

imaging

+foto **contact**

7/2005

€ 3,50 ISSN 1430 - 1121

34. Jahrgang 30605

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

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

40 Jahre Ringfoto

Erfolgreiche Arbeit für den Fotohandel



RINGFOTO
Gruppe

- **Konditionen**
- **Marketing**
- **Visionen**





Big movies – bigger business.

Die neue, aufregende EXILIM EX-S500
mit MPEG4-Movie.

/ MPEG4-Movie / 2,2 Zoll TFT-Farbdisplay
/ 5,0 Megapixel / Anti Shake DSP / 3fach
optischer Zoom / SUPER LIFE-Battery



Brilliant Grey



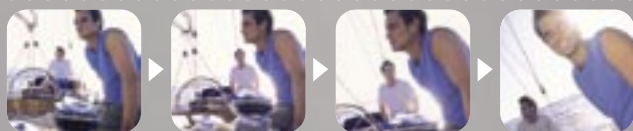
Nordic Silver



Latin Orange



Überraschen Sie Ihre Kunden mit einer einzigartigen, nahezu kreditkartengroßen Movie- und Foto-digalkamera: der neuen, ultraflachen EXILIM EX-S500 in drei aufregenden Farben. Mit MPEG4-Movie-Funktion, Anti Shake DSP gegen verwackelte Bilder, 5,0 Megapixel für beeindruckende Fotos auch im Großformat, 3fach optischem Zoom und großem 2,2 Zoll TFT-Farbdisplay. Ausgestattet mit vielen neuen BESTSHOT Foto- und Filmfunktionen, die der Kreativität Ihrer Kunden keine Grenzen und neue Maßstäbe im Digitalkamera-Segment setzen. **EXciting EXILIM.**



Filmen auf Knopfdruck: Einfach den Movie-Button der neuen EXILIM EX-S500 drücken, und schon können Sie hochwertige MPEG4-Movies mit Ton aufnehmen.



Zum Titelbild: Ringfoto arbeitet seit 40 Jahren erfolgreich im Handel

Besser hätte die Feier des 40jährigen Bestehens im Rahmen der Gesellschafterversammlung 2005 für die Verantwortlichen der Händlergruppe Ringfoto kaum laufen können: Strahlender Sonnenschein und eine attraktive Location sorgten für hervorragende Stimmung unter den Händlern und den Vertretern von Industrie und Presse, und die Geschäftsführung erhielt für die 2004 geleistete Arbeit die 100prozentige Zustimmung der Kooperationsmitglieder. Ein so deutliches Ergebnis hatte es zuletzt bei der Gesellschafterversammlung 1999 in Straßburg gegeben. **Seite 12**



Zusatzumsatz im Bildergeschäft

Die aktuellen Marktzahlen sprechen eine deutliche Sprache: Mit Zubehör sind nach wie vor gute Erträge zu erzielen, aber die Sortimente haben sich verändert. Gewinnversprechend sind inzwischen vor allem Geräte und Produkte, die noch vor einigen Jahren nur wenige dem klassischen Fotohandel zugeordnet hätten. Doch auch im Kerngeschäft, an der Bildertheke, lassen sich immer noch zufriedenstellende Margen erwirtschaften – wenn man zum Bildergeschäft nicht nur das schnell verkaufte Standardbild zählt, sondern auch das Zubehör, das zur Präsentation und zur Archivierung notwendig ist. **Seite 38**



Branchentreff beim Photo+Medienforum



Einmal mehr war das Photo+Medienforum Kiel Ende Mai Gastgeber eines umfangreichen Veranstaltungsprogramms: Auf der Kuratoriumssitzung, der Jahreshauptversammlung und dem traditionellen Branchentreff gab es nicht nur interessante Informationen über die Aktivitäten dieser einzigartigen Ausbildungsstätte, sondern auch Gelegenheit zum Gedankenaustausch. **Seite 42**



imaging+foto-contact-Interviews



Nach dem Bekanntwerden des Insolvenzantrages von AgfaPhoto standen in den Produktionsstätten des Unternehmens erst einmal alle Räder still. Inzwischen wird wieder produziert – und sowohl in der deutschen als auch in den internationalen Vertriebsgesellschaften bemüht man sich nach Kräften, das Geschäft möglichst normal weiterzuführen. imaging+foto-contact sprach mit dem vorläufigen Insolvenzverwalter Dr. Andreas Ringstmeier und Hans-Gerd Jauch, dem neuen Finanzgeschäftsführer, über die aktuelle Lage bei AgfaPhoto und die Perspektiven. **Seite 8**



Mit der Einführung der ersten Mobiltelefone mit integrierter Zwei-Megapixel-Kamera in diesem Sommer wird das Thema Mobilfunk für den klassischen Fotohandel noch interessanter als bisher. imaging+foto-contact fragte Matthias Thieme, Vertriebsleiter Fachhandel, Hauptabteilung Vertriebssteuerung, bei der Vodafone D2 GmbH, nach der Bedeutung des Vertriebskanals Fotohandel für einen Netzbetreiber. **Seite 14**

simyo verkauft SIM-Karten ohne Handy

Eine ganz einfache Tarifstruktur für Telefongespräche und Kurznachrichten, Verkauf der zum Mobiltelefonieren nötigen SIM-Karten ausschließlich über das Internet und auf das Notwendigste eingedampfte Dienstleistungen für den Kunden sind die Grundpfeiler des Vertriebskonzeptes der neuen Mobilfunkmarke simyo. Für den Fotohandel bringt der Markteintritt des neuen Unternehmens, das unter anderem von E-Plus gegründet wurde, einen deutlichen Vorteil: Wer bislang wegen der Vielfalt der Tarife und Netze vor einem Einstieg in die Geschäfte mit Mobile Imaging Bedenken hatte, kann sich jetzt ganz auf den Verkauf von Kamerahandys und Zubehör konzentrieren. Auf der Suche nach einem Netzbetreiber wird der Kunde im Zweifel bei simyo fündig. **Seite 17**



Gesellschafterversammlung bei europa-foto

Trotz wirtschaftlich schlechter Rahmenbedingungen und andauernden Strukturveränderungen der Fotobranche, die sich insbesondere in einem starken Rückgang des Bildergeschäftes bemerkbar machen, hat die europa-foto-Zentrale im Geschäftsjahr 2004 ein positives Ergebnis erzielt. Auf der 60. Gesellschafterversammlung der Händlergruppe in Bad Homburg teilte Geschäftsführer Robby Kreft den Mitgliedern eine Steigerung des Gesamtumsatzes von 201 Millionen Euro (2003) auf 209 Millionen Euro und einen Bilanzgewinn von 4,14562 Mio Euro (2003: 4,116 Millionen Euro) mit. Neben den auf der Gesellschafterversammlung üblichen Formalia gab es für die Mitglieder der Kooperation einen Showroom, in dem Canon einen Einblick in sein aktuelles Fotohandels-Sortiment gewährte, und informative Vorträge. **Seite 34**



Zum Titelbild

Seit 40 Jahren arbeitet Ringfoto erfolgreich für den Fotohandel. **12**

Editorial

Der Schock sitzt tief **5**

Wirtschaftspolitische Kommentar

Hart, aber (un)fair – Wie wir von Journalisten mit 30.000 Euro Stundenhonorar manipuliert werden. **46**

Bilddienstleistungen

Dohm installiert erste SMI Minilabs der Marko Line **30**

Handel

Ringfoto-Gesellschafter entlasten die Geschäftsführung ohne Gegenstimme **12**

Fotohandys bringen neue Argumente **14**

Panasonic Promotion bei HiFi & Foto Koch **29**

europa-foto-Zentrale mit leichtem Plus **34**

Geschäfte mit dem Bild werden über die Beratungskompetenz gemacht **38**

Branchentreff beim Photo+Medienforum Kiel **42**

Mitsubishis DPSKIOSK unterwegs zum Handel ... **45**

H. D. Lehmann: Die Kehrseite **47**

Nachrichten

Ricoh Caplio GX8 mit 8 Megapixeln

Ricoh führt mit der Caplio GX8 das 8-Megapixel-Nachfolgemodell der im vergangenen Jahr vorgestellten Caplio GX ein. Das neue Modell zeichnet sich nicht nur durch seine höhere Leistung im Vergleich zur Vorgängerin aus, sondern bietet durch zahlreiche Zubehörteile und optische Instrumente einen erweiterten Funktionsumfang. Die Funktionen der Kamera selbst, dazu zählt unter anderem das Dreifach-Zoomobjektiv 28–85 mm (entsprechend Kleinbild) befinden sich in einem Aluminiumgehäuse, das nur 29 Millimeter tief ist. **Seite 22**



Casio Exilim Card EX-S500

Mit der Exilim Card EX-S500 schickt Casio sein neuestes Fünf-Megapixel-Modell ins Rennen. In drei schicken Farben und ausgestattet mit der bewährten Casio-Technologie ist die schekkartengroße Kamera nicht nur optisch ein Hingucker. Zur Ausstattung gehören unter anderem ein Dreifach-Zoomobjektiv 38–114 mm (entsprechend Kleinbild), die Möglichkeit, Videofilme aufzunehmen und der erstmals eingesetzte Anti-Shake DSP zur Bildstabilisierung. **Seite 21**



imaging+foto-contact-Interviews

Dr. Andreas Ringstmeier, vorläufiger Insolvenzverwalter, und Hans-Gerd Jauch, Finanzgeschäftsführer AgfaPhoto: (Wie) geht es weiter? **8**

Matthias Thieme, Vertriebsleiter Fachhandel, Hauptabteilung Vertriebssteuerung, Vodafone D2 GmbH: Fotohandys bringen neue Argumente **14**

Foto + Telekommunikation

Fotohandys bringen neue Argumente **14**

Mobile Imaging

Neue Mobilfunkmarke simyo verkauft SIM-Karten nur über das Internet **17**

Video

Ulrich Vielmuth: Neu bei JVC: 3-CCD-HDV mit Wechselobjektiv **36**

Neuheiten

Minox steigt in die Pixel-Oberklasse ein. **20**

Casio stellt die Exilim Card EX-S500 vor **21**

Caplio GX8: Ricohs neues 8-Megapixel-Modell **22**

Die kleine, leichte *ist DL von Pentax kommt. **24**

Kodak startet Fachhandelsaktion zur Markteinführung der Kodak EasyShare C360 **26**

Neue Digimax-Modelle von Samsung. **27**

Literatur

Rechtstips

Klein- und Personalanzeigen

Impressum

Leider kann doch sein, was nicht sein darf

Der Schock sitzt tief

Noch vor wenigen Jahren wäre eine Insolvenz von Agfa das größte anzunehmende Unglück auf dem deutschen Fotomarkt gewesen. Inzwischen spielt das immer noch größte europäische Fotounternehmen nicht mehr die Rolle als Branchen-Lokomotive, gilt aber immer noch bei Fotohandel, Labors und Verbrauchern als Synonym für Bilder. Entsprechend groß war der Schock, als die zum 1. November aus der früheren Muttergesellschaft Agfa-Gevaert NV ausgegliederte AgfaPhoto GmbH am Abend des 26. Mai bekanntgab, beim Amtsgericht Köln einen Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens gestellt zu haben.

Über den Verlauf der Ereignisse und die aktuelle Situation informieren wir Sie ausführlich ab Seite 8. Fundierte Informationen über die Gründe des Debakels können wir dabei leider noch nicht bieten. Auch die Zukunft ist noch weitgehend offen – auch wenn den Verantwortlichen zu glauben ist, daß sie das Traditionsunternehmen nicht einfach „platt machen“ wollen.

Spekulationen über die Insolvenzgründe gab es in den vergangenen Wochen genug – was nicht nur, aber auch der desaströsen Informationspolitik des AgfaPhoto Managements in den ersten Stunden und Tagen zu verdanken ist. Der Betriebsrat wurde völlig überrascht, ebenso Kunden und Lieferanten. Erst nachdem der vorläufige Insolvenzverwalter Dr. Andreas Ringstmeier den Mitarbeitern und der Presse Rede und Antwort stand, klärte sich das Bild einigermaßen auf. In der Zwischenzeit

waren die Spekulationen in den Medien allerdings schon kräftig ins Kraut geschossen: Von angeblich verschwundenen 372 Millionen Euro Stammkapital war die Rede, von finsternen Machenschaften, mit denen die belgische Agfa-Gevaert NV dem deutschen Fotohersteller den Geldhahn zugekehrt haben sollte, bis hin zu Berichten über angeblich anrüchige Aktivitäten des AgfaPhoto Aufsichtsratsvorsitzenden und Inhaber des Mehrheitsgesellschafterers im Zusammenhang mit Betrieben in der früheren DDR.

Fakten, die solche Szenarien belegen würden, gibt es nicht. Dr. Emans hat die Vorwürfe in scharfer Form zurückgewiesen und dabei Rückendeckung durch den Insolvenzverwalter erhalten – wenn auch unter dem Vorbehalt, daß noch nicht alle Unterlagen geprüft seien. Die wirklichen Gründe der Insolvenz scheinen durchaus komplexer Natur zu sein: Offensichtlich wurden beim Betriebsübergang Strukturen geschaffen, die einen Überblick über die tatsächliche Lage des Unternehmens für das Management erschwerten. Denn AgfaPhoto startete ohne eigenes IT- und Abrechnungssystem und war – besonders im Ausland – auf die existierenden Strukturen von Agfa-Gevaert angewiesen. Dabei hat es nach derzeitigem Stand der Erkenntnisse keine böartigen Verschwörungen gegeben, wohl aber Reibungsverluste auf der Arbeitsebene. Und das komplizierte Finanzsystem funktionierte offensichtlich mit einem eingebauten „Verzögerungsfaktor“ – mit der Folge, daß das Management Umsatzeinbrüche im April erst er-

kennen konnte, als es für die Inanspruchnahme der Kreditlinie aus haftungsrechtlichen Gründen zu spät war.

Zudem hat die Agfa-Gevaert NV in einer ersten Stellungnahme betont, der Kaufpreis von 112 Millionen Euro sei immer noch Gegenstand des Testates der Jahresabschlußzahlen durch die Käufer. Dies und die Tatsache, daß sieben Monate nach der Gründung der AgfaPhoto GmbH noch keine Eröffnungsbilanz vorliegt, deutet auf Unstimmigkeiten zwischen den neuen Gesellschaftern und der ehemaligen Muttergesellschaft hin. Inwieweit dies dazu beigetragen hat, daß trotz der Bemühungen aller Beteiligten zunächst keine Finanzierungslösung gefunden werden konnte, kann zur Zeit niemand sagen. Jedenfalls gelang es nach dem Bekanntwerden des Insolvenzanspruches dem vorläufigen Verwalter Dr. Andreas Ringstmeier relativ schnell, die Unterstützung durch die Agfa-Gevaert NV zu sichern.

AgfaPhoto ist mehr als ein bekannter Markenname – es ist besonders in Deutschland ein Synonym für Fotografie und für Bilder. Es wäre ein Verlust für die ganze Fotobranche, wenn davon nichts oder nichts Wesentliches übrig bliebe. Das sollte ein guter Grund sein, AgfaPhoto nicht vorzeitig totzureden – dafür werden auch die vielen engagierten Mitarbeiter dankbar sein, die sich oft jahrzehntelang für dieses Unternehmen eingesetzt haben und die jetzt um ihren Arbeitsplatz bangen müssen.

Th. Blömer

CeWe Color spendet für den Bau der A22

CeWe Color hat für die Planung und Realisierung der Küstenautobahn A22 10.000 Euro gespendet. Der Bau der A22 wurde in den aktuellen Bundesverkehrswegeplan aufgenommen, um mittelfristig die A1 zu entlasten. Die Kosten werden jeweils zu einem Drittel vom Land Niedersachsen, den Landkreisen und Städten entlang der A22 sowie der Wirtschaft getragen. CeWe Color mißt dem Bauprojekt eine große Bedeutung zu. Täglich beliefert die Unternehmensgruppe über 43.000 Handelspartner in 14 europäischen Ländern. Die Zuverlässigkeit der Auslieferung der Fotoarbeiten hängt dabei auch wesentlich vom Straßennetz ab. Die Küstenautobahn ist für den Oldenburger Produktionsstandort sehr wichtig, da der Betrieb unter anderem Fotoarbeiten für über 5.000 Handelspartner aus Niedersachsen, Bremen und Nordrhein-Westfalen sowie den Niederlanden und Belgien verarbeitet. An Spitzentagen bearbeitet das Labor in Oldenburg bis zu 200.000 Aufträge. Das entspricht knapp sechs Mio. Farbbildern pro Tag, für deren Herstellung und Auslieferung oft weniger als 24 Stunden zur Verfügung stehen.

Peter Walz ist im Alter von 55 Jahren gestorben

Der Verleger und Fachjournalist Peter Walz ist im Alter von nur 55 Jahren an den Folgen eines Hirnschlages gestorben. Seit 1977 war er nicht nur für seine eigenen Publikationen tätig, sondern auch für viele andere Fachpublikationen. Walz war ein Unikat: Als profunder Kenner der Fotobranche



vertrat er gradlinig und ehrlich seine Meinung, auch und gerade dann, wenn es einmal unbequem wurde. Mit dem Tod von Peter Walz ist die Fotofachpresse-Landschaft in Deutschland ärmer geworden. Die Redaktionen des C.A.T.-Verlages trauern mit seiner Frau Irene und vielen Kollegen um einen lebenswerten Menschen, den wir in bester Erinnerung bewahren werden.

Betrieb bei Kieser läuft nach Insolvenz weiter

Der Geschäftsbetrieb der Kieser Druckerei GmbH & Co. KG und ihrer Tochtergesellschaften Kieser Packaging Solutions GmbH und Kieser Print Services GmbH läuft in vollem Umfang weiter. Das Unternehmen aus Neusäß bei Augsburg hatte am 27. Mai Insolvenzantrag gestellt. Wichtigster Grund für die finanziellen Probleme seien die Mengeneinbrüche im Fotofinishing gewesen, heißt es in einer Pressemitteilung. Kieser Packaging Solutions ist der europaweit größte Lieferant von Foto- und Bildertaschen für Großlabors, Mailorder-Photofinisher und Minilabs. Hart getroffen wurde das Unternehmen unter anderem vom fast vollständigen Rückzug des früheren Großkunden Kodak. In einem Schreiben an die Kunden des Unternehmens betonte Insolvenzverwalter Rainer U. Müller, der Geschäftsbetrieb laufe in vollem Umfang weiter. Laufende und zukünftige Aufträge könnten in der gewohnten Qualität und Pünktlichkeit ausgeführt werden. Die Versorgung durch die Lieferanten sei gesichert. Mit einer notwendigen Umstrukturierung soll eine dauerhafte Fortführung der Kieser Gruppe ermöglicht werden.

Außerordentliche Hauptversammlung der Leica AG genehmigt Kapitalmaßnahmen

Die außerordentliche Hauptversammlung der Leica Camera AG hat mit einer Mehrheit von jeweils mehr als 90 Prozent den von Vorstand und Aufsichtsrat vorgeschlagenen Kapitalmaßnahmen zugestimmt. Das Unternehmen wird 13,5 Millionen neue Aktien im Wert von je 1,70 Euro herausgeben. Sie sollen zunächst den bestehenden Aktionären angeboten werden.

Der neue Vorstandsvorsitzende, Dr. Josef Spichtig, bezeichnete diese Maßnahmen als „unabdingbar für die Existenz des Unternehmens“ und erklärte die Absicht, die gesamte Struktur von Leica Camera auf ein in naher Zukunft erzielbares Umsatzvolumen von etwa 100 Millionen Euro auszurichten. Dabei soll das Unternehmen in seiner Gesamtheit, also einschließlich der Geschäftseinheiten Foto und Sportoptik, fortgeführt werden. Neben den beiden Kamerasystemen Leica M und Leica R will Spichtig auch in Zukunft Kompaktkameras als Kooperationsprodukte anbieten.

Straffungen in Produktion und Logistik sollen zu einer Halbierung des Lagerbestandes von aktuell 42 Millionen Euro führen, aber an den Standorten Solms und Portugal in der Weise durchgeführt werden, daß die Fertigung „Made in Germany“ nicht gefährdet ist.

Die Leica Camera Gruppe hat im vergangenen Geschäftsjahr, das am 31. März endete, einen Umsatzrückgang um 21 Prozent auf 93,7 Millionen Euro hinnehmen müssen. Zusätzlich zu dem bereits angekündigten Verlust von 15,5 Millionen Euro werden zur

Zeit mit den Wirtschaftsprüfern Fragen zur Bewertung der Lagerbestände diskutiert, die noch zusätzliche Belastungen ergeben können. Die Verluste haben in der Bilanz zu einer Überschuldung geführt. Dazu betonte das Unternehmen, durch Rangrücktritte sei jedoch derzeit sichergestellt, „daß im Überschuldungsstatus eine solche Überschuldung nicht entsteht.“

Zu den Kapitalmaßnahmen gehörte neben der Erhöhung des Grundkapitals durch Herausgabe neuer Aktien auch eine vereinfachte Kapitalherabsetzung um zehn Millionen Euro durch Zusammenlegung von jeweils drei Stückaktien zu einer. Gleichzeitig wurde die Kapitalrücklage in Höhe von 4,2 Millionen Euro aufgelöst. Beide Maßnahmen gleichen Wertminderungen und sonstige Verluste in einer Gesamthöhe von 14,2 Millionen Euro aus.

In das neue Geschäftsjahr startete die Leica Camera AG mit einem Umsatz von 6,2 Millionen Euro im Monat April, aus dem sich Verluste in Höhe von 1,7 Millionen Euro ergeben. Auch für den Monat Mai wurden Umsätze und Verluste in einer vergleichbaren Größenordnung erwartet. Die Ergebnisplanung für das Geschäftsjahr 2005/2006 geht von operativen Verlusten in einer Größenordnung von 13 Millionen Euro aus. Überprüfungen im Hinblick auf mögliche Verbesserungen seien aber noch nicht abgeschlossen, erklärte das Unternehmen. Zu berücksichtigen sei auch ein möglicher außerordentlicher Aufwand für Restrukturierungsmaßnahmen. Für das Geschäftsjahr 2006/2007 sei dann ein ausgeglichenes Ergebnis als Ziel festgehalten.

**LASSEN SIE SICH
NICHTS ENTGEHEN!**



...erst recht nicht das verführerische Topmodell: FinePix Z1.

- 5,1-Megapixel-Super-CCD-HR
- 3fach optisches Zoom
- 2,5"-LC-Display
- ISO 64-800
- Superflaches Metallgehäuse

FÜR DIE ZUKUNFT DES BILDES

 **FUJIFILM**

www.fujifilm.de

AgfaPhoto in der Insolvenz

(Wie) geht es weiter?

Nach dem Bekanntwerden des Insolvenzantrages von AgfaPhoto (siehe **imaging+foto-contact** 6/2005, S. 4) standen in den Produktionsstätten des Unternehmens erst einmal alle Räder still. Inzwischen wird wieder produziert – und sowohl in der deutschen als auch in den internationalen Vertriebsgesellschaften bemüht man sich nach Kräften, das Geschäft möglichst normal weiterzuführen. Das ist ein erster Erfolg für den vorläufigen Insolvenzverwalter Dr. Andreas Ringstmeier. Er hatte von Anfang an klar gemacht, die erste Voraussetzung für eine Restrukturierung des angeschlagenen Traditionsunternehmens bestehe darin, AgfaPhoto am Markt zu halten. **imaging+foto-contact** hat mit Dr. Ringstmeier und dem neuen Finanzgeschäftsführer Hans-Gerd Jauch über die Lage bei AgfaPhoto und die Perspektiven für die Zukunft gesprochen.

imaging+foto-contact: Nach dem Insolvenzantrag kam die Produktion zunächst zum Erliegen. Deutet das auf eine besondere Dramatik der Situation hin?

Dr. Andreas Ringstmeier: Auf eine außergewöhnliche Dramatik deutet dies nicht hin, denn es ist ein ganz normaler Vorgang im Rahmen eines Insolvenzverfahrens. In einem solchen Fall machen Lieferanten sofort ihre Eigentumsvorbehalte geltend, Spediteure sichern ihr Pfandrecht usw. Darum muß zunächst einmal ein Status erstellt und sozusagen Inventur gemacht werden – das kann man nicht bei laufender Produktion. Zudem mußte zunächst die Finanzierung einer weiteren Fertigung gesichert, eine Liquiditätsplanung erstellt und das Insolvenzgeld für die Mitarbeiter vorfinanziert werden. Das sind grundsätzlich die ersten Schritte eines vorläufigen Insolvenzverwalters, wenn das entsprechende Unternehmen nicht einfach abgewickelt, sondern restrukturiert werden soll. Denn erst wenn das geschafft ist, haben wir die Zeit, Maßnahmen zur Sanierung zu ergreifen.



