Lesegeschwindigkeit. Der Brenner unterstützt das „+VR (Video Recording) Format“ für eine bequeme Bearbeitung von Videodatenmaterial bei Erhalt der Kompatibilität. Die „JustLink“-Technologie von Ricoh vermeidet sogenannte Buffer Under-run-Fehler, die beim Beschreiben von CD-R/RW-Medien auftreten können.

Die mit dem Brenner gefertigten Medien weisen eine hohe Kompatibilität zu den meisten herkömmlichen DVD-Playern und DVD-ROM-Laufwerken auf. Der Brenner, der sowohl horizontal als auch vertikal installiert werden kann, hat die Maße 148 x 198 x 42 mm (B x T x H).

Über die reguläre Standard-Serienbildfunktion können Fotos in Intervallen von 0,3 Sekunden aufgezeichnet werden.

Die Kamera verfügt über einen internen 8 MB großen Speicher, der zusätzlich um Secure Digital Memory Cards ergänzt werden kann.

Die Caplio G3 model S wird ab Mitte Juli ausgeliefert und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 329 Euro.

höl

Unterwassergehäuse und μ [mju:] Digital Kit für Digitalkameras von Olympus

Olympus bietet drei Unterwassergehäuse für die Digitalkameras C-5050Zoom, μ [mju:] Digital sowie für die C-50Zoom an. Mit dem perfekt auf die Camedia C-5050Zoom abgestimmten Unterwassergehäuse können ambitionierte Fotografen das 5-Megapixel-Modell auch unter Wasser uneingeschränkt nutzen und Bilder in bis zu 40 m Tiefe aufnehmen. Egal ob beim Schnorcheln oder bei Trekkingtouren im feuchten Tropenwald, die ebenfalls bis 40 m wasserdichten Gehäuse für die μ [mju:] Digital-Modelle sowie für die C-50Zoom ermöglichen



den Einsatz in vielen Fotosituationen. Das Unterwassergehäuse PT-015 für die C-5050Zoom hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 209 Euro, das PT-016 für die μ [mju:] Digital-Modelle von 159 Euro und das PT-014 für die C-50Zoom von 199 Euro. Olympus bietet für die Digitalkameras der μ [mju:] Serie ein leistungsstarkes Zubehörpaket an. Das μ [mju:] Digital Kit umfaßt eine speziell auf die digitalen μ [mju:] Modelle zugeschnittene Ledertasche, eine 64 MB xD-Picture Card sowie einen Lithium-Ionen-Akku. Nach oben abgerundet wird das attraktive Angebot durch die Camedia Master Pro 4.1-Software sowie ein Booklet mit vielen interessanten Informationen rund um das Thema Digitalfotografie. Das μ [mju:] Digital Kit ist bereits lieferbar.

Einsteiger-Digitalkamera von Fujifilm

Mit der FinePix A210 stellt Fujifilm eine einfach zu bedienende Digitalkamera vor, die eine effektive Auflösung von 3,2 Megapixeln bietet. Die Kamera ist mit einem Dreifach-Zoomobjektiv und einem intelligenten Weißabgleich ausgerüstet. Mit der xD-Picture Card nutzt das Unternehmen ein genauso kleines wie leistungsfähiges Speichermedium, das Fujifilm bereits für diesen Sommer in einer Kapazität von 512 MB angekündigt hat. Die Stromversorgung der Kamera erfolgt über zwei handelsübliche Akkus vom Typ Mignon. Im Automatikmodus wird die Einstellung von Schärfe und Belichtung über die Kamera geregelt. Darüber hinaus ist es möglich, die Belichtung zwischen den Werten -2,1 und +1,5 auch manuell zu korrigieren. Über die Videofunktion können ohne Ton bis zu 240 Sekunden im 160 x 120 Pixel-Modus und 60 Sekunden mit einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln aufgenommen werden. Die Wiedergabe der Videos ist über den eingebauten PAL- oder NTSC-Modus

möglich. Die FinePix A210 ist ab August lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 299 Euro. Optional ist eine Docking-Station für 79 Euro (UVP) lieferbar.

Kartenleser für xD-Picture Card

Mit dem XD-Reader bietet Jobo einen Kartenleser speziell für das von Fujifilm und Olympus eingeführte Speichermedium xD-Picture Card an. Klein und leicht ist das Gerät der ideale Begleiter für unterwegs. Der Anschluß an einen PC oder Macintosh erfolgt über die USB-Schnittstelle. Eine LED leuchtet für die Dauer des Datentransfers. Sobald das Lesegerät an den Computer angeschlossen ist und eine Karte eingelegt wird, erscheint ein entsprechendes Laufwerkssymbol auf dem Desktop. Durch einfaches Anklicken und Bewegen der Objekte lassen sich Daten von der Karte auf den Computer oder umgekehrt transferieren. Der Jobo XD-Reader wird inklusive Treiber und USB-Kabel ausgeliefert. Die Spannungsversorgung bezieht das

Gerät über die USB-Schnittstelle. Der empfohlene Verkaufspreis liegt bei 39 Euro.

Multifunktionsgerät von Hewlett-Packard

Digitales Fotolabor, hausinterner Copy-Shop, 3D-Scanner, das alles bekommt der Anwender mit dem neuen HP PSC 2175. Das Multifunktionsgerät druckt und kopiert bis zu 18 Seiten in Schwarz-weiß pro Minute und 13 Seiten in Farbe. Für optimale Druckergebnisse sorgt dabei eine Auflösung von 4.800 x 1.200 dpi. Optional steht mit der HP Fotodruckpatrone Nr. 58 auch die HP PhotoREt IV-Technologie zur Verfügung. Über mehrere Speicherkarten-Steckplätze können Fotos direkt ausgedruckt werden. Ein Service-Plus für Digitalfotos ist der HP Indexdruck, mit dem sich eine Übersicht zur bequemen Vorauswahl drucken läßt. Als Flachbettscanner erfaßt der HP PSC 2175 auch Vorlagen in 3D und bietet dabei eine Auflösung von 1.200 x 2.400 dpi. Das zweizeilige LCD, direkte Funktionstasten sowie die automatische Papiererkennung sorgen für einen hohen Bedienkomfort. Seit Mitte Juni ist das Multifunktionsgerät lieferbar. Es hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 249 Euro.

Sony senkt Preise für den Memory Stick

Seit Anfang Juni kostet der Memory Stick Select nur noch 110 Euro (UVP) anstelle von zuvor 170 Euro (UVP). Beim Memory Stick Pro gibt es seit Juni 1 GB Speicherkapazität bereits für 670 Euro (UVP), 512 MB für 335 Euro (UVP) sowie 256 MB für schlanke 135 Euro (UVP). Zu guter Letzt betrifft die Preissenkung auch den meistverkauften Memory Stick MSA-128A mit 76 Euro (UVP) und den neuen Memory Stick Duo MSGM-64A mit 65 Euro (UVP).

www.dimagext.de

Über die zur CeBIT vorgestellte und ab sofort lieferbare 3,2 Megapixel-Digitalkamera DiIMAGE Xt können sich Interessenten auf einer speziell eingerichteten Webseite unter der Adresse: www.dimagext.de informieren. Die interaktive Händlersuchfunktion führt den Kunden schnell zum Minolta-Fachhändler in seiner Nähe.

be extra
DIMAGE Xt



Das Leben bietet Extras satt.

Gut, wenn man sie jederzeit festhalten kann.

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



MINOLTA

The essentials of imaging

www.dimagext.de

Der einfache Weg zum digitalen Bild

Zuwachs für Kodaks EasyShare System



EasyShare DX6440 Zoom Digital Camera

Insgesamt drei neue Digital-kameras des EasyShare Systems stellt Kodak vor. Dabei reicht das Angebot von der hochwertigen Kamera für ambitionierte Fotografen bis zur preiswerten Schnappschußkamera. Allen drei Kameras gemeinsam ist die einfache Bedienbarkeit.

Mit der EasyShare DX6440 Zoom Digital Camera präsentiert Kodak eine Vier-Megapixel-Digitalkamera, die mit



EasyShare CX6330 Zoom Digital Camera

einem hochwertigen Schneider-Kreuznach-Objektiv ausgestattet ist. Es deckt einen Brennweitenbereich von 33 bis 132 mm (entsprechend Kleinbild) ab. Neben zahlreichen automatischen Funktionen bietet die Kamera auch sehr viele individuelle Einflußmöglichkeiten, beispielsweise für die Einstellung der Lichtempfindlichkeit (variabel zwischen ISO 100, 200 und 400), den Weißabgleich (vier Einstellungen) oder die manuelle Belichtungskorrektur. Durch ein attraktives Zubehörangebot läßt sich ihr Einsatzspektrum zusätz-

lich erweitern. So können beispielsweise über einen Objektivadapter mit 37 mm Filtergewinde Kodak Weitwinkel-(0,6fach) und Tele-Konverter (2fach) angeschlossen werden. Ein modernes, passives Autofokussystem sorgt für eine geringe Auslöseverzögerung (lediglich 0,4 Sekunden im Sport-Mode). Dank des EasyShare-Systems ist die Kamera, die eine unverbindliche Preisempfehlung von 450 Euro hat, trotz aller Funktionsvielfalt einfach zu bedienen.

Eine digitale Schnappschuß-Kamera ist das Drei-Megapixel-Modell EasyShare CX6330 Zoom Digital Camera von Kodak. Neben der Programmautomatik besitzt die Kamera vier Motivprogramme für Sport-, Nacht-, Landschafts- und Nahaufnahmen, für die die wichtigsten Einstellungen bereits gespeichert sind. Weitere Ausstattungsmerkmale sind das optische Dreifachzoom, das eine Brennweite von 37–111 mm umgerechnet aufs Kleinbildformat bietet, und der Mehrzonen-Autofokus, der auch bei schwierigen Lichtverhältnissen scharfstellt. Ein Orientierungssensor registriert die Ausrichtung der Kamera im Hoch- und Querformat, so daß die Bilder auf dem Display automatisch richtig angezeigt werden. Neben der Aufnahme von Fotos können mit der CX6330 Zoom Digital Camera auch Videosequenzen aufgezeichnet werden. Die Kamera ist seit Juni lieferbar und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 330 Euro.

Für einen UVP von 149 Euro bietet Kodak die EasyShare CX6200 Digital Camera mit einer Zwei-Megapixel-Auflösung an. Letztere wird ergänzt durch

ein von Kodak entwickeltes kamera-internes Farbmanagement für eine hohe Farbqualität. Die Kamera verfügt über eine feste Brennweite von 37 mm (entspricht Kleinbild) und ein digitales Dreifachzoom. Dank eines internen Speichers von 8 MB kann auch ohne Speicherkarten fotografiert werden. Mit SD- und Multimedia-Karten läßt sich die Aufnahmekapazität erweitern. Kodak bietet zu allen drei Digitalkameras als Zubehör die Kamera-Station 6000 an, die die Digitalfotos auf Knopfdruck überträgt und die Batterien auflädt. Noch einfacher an Fotos gelangen Anwender mit dem EasyShare Printer Dock 6000, mit dem ohne Umweg über



EasyShare CX6200 Digital Camera

den Computer Bilder im Format 10 x 15 cm ausgedruckt werden können. Ein Bild gibt der Thermosublimationsdrucker in weniger als zwei Minuten aus. Alle Kameras verfügen über den „Share“-Knopf und werden zusammen mit Kodaks EasyShare-Software ausgeliefert. Mit ihr lassen sich digitale Bilder einfach und bequem bearbeiten, e-mailen, in Alben organisieren und für den Druck vorbereiten. höl



NORITSU

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



QSS-3000

Analog & Digital, 600 Bilder/h*

* 9 x 13 cm

Seit ihrer Gründung vor 14 Jahren ist es für die FotoWerkstatt in Brühl zur Tradition geworden, Profi-Materialien und -Geräte von Kodak durch das Team um die beiden Inhaber Michael Belz und Wolfgang Kornfeld im Alltagseinsatz testen zu lassen. Das neueste Gerät, das sich in

Deutschlands größtem privaten Weiterbildungszentrum für Fotografie einer kritischen Begutachtung unterziehen mußte, ist der Kodak Professional 8500 Digital Photo Printer.

„Das Gerät hat uns vom ersten Tag an in allen Belangen begeistert“, faßte Wolfgang Kornfeld seine Eindrücke im Gespräch mit imaging+foto-contact zusammen. Der Spaß mit dem aktuellen Kodak Drucker habe bereits bei der Installation begonnen. „Ein solches Gerät ist für mich schlichtweg ein Handwerkszeug“, so Kornfeld. „Ich habe weder Zeit noch Lust, mich mit der Installation von Software aufzuhalten oder die Frage klären zu müssen, wie ich das Gerät zum Laufen kriege. Etwas, das nicht nach dem Plug & Play-Prinzip funktioniert, hat in unserem Unternehmen keine Chance.“

Diese erste Hürde hat der Kodak Professional 8500 Digital Photo Printer in der Fotowerkstatt ohne Probleme bestanden. Die Software-Installation und die anschließende Inbetriebnahme auf Macintosh-Rechnern funktionierten reibungslos, und auch die Bedienung stellte keine Probleme dar.

Der 8500 Drucker arbeitet aber nicht nur mit Macintosh (ab Mac OS 9.x), sondern auch mit Windows-Betriebssystemen, und zwar mit Windows 98/Me/NT 4.0/2000 und XP. Dank seiner offenen Systemarchitektur läßt er sich problemlos in bestehende Workflows und Netzwerke integrieren. Die Kommunikation mit dem Rechner erfolgt dabei über ein USB- oder ein serielles Kabel. Entscheidend für den Einsatz des Druckers ist letztlich die Bildqualität. Auch hier zeigte sich Kornfeld sehr zufrieden. „Der 8500er läßt sich für alle Printformate bis maximal 20 x 25 cm einsetzen und überzeugt bei allen Druckaufgaben durch hervorragende Bildqualität“, betonte Kornfeld. „Die Druckauflösung von 314 ppi und die

Kodak Professional 8500 Digital Photo Printer im Praxiseinsatz

Schnelle Drucke in überzeugender Qualität

neuen Ektatherm Druckmedien, die es mit glänzender und matter Oberfläche gibt, sorgen für echtes Foto-Feeling.“

Einen wichtigen Pluspunkt sammelt das Gerät dadurch, daß die Prints so aussehen wie das Monitorbild. Zwar sei die Beurteilung einer Aufnahme prinzipiell subjektiv, „aber wenn man davon ausgeht, daß geschulte Fotografen ihre Monitore so eingestellt haben, daß sie die nach ihrem Empfinden optimalen Ergebnisse erhalten“, so Kornfeld, „dann kann man beim 8500 Drucker sicher sein, keinen Ausschuß zu produzieren, wenn man mit dem Monitorbild einverstanden ist.“

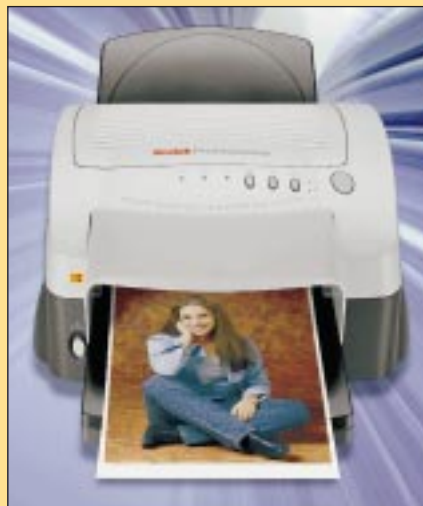
Einen weiteren Pluspunkt verbucht der Drucker durch die Druckgeschwindigkeit: Sind die Bilddaten vom Rechner

eigne sich damit vor allem für Einsätze, bei denen es entweder auf Bilddurchsatz in kurzer Zeit ankomme oder bei denen ein Kunde auf die fertigen Prints warte, also zum Beispiel beim Paßbild- oder Bewerbungsfotogeschäft.

Bei den betriebswirtschaftlichen Aspekten sah Kornfeld vor allem den Vorteil, daß sich die Kosten pro Print exakt feststellen lassen. Da der Inhalt der Verkaufsverpackungen so berechnet sei, daß Papier und Farbbänder immer gleichzeitig zu Ende gingen, ergebe sich ein klar kalkulierbarer Betrag pro Bild von ca. 2,10 Euro. Kornfeld: „Darin zeigt sich ein deutlicher Vorteil gegenüber Tintenstrahldruckern, bei denen die Kosten pro Print vom verwendeten Papier und vom Motiv abhängen und extrem stark differieren können.“

Nicht zu unterschätzen sei außerdem auch hier der Handhabungsvorteil: „Beim Thermoverfahren spielt es keine Rolle, wenn ein Farbband plötzlich zu Ende geht“, erläuterte Kornfeld. Beim Tintenstrahler könne es dagegen zu Farbabweichungen führen, wenn mitten im Druck eine Farbkartusche ersetzt werden müsse. Darüber hinaus sei es mit dem Thermodruck auch wesentlich einfacher, Aufnahmen exakt zu reproduzieren. „Wenn ich eine Aufnahme mit unveränderten Einstellungen vom selben Rechner aus zum Drucker schicke, dann erhalte ich auch nach Wochen und Monaten noch ein Ergebnis, das mit dem ersten Print identisch ist“, meinte Kornfeld.

Alles in allem stellt der Kodak Professional 8500 Digital Photo Printer für die FotoWerkstatt eine überzeugende Alternative zu anderen Druckverfahren und Geräten dar. Kornfeld: „Wir werden den Drucker zukünftig bei allen Printaufgaben bis zum Maximalformat von 20 x 25 cm einsetzen.“



zum Spooler geschickt, dann dauert es 75 Sekunden, bis der Druck vorliegt. „Und zwar so, daß ich ihn in die Hand nehmen kann, ohne Gefahr zu laufen, daß die Farben verschmieren“, betonte Kornfeld. Dies sei bei vielen Tintenstrahldrucken der Fall. Der Drucker

Canon

DIGITAL LIFE!

Powershot G5

**Das neue Topmodell der CanonPowerShot Serie
Außen schwarz, innen stark**

- CCD Sensor mit 5 Megapixel (2.592 x 1.944 Pixel)
- lichtstarkes 4-fach Zoomobjektiv
- Makroaufnahmen ab 5 cm Abstand
- Programmautomatik
- Direct Print Funktion
- umfangreiches optionales Zubehörprogramm
- Canon Speedlite EX-Blitzgerät
- 32 MB Speicherkarte, Akku, Ladeteil, USB-Kabel, AV-Kabel, Canon Softwarepaket



NEU!

€ 628,-*

IXUS 400

**Die digitale IXUS mit
4 Megapixel**

- Sensor 1/1,8 Zoll, 4 Mio Pixel
2272 x 1704 Pixel, CCD Primärfarbfiler
- 3x Digital Zoom
- Makro 5cm - 46 cm
- Blitzgerät eingebaut
- Speicher 32 MB Compact Flash Karte
- Lithium Ionen Akku
- USB (PTP), A/V (PAL/NTSC)



€ 399,-*

Powershot A 60

**Der preisgünstige Einstieg mit
2 Megapixel und 3x Zoom**

- 2 Megapixel, 3x opt. Zoom, Macro ab 5 cm
- 12 versch. Belichtungsmodi inkl.
manueller Zeit und Blende
- Zeit- u. Blendautomatik
- Optionales Unterwassergehäuse bis 40 m
- Stromversorgung 4x Mignon

€ 228,-*

IXUS II

**Kleiner ist feiner
mit 3,2 Mio. Pixel und
3x Digital-Zoom**

- Sensor 1/2,7 Zoll, 3,2 Mio Pixel
2048 x 1536 Pixel, CCD Primärfarbfiler
- Makro 10cm - 47 cm
- Blitzgerät eingebaut
- Speicher 16 MB SD Card, Lithium Ionen Akku
- USB (PTP), A/V (PAL/NTSC)



€ 339,-*

Powershot A 70

**3,2 Mio. Pixel
3x Digital-Zoom**

- Sensor 1/2,7 Zoll, 3,2 Mio Pixel
2048 x 1536 Pixel, CCD Primärfarbfiler
- Makro 5cm - 46 cm
- Blitzgerät eingebaut
- Speicher 16 MB Compact Flash Karte
- USB 1.1, Video Out, Audio Out

€ 299,-*

Einfache Bestellung:

Zwischenverkauf, Irrtum und Druckfehler vorbehalten!
*Preis zzgl. 16 %MwSt + Versandkosten

Internet: www.altura-foto.de

Telefon: +49 (0) 26 54/ 404 - 6111 • Fax: +49 (0) 26 54/ 404 - 6119 • 56751 Polch • Robert-Koch-Straße 1-9



Altura
Enterprise GmbH & Co.KG

Altura Enterprise ist ein Unternehmen der erfolgreichen LION-Gruppe.
Das heißt für Sie:

- Reduzierung Ihrer Lagerkosten durch hohe Lieferfähigkeit - Wir sind Ihr Lager
- Keine Mindestbestellmengen - keine Mindermengenzuschläge
- Ein breites Sortiment - von Digitalfotografie bis zu Computertechnik
- Kostengünstig und bequem aus einer Hand

Magazinscanner, Projektoren, Kameras



Magazinscanner Multimag SlideScan 3600

Mit einem Magazinscanner, Projektoren sowie analogen und digitalen Kameras bietet die Carl Braun Camera-Werk GmbH ein vielseitiges sowohl analoges als auch digitales Produktsortiment an.

Endlich Ordnung in großangelegte Diasammlungen von ambitionierten Hobbyfotografen, aber auch in die Archive von professionellen Anwendern wie Fotostudios oder Bildredaktionen bringt der Magazinscanner Multimag SlideScan 3600. Mit dem Gerät lassen sich bis zu 100 Kleinbild-Dias automatisch und zeitsparend direkt aus sechs verschiedenen Magazinsystemen scannen. Dabei kann es sich um Paximat-



Siegfried Drescher, Leiter Entwicklung, und Joachim Seiffert, Werbung und Presse der Carl Braun Camera-Werk GmbH, präsentierten bei ihrem Besuch in der imaging+foto-contact-Redaktion sowohl analoge als auch digitale Neuheiten.

Magazine mit 36 oder 50 Dias, Paximat Rundmagazine mit 100 Dias, Paximat Multimag Kompakt-Magazine für 50

an, das jetzt um die Multimedia-Projektoren Paxilux 1100 SVGA und Paxilux 1300 XGA erweitert wird. Mit einer arbeitung, über die die jeweiligen Diarmengen in einem Vorgang digitalisiert werden können. Über einen Dialift lassen sich auch einzelne Dias einscannen. Zur Vorbetrachtung der Dias ist ein beleuchtetes Fenster an der Front des Scanners vorhanden. Der einfach zu bedienende Scanner überzeugt durch eine hohe Auflösung von 3.600 x 3.600 dpi, eine Farbtiefe von 48 Bit, einen Dichteumfang von 3.2 Dmax und eine enorme Scangeschwindigkeit. So benötigt er für ein PreScan etwa 15, für einen kompletten Farbscan (in der Auflösung 1.800 dpi) 45 Sekunden. Für einen Farbscan mit 3.600 dpi braucht er 90 Sekunden. Für eine schnelle Datenübertragung zum Mac oder PC sorgen moderne USB 2- und Firewire-Schnittstellen. Der Multimag Magazin-Scanner wird zusammen mit der Software Adobe Photoshop Elements 2.0 ausgeliefert und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 849 Euro.

Bereits seit vielen Jahrzehnten bietet Carl Braun ein vielseitiges Programm an Diaprojektoren. Bereits seit vielen Jahrzehnten bietet Carl Braun ein vielseitiges Programm an Diaprojektoren. Bereits seit vielen Jahrzehnten bietet Carl Braun ein vielseitiges Programm an Diaprojektoren.

VON ANALOG ZU DIGITAL

Dias, Universalmagazine mit 36 oder 50 Dias, CS Magazine mit 40 oder 100 Dias sowie LKM-Magazine mit 60 oder 80 Dias handeln.

Das Gerät bietet eine praktische Stapelver-



Die Digitalkamera Braun d3.3 bietet eine Auflösung von drei Millionen Pixeln und ein Zweifach-Zoomobjektiv.

Lichtstärke von 1.100 bzw. 1.300 ANSI Lumen bieten die neuen Projektoren genügend Power, um auch größere Distanzen zu überbrücken. Zwei integrierte Lautsprecher unterstützen die Präsentation mit dem dazugehörigen Ton. Die Projektoren sind für Projektionsentfernungen von 1 bis 15 Meter ausgelegt. Daraus ergibt sich eine Projektionsdiagonale von 0,7 bis 7,6 Metern. Eine optimale Ausrichtung erfolgt mit optischem und dem digitalen Zoom. Die Projektion kann im Format 4:3 oder 16:9 erfolgen. Beide Geräte sind ab sofort verfügbar und kosten 2.190 Euro (UVP, Paxilux 1100 SVGA) und 2.490 Euro (UVP, Paxilux 1300 XGA).

Neu im Angebot der Carl Braun GmbH sind auch die Digitalkameras Braun d3.3 mit einer 3-Megapixel-Auflösung und einem zweifach optischen Zoom sowie die Braun d2.1 mit zwei Megapixeln und einem dreifach optischen Zoom. Als unkomplizierte Analogkamera für den Urlaub bietet sich die trend zoom S-135 Quartz Date an. Die Kamera hat einen Brennweitenbereich von 38 bis 135 mm und ist im attraktiven Kameraset komplett mit Farbfilm, Batterie, Trageriemen und Tasche erhältlich.

Hasselblad stellt neues Weitwinkelobjektiv für das V System vor

Hasselblad hat ein neues und nach eigenen Angaben extrem leistungsstarkes Weitwinkelobjektiv vorgestellt: Das Distagon 4/40 mm IF wurde speziell für das V System konzipiert. Das Objektiv mit einer CFE-Konstruktion ist mit einer elektrischen Schnittstelle ausgerüstet, über die Objektivdaten an die Kameras 203FE und 205FCC zur automatischen Belichtungssteuerung übertragen werden. Beim Bau des Objektivs werden laut Hasselblad reflexionshemmende Materialien eingesetzt, die das Streulicht auf ein Minimum reduzieren und dadurch den Bildkontrast erhöhen.



Darüber hinaus zeichnet sich das Objektiv durch einen echten Floating Lens Mechanismus aus, der nur einen einzigen Fokussiering für weiches und präzises Scharfstellen benötigt. Das Objektiv läßt sich ab einer Aufnahmedistanz von 50 Zentimetern einsetzen.



Desktop-Aufnahmetisch von CF für Fotos von kleinen Gegenständen

CF Photo+Video-Technik hat einen neuen Foto-Aufnahmetisch vorgestellt, der speziell für Aufnahmen von kleinen Gegenständen konzipiert wurde, die beispielsweise für Kataloge, Dokumentationen oder Internetseiten gebraucht werden. Der Tisch ist komplett ausgestattet und benötigt eine Standfläche von 57 x 59 cm. Die Beleuchtung an beiden Seiten gibt die Strahlen breitflächig ab. Jede dieser Flächenleuchten bietet vier Röhren mit insgesamt 24 Watt. Der Klapprahmen schirmt Seitenlicht ab und verstärkt gezielt die Lichtführung auf das Objekt. Dank der Beleuchtungsstärke kann bei Aufnahmen mit Digitalkameras mit kurzen Belichtungszeiten gearbeitet werden. Eine zusätzliche Leuchtplatte mit Klapprahmen ist im Lieferumfang enthalten. Damit lassen sich Gegenstände schatten-

JOBO FOR YOUR BEST IMAGE

Nixvue Vizor
Let it burn!
 Mobiler CD Brenner (von Speicherkarte) mit Disk-Spanning für Datenmengen über 640 MB. Auch als externer USB 2.0-Leser und Brenner, inkl. TV- und Audio-Ausgang!

WWW.JOBO.COM

los aufnehmen und das aufwendige Freistellen am Computermonitor entfällt.



Neues Befestigungssystem mit extrem leichter Kameraplatte von FLM

Die Stateg Foto + Medien-Zubehör GmbH hat das neue FLM RPR Kamerabefestigungssystem in ihr Sortiment aufgenommen. Das System besteht aus der RPR Wechselbasis und der PRK 14 Schwalbenschwanz-Kameraplatte. Diese ist mit einer 1/4" Kamerschraube versehen und wiegt lediglich vier Gramm. Die PRK 14 eignet sich besonders für moderne Digitalkameras, weil sie durch die kleinen Abmessungen weder Batteriefach noch Speicherkartenschacht blockiert. Mit der RPD Kamerawechselbasis steht eine kompakte Platte zur Verfügung, die mit einem 3/8"-1/4" Anschlußgewinde ausgestattet ist. Sie hat einen Durchmesser von 44 mm, eine Höhe von 19 mm und wiegt 60 Gramm.

Erno übernimmt Vertrieb von Brepols Alben

Die Erno Warenvertriebs GmbH, in der Fotobranche bisher vor allem bekannt als Lieferant von Stativen und exklusiven Fotorahmen, hat ihr Sortiment ausgebaut: Ab sofort vertreibt das Unternehmen auch Brepols Alben in Deutschland und Österreich. Die Alben werden angeboten mit speziell-



len Motiven für Baby-Serien, für den Urlaub oder für Hochzeiten; und natürlich lassen sich darin auch alle anderen Bilder archivieren. Ab Sommer sollen laut Erno weitere Albenserien hinzukommen, unter anderem mit den Sujets von Anne Geddes, Christopher Vine, Essence of Life etc.



Fujifilm präsentiert zwei neue Professional-Diafilme

Farben – natürlich satt



Anhand von großformatigen Ausdrucken konnten sich die Workshopbesucher ein Bild von der herausragenden Schärfe und der außergewöhnlich guten Farbwiedergabe des neuen Fujichrome Materials machen. Fotos: Dieter Kahl (links) auf Astia 100F Professional und Philipp Rathmer (rechts) auf Velvia 100F Professional.

Daß es in einer Zeit, in der die digitale Fotografie mehr denn je im Vordergrund steht, auch im analogen Bereich noch etwas zu verbessern gibt, beweist Fujifilm mit seinen neuen Diafilmen Velvia 100F Professional und Astia 100F Professional, von deren Qualitäten sich jetzt Profifotografen

und Fachjournalisten in einem Workshop überzeugen konnten. In den modernen Räumen der Briele Rent-Studios in Hamburg zeigten zwei bekannte Fotografen, für welche Einsatzgebiete sich die neuen Filme besonders gut eignen und gaben nützliche Tips zur richtigen Belichtung.



Bild links: Im direkten Vergleich konnten sich die Workshop-Teilnehmer von der Schärfe und der natürlichen Farbwiedergabe des Fujichrome Astia 100F Professional überzeugen. Bild rechts: Stillife-Spezialist Dieter Kahl, BFF-Fotograf aus Düsseldorf, erläuterte die Vorzüge des neuen Fujichrome Velvia 100F Professional und gab wertvolle Anregungen für den Einsatz bei Stillife-Aufnahmen.

Fotos (5): Jürgen Günther



Links: Helmut Rupsch (Vertriebsleiter Fujifilm Deutschland) stellte nicht nur die neuen Fujichrome Filme vor, sondern konnte auch über einen erfreulichen Jahresabschluß berichten. Rechts: Dipl.-Ing. Michael Mastalerek (Abteilungsleiter Qualitätsservice) referierte über den Einsatz des neuen Materials und stellte detailliert die Qualitätsmerkmale und technischen Eigenschaften der beiden Filme vor.

Velvia 100F Professional

Seit über einem Jahrzehnt hat sich die Farbsättigung des Velvia bei Profis einen besonderen Namen gemacht und sich weltweit in der Natur- und Werbefotografie sowie bei Produkt- und Architekturaufnahmen fest etabliert.

Der neue Fujichrome Velvia 100F Professional ist ein Tageslichtfilm mit einer Empfindlichkeit von ISO 100/21° und einem Körnigkeitswert von RMS 8, der ebenfalls durch höchste Farbsättigung und Bildqualität überzeugt. Der Velvia 100F Professional ist die lichtempfindlichere Alternative zum bewährten Velvia mit ISO 50/18°.

Astia 100F Professional

Ebenfalls für den professionellen Einsatz wurde der Fujichrome Astia 100F Professional konzipiert. Der Tageslichtfilm mit einer Empfindlichkeit von ISO 100/21° zeichnet sich durch eine angenehme, natürliche Hauttonwiedergabe von den Spitzlichtern bis zu den Schatten aus und bietet mit RMS 7 höchste Feinkörnigkeit. Aufgrund der natürlichen Hauttöne und der exakten Farbwiedergabe von Bekleidungsstoffen ist der Film ideal für Porträt- und Modelfotografen geeignet.

Neue Farbkuppler

Die im Velvia 100F Professional und Astia 100F Professional eingesetzten neuen Farbkuppler führen zu einer hohen Farbreinheit, Farbstabilität und effizienten Farbstoffbildung. So konnte eine beeindruckende Natürlichkeit der Farbwiedergabe und eine hervorragende Bildstabilität erreicht werden. Die so

erzeugten leuchtenden Farben sorgen dafür, daß beide Filme in der Lage sind, auch höchst gesättigte Farben differenziert wiederzugeben.

Erstmals wurde als x-Kuppler ein neuer Cyan-Kuppler in Farbumkehrfilmen eingesetzt. Eine weitere Technik (V-Kuppler), die bisher in Fujicolor-Papieren eingesetzt wurde, garantiert eine bessere Farbwiedergabe und -stabilität. Ergebnis ist ein neu entwickelter Magenta-Farbkuppler, der nun erstmalig in einem Farbumkehrfilm Verwendung findet. Ebenfalls neu sind die sogenannten X-, V- und S-Kuppler, die zu einer deutlichen Verringerung der Nebenfärbdichten beitragen, die häufig

die Ursache für unreine Farben sind. Der bereits bewährte Gelb-Kuppler wurde weiter verbessert.

Spektrale Empfindlichkeit

Neben der Optimierung der spektralen Empfindlichkeit der lichtempfindlichen R-, G-, B-Schichten wurde eine Grün-Korrektur-Schicht als vierte Farbschicht eingeführt, die die „negative spektrale Empfindlichkeit“ des menschlichen Auges nachbildet. Um noch natürlichere und leuchtendere Farben zu erhalten, nutzen sowohl der Astia 100F als auch der Velvia 100F die MCCL-Technologie, eine Erweiterung der „Vier-Farbschicht-Technologie“. Diese Technologie beinhaltet eine Rot-Korrektur-Schicht als fünfte Farbschicht. Um auch schwierige, in der Natur vorkommende Farbtöne möglichst naturgetreu wiederzugeben, ist beim Velvia 100F ferner eine Blau-Korrekturschicht als sechste Farbschicht vorhanden.

Push- und Pull-Verarbeitung

Beide Filme zeichnen sich durch sehr gute Push- und Pull-Eigenschaften aus. Belichtungs- und Dichtekorrekturen sind im Bereich von -1/2 bis zu +1 (Velvia 100F) bzw. +2 Blendenstufen (Astia 100F) mit nur minimalen Veränderungen in Farbbalance und Gradation möglich und erlauben den Einsatz unter unterschiedlichen Aufnahmebedingungen. Je nach Motiv ist auch beim Velvia 100F eine Push-Entwicklung bis zu +2 Blendenstufen möglich.

Beide Filme sind ab Sommer 2003 lieferbar. jg



H. W. Briese, Inhaber der Briese Studios, stellte während des Fuji Workshops den Prototypen der neuen Studio-Blitzleuchte „Zwielicht“ vor. Bei dieser völlig neuartigen Blitzlampe sind zwei Lichtquellen hintereinander auf einer optischen Achse angeordnet, wobei die vordere Lichtquelle für den scharf begrenzten Schatten zuständig ist, die dahinter liegende für die Aufhellung des Schattens. Mit den linear angeordneten, separat regelbaren Lichtquellen ist jede denkbare Lichtcharakteristik einstellbar – vom harten Schlagschatten bis zu weichen, diffusen Schatten. Weitere Infos unter www.briese-lichttechnik.de.

Produktions- und Schulungs-CDs aus der FotoWerkstatt

Mit wenigen Schritten zum Mehrumsatz

Die FotoWerkstatt von Michael Belz und Wolfgang Kornfeld, das privatwirtschaftliche Weiterbildungszentrum für Fotografie, bietet inzwischen sieben Produktions- und Schulungs-CDs für professionelle Fotografen an. Sie sollen zum einen kreative Ideen für die Gestaltung von People-Aufnahmen geben, zum anderen bieten sie durch angelegte Aktionen die Möglichkeit, Fotos mit Rahmen zu versehen, sie digital zu verändern oder als Packages zu belichten.

Mit wenigen Schritten haben Profis die Chance, ihre Fotos aufzupeppen und sie deutlich attraktiver zu machen. Durch standardisierte Bildbearbeitungsprozesse haben auch Einsteiger die Möglichkeit, ohne großen Aufwand Mehrumsatz zu erzielen. Derzeit hält die FotoWerkstatt in Brühl vier Produktions-CDs bereit: „Portfolio-Porträt No.1“ bietet 30 verschiedene Bildkompositionen von einer oder mehreren Aufnahmen (mit oder ohne Text) für Vergrößerungen 40 x 50 cm. Die Bildkompositionen sind angelegte Aktionen für Photoshop, bei denen nur noch die Aufnahmen und bei Bedarf der Text ausgewählt werden müssen. „Portfolio-Porträt No.2“ bietet 30 weitere Bildkompositionen mit Schwerpunkt hoch- und querformatige Bildausschnitte sowie einige Aktionen mit festgelegten grafischen Gestaltungselementen (Hintergründe und Verfremdungseffekte). Auf der CD „FW-Kreativmasken



No.1“ befinden sich 30 Bildmasken zur dekorativen Gestaltung der Bildkanten bei Vergrößerungen. Die Arbeit mit den Masken erfolgt in der Ebenentechnik von Photoshop. „Package No.1“ beinhaltet 25 Kombinationen verschiedener gängiger Bildformate für eine oder mehrere Aufnahmen zur optimalen Nutzung des Papiers für DIN A4 Ausbelichtungen. Auch diese Bildkombinationen sind angelegte Aktionen für Photoshop, bei denen nur noch die Fotos ausgewählt werden müssen.

Die drei erstgenannten CDs kosten je 50 Euro (plus Versand/MwSt.), die Package CD ist für 25 Euro (plus Versand/MwSt.) zu haben.

Drei Schulungs-CDs sind bislang erschienen. Die CD „Licht und Technik im Porträtstudio“ enthält vielfältige Informationen zur Arbeit im Studio, bei denen speziell die Themen Lichtführung, Lichtmessung und Lichtgestaltung bei Ausleuchtungen mit einer Lampe bis vier Lampen angesprochen werden. Dazu gibt es 150 Fotos/Skizzen mit ausführlichen Erklärungen (Preis: 50 Euro plus Versand/MwSt.).

Die CD „ Erotische Frauenporträts Vol. 2“ zeigt acht beispielhafte Aufbauten für erotische Fotografien, die ausführlich beschrieben werden, sowie Erläuterungen für die späteren Darstellungsmöglichkeiten. „ Erotische Frauenporträts Vol. 3“ zeigt über 300 Bildbeispiele aus den acht Themenbereichen der CD Vol. 2 (Preise: 50/25 Euro plus Versand/MwSt.).



Sieben Schulungs- und Produktions-CDs umfaßt derzeit das Angebot der FotoWerkstatt Brühl, zwei weitere folgen in den kommenden Wochen.



Bei uns haben Sie die Wahl:

- Mit oder ohne Bildvorschau
- Bestellung einzelner Bilder oder „je einmal“
- Pro Motiv unterschiedliche Anzahl
- Pro Motiv unterschiedliche Formate oder alle im gleichen Format
- Mit oder ohne Archiv-CD
- Mit oder ohne Kundenkarte
- Von allen gängigen Speichermedien
- Alle gängigen Dateiformate
- Einfach und komfortabel am Touchscreen
- Auftragsannahme für Labor, Minilab, Direktdruck in einem

ab **99,- €***
im Monat

FUJICOLOR order-it – mehr brauchen Sie nicht



*(zzgl. MwSt.)
bei Abschluss
eines 3-Jahres-
Vertrags



Im Showroom konnten sich die europa-foto-Mitglieder über die neuesten Werbe- und Verkaufsförderungsmittel sowie ausgewählte Artikel des Warensortiments informieren. Fotos: hepä

58. Gesellschafterversammlung von europa-foto „Robby Kreft verantwortet einen glänzenden Jahresabschluß“

Der äußerliche Rahmen hatte sich geändert, denn erstmals bildete das Maritim Hotel in Bad Homburg die Kulisse für eine Gesellschafterversammlung der europa-foto-Gruppe. Inhaltlich gab es dagegen, zumindestens im (nicht-öffentlichen) Verwaltungsteil der Geschäftsführung, wenig Neues im Vergleich zu den Vorjahren: Auch für das vorige Geschäftsjahr verkündete Geschäftsführer Robby Kreft wieder ein Rekordergebnis mit einer Rekordausschüttung.

Die genauen Zahlen wurden der Presse erst auf der Bilanzpressekonferenz der Kooperation mitgeteilt, die erst nach Redaktionsschluß dieser Ausgabe in Neu-Isenburg stattfand. Als Tendenz nannte Kreft aber am Rande der 58. Gesellschafterversammlung schon einen Bilanzgewinn der Zentrale von über 200.000 Euro mehr als im Vorjahr, der trotz größerer Investitionen erzielt wurde. Größere Beträge wurden beispielsweise ausgegeben, „um“, so Kreft, „die Zentrale auf den neuesten Stand zu bringen und aktuelle EDV inklusive Netzwerk anzuschaffen.“ Den bemerkenswerten Rückgang beim Umsatz mit Fotoarbeiten (minus vier Prozent) kompensierte



europa-foto-Geschäftsführer Robby Kreft (l.) und Verwaltungsratsvorsitzender Robert-Alexander Rutten konnten den Mitgliedern auch in diesem Jahr wieder erfreuliche Zahlen zum abgelaufenen Geschäftsjahr präsentieren.

europa-foto laut Kreft durch eine Zunahme der Minilabs in den europa-foto-Geschäften. So wuchs die Zahl der Minilabs den Angaben zufolge im vorigen Jahr um zehn bis 15 Prozent.