*Führten ein ausführliches Gespräch mit **imaging+foto-contact** über die Lage bei der AgfaPhoto GmbH: Dr. Andreas Ringstmeier, vorläufiger Insolvenzverwalter (rechts), und der neue Geschäftsführer Finanzen, Hans-Gerd Jauch.*

imaging+foto-contact: Wie ist die Lage jetzt?

Hans-Gerd Jauch: Bereits nach wenigen Tagen waren wir in der Lage, die

Ersatzteil-Lieferungen freizugeben und die Produktion von Film, Chemie und Minilabs – letztere aus dem Bestand von Fertigungsteilen – wieder

anzufahren. Soeben haben wir auch eine Einigung mit Lieferanten und Abnehmern für die Fotopapier-Produktion erzielt, so daß wir auch dort wieder grünes Licht geben können.

imaging+foto-contact: Warum hat das beim Papier länger gedauert als in den anderen Bereichen?

Hans-Gerd Jauch: Der Grund liegt in der Kostenstruktur dieser Produktion: Die Kosten für bestimmte Rohmaterialien, besonders das Basispapier, sind so hoch, daß wir diesen Teil nicht aus unseren Barmitteln vorfinanzieren können, denn es dauert danach ja noch einige Zeit, bis die Ware ausgeliefert und bezahlt wird. Deshalb haben wir gemeinsam mit den Lieferanten und den Abnehmern nach schnellen und wirtschaftlichen Lösungen gesucht, die den beiderseitigen Interessen gerecht werden.

imaging+foto-contact: Wie ist die Lage bei den Großlabor-Geräten?

Hans-Gerd Jauch: Dieser Bereich macht uns zur Zeit am wenigsten Sorgen, weil AgfaPhoto hier weltweit eine führende Position einnimmt. Deshalb werden diese Systeme dem Markt bestimmt nicht verlorengehen.

imaging+foto-contact: Wie sieht es mit der Verfügbarkeit von Handelsware, zum Beispiel Speicherkarten, aus?

Dr. Andreas Ringstmeier: Auch hier haben wir mit den Lieferanten bereits Vereinbarungen getroffen und sind lieferfähig.

imaging+foto-contact: Der Fotohandel wird also auch in Zukunft AgfaPhoto-Produkte verkaufen können?

Dr. Andreas Ringstmeier: Für die nächsten Monate beantworte ich diese Frage mit Ja, und wir werden alles dafür tun, daß das auch längerfristig so bleibt. Unsere Vertriebsgesellschaften – einschließlich der deutschen Vertriebsgesellschaft – sind ja nicht insolvent und arbeiten wie gewohnt weiter. Das bedeutet, daß auch die wichtigen Unterstützungsmaßnahmen für den Fotohandel, zum Beispiel Promotions, im wesentlichen so durchgeführt werden wie geplant. Denn es ist im Interesse des Unter-

nehmens und der Gläubiger, daß wir die Marke gemeinsam mit unseren Kunden am Markt halten und unsere Geschäftstätigkeit fortsetzen. Dazu gehört übrigens auch, daß der Service für die Betreiber von Agfa-Photo Minilabs in gewohnter Form weiterläuft.

imaging+foto-contact: AgfaPhoto befindet sich im vorläufigen Insolvenzverfahren. Wann ist mit einer Entscheidung über die Eröffnung des Insolvenzverfahrens zu rechnen, das ja in Eigenverwaltung beantragt wurde?

Dr. Andreas Ringstmeier: Unter normalen Umständen – und davon gehen wir aus – ist mit einer Eröffnung des Insolvenzverfahrens am 1. August zu rechnen. Bis dahin ist das Insolvenzgeld für die Mitarbeiter gesichert. Das gibt uns Zeit, die Lage unter Berücksichtigung der Gläubiger-Interessen einzuschätzen und die Restrukturierung einzuleiten.

imaging+foto-contact: Rechnen Sie auch mit einer Genehmigung der Eigenverwaltung?

Dr. Andreas Ringstmeier: Diese Entscheidung trifft das zuständige Gericht. Grundsätzlich ist zu sagen, daß eine Insolvenz in Eigenverwaltung die Chancen auf eine Fortführung des Unternehmens – und das streben wir ja an – deutlich erhöht. Das gilt besonders für unsere Kunden und Lieferanten im Ausland. Im anglo-amerikanischen Recht zum Beispiel gibt es zwei Typen des Insolvenzverfahrens: Der eine – nach dem amerikanischen Chapter 7 – sieht von Anfang an die Abwicklung des Unternehmens vor; der andere – Chapter 11 – die Restrukturierung und ganze oder teilweise Fortführung. Diesen Unterschied kennt das deutsche Insolvenzrecht nicht. Wenn das Gericht aber eine Insolvenz in Eigenverwaltung – also unter operativer Führung des bisherigen Managements, die vom Insolvenzverwalter im Interesse der Gläubiger überwacht wird, – genehmigt, dann ist das ein deutliches Signal an den Markt, daß keine Abwicklung und Schließung des Unternehmens beabsichtigt ist.

Garantien kann zu diesem Zeitpunkt natürlich noch niemand abgeben.

imaging+foto-contact: Welche Chancen sehen Sie denn zum heutigen Zeitpunkt, das Unternehmen weiterzuführen?

Hans-Gerd Jauch: Für konkrete Aussagen in bezug auf einzelne Geschäftsfelder etc. ist es natürlich noch zu früh. Ich kann aber sagen, daß es eine ganze Reihe potentieller Investoren für einzelne Bereiche und auch das Gesamtunternehmen gibt. Wir prüfen diese Gesprächsangebote zur Zeit sorgfältig und erarbeiten verschiedene Szenarien. Welche davon am Ende zum Tragen kommen, können wir heute noch nicht sagen.

imaging+foto-contact: Halten Sie es denn für denkbar, daß AgfaPhoto in der bisherigen Form aus dieser Insolvenz herauskommt?

Hans-Gerd Jauch: Eine dauerhafte Fortführung von AgfaPhoto in der bisherigen Form aus eigener Kraft erscheint uns derzeit kaum vorstellbar. Ein Erhalt des Gesamtunternehmens ist realistisch betrachtet am ehesten möglich, wenn es von einem Investor in ein bestehendes Portfolio integriert wird. Das gilt natürlich auch für einzelne Teile. Und selbst wenn im ungünstigsten Fall – was unwahrscheinlich ist – sich gar keine Investoren finden lassen, kann zum Beispiel die Produktion unter der Insolvenzverwaltung noch so lange laufen, wie das im Interesse der Gläubiger ist. Selbst eine vollständige Schließung kann ja nicht von heute auf morgen erfolgen, sondern erfordert die Beachtung von gesetzlichen Fristen, innerhalb derer wir sogar dazu verpflichtet sind, die Aktivitäten fortzuführen, solange sich damit irgendwelche Erträge erwirtschaften lassen, die den Gläubigern zugute kommen. Aber dieses Szenario, ich wiederhole es noch einmal, wird zur Zeit nicht angestrebt.

imaging+foto-contact: Steht nicht die Tatsache, daß sich die Markenrechte nicht in der insolventen AgfaPhoto GmbH, sondern bei der AgfaPhoto Holding befinden, dem Einstieg von Investoren entgegen?

Dr. Andreas Ringstmeier: Nach derzeitigem Stand der Erkenntnisse nein. Dazu möchte ich Ihnen kurz die



Chronik der Ereignisse

20. Mai 2005: Die AgfaPhoto GmbH stellt Antrag auf die Eröffnung eines Insolvenzverfahrens in Eigenverwaltung beim Amtsgericht Köln. Da die Verantwortlichen in Management und Aufsichtsrat zu diesem Zeitpunkt noch von einer kurzfristigen Lösung für die Liquiditätsprobleme des Unternehmens ausgehen, werden Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und die Öffentlichkeit nicht informiert.

25. Mai 2005: Die Pressestelle der AgfaPhoto GmbH kündigt Promotion-Aktivitäten für das Sommergeschäft an und gibt den Einstieg von AgfaPhoto in den Vertrieb von Batterien bekannt.

Nachdem Verhandlungen zwischen AgfaPhoto und der Agfa-Gevaert NV über die Lösung der Liquiditätsprobleme zu keinem fruchtbaren Ergebnis führen, wird der Betriebsrat gegen 20.00 Uhr über die Insolvenzanmeldung informiert.

26. Mai 2005: Mitarbeiter der AgfaPhoto GmbH informieren Lieferanten des Unternehmens über den Insolvenzantrag. Wegen des Feiertages in den meisten Bundesländern gelangen diese Informationen noch nicht an die Öffentlichkeit. Um 20.13 Uhr informiert AgfaPhoto in einer Pressemitteilung die Medien über den Insolvenzantrag.

27. Mai 2005: Viele Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten erfahren erst auf dem Weg zur Arbeit über die Medien von dem Insolvenzantrag. Im Laufe des Tages ernennt das Amtsgericht Köln Rechtsanwalt Dr. Andreas Ringstmeier zum vorläufigen Insolvenzverwalter. Er betont in einer ersten Stellungnahme, zunächst habe die Sicherung des Insolvenzgeldes für die Mitarbeiter und die Fortführung der Geschäftsaktivitäten Priorität.

In einer Presseerklärung nimmt die frühere AgfaPhoto Muttergesellschaft Agfa-Gevaert Stellung zum Insolvenzantrag. In einer Presseerklärung betont das Unternehmen, es sei nicht zu erwarten, daß die Zahlungsunfähigkeit von AgfaPhoto eine beträchtliche Auswirkung auf Agfa-Gevaert haben werde. Das Verkäufer-Darlehen über den Kaufpreis von 112 Millionen Euro sei durch ein Leasing-Portfolio gesichert, das sich im Besitz der AgfaPhoto Holding GmbH, der Muttergesellschaft der insolventen AgfaPhoto GmbH, befinde. Der Kaufpreis sei allerdings immer noch Gegenstand des Testates der Jahresabschlußzahlen durch die Käufer, erklärte die Agfa-Gevaert NV.

30. Mai 2005: In Medienberichten wird über angeblich verschwundene Millionenbeträge als Ursache für die Insolvenz spekuliert.



Noch im April guter Stimmung bei der Präsentation des neuen Markenzeichens für AgfaPhoto: die Geschäftsführer (v. l.) Ingbert Schmitz (Marketing & Sales), Eddy Rottie (Vorsitz) und der inzwischen ausgeschiedene Marc M. Bamberger (Finanzen).

1. Juni 2005: Auf einer Pressekonferenz in Düsseldorf gibt der vorläufige Insolvenzverwalter Dr. Andreas Ringstmeier die Ernennung des Insolvenz-Spezialisten Hans-Gerd Jauch zum weiteren Geschäftsführer der AgfaPhoto GmbH bekannt. Zudem kündigt er an, Produktion und Vertrieb sollten kurzfristig wieder aufgenommen werden. Möglich wird das durch finanzielle Unterstützung von der früheren Muttergesellschaft Agfa-Gevaert NV: Das belgische Unternehmen sagt zu, Zahlungen auf offene Rechnungen in Höhe von mehr als 50 Millionen Euro an die AgfaPhoto GmbH vor Fälligkeit zu leisten.

Ringstmeier betont, daß die Vertriebsgesellschaften der AgfaPhoto GmbH im In- und Ausland keine Insolvenz angemeldet haben. Auch die AgfaPhoto Holding GmbH ist nicht insolvent.

Über die Gründe für die Insolvenz will sich Dr. Ringstmeier zu diesem Zeitpunkt noch nicht äußern. Gemeinsam mit Hans-Gerd Jauch betonte er allerdings, daß nach den bisherigen Erkenntnissen kein Geld verschwunden sei.

10. Juni 2005: Der bisherige Geschäftsführer Finanzen der AgfaPhoto GmbH, Marc M. Bamberger, legt sein Mandat nieder und scheidet auch aus seinen weiteren Funktionen in der Gruppe aus. Hans-Gerd Jauch übernimmt die Verantwortung für den Bereich Finanzen. Mit seinem Schritt will Bamberger die Chancen für die Eröffnung eines Insolvenzverfahrens in Eigenverwaltung erhöhen, da er Platz für einen anerkannten Sanierungs- und Restrukturierungsfachmann mit profunden Kenntnissen des Insolvenzrechtes macht. Er steht der AgfaPhoto GmbH als Berater weiter zur Verfügung.

Rechtslage erläutern: Das Eigentumsrecht an der Marke Agfa bzw. Agfa-Photo liegt nach wie vor bei der Agfa-Gevaert NV in Belgien. Diese hat im Rahmen eines Lizenzvertrages das Nutzungsrecht an der Marke Agfa-Photo bzw. (in der Übergangsfrist) Agfa an die AgfaPhoto Holding GmbH übertragen, die dieses Nutzungsrecht wiederum der AgfaPhoto GmbH überlassen hat. Wir haben den Lizenzvertrag zwischen der Agfa-Gevaert NV und der AgfaPhoto Holding noch nicht in allen Einzelheiten prüfen können. Nach dem, was wir wissen, kann die Holding aber über die Nutzungsrechte nicht unbeschränkt verfügen, indem sie diese beispielsweise anderen Imaging-Unternehmen überläßt. Wir haben von der Geschäftsführung der Holding auch keine Signale, daß so etwas beabsichtigt sein könnte. Ganz im Gegenteil: Die Geschäftsführung der Holding hat sich außerordentlich interessiert gezeigt, möglichst viel vom bisherigen Unternehmen zu erhalten und diese Erhaltung auch zu unterstützen.

imaging+foto-contact: Hat die AgfaPhoto GmbH für die Nutzungsrechte Zahlungen an die Holding leisten müssen?

Dr. Andreas Ringstmeier: Nein, solche Zahlungen sind nicht geleistet worden und waren auch nicht vorgesehen.

imaging+foto-contact: In den Medien wurde in den vergangenen Wochen kräftig darüber spekuliert, wie es zu der für Außenstehende vollkommen unerwarteten Insolvenz der AgfaPhoto GmbH kommen konnte, nachdem die Liquiditätssituation beim Start im November vergangenen Jahres in rosigen Farben gemalt wurde. Was können Sie uns zu den Gründen für die Probleme und den angeblich verschwundenen 372 Millionen Euro Kapital sagen?

Dr. Andreas Ringstmeier: Als vorläufiger Insolvenzverwalter werde ich auch diese Thematik eingehend prüfen und in meinem Gutachten gegenüber dem Insolvenzgericht dazu Stellung nehmen.

Hans-Gerd Jauch: Die Gerüchte um die 372 Millionen, die verschwunden sein sollen, sind, man kann es nicht anders sagen,barer Unsinn. Denn die 300 Millionen Euro Eigenkapital

schließen das gesamte Anlagevermögen in Form von Maschinen, Grundstücken, Gebäuden usw. ein. All das ist natürlich nicht verschwunden, sondern befindet sich an Ort und Stelle. Auch der angebliche Bestand von 72 Millionen Euro an Liquidität ist in den Medien völlig falsch dargestellt worden.

imaging+foto-contact: Wo lagen die Fehler?

Hans-Gerd Jauch: Es wurde vielfach übersehen, daß liquide Mittel und Barmittel, also Cash, zwei verschiedene Dinge sind. An Barbeständen waren zum Zeitpunkt des Unternehmensübergangs 22 Millionen Euro vorhanden. Die sind tatsächlich – bis auf einen Rest von rund 4,5 Millionen Euro – zum Zeitpunkt des Insolvenzantrages verbraucht gewesen. Die anderen 50 Millionen Euro Liquidität waren nicht in Bar vorhanden. Es handelte sich vielmehr um einen Kreditrahmen, der durch die Verpfändung von Forderungsbeständen gesichert war.

imaging+foto-contact: Warum wurde dieser Kreditrahmen nicht in Anspruch genommen, um die Insolvenz zu vermeiden?

Hans-Gerd Jauch: Das hat verschiedene Gründe, die zu einem großen Teil in der komplexen Struktur der Neugründung der AgfaPhoto GmbH liegen. Die neue Firma war vom ersten Tag an noch eng mit der früheren Muttergesellschaft Agfa-Gevaert NV verbunden – sie verfügte vor allem über kein IT- und Inkasso-System. In allen Auslandsgesellschaften wurde darum der Zahlungsverkehr für AgfaPhoto von der Agfa-Gevaert NV vorgenommen. Dabei entstanden im Laufe der vergangenen Monate zwei Probleme: Zum einen hatte die AgfaPhoto GmbH Altforderungen von 200 Millionen Euro übernommen, von denen 40 Millionen bis heute nicht gezahlt wurden – wohlgermerkt von den Kunden nicht gezahlt wurden.

Die Gründe dafür müssen wir noch ermitteln. Vielleicht handelte es sich ganz einfach um nicht einbringbare Forderungen. Das wird sich klären. Jedenfalls fehlt dieses Geld – und zwar nicht, wie manchmal zu lesen und zu hören war, weil Agfa-Gevaert der frü-

heren Tochtergesellschaft den Geldhahn zugekehrt hätte, sondern weil dieses Geld von den Kunden nicht gezahlt wurde. Hinzu kam, daß besonders im April der Weltmarkt für Papier und auch für Minilabs deutlich einbrach. Das führte zu einem Rückgang der Liquidität, dessen Konsequenzen sich eigentlich erst bemerkbar machen, wenn sich die Nachfrage wieder erholt. Durch die spezielle Situation des Inkassos über die Agfa-Gevaert NV wurden diese Liquiditätsprobleme dem AgfaPhoto Management erst mit etwa einem Monat Verzögerung sichtbar – das war systembedingt, ohne daß irgendeiner Seite böser Wille zu attestieren wäre. Nachdem der Engpaß sichtbar wurde, hat das Management schnell und sachgerecht reagiert.

Zu diesem Zeitpunkt konnte die Kreditlinie deshalb nicht mehr in Anspruch genommen werden, weil eine Insolvenz bereits absehbar war. Wenn Sie in so einer Situation als Geschäftsführer einen Kredit aufnehmen, dann machen Sie sich nicht nur strafbar wegen Betruges, sondern können auch persönlich in die Haftung genommen werden. Das AgfaPhoto Management war also gut beraten, die Kreditlinie nicht in Anspruch zu nehmen.

imaging+foto-contact: Es gibt also keine Dolchstoßlegende?

Hans-Gerd Jauch: Wir haben zur Zeit jedenfalls keine Anhaltspunkte dafür, daß Geld auf ungesetzliche Weise verschwunden ist oder aus dem Unternehmen in andere Taschen umgeleitet wurde. Deshalb gehen wir nicht davon aus, daß die Gesellschafter, das Management oder die frühere Muttergesellschaft diese Insolvenz in irgendeiner Weise vorsätzlich herbeigeführt haben. Im Gegenteil: Unsere Sanierungsbemühungen werden nicht nur von den Gesellschaftern und dem Management unterstützt, sondern auch die Agfa-Gevaert NV hat nicht nur durch die vorzeitige Zahlung von Rechnungen die vorläufige Fortführung des Unternehmens AgfaPhoto gewährleistet, sondern unterstützt uns auch weiterhin in den finanziellen Prozessen, in denen wir auf Kooperation angewiesen sind.

imaging+foto-contact: Meine Herren, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

Ringfoto-Gesellschafter feiern 40jähriges Bestehen

Besser hätte die Feier des 40jährigen Bestehens im Rahmen der Gesellschafterversammlung 2005 für die Verantwortlichen der Händlergruppe Ringfoto kaum laufen können: Strahlender Sonnenschein und eine attraktive Location sorgten für hervorragende Stimmung unter Händlern und Vertretern von Industrie und Fachpresse, und die Geschäftsführung erhielt für die 2004 geleistete Arbeit die 100prozentige Zustimmung der Kooperationsmitglieder. Ein so deutliches Ergebnis hatte es zuletzt bei der Gesellschafterversammlung 1999 in Straßburg gegeben.



Im Dorint Hotel an der Grand-Prix-Strecke des Nürburgrings hatten sich Gesellschafter und Partner zur Ringfoto-Gesellschafterversammlung getroffen.

Zum 40. gibt's 100 Prozent für die Geschäftsführung

Zwar ist das Geschäftsführer-Duo Michael Gleich und Herbert Steiner ohnehin sehr hohe Zustimmung gewohnt, „aber das dies bei einer geheimen Abstimmung geschieht, ist schon etwas Besonderes“, meinte Gleich, „denn gewöhnlich gibt es immer mindestens einen, der unzufrieden ist und uns das dann durch die Verweigerung unserer Entlastung zeigt.“ Noch höher zu bewerten ist die hundertprozentige Bestätigung der Arbeit der Geschäftsführung deshalb, weil Gleich im Gegensatz zu den Vorjahren nicht nur über eine positive Geschäftsentwicklung berichten konnte.

So gingen der Außenumsatz der Ringfoto-Gruppe von 1,030 Mrd. Euro im Jahr 2003 leicht auf 1,011 Mrd. Euro und der Umsatz der Zentrale deutlicher von 301,2 Mio. Euro auf 274,4 Mio. Euro (minus neun Prozent) zurück. Dieser Umsatzrückgang hat nach Gleichs Ausführungen seine Ursachen einerseits in einem nach wie vor

schwierigen wirtschaftlichen Umfeld. „Andererseits resultiert er vor allem aus dem rückläufigen Geschäft mit zentralregulierten Fotoarbeiten, nachdem das stark rückläufige Bildergeschäft



Als Dankeschön gab es für die Gäste der Gesellschafter-Versammlung Jubiläums-Sekt.

der analogen Fotografie noch nicht durch die stark steigenden Prints aus digitalen Aufnahmen ausgeglichen wird“, so Gleich.

Rückläufige Zahlen gab es auch bei der Zahl der unter dem Ringfoto-Dach

organisierten Händler zu vermelden: Die Zahl der Ringfoto-/Photo-Porst-/Plusfoto-Gesellschafter nahm von 630/107/202 (2003) auf 610/103/183 ab, die Gesamtzahl der Vertriebsstellen von 2.783 auf 2.647.

Negativ entwickelte sich schließlich auch die Summe der direkt mit dem Umsatz gekoppelten Boni und durchgereichten Boni. Sie fiel im Jahr 2004 mit 6,6 Mio. Euro niedriger aus als im Jahr 2003. Damals standen 10,1 Mio. Euro im Geschäftsbericht. Da von der Zentrale auf der anderen Seite allerdings ein höherer Jahresüberschuß (2,58 Mio. Euro; 2003: 2,36 Mio. Euro) erzielt wurde, konnten immerhin noch 11,211 Mio. Euro (2002: 12,470 Mio. Euro) an die Mitglieder ausgeschüttet werden.

Diese Ausschüttungen an die Mitglieder sind nach Gleichs Ausführungen neben vielen Dienstleistungen und Unterstützungsangeboten für die einzelnen Händler einer der wesentlichen Pluspunkte für Ringfoto-Mitglieder.

„Insgesamt haben wir seit 1975 rund 104 Millionen Euro an unsere Händler ausgeschüttet“, betonte Gleich. Dabei sei die Summe vor allem in den letzten Jahren stark gestiegen.

In einem kurzen Rückblick auf 30 der 40 Gruppenjahre wies Gleich die Ringfoto-Mitglieder auch noch auf andere Erfolge der Zentrale hin. So wurden beispielsweise die Personalkosten von 3,6 (1975) auf 2,3 Prozent (2005) und die Gesamtkosten von 14,2 auf 4,4 Prozent (vom Umsatz) gesenkt. Die Eigenkapitalrendite stieg dagegen in diesem Zeitraum von 0,4 auf 29 Prozent. Und komplett weggefallen ist inzwischen die Werbeumlage, die im Jahr 1975 noch sieben Prozent des Umsatzes ausmachte.

In seinem Statement appellierte Gleich an die Ringfoto-Händler, sich nicht von den Negativschlagzeilen der jüngsten Zeit beeindrucken zu lassen. Die Tatsache, daß so viele Ringfoto-Mitglieder anwesend seien, zeige, daß diese sich im Gegensatz zu mancher Industriefirma besser auf den Markt eingestellt hätten. Jetzt gelte es, auf dem Erreichten aufzubauen und die Chancen zu nutzen, die durch neue Sortimente und Sortimentserweiterungen entstehen können. Hier sei besonders an Fotodrucker, Fotopapiere über 150 Gramm und Scanner zu denken. Auch Zubehör müsse wieder stärker ins Bewußtsein rücken, meinte Gleich. Mit den verstärkten Verkäufen von Digital-SLRs (plus 126 Prozent im Vergleich 2004 zu 2003) sei ein deutliches Plus bei traditionellem Zubehör wie Blitzgeräten (zehn Prozent), Taschen (23 Prozent) und Stativen (19 Prozent) und Stativen (19 Prozent) sowie neuem Zubehör wie



Konnten sich über die Zustimmung für ihre Arbeit im Jahr 2004 freuen: die Ringfoto-Geschäftsführer Herbert Steiner (l.) und Michael Gleich (r.) sowie Rainer Th. Schorcht, Vorsitzender des Ringfoto-Verwaltungsrates.