Einen Artikel des Sortiments hob Kreft besonders hervor: „Prepaid-Karten für Handys sind im Jahr 2002 in der Hitliste der Verkäufe unter den Top 20 gelandet.“ Für diejenigen Mitglieder, die sich bislang noch nicht mit dem Thema Telekommunikation auseinandergesetzt hätten, sollte spätestens diese Tatsache Anlaß sein, sich über die neuen Umsatz- und Ertragschancen Gedanken zu machen, die durch das Zusammenwachsen von Telekommunikation und Fotografie vor allem für den Fotohandel entstehen, meinte der europa-foto-Geschäftsführer. Konnten die Erfolgsmeldungen des vergangenen Jahres unter Routine verbucht werden, so gab es aus dem Verwaltungsteil auch noch Neuigkeiten zu melden, und zwar personelle: Mit dem Bochumer Peter Hamer nahm der Verwaltungsrat ein neues Mitglied auf. Hamer löste den Hamburger Hartmut Carl ab, der nicht wieder für den Verwaltungsrat kandidierte. Auch im Einkaufs- und Werbeausschuß der Gruppe gab es Veränderungen. Dort lösten Rudi Behrbohm (Augsburg) und



Andreas Manthey (Wismar) die bisherigen Mitglieder Klaus Treude (Siegen) und Andreas Fiederling (Karlsruhe) ab. Daß die Mitglieder die permanenten Erfolgsmeldungen alles andere als langweilig finden, unterstrich Verwaltungsratsvorsitzender Robert-Alexander Rutten in seiner Begrüßungsrede. Er dankte dem Geschäftsführer für dessen Engagement und betonte, daß Robby Kreft „in seinem ersten Jahr als Geschäftsführer einen glänzenden Jahresabschluß verantwortet“. Dies sei besonders bemerkenswert sowohl vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen als auch der Tat-

Bild oben: Die Firma Pentax fungierte nicht nur als Sponsor des Festabends im Frankfurter Römer, sondern präsentierte im Showroom auch ihr aktuelles Sortiment an Digitalkameras. Bild rechts: Pentax Sales Manager Stefan Thode referierte zum Thema „Preisentwicklungen im digitalen Fotomarkt – gemeinsame Herausforderung für Handel und Industrie“.



tax, stellte die Preisentwicklung im digitalen Fotomarkt dar und zeigte auf, welche Herausforderungen aus der gegenwärtigen Situation für Handel und Industrie entstehen. Er führte außerdem aus, wie weit die derzeitige Entwicklung bei Pentax zur Schaffung eines paneuropäischen und vertriebsliniengerechten Kon-

„Wir müssen uns um unsere Zukunft keine Sorgen machen“



Dr. Klaus Brandmeyer, Direktor des Instituts für Markentechnik in Genf, brachte die Zuhörer mit einem kurzweiligen Vortrag zum Nachdenken.

sache, daß mit der Installation eines neuen, kostensparenden und effizienten EDV-Systems und der Einführung des Zahlungsziels von 30 Tagen auf Umsätze auf den Lagerumsatz zwei Herausforderungen gemeistert wurden, die nicht zum Tagesgeschäft gehörten. Weiteren Dank richtete Rutten an die anderen Mitglieder des Teams der Zentrale in Eschborn und an seine Fotohandels-Kollegen, die alle gemeinsam durch großen persönlichen Einsatz zum Erfolg der Kooperation beigetragen hätten. „Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr hat es sich wieder gezeigt, daß es positiv ist, die ‚Platzhirsche‘ in der Gruppe zu haben und deren Einkaufsmacht zu bündeln und zum Wohle aller Mitglieder einzusetzen“, meinte Rutten. „Wenn wir weiterhin als starke Gemeinschaft agieren und unter schlanker Struktur gemeinsam einkaufen, dann brauchen wir uns um die Zukunft keine Sorgen zu machen.“

ditionensystems gediehen ist. Den Abschluß des zweiten Veranstaltungstages bildete ein Vortrag mit anschließender Diskussion. Helmut Ibsch, Geschäftsführender Gesellschafter der IBS plus GmbH, referierte zum Thema „1:0 im Rating für Sie – was müssen Sie unternehmen, damit Rating eine Chance wird?“ Während der gesamten Veranstaltung hatten die Mitglieder außerdem die Chance, sich im Showroom über ausgewählte Produkte des Sortiments der Zentrale zu informieren. Besondere Aufmerksamkeit wurde hier den Druckern aus dem Hause Epson zuteil. Weiterhin war im Showroom ein Einblick in die aktuellen Werbe- und Verkaufsförderungsmittel der europa-foto-Gemeinschaftswerbung möglich, und das Unternehmen Pentax, das auch den Festabend im Frankfurter Römer sponserte, informierte über sein aktuelles Angebot an Digitalkameras. hepä

Interview mit Martin Wolgschaft, Geschäftsführer Kodak GmbH und Kodak Consumer Imaging Chef Deutschland



Martin Wolgschaft: „Der Promotiontruck bringt wesentlich größere Aufmerksamkeit – auch von seiten der Medien.“

Vom Erfolg überwältigt

Am 18. Mai ist in Fellbach der Startschuß für die diesjährige Kodak Promotiontour gefallen, die unter dem Motto „Kodak Bilder. Einfach digitoll!“ steht (ifc berichtete in Ausgabe 6/2003). Seitdem steuerte der eigens für diese Roadshow aufbereitete Truck die ersten 13 von insgesamt 30 Städten an, um Endkunden und Kodak Handelspartnern die aktuellen Möglichkeiten zu zeigen, die Kodak für das Printen und Ausbelichten von Bildern aus digitalen Dateien bietet. **imaging+foto-contact** bat Martin Wolgschaft, Geschäftsführer der Kodak GmbH und Consumer Imaging Chef Deutschland, um eine Zwischenbilanz.

imaging+foto-contact: Herr Wolgschaft, die gerade laufende Roadshow findet nicht, wie in den vergangenen Jahren üblich, in Hotels statt. Wie kam es zu dem Entschluß, das gewohnte Fahrwasser zu verlassen und mit einem Truck durch das Land zu reisen?

Martin Wolgschaft: Dafür gibt es gute Gründe. Das Konzept der Hotel-Roadshows ist für unser erklärtes Ziel, nämlich die digitalen Dienstleistungen sowohl beim Endverbraucher als auch

beim Handel noch stärker als bisher in den Mittelpunkt zu rücken, nicht die geeignete Plattform. Wir möchten zu den Menschen gehen, die sich eine Digitalkamera gekauft haben – oder in naher Zukunft kaufen wollen – und ihnen zeigen, wie einfach es ist, mit unseren Service Stationen und digitalen Minilabs beim Handel schnell und bequem zu hochwertigen Bildern auf Fotopapier zu gelangen. Um die Zielgruppen – Handel und Endverbraucher – in gleicher Weise anzusprechen, mußten wir uns etwas Neues einfallen lassen. Mit dem Kodak Truck können wir unser Portfolio an digitalen Dienstleistungen optimal präsentieren, und der Truck bringt uns zudem eine wesentlich größere Aufmerksamkeit – auch seitens der Medien –, als dies mit einer herkömmlichen Hotel-Roadshow möglich wäre. Der Truck bietet zudem auch den Verbrauchern oder Händlern die Gelegenheit, sich über unsere Dienstleistungen zu informieren, die nicht die Möglichkeit hatten, uns auf der letztjährigen photokina in Köln oder der CeBIT im Frühjahr zu besuchen. Außerdem können wir mit dem Truck in

wesentlich mehr Städten halt machen. Insgesamt sind wir an 50 Tagen in 30 Städten vertreten, dies schließt die wichtigsten deutschen Großstädte ein und auch einige Großveranstaltungen mit Eventcharakter. Dadurch versprechen wir uns natürlich auch, diejenigen Händler zu erreichen, denen der zeitliche Aufwand zum Besuch unserer Hotel-Roadshows bislang zu groß war.

imaging+foto-contact: Sie haben es bereits angesprochen: Mit der diesjährigen Truck Tour wollen Sie neben dem Handel auch verstärkt die Endverbraucher ansprechen. Was versprechen Sie sich davon konkret?

Martin Wolgschaft: Wir befinden uns in diesem Jahr in einer ganz besonders entscheidenden Phase. Der Anteil verkaufter Digitalkameras wird weiter wachsen. Der Trend hin zu digital ist also ungebrochen. Auf der anderen Seite herrscht noch immer ein großer Informationsbedarf seitens der Verbraucher, wie sie zu hochwertigen Prints ihrer digitalen Bilder fürs Fotoalbum, zum Verschenken oder zum Vorzeigen kommen. Der Kodak Truck soll hierzu Aufklärungsarbeit leisten. Dies ist unser



„Kodak Bilder. Einfach digitoll!“ ist das Motto der diesjährigen Kodak Roadshow.



An manchen Tagen ist der Ansturm auf den Truck und den als Hauptgewinn ausgesetzten Smart Roadster so groß, daß es Platzprobleme gibt.

erklärtes Ziel und darauf arbeiten wir mit aller Kraft hin. Mit dem Truck sind wir da auf einem sehr guten Weg. Der Zuspruch seitens der Verbraucher war bei einigen Veranstaltungen, wie z.B. bei den Mercedes Classic Days in Fellbach oder dem Oldtimer Festival auf dem Nürburgring, so überwältigend, daß wir Platzprobleme auf dem Truck bekommen haben. Das Interesse ist also da, die Leute möchten Informationen und nehmen diese dankbar auf. Natürlich können wir selbst mit einer so groß angelegten Roadshow nicht alle potentiellen Interessenten erreichen. Deshalb forcieren wir das Thema digitale Dienstleistungen auch mit einer Reihe von Promotionaktivitäten beim Handel. So kann der Verbraucher zwischen Juli und August 40 digitale Bilder zum

Ausarbeiten geben, muß aber nur 20 bezahlen. Solche Aktionen kommen beim Verbraucher sehr gut an und wecken sein Interesse, unsere Services

nutzen wir, um mit den Handelspartnern ins Gespräch zu kommen bzw. um Schulungen für den Handel durchzuführen. Der Truck bietet genügend

„Der Kodak Truck präsentiert Digitaldienstleistungen optimal“

über den Handel auch dauerhaft in Anspruch zu nehmen.

imaging+foto-contact: Wie koordinieren Sie die Besuche von Endverbrauchern und Handelspartnern?

Martin Wolgschaft: Das läßt sich problemlos realisieren: Vor- und Nachmittage sind für die Endkunden reserviert, den späten Nachmittag und den Abend

Raum, um bis zu 30 Handelspartner gleichzeitig informieren zu können.

imaging+foto-contact: Was hat der Händler davon, Ihren Promotiontruck zu besuchen?

Martin Wolgschaft: Ganz allgemein kann sich der Händler in erster Linie umfassend darüber informieren, welche Geräte und Programme Kodak ihm



Bei Großveranstaltungen haben die Kodak Promotoren alle Hände voll zu tun, um die interessierten Besucher zu informieren.

für das Geschäft mit digitalen Bildern zur Verfügung stellt; und er kann sehen, wie sich die verschiedenen Kodak Geräte innerhalb seines Betriebes oder online vernetzen lassen und daraus für sich vollkommen neue Geschäftsmodelle entwickeln. Konkret ist der Truck unter anderem mit einer Digital Camera Order Station, Kodak Order Stations mit Wireless Anbindung für Foto-Handys, den Kodak Minilabs System 30 und System 89 und dem Kodak Picture Center online Service ausgestattet. Weiterhin zeigen wir unsere neuen Digitalkameras mit OLED-Displays und das gesamte Spektrum unserer Digitalpapiere. Alles in allem heißt das, wir zeigen dem Handel unser komplettes digitales Konzept und erläutern, welche Möglichkeiten ihm die einzelnen Anwendungen und Produkte bieten, um neue Dienstleistungen zu schaffen, mit denen er sich vom Wettbewerb differenzieren kann und wie er darauf aufbauend neue Margen erwirtschaften kann, die ihm seine Zukunft sichern können.

imaging+foto-contact: Wie Sie sagen, zeigt Kodak auf dem Truck neben den Service

„Kodak Geräte sichern dem Händler Wettbewerbsvorteile“

Stationen für den PoS auch zwei digitale Minilabs. Das Thema Minilab ist für viele Händler von großem Interesse. Welche Vorteile ergeben sich für den Handel, sich für ein Kodak Gerät zu entscheiden?

Martin Wolgschaft: Wir haben auf dem



Bis zum Ende der Tour wird sich der Kodak Truck noch an verschiedenen Großveranstaltungen beteiligen, hier die Mercedes Classic Days in Fellbach, die großes Besucherinteresse erwarten lassen.

Truck mit den Systemen 89 und 30 zwei unserer vier digitalen Minilabs mit an Bord, die wir dem Handel präsentieren. Momentan herrscht eine große Vielfalt am Markt, da ist es für den

fällt, ist dem Händler eine Reihe von Wettbewerbs-Vorteilen gewiß. Zunächst einmal wäre da die umfangreiche Unterstützung durch Marketingaktivitäten rund um das Minilab und die digitalen Dienstleistungen zu nennen, die ihm das ganze Jahr über helfen, sein Angebot beim Verbraucher entsprechend bekannt zu machen. Denn nur wenn der Verbraucher weiß, welche Möglichkeiten er hat, um schnell, bequem und vergleichsweise kostengünstig zu hochwertigen Bildern seiner Filme und digitalen Dateien zu kommen, wird er die Leistungen auch regelmäßig in Anspruch nehmen. Hinzu kommen attraktive Finanzierungsmodelle und ein umfassender technischer Support für alle Geräte. Alle Kodak Minilabs verfügen zudem über die Kodak DLS Software. Sie ermöglicht sichtbar bessere Bilder durch zahlreiche Bildverbesserungen wie die automatische „Rote-Augen“-Erkennung und -Reduktion. Wir zeigen dem Handel auf der Roadshow, welche Möglichkeiten es gibt, ein Kodak Minilab möglichst effektiv und gewinnbringend einzusetzen, zum Beispiel auch im Rahmen unseres Kodak Express Konzeptes.

imaging+foto-contact: Zum Zeitpunkt dieses Gespräches ist das erste Drittel der diesjährigen Kodak Roadshow geschafft. Wie beurteilen Sie den bisherigen Verlauf der Promotiontour?

Martin Wolgschaft: Wir sind vom ersten

Händler ungemein wichtig, sich für eine Lösung zu entscheiden, die zu seinem Geschäftsmodell optimal paßt und mit der die Investitionen möglichst rasch refinanziert werden können. Wenn seine Wahl auf ein Kodak Gerät



Auf dem Kodak Truck werden die vielfältigen Möglichkeiten für digitale Dienstleistungen präsentiert, die der Handel seinen Kunden am PoS anbieten kann.

Erfolg überwältigt. Schon bei der Auftaktveranstaltung im Rahmen der Mercedes-Benz Classic Days in Fellbach, die Ihre Redaktion ja auch besucht hatte, zeichnete sich ein Publikumsinteresse ab, das unsere Erwartungen deutlich übertroffen hat. Dieser Besucherzuspruch hat sich auch bei den folgenden Veranstaltungen fortgesetzt. Dies gilt für Endverbraucher ebenso wie für Händler. Der Erfolg beruht zweifelsohne auch darauf, daß wir mit einem neuen Konzept angetreten sind und als Standorte für den Truck zentrale Einkaufsplätze oder Events ausgesucht haben, an denen mit hoher Publikumsfrequenz gerechnet werden kann. Außerdem unterstützen wir den Auf-



Auch die jüngsten Besucher haben bei der Kodak Roadshow ihren Spaß.

tritt des Trucks in einigen Städten durch regionale Radiowerbung und Promotionaktivitäten mit Tages- und Wochenzeitungen.

imaging+foto-contact: Wie erklären Sie sich das große Interesse? Digitalfotografie ist zwar nach wie vor ein wichtiges Thema, aber so neu doch auch wieder nicht, daß so viel Resonanz zu erwarten gewesen wäre.

Martin Wolgschaft: Wie bereits erwähnt, herrscht bei vielen Digitalkamerabesitzern oder -interessenten eine Informationslücke, die wir mit unseren Aktionen und Promotionaktivitäten schließen möchten. Wer sich eine Digitalkamera kauft, beschäftigt sich zunächst einmal mit den technischen Features, nicht aber mit dem Thema, wie er mit den gemachten Aufnahmen verfahren soll und wie er davon echte Abzüge bekommt. Auf unserer Roadshow wenden wir uns daher bewußt von der Technik ab und vermitteln den Menschen nicht nur den Spaß an der Digitalfotografie, sondern auch den Spaß am

geprinteten Bild. Unsere Promotoren, die den Truck während der gesamten Veranstaltungsreihe begleiten, sprechen die Besucher vor Ort an, fotografieren sie und überreichen ihnen gleich danach das fertige Bild. Damit zeigen sie, wie leicht, problemlos und qualitativ hochwertig sich auch echte Fotos auf Fotopapier aus einer Digitalkamera inzwischen herstellen lassen. Viele Besucher bekommen dadurch erstmals Kontakt mit der breiten Dienstleistungspalette, die Kodak rund um die Digitalfotografie bereitstellt, und sehen, daß die Kamera nur ein Teil eines umfangreichen Konzeptes zur Digitalfotografie ist. Darüber hinaus haben die verschiedenen Fotohandys, über die in

jüngster Zeit sehr viel berichtet wird, einen neuen Nachfrageschub erzeugt, denn viele Besitzer eines solchen oder Interessenten für ein solches Gerät wollen die Bilder nicht einfach nur von Handy zu Handy verschicken, sondern auch das ein oder andere Bild in der Hand halten. Und schließlich verlosen wir unter allen Besuchern, die eine der bereitliegenden Teilnahmekarten ausfüllen, am Ende der Roadshow einen Smart Roadster. Dieses Fahrzeug sorgt bei unseren

Auftritten stets für interessierte Blicke und zieht Besucher an.

imaging+foto-contact: Die Truck Tour geht noch bis Anfang September. Was kann der interessierte Händler von den noch anstehenden Stationen erwarten?

Martin Wolgschaft: Bis zum Finale der Roadshow im hessischen Sulzbach bei Frankfurt haben wir noch einige Highlights vor uns. Neben Auftritten in Großstädten wie Oberhausen, Dortmund, Hamburg oder Bremen stehen mit dem Motorrad Grand Prix zwischen dem 25. und 27. Juli auf dem Sachsenring bei Chemnitz, der berühmten Hanse Sail Regatta vom 7. bis 10. August in Rostock und natürlich unserem Auftritt bei der Internationalen Funkausstellung in Berlin zwischen dem 29. August und dem 3. September noch drei absolute Großveranstaltungen auf dem Programm, die uns größtmögliche Aufmerksamkeit garantieren.

imaging+foto-contact: Herr Wolgschaft, vielen Dank für das Gespräch.

Digitalbilder zum Probierpreis bestellen

Damit noch mehr Digitalkamerabesitzer die Möglichkeit nutzen, über die von Kodak angebotenen digitalen Dienstleistungen Fotos von ihren Digitalkameras zu bekommen, setzt Kodak bis August seine Probieraktion fort: Der Verbraucher bestellt über die Kodak Order Station 40 Bilder seiner digitalen Dateien, er muß aber nur 20 bezahlen. Auf Grund des großen Erfolgs der vorangegangenen Promotion, die im März gestartet war, hat Kodak die Aktion jetzt erweitert und bindet auch die Online Bildbestellung über den Kodak Picture Center online Service ein. Zur begleitenden Unterstützung der Promotion schaltet Kodak aufmerksamkeitsstarke Werbebanner auf einigen der wichtigsten Internetportalen, zum Beispiel Web, Chip-Online, Tomorrow, Google.de, ebay, digitalkamera oder Yahoo Deutschland. Kodak verspricht sich von dieser massiven Präsenz im Internet über drei Millionen Kontakte in der Zielgruppe, für die der Umgang mit den neuen Medien ebenso selbstverständlich geworden ist wie die Bestellung von Bildern über das Internet.

Kodak Picture CD Gratis-Wochen

Kodak setzt seine Promotionaktion zur Kodak Picture CD vom Februar dieses Jahres fort: Im Aktionszeitraum bis zum 19. Juli erhalten Verbraucher die Kodak Picture CD gratis zu allen Erstbestellungen bei Kodak Premier- oder Kodak First-Aufträgen. Diese kostenlose CD wird im Aktionszeitraum komplett von Kodak gesponsert. Während der ersten Promotion konnte der Anteil verkaufter Picture CDs im Vergleich zum Vormonat nahezu verdreifacht werden und blieb nach Angaben des Unternehmens auch in den folgenden Monaten spürbar höher als vor Beginn der Aktion. Kodak unterstützt die Picture CD Gratis-Wochen mit verschiedenen Werbematerialien für den PoS und einer umfangreichen Werbepräsenz zur Hochsaison im Bildergeschäft auf allen bedeutenden deutschen Fernsehsendern. Die Spots werden 13 Wochen lang im TV zu sehen sein und sollen 89 Prozent der Zielgruppe erreichen. Kodak verspricht sich von den Werbefilmen über 670 Millionen Kontakte in diesem Jahr.

Cellway bietet eine einheitliche Tarifwelt

Cellway bietet seinen Fachhandels-Partnern seit einigen Monaten eine neue einheitliche Tarifwelt für die Netzbetreiber T-Mobile, Vodafone D2 und E-Plus an. Entsprechend den individuellen Ansprüchen der Kunden ist die Tarifwelt in drei Familien unterteilt: Cellway-ten für Wenigtelefonierer, Cellway-fifteen für Normaltelefonierer sowie Cellway-twenty für Vieltelefonierer. Die Namen der einzelnen Tarifgruppen transportieren zugleich ihre zentralen Verkaufsargumente. „So charakterisieren beispielsweise zehn Freiminuten oder zehn Frei-SMS den Cellway-ten-Tarif;



Marcus Eppe

15 Freiminuten bzw. 15 Frei-SMS finden sich in der Tarifgruppe Cellway-fifteen wieder, und 20 Freiminuten oder 20 Frei-SMS bietet die Gruppe Cellway-twenty“, erläuterte Marcus Eppe, Cellway Direktor Vertrieb. Anhand der zu den einzelnen Tarifen gehörenden Varianten basic, weekend, friend, mobile und sms power läßt sich jeder Tarif individuell austarieren. So sollen beispielsweise Kunden, die gerne am Wochenende mobil telefonieren, von der Variante weekend angesprochen werden. Mit ihr kosten Gespräche ins nationale Festnetz am Wochenende durchgängig neun Cent pro Minute. Ein weiteres Produkt der Cellway Tarifwelt stellt die Variante mobile dar, die dem Kunden einen einheitlichen Minutenpreis in alle vier nationalen Mobilfunknetze bietet. Bei der Wahl des Cellway-fifteen-mobile-Tarifs zahlt der Kunde 39 Cent pro Minute, 29 Cent pro Minute sind es beim Cellway-twenty-mobile-Tarif für Vieltelefonierer. Der Cellway-fifty-sms power Tarif ersetzt seit Februar den Cellway SMS EuroPower Tarif. Seine Kennzeichen sind laut Cellway die günstigen Minutenpreise sowie 50 Frei-SMS im Monat (jede weitere SMS kostet 18 Cent).



Auf der Cellway Homepage im Internet (www.cellway.de) informiert der Mobilfunk Service Provider über sich und seine Produkte.

Cellway Mobilfunk steht ab sofort auch DGH Partnern offen

Vor dem Hintergrund des immer stärkeren Zusammenwachsens der Foto- und Telekommunikationsbranchen haben der Würzburger DGH Großhandel und die Cellway Kommunikationsdienste GmbH als Mobilfunk Service Provider eine Kooperation beschlossen. Diese Vereinbarung ermöglicht den DGH Partnern, ab sofort neben Produkten des klassischen Fotohandels auch Mobilfunkverträge zu vermarkten. Im Rahmen der Kooperation haben die Fotohändler vollen Zugriff auf die breite Angebotspalette des Service Providers.

Für DGH Verkaufsleiter Christian Lunz steht fest, daß die Verschmelzung von Bild- und Informationsübertragung nicht aufzuhalten ist. „Deshalb geht der DGH Großhandel mit der Kooperation mit Cellway einen richtungsweisenden Schritt in die Zukunft“, erklärte Lunz. „Der Einstieg in die mobile Telekommunikation erschließt dem Fotohandel neue Zielgruppen und damit neue Umsatzpotentiale.“ Die Stärkung und der Erhalt der Fotokompetenz in diesem

Bereich seien für den Fotohandel zukunftsentscheidend. „Darüber hinaus erfordert das Zusammenwachsen der Foto- und Tk-Segmente unbedingt auch Know-how aus der Fotografie“, so der DGH Verkaufsleiter, „gerade mit Blick auf das kommende Jahr, wenn die ersten Handys mit Megapixelkameras und kreativen Fotografiemöglichkeiten



Christian Lunz

ten auf den Markt kommen. Hier hat der Fotohandel eine riesige Chance, die er nutzen sollte.“

Die Kooperation mit einem großen Partner wie Cellway stärke auch die Position des Fotohändlers. Diese Tatsache dürfe nach Lunz' Meinung nicht unterschätzt werden. Außerdem habe Cell-

Cellway Partner sind die qualifizierten Fachhändler

Die Cellway Kommunikationsdienste GmbH ist ein Service Provider für die Netze T-Mobile, Vodafone D2 und E-Plus. Mit derzeit rund 2,5 Millionen Kunden (Stand: 18.6.03) zählt das Unternehmen zu den größten Service Providern im deutschen Mobilfunkmarkt. Vermarktet werden Dienstleistungen rund um den mobilen Sprach- und Datenfunk. Cellway überzeugt nach eigener Einschätzung mit ideenreichen, starken Produkten und schafft durch schnelle, effektive Betreuung seiner Partner Vertrauen. Der Vertrieb erfolgt bei Cellway ausschließlich über den qua-

lifizierten Fachhandel. Auf diese Weise will das Unternehmen hohe Service- und Beratungsqualität sowohl für Privatkunden als auch die professionellen Ansprüche von Geschäfts- und Firmenkunden sicherstellen.

Gegründet wurde Cellway 1992 unter dem Namen Martin Dawes Telecommunications Deutschland GmbH. Der Name Cellway wurde zunächst als Marke geführt. Seit 1998 ist das Unternehmen eine 100prozentige Tochtergesellschaft der mobilcom AG und firmiert unter Cellway Kommunikationsdienste GmbH.

Startet ein Händler mit Mobilfunk, muß das der Kunde selbstverständlich auch erfahren. Deshalb stellen DGH und Cellway vielfältige Verkaufsunterstützung bereit. Zum einen gibt es bei DGH Verkaufsplakate und Dekomaterial und für DGH Plus Händler Verkaufsbeilagen mit Mobilfunkseiten. Cellway produziert monatlich Verkaufsbeilagen, die der Händler regional verteilen kann. Zusätzlich unterstützt Cellway mit Displays, beim Ladenbau und mit PoS-Materialien.

Schulungen bereiten den Händler auf die Vermarktung von Mobilfunk vor. DGH bietet bundesweit verschiedene Seminare an (siehe Kasten unten), schickt bei Bedarf aber auch Trainer vor Ort.

DGH Händler, die am DGH Plus Programm teilnehmen, haben zur Vermarktung von Mobilfunk zusätzlich den Produktberater zur Verfügung. „Dieser Onlineshop ermöglicht dem Händler eine Mobilfunkauswahl, die



DGH Plus Händlern stehen die Mobilfunkprodukte auch über das Onlineangebot „DGH Produktberater“ zur Verfügung.

way langjährige Erfahrung mit Fachhandelskooperationen, zum Beispiel Autohäusern. Da Cellway ausschließlich mit dem Fachhandel zusammenarbeite, sei Konkurrenz durch Discounter ausgeschlossen.

„Eine wichtige Rolle spielt natürlich auch das Sortiment“, betonte Lunz. „Aus einer Hand kann der Fotohändler die drei größten Netzbetreiber und die aktuellsten Handymodelle anbieten.“ So bleibe die Abwicklung der Handy-

verträge einfach und zeitsparend. Den kompletten Zubehörbereich wie Taschen, Freisprecheinrichtungen, Ladegeräte bietet DGH seinen Händlern ebenfalls an. Lunz: „Wie in anderen Sortimenten auch, ist das Zubehör der Spannenbringer.“ Das passende Zubehör ist den Handyangeboten von

Cellway bereits zugeordnet. Der DGH Kunde ruft über den Internetshop www.dgh.de das Handymodell auf und bekommt die Zubehörvorschläge sofort angezeigt. Die Bestellung geschieht ebenfalls online, und sollte der Händler am Anfang das Lagerrisiko scheuen, ist die Bestellung nach 24 Stunden ausgeliefert.

quickpoint

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

mit jedem Tk-Laden konkurrieren kann“, sagte Lunz. Der Produktberater kann als Infoterminal eingesetzt werden, an dem sich der Kunde selbstständig seine Produkte sucht, oder er dient als Beratungsmodul für den Händler, in dem sich der Verkäufer wichtige Informationen zum Produkt und zum Zubehör aus dem Onlinemodul zieht. hepä

Cellway Schulungen enden mit TÜV-Zertifizierung

Bereits seit Beginn des vorigen Jahres bietet Cellway seinen Handelspartnern im Rahmen seiner Schulungsangebote die Möglichkeit, ein komplettes Trainingsprogramm zu durchlaufen und anschließend das TÜV-Zertifikat „Mobile Multimedia Fachhändler“ zu erlangen. Zur Auswahl stehen fünf Module, die auch einzeln belegt werden können: Grundlagen im Mobilfunk, Mobilfunk für Profis, Marketing als Erfolgsfaktor, kompetent Verkaufen und erfolgreiche Unternehmensführung. Anhand der Themen kann der Teilnehmer entscheiden, welche

Module für ihn interessant und geeignet sind. Die Seminare werden vom Cellway-Trainerteam durchgeführt und sind auf Praxisnähe ausgelegt.

Voraussetzung für den Erhalt des TÜV-Zertifikats ist die Belegung aller fünf Module und das erfolgreiche Bestehen der TÜV-Prüfung. Die TÜV-Zertifizierung zum „Mobile Multimedia Fachhändler“ hat eine Gültigkeit von drei Jahren und kann nach Ablauf wiederholt werden. Zu jedem Themenschwerpunkt findet pro Quartal bundesweit an acht Standorten eine Schulung statt.

Nochmals zum Streik: Bekommt Bsirske auch beim Streik keine Entlastung? Was hat er noch in einem Aufsichtsrat zu suchen?

Eigentlich hatte ich bei meinem letzten Wirtschaftspolitischen Kommentar gedacht, daß sich das Thema 35-Stunden-Woche für Ost-Metaller erledigt hätte. Leider ist man ja auf meinen Vorschlag nicht eingegangen, die Mitarbeiter im Osten 1,5 Stunden weniger, die im Westen aber 1,5 Stunden mehr arbeiten zu lassen, was die gleiche Arbeitszeit für alle Metaller bedeutet hätte. Es wäre sicher auf der Arbeitgeberseite zu keinen großen Problemen gekommen.

Aber leider ist es so, wie wir schon bei Bert Brecht lesen konnten, daß, wenn die Dummen einmal marschieren, sie dann nicht mehr aufzuhalten sind. Und damit meine ich die irregeleiteten Streikenden bei den Ost-Metallern, die sich, wie man im Fernsehen erleben konnte, furchtbar darüber aufregen, daß es Kollegen gibt, die trotz Streik noch zur Arbeit gehen wollen, was Gewerkschafter als unsozial und unkollegial empfinden. Die relativ kleine Zahl der Streikenden nimmt für sich demokratische Rechte in Anspruch, die man just denen absprechen will, die nun mal nicht ihrer Meinung sind.

Die Rechtmäßigkeit eines solchen – aus meiner Perspektive – ebenso dummen, unsozialen und ungerechtfertigten Streiks ist sehr umstritten; Arbeitgeberpräsident Hundt fordert ein gesetzliches Verbot von Streiks, bei denen während der Urabstimmung nur eine Minderheit der Beschäftigten für den Streik votiert hat, wie z. B. in Brandenburg und Sachsen, wo nur 8% der Arbeitnehmer für einen Streik gestimmt haben. Ist es nicht eine große öffentliche Gewerkschaftslüge, wenn als Streikposten streiklustige Gewerkschafter aus dem Westen vor Ostbetriebe (z.B. Zulieferer für BMW) gekarrt werden, die dann Arbeitswillige mit Pfeifkonzerten empfangen und beschimpfen. So wird Nichtbetroffenen

großer Schaden zugefügt. Wenn sich dagegen Geschäftsleitungen, wie z.B. in der Autobranche bei BMW, nicht erpressen lassen und eventuell auf weitere 5.000 Arbeitsplätze verzichten wollen oder, wie bei Siemens im Bereich Elektro, darüber nachdenken, nun die Arbeitsplätze in günstigere Regionen zu verlagern, dann werden solche Vorhaben verteufelt und Unternehmer auf das übelste beschimpft und sogar bedroht. Daß ausländische

Zitat aus „Die Welt“ vom 24.06.:

Jetzt hart bleiben von Carl Graf Hohenthal

„Die Arbeitgeber sollten gleichwohl hart bleiben und nicht an den Verhandlungstisch zurückkehren. Diese Auseinandersetzung sollte bis zur kleinlauten Aufgabe der IG Metall geführt werden. Die Gewerkschaft muß wissen, daß die Zeiten für derartig sinnlose und arrogante Aktionen endgültig vorüber sind.“

Unternehmen bei so miserablen Partnern auf der Arbeitnehmerseite geplante Investitionen wieder in Frage stellen und in andere Länder ausweichen, müßte doch jedem Streikwilligen einleuchten. Was sagte kürzlich Wirtschaftsminister Wolfgang Clement (SPD)? „Der falsche Streik am falschen Platz zur falschen Zeit“ – deutlicher kann man die derzeitigen Streiks nicht ablehnen.

Letzte Meldung von der Tarif-Front in NRW:

Die rot/grüne Regierungskoalition hat sich für die Behördenangestellten und Beamten darauf geeinigt, daß die Arbeitszeit von 38 auf 41 Stunden erhöht wird!

Jedenfalls scheinen diesmal Bsirske, Zwickel und Co. mit ihrem selbstherrlichen Spruch: „Wenn mein starker Arm es will, stehen alle Räder still“ keinen Erfolg zu haben. Ich wünsche mir jedenfalls, daß die Verantwortlichen auf der Unternehmenseite diesen Funktionären eine deutliche Abfuhr erteilen.

Die Quittung für seine arrogante Einstellung bekam Frank Bsirske, der ja auch stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender der Lufthansa ist, kürzlich bei der Aktionärsversammlung der Fluglinie, nachdem er durch seinen organisierten Streik Ende vergangenen Jahres der Lufthansa viele Millionen Euro Schaden zugefügt hatte: Darum haben jetzt die Aktionäre mit großer Mehrheit entschieden, Bsirske für seine Aufsichtsrats Tätigkeit keine Entlastung zu erteilen. Man kann sich eigentlich nicht vorstellen, was der Mann noch weiter im Lufthansa-Aufsichtsrat zu suchen hat, besonders weil die Bezüge für diese Mitglieder des Aufsichtsrates gerade verdoppelt (!) wurden. Offensichtlich haben manche Gewerkschafter vergessen, daß Betriebe möglichst große Gewinne machen müssen, um viel investieren zu können und daß diese Unternehmer keine sozialen Ausbeuter sind und man sie als Erfolgreiche, wie in Amerika üblich, loben und bewundern sollte, was leider in unserer Neidgesellschaft nicht mehr geschieht.

Als Resümee aus den Streiks der letzten Wochen, von denen ja auch das Druckgewerbe betroffen war, sollten die Arbeitnehmer, wie alle, die mit daran interessiert sind, daß es ganz Deutschland besser geht, ihrerseits Herrn Bsirske, wie es die Aktionäre der Lufthansa schon getan haben, die „rote Karte“ zeigen. Ich möchte bei aller Macht, die er zeigen will und kann, nicht in seiner Haut stecken. H. J. Blömer

Photo Marketing Association International

PMA Europa 2003



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

PMA Europa 2003 Imaging Konferenzen

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

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



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

<http://europe2003.pmai.org>





PMA: Weltweites Netzwerk für Foto und Imaging

Mit mehr als 18.000 Mitgliedern in über 100 Ländern ist die PMA die weltweit größte Organisation für die Foto- und Imagingbranche. Besonders bekannt ist sie durch die gleichnamige Messe, die jedes Jahr – meistens im Februar – in den USA stattfindet.

Die PMA ist aber sehr viel mehr als nur ein Messeveranstalter: Als internationaler Branchenverband sorgt sie für Kommunikation und Ausbildung und vereinigt so unterschiedliche Sparten wie Einzelhändler, Labors, Hersteller, Großhändler, Imaging-Dienstleister oder Distributoren.

Für die Aus- und Weiterbildung erstellt die PMA ständig Marktanalysen und Marktforschungsberichte, stellt Aufzeichnungen ihrer Tagungen zur Verfügung und gibt eine Reihe von Publikationen heraus, von denen einige auch in deutscher Sprache zur Verfügung stehen. Zudem werden die Mitglieder regelmäßig über die Zeitschrift Photo Marketing Magazin, von der es auch eine deutsche Ausgabe gibt, verschiedene Newslines, E-Mail-Newsletters und die PMA Homepage über aktuelle Entwicklungen informiert.

Jetzt im Internet: DIMA Virtual Binder

Eine umfangreiche Zusammenfassung der Präsentationen während der DIMA 2003, die vom 28. Februar bis zum 1. März 2003 in Las Vegas vor der PMA stattfand, ist nun im Internet auf der Hauptseite der PMA verfügbar: Der „DIMA 2003 Annual Conference Virtual Binder“ kann von Besuchern der Veranstaltung unter der Adresse www.pmai.org kostenlos heruntergeladen werden. Ein entsprechendes Kennwort ist allen registrierten Besuchern der DIMA 2003 bereits übersandt worden. Sie haben jetzt Zugriff auf alle verfügbaren Audio- und PowerPoint-Präsentationen der DIMA 2003, Videos der „key note“ Vorträge, die Ergebnisse und Bilder des 2003 DIMA Camera & Printer Shoot-Outs, eine Ausstellerliste mit Links zu den wichtigsten Unternehmen und zahlreiche Fotos von der Veranstaltung.

Wer nicht an der DIMA 2003 teilgenommen hat, aber an den Vorträgen und Materialien interessiert ist, ist herzlich eingeladen, für einen Unkostenbeitrag von US-\$ 99 ein Paßwort beim PMA Business Resources Department zu erwerben. Kontaktieren Sie dazu bitte Elisabeth Scherer (sie spricht deutsch) unter Telefon 001-517-788-8100, Fax: 001-517-788-7809, E-Mail: escherer@pmai.org, oder fragen Sie unter der obigen Telefonnummer – falls Sie Englisch sprechen möchten – direkt nach dem Business Resources Department, E-Mail: business_resources@pmai.org.

PMA Marktuntersuchung

In jedem Jahr führt die PMA eine internationale Marktuntersuchung durch, um die wichtigsten Trends auf dem Foto- und Imagingmarkt zu identifizieren. Sie werden im internationalen PMA Industry Trends Report publiziert.

Zahlreiche deutsche Fotohändler, Distributoren, Großhändler und Laborbetriebe haben in diesen Tagen einen Fragebogen für die aktuelle Marktuntersuchung erhalten. Die PMA bittet herzlich darum, diese Fragebögen möglichst bald ausgefüllt zurückzusenden. Selbstverständlich werden alle Angaben nur in Zusammenfassung mit anderen Ergebnissen präsentiert, so daß die Anonymität voll gewährleistet wird.

Als Dankeschön fürs Mitmachen erhalten alle Rücksender des Fragebogens den kompletten PMA Industry Trends Report im Wert von 1.500 US-\$ nach Erscheinen kostenlos.

Fotohändler, Distributoren, Großhändler oder Labors, die aus Versehen keinen Fragebogen erhalten haben, aber an einer Teilnahme interessiert sind, wenden sich bitte möglichst schnell an das PMA Büro für Europa, Leopoldstr. 236, 80807 München, Telefon 089-399686, Fax 089-2730291.



Photo Marketing Association



PMA Europa 2003

Jetzt vormerken: 7. Oktober
im Frankfurt Marriott Hotel,
Frankfurt am Main

Imaging Konferenzen in wichtigen Ländern

Wie bereits 2001 veranstaltet die Photo Marketing Association International (PMA) auch in diesem Jahr eine Serie von Imaging Konferenzen in wichtigen europäischen Städten. Zum Programm gehören zahlreiche Vorträge zu analogen und digitalen Technologien, Marketingthemen und Geschäftsstrategien. Zusätzlich gibt es eine Podiumsdiskussion mit führenden Managern der Imaging-Unternehmen, die die PMA Europa 2003 als Gold Sponsoren unterstützen. Alle Veranstaltungen werden in der jeweiligen Landessprache gehalten.



Die Imaging Konferenzen der PMA Europa 2003 finden zu folgenden Terminen statt:

18. September: Moskau – Radisson Slavjanskaya Hotel

22. September: Mailand – Unione Commercianti

7. Oktober: Frankfurt – Frankfurt Marriott Hotel

10. Oktober: Zürich – Swissôtel

13. Oktober: Paris – Le Toit de la Grande Arche

15.-16. Oktober: Birmingham – The Chateau Impney



Die Veranstaltungen werden von führenden Herstellern wie Adobe, Canon, Eastman Kodak, Epson, Felix Schoeller, Fuji und Silverwire als Hauptsponsoren unterstützt. Zusätzlich werden zahlreiche Unternehmen bei einzelnen Veranstaltungen als lokale Sponsoren vertreten sein. Teilnehmer der Konferenzen haben so neben den Vorträgen die Gelegenheit, sich auf einer Minimesse über die aktuellen Produkte und Dienstleistungen dieser Unternehmen zu informieren.



Großes Angebot für Mitglieder

PMA Mitglied zu werden ist einfach und preiswert. Eine Probemitgliedschaft für ein Jahr kostet ganze 25 Euro. Zu diesem Preis steht das gesamte Angebot dieses Weltverbandes zur Verfügung:

- Rabatte auf Eintrittspreise zu PMA Konferenzen und Messen
- Aktuelle Informationen über die Mitglieder-Zeitschrift Photo Marketing (auch in deutscher Sprache), E-Mail-Newsletter und die Internetseite www.pmai.org
- Spezielle Rabatte für PMA Marktanalysen, Schulungsmaterial, Tagungsaufzeichnungen, Bücher und andere Publikationen
- Je nach Bedarf Unterstützung durch die spezielle PMA-Sektion für Fachlabors, Digital Imaging Betriebe, Reparatur-Betriebe, Schulfotografen oder Fotofinisher
- Kostenlose Aufnahme Ihrer Firma in das voluminöse PMA Mitglieder-

verzeichnis Who's Who in the International Imaging Industry und ein Freiexemplar

Profitieren Sie schnell von einer Mitgliedschaft in der PMA und senden Sie den Antrag auf eine Probemitgliedschaft auf der nächsten Seite noch heute ab!

Sie werden dann für nur 25 Euro bis zum 30. September 2004 Mitglied der Photo Marketing Association International. Dabei gehen Sie kein Risiko ein: Im Anschluß an Ihre Probemitgliedschaft werden Sie gefragt, ob Sie weiterhin Mitglied bleiben wollen. Eine automatische Verlängerung der Mitgliedschaft gibt es nicht. Alle Mitglieder müssen sich jedes Jahr neu für die PMA entscheiden.

Für Fragen und Anregungen wenden Sie sich bitte an Dr. Klaus Petersen, Direktor des PMA Büros für Europa, Leopoldstraße 236, 80807 München, Tel. 089-399686, Fax. 089-2730291.

€ 25,- im ersten Jahr

Antrag auf Mitgliedschaft zur Probe



Firmenname																															
Anrede				Vorname des Ansprechpartners												Name des Ansprechpartners															
Straße																Postfach															
PLZ						Stadt																									
Vorwahl				Telefon												Telefax								Staat							

Bitte kreuzen Sie Ihren wichtigsten Geschäftszweig an und kreisen Sie den zweitwichtigsten ein.

EINZELHÄNDLER

- ☐ 01 Foto-Fachhändler
- ☐ 02 Video-Fachhändler
- ☐ 03 Fachhändler für Audiovision
- ☐ 04 Drogerie
- ☐ 05 Industrielieferant
- ☐ 06 Warenhaus
- ☐ 07 Optiker
- ☐ 08 Supermarkt
- ☐ 09 Foto-Studio
- ☐ 10 Sonstiger Einzelhändler

LABORS

- ☐ 11 Schwarz/Weiß-Labor
- ☐ 12 Großlabor
- ☐ 13 Minilabs
- ☐ 14 Labor mit Studio

- ☐ 15 Fachlabor
- ☐ 16 Labor mit Schulfotografie
- ☐ 19 Labor für Behörde
- ☐ 20 Sonstiges Labor

Digital Imaging

- ☐ 02 Digital Imaging Center
- ☐ 50 Service Büro
- ☐ 51 Schnelldruckerei
- ☐ 52 Digitales Fotostudio
- ☐ 53 Multimedia/Designstudio
- ☐ 54 Prepress/Druckerei
- ☐ 59 Sonstige

LIEFERANTEN

- ☐ 21 Hersteller
- ☐ 22 Großhändler

- ☐ 23 Import/Export
- ☐ 24 Handelsvertreter

REPARATURFIRMEN

- ☐ 30 Kamerareparaturen
- ☐ 31 sonstige Reparaturen

SONSTIGE

- ☐ 41 Werbeagentur/Presse
- ☐ 42 Berater/Analyst
- ☐ 44 Verband
- ☐ 45 Behörde

E-Commerce

- ☐ 60 Internet/Online Händler
- ☐ 61 Internetportal/Fotoportal
- ☐ 62 Online-Fotofinisher

Bilder + Rahmen

- ☐ 27 Lieferant von Bilderrahmen
- ☐ 64 Rahmungsservice
- ☐ 65 Rahmungsservice mit Bilderhandel
- ☐ 66 Galerie

ANZAHL DER ANGESTELLTEN

- ☐ A 1-3
- ☐ B 4-6
- ☐ C 7-10
- ☐ D 11-25
- ☐ E 26-50
- ☐ F 51-100
- ☐ G 101-250
- ☐ H 251-500
- ☐ I 501-1000
- ☐ J über 1000

Anzahl der Filialen _____

☐ Ich wünsche zusätzlich die kostenlose DIMA- (Digital Imaging Marketing Association) Mitgliedschaft.