Speicherkarten (plus 86 Prozent) eingegangen.

Auch Rainer Th. Schorcht, Vorsitzender des Ringfoto-Verwaltungsrates, der nach Ablauf seiner Amtszeit mit 97 Prozent der Stimmen erneut in das

Realisierung neuer Geschäftskonzepte Investitionen erforderlich seien. „Um diese tätigen zu können, brauchen wir jedoch eine gesunde Marge“, so Schorcht. Deshalb sei es dringend notwendig, daß die Industrie für den sta-

„Zubehör muß wieder ins Bewußtsein rücken“

Gremium gewählt wurde, forderte seine Kollegen auf, ihre neuen Chancen zu nutzen. Mit Genugtuung habe er zur Kenntnis genommen, daß derzeit auch Discounter, mit denen der Fotohandel im Wettbewerb stehe, an ihre Grenzen gestoßen seien. Diese Schwächephase müsse der Fachhandel für sich ausnutzen, um durch klares Aufzeigen seiner Stärken verlorengegangenes Terrain zurückzuerobieren.

Für Schorcht liegen diese Chancen ebenso in den neuen (digitalen) Produkten wie in Bilddienstleistungen. „Neue Ideen wie Fotobooks sorgen für neue Herausstellungsmerkmale und sichern Ihr Überleben“, sagte Schorcht. Jeder müsse sich aber darüber klar sein, daß für die

tionären Handel aufgrund der Vielzahl der von ihm erbrachten Leistungen andere Kooperationsmodelle anbiete als für reine Internethändler.“

Daß die Ringfoto-Händler auf Preisbrecher im Internet nicht gut zu sprechen sind, erfuhr Verwaltungsrats-Mitglied Peter Thun, dem genau dies von mehreren Gesellschaftern vorgeworfen wurde: Er wurde nach Ablauf seiner regulären Amtszeit nicht mehr wiedergewählt. Stattdessen gehört jetzt Michael Sydow aus Bensheim für zunächst drei Jahre dem Verwaltungsrat an.

Auf der Gesellschafterversammlung wurde mit Claudia Endres eine neue Mitarbeiterin der Zentrale vorgestellt. Die Marketingexpertin nimmt am 1. Juli ihre Tätigkeit auf und soll Ringfoto-Marketingleiter Hans Schulz-Nigmann ablösen, wenn sich dieser in den Ruhestand verabschiedet. hepä



Bild links: Claudia Endres verstärkt ab 1. Juli den Bereich Marketing in der Ringfoto-Zentrale. Bild rechts: Michael Sydow wurde neu in den Ringfoto-Verwaltungsrat gewählt.

Vodafone sieht Chance für Fotohändler

Fotohandys bringen neue Argumente

Mit der Einführung der ersten Mobiltelefone mit integrierter Zwei-Megapixel-Kamera (ifc berichtete in Ausgabe 6/05 über Modelle von Nokia und Sony Ericsson) wird das Thema Mobilfunk für den klassischen Fotohandel noch interessanter als bisher. Wir fragten Matthias Thieme, Vertriebsleiter Fachhandel, Hauptabteilung Vertriebssteuerung bei Vodafone, nach der Bedeutung des Vertriebskanals Fotohandel für einen Netzbetreiber.



Matthias Thieme

imaging+foto-contact: In den kommenden Monaten werden die Handys der neuesten Generation zweifellos einen neuen Standard beim Mobile Imaging setzen. Aber wird der Ausbau von Foto- und Videofunktionen auch neue Verkaufsargumente für den Handel liefern, oder bleibt Fotografie nur ein Feature unter vielen, das für den Kunden gar nicht wichtig ist und das er einfach „in Kauf nimmt“?

Matthias Thieme: Für Netzbetreiber und Gerätehersteller gibt es derzeit vier wichtige Trends: Imaging, Musik, Daten und den Trend zurück zu den Wurzeln, nämlich zur Telefonie ohne Schnickschnack. Wie wir in den vergangenen Monaten beobachten konnten, werden viele Mobiltelefone inzwischen klar auf einen dieser Schwerpunkte hin konzipiert. Ich bin davon überzeugt, daß Kunden die Geräte der jüngsten und der kommenden Generationen wesentlich bewußter kaufen werden als bisher. Das gilt insbesondere für das Thema Imaging. Denn die neuen Ein- und Zwei-Megapixel-Fotohandys bieten nicht nur eine neue Bildqualität, sondern sie können sich mit Ausstattungsdetails wie Autofokus, optischen Zoomobjektiven und verbesserter Bildverarbeitungssoftware auch mit vergleichbaren Einstiegs-Digitalkameras messen. Damit ergeben sich natürlich neue Argu-

mente für das Verkaufsgespräch am Point of Sale. Anders als bei den Kameras der ersten Generation mit CIF- oder VGA-Auflösung ergibt sich für den Kunden jetzt ein Mehrwert, der erklärt werden muß.

imaging+foto-contact: Wer soll Ihrer Meinung nach die Beratung beim Thema Mobile Imaging übernehmen?

Matthias Thieme: Ganz klar der Fotohandel. Der ist die erste Adresse in Sachen Bildkompetenz und wird das auch noch eine ganze Weile lang bleiben. Stand bei den ersten, niedrigauflösenden Kameras in Handys noch der Spaß am Experimentieren im Vorder-

grund, bei dem man beispielsweise bereit war, Unschärfe oder Farben in Kauf zu nehmen, die nicht der Natur entsprachen, kann der Käufer eines Zwei-Megapixel-Fotohandys gute Bilderergebnisse erwarten. Bekommt er die nicht, muß ihm jemand erklären können, woran es gelegen hat. Und hier ist der Fotohändler der Fachmann. Außerdem kennt man im Fotohandel die Wege, mit denen der Handyfotograf zu Bildern auf Fotopapier kommt. Sicherlich muß der Anwender auch hier noch lernen, daß diese Möglichkeit überhaupt existiert.

imaging+foto-contact: Aber gerade hochpreisige Fotohandys mit Ein- oder Zwei-Megapixel-Kameras verfügen in der Regel auch über Speicherkarten, die beispielsweise an Fotokiosken im Laden direkt gedruckt werden können. Da geht Vodafone Umsatz verloren, der ansonsten durch die Bildübertragung an ein Fotolabor erzielt werden könnte. Das kann doch nicht in Ihrem Sinne sein.

Matthias Thieme: Selbstverständlich wäre es uns lieber, wenn Bilder ausschließlich per Mobilfunk zum Drucken übertragen würden. Aber wir sind Realisten und wissen, daß dies nie der Fall sein wird. Also ist es doch besser, eine Win-Win-Situation zu schaffen, von der unsere Handelspartner ebenso pro-



Mit der UMTS-Datenkarte lassen sich Bilddaten schnell vom Notebook aus verschicken.

MarKo Line

Digitale Minilabs

Innovative Digital
Product Award Winner



MK 10

1'000* B/ Std. 10x15 cm
30x45 cm Maximalformat
1,3 m2 Standfläche

MK 6

650* B/ Std. 10x15 cm
20x30 cm Maximalformat
0,97 m2 Standfläche

MK 4

400* B/ Std. 10x15 cm
20x30 cm Maximalformat
0,95 m2 Standfläche

* Maximale Kapazität, garantiert bei gleichen Abläufen

Genau das Richtige



■ Einzigartig einfache Benutzeroberfläche und weniger Operatorschulung

Intuitive Bedienung der Benutzeroberfläche mit unmissverständlichen Symbolen, die eine einfache Bedienung mit minimalem Erklärungsaufwand garantieren.

■ Überragende Bildqualität mit allen Papiermarken

Erstklassige Bilder dank des weltweit anerkannten Schweizer Know-hows in Farbmanagement, erprobt bei Millionen von Bildern in führenden Grosslaboren.

■ Wartungsarme innovative LCD/ LED Technologie

Sehr robuste und zuverlässige Schweizer LCD/ LED Belichtungstechnologie; kein Ersatz von Belichtungsmodulen oder teure regelmässige Wartung notwendig.

■ Tieferer Investitionskosten

Leicht austauschbare Komponenten bei allen Modellen um eine maximale Effizienz bei minimalen Kosten zu erreichen.



DOHM GmbH
Blumenstraße 31
D-72127 Mähringen

Fon +49 (0) 70 71 91 29-0
Fax +49 (0) 70 71 91 29-31

www.dohm.de
info@dohm.de

fitieren wie wir selbst. Außerdem ergeben sich durch gute Beratung weitere Umsatz- und Ertragsmöglichkeiten, die ebenfalls beiden Seiten zugute kommen können.

imaging+foto-contact: Woran denken Sie da zum Beispiel?

Matthias Thieme: Zum einen an das Thema UMTS, zum anderen an den großen Bereich des Zubehörs, bzw. an Produkte wie unsere UMTS-Datenkarte, in der sich beides vereint. Durch UMTS ist es möglich geworden, auch größere Bilddateien bequem und schnell zu verschicken; das kann zum Beispiel als E-Mail-Anhang direkt vom Mobiltelefon aus geschehen oder mit Hilfe der UMTS-Datenkarte von einem Notebook aus. Mit einem entsprechenden Vodafone-Tarif wie Zuhause Web, einem günstigen Datentarif für das schnelle Internetsurfen mit der UMTS-Datenkarte, oder der kombinierten Lösung Vodafone Zuhause Talk & Web für günstige Telefonie und schnellen Internetzugang können die Bilddaten dabei zu günstigen und überschaubaren Kosten übertragen werden. Und beim übrigen Zubehör weisen Tk- und Fotobranche ohnehin Gemeinsamkeiten auf, wenn man etwa auf Kfz-Ladekabel, Speicherkarten, Kameraschalen oder Schutzhüllen blickt.

imaging+foto-contact: Wer wird Ihrer Meinung nach zukünftig Fotohandys im Fotohandel kaufen?



Auch dem Fotohandel stehen die Vodafone-Ladenbauelemente zur Verfügung.

Matthias Thieme: Ich sehe hier vor allem zwei Kundengruppen. Zum einen diejenigen, die in die Digitalfotografie einsteigen wollen, eine preiswerte Digitalkamera suchen und vom Fotohändler gute Beratung erwarten. Denen kann durchaus ein Fotohandy als Alternative zur Digitalkamera angeboten werden – immerhin bietet ein Mobiltelefon noch zahlreiche Zusatzfunktionen, die als Verkaufsargumente dienen können. Ein wesentlicher Teil dieser Kunden dürfte dabei aus einer Zielgruppe kommen, die ein klassisches Fotofachgeschäft gar nicht be-

treten würde, zum Beispiel Jugendliche oder Frauen. Mit Mobiltelefonen und einem entsprechenden Marketingkonzept kann der Fotohandel dieses Image positiv verändern. Zur anderen Käufergruppe gehören meiner Ansicht nach erfahrene Fotografen, die nicht immer ihr teures Erstgerät mitnehmen wollen, sondern eine zusätzliche Schnappschußkamera haben wollen.

imaging+foto-contact: Was verstehen Sie unter „entsprechendem Marketingkonzept“?

Matthias Thieme: Es sollte klar sein, daß es nicht reicht, das Portfolio einfach um Mobilfunk zu erweitern und darauf zu hoffen, daß der Kunde von selbst kommt. Ziel des Fotohändlers muß es deshalb sein, seine Kompetenz als Mobile Imaging-Spezialist aktiv darzustellen. Wir unterstützen ihn dabei auf vielfältige Weise. Abgesehen davon, daß er mittelbar von jedem Euro, den wir für Werbung ausgeben, profitiert, bekommt er von uns umfangreiche Verkaufsförderungsunterstützung für sein Geschäft. Über unser Portal www.vodafone-fachhandel-online.de kann er darüber hinaus seine individuellen Werbemittel gestalten und bestellen. Und natürlich halten wir ein umfangreiches Schulungs- und Trainingsprogramm bereit, um Einsteigern die Scheu vor dem nur auf den ersten Blick komplizierten Thema Mobilfunk zu nehmen und sie optimal auf den Verkauf unserer Produkte vorzubereiten.

imaging+foto-contact: Trotz aller Chancen, die Sie schildern, ist es für einen Einstieg in den Handel mit Mobilfunk nicht zu spät? Der Markt ist doch beinahe gesättigt.

Matthias Thieme: Die Sättigung bezieht sich nur auf die absolute Zahl, hier dürfte tatsächlich die maximale Zahl potentieller Mobilfunkkunden bald erreicht sein. Da im Mobilfunkgeschäft aber regelmäßig Verträge auslaufen und neu abgeschlossen werden müssen, und da eine große Zahl von Kunden mit jedem Vertragsende den Anbieter wechselt, umfaßt die Zielgruppe Jahr für Jahr Millionen von Verbrauchern. Zu spät zum Einstieg? Keinesfalls!

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



Foto- und Videoanwendungen werden für die Nutzer von Mobiltelefonen immer wichtiger.



Das simyo Gründerteam mit (v. l.): Christian Nagel (Leiter Marketing), Thomas S. Emge (kaufm. Leiter), Rolf Hansen (Geschäftsführer) und Andreas Perreiter (IT-Leiter)

Neue Mobilfunkmarke simyo ist gestartet SIM-Karten aus dem Internet

Mit simyo ist Anfang Juni eine neue Mobilfunkmarke im deutschen Markt gestartet. Sie verdient die Aufmerksamkeit des Fotohandels, weil simyo SIM-Karten ausschließlich über das Internet vertreibt. Damit wird Fotohändlern, die in das Geschäft mit Fotohandys einsteigen wollen, dieser Einstieg sehr einfach gemacht.

Denn sie können diese Geräte verkaufen, wie sie es von Digitalkameras her gewohnt sind, ohne sich mit der oftmals nicht ganz einfach zu durchschauenden Tarifstruktur der Mobilfunkanbieter und den Prozeduren, die zur Freischaltung einer neuen Mobilfunkkarte erforderlich sind, auseinandersetzen zu müssen. Damit verzichten sie zwar auf subventionierte Handys und Vertragsprovisionen, müssen aber auch kein Vertragsverhältnis mit einem Netzbetreiber oder Service Provider eingehen.

Mit simyo ist die Attraktivität des Fotohandygeschäfts noch einmal gewachsen. Es gibt eine Menge Gründe, die etablierten Netzbetreiber und Service Provider als Partner zu suchen, aber gerade Einsteigern wird, wie gesagt, die Scheu vor der neuen Materie genommen.

simyo wurde von E-Plus und einem vierköpfigen Team um Geschäftsführer Rolf Hansen gegründet. Das Unternehmen verkauft Mo-

bilfunkkarten mit günstigen Minuten- und SMS-Preisen ausschließlich über das Internet. Mit der simyo SIM-Karte können Kunden deutschlandweit rund um die Uhr für 19 Cent pro Minute telefonieren und für 14 Cent Kurzmitteilungen verschicken.

Der Kunde kauft online unter www.simyo.de eine Mobilfunkkarte, bezahlt per Kreditkarte oder Banküberweisung und erhält das Starter-Paket zu einmalig 19,95 Euro inklusive zehn Euro Startguthaben per Briefumschlag mit der Post. Er muß dann nur noch die SIM-Karte in sein Handy einlegen und kann rund um die Uhr, sieben Tage die Woche zum simyo Tarif telefonieren. Die Gespräche werden über das E-Plus-Netz geführt.

Unter www.simyo.de sind sämtliche Informationen zum Angebot verfügbar. Hier kann der Kunde sich eine Wunschrufnummer aussuchen (sofern diese noch zur Verfügung steht) und in wenigen Schritten sein Guthaben verwalten, inklusive der Aufladung der Karte oder Abfrage des verfügbaren Restbetrags.

Das simyo Angebot richtet sich nach den Worten von Rolf Hansen, Gründer und Geschäftsführer von simyo, „konsequent am Bedarf dieser Zielgruppe aus. Wir sprechen Kunden an, die ein ganz klares Bedürfnis haben, nämlich günstigen Mobilfunk ohne komplizierte Tarifstrukturen, mit einfachen und transparenten Preisen.“ Und dazu können auch die Käufer eines Fotohandys gehören.

hepä



like.no.other™

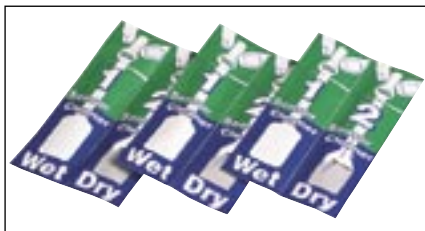
Cyber-shot T7

'Sony' und 'Cyber-shot' sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan.

www.sony.de/cyber-shot

Sensor Cleaning Kit neu im Dörr-Programm

Dörr hat ein neues Cleaning Kit ins Sortiment aufgenommen, das speziell dazu dienen soll, die CCD- und COMS-Aufnahmechips von Spiegelreflexkameras zu reinigen, ohne die Chips zu beschädigen. Der Reinigungsprozeß erfolgt in drei Schritten: Zunächst werden mit Hilfe von Druckluft und einem Spezialventil Staub und andere Kleinteilchen abgesaugt. Durch das abriebfeste, austauschbare Endstück am Saugaufsatz



kann der Sensor dabei nicht beschädigt werden. In einem zweiten Schritt werden hartnäckigere Schmierflecken mit feuchten, fettlösenden Reinigungsstäbchen beseitigt. Und schließlich kann der Chip mit den abgepolsterten weichen Trockner-Stäbchen vollkommen streifen- und fusselfrei getrocknet werden.

Verbesserte Version des Ladegerätes tecxus TC30

Der asiatische Batterien- und Akkuhersteller tecxus hat eine optimierte Version des Schnell-Ladegerätes TC 30 ultra auf den Markt gebracht. Das tecxus TC 30 ultra arbeitet mit einer neuartigen Software, die den Ladevorgang überwacht und damit eine Lüftung über-



flüssig macht. Der mikroprozessor-gesteuerte tecxus Charger TC 30 ultra eignet sich den Angaben zufolge speziell für das schonend schnelle Aufladen von NiMH-Zellen. Dabei kontrolliert die eigens für dieses Ladegerät entwickelte Software Ladevorgang und Temperatur

der einzelnen Zellen und schaltet den Ladestrom bei Bedarf selbsttätig ab. Eine Überhitzung der Zellen wird somit ausgeschlossen. Durch eine Einzelschachtüberwachung der Ladeschächte können ein bis vier NiMH-Zellen der Größe Micro (AAA) oder Mignon (AA) innerhalb von zirka 30 Minuten geladen werden. Der tecxus Charger TC 30 ultra ist in zwei Varianten – mit und ohne vier NiMH-Akkus in Mignon-Größe (AA) mit 2.500 mAh – in einer attraktiven Verkaufsverpackung über wentronic (www.wentronic.de) zu beziehen.

Dörr Aufnahmetisch inklusive Tragetasche

Ebenfalls neu bei Dörr ist der Aufnahmetisch FST 2, der sich mit seinen Abmessungen von 106 x 60 x 53 cm etwas größer, aber ebenso stabil zeigt wie der bereits in den Markt eingeführte Aufnahmetisch FST 1. Der Tisch, der schnell die Aufnahme kleiner Gegenstände erlaubt, zum Beispiel für den Verkauf in Internet-Auktionen, wiegt 5,5 Kilogramm. Er wird inklusive einer Tragetasche geliefert.

Neue Panasonic Batterien für Digitalprodukte

Als Antwort auf den steigenden Bedarf an Hochleistungsbatterien für digitale Anwendungen, beispielsweise in Digitalkameras oder MP3-Spielern, hat

Panasonic die Digital Xtreme Power Batterie auf den Markt gebracht. Der neue Batterietyp erweitert das Produktportfolio des Unternehmens unter dem Namen „Oxyride“ um eine eigene Subkategorie. Angesiedelt ist das Oxyride-Programm neben dem Alkali- und dem Zink-Kohle-Segment. Die Stärke der neuen Energielieferanten liegt nach Angaben des Herstellers in ihrer deutlich längeren Einsatzbereitschaft.



So haben Tests laut Panasonic ergeben, daß die neue Digital Xtreme Power-Batterie in digitalen Anwendungen bis zu dreimal mehr Energie liefert und beim Einsatz in Digitalkameras sowohl für schnelle Bildfolgen als auch für eine schnellere Blitzbereitschaft sorgt. Die Batterien werden in Blisterpackungen mit zwei oder vier Stück angeboten.

Voigtländer Vito 5D hat fünf Millionen Pixel

Voigtländer hat die neue Vito 5D Digitalkamera vorgestellt. Sie zeichnet sich unter anderem durch ihren Fünf-Millionen-Pixel-Aufnahmechip (CCD), ein dreifaches Zoomobjektiv 5,4–16,2 mm (entspricht 32–98 mm bei Kleinbild), einen 1,8"-Farbmonitor, einen Echtfuchsucher und einen USB-Anschluß aus. Die Kamera bietet einen internen 16 MB-Speicher, der durch SD-Wechselspeicherkarten ergänzt werden kann. Sie unterstützt die Dateiformate JPEG, DCF, DPOF und MPEG. Die automatische Scharfstellung ist in der Funktion Makro-Weitwinkel ab sechs Zentimetern Motivabstand möglich, in der Standardfunktion ab 50 Zentimetern. Der Fotograf kann auf vier Aufnahmemodi (Automatik, Porträt, Sport, Nachtaufnahme), Belichtungszeiten zwischen zwei und 1/1.000 Sekunde, eine vierfache Digitalzoomfunktion und verschiedene manuelle Einstellmöglichkeiten (zum Beispiel Weißabgleich und Belichtungskorrektur) zurückgreifen. Die Abmessungen der Kamera sind 91 x 61 x 27 Millimeter. Das Gewicht beträgt zirka 130 Gramm (ohne Batterie und Speicherkarte)





Caplio R2

- Digitalkamera 5 Mega-Pixel.
- Weitwinkel Zoomobjektiv mit 4.8 fachem Brennweitenbereich (entspricht 28 - 135mm Kleinbildformat). 17.3 fache Vergrößerung mit Digital-Zoom. MakroEinstellung bis 1 cm.
- Brillianter 2,5-Zoll TFT-LCD Monitor.
- Extrem kurze Auslösereaktion mit 0.06 Sekunden und superschnelle Startzeit nach dem Einschalten der Kamera.
- Lithium-Ionen-Akku, bis zu 500 Aufnahmen je Akkuladung nach CIPA - Standard. Akku und Ladegerät im Lieferumfang enthalten. Alternativ können Mignon-Batterien oder Akkus verwendet werden.



Auslösen und Spaß haben!

How well do you share?

RICOH
Image Communication

www.ricohpmc.com

Minox steigt in die Pixel-Oberklasse ein

Die neue Minox DC 8111

Mit der DC 8111 bringt Minox jetzt eine kompakte Digitalkamera im oberen Megapixel-Segment auf den Markt. Mit seinem neuen Flaggschiff richtet sich das Unternehmen an die ambitionierten Hobbyfotografen, die nicht nur Schnappschüsse realisieren, sondern auch die vollständige Kontrolle über die Bildeinstellungen haben möchten.

Ein 8-Megapixel-CCD ist das Herzstück der handlichen und kompakten DC 8111. Das Aluminium-Gehäuse beherbergt zudem noch das lichtstarke 3fach-Zoomobjektiv der Kamera. Dieses wird durch eine 5,1fach Digitalzoom-Funktion unterstützt. Trotz ihrer geringen Abmessungen von nur 91 x 57 x 27 Millimeter konnte die DC 8111 zusätzlich mit einem optischen Sucher ausgerüstet werden. Das 2,5 Zoll große TFT-Farbdisplay erlaubt dem Fotografen die bequeme Betrachtung und Beurteilung der Motive und Aufnahmen. Wobei es möglich ist, die Bilder aus verschiedenen Blickwinkeln und selbst bei hellem Sonnenlicht blendfrei zu beurteilen. Neben der Wahl des manuellen Modus z. B. für die Blende oder die Verschlusszeiten, kann der Anwender auch Motivprogramme für Nacht-, Sport- und

Portrait-Aufnahmen einstellen. Für die Aufnahme kleinster Objekte steht der Makro-Modus zur Verfügung. Hiermit können detailreiche Aufnahmen ab einem Mindestabstand von fünf Zentimetern gemacht werden. Der automatische Weißabgleich sorgt zudem bei unterschiedlichen Lichtverhältnissen für die richtige Belichtung. Die DC 8111 ist weiterhin mit vier verschiedenen Blitzfunktionen ausgestattet, die eine optimale Abstimmung der Aufnahme auf die äußeren Gegebenheiten ermöglichen.

Video und Audio

Mit der kleinen Kompakten von Minox hat der Anwender zudem die Möglichkeit der Video- und Sprachaufzeichnung. Dabei können nicht nur Digitalfotos mit gesprochenen Kommentaren versehen, sondern auch kleine Movies mit Ton aufgenommen werden. Die Länge der Videofilme wird hier nur durch die Kapazität des Speichermediums begrenzt. Sowohl Mikrofon als auch Lautsprecher sind in das Gehäuse der DC 8111 integriert. Als Speicher kann eine SD-Karte mit einer Kapazität von bis zu 1 GB verwendet werden, und die Stromversorgung garantiert ein Li-Ionen Akku. Über eine USB-Schnittstelle können die digitalen Aufnahmen zudem leicht auf einen PC übertragen werden. Die Minox DC 8111 ist ab Anfang Juli mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 379 Euro erhältlich. epe



Ausbau des Inlandvertriebs

Minox baut seine Vertriebsaktivitäten in Deutschland aus, und ab sofort wird der Foto- und Optikfachhandel direkt vom Stammhaus in Wetzlar bzw. durch ein Außendienstteam betreut.

Die Düsseldorfer Hans J. Bauer KG, die bisher als alleiniger Minox-Distributor fungierte, konzentriert sich weiter auf die Sparten Outdoor und Jagd.

„Der Bereich der digitalen Fotografie ist neben der Sportoptik eines unserer Wachstumssegmente. Um an dieser Stelle noch flexibler auf die Belange und Wünsche des Handels eingehen zu können, wird der Foto-/Optikbereich künftig von der Minox GmbH selbst betreut“, erklärt Minox-Geschäftsführer Thorsten Kortemeier die Hintergründe dieser Maßnahmen.



MINOX DM 1

Der DM 1 vereint gleich neun verschiedene Funktionen in einem Gerät. Im lediglich 17 Millimeter flachen Gehäuse des kleinen Multimedia-Players stecken ein Camcorder, eine Digitalkamera, MP3- und Videoplayer, Webcam, Diktiergerät, Wechselspeicher, SD-Kartenleser und ein LED-Spot. Trotz der geringen Abmessungen ist der DM 1 mit einem hochauflösenden, zwei Zoll großen TFT-Display ausgestattet. Der seitlich angebrachte Auslöseknopf ermöglicht dabei eine bequeme Einhand-Bedienung des DM 1. Der Auslöser sitzt in der Mitte eines Bedienrades, das eine Drehung des Glasobjektivs um 230 Grad möglich macht. Ein 3,2-Megapixel-Sensor sorgt für die nötige Auflösung, Videos werden im MPEG4-Format gespeichert. Die Speicherung der digitalen Daten erfolgt wahlweise auf dem 128 MB großen integrierten Flash-Speicher oder auf einer SD-Karte mit bis zu einem Gigabyte Kapazität. Der Kartensteckplatz ist dabei gleichzeitig ein Kartenlesegerät. Das eingebaute Mikrofon ist für die Aufzeichnung aller Töne zuständig, und als Stromquelle dient dem DM 1 ein Lithium-Ionen-Akku.

Casio präsentiert die Exilim Card EX-S500

Bildervielfalt im Kleinformat

Mit der Exilim Card EX-S500 schickt Casio sein neuestes 5-Megapixel-Modell ins Rennen. In drei schicken Farben und ausgestattet mit der bewährten Casio-Technologie ist die scheckkartengroße Kamera nicht nur optisch ein Hingucker.

Die flache EX-S500 bietet eine Auflösung von fünf Millionen Bildpunkten und ein 3fach-Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 38 bis 114 mm (entsprechend KB-Format). Für die Signalverarbeitung ist die neue und schnelle Exilim Engine zuständig. Sie ermöglicht zudem die kompakte Bauform, die Kamera misst lediglich 90 x 59 x 16,1 mm bei einem Gewicht von nur 115 Gramm, sowie eine hohe Foto- und Moviequalität bei gleichzeitig geringerem Energieverbrauch. Zusammen mit der Super Life-Battery versorgt sie die Kamera mit der nötigen Energie. Wobei mit einer einmal aufgeladenen Batterie bis zu 200 Aufnahmen möglich sind.

Bestshot und vieles mehr

Die Exilim EX-S500 ist in nur ca. 1 Sekunde betriebsbereit, und laut Casio kann jede Funktion der Kamera mit nur einer Hand gewählt und bedient werden. So ist z. B. über den „Direct Movie Button“ bzw. den Auslöser der Wechsel vom Foto- zum Modus einfach per Knopfdruck möglich. Die kleinen Videofilme werden im MPEG-4 Format in VGA-Auflösung mit 30 Bildern pro Sekunde aufgenommen.



Die EX-S500 wird in den drei Farbvarianten „Brilliant Grey“, „Nordic Silver“ und „Latin Orange“ angeboten.

Zudem ist sie die erste Digitalkamera in der Geschichte des Unternehmens, die mit einem Anti-Shake DSP (Digital Signal Processor) zur Bildstabilisierung ausgerüstet wurde. Der integrierte Blitz und das neue Autofokus-Hilfslicht sorgen auch bei schlechten Lichtverhältnissen für gute Fotos.

Auch dieses Exilim-Modell bietet eine Vielzahl integrierter Bestshot-Motivprogramme. Diese sind erstmals gleichermaßen für die Foto-

der Movieaufzeichnung ein Foto mit einer Auflösung von bis zu fünf Megapixeln zu schießen und abzuspeichern. Auch das Schneiden eines Movies, das sogenannte „Movie Edit“ oder „Movie Enlargement Playback“ (Zoomen während der Wiedergabe eines Videos) sind neue hilfreiche Zusatzfunktionen der EX-S500.

Die USB-Dockingstation mit High-Speed USB 2.0-Schnittstelle dient der Übertragung der Bilddaten auf den PC und unterstützt PictBridge und USB Direct Print Standard. Mittels AV-Ausgang an der Dockingstation oder des optional erhältlichen AV-Kabels können Movies und Fotos auch einfach direkt am Fernseher betrachtet werden.

Neben der Super Life-Battery und der Dockingstation gehören USB-Kabel, umfangreiche Software auf CD-ROM und Handtrageriemen zum Lieferumfang. Optional sind ein Schnellladegerät, ein portables AV-Kabel, Kamertaschen und Neck Straps sowie ein Media Case für die Aufbewahrung von Speicherkarten und weiteres Zubehör im aktuellen Exilim-Stil erhältlich.

Die Exilim Card EX-S500 ist ab Juli mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 379 Euro erhältlich. epe



Alle Bedienelemente der kleinen Exilim können leicht mit dem Daumen der rechten Hand erreicht und betätigt werden.

und Moviefunktion konzipiert und werden über den Bestshot-Button, der direkt über dem Display liegt, aktiviert. Wird diese Taste gedrückt, erscheinen auf dem 2,2 Zoll großen TFT-Display alle voreingestellten Aufnahmeszenarien. Zudem bietet die Kamera eine Funktion, die es erlaubt, während

Das neue 8-Megapixel-Modell von Ricoh

Caplio GX8



Ricoh führt mit der Caplio GX8 das 8-Megapixel-Nachfolgemodell der im letzten Jahr vorgestellten Caplio GX ein. Die Kamera zeichnet sich nicht nur durch ihre höhere Leistung im Vergleich zu ihrer Vorgängerin aus, sondern bietet durch zahlreiche Zubehörteile und optische Instrumente einen erweiterten Funktionsumfang.

Ricoh hat das gesamte Funktionsspektrum der neuen Caplio GX8 in einem nur 29 Millimeter schlanken Aluminiumgehäuse untergebracht. Die Kamera ist mit einem 3fach-Zoomobjektiv, das mit Brennweiten von 28 bis 85 Millimeter arbeitet, ausgestattet.

Der 8-Megapixel-CCD der Kamera bietet zudem die nötige Auflösung für großformatige Ausdrucke und Laborabzüge bis zum DIN A3-Format. Das Zusammenspiel des Bildsensors und des Weitwinkel-Zoomobjektivs, mit seiner kürzesten Brennweite von 28 Millimetern, ermöglicht unter anderem die Aufnahme von Landschafts- und Architekturfotos. Das Objektiv setzt sich aus neun Glaslinsen in sieben Gruppen zusammen und liefert, laut Ricoh, scharfe und klare Bilder, die selbst bei Weitwinkel-Einstellung praktisch keine Verzeichnung oder Aberration aufweisen. Durch den Anschluß einer von Ricoh optional erhältlichen Weitwinkel-Vorsatz-

optik (mit Adapter) kann die Weitwinkelbrennweite der Caplio GX8 auf bis zu 22 Millimeter verkürzt werden.

Darüber hinaus läßt sich der dreifache optische Zoombereich durch den Einsatz der vierfachen Digitalzoom-Funktion bis auf den Faktor 12x erweitern.

Der auch in den anderen Caplio-Modellen von Ricoh eingesetzte Bildverarbeitungsprozessor „Smooth Imaging Engine“ garantiert darüber hinaus präzise Farben, eine schnelle Signalverarbeitung und geringes Bildrauschen.

So ist die GX8 bereits 1,3 Sekunden nach dem Einschalten aufnahmebereit, und das Hybrid-Autofokus-System stellt nach Drücken des Auslösers das Hauptobjekt so schnell scharf, daß bis zum Belichtungsbeginn nur 0,1 Sekunden vergehen. Alle weiteren Aufnahmen schießt die Caplio GX8 jeweils im 1,7-Sekunden-Abstand (bei 3.264 x 2.448 Pixeln und Fein), bis die Speicherkarte voll ist. Mit der Multibild-Serienfunktion können zudem durch das einmalige Betätigen des Auslösers gleich sechzehn Bilder in etwa zwei Sekunden aufgenommen werden.

Vielfältige Funktionen

Auch die Caplio GX8 ist mit der 1-Zentimeter Makrofunktion von Ricoh ausgestattet. Nicht nur die Fokussiergenauigkeit der Kamera wurde verbessert, sondern die GX8 ermittelt auch automatisch den Abstand, die Abbildungsgröße und den Kontrast des ausgewählten Motivs. Ein nur 18 x 24 mm kleines Objektfeld mit feinsten Details kann so formatfüllend aufs Bild gebracht werden. Auch bei diesem Caplio-Modell kann das Autofokus-Zielfeld manuell im ganzen Bildfeld verschoben werden. Somit muß der Fotograf die Position der auf einem Stativ montierten Kamera nicht verändern. Weiterhin stehen dem Anwender Funktionen wie eine Zeitautomatik mit Blendenvorwahl und eine vollmanuelle Belichtungseinstellung zur Verfügung. Die Blendenvorwahl erlaubt zudem die Beeinflussung der Schärfentiefe, was besonders bei Porträtaufnahmen nützlich ist.

Zusätzlich kann die Belichtung durch die manuelle Belichtungs-korrektur in 1/3-EV-Stufen im Bereich von $\pm 2,0$ EV



Neben diversen Adaptern gehören auch ein USB-Auslösekabel, ein Tubus für Vorsatzobjektive sowie eine Sonnenblende zum optional erhältlichen Zubehör der Caplio GX8.

beeinflusst werden. Die Belichtungszeit kann ebenfalls manuell zwischen sehr kurzen 1/2.000 Sekunden und langen 30 Sekunden z. B. für Nachtaufnahmen eingestellt werden. Hat der Fotograf die Einstellungen für die Belichtung bereits vorgenommen, so kann er anhand eines Live-Histogramms, das auf dem LCD der GX8 erscheint, noch einmal prüfen, ob er noch Änderungen vor der Aufnahme vornehmen muß. Bei schwierigen Lichtverhältnissen kann der Anwender auf die Belichtungsreihenautomatik der Kamera zurückgreifen. Damit werden direkt nacheinander drei etwas unterschiedlich hell belichtete Fotos aufgenommen. Aus ihnen kann dann das beste Bild ausgesucht werden, ohne die Aufnahme wiederholen zu müssen.

Vielfältiges Zubehör

Neu bei der Caplio GX8 sind darüber hinaus die flexiblen Einsatzmöglichkeiten von Zubehör und Adaptern. Das Spektrum reicht hier vom Weitwinkelvorsatz über einen Kabelauslöser bis zum Anschluß eines Teleskops. Dabei kann der Anwender Zubehör sowohl von Ricoh als auch von anderen Herstellern mit der Kamera kombinieren. So ermöglicht beispielsweise ein USB-Auslösekabel die Aufnahme von Selbstporträts und verhindert bei langen Belichtungszeiten eventuell verwackelte Bilder. Bei der Blitzfotografie kann der Zeitabstand zwischen den Aufnahmen erheblich verkürzt werden, indem statt des eingebauten Blitzes ein externes Blitzgerät benutzt wird. Hierfür steht an der Oberseite der GX8 ein Blitzschuh zur Verfügung. Weiterhin kann das integrierte Blitzgerät der



Die neue Caplio GX8 ist nicht nur klein und leicht, sondern erleichtert durch den seitlich angebrachten Griff die Aufnahme schneller Schnappschüsse.

Kamera bis auf eine Distanz von 15 Zentimetern eingesetzt werden, jedoch ohne daß „Ausbleich-Effekte“ auftreten. Die Caplio GX8 bietet dem Anwender zudem die Möglichkeit, durch optische Instrumente wie Beobachtungsfernrohre, Mikroskope und Astroteleskope zu fotografieren. Auch die Caplio GX8 ist mit einer USB-Schnittstelle ausgerüstet. Darüber kann sie direkt mit einem Computer oder PictBridge-kompatiblen Drucker verbunden werden. Auf diese Weise können die in der Kamera gespeicherten Bilder leicht heruntergeladen oder ausgedruckt werden. Die Caplio GX8 ist ab sofort mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 399 Euro erhältlich.

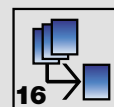
Schluss mit Rauschen im Scanner !!

SilverFast's Multi-Sampling mit Auto-Ausrichtung jetzt verfügbar...



... für SilverFast SE Plus und SilverFast Ai Studio

Früher war Multi-Sampling nur möglich, wenn die Scanner diese Fähigkeit eingebaut hatten. Sobald die Multi-Sampling Option angewählt ist, tastet SilverFast die Vorlage während des Scanvorgangs 4, 8 oder 16 x ab. Die Anzahl der Abtastungen kann ausgewählt werden, generell gilt; je mehr Abtastungen desto bessere Ergebnisse. Nachdem alle Abtastungen miteinander verglichen worden sind, erstellt SilverFast daraus ein Endergebnis. Das Rauschen wird eliminiert, aber der Rest der Vorlage bleibt unverändert.



Rauschen des Scanners



Rauschen unterdrückt

Die neue D-SLR von Pentax für Einsteiger

Die kleine, leichte *ist DL kommt

Die neue kompakte Pentax *ist DL bietet sowohl Digital-SLR-Neulingen als auch erfahrenen Analogfotografen einen einfachen Einstieg in die Welt der digitalen Spiegelreflexfotografie.

Die *ist DL basiert auf der „großen Schwester“ Pentax *ist Ds. Sie ist mit einem 2,5 Zoll großen Monitor mit 210.000 Pixeln Auflösung ausgestattet und wiegt lediglich 470 Gramm (ohne Batterien und Speicherkarte).

Die Kamera arbeitet mit einem 6,1-Megapixel-CCD und zeichnet die digitalen Daten auf SD Speicherkarten auf. Das geringe Gewicht der Kamera konnte durch die Verwendung eines Spiegelsuchers mit einer besonders hellen Mattscheibe erreicht werden. Dieser wurde zudem speziell auf den Vergrößerungsfaktor des CCDs abgestimmt. Der Sucher bietet darüber hinaus einen Dioptrinausgleich von -2,5 dpt. bis +1,5 dpt. Unter anderem werden unterhalb des Sucherbildes der Blitzstatus, die Motivprogramme, der Fokus, eine ISO-Warnung, der Status der

„Automatischen Belichtung“, Verschlusszeit, Blende, Belichtungskorrekturfaktor und die Anzeige für Nachführbelichtungsmessung angezeigt.

Aufnahme und Wiedergabe

Die neue Pentax *ist DL nimmt Fotos im RAW- oder JPEG-Format (Exif 2.21) auf. Dabei kann der Anwender zwischen Einzelaufnahme oder Serienaufnahme mit 2,8 Bildern pro Sekunde wählen. Bei Serienbildern schießt die Kamera bis zu fünf Bilder als JPEG- oder drei Fotos als RAW-Datei, jedoch nur bei ausgeschalteter Rauschunterdrückung. Mit zahlreichen Motivprogrammen für Langzeitbelichtung, Portrait, Landschaft, Makro, Nachtaufnahme, Sport oder durch den automatischen „Easy-Shot-Modus“ erleichtert sie auch Einsteigern die Aufnahme gelungener Fotos.

Im Wiedergabemodus hat der Anwender erneut die Möglichkeit, unter verschiedenen Optionen zu wählen. So bietet die *ist DL eine Einzelaufnahme oder die 12fach vergrößerte Ansicht eines Motivs. Darüber hinaus können neun Bilder gleichzeitig aufgerufen oder als Diashow gezeigt werden. Weiterhin werden Aufnahmedaten wie

Datum und Uhrzeit auf dem Monitor wiedergegeben.

Weitere Funktionen sind die Anzeige eines Histogramms und die Schnellansicht, die die sofortige Anzeige von Bildern nach der Aufnahme ermöglicht.

Einstellungssache

Die Einstellungen für Blende, Belichtung und Zeit lassen sich automatisch wie



*Die *ist DL ist das kleinste Modell der Digital-Spiegelreflexkamera-Reihe von Pentax.*

manuell steuern, und das 3-Punkt-Autofokussystem (SAFOX VIII) ermöglicht eine präzise Fokussierung der Motive. Die Verschlusszeiten reichen von 1/4.000 bis 30 Sekunden, die Lichtempfindlichkeit kann manuell stufenweise von ISO 200 bis zu ISO 3.200 eingestellt werden.

Über die „Auto“-Funktion werden die ISO-Werte zudem automatisch von der Kamera gewählt. Dem Anwender stehen acht Weißabgleichsstufen sowie vier Digitalfilter zur Verfügung, wobei der „Soft“ Filter in drei Abstufungen gewählt werden kann. Die Pentax *ist DL ist darüber hinaus mit einem USB 2.0-Anschluß ausgestattet, und das Pentax KAF Objektivbajonett ermöglicht die Verwendung der Pentax KAF2, KAF und KA-Objektive. Auch ältere und KM Objektive können – mit Funktionseinschränkungen – an die *ist DL angeschlossen werden.

Die neue Pentax *ist DL SLR-Digitalkamera ist ab Mitte Juli mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 799 Euro erhältlich. Pentax bietet die Kamera auch in Kombination mit dem für digitale SLR optimierten 18–55 mm Standard-Zoomobjektiv (entspricht ca. 28 bis 85 mm KB-Format) zum Preis von 899 Euro (UVP) an.



Auf der Rückseite der Kamera sind die Bedienelemente übersichtlich rund um den Monitor angeordnet.

In Kürze ganz neu!



Online, CD + Print

**Die umfassende Produkt-Datenbank
für den Fotohandel**

www.worldofphoto.de

*Jetzt
Newsletter*

anfordern bei

newsife@cat-verlag.de

Für imaging+foto-contact

Abonnenten kostenlos!

Die Fachhandelsaktion „Kodak Margenpaket“

EasyShare C360 testen und verkaufen

Zur Einführung der neuen EasyShare C360 startet Kodak exklusiv für den Fotohandel die „Kodak Margenpaket“-Aktion. Im Rahmen der Promotion haben teilnehmende Händler die Möglichkeit, ihren Kunden die neue Kamera zu Testzwecken kostenlos zur Verfügung zu stellen.

Beim Verkauf einer Digitalkamera profitiert der Fotohändler vor allem dann, wenn daraus auch Folgegeschäfte entstehen. Die neue Kodak Promotion dient nicht nur dem Verkauf der neuen EasyShare C360 und der Druckerstation Serie 3, sondern teilnehmende Händler bekommen im Rahmen der Aktion kostenlose Media-kits für die Kodak EasyShare Druckerstationen. So können sie ihren Kunden schon im Beratungsgespräch demon-



Mit der neuen EasyShare C360 und dem Printer-dock Serie 3 sind fixe Fotos kein Problem.

strieren, wie das Zusammenspiel von Kamera und Druckerstation funktioniert und wie schnell damit ein Foto im 10 x 15-Format ausgedruckt werden kann. Ein Verkaufsargument für die EasyShare Druckerstationen ist der einfache Fotodruck ohne Umweg über den Computer. Denn die Kamera wird nur auf die Station gesetzt, das Bild am Display der Kamera ausgewählt, und in 90 Sekunden erhält man ein fertiges 10 x 15 mm-Bild. Kunden, die sich beim Kauf der Kamera auch für eine EasyShare Druckerstation entscheiden, erhalten einen Preisvorteil im Vergleich zum Kauf der Einzelprodukte.

tionen (Thermalpapier) und drei Kodak Ultima Inkjet-Packungen, ordern. Sie erhalten zusätzlich zwei weitere Mediakits für Demozwecke und 20 Inkjet-Testpacks. Darüber hinaus gibt es je ein Straßenstopperplakat (DIN A1) zur Preisaktion und zur Testaktion sowie jeweils zwei Plakate (DIN A4) zu den genannten Aktionen. Das gesamte PoS-Material wird kostenlos von Kodak zur Verfügung gestellt.

EasyShare C360

EasyShare C360 ist genau wie die anderen EasyShare Digitalkameras von Kodak einfach und übersichtlich aufgebaut. Auf der Kamerarückseite der C360 sind sämtliche Bedienelemente auf der rechten Seite angeordnet und

Jetzt 2 Tage testen!



Elegant. Beeindruckend. Einfach.
Die KODAK EasyShare C360 Kamera.

- 5,0 Mio. Pixel Auflösung
- 15fach Zoom (3fach optisch/12fach digital)
- 5 cm großes LC-Display
- Warnsignal bei unscharfen Aufnahmen
- Digitale Entfernung nasser Augen
- Video/Audiofunktion

Sie sparen Kosten, so viel!

Einfach ausprobieren: Testen Sie die KODAK C360 Digitalkamera und überzeugen Sie sich von den hervorragenden Eigenschaften. Personalisierte Beratung. Weitere Infos hier im FOTOFAK/POS-SHOP.

Kodak

Elegant. Beeindruckend. Einfach.

Die KODAK EasyShare C360 Kamera.

- 5,0 Mio. Pixel Auflösung
- 15fach Zoom (3fach optisch/12fach digital)
- 5 cm großes LC-Display
- Digitale Entfernung nasser Augen
- Warnsignal bei unscharfen Aufnahmen
- Video/Audiofunktion



Teile Bilder auf Knopfdruck.
KODAK EasyShare C360 Kamera
inkl. KODAK Druckerstation

zum Teilpreis:



Kodak

Test-Aktion

Während der kostenlosen Test-Aktion haben die Kunden die Möglichkeit, sich selbst von den Funktionalitäten der EasyShare C360 zu überzeugen. Die Kameras stehen interessierten Verbrauchern für zwei Tage kostenlos (gegen Vorlage des Personalausweises) zum Testen zur Verfügung.

PoS-Material

Alle Händler, die sich an der Aktion beteiligen möchten, müssen lediglich ein Minimalkontingent, bestehend aus vier EasyShare C360 Digitalkameras, drei Druckerstationen der Serie 3, sechs Mediakits für die Druckersta-

bequem mit dem Daumen steuerbar. Die neue EasyShare ist mit einem fünf Zentimeter großen Display ausgestattet und bietet eine Auflösung von fünf Millionen Bildpunkten. Darüber hinaus arbeitet sie mit einem 3fach Kodak Retinar Zoomobjektiv. Zusätzlich zum Vorblitz gegen den Rote-Augen-Effekt bietet die C360 eine automatische Entfernung „roter Augen“ nach der Aufnahme.

Sie erkennt automatisch unscharfe Aufnahmen und versieht diese mit einem Warnhinweis. Ein automatischer Orientierungssensor dreht die Aufnahmen bei Bedarf. Neben digitalen Fotos kann die Kamera auch Videosequenzen mit Ton aufzeichnen.

Neue Digitalkamera-Modelle von Samsung

Digimax in sechs Varianten

Mit dem 8-Millionen-Pixel-Modell Digimax Pro815 spricht Samsung erstmals das Prosumer-Segment an. Neben der hohen Auflösung bietet sie ein 15fach-Zoomobjektiv mit einem sehr großen Brennweitenbereich.



Samsung bringt in den kommenden Monaten das Prosumer-Modell Digimax Pro815 und fünf weitere Digimax Digitalkameras auf den Markt. Mit den sechs neuen Kameras richtet sich das Unternehmen an ambitionierte Hobbyfotografen wie auch an das Einsteigersegment.

Samsung Camera hat das neue Flaggschiff seiner Digimax-Serie, die Digimax Pro815, mit einer Auflösung von acht Megapixeln und einem 15fach-Zoomobjektiv ausgestattet. Das Schneider-Kreuznach Objektiv der Kamera arbeitet mit einer Brennweite von 28 bis 420 mm (entsprechend KB-Format). Sie bietet zudem neben einem 3,5 Zoll großen TFT-LC-Monitor ein zusätzliches 1,44 Zoll TFT-LCD an ihrer Oberseite. Darauf wird eine Bildvorschau in Echtzeit angezeigt, und der Anwender kann damit aus den unterschiedlichsten Winkeln heraus seine Motive ablichten.