Unterschrift _____ Datum _____

Bitte kreuzen Sie die gewünschte Zahlungsweise an

- ☐ Bitte belasten Sie meine Kreditkarte gültig bis _____
- ☐ Eurocard ☐ Visa ☐ American Express

Kartennummer _____

☐ Scheck lege ich bei

FOR OFFICE USE ONLY

ID _____

FINANCIAL

CHECK _____
CREDIT CARD _____
DATE _____
AMOUNT _____

MEMBERSHIP

MEMBER YEAR _____
DATE & INIT. _____
CODE # _____

DATE PROCESSING

DATE & INIT. _____

Welche zusätzlichen Informationen möchten Sie beziehen?

Im PMA Mitgliedsbeitrag eingeschlossen ist der Bezug von Photo Marketing Magazine, PMA European Newslines und der deutschsprachigen PMA Newslines für Deutschland, Österreich und die Schweiz.

Nachstehend genannte weitere Informationsdienste werden jeweils mit € 24,50 pro Jahr berechnet. Bitte kreuzen Sie Ihre Wahl an.

- ☐ Mini Lab Focus (540/1) – monatlicher Informationsdienst für Minilab-Betreiber
- ☐ The School Photographer (540/2) – für professionelle Schulfotografen
- ☐ NAPET News (540/4) für Reparaturwerkstätten
- ☐ DIGITAL IMAGING DIGEST – Informationsdienst für die Digital Imaging Branche



PHOTO MARKETING ASSOCIATION INTERNATIONAL

Büro für Europa: Leopoldstraße 236 • D-80807 München • Germany • Fax (0 89) 2 73 02 91 • Telefon: 089/39 96 86

Internationale Zentrale: 3000 Picture Place, USA-Jackson, Michigan 49201 • Fax: 001-517-788-83 71 • Telefon: 001-517-788-8100



Drei Ferrania OptiJet Tintenpatronen passen zu 40 Epson Druckermodellen

Die auf der Paperworld 2003 erstmals vorgestellten Ferrania OptiJet Universal-Tintenpatronen sind ab sofort in Deutschland lieferbar. Die drei Patronentypen eignen sich für insgesamt 40 verschiedene Inkjet Drucker des Herstellers Epson, und sie können zehn verschiedene Epson Originalpatronen ersetzen. Die neuen OptiJet Tintenpatronen erleichtern die Bevorratung und Lagerhaltung im Handel, sie gestalten die Produktauswahl besonders verbraucherfreundlich und sie reduzieren die Kosten beim Einkauf. Ferrania betonte in einer Pressemitteilung, daß die neuen Tinten eine Druckqualität liefern, die keinen Vergleich mit den Originaltinten zu scheuen braucht.



ISO 100 und 200 für 35 mm/ISO 200 für APS Neue Ferrania Farbnegativfilme

Der italienische Hersteller Ferrania baut weiter auf die Fotografie mit klassischem Filmmaterial und unterstreicht mit drei neuen Farbnegativfilmen seine Kompetenz in Sachen Filmherstellung: Rechtzeitig für das Urlaubs- und Sommergeschäft bringt Ferrania zwei neue Colornegativfilme für das Kleinbildsystem (ISO 100 und ISO 200) sowie einen neuen APS-Farbnegativfilm (ISO 200) auf den Markt. Nach Herstellerangaben zeichnen sich die neuen Filme durch hervorragende Eigenschaften hinsichtlich Lichtempfindlichkeit, Kontrastverhalten und Farbwiedergabe aus.

Die neuen Solaris FGPlus Filme basieren auf drei neuen, patentierten Technologien. Dies sind Structured Homogenous Crystals (SHC), Ultra Thin Layers und Accurate Colors. SHC steht für die Entwicklung einer neuartigen Kornstruktur. Diese Technologie gewährleistet laut Ferrania Pressemitteilung eine erhöhte Empfindlichkeit, eine exzellente Schärfe und Körnigkeit sowie die optimierte Stabilisierung des latenten Bildes selbst unter ungünstigen Lagerbedingungen.

In Verbindung mit der Ultra Thin Layers Technologie führt diese Kornstruktur gleichzeitig zu extrem dünnen Filmschichten. Diese stellen eine noch gleichmäßigere Verarbeitung in unterschiedlichen C41-Prozessen sicher als die Vorgängermaterialien.

Die dritte Neuentwicklung, Accurate Colors, führt zur neuen Emulsion FG-Plus. Das Augenmerk liegt dabei nach Angaben des Herstellers besonders auf der Wiedergabe von Hauttönen, blauem Himmel und Wasser, grünem Gras und den verschiedenen unbunten

Farben der Grauskala. In der FG Emulsion wurden eine neuartige DIR Kuppelverteilung, eine neue Gelbfilter-schicht und ein neuer UV-Absorber eingesetzt. „Die spektrale Sensibilisierung erlaubt eine ansprechende Farbwiedergabe bei Aufnahmen mit unterschiedlichen Lichtquellen, etwa Blitzlicht, Sonnenauf- oder -untergang sowie Mischlicht-Situationen mit fluoreszierendem Licht und Glühlampen“, hieß es in der Pressemitteilung.

Solaris FGPlus Filme sind laut Ferrania in der Lage, unter allen Aufnahmebedingungen kleinste Details wiederzugeben. Damit sind sie auch

für Vergrößerungen bis zu Posterformaten geeignet.

Die Hauttöne werden dabei warm und natürlich dargestellt. Der Anwender erhält lebensechte Fotos der aufgenommenen Szenen, unabhängig von der jeweils herr-

schenden Lichtstimmung und der Farbtemperatur. Die fortschrittliche Mehrschichtstruktur der FGPlus Filme ermöglicht einen außergewöhnlichen Belichtungsspielraum im Bereich von minus zwei bis plus vier Blenden. Korrekt belichtete Aufnahmen sind dadurch auch beim Einsatz in preiswerten Kameras gewährleistet.





Auf der Gesellschafterversammlung konnten die Ringfoto-Mitglieder die ersten Vorschläge für Dekomaterialien zum Thema Kodalux Bilder begutachten.

Die positiven Zahlen für das Geschäftsjahr 2002, die Geschäftsführer Michael Gleich auf der Gesellschafter-Versammlung der Ringfoto-Gruppe Ende Juni im Bonner Maritim Hotel verkündete, waren zwar erfreulich (siehe Kasten unten), aber nicht überraschend; sie wurden bereits auf der Frühjahrsmesse vorausgesagt. Dennoch hatte die Versammlung ihre Überraschung: In wenigen Monaten werden Ringfoto-Händler die Möglichkeit haben, exklusiv Bilder mit dem Markennamen Kodalux zu verkaufen – in zwei Linien, von analogen und digitalen Vorlagen.

Kodalux Bilder leben bei Ringfoto neu auf

Gehörten Kodalux Bilder einst zu den bekanntesten und am besten eingeführten Markenbildern in Deutschland, drohte der Markenname seit Anfang der 90er Jahre, als Kodak den Premier Service einführte, in Vergessenheit zu geraten. Dies soll sich ab dem Herbst wieder ändern. „Ältere Fotografen werden sich positiv an den Namen erinnern, jüngere Zielgruppen werden wir durch die assoziierte Verbindung des Herstellernamens Kodak mit dem Begriff Lux als Synonym für Licht und Qualität ansprechen“, erklärte Gleich vor den Gesellschaftern. Kodalux Bilder

sollen allen Ringfoto-Mitgliedern zur Verfügung stehen. Auch den Händlern, die derzeit mit anderen Laborbetrieben als denen der Kodak Gruppe zusammenarbeiten. Gleich: „Unterstützt durch Martin Wolgschaft, den Geschäftsführer der Kodak GmbH und Kodak Consumer Imaging Chef Deutschland, ist es uns gelungen, auch die meisten anderen Laborbetriebe, die



Michael Gleich, Sprecher der Geschäftsführung der Ringfoto-Gruppe

Ringfoto-Gruppe wächst trotz schwierigen Umfelds

Auf den ersten Blick könnte 101000000 ein Befehl aus der Computerwelt sein, der Welt der Einsen und Nullen. Tatsächlich handelt es sich dabei jedoch um den Außenumsatz der Ringfoto-Gruppe, der im Geschäftsjahr 2002 erstmals die Milliarden-Euro-Grenze überschritten hat (und korrekterweise 1.010.000.000 Euro geschrieben werden müßte). Mit diesem Betrag, den Ringfoto-Geschäftsführer Michael Gleich auf der Gesellschafterversammlung in Bonn präsentierte, bestätigte sich offiziell und nach Kontrolle der Zahlen durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft die Prognose, die Gleich bereits während der Ringfoto-Frühjahrsmesse abgegeben hatte (ifc berichtete in Ausgabe 4/2003). Gegenüber dem Vorjahr erzielte die Nürnberger Händlergruppe damit ein Plus von 65 Mio. Euro (2001: 945 Mio.). Positiv entwickelten sich auch Umsatz und Gewinn der Ringfoto-Zentrale in Fürth: Verbuchte die Zentrale im Jahr

2001 noch einen Umsatz von 277 Mio. Euro (davon 120 Mio. im Lager- und 157 Mio. im Streckengeschäft), so meldete das Unternehmen für 2002 287 Mio. Euro (127/160 Mio.). Den Jahresüberschuß der Zentrale bezifferte Gleich mit 1,776 Mio. Euro. Das entspricht einem Plus von 60.000 Euro gegenüber 2001. Die von der Zentrale an alle Mitglieder ausgeschütteten Boni betrugen 7,411 Mio. Euro (plus zehn Prozent gegenüber 2001). Die Gesamtauszahlung betrug 9,358 Mio. Euro. Einschließlich der von der Ringfoto-Zentrale an die Händler durchgereichten Rückvergütungen der Industriepartner flossen den Mitgliedern 13,054 Mio. Euro (2001: 12,208 Mio. Euro) zu. Die Zahl der Mitglieder der Ringfoto-Gruppe stieg von 1.590 auf 1.816, die Zahl der Vertriebsstellen von 2.564 auf 2.754. Dieses Wachstum ist vor allem auf die Integration von Photo Porst zurückzuführen.

bei Ringfoto als Lieferanten gelistet sind, zur Produktion von Kodalux Bildern zu bewegen.“

Nach den Vorstellungen des Ringfoto-Managements wird es die beiden Bilderserien Kodalux Premier und Kodalux Express geben, die sowohl für klassische Filme als auch für Bilder von digitalen Daten angeboten werden können. Und auch diejenigen, die Bilder auf dem eigenen Minilab produzieren, können Kodalux anbieten, solange sie sich an die Vorgaben halten. „Mit einem Angebot, das sich bewußt auf die relevantesten Verbraucherbedürfnisse beschränkt, nämlich Topqualität und

Schnelligkeit, bieten wir dem Verbraucher Orientierung in einem Umfeld des Informationsüberflusses.“

Das Kodalux Konzept ist nach Gleichs Worten der Versuch, den Ringfoto-Mitgliedern ein rentables und zukunfts-sicheres Bilderkonzept an die Hand zu geben. „Es macht für uns keinen Sinn mehr zu versuchen, im Billigbereich mit den preisaggressiven Anbietern mitzuhalten“, sagte Gleich. „Kodalux gibt den Händlern die Chance, exklusiv hochwertige Bilder zu einem attraktiven Preis anzubieten.“

Unterstützt wird der Abverkauf der Kodalux Bilder durch vielfältige Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien für den PoS sowie jährlich sechs Kodalux

Umsatz der Gruppe steigt auf über eine Milliarde Euro

Aktionen, die nach Saisonschwerpunkten konzipiert werden. Gleich: „Die Ausstattung der Aktionen mit Werbemitteln wird vorbildlich und auf die Bedürfnisse der Mitglieder zugeschnitten sein. Jede Aktion wird mit einem ausführlichen Aktionsflyer vorgestellt.“

Mit Blick auf das Jahresergebnis für 2002 betonte Gleich, daß Ringfoto in allen Bereichen trotz der schwierigen wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen gut dastehe. Er forderte die Gesellschafter auf, aktuelle Hindernisse zu analysieren und aus dem Weg zu räumen und gleichzeitig Chancen zu nutzen, die sich aus neuen Ertragsquellen wie Druckern und Scannern, Tintenstrahlpapieren oder Speichermedien ergeben.

Rainer Th. Schorcht, der Vorsitzende des Ringfoto-Verwaltungsrates, unterstrich diese Aufforderung. Schorcht sieht Chancen vor allem in der Ausweitung des Dienstleistungsangebotes, die vor allem durch digitale Bilder und digitale Technologien möglich wird. „Durch Fotohandys und die Entwicklung des Digitalkameramarktes zum Massenmarkt wird es Unmengen von Bildern geben“, stellte Schorcht fest.



Rainer Th. Schorcht,
Vorsitzender des Ringfoto-
Verwaltungsrates

„Wir müssen es den Kunden so leicht wie möglich machen, von den digitalen Daten aus seinen Kameras oder Handys echte Fotos zu bekommen, zum Beispiel durch digitale Orderstationen oder digitale Minilabs.“

Darüber hinaus existierten vollkommen neue Möglichkeiten für Dienstleistungen, betonte Schorcht. Als Beispiel nannte er das Überspielen von Super 8- oder Videofilmen auf DVD, das mit geeigneten Geräten schnell, einfach und mit guten Erträgen realisiert werden könnte. „Gehen Sie mehr in die Dienstleistung, suchen und nutzen Sie die neuen Möglichkeiten und wechseln Sie ins Lager der Optimisten, dann wird es der Ringfoto-Gruppe und Ihnen auch in Zukunft gut gehen“, appellierte Schorcht an seine Händlerkollegen.

hepä

debitel startet Urlaubs-Kampagne „Zum Anbeißen“

debitel hat seine aktuelle Urlaubs-Kampagne „Zum Anbeißen“ ganz auf die Reise- und Urlaubszeit zugeschnitten. Den thematischen Mittelpunkt bilden Handys mit Fotofunktion und die debitel MMS-Postkarte. Außerdem bietet das neue debitel Startgeschenk bei Vertragsabschluss 25 freie MMS-Postkarten oder 100 freie SMS. Die Kampagne läuft bis Ende August.

Im technischen Mittelpunkt der Kampagne stehen Geräte von Siemens und Samsung. Aktuelle MMS-Technik, schickes Design und die aufsteckbare Kamera mit Blitz als Zubehör zeichnen das Triband-Handy Siemens M55 aus (ab einem Euro). Mit Farbdisplay und erweitertem Funktionsumfang, zum Beispiel kabelloser Datenübertragung per Bluetooth, hat das Siemens S55 (ab 49 Euro) etwas mehr zu bieten. Mit einem großes Farbdisplay (und einem zweiten Display auf der Außenseite) ist das leichtgewichtige Samsung SGH S-500 ausgestattet, das es ebenfalls ab 49 Euro gibt. Zu allen Credit-Angeboten gehören außerdem das debitel Startgeschenk mit 25 freien MMS-Postkarten oder 100 freien SMS. Für diejenigen, die keinen Laufzeitvertrag abschließen wollen, bietet die Aktion das Nokia 3510 CallYa-Pac. Das Prepaid-Gerät ist mit WAP und polyphonen Klingeltönen ausgestattet (zirka 98 Euro). debitel unterstützt den Handel gewohnt umfangreich mit Sommer-Dekomaterial und entsprechenden Werbemitteln am PoS. Dekogirlanden, Streuelemente und aufblasbare Handysessel setzen die Ur-

laubsthematik effektiv um. Die 3D-Dekofische sind anziehende Blickpunkte am PoS. Für die Schwerpunkte der Urlaubsaktion stehen außerdem Poster, Vitrinenaufsteller und Flyer bereit.

der grosse foto katalog

Der Neue ist da!

www.cat-verlag.de



Das aktuelle Produktangebot der internationalen Markenindustrie

Foto • Digital Imaging • Video • Zubehör • Labor

Zusätzliche Exemplare jetzt bestellen!

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

Durch die Zusammenarbeit mit der Fotoindustrie
und den Photogrossisten der VGP 
hat jeder Fotohändler ein kostenloses Exemplar erhalten.

JETZT ORDERN!

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

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Postfach 1229 • 40832 Ratingen
Telefon: 0 21 02 / 20 27 - 0
Fax: 0 21 02 / 20 27 - 90

Nutzen Sie für zusätzliche
Bestellungen bitte dieses
Fax-Formular ▼



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

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

der grosse foto-katalog 2003/2004

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

Datum: _____ Unterschrift: _____

Name: _____

Firma: _____

Straße/Nr.: _____

Plz./Ort: _____

Telefon: _____

Fax: _____



Marktübersicht mit 30 analogen Modellen

SLR-Kameras – Grundstock

für renditeträchtiges Zubehör

Kurz vor dem Start in die Ferien stehen viele Endverbraucher vor dem Kauf einer neuen Kamera. Für den Handel ist das eine gute Möglichkeit, sich durch fachliche Beratung als kompetenter Partner zu profilieren. Bereits während der Bedarfsermittlung im ersten Verkaufsgespräch lassen sich die Weichen für eine dauerhafte Geschäftsverbindung stellen. Warum also – trotz aller Digital-Euphorie – nicht einmal an Altbewährtes denken und dem Kunden die qualitativen und kreativen Möglichkeiten einer analogen Spiegelreflexkamera näherbringen. Daß dabei auch an Kundenbindung und Zusatzgeschäfte durch den Verkauf von Zubehör gedacht wird, sind gute und legitime Gründe. Zur Erleichterung des Verkaufsgesprächs haben wir die aktuellen Kameras mit ihren wichtigsten Ausstattungsmerkmalen und Vorzügen in einer Marktübersicht zusammengestellt.



Mit einem UVP von 249,- Euro (Gehäusepreis) ermöglicht die gut ausgestattete Canon EOS 3000N dem preisbewußten Ein- und Aufsteiger den Start in die faszinierende Welt der Spiegelreflex-Fotografie.

Nach wie vor spielen analoge Spiegelreflex-Kameras im Sortiment des Fotohandels eine große Rolle. Zwar können die verkauften Stückzahlen nicht mehr an die großartigen Erfolge der Vergangenheit anknüpfen, aber allein die Ausichten auf gute Zusatzgeschäfte rechtfertigen eine ständige Sortimentspflege. Dessen sind sich auch die Hersteller bewußt, die in regelmäßigen Abständen mit neuen Modellen auf den Markt kommen.



Traumkamera für viele Hobbyfotografen: Die Nikon F5 ist mit 2.699,- Euro (Gehäuse) Spitzenreiter in der Marktübersicht.

Große Zubehörvelfalt

Kaum ein anderer Bereich bietet dem Fotohandel bessere Chancen auf ein gutes Geschäft mit renditebringendem Zubehör. Spiegelreflex-Fotografen fotografieren in der Regel mehr, intensiver und bewußter. Entsprechend groß ist der Bedarf an Zubehör und Filmen. An erster Stelle auf der Wunschliste der SLR-Fotografen stehen Wechselobjektive. Aus diesem Grund bieten einige Händler dem Verbraucher Kombi-Angebote mit mehreren Brennweiten (meistens Zoomobjektiven) an, die nicht nur den Umsatz steigern, sondern gleichzeitig auch den reinen Kamerapreis aus dem Vergleich mit dem Wettbewerb nehmen. Zoomobjektive stehen besonders hoch in der Gunst der Fotografen, wobei die Objektive mit einem großen Brennweitenumfang (vom Weitwinkel bis zum Tele) voll im Trend liegen. Eine richtig gute Rendite bringen nach wie vor Produkte wie Fototaschen, Filter und Blitzgeräte. Obwohl eine Vielzahl

der Kameras aus dem Amateurbereich heute mit einem integrierten Blitzgerät ausgestattet ist, lassen sich mit den richtigen Argumenten immer noch externe Lichtquellen verkaufen. Das gleiche gilt auch für Filter. Während der Stellenwert von UV- und Skylightfiltern stark geschrumpft ist, lassen sich mit sogenannten Kreativ-Vorsätzen wie Verlauf-, Nebel- und Effektfiltren sowie mit



Filter sind immer noch gut für renditefördernde Zusatzgeschäfte.

Polarisationsfiltern noch immer gute Renditen erzielen. Bildbeispiele mit und ohne Filter zeigen die unterschiedlichen Wirkungen der Filter und erhöhen die Kaufbereitschaft.

Renditebringer Nummer zwei sind Fototaschen, Fotorucksäcke und Foto Westen. Dank des riesigen Angebots kann der Fotohandel seine exklusive Produktlinie wählen und seine Marge ungeachtet der Mitbewerber festlegen. Und mit den richtigen Verkaufsargumenten lassen sich auch höherpreisige Taschen für einen optimalen Schutz der wertvollen Ausrüstung verkaufen.