Die Digimax Pro815 ist in nur 1,0 Sekunde startbereit und kann Bilder im Abstand von 1,3 Sekunden aufnehmen.

Das neue Top-Modell bietet neben automatischen auch umfangreiche Funktionen zur manuellen Steuerung der Aufnahmen. So können manuelle Einstellungen für Zoom, Fokus und EV-Kompensation direkt über drei Ringe, die das Objektiv umgeben, geregelt werden. Im Lieferumfang der Digimax Pro815 ist zudem eine Lithium-Ionen-Batterie enthalten, die, laut Samsung, einmal aufgeladen die Kamera für bis zu 500 Aufnahmen mit Strom versorgt.

Die neue Digimax Pro815 wird ab Mitte August mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 799 Euro erhältlich sein.

Das 5-Megapixel-Quintett

Mit den 5-Megapixel-Kameras Digimax A502, A50, A55W, L50 und L55W kommen gleich fünf neue Modelle auf den Markt. Das Einsteigermodell der A-Reihe ist die Digimax A502. Sie ist mit einer 5fach-Digitalzoomfunktion, einem 1,8 Zoll

TFT-LC-Farbdisplay und als einzige der neuen Kameras mit einem 16 MB internen Speicher ausgestattet. Darüber hinaus bietet sie integrierte Bildbearbeitungsfunktionen, wie die Resizing-Funktion, mit der die Fotos verkleinert und dann abgespeichert werden können.

Die A50 ist mit einem 3fach- und die A55W mit einem 4,8fach-Zoomobjektiv ausgestattet. Beide Kameras bieten einen 2,5 Zoll großen LC-Monitor und nehmen kleine Videofilme im MPEG4-Format auf. Weiterhin hat der Anwender die Möglichkeit, Fotos und Movies im 32 MB großen internen Speicher abzulegen. Die dort gespeicherten Daten können dann per „Copy to Card“-Funktion ganz einfach auf ein separates Speichermedium übertragen werden.

digitalfoto & logistic

df&l GmbH

**Fragen Sie nach
unseren
aktuellen Angeboten!**



SPC-710:

**Soundcase Rucksack für
CD-Player, MP3-Player**

digitalfoto & logistic

Frankfurter Straße 52-56 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany

Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 96 · E-Mail: info@dflogistic.de · www.dflogistic.de

Die Digimax L50 ist ebenfalls mit einem 2,5 Zoll großen LC-Display und einem 3fach-Zoomobjektiv ausgestattet. Die L50 bietet neben dem MPEG4-Videoaufzeichnungsformat noch eine Stabilisierungsfunktion, die während der Videoaufnahme zum Einsatz kommt. Die Vibrationen der Kamera werden erkannt und korrigiert und somit eventuelle Verwacklungen verhindert.

Die L55W arbeitet mit einem 4,8fach-Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 28 bis 135 mm (entsprechend KB-Format). Sie bietet als einziges Modell der Kamera-Reihe einen

2,8 Zoll großen Monitor, der die Bildwiedergabe sowohl im 16:9- als auch im 4:3-Format ermöglicht. Darüber hinaus ist die Kamera mit dem „Easy Charging System“ schnell über das im Lieferumfang ent-



haltene 24-PIN-Ladegerät wieder einsatzbereit. Dem Anwender stehen bei der Digimax L55W zudem diverse Spezialeffekte wie „Colour Effect“ oder „Photo Frame“ sowie zwölf voreingestellte Aufnahmemodi zur Verfügung.

Die fünf neuen Digimax-Modelle werden ab September bzw. Oktober erhältlich sein. Eine unverbindliche Preisempfehlung steht noch nicht fest.

Die Digimax A50 ist trotz kleiner Abmessungen schnell über das im Lieferumfang ent-

Leica erweitert das Leica à la carte-Programm

Leica erweitert das Leica à la carte-Programm und bietet für die Gestaltung der individuellen Leica Meßsucherkamera zwei neue attraktive Lederfarben. Neben den bestehenden zwölf Belederungsvarianten in unterschiedlicher Farbgebung stehen den Interessenten ab sofort auch ein blaues Kalbsleder und ein bordeauxrotes Nappaleder zur Auswahl. Die blaue Belederung ist besonders extravagant und soll die Leica M-Kamera zu einem auffälligen modischen Accessoire machen, während die Kamera in bordeauxrot eher klassisch schlicht wirkt. Die umfangreichen Auswahlmöglichkeiten im Leica à la carte-Programm beschränken sich nicht nur auf Farbgebung und Belederung des Kameragehäuses. Insgesamt stehen mehr als 4.000 mögliche Kombinationen der Gestaltungsvarianten und Ausstattungsmerkmale zur Verfügung.

Neue Verpackung für Osrams XBO-Lampen

Osram schickt seine hochwertigen XBO-Lampen jetzt in neuer, noch vibrations- und stoßfesterer Verpackung auf die Reise. Damit will das Unternehmen den Anforderungen moderner Distributionszentren mit schnellen Transportbändern Rechnung tragen. Die neue Verpackung schützt die Lampen besser vor Erschütterungen. Dank kleinerer Außenmaße lassen sich auch die Transportkosten reduzieren. Schon der



vollständig bedruckte Karton signalisiert einen hochwertigen Inhalt und enthält eindeutige Hinweise auf die Marke. Sein transportfestes Design erlaubt es, auf einen zusätzlichen Außenkarton zu verzichten. Die Lampe selbst steckt in einem robusten und

flexiblen Spezial-Fleece, das bei Glasbruch den Druck durchläßt, das Glas aber sicher zusammenhält. So können gegebenenfalls Schnittverletzungen vermieden werden. Die Sicherheit bei der Handhabung läßt sich erhöhen, wenn man die Schutzhülle erst nach der Installation entfernt. Zusätzlich ist die Lampe in hochwertigen, stoßdämpfenden Spezialschaumstoff gebettet. Lampendokumente und die internationale Bedienungsanleitung befinden sich in einer exakt angepaßten Aussparung. Mehrere Größen der Verpackungskartons stellen sicher, daß alle XBO-Lampen optimal verpackt



Wolfgang Cullmann in den Ruhestand verabschiedet

Wolfgang Cullmann, Gründer, Namensgeber und geschäftsführender Gesellschafter der Cullmann GmbH in Cadolzburg, hat sich nach nahezu 38 Jahren Tätigkeit in den Ruhestand verabschiedet. Er ist planmäßig im 65. Lebensjahr aus der aktiven Geschäftsführung ausgeschieden und stellt seine unternehmerische Erfahrung und Kompetenz der Cullmann GmbH zukünftig als Mitglied des Gesellschafterbeirats zur Verfügung. Seit Anfang dieses Jahres sind Lars Schultheiss und Thomas Schlegel die verantwortlichen Geschäftsführer. Sie wollen den von Wolfgang Cullmann vorgegebenen Kurs der langfristigen Ausrichtung der Cullmann GmbH fortsetzen und das Unternehmen durch Kontinuität, Verlässlichkeit und Innovationskraft in eine sichere und weiterhin erfolgreiche Zukunft führen.

werden können. Die Kartons selbst lassen sich jetzt wahlweise vertikal oder horizontal stapeln und beanspruchen aufgrund kleinerer Außenmaße weniger Platz als ihre Vorgänger.

Kodak stellt Produktion von SW-Papier ein

Die Eastman Kodak Company wird die Produktion und den Verkauf von Schwarzweiß-Fotopapieren einstellen. Das hat das Unternehmen in Rochester bekanntgegeben. Die Nachfrage nach Schwarzweiß-Fotopapieren sinke zur Zeit um 25 Prozent pro Jahr; deshalb sei dieser Markt für Kodak nicht mehr attraktiv, hieß es in einer Stellungnahme. Kodak betonte, daß Schwarzweiß-Filme und -Fotochemie weiter produziert würden. Das Unternehmen erklärte außerdem, daß sich Kodak weiterhin den professionellen Abnehmern verpflichtet fühle und eine umfangreiche Produktpalette anbiete.

Ali Özcan wird neuer Jobo Area Sales Manager

Ali Özcan verstärkt das Team der Jobo AG für das Exportgeschäft. Der 38jährige Diplom-Kaufmann wird hauptsächlich für die Geschäftsbereiche im Norden und Osten Europas zuständig sein. Zuvor war er viele Jahre im Exportgeschäft tätig, vornehmlich in der Getränkeindustrie. Özcan konnte hier, vor allem in der Erschließung neuer Absatzmärkte in Asien und Osteuropa im Bereich erklärungsbedürftiger Investitionsgüter, Erfahrungen sammeln.

Canon schreibt dritten ProFashional Award aus

Der dritte Canon ProFashional Photo Award richtet sich auch in diesem Jahr an Berufsfotografen, Fotostudenten und Auszubildende. Die Aufnahmen für den Canon ProFashional Award 2005 können in Farbe oder Schwarzweiß, mit einer Digitalkamera oder analog erstellt werden. Alle Fotos müssen als Datei auf CD sowie als Print vorliegen. Die besten Einsendungen werden prämiert, den Siegern winken Sachpreise und Urkunden. Bis zum 30. September können alle Teilnehmer bis zu zehn Aufnahmen, die mit Canon Equipment aufgenommen wurden, einsenden.

Panasonic Promotion bei HiFi & Foto Koch Lumix zum Anfassen

Ein bewährtes Mittel, um das eigene Produktsortiment dem Kunden einmal „hautnah“ zu präsentieren, sind Promotionaktionen im Fachhandel. Auch Panasonic unterstützt seine Handelspartner mit direkten Verkaufspromotions. imaging+foto-contact hat sich eine solche Aktion bei HiFi & Foto Koch in Düsseldorf angesehen.

„Für den qualifizierten Vertrieb unserer anspruchsvollen Produkte ist der Fachhandel von entscheidender Bedeutung“, erklärte Michael Langbehn, Manager Marketing Support/PR bei Panasonic Deutschland. „Deshalb unterstützen wir Händler, die sich für unsere Lumix Digitalkameras und die Camcorder besonders einsetzen, auch von unserer Seite aus mit verkaufsaktiven Maßnahmen.“

An drei Tagen stand Panasonic-Promoter Andreas Müller direkt im Eingangsbereich des Düsseldorfer Consumer Electronics- und Foto-Fachgeschäftes und machte die eintretenden Kunden auf die vor ihm stehenden Lumix Digitalkame-

ras und 3CCD-Camcorder aufmerksam. „Selbstverständlich spreche ich die Kunden an, aber häufig kommen die Verbraucher auch zu mir an den Stand, schauen sich Produkte an, fragen nach Funktionen oder technischen Details, erzählt Andreas Müller. Für ihn, so Müller weiter, sei ein Fachgeschäft wie HiFi & Foto Koch das ideale



Promoter Andreas Müller im Gespräch mit einer Kundin.

Umfeld, um erklärungsbedürftige Produkte wie die Lumix-Kameras oder Camcorder einem fachkundigen Publikum vorzustellen.

Am Panasonic-Stand konnten sich die Kunden unter anderem über die Lumix FZ20, LZ2 oder die neuesten 3CCD-Camcorder informieren, die Produkte erläutern lassen und sie selbst in die Hand nehmen oder ein Probefoto schießen.

Doch nicht nur der Promoter zeigte sich mit der Resonanz auf die Aktion zufrieden, sondern auch Jens Blinn, Werbeleiter bei HiFi & Foto Koch. „Solche Aktionen helfen einmal mehr, die Produkte den Kunden näher zu bringen.

Dabei sei die Zusammenarbeit mit Panasonic, auch außerhalb von Promotions, sehr erfolgreich“, betonte Blinn. Dies zeige sich nicht nur durch die guten Abverkäufe der Produkte im Geschäft und über den Internetshop des Düsseldorfer Unternehmens, sondern auch durch den Kontakt zum Außendienst und die Unterstützungsmaßnahmen durch den Hersteller am PoS.

„Wir versprechen uns von solchen Promotions eine noch höhere Kundenbindung und damit auch Kundenzufriedenheit“, resümierte Jens Blinn. epe



PHOTO+MEDIENFORUM KIEL

34. Hauptlehrgang 2006

Handelsfachwirt/-in (IHK) Fachrichtung "Foto- und Medientechnik"
9. Januar bis 16. Juni 2006

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

1. Kaufmännischer Teil: Abschluss "Handelsfachwirt (IHK)" vom 09.01.-31.03.2006
2. Foto- und Medientechnik: Abschluss "IHK-Zertifikat Foto- und Medientechnik" vom 03.04.-16.06.2006

Eine Förderung nach Meister-BaföG und BFD ist möglich.

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

Dohm installiert erste SMI Minilabs der Marko Line

Erfolgreicher Start



Das MK 10 bietet eine Kapazität von bis zu 1.000 Bildern im Format 10 x 15 cm in der Stunde.

Wie berichtet (siehe imaging+foto-contact 4/2005, S. 24) stellte die SMI Gruppe, unter deren Dach der italienische Hersteller San Marco Imaging und die frühere Minilab-Division von Gretag Imaging vereinigt wurden, auf der PMA eine neue Minilab-Familie unter dem Namen Marko Line vor. Seit April wurden weltweit bereits 80 Geräte verkauft und installiert. Eines davon steht bei Foto Seitz in Nürnberg.



Peter Mader, Inhaber und Geschäftsführer von Foto Seitz, freute sich gemeinsam mit Dohm Vertriebsleiter Harald Hartmann über die Neu-Installation des MK 10.

Inhaber und Geschäftsführer Peter Mader hat sich bewußt für das Spitzenmodell der Familie, das digitale Minilab MK 10, und die Zusammenarbeit mit dem Systemanbieter Dohm GmbH, der SMI Minilabs in Deutschland und Österreich vertreibt, entschieden. Neben dem optimalen Preis-/Leistungsverhältnis gaben der geringe Platzbedarf von nur 1,3 qm einschließlich integrierter Filmentwicklung und die innovative Belichtungstechnologie, die hervorragende Bildergebnisse bis zum Format 30 x 45 cm ermöglicht, den Ausschlag. Das Belichtungssystem wurde von der Schweizer SMI Tochtergesellschaft Swiss Imaging Technologies entwickelt und ist mit einer speziellen LED-Reihenlichtquelle ausgestattet. Damit wird für Fotos im Format 10 x 15 cm eine sehr hohe Auflösung von 500 dpi erreicht. Selbst bei Großbildern mit 30 cm Kantenlänge beträgt die Auflösung noch 300 dpi.

Um dies zu erreichen, wird das Belichtungssystem durch spezielle eigene Software-Entwicklungen unterstützt. Dazu gehören die aus dem Großfinishing bewährte Eye-Tech-Scanning-Technologie ebenso wie LODECO (Local DENSITY Control) für die lokale Dichtekontrolle mit Aufhellung von Schatten und Dämpfung von Spitzlichtern und eine automatische Farbkorrektur für die gescannten Filme. Mit der neuen d!pep Technologie (Digital Picture Enhancement Process) werden auch Bilder aus allen gängigen digitalen Datenquellen automatisch optimiert. Ebenfalls eingebunden in die Software sind Funktionen zur automatischen Entfernung von Kratzern, Staub und roten Augen bei Blitzaufnahmen.

Breite Angebotspalette

Das vielseitige Digital-System akzeptiert alle aktuellen Speichermedien (CD, DVD, SmartMedia, Compact Flash, Memory Stick, SD, MMC etc.) und ermöglicht das Angebot einer breiten Dienstleistungspalette. Mit dem eingebau-

ten Scanner können Colornegativ-, Dia- und Schwarzweißfilme der Formate 35 mm und APS digitalisiert werden. Neben Prints bis zu einem maximalen Format von 30 x 45 cm können Paßbilder, Ausschnitt-Vergrößerungen, Multibilder und Kalender produziert oder Fotos mit Schmuckrahmen versehen werden. Die Bedienung über das Touchpanel mit grafischer Benutzeroberfläche ist sehr einfach und nach kurzer Einweisung zu erlernen.



Die digitalen Minilabs der SMI Marko Line können auch im Verbund mit Kiosks, hier der Pixsy 100 von Dohm, betrieben werden.

Kiosk-Anbindung

In Zusammenarbeit mit einem italienischen Software-Spezialisten aus dem Großlabor-Bereich hat Dohm ein eigenes Kiosk-System auf den Markt gebracht, das mit den Minilabs der Marko Line kombiniert werden kann. Die Pixsy 100 Station wird direkt mit dem Gerät verbunden; die Verwaltung der Bild- und Auftragsdaten erfolgt über den Ordermanager direkt im Gerät. Dabei können die individuellen Preise eingepflegt und eigene Elemente wie Kundenlogo, Schriften oder Oberflächen verwendet werden. Mehrere Kiosks und Annahmestationen können sowohl im lokalen Netzwerk als auch – bei Filialbetrieb – über einen eigenen FTP Server eingesetzt werden.

Die Dohm GmbH bietet Kunden wie Foto Seitz als Vollsortiment-Anbieter alles aus einer Hand – das Minilab, den Service, die Peripherie-Geräte und den Software-Support sowie das notwendige Zubehör wie Sleever, Stanzen etc. bis zu Verbrauchsmaterialien wie Papier, Chemie, personalisierten CD-Rohlingen und Fototaschen.

Die neue Prego dp6000 von Rollei

Die neue Prego dp6000 ist nicht nur mit einem großen 2,5-Zoll TFT-Farbmonitor ausgestattet, sondern zudem auch mit einem optischen Realbildsucher mit Dioptrienausgleich.

Im schicken Metallgehäuse der Prego dp6000 hat Rollei einen 6,36-Megapixel CCD, ein 3fach-Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 35 bis 105 mm (entsprechend KB-Format) sowie eine vierfache Digitalzoomfunktion untergebracht. Im Makromodus können Aufnahmen aus Distanzen zwischen 9 und 80 Zentimetern realisiert werden, und der Autofokus stellt im Normalmodus ab 0,80 m scharf.

Die Prego dp6000 speichert Fotos in den Aufzeichnungsformaten JPEG oder TIFF (nur bei 2.816 x 2.112 Pixel einstellbar) ab und nimmt auch kurze Videosequenzen mit Ton auf. Die Clips werden mit einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln aufgezeichnet und können ebenso wie die Bilddateien auf die mitgelieferte 64 MB SD-Karte (SD-Karte bis 512 MB möglich) gespeichert oder via USB- bzw. Video-Schnittstelle auf den Computer oder Fernseher übertragen werden. Die Kamera bietet neben automatischen Funktionen auch die Möglichkeit, jede Aufnahme individuell einzustellen. So können zum Beispiel Einzel- oder Serienbildaufnahmen (5 Bilder), Bracketing (-0,67 EV, 0 EV, +0,67 EV) oder Selbstauslöser mit 2 bzw. 10 Sekunden Vorlaufzeit gewählt werden. Der Aufnahmemodus lässt sich entweder auf Programmautomatik oder AV, TV, manuell, Portrait, Sport bzw. Nacht einstellen.

Der integrierte Blitz der dp6000 hat eine Reichweite von 0,6 – 3,0 m (Weitwinkel/ISO = 200), und hier stehen die Funktionen Automatik, Aus, Forced oder Red-Eye-Reduction zur Verfügung. Der Weißabgleich mit den Ein-



Die Prego dp6000 ist das neue Flaggschiff der Prego Digitalkamera-Reihe von Rollei.

stellungen Auto, Manuell, Tageslicht, Wolken, Kunstlicht sowie Leuchtstoffröhrenlicht 1 und 2 kann ebenfalls den individuellen Fotosituationen angepasst werden.

Die Rollei Prego dp6000 ist ab sofort mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 279 Euro erhältlich.

Canon stellt die EOS 20Da vor

Die neue Digital-SLR mit dem Zusatz „a“ ist eine Spezialversion der EOS 20D, die auf die besonderen Anforderungen der Astrofotografie abgestimmt wurde. Zu den technischen Besonderheiten der Canon EOS 20Da gehört ein modifizierter Tiefpaßfilter vor dem CMOS-Sensor.

Dieser spezielle Tiefpaßfilter der EOS 20Da befindet sich vor dem 8,2-Megapixel-CMOS-Sensor und läßt im Vergleich zur Standardversion der EOS 20D im Infrarot-Bereich bei einer Wellenlänge von 656 Nanometern rund 2,5mal mehr Strahlung durch. Auf



Die EOS 20Da ist das digitale Spiegelreflexmodell von Canon, das speziell für „Stern-gucker“ entwickelt wurde.

diese Weise können schärfere und kontrastreichere Bilder von astronomischen Phänomenen eingefangen werden. Aufgrund des speziellen Tiefpaßfilters sollte die EOS 20Da nur in der Astrofotografie eingesetzt werden. Für den Einsatz in der konventionellen Fotografie muß ein IR-Sperrfilter genutzt werden, der die Wirkung des Tiefpaßfilters mindert.

Bei der neuen EOS 20Da kann, im Gegensatz zu konventionellen D-SLR-Modellen, der Spiegel vor der Aufnahme vorausgelöst und der Verschluss geöffnet werden. Dadurch kann der Anwender auf dem Kameradisplay ein vergrößertes Livebild sehen, das der präziseren manuellen Fokussierung dient. Die Funktion kann allerdings nur für Nachtaufnahmen genutzt wer-

JOBO FOR YOUR BEST IMAGE

**Sind Sie bereit
für den nächsten Schritt?**

GIGA V **PRO**



Mobiler Fotospeicher
mit Profi-Anspruch 40/60 GB

- > Verify
- > RAW Decoding
- > Wi-Fi kompatibel
- > Staub-Detektor
- > Touchscreen

WWW.JOBO.COM

den und nicht bei hellem Umgebungslicht.

Die EOS 20Da ist kompatibel zu allen Canon EF- und EF-S Objektiven, einschließlich Teleobjektiven mit Bildstabilisator. Objektive mit elektronisch unterstützter manueller Scharfstellung können jedoch bei Verwendung der Livebildfunktion nicht manuell fokussiert werden. Über einen T-Adapter können zudem auch Teleskope an die EOS 20Da angeschlossen werden. Das optimierte Kontrollsystem des CMOS Sensor sorgt darüber hinaus für eine verbesserte Rauschunterdrückung gegenüber der EOS 20D. Auch die EOS 20Da ist mit dem DIGIC II Bildprozessor von Canon, einem 9-Punkt-Autofokus, einer Serienbildfunktion, die bis zu fünf Bilder pro Sekunde aufnimmt, und umfassender Unterstützung von RAW- und JPEG-Formaten ausgestattet. Zudem erleichtert das beleuchtete LC-Display die Kameraeinstellung bei Dunkelheit. Zur komfortablen Kontrolle der Verschlusszeit und zur Vermeidung von Vibrationen beim Auslösen werden als optionales Zubehör der Fernauslöser RS-80N3 oder die Kabelfernbedienung TC-80N3 angeboten. Mit zwei Li-Ionen-Akkus erlaubt der Batteriegriff BG-E2 längere Betriebszeiten der Kamera, und über das im Lieferumfang des Griffs enthaltene Batteriefach können außerdem sechs AA-Mignon-Batterien verwendet werden. Die EOS 20Da wird von August bis September in limitierter Stückzahl erhältlich sein. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 2.249 Euro.



PLUS X AWARD™

Die ausgezeichneten Technologie-Produkte

Merken Sie sich dieses Logo. Es wird Ihnen Orientierung bei der Sortimentsgestaltung geben.

Eine namhafte Jury aus unabhängigen Fachjournalisten und urteilssicheren Technologie-Experten
hat entschieden: Die folgenden Produkte gehören zur Qualitätselite des Warenmarktes.

Dafür wurden sie mit dem Plus X Award ausgezeichnet.

Die offiziellen Partner des Plus X Awards 2005:

CEMarkt

electro

EP:
ElectronicPartner

E&W
print • online • mobile

imaging foto contact
GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

heimkino
marktwelt

HOMEVISION

mobile
zeit
die ganze welt der
mobilen kommunikation

POS-MAIL

plugged
TECHNIK VON MORGEN

SFT
SPIELE • FILME • TECHNIK

smart homes
Das intelligente Haus

ZDF **3sat**



DIGITALKAMERA

Marke: **Epson**
Bezeichnung: **Epson R-D1**
ausgezeichnet für: **Innovation**



DIGITALKAMERA

Marke: **JVC**
Bezeichnung: **GZ-MC500**
ausgezeichnet für: **Innovation**



DIGITALKAMERA

Marke: **SANYO**
Bezeichnung: **XACTI Digital Movie C5**
ausgezeichnet für: **Innovation**



DIGITALKAMERA

Marke: **SONY**
Bezeichnung: **HDR-FX1**
ausgezeichnet für: **Innovation**



DIGITALKAMERA

Marke: **Samsung**
Bezeichnung: **Digimax i5**
ausgezeichnet für: **Innovation**



ZUBEHÖR

Marke: **blu:s**
Bezeichnung: **Species 3:30**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**



ZUBEHÖR

Marke: **Epson**
Bezeichnung: **Epson P-2000**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**



DRUCKER

Marke: **Epson**
Bezeichnung: **Picture Mate Mobile Phone Edition**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**



MOBILTELEFON

Marke: **NOKIA**
Bezeichnung: **NOKIA 7280**
ausgezeichnet für: **Design**



MOBILTELEFON

Marke: **Sony Ericsson**
Bezeichnung: **K600i**
ausgezeichnet für: **Design**



AKKULADEGERÄT

Marke: **VARTA**
Bezeichnung: **power play - Mobile Charger**
ausgezeichnet für: **Design**

Achten Sie auf die Plus X-Siegel:



Trotz wirtschaftlich schlechter Rahmenbedingungen und andauernden Strukturveränderungen der Fotobranche, die sich insbesondere in einem starken Rückgang des Bildergeschäftes bemerkbar machen, hat die europa-foto-Zentrale im Geschäftsjahr 2004 ein positives Ergebnis erzielt. Auf der 60. Gesellschafterversammlung der Händlergruppe in Bad Homburg teilte Geschäftsführer Robby Kreft den Mitgliedern eine Steigerung des Gesamtumsatzes von 201 Mio. Euro (2003) auf 209 Mio. Euro und einen Bilanzgewinn von 4,152 Mio. Euro (2003: 4,116 Mio. Euro) mit.



Diesjähriger Industriepartner der europa-foto-Jahreshauptversammlung war Canon. Das Unternehmen nutzte die Gelegenheit, um sich ausführlich in einem Showroom und in Vorträgen zu präsentieren.

60. Gesellschafterversammlung europa-foto-Zentrale meldet ein leichtes Plus

Während der Lagerumsatz mit 37 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr unverändert blieb, entwickelte sich der Laborumsatz laut Kreft schlechter als



europa-foto-Geschäftsführer Robby Kreft

gedacht. Hier, d. h. bei der Geschäftstätigkeit zwischen der Zentrale und den Großlabors, wurde ein Minus von 16 Prozent verbucht. Allerdings arbeiten inzwischen rund 150 Minilabs in den Geschäften der europa-foto-Händler.

Deren eigenes Laborgeschäft taucht in den Zahlen der Zentrale nicht auf. Ein Plus von zehn Mio. Euro (auf 163 Mio.) wurde beim Vermittlungsumsatz erzielt. Kreft betonte, daß es nicht leicht gewesen sei, das erfreuliche Bilanzergebnis zu erzielen, weil der enorme Margendruck auch der europa-foto-Gruppe zu schaffen mache.

Als interessant bezeichnete Kreft die Veränderung der Warengruppen, mit denen die Gruppenmitglieder im vorigen Jahr Umsätze machten. So erreichten beispielsweise Speicherkarten den 2,5fachen Wert von Farbnegativfilmen, und der Wert der verkauften Tinte und des Papiers überstieg den Wert der verkauften analogen Kameras, ebenso wie



Durch die weiterhin erfreulichen Absatzzahlen bei Digitalkameras und insbesondere die wachsende Anzahl digitaler Spiegelreflexkameras entwickelte sich auch der Verkauf von Zubehör positiv.



Auch über die Möglichkeiten, schnell digitale Bilder auf einem eigenen Fotokiosk zu produzieren, konnten sich die europa-foto-Mitglieder am Rande der Gesellschafterversammlung informieren.

(wertmäßig) mehr Beamer als Diaprojektoren, mehr Prepaidkarten für Handys als analoge Spiegelreflexkameras und mehr Scanner als Batterien, Rahmen und Alben verkauft wurden.

Auf die Verschiebung der Sortimente und vor allem die derzeit noch großen Ertragsmöglichkeiten mit Artikeln, die noch vor Jahren in keinem Fotogeschäft zu finden waren, wies auch Marion Knoche von der GfK in ihrem Vortrag „Die großen Veränderungen der Warengruppen im Fotofachhandel – ist mein Sortiment noch zeitgemäß?“ hin. Resümee ihrer Ausführungen: Der Verbraucher hat noch nie so viel Geld für Imagingprodukte ausgegeben, aber viele dieser Produkte kauft er außerhalb des Fotohandels. So habe der Fotohandel beispielsweise kaum Anteil am Verkauf von Tintenstrahl-Fotopapieren über 150 Gramm. „Dieses Geschäft wird erstaunlicherweise vom Büro- und Papierfachhandel oder von Computersystemhäusern abgewickelt“, so Knoche. Hier gebe es deutlichen Nachholbedarf. Riesiges Potential sieht Knoche außerdem bei den Themen Kamerahandys, PDAs, Small Photo Printer und Fotopapiere in kleinen Formaten.

Wie ein Sortiment für den Fotodruck in den eigenen vier Wänden aussehen könnte, erläuterten Manager der Canon Deutschland GmbH, die als diesjähriger Industriepartner der Jahreshauptversammlung auftrat. „Canon Business Vision: Veränderungen der Geschäftsmodelle im Imaging Markt und die damit verbundenen Herausforderungen“, war das Thema des Vortrags von Harald Horn, Director CCI, und Jürgen

Schmitz, General Manager Marketing Consumer Imaging. Beide erläuterten zunächst die Entwicklungen des Imagingmarktes aus Canon Sicht und führten anschließend aus, wie das Unternehmen mit seinen Produkten und Services auf die sich rasant verändernde Situation im Markt reagiert und welche Konzepte man für den Fotohandel bereithält. Auch Guido Krebs, Marketing Manager der Canon Deutschland

GmbH, referierte über konkrete Canon Produkte. Er stellte dabei die Digitalprojektoren mit LCOS-Technologie in den Mittelpunkt. Sie ermöglichen Bildprojektion in Profiqualität, bleiben da-

bei aber mit ihrem akzeptablen Preis-/Leistungsverhältnis für den Verbraucher erschwinglich.

Stefan Riediger, Head of Special Retail, Canon Europa N. V., erläuterte schließlich, wie sich das Unternehmen angesichts der Erfordernisse der Zukunft neu aufstellt und wie die zukünftige Zusammenarbeit mit den Fotohändlern und der europa-foto-Gruppe aussehen wird. Abgerundet wurde die Gesellschafterversammlung durch Vorträge des europa-foto-Mitglieds Andreas Raether und einen Gastvortrag von Professor Dr. Norbert Hans. Während Raether den Zuhörern verdeutlichte, wie er in seinem Geschäft einen Boom bei Fotoarbeiten erzeugte, präsentierte Hans in seinem inhaltlich etwas altbacken anmutenden Vortrag „Den Erfolg der Zukunft sichern“ Werkzeuge der Strategiefindung und -umsetzung, die Unternehmen ermöglichen sollen, sich strategisch neu zu positionieren. hepä



Neue Mitglieder in den Verwaltungsrat gewählt

Auf der europa-foto-Jahreshauptversammlung ist auch der Verwaltungsrat neu gewählt worden. Adolf Stein und Klaus Dieter Pinger standen für die Wahl nicht mehr zur Verfügung. Die neu hinzugekommenen Mitglieder heißen Berthold Zacharias, Fotohaus Josef Zacharias, Regensburg, und Andreas Manthey, Foto Manthey, Wismar. Zacharias führt mit seinem Stammsitz in Regensburg das größte Fotohaus in Ostbayern mit acht Filialen. Das Fotohaus Zacharias gehört zu den traditionsreichen europa-foto Mitgliedsfirmen. Manthey baute seit 1985 das elterliche Geschäft mit Parfümerie und Fotohandel in Wismar zu einem Filialbetrieb aus. In der Fußgängerzone von Wismar befindet sich das Hauptgeschäft mit einer Größe von 250 m² über drei Stockwerke und in Güstrow eine Filiale mit Eigenlabor. Weitere Mitglieder des Gremiums sind Robert-Alexander Rutten, Wuppertal, Andreas Leistenschneider, Düsseldorf, Peter Hamer, Bochum, Klaus-Detlef Bothe, Icking, und Steffen Herbert Wolf, Dresden.

Auf der Gesellschafterversammlung stand auch die Wahl des Einkaufs- und Werbeausschusses auf der Tagesordnung. Dieses Gremium setzt sich aus den bisherigen Mitgliedern Christine Baumann, Darmstadt, Rudi Behrbohm, Augsburg, Manfred Guth, Kappeln, Rolf-Peter Kröger, Buxtehude, und Horst Kleinsorge, Meschede, zusammen. Neu in den Ausschuß gewählt wurden Peter Podolski, Foto Neithold, Frankfurt, Thomas Fladung, Heidi Foto GmbH, München, Detlef Großwendt, Fotohaus Großwendt, Halle, und Thomas Strathmann, Atelier am Markt, Melle.



Ulrich Vielmuth

Neu bei JVC: 3-CCD-HDV mit Wechselobjektiv!

Im vorigen Heft habe ich über den multifunktionalen Camcorder AG-HVX 200 von Panasonic berichtet, der auf der amerikanischen Broadcastmesse NAB in Las Vegas eine Sensation war. Nicht weniger Beachtung fand ein weiterer neuer kompakter HD-Camcorder mit einem HDV-Lauf-

werk, der GY-HD 100 von JVC Professional, der mit einem Endpreis von unter 6.000,- Euro in diesem Monat auf den Markt kommen soll. Und das Besondere: ausgestattet mit einem professionellen 16fach-Fujinon-**Wechselobjektiv** mit Standard-Bajonett-Anschluß, das speziell von Fujinon für den 1/3-Zoll-CCD-Camcorder entwickelt wurde. Also nicht Canon hat den ersten HDV-Camcorder im 16:9/4:3-Aufnahmeformat mit Wechselobjektiv präsentiert, wie man es vielleicht erwartet hätte.

JVC beabsichtigt, mit der Markteinführung dieses innovativen Kompakt-Camcorders im professionellen Videosektor für Leichtgewicht-Handheld-Camcorder eine dominante Position einzunehmen. Aber auch für den Schulterbetrieb ist er gut einsetzbar.

Was auf den ersten Blick sehr fortschrittlich klingt, sieht in der Praxis bei näherem Hinsehen jedoch nicht mehr ganz so positiv aus: Weil mit kleinen 1/3-Zoll-CCDs (wurden neu entwickelt) als Bildwandler im neuen Schulter-Camcorder gearbeitet wird, ist die Objektiv-Auswahl für passende Wechselobjektive noch beschränkt. Doch sollen mit einem als Zubehör erhältlichen Objektiv-Bajonettadapter auch Standard-Halb-Zoll-Objektive genutzt werden können. Ergänzend wird ebenfalls ein 3,5-mm-Weitwinkel-Zoomobjektiv mit 13fach-Zoom angeboten.

Wie gut, denn die Möglichkeit zum Objektivwechsel zeichnet erst einen echten Profi-Camcorder aus. Und das ist JVC Professional mit dem neuen HD 100 ziemlich überzeugend gelungen. Schon von der Optik her fällt dem Betrachter die große Sucherlupe ins Auge, die gewöhnlich in viel teureren Broadcast-Schulter-Camcordern zu finden ist. Ebenso das daneben solide befestigte Richtmikrofon für den permanenten Atmo-Ton. Dipl. Ing. Semir Nouri, Product Manager bei JVC Professional, zu seinem neuen Highlight: „Wir haben im Vorfeld bzw. der Konstruktionsphase eine großangelegte Benutzerbefragung durchgeführt, um Anregungen für unseren neuen digitalen Camcorder zu erhalten. Timecode und XLR-Tonbuchsen bei einem hochwertigen Camcorder sind natürlich Selbstverständlichkeiten für einen professionellen Videoproduzenten. Doch haben wir bei den Gesprächen mit Berufskameralenten u.a. immer wieder den Wunsch herausgehört, zum Beispiel mit manuellem Fokus arbeiten zu können – so wie es bei Filmkameras von jeher üblich war. Darüber hinaus hat JVC den GY-HD 100 so konzipiert, daß er in der Lage ist, absolut professionelle Video-Aufnahmequalität trotz seiner kompakten Bauform zu liefern.“

Und die kann gleich am Drehort über den ausklappbaren LCD-Farbmonitor kontrolliert werden. Ein Ausstattungsdetail, das ich mir schon lange für meinen bedeutend teureren DVCPRO-Camcorder wünsche.

Neuer Ansatz

Im professionellen Markt handelte es sich in der Vergangenheit bei leichten und kompakten Camcordern zumeist um modifizierte Consumer-Modelle. JVC hingegen hat beim Design des professionellen GY-HD 100 einen völlig neuen Ansatz gewählt.

Mit dem speziell für professionelle Videoproduzenten konzipierten Camcorder können sowohl normale Standard- als auch High-Definition-Videoproduktionen realisiert werden. Darüber hinaus ist die austauschbare SD-Karte erwähnenswert, auf der sich verschiedene individuelle Kameraeinstellungen für unterschiedliche Aufnahmestile und -arten abspeichern lassen.

Der vielfach von Kameralenten und Cuttern gleichermaßen geforderten Möglichkeit, neben der klassischen Bandaufzeichnung auch auf Festplatte aufnehmen zu können, kommt JVC durch ein abnehmbares HDD-Modul (optionales Zubehör) entgegen. Die Festplatte läßt sich so einstellen, daß die Aufzeichnung sequentiell oder parallel mit der Bandaufzeichnung erfolgt. Daraus ergeben sich verschiedene Vorteile. So lassen sich die Aufzeichnungszeiten sowohl bei Standard- als auch bei HD-Aufzeichnungen über die übliche 60-Minuten-Kapazität von DV-Kassetten hinaus verlängern.

HDV nimmt der HD 100-Camcorder im 720p-Format auf, also progressiv mit 1280 mal 720 Pixel. Er kann dies in der HDV-Spezifikation von 720/25p, aber auch zusätzlich wahlweise im filmtypischen 720/24p-Modus, wenn mit Filmmaterial gemischt produziert werden soll. Ebenfalls im DV-Format kann mit dem neuen Camcorder produziert werden, wahlweise mit 50i oder 25p. „i“ steht für den Interlaced Modus, also das altbekannte Halbbildverfahren, „p“ für den Progressive Modus, das Vollbildverfahren für den sogenannten Filmlook. Zahlreiche weitere Varianten sind möglich: In High-Definition beispielsweise sind dies 1080i/50, 1080i/60, 720p/60 und 720p/50 sowie in 625PAL Standard-Definition 576i/50 in 4:3 oder 16:9.

Das DVCAM-Format jedoch kann der neue Camcorder nur wiedergeben.

Mir scheint, daß JVC Professional das noch junge HDV-Format als unbedingt profitauglich ansieht und dementsprechend in Zukunft agieren wird. Laut JVC-Professional-Product Manager Semir Nouri wird der GY-HD 100 im Händlerbereich des JVC-Messestandes auf der IFA in Berlin zu sehen sein. Den dazu passenden Recorder gibt es auch ab sofort als Basis für eine neue JVC-Gerätefamilie namens ProHD.

Canon präsentiert zwei neue Scanner

Die Einstiegsmodelle CanoScan LiDE 60 und CanoScan LiDE 25 arbeiten mit der Canon LiDE-Sensortechnologie und sorgen unter anderem durch die Scan-to-PDF-Funktion, bei der eine spezielle Software nicht erforderlich ist, für zügige Arbeitsabläufe. Dabei werden die Seiten in loser Reihenfolge angelegt und können anschließend beliebig zusammengestellt werden. Text kann auf Wunsch automatisch in eine PDF-Datei eingebettet werden, z. B. für die spätere Bearbeitung oder für Suchfunktionen.

Mit QARE Level 3 (Quality Automatic Retouch and Enhancement) bieten die neuen Geräte, neben der automatischen Staub- und Kratzerentfernung, Funktionen wie Farbrekonstruktion und Kornunterdrückung. Neu ist eine Gegenlichtkorrektur, mit der Scans von Motiven, die in starkem Gegenlicht aufgenommen wurden, durch gezielte Anpassung der Gammawerte in den betroffenen Bildbereichen optimiert werden. Weiterhin ermöglichen praktische Scan-Buttons auf der Gerätevorderseite das Scannen, Kopieren und die Versendung gescannter Vorlagen per E-Mail mit einem einzigen Knopfdruck.

Der LiDE 60 hat zudem einen vierten Button für die direkte Konvertierung der Vorlagen ins PDF-Format. Bei beiden Modellen ermöglicht ein Z-Scharnier das problemlose Auflegen auch dickerer Vorlagen wie zum Beispiel Bücher oder Zeitschriften.

Mit der Fast-Multi-Scan-Funktion können bis zu zehn Fotos in einem Durchgang, komplett mit automatischer Schräglagenkorrektur und Speicherung der Scans in separaten Dateien, gescannt werden. Der LiDE 25 bietet als Nachfolger des erfolgreichen LiDE 20 eine höhere Auflösung von maxi-

mal 1.200 x 2.400 dpi. Das Nachfolgemodell des LiDE 35, der LiDE 60, bietet dank 48 Bit externer Farbtiefe noch weitere Funktionen zur Ausdruckoptimierung. So erzielt der Scanner mit Easy Color Matching

Print jetzt bessere Resultate bei der direkten Kopie der Vorlage mit



Der CanoScan LiDE 60 kann mit dem aufsteckbaren Halter platzsparend in senkrechter Position aufgestellt werden.

einem Canon Drucker. Darüber hinaus können durch Verwendung des großen Farbraumes Adobe RGB noch realistischere Ergebnisse erreicht werden. Der LiDE 60 bietet zudem eine USB 2.0 Hi-Speed Schnittstelle und eine Prescan-Geschwindigkeit von nur circa 9 Sekunden (reine Abtastzeit). Die beiden Scanner sind ab Juli mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 79 Euro für den LiDE 60 und 59 Euro für den LiDE 25 erhältlich.

Neue DVD Camcorder von Panasonic

Panasonic hat den VDR-M75 mit einem 1/4,5-Zoll-CCD Bildsensor mit 1.330.000 Pixeln und den VDR-M55 mit einem 1/6-Zoll-CCD und 800.000 Bildpunkten ausgestattet. Der VDR-M75 bietet zudem ein 10fach-Zoomobjektiv, der VDR-M55 sogar ein 24fach-Zoomobjektiv.

digitalfoto & logistic

df&l GmbH



**Fragen Sie nach
unseren
aktuellen Angeboten!**

CH-5950:

**45 Min. Ladegerät inkl. 4 NiMH-Akkus
und Autoladekabel**

digitalfoto & logistic

Frankfurter Straße 52-56 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany

Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 96 · E-Mail: info@dflogistic.de · www.dflogistic.de

Verwackelte Bilder werden durch den Einsatz eines elektronischen Bildstabilisators verhindert. Die beiden Neuheiten im Kompaktformat sind kleiner und leichter als die Vorjahresmodelle, und Fotoschnappschüsse können mit dem VDR-M75 mit einer Auflösung von 1,2 Megapixeln realisiert werden. Dabei speichert er die Bilder auf einer SD-Karte. Damit ist auch ein kabelloser Datentransfer zu einem PC oder Fotodrucker mit Kartenslot möglich. Zum Anschluß an einen Computer steht alternativ ein USB 2.0 Highspeed-Ausgang bereit.

Das 2,5 Zoll große LC-Display ermöglicht eine komfortable Bildkontrolle, und Aufnahmen auf DVD-RAM können direkt im Camcorder bearbeitet werden. So kann der Anwender Szenen löschen, teilen, verbinden, in Playlisten aufnehmen und in eine neue Reihenfolge bringen. Übergänge können mit einem Ein- und Ausblende effekt kreativ gestaltet werden, und auf dem Monitor erscheint eine Liste mit kleinen Vorschaubildern, damit einzelne Szenen für die Wiedergabe direkt angewählt werden können. Ist der Film abgedreht, muß die DVD lediglich in einen DVD-Player gelegt werden und die Vorführung kann starten. Ein versehentliches Überschreiben der Aufnahmen ist, laut Panasonic, ausgeschlossen, denn die beiden DVD Camcorder lokalisieren automatisch freie Sektoren auf der Disc. Für eine Wiedergabe auf 16:9-TV-Geräten, ohne Balken am Bildrand, kann direkt im Breitbildformat aufgenommen werden. Der VDR-M75 bietet hierfür einen 16:9-Modus bei Aufzeichnung auf DVD-RAM. Der VDR-M55 nimmt im Cinema-Modus Bilder ebenfalls im Heimkino-Format auf. Je nach gewählter Auflösung können auf eine DVD-RAM oder DVD-R jetzt auch bis zu 60 Minuten Video aufgenommen werden.



Über ein integriertes Stereomikrofon nimmt der VDR-M55 die zu den Videoaufnahmen gehörenden Töne auf.

Zudem steht erstmals die höchste Auflösungsstufe XTRA auch für Aufnahmen auf DVD-R zur Verfügung. Die silbernen DVD Camcorder VDR-M55 und VDR-M75 sind ab sofort mit unverbindlichen Preisempfehlungen von 799 Euro für den VDR-M55 bzw. 899 Euro für den VDR-M75 erhältlich.



Besonders engagierte Händler erhalten im Rahmen der Hama Sommeraktion einen kostenlosen Sonnenschirm.

Geschäfte mit dem Bild werden über die Beratungskompetenz gemacht

Auf den Jahreshauptversammlungen der beiden großen Fotokooperationen europa-foto (siehe S. 34) und Ringfoto (siehe S. 12) war es nicht zu überhören, und auch die Zahlen der GfK in Nürnberg sprechen eine eindeutige Sprache: Mit Zubehör sind nach wie vor gute Erträge zu erzielen, aber die Sortimente haben sich verändert. Gewinnversprechend sind inzwischen vor allem Geräte und Produkte, die noch vor einigen Jahren nur wenige dem klassischen Fotohandel zugeordnet hätten.

Viele Fotohändler beweisen auch in den Zeiten harten Wettbewerbs mit Bildvertriebsstellen an jeder Ecke, daß das Bildergeschäft noch lange nicht so schlecht ist wie sein Ruf. Natürlich, wer sich immer noch auf das Preismarketing einläßt und glaubt, ebenso billig sein zu müssen, wie der Verbraucher- oder Drogeriemarkt nebenan, hat wenig Freude an den Erträgen seiner Billigbilderlinien.

Aber schon derjenige, der nicht nur ein Standardprodukt 10 x 15 cm verkauft, sondern die gesamte Klaviatur des Bilderangebotes beherrscht, kann abends fröhlicher in die Kasse blicken. Wer den Unterschied zwischen Paß- und Bewerbungsfotos kennt, wer weiß, daß man Fotos auch für Visiten-, Einladungs- und Danksagungskarten gebrauchen kann, und wer weiß, daß sich mit den Aufnahmen der Kunden auch jede Menge Spaßartikel wie Puzzles, Kaffeetassen, Mousepads etc. produzieren lassen, der ist schon einen wichtigen Schritt weiter als mancher seiner Kollegen. Und wer nicht nur von all diesen Dingen weiß, sondern sie auch aktiv anbietet, der wird immer noch ein zufriedenstellendes Bildergeschäft haben.

Noch mehr Freude am Bildergeschäft läßt sich erzielen, wenn man nicht nur das gesamte Fotoportfolio anbietet, sondern dem Kunden auch noch alle Möglichkeiten bereitstellt, zu Bildern zu kommen, die die moderne Welt bietet. Dazu sind das eigene digitale Minilab ebenso zu zählen wie der Fotokiosk, an dem natürlich auch Bilder vom Fotohandy angenommen werden können, und Wege der Bilddaten-Fernübertragung, sei es über einen eigenen Bilderserver im Haus oder ein wie auch immer gestaltetes Internetportal.

Die „Könige des Bildergeschäftes“ sind schließlich diejenigen, die dem Kunden nicht nur das gesamte Spektrum der

Als Beispiele seien Prepaidkarten für Mobiltelefone, Fotopapiere für handliche Fotodrucker und digitale Speicherkarten für die verschiedensten Anwendungen genannt. Doch auch im Kerngeschäft, dem einstigen Lieblingskind des Fotohandels, an der Bildertheke, lassen sich nach wie vor gute Erträge erzielen – wenn man zum Bildergeschäft nicht nur das schnell verkaufte Standardbild zählt, sondern auch das Zubehör, das zur Präsentation und Archivierung notwendig ist.

Bildannahme und alle Varianten der Bildproduktion zur Verfügung stellen, sondern es sich zur Aufgabe gemacht haben, die Freude des Kunden an seinen Bildern zu optimieren. Die Freude beginnt dabei bereits bei der Abgabe des Bildes an der Bildertheke und führt über das Abholen der Bilder bis zur Präsentation und Archivierung der Aufnahmen. Hier hat der Fotohandel einen deutlichen Bonus gegenüber branchenfremden Vertriebsformen, denen sowohl Beratungskompetenz als auch das weiterführende Sortiment fehlt, denn eines ist nach wie vor unbestritten: Geschäfte mit dem Bild werden über die Beratungskompetenz gemacht.