Zusätzliche Verkaufsimpulse lassen sich zur Reisezeit mit Unterwassergehäusen setzen, die für Taucher, Wassersportler und als Kameraschutz für den Strandurlaub gleichermaßen interessant sind. Produkte, mit denen im SLR-Bereich gutes Geld zu verdienen ist, gibt es en masse. Als Beispiele seien hier Stative, Studio- und Nahaufnahme-Zubehör erwähnt. Daß es bei der Produktvielfalt natürlich auch zu Lagerproblemen kommen kann, sollte jedem einleuchten. Deshalb muß die Bereitschaft zur kurzfristigen Beschaffung einzelner Produkte oberste Priorität haben.



Hochwertige Fototaschen bieten der wertvollen Ausrüstung einen optimalen Schutz und dem Handel eine gute Rendite.

Filme und ihre Folgen

Auch beim Filmmaterial zeigen sich die SLR-Anwender qualitätsbewußter und experimentierfreudiger. Sie verwenden häufiger ausgefallene Filmsorten wie Schwarzweiß-, Infrarot- sowie hochwertige und hochempfindliche Colornegativ- und Diafilme. Diese Filme sind, da nicht im direkten Preisvergleich, mit einer höheren Rendite ausgestattet als das Standardmaterial. Bei einer entsprechenden Bevorratung und einem gut sortierten Angebot läßt sich allein in diesem Bereich eine hervorragende Kundenbindung erzielen. Und nicht zu vergessen: das Folgegeschäft

mit den Laborarbeiten. Nicht selten sind diese Kunden für größere Abzüge und Poster zu gewinnen. Das wiederum zieht einen weiteren Umsatz mit Bilderrahmen, hochwertigen Präsentationsmappen etc. nach sich. Außerdem verwenden engagierte Spiegelreflex-Fotografen häufiger Diafilme, so daß auch hier mit Zusatzverkäufen wie Diarahmen und -magazinen, Lupen, Projektoren, Leinwänden, Lichtzeigern und vielem mehr zu rechnen ist.

Bei Schwarzweißfilmen sieht es ähnlich aus. Die wenigen S/W-Fans verarbeiten in der Regel ihre Filme in der eigenen Dunkelkammer oder scannen die Negative zur Weiterverarbeitung im Computer ein. Filmscanner stehen bei dieser Klientel hoch im Kurs. Das gilt übrigens für viele SLR-Anwender, die auf diesem Weg eine Brücke zwischen der hochwertigen analogen Fotografie und digitaler Bildbearbeitung schlagen. Entsprechender Bedarf besteht also an Scannern, Druckern, Tinten, Fotopapieren etc.

Fazit: Für den Fotohandel lohnt es sich nach wie vor, den Bereich SLR zu pflegen und sich mit den Folgegeschäften die erforderliche Rendite zu sichern. jg



Produkt	Braun SR 2000	Canon EOS 3000 N	Canon EOS 300	Canon EOS 300V
UVP	204,- (mit Zoom 28 - 70 mm)	249,- (Gehäuse)	399,- (mit EF 28 - 90 mm)	319,- (Gehäuse)
Fokussierung	manuell	Autofokus	Autofokus	Autofokus
Objektivangebot	je nach Bajonett	14 - 600 mm	14 - 600 mm	14 - 600 mm
ISO-Einstellung manuell	25 - 3.200	6 - 6.400	6 - 6.400	6 - 6.400
ISO-Einstellung DX	-	25 - 5.000	25 - 5.000	25 - 5.000
integriertes Blitzgerät	nein	ja	ja	ja
Meßmethoden	eine	drei	drei	drei
Belichtungsfunktionen	eine	neun	sechs	neun
Motivprogramme	-	fünf	fünf	fünf
Verschlußzeiten	1/2000 s - 1 s	1/2000 s - 30 s	1/2000 s - 30 s	1/2000 s - 30 s
Filmtransport	manuell	motorisch	motorisch	motorisch
Max. Bildfrequenz	-	1 Bild/Sekunde	1,5 Bilder/Sekunde	2,5 Bilder/Sekunde
wechselbare Sucherscheiben	nein	nein	nein	nein
Batterietyp	2 x LR 44	2 x 3 Volt Lithium CR123A	2 x 3 Volt Lithium CR2	2 x 3 Volt Lithium CR2
Maße B/H/T	136/87/54 mm	145/92/61,9 mm	140/90/58,5 mm	130/88/64 mm
Gewicht	434 Gramm	350 Gramm	357 Gramm	365 Gramm
weitere Merkmale	lieferbar mit Pentax K- oder Minolta MD-Bajonett, Mehrfachbelichtung, Zubehörschuh	Mehrfachbelichtung, manuelle Belichtungskorrektur um ± 2 LW, AF-Hilfsleuchte mit automatischer Zuschaltung, Zubehörschuh, AF-Indikator im Sucher	Mehrfachbelichtung, Belichtungsreihen, Schärfentiefekontrolle, drei Blitzprogramme, Synchronzeit bis 1/2000 s mit EX System-Blitzgeräten, BP-200 Batteriepack als Zubehör, nur im Set mit EF Zoomobjektiv erhältlich	Abblendtaste, großes, beleuchtetes LC-Display, Metallbajonett, Zubehörschuh, Selbstauslöser, Batteriegriff für Mignonzellen optional erhältlich, auch mit Datenrückwand erhältlich (369,- Euro)



Produkt	Canon EOS 33	Canon EOS 30	Canon EOS 3	Canon EOS IV
UVP	499,- (Gehäuse)	599,- (Gehäuse)	1.399,- (Gehäuse)	2.299,- (Gehäuse)
Fokussierung	Autofokus	Autofokus	Autofokus	Autofokus
Objektivangebot	14 - 600 mm	14 - 600 mm	14 - 600 mm	14 - 600 mm
ISO-Einstellung manuell	6 - 6.400	6 - 6.400	6 - 6.400	6 - 6.400
ISO-Einstellung DX	25 - 5.000	25 - 5.000	25 - 5.000	25 - 5.000
integriertes Blitzgerät	ja	ja	nein	nein
Meßmethoden	drei	drei	fünf	sechs
Belichtungsfunktionen	neun	neun	neun	neun
Motivprogramme	fünf	fünf	—	—
Verschlusszeiten	1/4000 s - 30 s	1/4000 s - 30 s	1/8000 s - 30 s	1/8000 s - 30 s
Filmtransport	motorisch	motorisch	motorisch	motorisch
Max. Bildfrequenz	4 Bilder/Sekunde	4 Bilder/Sekunde	4,3 Bilder/Sekunde	3,5 Bilder/Sekunde
wechselbare Sucherscheiben	nein	nein	ja	ja
Batterietyp	2 x 3 Volt Lithium CR123A	2 x 3 Volt Lithium CR123A	1 x Lithium 2CR5	1 x Lithium 2CR5
Maße B/H/T	146,7/103/69 mm	146,7/103/69 mm	161/119,2/70,8 mm	161/120,8/70,8 mm
Gewicht	575 Gramm	575 Gramm	780 Gramm	945 Gramm
weitere Merkmale	13 Individual-Funktionen mit 34 Optionen, Mehrfachbelichtung, Selbstauslöser, Meßwertspeicher, Zubehörschuh, AF-Indikator im Sucher	13 Individual-Funktionen mit 34 Optionen, Mehrfachbelichtung, Selbstauslöser, Meßwertspeicher, Zubehörschuh, Wahl des AF-Meßfeldes mit Augensteuerung, auch mit Datenrückwand erhältlich (659,- Euro)	Mehrfachbelichtung, manuelle Belichtungskorrektur, automatische und manuelle Meßwertspeicherung, Wahl des AF-Meßfeldes mit Augensteuerung, Selbstauslöser mit zwei Vorlaufzeiten, Anschluß für Fernsteuerung	20 Individual-Funktionen mit 63 Optionen, Mehrfachbelichtung, Schärfentiefekontrolle, Filmkennzeichnung, Speicherung von Aufnahmedaten in internem Speicher (100 Filme à 36 Aufnahmen), Selbstauslöser



Produkt	Leica R9	Minolta Dynax 4	Minolta Dynax 5	Minolta Dynax 7
UVP	2.600,- (Gehäuse)	229,- (Gehäuse)	309,- (Gehäuse)	879,- (Gehäuse)
Fokussierung	manuell	Autofokus	Autofokus	Autofokus
Objektivangebot	15 - 800 mm	16 - 600 mm	16 - 600 mm	16 - 600 mm
ISO-Einstellung manuell	6 - 12.500	6 - 6.400	6 - 6.400	6 - 6.400
ISO-Einstellung DX	25 - 5.000	25 - 5.000	25 - 5.000	25 - 5.000
integriertes Blitzgerät	nein	ja	ja	ja
Meßmethoden	vier	drei	zwei	drei
Belichtungsfunktionen	fünf	vier	vier	sieben
Motivprogramme	—	fünf	fünf	—
Verschlusszeiten	1/8000 s - 32 s	1/2000 s - 30 s	1/4000 s - 30 s	1/8000 s - 30 s
Filmtransport	manuell (Motor als Zubehör)	motorisch	motorisch	motorisch
Max. Bildfrequenz	4,5 Bilder/Sekunde mit Motor	1,7 Bilder/Sekunde	3 Bilder/Sekunde	4 Bilder/Sekunde
wechselbare Sucherscheiben	ja, 5	nein	nein	ja, 2
Batterietyp	2 x 3 Volt Lithium CR2	2 x 3 Volt Lithium CR2	2 x 3 Volt Lithium CR2	2 x 3 Volt Lithium CR123A
Maße B/H/T	158/101/62 mm	127/87/60,5 mm	127/87/60,5 mm	143,5/97,5/65,5 mm
Gewicht	790 Gramm	315 Gramm	335 Gramm	575 Gramm
weitere Merkmale	in Anthrazit und Schwarz erhältlich, Mehrfachbelichtung (auch motorisch), Spiegelvorauslösung, Belichtungsreihen in Verbindung mit Motor-Drive, Blitzbelichtungsmessung, Selbstauslöser mit zwei Vorlaufzeiten	14 Individual-Funktionen, Filmkammerverriegelung mit Schutz vor versehentlichem Öffnen bei eingelegtem Film, Mehrfachbelichtung, Belichtungsreihen, Selbstauslöser, drahtlose Blitzfernsteuerung mit System-Blitzgeräten	14 Individual-Funktionen, Kameraaktivierung durch Eye-Start-System, Abblende, Filmkammerverriegelung mit Schutz vor versehentlichem Öffnen bei eingelegtem Film, Belichtungsreihen	35 Individual-Funktionen, Kameraaktivierung durch Eye-Start-System, Speicherung der fototechnischen Daten von bis zu 9 Filmen mit je 36 Aufnahmen, zuschaltbare Datenspeicherfunktion für 7 Filme, Abblendtasche



Contax Aria	
899,- (Gehäuse)	
Fokussierung	
15 - 500 mm	
6 - 6.400	
25 - 5.000	
nein	
drei	
sechs	
-	
1/4000 s - 16 s	
motorisch	
3 Bilder/Sekunde	
ja	
2 x 3 Volt Lithium CR2	
137/92,5/53,5 mm	
460 Gramm	
Belichtungsreihen, Meßwert-speicher, fünf Individual-Funktionen, Abblendtaste, Mehrfachbelichtung, Selbstauslöser, austauschbare Rückwand zur Dateneinbelichtung und Kamera-steuerung, Batteriekontrolle	



Contax NX	
899,- (Gehäuse)	
Fokussierung	
24 - 300 mm	
6 - 6.400	
25 - 5.000	
ja	
drei	
vier	
-	
1/4000 s - 32 s	
motorisch	
2,3 Bilder/Sekunde	
nein	
2 x 3 Volt Lithium CR2	
142/113/66 mm	
605 Gramm	
20 Individual-Funktionen, Abblendtaste, Batteriekontrolle, Selbstauslöser, Belichtungsreihen, fünf wählbare AF-Meßfelder, Anschlüsse für: Datenrückwand, Batterie-Power-Pack, Kabelauslöser, externe Blitzgeräte	



Contax RX	
1.499,- (Gehäuse)	
manuell mit Fokusindikator	
15 - 500 mm	
6 - 6.400	
25 - 5.000	
nein	
drei	
sechs	
-	
1/4000 s - 16 s	
motorisch	
3 Bilder/Sekunde	
ja, 5	
1 x 2CR5 und 1 x CR2025	
151/104,5/59 mm	
850 Gramm	
7 Individual-Funktionen, Belichtungsreihen, Selbstauslöser, Mehrfachbelichtung, Abblendtaste, Batteriekontrolle, Data-Back zur Einbelichtung von Datum und/oder Uhrzeit auf den Stegen zwischen den Negativen	



Contax N1	
1.849,- (Gehäuse)	
Autofokus	
24 - 300 mm	
6 - 6.400	
25 - 5.000	
nein	
drei	
vier	
-	
1/8000 s - 32 s	
motorisch	
3,5 Bilder/Sekunde	
ja, 3	
1 x Lithium 2CR5	
152/116,5/69 mm	
795 Gramm	
20 Individual-Funktionen, Belichtungsreihen, Fine-Fokus-ABC mit automatischer minimaler Schärfeverlagerung vor und hinter der korrekten Schärfenebene, Multifunktionsrückwand und LCD Sucher als Zubehör	



Contax RTS III	
2.499,- (Gehäuse)	
manuell	
15 - 500 mm	
6 - 6.400	
25 - 5.000	
nein	
zwei	
sechs	
-	
1/8000 s - 32 s	
motorisch	
5 Bilder/Sekunde	
ja, 5	
1 x 2CR5 und 1 x CR2025	
156/121/66 mm	
1.150 Gramm	
Vakuum-Filmandrucksystem, integrierte Datenrückwand zur Einbelichtung von Datum und/oder Uhrzeit auf den Stegen zwischen den Negativen, Hochformatauslöser, Abblendtaste, Spiegelarretierung, Mehrfachbelichtung	



Minolta Dynax 9	
1.699,- (Gehäuse)	
Autofokus	
16 - 600 mm	
6 - 6.400	
25 - 5.000	
ja	
vier	
drei	
-	
1/12000 s - 30 s	
motorisch	
4,5 Bilder/Sekunde	
ja, 2	
2 x 3 Volt Lithium CR123A	
155/111/75 mm	
910 Gramm	
21 Individual-Funktionen, Speicherung der fototechnischen Daten von bis zu 7 Filmen mit je 36 Aufnahmen, Spiegelvorauslösung, Reload-Funktion für teilbelichtete Filme, Abblendtaste, Belichtungsreihen, Blitzkorrektur	



Nikon F55	
219,- (Gehäuse)	
Autofokus	
14 - 600 mm	
-	
25 - 5.000	
ja	
bis zu 3 (objektivabhängig)	
fünf	
fünf	
1/2000 s - 30 s	
motorisch	
1,5 Bilder/Sekunde	
nein	
3 Volt Lithium CR2	
129/92/65 mm	
350 Gramm	
Zubehörschuh, Selbstauslöser	



Nikon F65 / F65D	
259,- / 299,- (Gehäuse)	
Autofokus	
14 - 600 mm	
-	
25 - 5.000	
ja	
bis zu 3 (objektivabhängig)	
fünf	
fünf	
1/2000 s - 30 s	
motorisch	
2,5 Bilder/Sekunde	
nein	
3 Volt Lithium CR2	
139,5/92,5/66,5 mm	
395 Gramm	
Zubehörschuh, Selbstauslöser, Modell F65D ist mit einer Datenrückwand ausgestattet	



Nikon F75 / F75D	
309,- / 349,- (Gehäuse)	
Autofokus	
14 - 600 mm	
-	
25 - 5.000	
ja	
bis zu 4 (objektivabhängig)	
fünf	
fünf	
1/2000 s - 30 s	
motorisch	
1,5 Bilder/Sekunde	
nein	
3 Volt Lithium CR2	
131/92,5/65 mm	
380 Gramm	
Zubehörschuh, Selbstauslöser, Modell F75D ist mit einer Datenrückwand ausgestattet	



Nikon F80 / F80D / F80S	
519,- / 569,- / 699,- (Gehäuse)	
Autofokus	
14 - 600 mm	
6 - 6.400	
25 - 5.000	
ja	
bis zu 3 (objektivabhängig)	
vier	
-	
1/4000 s - 30 s	
motorisch	
2,5 Bilder/Sekunde	
nein	
CR123A / DL123A	
141,5/98,5/71 mm	
515 Gramm	
Projektion von Gitternetzlinien im Sucher einstellbar, Zubehörschuh, Selbstauslöser, Abblendtaste, Modell F80D ist mit einer Datenrückwand ausgestattet, Dateneinbelichtung auf dem Filmsteg bei der Version F80S	



Produkt	Nikon FM3A	Nikon F100	Nikon F5	Pentax MZ-60
UVP	849,- (chrom) / 899,- (black)	1.539,- (Gehäuse)	2.699,- (Gehäuse)	299,- (Gehäuse)
Fokussierung	manuell	Autofokus	Autofokus	Autofokus
Objektivangebot	15 - 800 mm	14 - 600 mm	14 - 600 mm	15 - 600 mm
ISO-Einstellung manuell	12 - 6.400	6 - 6.400	6 - 6.400	6 - 6.400
ISO-Einstellung DX	25 - 5.000	25 - 5.000	25 - 5.000	25 - 5.000
integriertes Blitzgerät	nein	nein	nein	ja
Meßmethoden	eine	bis zu 3 (objektivabhängig)	drei	zwei
Belichtungsfunktionen	zwei	vier	vier	vier
Motivprogramme	–	–	–	–
Verschlusszeiten	1/4000 s - 8 s	1/8000 s - 30 s	1/8000 s - 30 s	1/4000 s - 30 s
Filmtransport	manuell, Motor als Zubehör	motorisch	motorisch	motorisch
Max. Bildfrequenz	–	4,5 Bilder/Sekunde	ca. 8 Bilder/Sekunde	2 Bilder/Sekunde
wechselbare Sucherscheiben	nein	ja, 2	ja, 8	nein
Batterietyp	CR-1/3N oder SR44/LR44	Mignon, Alkali oder Lithium	Mignonzellen	2 x CR2
Maße B/H/T	142,5/90/58 mm	155/113/66 mm	158/149/78 mm	135,5/92/63 mm
Gewicht	570 Gramm	785 Gramm	1.210 Gramm	385 Gramm
weitere Merkmale	Abblendtaste, Zubehörschuh, Gehäusefarbe wahlweise Chrom oder Schwarz	Abblendtaste, Zubehörschuh, externes Batterieteil (MB-15) für 5 Bilder/Sekunde	auswechselbarer Sucher, Abblendtaste, Mehrfachbelichtung, 24 Individualfunktionen, Okularverschluss, Selbstdiagnose-Verschluß, LCD-Beleuchtung, automatische Belichtungsreihen, PC-Anschluß	Abblendtaste, Kurzzeitsynchronisation mit Systemblitzgeräten, 11 Individualfunktionen



Produkt	Pentax *ist	Pentax MZ-S	Sigma SA-7	Sigma SA-9
UVP	379,- (Gehäuse)	999,- (Gehäuse)	199,- (mit Zoom 28 - 70 mm)	499,- (Gehäuse)
Fokussierung	Autofokus	Autofokus	Autofokus	Autofokus
Objektivangebot	15 - 600 mm	15 - 600 mm	8 - 800 mm	8 - 800 mm
ISO-Einstellung manuell	6 - 6.400	6 - 6.400	6 - 6.400	6 - 6.400
ISO-Einstellung DX	25 - 5.000	25 - 5.000	25 - 5000	25 - 5000
integriertes Blitzgerät	ja	ja	ja	ja
Meßmethoden	drei	drei	drei	drei
Belichtungsfunktionen	vier	vier	vier	vier
Motivprogramme	sechs	sechs	–	–
Verschlusszeiten	1/4000 s - 30 s	1/6000 s - 30 s	1/2000 s - 30 s	1/8000 s - 30 s
Filmtransport	motorisch	motorisch	motorisch	motorisch
Max. Bildfrequenz	2 Bilder/Sekunde	2 Bilder/Sekunde	1,5 Bilder/Sekunde	3 Bilder/Sekunde
wechselbare Sucherscheiben	nein	ja	nein	nein
Batterietyp	2 x CR2	2 x CR2	2 x CR2	2 x CR2
Maße B/H/T	122/84/63,5 mm	136,5/95/64 mm	132,5/91,5/69,5 mm	141/96/69,5 mm
Gewicht	335 Gramm	520 Gramm	395 Gramm	435 Gramm
weitere Merkmale	Abblendtaste, neues Pentax AF-System mit neun Kreuzsensoren, 17 Individualfunktionen, Kurzzeitsynchronisation mit Systemblitzgeräten, Selbstauslöser, Zubehörschuh	Abblendtaste, 11 Individualfunktionen, Kurzzeitsynchronisation mit Systemblitzgeräten, Selbstauslöser, Zubehörschuh	Sigma Bajonett mit großem Objektivangebot, Zubehörschuh, Selbstauslöser	Sigma Bajonett mit großem Objektivangebot, Zubehörschuh, Selbstauslöser



Ulrich Vielmuth

Farbgestaltung

Eins gleich vorweg: Ich bin, sage ich einmal etwas provozierend, kein großer Freund von Filtern, schon gar nicht von Effektfiltern. Warum? Weil in der Aufnahmepraxis doch die Versuchung groß ist, sie zu häufig und damit kontraproduktiv einzusetzen. Das gilt nicht nur für Hobbyfilmer, sondern im weitesten Sinne auch für Profis. Mit Filtereffekten kann

niemals die eigene Kreativität beim Filmen ersetzt werden. So schön kontrastmindernd Verlauffilter sein können, um beispielsweise den hellen Himmel im Motiv in seiner überstrahlenden Helligkeit zu mildern, so störend für den Betrachter, wenn dieser Effekt im Film zu häufig zu bemerken ist. So war in einem an sich gut fotografierten Halbstundenfilm mit Touristikthema öfters eine Radgruppe zu sehen, die scheinbar einer herannahenden Gewitterfront davon fahren wollte. Drohende, dunkle Wolkenbilder waren aber erst durch den Einsatz eines dichten neutral-grauen Verlauffilters so wirkungsvoll entstanden. Ansonsten nämlich war das Wetter am Drehort recht ordentlich gewesen, wie mir der junge Nachwuchs-Kameramann versicherte, als ich ihn auf seinen Film angesprochen habe. Oder gar einen Stern- oder Gittereffektfilter beim an sich stimmungsvollen Weihnachtsfilm zu mißbrauchen! Das gibt nämlich beim Zuschauer nur beim ersten Mal eine gewisse Anerkennung. Weniger ist mehr. Gute Filter sollten aus hochwertigem Objektivglas und möglichst mehrfach vergütet sein. Sie verhindern und mildern Reflexe an Glasoberflächen. Hier einmal eine Auswahl von nützlichen Filtern.

Filter und ihre Wirkung

Graufilter (ND-Filter)

Dient vor allem der Lichtreduzierung bei zu großer Helligkeit. Graufilter sind zugleich UV-Schutzfilter. Natürlich kann auch über eine Belichtungszeitverkürzung eine zu große Helligkeit in Verbindung mit einem sehr lichtempfindlichen Camcorder gedämpft werden. Doch der Nachteil dabei ist, daß bei sehr kurzen Belichtungszeiten die Bewegungsunschärfe praktisch eingefroren wird. „Die meisten Consumer-Camcorder verfügen nicht über integrierte ND-Filter (Neutral Dichtefilter), sondern verwenden elektronische Schaltungen und den Shutter, um Überbelichtung zu verhindern. Das hat aber den Nachteil, daß sich dabei auch die Bild- und Signalverhältnisse unkontrolliert ändern: Kürzere Belichtungszeiten reduzieren die Bewegungsunschärfe, elektronische Schaltungen ändern die Helligkeitsverteilung im Bild durch Veränderung der Gammakurve und haben meist auch einen Einfluß auf den Rauschanteil. ND-Filter erlauben dagegen die kontrollierte Steuerung der Bildverhältnisse und können auch gezielt eingesetzt werden, wenn man bei sonst gleichen Bedingungen mit weiter geöffneter Blende arbeiten will, um eine geringere Schärfentiefe zu erreichen.“

UV-Sperrfilter

Farbloses Filter, das nur die kurzwelligen ultravioletten Strahlen (unter 400 Nanometer) absorbiert, für das sichtbare Licht jedoch voll durchlässig ist. Kurzwellige, ultraviolette Anteile im Sonnenlicht werden zurückgehalten, so daß keine unnatürlichen, blaustichigen Aufnahmen, wie z.B. in der Mittagssonne oder im Hochgebirge, entstehen können. Dunst wird gemildert, die Fernsicht verbessert. Farben werden nicht so flau wiedergegeben. So ein UV-Sperrfilter kann immer gestrost auf dem Camcorderobjektiv verbleiben – zum Schutz der Frontlinse vor Staub, Sand, Wassertropfen und mechanischer Beschädigung. Denn Reiben mit einem Tuch heißt immer auch ein wenig Schrammen erzeugen. Seidenartig weiche Mikrofaser-tücher, wie sie zur Brillenreinigung benutzt werden, sind ebenfalls für die Frontlinse empfehlenswert. Mit ein wenig Vaseline oder Creme läßt sich aus einem UV-Sperrfilter ein Weichzeichnerfilter machen – beispielsweise für eine Traumsequenz.

Skylight-Filter

Leicht rosa gefärbt. Unterdrückt bei hoher Farbtemperatur (Mittagssonnenlicht) eine Farbverschiebung zu Blau hin. Eignet sich ebenfalls als permanente Schutzlinse für das Camcorderobjektiv.

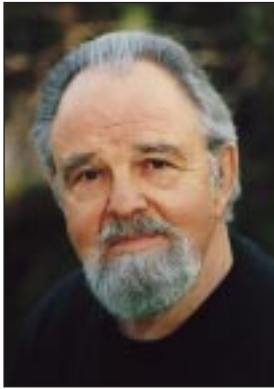
Verlauffilter

Effektfilter, der nicht gleichmäßig eingefärbt ist, sondern mit einer von unten nach oben zunehmenden Dichte (oder umgekehrt). Gibt es in verschiedenen Farbtönungen, aber auch in Dunkelgrau. Die Filterscheiben sind halbseitig eingefärbt, mit stufenlos fließendem Übergang in den klaren, transparenten Teil. Insbesondere bei der systembedingt unbefriedigenden Kontrastwiedergabe bei Video kann ein neutralgrauer Verlauffilter den hellen Himmel in seiner überstrahlenden Helligkeit dämpfen. So „frißt“ der Himmel nicht aus, Wolken werden noch gut abgebildet.

Es geht aber auch mit farbigen Verlauffiltern. Orange farbene verstärken den Sonnenuntergang, blaue die Farbsättigung des wolkenlosen Himmels.

Das Angebot von Filtern auf dem Markt ist fast unüberschaubar. Tricklinsen, Effektfilter oder Korrekturfilter u. v. a. m. werden angeboten. Wer es liebt, kann sich bei einer großen Auswahl bedienen. Doch können Filter auf keinen Fall die eigene Kreativität beim Filmen ersetzen. Ich selbst setze bei meiner Arbeit, je nach Thema, ganz verhalten das eine oder andere Mal einen Filter vors Objektiv. Steht Weihnachten vor der Tür, kann ein Gitterfilter romantisierend wirken. Brennende Kerzen oder andere (punktförmige) Lichtquellen leuchten sternförmig. Hinzu kommt ein leichter Weichzeichner-Effekt. Mit einer Großaufnahme und dadurch zwangsläufig unscharfem Hintergrund wird man beim Zuschauer Bewunderung ernten. Ebenso können Nachtaufnahmen in der Großstadt mit ihren Lichtern und Leuchtreklamen durch ein Gitterfilter noch effektvoller wirken. So leuchten Lichtreflexe sternförmig.

Fortsetzung im nächsten Heft



Horst Dieter Lehmann

Gesundschrumpfen

„Gesundschrumpfen“ ist ein Begriff unserer Zeit, der leider immer öfter zu hören ist. Zu übersehen ist dabei aber nicht, daß dieser „Gesundungsprozeß“ ja einer Heilung dienen soll, also etwas kränklich war.

Die Krankheit ist mit einem Wort definiert: Umsatzeinbußen. Der Umsatz sank, und die Rendite ist nicht mehr der Rede wert. Diese „Krankheit“ ist verbreitet wie

eine Seuche, das Jammern und Wehklagen ist entsprechend groß – und oft übertrieben!

Jammern hilft nicht, nur Ändern kann Abhilfe bringen. Aber wie? Zuerst einmal sollte man sich auf ein altbewährtes Mittel besinnen: die Werbung! Aktuell bietet sich für uns Fotohändler da das Angebot des C.A.T.-Verlages, der Saisonprospekt „Foto-Sommer 2003“, an. Kostenlos in der Anschaffung, bewährt seit vielen Jahren. Besonders zu erwähnen ist, daß im Mittelpunkt die Freude am Bild steht, was allzu leicht vergessen wird im Technikrummel von Analog und Digital.

Wunder sind selten und Wundermittel mit Vorsicht zu genießen. Die Augen zu verschließen vor den Zeichen der Zeit dürfte ein Fehler sein, den wohl nur wenige begehen. Dafür sind die Signale zu deutlich. „Gesundschrumpfen“ mag noch angehen, wenngleich es leider in erster Linie immer zuerst die Mitarbeiter trifft; aber beim „Wegsterben“ ist eben alles zu spät. Wir berichteten schon einige Male über das Ende von alteingesessenen Fotografen und Händlern in Ost und West. Keine Geschäfte, keine Beschäftigung, weder für Fotografen, noch für Verkäufer. Von Ausbildungsplätzen ganz zu schweigen, wobei wir einmal unbeachtet lassen wollen, ob diese zeitgemäß und ganz geeignet sind, der Meisterbrief nur ein Wandschmuck ist oder bald jeder machen kann, was er will (und kann?). Doch die Debatten um dieses Problem sind ein anderes Thema, das uns noch länger und stärker beschäftigen wird.

Tradition und Innungen, Lehrling, Geselle, Meister (bald auch Handwerkskammern?) – alles sind für viele Fotoschaffende „alte Zöpfe“, also weg damit.

Mitunter haben diejenigen, die gerade Meisterprüfungen für völlig überflüssige Relikte aus alter Zeit halten, sogar selber diesen Abschluß, meistens aber nicht!

Das Sterben vieler Geschäfte vom Lande bis in die Großstadt hält an. Davon sind sämtliche Branchen betroffen. Wie lange es noch Atelierhändler gibt, ist eine Frage der Zeit. Mit Sicherheit kann man aber sagen, daß sich mit dem technischen Wandel der Bildherstellung auch das Bild dieser dann wohl nicht mehr „handwerklichen Betriebe“ ändern wird.

Nicht alles muß zum Nachteil sein, so dürfte die Ausarbeitung der Aufnahmen, besonders der Porträts, dank Digital wohl wieder in die Hände des Fotografen gehen. Mehr oder weniger hat wohl jeder ein wenig darunter gelitten, daß er das Endresultat seiner Arbeit den Laboren überlassen mußte. Diese nun wiederum, auch das sollte man nicht vergessen, hatten mit dem Kunden „Profi“ den kritischsten, schwierig-

sten, reklamlationsfreudigsten, unzufriedensten Partner an der Hand. Der wiederum konnte sich über Ausschnitte und hochinteressante, aber leider nicht verwertbare Farbspiele wenig freuen. Vor allem nicht, wenn das weiße Brautkleid wieder einmal rosa war.

Damit wären wir bei den Laboren, die es ebenfalls nicht leicht haben. Die Fotografen, die noch höhere Preise und die Pauschale zahlen mußten, wurden weniger. Sonderwünsche auf dem Fachsektor werden möglichst mit „Zurückhaltung“ erfüllt. Ein bekanntes Fachlabor hat aufgegeben, andere Labore erweiterten ihre Standorte immer mehr gen Osten. Die Digitalität erforderte Umstellungen, eventuell auch Einbußen, die erst einmal durch die Einsicht der Knipser, daß mit der Digitalkamera auch „gute Bilder“ zu machen sind, ausgeglichen werden können.

Der Verkauf von Digitalkameras, teilweise zu Schleuderpreisen der Anbieter sämtlicher Konsumgüter, läuft offensichtlich gut. Man sieht es auch bei Sonntagsfahrten an Ausflugsorten, wie sehr der Einsatz dieser Kameras zugenommen hat. Stärker als die Bildwünsche, und nur die sind für uns (und die Labore) interessant, die in „echte Fotos“ umgemünzt werden. Die Fotohandys sind ebenfalls nicht zu übersehen (und hören). Was man alles damit machen kann, wird spätestens im Fernsehen verdeutlicht bzw. im Internet zu sehen sein. Wie sehr es strafbar ist, muß sich noch entscheiden. Aber daß der „unauffällige“ Einsatz an Umkleidekabinen oder unter den Rücken treppaufwärts schreitender Damen nicht gerade toleriert werden kann, dürfte klar sein! Für den Fotohandel wiederum wäre es nur interessant, wenn auch mit Fotohandys Umsätze mit „normalen“ Bildern zu erzielen wären. Bedauerlich und offenbar unabänderlich ist für den Händler die „Schrumpfung“ der Vertreterbesuche. Wer schon ein wenig länger seine „Goldgrube“ über Wasser hält, wird sich vielleicht noch an Zeiten erinnern, in denen die Besuche der Außendienstmitarbeiter aller Hersteller an der Tagesordnung waren. Die Konzentration auf diesem Gebiet hatte zur Folge, daß die Großhändler diese Aufgaben übernahmen. Der Besuch eines Vertreters im 14-Tage-Rhythmus war obligatorisch. Doch das war einmal! „Aus der Praxis – für die Praxis“ kann ich nur sagen, daß unser Vertreter sich zum Jahresende verabschiedet hat. Das Büro nimmt Bestellungen per Telefon oder Fax an. Das persönliche Gespräch fehlt natürlich.

Im Zeitalter der Automatisierung und des Internets sowie mit allen Errungenschaften der modernen Technik werden wir uns daran gewöhnen müssen, daß der Mensch immer mehr in den Hintergrund rückt. Wenn er aber schon als Verkäufer „weggeschrumpft“ ist, so wird er als Käufer eben doch im Vordergrund stehen. Zu hoffen ist, daß er noch über das nötige Kapital verfügt, um sich die Dinge kaufen zu können, die andere gern verkaufen wollen!

Wir Fotografen und Fotohändler verkaufen gern und möglichst viel, damit wir auch als Käufer weiter eine Rolle spielen können. Der Schein trügt oft, wie gut eine Firma über die Runden kommt. Viele Geschäfte aller Sparten, denen wir vielleicht ein baldiges Ende voraussagten, überleben besser, als wir vermuteten. Andere hingegen gehen unter, die wir schon wegen ihres vermeintlich guten Umsatzes beneideten.

Mit drin!

Es ist ja schön, wenn andere für einen haften. Der Schuß kann aber auch nach hinten losgehen. So muß sich beispielsweise die BGB-Gesellschaft das schädigende Verhalten eines geschäftsführenden Gesellschafters zurechnen lassen. Das wiederum bedeutet, daß alle GbR-Gesellschafter – der Schädiger eingeschlossen – persönlich und als Gesamtschuldner für gesetzlich begründete Verbindlichkeiten der Gesellschaft einstehen (BGH – Urteil vom 24.02.2003 – II ZR 385/99).

Gilt nicht!

Die Schuldrechtsreform hat schon manche Blüte getrieben. Ob der Gesetzgeber das alles gewollt hat, was die Richter ausurteilen, ist eine andere Frage. Arbeitnehmern, die am Arbeitsplatz einen Aufhebungsvertrag unterschreiben, soll sogar ein Widerrufsrecht nach § 312 BGB zustehen. Sagen die einen. Die anderen sagen: Dieses Widerrufsrecht gibt es nicht. § 312 BGB ist auf arbeitsrechtliche Aufhebungsverträge nicht anwendbar (LAG Brandenburg – Urteil vom 30.10.2002 – 7 Sa 386/02).

Bitte lächeln!

Mitarbeiter, die ihren Chef bestehlen, sind keine Seltenheit. Bisher legte die Rechtsprechung manchmal ein schützendes Händchen über sie. Das BAG bestätigt mit Urteil vom 27.3.2003 – 2 AZR 51/02 – zwar weiter, daß die verdeckte Videoüberwachung in das Persönlichkeitsrecht des überwachten Mitarbeiters eingreift. Gleichzeitig hat es aber auch erkannt, daß diese Art der Überführung gerechtfertigt ist, wenn ein konkreter Tatverdacht besteht, den man mit anderen Mitteln nicht oder bloß schwer klären kann.

Lang genug!

Wer als Einzelhändler eine Telefonanlage mietet, wird sich irgendwann darüber ärgern, daß in den AGB des Anbieters die sogenannte „10-Jahres-Klausel“ versteckt war. Über diesen Zeitraum läuft der Vertrag nämlich, und wer früher raus will, muß eine saftige Ablösesumme zahlen. Der BGH hat dazu nun entschieden, daß die Klausel auch gegenüber einem Kaufmann nur dann zulässig ist, wenn im Einzelfall eine sachliche Rechtfertigung für diese langfristige Bindung vorliegt (Urteil vom 17.12.2002 – X ZR 220/01).

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

Jeder weiß: Zeit ist vergänglich. Das gilt auch für die Arbeitszeit. Trotzdem scheint die Spanne zwischen Arbeitsaufnahme und -ende oft unendlich. Grund für den Gesetzgeber, **Pausen** ins Arbeitszeitrecht einzuführen.

Die verbindlich vorgeschriebenen **Arbeitsunterbrechungen** sind Teil des Arbeitsschutzrechts. Sie sollen dafür sorgen, daß sich niemand „überarbeitet“. Den Mitarbeitern muß einfach Gelegenheit gegeben werden, den „Griffel einmal fallen zu lassen“. Dafür sorgt das **Arbeitszeitgesetz** (ArbZG).

Nach der Legaldefinition in § 2 Abs. 1 Satz 1 ArbZG ist „Arbeitszeit ... die Zeit vom Beginn bis zum Ende der Arbeit ohne die Ruhepausen“. Der Umkehrschluß: Pausen sind keine Arbeitszeit. Sie sind im wahrsten Sinne des Wortes „Freizeit“. Wenn sie ihren Sinn erfüllen sollen, muß der Mitarbeiter in den Pausen beschäftigungsfrei bleiben. Er muß Gelegenheit für eine **Auszeit** haben.

In § 4 Satz 1 ArbZG steht: „Die Arbeit ist durch im voraus feststehende Ruhepausen von mindestens 30 Minuten bei einer Arbeitszeit von mehr als sechs Stunden bis zu neun Stunden und 45 Minuten bei einer Arbeitszeit von mehr als neun Stunden zu unterbrechen.“ Ein Arbeitnehmer darf nicht auf seine Pausen verzichten. Der Chef muß sie gewähren. Und sie müssen vorhersehbar sein. Das heißt: Die Auszeiten dürfen nicht nach **Arbeitsanfall** verteilt werden.

„Die Ruhepausen nach Satz 1 können in Zeitabschnitte von jeweils mindestens 15 Minuten aufgeteilt werden (§ 4 Satz 2 ArbZG).“ Von Rechts wegen muß man seinen Mitarbeitern also weder eine halbstündige Frühstückspause noch eine einstündige Mittagspause gewähren. Die Ladenöffnungszeiten zwingen allerdings manchmal dazu. Sonst bekommt man die Besetzung nicht hin. „Länger als sechs Stunden hintereinander dürfen Arbeitnehmer nicht ohne Ruhepause beschäftigt werden“, sagt § 4 Satz 3 ArbZG. Das ist die **pausenfreie Höchst-arbeitszeit**.

Das Gesetz schreibt nicht vor, wie die Pausen über den Tag zu verteilen sind. Da gibt es einmal die Möglichkeit, daß der Arbeitgeber sie im Wege seines Direktionsrechts festlegt. Natürlich können sich Chef und Mitarbeiter auch einvernehmlich über Lage und Länge der Arbeitsunterbrechungen verständigen. In mitbestimmten Betrieben gilt § 87 Abs. 1 Nr. 2 BetrVG: Da hat der Betriebsrat über Beginn und Ende der täglichen Arbeitszeit einschließlich der Pausen sowie ihre Verteilung auf die einzelnen Wochentage mitzureden. Die Einigung zwischen den Betriebspartnern legt man am besten in einer **Betriebsvereinbarung** nieder.

Lieber nicht!

Die Kundenliste eines Unternehmens ist ein brisantes Geschäftsgeheimnis. Das gilt auch für Handelsvertreter, die sich dieses Verzeichnis während ihrer Tätigkeit erst anfertigen oder im Rahmen ihrer Berufsausübung in Besitz nehmen. Selbst wenn es dann „meine Liste“ des Vertreters ist: Er darf sie bei einer Tätigkeit außerhalb des Unternehmens nicht verwerten. Der Inhaber des neuen Unternehmens kann dabei sogar eigenverantwortlich als Störer oder Tatbeteiligter am Geheimnisverrat haften (BGH – Urteil vom 19.12.2002 – I ZR 119/00).

Stimmt schon!

Auszubildende haben Anspruch auf eine „angemessene Vergütung“ (§ 10 Abs. 1 Satz 1 BBiG). Dort, wo Tarifverträge die Ausbildungsvergütung festlegen, sorgen die Tarifpartner für Angemessenheit. In anderen Fällen kann man den Empfehlungen der Kammern vertrauen. Oder man vereinbart eine eigenständige Vergütung mit der Maßgabe, daß mindestens die jeweils gültigen Tarifsätze gelten. Handicap: Wird die tarifliche Vergütung gesenkt, mindert das nicht gleichzeitig die vertraglichen Ansprüche (BAG – Urteil vom 26.9.2002 – 6 AZR 434/00).

Heinz J. Meyerhoff, Rechtsanwalt

Helfried Weyer/Franz Alt:**Die Schöpfung**

Helfried Weyer, der der alten Garde der Leica-Fotografen angehört und sich als Vortragsredner einen Namen gemacht hat, entführt die Betrachter in überwältigenden Fotografien, die rund um den Globus aufgenommen wurden, in eine berauschende Bilderwelt unberührter Natur. Er dokumentiert in einzigartigen Aufnahmen die Schöpfung, dringt in Regionen vor, in denen die Erde noch eine faszinierende Ursprünglichkeit bewahrt hat: Archaische Landschaften und spektakuläre Himmelserscheinungen, Meere und Gebirge, Eiswüsten und Tropenwälder, Pflanzen und Tiere – und der Mensch, dort, wo er noch im Einklang mit seiner Umgebung lebt, sind die Motive der überwältigenden Fotografien.

Den großformatigen Aufnahmen in höchster Qualität sind jeweils Passagen des Schöpfungsberichts gegenübergestellt. So entsteht eine faszinierende Reflexion auf den Ursprung der Welt. In einem einleitenden Essay diskutiert Bestseller-Autor Franz Alt die Frage der Vereinbarkeit von biblischem Schöpfungsbericht und Evolutionstheorie und nimmt Stellung zur ökologischen Krise unserer Zeit.



Franz Alt (Text)/Helfried Weyer (Fotografien): Die Schöpfung, 120 Seiten, ca. 50 farbige Abbildungen, 24 x 22 cm, gebunden mit Schutzumschlag, ISBN 3-87584-954-X, 19,90 Euro.

Peter Jenny (Hrsg.):**Notizen zur Fototechnik**

Die Fotografie ist das demokratischste Bildmittel überhaupt: „Alle können, wenn sie wollen.“ Außerordentliche Resultate gelingen jedoch nur wenigen. Die Spitze bleibt – wie bei jeder Tätigkeit – spitz, trotz oder gerade wegen der enormen Breite der Basis. Auch wenn die Elektronik die Fotografie verändert,

handelt es sich beim Fotoapparat letztlich um ein Werkzeug. Dieses legen wir an auf unsere Umgebung, damit „bearbeiten“ wir unsere Nächsten – Grund genug, um diesem Instrument die nötige Aufmerksamkeit zu schenken, wie dies in der mittlerweile zehnten Auflage des Standardwerkes von Peter Jenny „Notizen zur Fototechnik“, das um ein



separates Kapitel zur Digitalfotografie erweitert wurde, geschieht. Neu sind auch zahlreiche Hinweise zu Internet-Adressen mit weiterführenden Informationen.