SilverLine nennt sich ein neues Verpackungssortiment für Fotoarbeiten aus dem Hause Ritter + Wirsching.

Daß bereits das Abholen der Bilder zu einem optischen und haptischen Positiverlebnis werden kann, beweist Ritter+Wirsching mit seinen neuen, exklusiven Bildverpackungen der Serie „SilverLine“: Von der Auftragstasche bis zur Poster-



Sommermotiv bei Goldbuch

Auch Goldbuch hat speziell für die Zeit, in der die meisten Bilder gemacht werden, spezielle Fotoalben entwickelt, mit Motiven wie Sommer, Sonne, gute Laune und Urlaub. Die Alben gibt es mit Spiralbindung oder auch in festgebundener Form, mit weißen wie auch mit schwarzen Blättern, und Pergaminschutzblättern.

verpackung für das Format 30 x 45 cm bietet Ritter+Wirsching eine komplette Verpackungslinie aus einem Guß. Das neue Design „SilverLine“ wird durch seine edle, silbergraue Grundfarbe und aufgedruckte jugendlich-sportliche Motive gekennzeichnet. Für die Verpackung von großen Formaten stehen darüber hinaus „SilverLine“ Postertaschen für die Formate 15 x 21 cm, 21 x 30 cm und 30 x 45 cm zur Verfügung. Die beiden letztgenannten Formate sind auch mit Griff zu haben, damit der Kunde die erworbenen Qualitätsbilder bequem nach Hause tragen kann.

Speziell für die häufig sehr umfangreichen Digitalaufträge wurden die Maxi-Bilderbox für 100 Fotos in 10 x 15 cm und die Maxi-Bildertasche für bis zu 100 Bilder im Format 13 x 18 cm konzipiert. Eine Box für Bilder in 11 x 17 cm, die dann auch eine CD mit aufnehmen kann, und eine Posterhülle für Formate bis 60 x 80 cm werden in Kürze zusätzlich bei Ritter+Wirsching zu haben sein. „SilverLine“ Verpackungen stehen exklusiv Minilabs und Fotohändlern zur Verfügung, die ihren Anspruch in Sachen Qualität und Wertigkeit der Bilder schon auf den ersten Blick deutlich machen wollen und eine Möglichkeit suchen, sich schon in diesem Punkt von Billig-Wettbewerbern zu unterscheiden.

Insbesondere die Sommer- und Urlaubszeit bietet sich für Zusatzverkäufe im Bildergeschäft an. Nicht nur, weil in dieser Zeit aufgrund der allgemein positiven Grundstimmung „der Geldbeutel lockerer sitzt“ als zu anderen Zeiten, sondern auch,



Hama bietet derzeit im Rahmen einer Sommeraktion verschiedene Fotoalben mit Urlaubsmotiven an.

digitalfoto & logistic

df&l GmbH

Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!



CH-5600:
1 h Ladegerät mit LCD Display
und Ladekabel für USB und Auto
inkl. 4 NiMH-Akkus

digitalfoto & logistic

Frankfurter Straße 52-56 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany

Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 96 · E-Mail: info@dflogistic.de · www.dflogistic.de

weil man leicht Argumente findet, um den Kunden für die hochwertige Bildpräsentation zu begeistern. Schließlich hat er oftmals viel Geld ausgegeben, um an einen Ort zu gelangen, den er möglicherweise niemals im Leben wiedersehen wird. Hat ihm der Aufenthalt dort gefallen und hat er seine Erlebnisse und Eindrücke in Bildern festgehalten, so hat er sicherlich auch Freude daran, diese bildgewordenen Emotionen mit anderen zu teilen. Dies kann mit dem klassischen Papierbild auf zweierlei Weise geschehen: in einem Fotoalbum und gerahmt.

Einige der Fotoalbenhersteller haben speziell für die Urlaubs- und Sommersaison Themenalben im Programm, die sich beispielsweise durch die Titelgestaltung und/oder die Möglichkeit, auf speziellen Seiten im Inneren zusätzliche Informationen zur Reise und zum Urlaubsort unterzubringen, von „gewöhnlichen“ Alben unterscheiden. Einer dieser Hersteller ist der Monheimer Zubehörspezialist Hama, der zur Sommersaison 2005 sein Urlaubsalben-Sortiment stark erweitert hat. Ganz neu im Sortiment ist das erste „Nachtalbum“ für Metropolen, „City Lights“ mit schwarzen Seiten. Im Rahmen der aktuellen Sommerpromotion hat Hama den Prospekt „Alben für Urlaubsträume“ aufgelegt. Er gibt einen Überblick über das gesamte Angebot an Urlaubsalben, zu dem die Linien Sunshine, City Lights und Urlaub gehören. Bestellt der Händler aus diesem Angebot Ware für 500 Euro, erhält er zusätzlich kostenlos einen peppigen Hama Sonnenschirm. Auch bei Dörr stehen die Themen Bildpräsentation und Archivierung im Mittelpunkt einer Sommeraktion. Hier gibt es beispielsweise das CD Ringbuchalbum im DIN A4-Format mit einem CD Rohling und fünf Einlagehüllen. Die DIN A4-Einlagehüllen sind jeweils für eine CD, den Indexprint und auch ein Beschriftungsfeld konzipiert. Sie sind separat im Zehnerpack erhältlich. Die Einlageblätter für das CD Ringbuchalbum können mit oder ohne Pergaminzwischenblatt erworben werden. Eine moderne Archivierungsmöglichkeit stellt das CD Aufbewahrungsmagazin dar, um das es ebenfalls in der Sommeraktion geht. Das Magazin ist stapelbar durch das Sicherheits-Fixier-System. Es ist mit einem herausziehbaren Fach zur Archivierung von zwei CD-R/DVDs ausgestattet. In jeder Box ist Platz für 150 CD-R/DVDs in Papierhüllen oder 90 CD Clips. Und schließlich gibt es noch Spiral-Aktions-Alben im Format 33 x 31 cm. Auf 40 weißen Seiten können im Mainau Spiralalbum Bilder in verschiedenen Größen eingeklebt werden. Die bunten Blumenköpfe auf dem Cover bringen „Frühlingsgefühle“ für alle Fotoliebhaber. Das Lifestyle Spiralalbum kann auf 40 schwarzen Seiten individuell eingeteilt werden. Mit seinem Design wendet sich das Album vor allem an moderne Menschen unter den Hobby- oder Profifotografen.

Digitalalben neu im Walther Angebot

Walther Alben und Rahmen hat sein Angebot Anfang Juni in Zusammenarbeit mit dem holländischen Unternehmen webprint um ein Digitalprodukt erweitert: Das Walther Digitalalbum soll Endverbrauchern die Möglichkeit geben, ihre digital aufgenommenen Fotos auf einfache Weise zu einem virtuellen Album zusammenzustellen, das dann in gewohnt hoher Walther Qualität als „richtiges“ Fotoalbum produziert wird. Fotohändler haben die Möglichkeit, ohne viel Aufwand von diesem Angebot und dem andauernden Digitalfotoboom zu profitieren. Dazu müssen sie ein sogenanntes Starterpaket von Walther zum Preis von 49 Euro erwerben. Dieses beinhaltet ein Display, einen Topper mit eindeutigem Bezug zum Projekt, ein gestaltetes Fotoalbum zu Demonstrationszwecken und 4.250 Flyer mit einer kurzen Beschreibung des Ablaufs sowie einen eindeutigen Händlercode. Der Händlercode verschafft einerseits dem Kunden Zugriff auf das Angebot, andererseits gewährleistet er, daß alle vom User getätigten Bestellungen dem Händler zugeordnet und verprovisioniert werden.

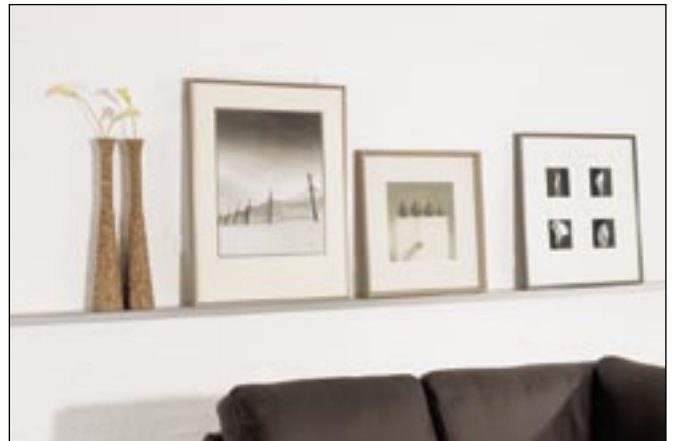
Die Bestellung des Digitalbums erfolgt über die neu geschaffene Internetpräsenz www.walther-digitalalben.de. Dort kann sich der Endkunde zunächst genau über das Verfahren informieren. Will er schließlich ein Album bestellen, wird er über die Eingabe



Auf der Seite www.walther-digitalalben.de ist das Procedere zur Bestellung eines digitalen Fotoalbums genau beschrieben.

des Händlercodes diesem für alle Zeiten zugeordnet. Danach kann er seine persönlichen Alben gestalten; wenn nötig, auch in mehreren Sitzungen, denn fertige und begonnene Projekte können gespeichert und bei Bedarf wieder aufgerufen werden. Die Bezahlung des Albums erfolgt zur Zeit ausschließlich per Bankeinzug und das Inkasso ausschließlich über webprint. Das Album kann nach Fertigstellung per Post direkt zum Endkunden oder in das Fotogeschäft geliefert werden. Die Software läßt hier die Möglichkeit offen, beide Varianten anzubieten oder nur eine davon.

Um ein Album gestalten zu können, muß der Kunde die benötigte Software auf seinen Rechner laden. Anschließend kann er offline sein persönliches Album mit Hilfe von derzeit 60 Layoutvorlagen und 40 Hintergründen gestalten.



Auf dem neuen Wandboard von NielsenBainbridge können mehrere Bilder nebeneinander präsentiert werden.

Für außergewöhnliche Produktideen, die neue optische Akzente setzen, ist NielsenBainbridge bekannt. Zu diesen Ideen gehört beispielsweise das neue Wandbord, das sich an alle richtet, die Bilder unterschiedlicher Größe nebeneinander präsentieren wollen oder häufiger ihre Bilddekorationen umgestalten. Das Wandbord hält Bilderrahmen sicher und akkurat auf einer Höhe. Die Bilder werden einfach auf das Bord gestellt und lehnen nur an der Wand. Das Wandbord ist als Zuschnitt in jeder gewünschten Länge bis maximal 304 cm erhältlich. Es ist 80 mm breit, 45 mm hoch und hat eine Tragkraft von 7,5 kg. Als Abschluß sind zwei silberfarbene Endkappen erhältlich. Die Aluminiumschiene läßt sich laut Hersteller sehr einfach montieren.

Noch höherwertiger lassen sich Bilder in einem Passepartout präsentieren, der optimal auf den Inhalt des Fotos und die Leisten des Bilderrahmens abgestimmt ist. Mit den Artcare Passepartouts von NielsenBainbridge steht hier ein Produktprogramm zur Verfügung, das in den zehn Jahren seines Bestehens kontinuierlich erweitert wurde und heute zu den umfangreichsten Passepartout-Sortimenten überhaupt zählt.

Und auch bei Farben, Formen und Materialien der Leisten hat NielsenBainbridge ein sehr umfangreiches Sortiment zu bieten.



Um den Endkunden aus der Vielzahl der Kombinationsmöglichkeiten den für sie optimalen Rahmen mit und ohne Passepartout anbieten zu können, hält NielsenBainbridge verschiedene Displays mit Mustern für seine Handelspartner bereit. Mit deren Hilfe kann direkt vor Ort die richtige Beratung erfolgen.

Alles in einem Heft!

DIGITAL +++ PROFESSIONELLE BILDBEARBEITUNG +++ DIGITAL

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



NEU: 4. komplett überarbeitete Auflage!

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



Für Photoshop bis Version 7.0

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

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

Unterschrift

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

Name/Firma:

Straße/Nr.:

Plz/Ort:

Telefon/Fax:

Fax: 0 21 02 / 20 27 90

Kuratoriumssitzung – Jahreshauptversammlung – Branchentreff

Einmal mehr war das Photo+Medienforum Kiel Ende Mai Gastgeber eines umfangreichen Veranstaltungsprogramms: Auf der Kuratoriumssitzung, der Jahreshauptversammlung und dem traditionellen Branchentreff gab es nicht nur interessante Informationen über die Aktivitäten der einzigartigen Ausbildungsstätte, sondern auch Gelegenheit zum Gedankenaustausch zwischen den zahlreichen Teilnehmern aus Fotohandel, Industrie und Berufsfotografie.

Auf der Kuratoriumssitzung und der Jahreshauptversammlung betonte Timm Hormann, Vorsitzender des Photo+Medienforums Kiel e.V., daß die allgemeinen Ertragsprobleme in der Fotobranche im vergangenen Jahr auch in Kiel zu spüren waren, denn der Umsatz war erstmals seit vielen Jahren

rückläufig. Im Zuge von Sparmaßnahmen reduzierte besonders die Industrie die Buchung von Seminaren. Dagegen hatte der Hauptlehrgang erfreuliche Teilnehmerzahlen aufzuweisen. Hormann dankte besonders den Einkaufskooperationen Ringfoto und europafoto mit ihren Geschäftsführern Michael Gleich und Robby Kreft für ihre Unterstützung durch die Vergabe von Stipendien. Dank der großzügigen Sach- und Geldspenden der Industrie, Fachlabore, Finisher, des Handels und weiterer Partner ist die technische Ausstattung des Photo+Medienforums ausgesprochen gut. Auch die Gebäude wurden weiter modernisiert; dies soll in diesem Jahr fortgesetzt werden.



Nach der Wahl: Der Vorstand (von li.) mit dem neuen Mitglied Friedrun Reinhold und den wiedergewählten Vorständen Klaus Kirchwehm (Schatzmeister), Timm Hormann (Vorsitzender), Stephan Uhlenhuth, Rolf Röder (stellv. Vorsitzender) und Peter Wiest.

Weiter im Fokus: Das neue Berufsbild

Dank der Zusage des Bildungsministeriums Schleswig-Holstein kann das Photo+Medienforum Kiel bis 2007 weiterhin den Beruf „Kaufmann im Einzelhandel“ ausbilden. Ab 2007 soll dann

das neue Berufsbild des „Medienberater für visuelle Kommunikation“ verabschiedet sein und offiziell an der Institution starten. Hormann betonte, daß bis zu diesem Zeitpunkt weiterhin die aktive Unterstützung durch die ganze Branche notwendig sein wird, damit der Nachwuchs auch in Zukunft in Kiel qualifiziert werden kann.

Neuer Lehrgang für Fotografen

Ab August 2006 wird die Ausbildung zum Fotografen an der mit dem Photo+Medienforum eng verbundenen Landesberufsschule Photo+Medien Kiel nur noch für Auszubildende aus Schleswig-Holstein möglich sein. Deshalb initiiert das Forum einen neuen Lehrgang für Interessenten aus dem ganzen Bundesgebiet: Mit der „externen Vorbereitung auf die Gesellenprüfung zum Fotografen bzw. zur Fotografin“ ist es auch künftig möglich, am Kieler Forum einen kompetenten und hochqualifizierten Abschluß zu erlangen, der sich an den aktuellen Markterfordernissen ausrichtet. Für diesen kompakten Lehrgang stehen modernste Seminarräume mit hervorragender technischer Ausstattung zur Verfügung.

Neues Vorstandsmitglied

Auf der Tagesordnung der Jahreshauptversammlung stand in diesem Jahr die Wahl des Vorstandes. Wiedergewählt wurden als Vorsitzender Timm Hormann, Foto Haas, Hannover, als stellvertretender Vorsitzender Rolf Röder, Sander Digital Pictures GmbH, Köln, und als Schatzmeister Klaus Kirch-

wehm, VICO GmbH, Kiel. Als Beisitzer wurden Stephan Uhlenhuth, Uhlenhuth New Media, Dortmund, sowie Peter Wiest, allcop GmbH & Co. KG, Lindenberg, bestätigt. Dr. Frido Hafenmayer stand für eine Wiederwahl nicht zur Verfügung – Timm Hormann dankte im Namen des gesamten Photo+Medienforums für seine langjährige und engagierte Unterstützung. Als neuer Beisitzer wurde der Berufsfotograf Friedrun Reinhold, shotz!, Hamburg, gewählt. Der international anerkannte Fotograf, Mitglied des BFF, der DGPh und britischen FBIPP, ist mit der Kieler Institution bestens vertraut, denn er wurde dort ausgebildet. In den vergangenen Jahren hat er zahlreiche Seminare zu Rechtsfragen und fotografischen Themen wie „Trends in People- und Portraitfotografie“ oder „Hochzeitsfotografie einmal anders“ gehalten. Auch die Fotos der letzten Jahresbroschüre wurden von ihm aufgenommen.

Ständig beim Photo+Medienforum Kiel sind jetzt zwei Mitarbeiter, die bereits in der Vergangenheit als Dozenten tätig waren. Seit dem 1. Mai 2005 ist Matthias Matthai verantwortlicher Ansprechpartner für die beiden



Die Trendforscherin Jeanette Huber sorgte mit einem markanten Vortrag für viel Gesprächsstoff.

Lehrgänge Handelsfachwirt Foto- und Medientechnik und den Medienfachwirt Schwerpunkt Digitalmedien. Darüber hinaus ist er neben Michael Nagel für den Seminarbereich verantwortlich. Frank Becker wird als Ansprechpartner am 1. August 2005 den neuen Lehrgang „Externe Vorbereitung auf die Gesellenprüfung zum Fotografen bzw. zur Fotografin“ verantwortlich leiten und darüber hinaus weitere Seminare anbieten.

Zukunftsvisionen

Zu den Höhepunkten des umfangreichen Programms zählte ein Vortrag

der renommierten Trendforscherin am Zukunftsinstitut, Jeanette Huber. Fachlich fundiert und humorvoll vermittelte sie ein Bild der zukünftigen Veränderung unserer Gesellschaft und der daraus folgenden Konsequenzen für Geschäftsstrategien. Dabei kam die demographische Entwicklung, die zu einer stärkeren Bedeutung der älteren Generation führen wird, ebenso zur Sprache, wie der Trend zu Individualisierung. Durch seine markanten Aussagen bot der Vortrag viel Stoff für Gespräche, die bei der anschließenden Abendveranstaltung in angenehmem Umfeld fortgesetzt wurden.

i+fc Handel

Plusfoto setzt weiter auf die Marke Ringfoto

Parallel zur Gesellschafterversammlung der Ringfoto-Gruppe (siehe S. 12) hat auch die mit ihr verbundene Plusfoto KG ihre Mitglieder zur Jahreshauptversammlung gebeten. Aufsichtsratsvorsitzender Ulrich W. Becker ließ in seiner Begrüßungsrede das vergangene Jahr Revue passieren und dankte den Geschäftsführern Michael Gleich und Herbert Steiner für deren hervorragende Arbeit, die unter anderem zu einer um sechs Prozent höheren Gesamtausschüttung geführt habe. Als eines der Highlights des vergangenen Jahres bezeichnete Becker die Vorstellung des „Ring“-Buches „Zeichensetzen“ durch die Zentrale. „Unseren Kollegen ist dieses Meisterwerk Ideenlieferant, Wegweiser aus der Krise, Grundgesetz und Nachschlagewerk zugleich – und durch die Internetplattform RIO immer aktuell“, so Becker.

Freude habe den Ringfoto-Händlern 2004 auch der Verkauf von Kameras der Marke



Plusfoto-Aufsichtsratsvorsitzender Ulrich W. Becker (Foto-Becker, Heidenheim) und seine Stellvertreter Matteo Pizzaleo (Foto-Söhn, Düsseldorf) und Hans-J. Altstadt (Foto-Video-Klein, Ulm; v. l.).

Voigtländer bereitet, meinte der Aufsichtsratsvorsitzende. „Voigtländer besteht nicht nur aus dem Klassik-Programm, das vor ein paar Jahren für enthusiastische Schlagzeilen sorgte, sondern weist inzwischen auch ein attraktives Digitalkamera-Sortiment aus, das soeben durch eigene Speicher-

karten sinnvoll ergänzt wurde“, führte Becker aus. „Durch eine überdurchschnittliche Rendite macht dieses Sortiment erst richtig Spaß.“ 2006 wird die Marke Voigtländer 250 Jahre alt. Für Becker ein Grund mehr, sich noch intensiver für sie einzusetzen.

IHK-Beiträge

...stehen laufend im Kreuzfeuer der Kritik. Wer Zwangsmittglied dieser Einrichtung ist, steht im sogenannten IHK-Gesetz. Eine GmbH, die dem Grunde nach der Gewerbesteuerpflicht unterliegt und im Kammerbezirk eine Betriebsstätte hat, ist IHK-Mitglied. So einfach ist das. Und das gilt sogar für den Fall, daß der Unternehmensgegenstand ausschließlich in der Verwaltung des eigenen Vermögens besteht (BVerwG – Urteil vom 19.1.2005 – 6 C 10/04). Es bleibt die Hoffnung auf den Gesetzgeber.

Fortbildungsverträge

...werden im Arbeitsrecht häufig mit der Maßgabe geschlossen, daß der Arbeitgeber die Ausbildungskosten ganz oder teilweise übernimmt und der Mitarbeiter sie zurückzahlen hat, wenn er den Job vorzeitig aufgibt. Der Erstattungsanspruch des Arbeitgebers entsteht hier nicht bereits zum Kündigungszeitpunkt. Maßgeblich ist der Tag, an dem das Arbeitsverhältnis endet (BAG – Urteil vom 18.11.2004 – 6 AZR 651/03). Und das ist erst beim tatsächlichen Ausscheiden des Mitarbeiters der Fall.

Musik

...im Laden sorgt für eine entspannte Atmosphäre (und hochmotivierte GEMA-Prüfer). Und was ist mit Musik in der Werkstatt? Sie fordert die GEMA noch mehr raus. Eine Wiedergabe ist „öffentlich“ i.S. des Urheberrechtsgesetzes, wenn sie für eine „Mehrzahl von Mitgliedern der Öffentlichkeit bestimmt“ ist. Sind Werkstatt und Verkaufsraum bloß durch ein Regal getrennt, bekommen die Kunden etwas von der Musik mit, d.h.: GEMA-Pflicht (LG Frankfurt – Urteil vom 26.1.2005 – 2/6 S 5/04).

Satire

...darf viel, aber nicht alles. So kann die grafische Umsetzung einer kritischen Aussage eines Zeitschriftenartikels durch eine satirisch wirkende Fotomontage zwar von der Meinungsfreiheit gedeckt sein. Dieses Grundrecht rechtfertigt aber keine Verbreitung eines technisch manipulierten Bildes, das den Anschein erweckt, ein authentisches Abbild einer Person zu sein. Insoweit erlaubt Satire keinen Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht (BVerfG – Beschluß vom 14.2.2005 – 1 BvR 240/04).

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

Der Handel steckt voller **Überraschungen**. Die Ausreden säumiger Kunden sind schier unendlich. Das fängt bei „kriegste morgen“ an und hört bei „ich bin pleite“ auf. Den „Wegschenkern“ kommt das BGB auf die Schliche.

Hochwertige Geräte sollten zunächst nur unter **Eigentumsvorbehalt** verkauft werden. Dieser Eigentumsvorbehalt gehört in die Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Sie müssen vereinbart sein. Zudem muß der Eigentumsvorbehalt auch dann gelten, wenn die Sache an einen Dritten weitergegeben wird.

Ist der Kunde in **Zahlungsverzug**, kann man über den Eigentumsvorbehalt versuchen, die Sache herauszuverlangen. Natürlich trennt sich der „Käufer“ nicht gerne von seinem Teil. Eine beliebte Lüge ist: „Ich hab' das Ding verschenkt. Das kriegen Sie jetzt nicht mehr zurück.“ Kennt man den Beschenkten, kriegt man das Ding zurück. So clever ist der Kunde denn doch nicht, wetten?

Der „Beschenkte“ wird sich jetzt auf seine **Gutgläubigkeit** berufen. „Ich weiß nichts davon, daß der das Teil nicht bezahlt hat. Mir hat er gesagt, es gehöre ihm. Tut mir leid, aber da müssen Sie sich jetzt an Ihren Vertragspartner halten.“ Zuerst sieht es so aus, als habe der „Beschenkte“ das Recht auf seiner Seite. Im Gesetz steht: „Durch eine nach § 929 erfolgte Veräußerung wird der Erwerber auch dann Eigentümer, wenn die Sache nicht dem Veräußerer gehört...“

Dann kommt die **Einschränkung**: „...es sei denn, daß er zu der Zeit, zu der er nach diesen Vorschriften das Eigentum erwerben würde, nicht in gutem Glauben ist (§ 932 Abs. 1 Satz 1 BGB).“ Und das mit dem guten Glauben ist so eine Sache. Der Beschenkte trägt im Prozeß nicht die Beweislast für seinen guten Glauben. Im Gegenteil: Der Händler muß ihm nachweisen, daß er beim Eigentumserwerb durch Schenkung gerade nicht in gutem Glauben war. Und wie das bei inneren Tatsachen so ist, ist das oft ein hoffnungsloses Unterfangen.

In diesem Augenblick kommt die **gesetzliche Hilfestellung**. Der Kunde, der nicht gezahlt hat, ist wegen des vereinbarten Eigentumsvorbehalts nicht Eigentümer geworden. Er hat als „Nichtberechtigter“ unentgeltlich eine Sache, die ihm nicht gehört, weitergegeben. Jetzt greift § 816 Abs. 1 Satz 2 BGB: Der Beschenkte ist zur Herausgabe verpflichtet. Der „gute Glaube“ nützt ihm nichts. § 816 Abs. 1 Satz 2 BGB sticht insoweit die Regelung in § 932 Abs. 1 Satz 1 BGB aus. Das BGB gibt dem Berechtigten ein Verfolgungsrecht, mit dem er den „Beschenkten“ packen kann, wenn sein Kunde säumig bleibt. Eine attraktive Perspektive...

Schweigen

...heißt im Rechtsverkehr nicht Zustimmung. Vereinbaren Käufer und Verkäufer allerdings, daß 4-wöchiges Schweigen des Verkäufers auf das Kaufangebot eine Vertragsannahme bedeutet, ist das – auch wenn es formularmäßig geschieht – nicht zu beanstanden. Es handelt sich um eine Einigung über das Verfahren des Vertragsabschlusses (OLG Düsseldorf – 28.12.2004 – 21 U 68/04 – mit dem Hinweis, daß das umso mehr gilt, wenn ein hochwertiges technisches Gerät gekauft wird).

„Privatverkäufe“

...von Profis im Internet über eBay sollen dafür sorgen, daß die strengen Wettbewerbsbestimmungen keine Anwendung finden. Die Tarnkappe „privat“ allein reicht aber nicht. Die Gründe für den Privatverkauf müssen potentiellen Kaufinteressenten gegenüber deutlich gemacht werden (z.B. „Erbstück vom Großvater“). Die allgemein verwendete Standarderklärung „Dieser Artikel wird von Privat verkauft“ ist bei Unternehmen zu wenig (OLG Frankfurt a. M. – Urteil vom 22.12.2004 – 6 W 153/04).

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

Die Olympus E-System Kits

Das Brennweitespektrum des neuen Doppel-Zoom-Kits der Olympus E-300 reicht – bezogen auf Kleinbild – von 28 bis 300 Millimeter.

Das jetzt lieferbare Doppel-Zoom-Kit besteht aus dem Olympus E-300-Body, dem Zuiko Digital 14 bis 45 mm und dem Zuiko Digital 40 bis 150 mm. Das Zuiko Digital 14 bis 45 mm (entspre-



Olympus E-1 und E-300 mit Objektiven und Blitzern.

chend 28 bis 90 mm im KB-Format) bietet eine 3,2fache Zoomleistung. Das Zuiko Digital 40 bis 150 mm (entsprechend 80 bis 300 mm im KB-Format) ist ein kompaktes und leichtes Tele-Zoomobjektiv und bietet einen 3,8-fachen Brennweitenbereich.

Das Doppel-Zoom-Kit zur Olympus E-300 wird ab sofort mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 999 Euro angeboten.

Für die Olympus E-1 bietet Olympus gleich zwei neue Kits an. Hier kommt das Zuiko Digital 14 bis 45 mm im Olympus E-1 SE Flash Kit, das neben dem Objektiv aus einem E-1 Body und dem Blitzgerät FL-36 besteht, zum Einsatz. Das Olympus E-1 Flash Kit besteht ebenfalls aus einem E-1 Body, ist jedoch mit dem Zuiko Digital 14 bis 54 mm (entsprechend 28 bis 108 mm im KB-Format) bestückt und enthält ebenfalls das Blitzgerät FL-36. Das starke Systemblitzgerät FL-36 wurde speziell für den Einsatz in der Digitalfotografie entwickelt. Es bietet Leitzahl 36 bei einer Brennweite von 42 mm (entspricht 85 mm im KB-Format bei ISO 100) und Leitzahl 20 bei einer Brenn-

weite von 12 mm (entspricht 24 mm im KB-Format bei ISO 100). Darüber hinaus stehen Ausstattungsmerkmale wie Reduzierung des Rote-Augen-Effekts, Langzeitsynchronisation und Synchronisation auf den zweiten Verschlussvorhang zur Verfügung.

Das Olympus E-1 Flash Kit wird mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 1.499 Euro angeboten, und das Olympus E-1 SE Flash Kit ist zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 1.299 Euro erhältlich.

Neue Akkus von tecxus

Die Akkus der neuen „ultra“-Reihe von tecxus eignen sich durch ihre schnelle Ladefähigkeit sehr gut für den Einsatz in Schnellladegeräten, wie z. B. dem tecxus TC 30 ultra. Ebenfalls neu im Sortiment von tecxus sind Lithium-Knopfzellen, die sich, laut Unternehmensangaben, durch ihre Langlebigkeit und geringe Selbstentladung auszeichnen. Bei den ersten lieferbaren Typen der „ultra“-Akkus handelt es sich um NiMH-Zellen der Größe Micro (AAA) mit 950 mAh. Diese können mit einem Ladestrom bis max. 1,5 A geladen werden. Darüber hinaus werden wiederaufladbare NiMH-Batterien der Größe Mignon (AA) mit 2.500 mAh angeboten. Sie sind mit einem Ladestrom bis max. 5,0 A belastbar. Die Akkus der „ultra“-Reihe sind in einer 4er-Blisterkarte voraussichtlich ab Anfang Juli verfügbar. Die neuen Lithium-Knopfzellen von tecxus sind ebenfalls ab sofort erhältlich. Sie zeichnen sich neben der geringen Selbstentladung auch durch hohe Kapazitäten und einen breiten Temperaturbereich von -20 °C bis +60 °C aus. Alle Zellen werden als 1er Blisterkarte angeboten; CR 2016, CR 2025 und CR 2032 ebenfalls als 5er-Blisterkarte sowie in einer Industrieverpackung.

Der DPSKIOSK unterwegs in Deutschland Die Mitsubishi Electric Roadshow

Bereits im letzten Jahr stellte Mitsubishi Electric seinen ersten Selbstbedienungsterminal, den DPSKIOSK, vor (imaging+foto-contact 11/04).

Im Rahmen einer Roadshow präsentiert das Unternehmen sein Terminal und weitere interessante Foto-Systeme dem Fotohandel.

Zum Auftakt der Mitsubishi Electric Roadshow hatte das Unternehmen Anfang Juni ins Kölner Hotel InterContinental eingeladen. Gemeinsam mit Distributor Jobo stellte Mitsubishi dort sein Produktportfolio rund um das schnelle Foto vor. Der DPSKIOSK

stand dabei im Mittelpunkt der Präsentation, da die Funktionspalette des Gerätes und sein Design noch einmal verändert bzw. erweitert wurden. So können die Verbraucher ihre Fotos wie gehabt per Speicherkarte, Fotohandy oder CD in das Terminal eingeben und über den Touchscreen auswählen, bearbeiten und drucken. Neu ist die Möglichkeit, den Bilderservice per Kredit- oder EC-Karte bzw. in bar zu bezahlen. Für den Fotohandel bietet sich hiermit eine gute Gelegenheit, den Kiosk nicht nur im Geschäft aufzustellen, sondern ihn z. B. im Außenbereich vor dem Ladenlokal zu platzieren, da der Kunde nicht mehr zum Zahlen an die Kasse kommen muß.

Neben der Produktpräsentation hielt Martin Hubert, ehemaliger Leiter Ver-

trieb und Marketing bei Olympus Deutschland, einen Vortrag über „Trends im Bildermarkt“ und erläuterte darin die Chancen des Fotohandels im stetig wachsenden Markt mit digitalen Bildern. Die Mitsubishi Roadshow wird Anfang Herbst wieder in Deutschland unterwegs sein. Geplante Stops sind Berlin, Hamburg und Frankfurt/Main.



Mitsubishi DPSKIOSK

Hart, aber (un)fair

Wie wir von Journalisten mit 30.000 Euro Stundenhonorar manipuliert werden

Im Anschluß an meinen Wirtschaftspolitischen Kommentar in der vorigen Ausgabe mit dem Titel „Soviel Leute, soviel Ansichten“ möchte ich unseren Lesern einen weiteren Einblick in das Blömersche Seelenleben geben.

Ich möchte darum einen Brief zum Abdruck bringen, den ich am 5. Mai an die Programmgeschäftsführung des Fernsehsenders PHOENIX geschrieben habe, ohne darauf bis heute eine Antwort bekommen zu haben:

Sehr geehrter Herr Hartmann von der Tann, am 9. Mai habe ich 20 Minuten lang Ihre Diskussionsleitung zum Thema „Kapitalismuskritik – Wahrheit oder Wahlkampf?“ mit angehört. Als mittelständischer Unternehmer war ich doch sehr erschüttert, wie Sie selbst zur Polarisierung in Deutschland, „daß die Armen immer ärmer und die Reichen immer reicher würden“, mit dem Beispiel „Ackermann Deutsche Bank“ beitragen. Ich erlaube mir, Ihnen meinen „Wirtschaftspolitischen Kommentar“ zu übersenden, den ich in meiner Zeitschrift „imaging+foto-contact“ in der Ausgabe 3/2005 veröffentlicht habe. Was mich an Ihrer Diskussion als mittelständischer Unternehmer so unwahrscheinlich stört, ist, daß Sie sich nicht genieren, die Deutsche Bank mit Herrn Ackermann mit dem Kapitalismus in der ganzen deutschen Industrie gleichzusetzen. Auch, daß Sie mit der Fragestellung aufhören, wer denn bei uns den Primat haben sollte, die Politik oder die Ökonomie? Eine solche Frage ist überhaupt zum Schluß der Diskussion gar nicht mit einem Satz zu beantworten: weder mit Ja oder Nein.

Sehr geehrter Herr Hartmann von der Tann, wenn Sie wirklich daran interessiert sein sollten, daß wir in Deutschland weniger Arbeitslose bekommen, dann sollten Sie mittelständische Unternehmer, wie z. B. Joseph Blömer vom C.A.T.-Verlag in Ratingen, anhören. Darum lade ich Sie hiermit ein, einschließlich Erstattung Ihrer Fahrtkosten und Mittagessen, um mit mir und evtl. mit einem meiner beiden Söhne darüber zu sprechen, wie wir die wirtschaftliche Situation in Deutschland mit über 5 Mio. Arbeitslosen – und es werden sicher noch viel mehr werden – beurteilen. Diskussionen im Fernsehen, wie Sie sie veranstalten oder wie sie auch bei anderen Fernsehsendern geführt werden, führen zur Zeit nur dazu, daß die Unternehmerverdrossenheit noch größer wird, daß man keine Lust hat, zur Wahl zu gehen, daß der Neid in unserer Gesellschaft weiter steigt, weil

angeblich die Armen immer ärmer und die Reichen immer reicher werden, was alles nur zu noch mehr Arbeitslosen führen wird.

Es sollte mich freuen, von Ihnen eine positive Nachricht zu bekommen, damit wir Sie bald bei uns begrüßen können.

H. J. Blömer

Bei meinen Recherchen bin ich auch auf den Bericht „Show und Scheine“ von Michael Scholten in „Spielfilm“ 12/05 gestoßen. Er schrieb u.a.:

„So ändern sich die Zeiten: Früher ging man zur ARD, um in Magazinen wie „Monitor“ die Großverdiener anzuprangern. Heute geht man hin, um selbst einer zu werden...“

Seither lassen sich auch die ARD-Eigengewächse nicht mehr mit Klimpergeld abspesen: Sabine Christiansen, die beim Start ihrer Talkshow noch piefig im Rahmen des NDR-Festanstellungsvertrags entlohnt wurde, ernannte sich 2002 zur Chefin ihrer Firma TV21 und handelte mit der ARD 9,02 Millionen Euro pro Jahr aus. Natürlich nicht allein für ihre Moderation, sondern für die komplette Talkshow. Jede Plauderrunde wird mit circa 200.000 Euro abgerechnet. Davon entfallen etwa 30.000 auf das reine Moderationshonorar für Christiansen...“

Wer dann mittwochs abends im WDR die Show „Hart, aber fair“ sieht, die von Frank Pläßberg moderiert wird, hat sicher auch das gleiche Gefühl wie ich, das ich schon in meinem Brief an Hartmann von der Tann zum Ausdruck gebracht habe. Hört man doch vom Moderator Pläßberg, nachdem er dem Vertreter der CDU das Wort abgeschnitten hat, Worte zum SPD-Gesprächspartner wie: „Bitte sagen Sie Ihre Meinung, ich höre Ihnen so gerne zu.“ Wenn dann noch Zuschauer dabei sind, die genau wissen, an welcher Stelle sie klatschen müssen, dann ist der Erfolg der Pläßbergischen Moderation auf jeden Fall sichergestellt. Einige Millionen Zuschauer werden systematisch auf eine bestimmte, meist rot angehauchte Meinung getrimmt. Wenn Herr Pläßberg dann noch über Herrn Ackermann von der Deutschen Bank herfällt im Beisein der stellvertretenden Vorsitzenden der

Gewerkschaft ver.di, Margret Mönig-Raane, dann sollte er auch über die hohen Einkünfte dieser Gewerkschaftslady sprechen; oder wieviel Euro er selbst nach dem Muster von Frau Christiansen einsteckt.

Zum Schluß muß ich nochmals die FAZ von 5. Mai 2005 zitieren, die die Talkshow-Politiker für mitschuldig an der miesen Stimmung in Deutschland sieht. Leider habe ich in meinem langen Berufsleben immer die wohl irriige Meinung vertreten, daß Geld verdienen stets mit viel Arbeit verbunden ist. Offensichtlich hätte ich besser in die Politik oder zu den Talkshow-Modérateuren gehen sollen, dann würde ich heute sicher nicht mehr nach 65 Arbeitsjahren versuchen, noch immer meine Brötchen selbst zu verdienen.

H. J. Blömer

Leserbrief Rheinische Post, 2.6.2005 Heupferd – Kapitalismus-Debatte

Bei seiner Kapitalistenschelte übersieht Franz Müntefering geflissentlich, daß die SPD selbst eine sehr virulente und nicht ganz unbedenkliche Kapitalismusrolle spielt und er selbst dabei kräftig mitwirkt. Die SPD ist über ihre Holding- und Beteiligungsgesellschaften DDVG Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH, Hamburg (Aufsichtsratsmitglied u. a. Franz Müntefering) und die beherrschte Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co. KG. an mehr als 70 deutschen Zeitungen und Verlagen teils direkt, teils über andere beherrschte Firmen beteiligt. Diese haben eine Gesamtauflage von rund sechs Millionen Exemplaren mit ca. zwölf Millionen Lesern. Daneben halten die SPD-eigenen oder -beherrschten Beteiligungsgesellschaften Beteiligungen an rund 30 Radiosendern und zwei TV-Sendern, womit weit über zehn Millionen Hörer und eine weitere Million Zuschauer erreicht werden. Aus diesen Beteiligungen hat die SPD-DDVG 2001 33,1 Millionen Euro und 2002 17,9 Millionen Euro Gewinn erzielt. Wer sich selbst als Oberkapitalist betätigt und dabei gegen seine Kapitalistenkollegen vom Leder zieht und nicht sieht, daß der Schuß nach hinten losgeht, der ist ein Heupferd.

W. Gerhardus, 40764 Langenfeld

**Horst Dieter Lehmann**

Die Kehrseite

Wenn von einer „Kehrseite“ – nicht nur von einer Medaille – die Rede ist, kann man fast immer mit einer negativen Meldung oder Mitteilung rechnen. In den vergangenen Jahren ging in unserem Ex-Wirtschaftswunderland so manches den Bach hinunter. Die Fotografie machte da keine Ausnahme.

Fangen wir mit „A“ wie Analog und Agfa an, hören wir bei „Z“ wie Zukunft auf, verstehen wir mitunter die Fotowelt nicht mehr!

Kaum eine Nachricht in der letzten Zeit auf dem Fotomarkt hat unsere Branche so erschüttert, wie die Insolvenz von Agfa. Besonders ältere Kollegen, das bewiesen mir einige Anrufe, fielen aus allen Wolken. Denn, was heute kaum noch vorstellbar ist, gerade nach dem Kriege, in den Aufbaujahren manch eines Fotobetriebes mit Handel und Handwerk, rückten die Kollegen enger zusammen. Es entstanden Freundschaften, bei Innungsversammlungen, auf der photokina und nicht zuletzt bei den berühmten und gern besuchten Agfa-Fototagen ergaben sich immer wieder Gelegenheiten zum Austausch von gemeinsamen Problemen, nicht nur aus fachlicher Sicht. Bevor ich aber zu den Gründen komme, warum ich persönlich über diese Nachricht so betroffen war, zu den nüchternen Fakten rund um diese Insolvenz.

Ganz überraschend kam die Meldung nicht. Im Vorfeld war zu hören, daß einige dunkle Wolken aufzogen. Unwillkürlich mußte man an die Schließung einiger Kodak-Labore denken, die auch von verschiedenen Firmen übernommen wurden, um dann doch nach kurzer Zeit zu schließen. So ähnlich geschah es nun bei Agfa, was mir immer noch schwerfällt zu glauben, wenn ich gerade erschienene Veröffentlichungen lese, welche noch von recht erfolgreichen Unternehmungen mit Agfa berichten, darunter mit einem namhaften Großlabor. Hier sind (oder waren?) Lieferungen von Laborgeräten, Chemikalien, Filmen geplant. Was daraus wird, werden wir erfahren. Unmittelbar berührt sind im In- und Ausland ca. 2.400 Arbeitsplätze. Indirekt sind es Fotografen und Fotohändler, die Abnehmer von Agfa-Produkten waren oder denen es nicht gleichgültig ist, wenn immer mehr deutsche Fabrikate mit globalem Ruf von der Bildfläche verschwinden.

Nun kann man Agfa kaum nachsagen, daß sich das Unternehmen auf der „Analog-Vergangenheit“ ausruhte. Ob es nun Speicherkarten oder Laborgeräte (vor allem digitale) sind – Agfa konnte immer ein Wort mitreden.

In der Tagespresse wurde berichtet: „Hauptgrund der Pleite – immer mehr Digitalkameras!“

Es erfüllt mich wahrlich nicht mit Genugtuung, wenn sich meine Befürchtungen bestätigt haben, daß nicht alle über den Weg von Analog zu Digital jubilieren würden.

Vielleicht erinnert sich der eine oder andere Leser an einen Disput vor einigen Jahren im foto-contact (so damals noch der Name), als mir ein Leser empfahl, „aufzuwachen“, weil

ich nicht nur rosige Zeiten für ALLE mit der Digitalfotografie voraussah. Zu jenem Zeitpunkt sagte ich aber auch, und dazu gehörten keine hellseherischen Fähigkeiten, daß Digital als Weiterentwicklung der Fotografie die Zukunft sei. So wie es die Farbfotografie war, die heute nicht mehr wegzudenken ist, wenngleich man auch schon wieder aus künstlerischen Gründen Schwarzweiß einsetzt.

Zurück zum „A“ in der Fotografie. Das A könnte nun auch „Aus“ bedeuten. Doch daran möchte ich nun erst gar nicht denken! Der Umbruch von Analog zu Digital erweist sich als viel gravierender, als der Übergang von Schwarzweiß zur Farbe! Da hat meiner Ansicht nach auch Agfa nicht geschlafen, sondern ihren Teil dazu beigetragen, daß es mit Speicherkarten, digitalen Minilabs und nicht zuletzt mit Papier bei den Digitalfotos nicht nur beim Betrachten auf dem Bildschirm oder Ausdruck auf dem Drucker blieb. Mehr und mehr hat sich ja mittlerweile der Wunsch nach echten Papierbildern durchgesetzt. Damit wäre der Fotohandel vollauf zufrieden – wenn nicht auch hier der Preisverfall wäre! Ein positiver Moment kommt noch hinzu, die Urlaubsreisen. Hier zeichnet sich ein deutlicher Auftrieb ab, der sich in einer Branche auftut, mit der wir uns ja verbunden fühlen, denn im Urlaub wird bekanntlich am meisten fotografiert. Aber noch etwas kommt hinzu. Den Reisebüros erwächst wie bei uns durch das Internet eine nicht zu unterschätzen-

quickpoint

47638 Strahlen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

de Konkurrenz. Ein weiterer Fortschritt der Technik, aber ebenfalls nicht zur Freude aller.

Eine andere Parallele ist die persönliche Beratung durch die Reisebüros, ähnlich wie sie beim Fotohandel zu begrüßen ist. Hier wie dort spart der Nichtkunde oft am falschen Ort. Für Fehlplanungen oder Fehlkäufe kann man den Fachmann nicht verantwortlich machen.

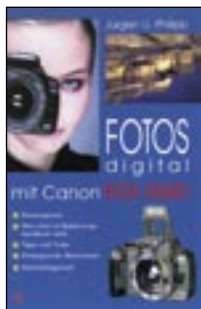
Vergleichen könnte man das Verhalten vieler Amateure, die Digitalkameras benutzen, mit dem Unterschied vom Betrachten auf dem Bildschirm zum Lesen von Zeitschriften oder Büchern. Mit dem Blick auf die Mattscheibe oder den Computerbildschirm scheinen offensichtlich die meisten Betrachter nicht restlos zufrieden zu sein. Wo käme sonst der Umsatz von Zeitungen, Zeitschriften oder Büchern her? Der Verbraucher möchte etwas in der Hand haben, was konkret, haltbar ist, und über das er ohne technischen Aufwand immer verfügen kann.

Gerne möchte man den ebenso positiven wie geradezu gewaltigen Zahlen Glauben schenken, die eine ganz hervorragende Steigerungsrate von digitalen Papierabzügen aufweisen. Dabei sollte man aber nicht den gleichzeitigen „analogen Schwund“ vergessen.

Aber positive Meldungen werden mit Dank aufgenommen, und das erhoffe nicht nur ich mir von Agfa! Es muß weitergehen!!

Jürgen U. Philipp:**Fotos digital
mit Canon EOS 350D**

Die neue Kamerageneration, die auch Amateure oder Einsteiger in die D-SLR-Fotografie für sich gewinnen will, zeichnet sich durch mehr Auflösung und weniger Rauschen aus. Das Buch zur Kamera soll eine Brücke zwischen



der immer komplexeren modernen Fototechnik, dem im Lieferumfang enthaltenen Handbuch und der digitalen Aufnahmepraxis bilden. So profitieren alle, denen die Bedienungsanleitung zu verwirrend ist und die Zusammenhänge zwischen Theorie und Praxis suchen und mit mehr Hintergrundwissen schneller zu besseren Bildern kommen wollen, von der Lektüre dieses Buches.

Dabei verzichtet der Autor bewußt auf eine Abhandlung der digitalen Bildbearbeitung, die eigener Literatur bedarf, Software-abhängig ist und in großer Zahl angeboten wird. Stattdessen konzentriert er sich auf die Kamera und die Aufnahme-Praxis, soweit es für einen Spiegelreflex-Fotografen noch Erklärungsbedarf gibt. Das Buch widmet sich den folgenden Themen: Highlights einer Digital-SLR, das ABC der EOS 350D Technik, Objektive in Theorie und Praxis, Blitz und Beleuchtung, Praxis mit der EOS 350D.

Jürgen U. Philipp: Fotos digital mit Canon EOS 350D, 143 Seiten, durchgehend farbig illustriert, vfv Verlag Gilching, 2005, ISBN 3-88955-162-9, 15,95 Euro.

Förderpreis Fotografie 2004**Matthias Langer, Daniel Pilar**

Mit dem 2004 gestifteten Förderpreis Fotografie hat die NBank (Investitions- und Förderbank Niedersachsen GmbH) im Mai 2005 eine erste repräsentative

Dokumentation vorgelegt. Der Fotobildband ist als Reihe konzipiert und zeigt die fotografischen Positionen der beiden Preisträger, Matthias Langer, Braunschweig, und Daniel Pilar, Hannover.

Pilars Thema ist das Leben. Dabei interessiert ihn vor allem die Situation von Menschen, die medial gesehen Minderheitsstatus besitzen: die Kohlekumpel des Ruhrgebiets, Flüchtlinge in Abschiebehaft oder die Inselbewohner von