Zum Autor: Peter Jenny ist Professor für Grundlagen des bildnerischen Gestaltens an der ETH Zürich. Neben seiner Lehrtätigkeit hält er regelmäßig Vorträge im In- und Ausland und arbeitet seit zehn Jahren eng mit dem Bauhaus Dessau zusammen. Er organisierte zudem zahlreiche Ausstellungen zur kunstpädagogischen Arbeitsweise in der Schweiz, in Italien, in Deutschland und den USA.

Peter Jenny (Hrsg.), Notizen zur Fototechnik, 10. vollständig überarbeitete Auflage 2003, 212 Seiten, zahlreiche Abbildungen und graphische Darstellungen, englisch broschiert, vdf Hochschulverlag AG an der ETH Zürich, ISBN 3-7281-2817-1, 18,90 Euro.

Hanns Heinz Porst:**Gelebte Visionen**

Unter dem Titel „Gelebte Visionen“ schildert der in der Fotobranche wohlbekannte ehemalige Unternehmer Hanns Heinz Porst Zusammenhänge und Visionen, die sein Leben bestimmten. Sein Handeln wurde dabei von einem Denken bestimmt, das das Utopische als Praxis riskiert. Entstanden ist ein Stück Gesellschaftsgeschichte anhand seines ungewöhnlichen Unternehmertums.

Geboren wurde Hanns Heinz Porst 1922 in Nürnberg. Das von seinem Vater aufgebaute, bereits 1936 als „der Welt größtes Fotohaus“ bekannte Unterneh-

men wurde während des Krieges total zerstört. Nach der Währungsreform begannen Vater und Sohn Porst damit, das Unternehmen wieder aufzubauen. Ende der 50er Jahre zeichnete sich ab, daß es als reines Spezial-Versandhaus keine Zukunft haben würde. 1960 übernahm Hanns Heinz Porst das Unternehmen von seinem Vater und baute bundesweit eine Ladenkette auf, die bereits fünf Jahre später über mehr als 100 eigene und 600 im Franchise-System arbeitende Läden verfügte.

Daneben gründete der Unternehmer eine Druckerei und erbaute 500 Werkwohnungen auf der grünen Wiese vor Nürnberg.

1964 wird Porst verhaftet und der Steuerhinterziehung beschuldigt. Nach Bezahlung von 9,5 Millionen DM ausstehender Steuer und 2,5 Millionen DM Buße kam es zu keiner Anklage.



Vier Jahre später wurde Porst zum zweiten Mal verhaftet und wegen Landesverrat angeklagt. Ein Jahr später verurteilte ihn der Bundesgerichtshof zu 33 Monaten Haft. Er verbüßte diese Strafe zur Hälfte, der Rest wurde ihm erlassen. Nach der Rückkehr aus der Justizvollzugsanstalt verschenkte Porst seine Unternehmen an seine Mitarbeiter und entwickelte dort das als Porst-Modell bekannt gewordene, von Banken, Gewerkschaften und Unternehmen heftig bekämpfte System einer totalen betrieblichen Selbstbestimmung. 1980 schied Porst aus dem aktiven Dienst der Unternehmen aus, die ohne seine Führung in den Folgejahren erhebliche Verluste erlitten und nach kurzer Zeit unter Aufgabe der völligen Selbstbestimmung verkauft wurden. Hanns Heinz Porst: Gelebte Visionen. Die Geschichte eines Protagonisten. Books on Demand, Norderstedt 2003, ISBN 3-8311-4656-x, 22,- Euro.

www.fotolabor.de • 0228-623177

www.delkin.com

Genial digitale Speichermedien.

**Kameraservice
SCHÄFER OHG**



Hausanschrift
Moritzstraße 47
Ecke 1. Ring
65185 Wiesbaden

Postfachanschrift
Postfach 2767
65017 Wiesbaden
Telefon 0611 / 3 96 79
Telefax 0611 / 37 81 73

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

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



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



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

Autorisierte
Vertragswerkstatt

Canon

Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Rollei

ZETT
The Leica
Camera Group
Germany

Kodak
PHILIPS



reflecta

BRAUN
PHOTO TECHNIK

Saeco
Kaffeeautomaten

HARMAN/BECKER
AUTOMOTIVE SYSTEMS



Camera Reparatur Service GmbH
Vogelsrath Weg 25
41366 Schwalmtal - Waldniel

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

**Beam – CCS – Solafash
CCS – Horst von Bröckel**
Fon: 04265/8772 · Fax: 8792

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

DER TISCH
Das neue DESKTOP
Foto-Digital-Studio
Produktfotos in optimaler Qualität



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



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

Photo-, Film-, Geräte-Service

A. Paepke KG

Seit mehr als 50 Jahren
autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica



Rollei

Kameras • Objektive
Dia-Projektoren
Blitzgeräte

Das Leica-Team
für Sucherkameras
und Projektoren

Rollei-Profi
Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

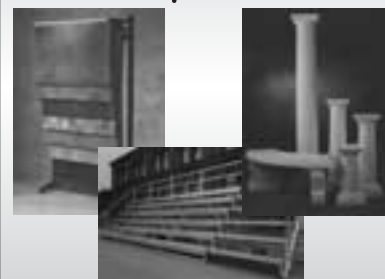
BOWENS
TRADING GMBH

Rollei

Neu: Produkte- und Systemberatung
Termine auf Anfrage

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

Studiohintergründe
Effektmaterialien
Abrollsysteme
Fototribünen
Requisiten



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

Kleinanzeigen • Angebote

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche



foto • video • elektronik

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

Vertragswerkstatt



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

Topgünstig zu verkaufen

Fotogeschaft mit digitalem online-
Minilab (AGFAnet). Gutes Paßgeschäft.
Toplage in süddeutscher Großstadt.
Chiffre 1224677

www.delkin.com

Genial digitale Speichermedien.

Führendes Fotofachgeschäft im Norden Deutschlands
mit Noritsu Minilab, digitaler Passbildstation, hoher Anteil
Fotoarbeiten, Rahmen und Alben, Analog-Digitalkameras, Laden
ca. 250 qm, Neberräume für Studio im 1. OG ca. 350 qm, aus
Altersgründen zu guten Konditionen zu verkaufen.

Chiffre 1226107

Fotofachgeschäft mit Studio Großraum Köln

Umsatz 1.250 T EUR
davon
Fotoarbeiten 160 T EUR
Studio 58 T EUR

Kaufmittelzentrum, 54 T EW,
1a Lage, in attraktivem
Einkaufszentrum, langjährig
eingeführt, gute Rendite,
marktgerechte Übernahme-
konditionen, qualifiziertes und
motiviertes Verkaufsteam



Gärtnerstraße 10
90408 Nürnberg
Tel.: 0911/934840
Fax: 0911/346424

Foto-Aktienkurse

	16.06.2003	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa-Gevaert	EUR 17,9	17,6	15,75	22
Bayer	EUR 18,85	17,85	9,85	22,42
Canon	YEN 5.410	4.710	3.620	5.570
Casio	YEN 735	737	546	798
CeWeColor	EUR 20,45	18,6	15,06	21,7
Dow Chemical	USD 31,65	31,95	24,1	34,73
Du Pont	USD 43,58	42,19	34,71	45,85
Eastman Kodak	USD 30,83	30,25	25,59	41,08
Fujifilm	YEN 3.370	3.100	2.830	4.090
Hewlett-Packard	USD 20,99	17,95	10,75	22,8
Hitachi	YEN 468	453	366	821
ICI	GBP 137	140,25	81,75	328
Imation	USD 35,59	33,53	25,36	42,75
Jenoptik	EUR 11,62	9,7	6,95	12,3
Konica	YEN 1.090	1.059	663	1.173
Kyocera	YEN 6.880	5.930	5.570	9.130
Leica	EUR 5,2	5,80	4	6,45
Lintec Computer	EUR 1,52	1,12	0,7	1,65
Minolta Camera	YEN 668	649	286	718
Olympus	YEN 2.475	2.150	1.485	2.550
Samsung	KRW 58,75	54,4	48,6	70,4
Sharp	YEN 1.447	1.278	1.021	1.547
Sony	YEN 3.370	2.930	2.720	6.700
Spectra	EUR 9,8	9,9	8	12,2
Toshiba	YEN 371	324	292	524
Varta	EUR 14,49	24,6	9,1	29,5

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Filiale Ratingen

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

Moderne Vollsortiment-Foto-Drogerie
und Reformhaus in Kleinstadt
(13.000 Einw.) im nördlichen Ost-
westfalen aus Altersgründen zu
verkaufen. Verkaufsfläche 200 qm,
Parkplätze, günstige Miete, Umsatz
2002 = 250.000 EUR.
Chiffre 1226447

Inserenten-Verzeichnis

Altura Electronics.....35	Loersch.....49
Bremaphot.....7	Minolta.....31
C.A.T.-Verlag.....58, 59	Nikon.....15
Canon..72 – 74, 3. U., 4. U.	Noritsu.....33
CeWe.....27	Olympus.....2. U.
COS Memory AG.....21	PMA.....51 – 54
Deutsche Telekom.....17	Sony.....23
Eurocolor.....41	VGP.....25
Ferrania.....11	Kleinanzeigen.....69 – 71
Jobo.....37	

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

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

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

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

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

Neuheitenredaktion:

Theo Six
Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff,
Ulrich Vielmuth

Anzeigen:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Ralf Gruna

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach, Theo Six

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:

Druckerei Franz W. Wesel, Baden-Baden

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

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



ISSN: 1430-1121

you can
Canon

digital_drucker

Tempo und Qualität zum kleinen Preis: *Canon i250 und Canon i350*



Die neuen Tintenstrahldrucker i250 und i350 bieten hervorragende Druckmöglichkeiten für Anwender mit Anspruch und kleinem Budget. Die Nachfolger des mehrfach ausgezeichneten i320 beeindrucken durch ihr flottes Drucktempo und die Fotoqualität mit einer Auflösung von bis zu 4.800 x 1.200p dpi. Überzeugend ist auch ihr günstiger Preis.

Features Canon i250:

- ▶ Bis zu 4.800 x 1.200 dpi
- ▶ Bis zu 12 Seiten/Minute in S/W und bis zu 9 in Farbe
- ▶ Farbstabile Fotoausdrucke bis zu 25 Jahre**
- ▶ Mikrofeine Tropfengröße mit 5 Picolitern
- ▶ Erfrischend neues Design
- ▶ Platzsparendes, komplett einklappbares Gehäuse
- ▶ Einfache Bedienung und vielseitiger Einsatz durch umfangreiches Treiber- und Software-Paket
- ▶ USB-Schnittstelle, Treiber für PC und MAC (Windows 98/ME/2000/XP, MacOS 8.6 bis X)

i250 und i350 lassen sich platzsparend integrieren und machen auf jedem Schreibtisch eine gute Figur. Das komplett einklappbare Gehäuse spart nicht nur Platz, sondern vermindert auch das Eindringen von Staub – ideal für Anwender, die nicht jeden Tag drucken. Der leistungsstarke Druckertreiber sorgt für eine schnelle Farboptimierung und bietet vielfältige kreative Möglichkeiten. So unterstützt z. B. Easy-Foto Print den Exif Print 2.2 Standard für sehenswerte Fotoprints aus der kompatiblen Digitalkamera. Der Anschluß an PC und Mac erfolgt über eine USB-Schnittstelle.

Der i350 unterscheidet sich vom i250 durch eine höhere Druckgeschwindigkeit und

ermöglicht zudem Randlosdruck auf Fotokarten. Außerdem ist er mit seinen silbernen Elementen etwas auffälliger und verfügt über eine ausziehbare Papierablage.

Preise:

Canon i250	69,00* EUR
Canon i350	89,00* EUR

Features Canon i350:

- ▶ Bis zu 4.800 x 1.200 dpi
- ▶ Bis zu 16 Seiten/Minute in S/W und bis zu 11 in Farbe
- ▶ Farbstabile Fotoausdrucke bis zu 25 Jahre**
- ▶ Vollflächiger randloser Druck auf 10 x 15 cm und 13 x 18 cm
- ▶ Mikrofeine Tropfengröße mit 5 Picolitern
- ▶ Erfrischend neues Design
- ▶ Platzsparendes, komplett einklappbares Gehäuse
- ▶ USB-Schnittstelle, Treiber für PC und MAC (Windows 98/ME/2000/XP, MacOS 8.6 bis X)

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

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

Megapixel zum Minipreis: *MVX100i / MVX150i*

Schlank, kompakt und modern im Design sowie komfortabel in der Handhabung sind die neuen Camcorder MVX100i und MVX150i. Sie sind nicht nur als Video- bzw. Webcams einsetzbar, sondern auch als Digitalkameras. Mit ihren herausklapp- und schwenkbaren 2,5-Zoll- (MVX100i) bzw. 3,5-Zoll-Farbdisplays (MVX150i) mit 112.000 Pixeln und Farbsuchern mit 113.000 Pixeln wird die Bildkontrolle zum Vergnügen.



Preise:

MVX100i	1.099,00* EUR
MVX150i	1.199,00* EUR

Empfehlen Sie auch das umfangreiche Zubehörprogramm zur individuellen Erweiterung der Möglichkeiten der neuen digitalen Camcorder.

Ein Umsatzplus erweitert auch Ihre Möglichkeiten.

Die Highlights

SXGA 1,23 Megapixel Fotoaufnahmen:	Sie können den Camcorder auch als Digitalkamera nutzen.
Großer 16fach optischer Zoombereich:	Ermöglicht das Heranzoomen weit entfernter Objekte ohne Qualitätsverluste.
MMC/SD Karten Funktion:	Speichert Fotos und auch kleine Filme (Motion JPEG) separat auf die Speicherkarte.
USB-Schnittstelle:	Einfache Handhabung und Erkennung per Plug & Play zum Übertragen von Fotos auf den PC
 Direct Print:	Fotos können ohne Umweg über den PC direkt auf kompatiblen Canon Card Photo Printern und kompatiblen Canon BJ-Direct Druckern in hervorragender Qualität ausgedruckt werden.
Motion JPEG:	Sie können kurze Filmsequenzen, die Sie ins Internet stellen möchten oder als E-Mail verschicken wollen, auf der MMC/SD-Karte speichern.
Super Night Mode (MVX150i):	Eine weiße LED vorne am Camcorder ermöglicht Nahaufnahmen bei völliger Dunkelheit (0 Lux).
DV-Messenger /IEEE 1394 transfer:	Über die DV-Firewire-Buchse (IEEE1394) gibt der MVX100i/150i nicht nur DV-Signale, sondern auch Streaming-Signale aus. Die mitgelieferte Software DV-Messenger übersetzt die Video-Datenströme in Microsoft Windows-Messenger-kompatible Signale, die jeder Windows XP-Rechner standardmäßig verarbeitet. Über den DV-Messenger ist sowohl Livestreaming wie das Übertragen von bereits aufgezeichnetem Material möglich. Der Camcorder wird zur Webcam. Die Camcorder Fernsteuerung vom PC ist außerdem möglich.

Fünf Megapixel elegant verpackt: *PowerShot S50*



Preis:

PowerShot S50 799,00* EUR

Die neue PowerShot S50 präsentiert sich mit 5-Megapixel-Auflösung und einem optischen 3fach-Zoom in einem kompakten, eleganten Gehäuse mit integrierter Objektivabdeckung. Dank einer Fülle von Einstelloptionen ist sie ideal für anspruchsvolle Amateurfotografen, die leistungsstarke Features und kreative Bildgestaltungsmöglichkeiten benötigen.

Der hochauflösende CCD Sensor mit fünf Megapixeln sorgt zusammen mit dem leistungsfähigen DIGIC-Prozessor und dem hochwertigen 3fach-Zoom für hervorragende Bildqualität. Das Objektiv wird beim Ausschalten komplett im Gehäuse versenkt und durch die integrierte Abdeckung geschützt.

Die verschiedenen Belichtungs- und Motivprogramme der neuen PowerShot S50 unterstützen den Fotografen in fast jeder Aufnahmesituation. Dank ihrer intelligenten Features sind auch Schnappschüsse kein Problem. Die intelligente Motivanalyse iSAFS und der intelligente 9-Punkt-AiAF unterstützen den Fotografen. Mit der Histogramm-Funktion bietet die PowerShot S50

eine präzise Möglichkeit der Belichtungskontrolle nach der Aufnahme. Eine Überbelichtung wird durch Blinken der betroffenen Bildpartien angezeigt.

Für bewegte Bilder steht die Möglichkeit zur Verfügung, Videoclips mit einer Auflösung von bis zu 320 x 240 Pixeln aufzuzeichnen und über das große 1,8" Display sofort

abzuspielen oder zu editieren. Die Auflösung der Kamera erlaubt selbst im Format A3 scharfe und brillante Fotodrucke. Fotodrucke können auch ohne PC über die direkte Verbindung mit den Canon Photo Card Printern sowie den kompatiblen Bubble Jet Direct Printern hergestellt werden. Ein umfangreiches Software-Paket rundet die Ausstattung der S50 ab.

PowerShot S50

Features:

- ▶ **Neu:** 5,0 Mio. Bildpunkte
- ▶ 3fach-Zoomobjektiv (35-105 mm äquivalent KB, F2,8-4,9)
- ▶ FlexiZone AF-Modus, 9-Punkt-AiAF
- ▶ Belichtungs- und Fokus-Bracketing
- ▶ Histogramm-Anzeige bei Bildwiedergabe
- ▶ Umfangreiche Blitz-Features
- ▶ Manueller Fokus und manueller Weißabgleich
- ▶ 12 Aufnahmemodi
 - inkl. voll manueller Einstellung von Zeit und Blende, 1 Custom Funktion
- ▶ Hohe Serienbildfrequenz bei langer Bildfolge (2,5 bzw. 1,5 Bilder/s, 14 Bilder in Folge)
- ▶ CF I und CF II kompatibel
- ▶ Kompaktes Gehäuse mit integrierter Objektivabdeckung

Digital fotografieren wie die Profis mit der *PowerShot G5*

Preis:

PowerShot G5 899,00* EUR



PowerShot G5

Features:

- ▶ 5,0 Mio. Bildpunkte für hervorragende digitale Bildqualität
- ▶ Lichtstarkes 4fach-Zoomobjektiv mit Makro ab 5 cm (35-140 mm äquivalent KB, F2,0-3,0)
- ▶ Gehäusefarbe: Schwarz
- ▶ 12 Aufnahmemodi inkl. voll manueller Einstellung von Zeit und Blende, 2 Custom-Funktionen
- ▶ Jog-Dial zur einfachen Einstellung von Belichtungszeit, Blende und weiteren Funktionen
- ▶ FlexiZone AF
- ▶ Histogramm-Anzeige bei Bildwiedergabe
- ▶ Externer Blitzschuh für Canon EX-Blitzgeräte und umfangreiche Blitz-Features
- ▶ Manueller Fokus und manueller Weißabgleich
- ▶ Hohe Serienbildfrequenz bei langer Bildfolge (ca. 2,0 bzw. 1,5 Bilder/s, max. 11 Bilder in Folge)
- ▶ Optischer ND-Filter für volle fotografische Freiheit

Die PowerShot G5 ist das neue Topmodell der Canon PowerShot-Serie. Mit 5-Megapixel-Auflösung, einem besonders lichtstarken Vierfach-Zoomobjektiv, 12 Aufnahmemodi, einer Vielzahl automatischer Funktionen und manueller Einflußmöglichkeiten sowie dem dreh- und schwenkbaren LCD-Monitor ist die kompakte Digitalkamera wie maßgefertigt für anspruchsvolle Fotografen.

Die PowerShot G5 verbindet zahlreiche intelligente, automatische Funktionen mit einer Vielzahl manueller Einstellmöglichkeiten. Das gilt vor allem für die Belichtung und die Fokussierung. Dank der hohen Bildauflösung des CCD Sensors mit 5 Megapixeln werden Details präziser abgebildet, entsprechend größere Formate können gedruckt werden. Der Canon DIGIC-Prozessor sorgt für eine hochwertige Signalaufbereitung und schnelle Bildserien von bis zu 2 Bildern/s bei maximal 11 Aufnahmen in Folge – selbst bei höchster Auflösung.

Die Direct Print Funktion ermöglicht den direkten Anschluß der Canon PowerShot G5 an zahlreiche Direct-Print kompatible Canon-Drucker. Auf diese Weise können Bilder auch ohne PC gedruckt werden.

Das umfangreiche optionale Zubehörprogramm für die PowerShot G5 erweitert die

vielfältigen möglichen Einsatzbereiche. Die Canon Speedlite EX-Blitzgeräte werden direkt auf den Blitzschuh an der Oberseite der Kamera geschoben und sorgen für eine Steigerung der Blitzleistung mit intelligenter E-TTL-Unterstützung. Wie beim integrierten Blitz ist die Langzeitsynchronisation, verbunden mit der Belichtung auf den 1. oder 2. Verschlußvorhang, möglich.

Zum optional erhältlichen Zubehörprogramm gehören zudem eine Nahlinse für extreme Makroaufnahmen sowie Weitwinkel- und Telekonverter für die Erweiterung des Brennweitenbereichs.

Die Lieferung der PowerShot G5 erfolgt komplett mit 32 MB Speicherkarte, Akku, Lade-Netzteil, USB-Kabel, AV-Kabel und dem Canon Softwarepaket für Windows 98/2000/Me/XP und Mac OS 9.0-9.2 und OS X 10.1/10.2.

you can
Canon

Digital fotografieren wie die Profis:
PowerShot G5

Fünf Megapixel elegant verpackt:
PowerShot S50

Megapixel zum Minipreis:
MVX100i / MVX150i

Tempo und Qualität
zum kleinen Preis:
Canon i250 / Canon i350

flash

Juli 2003

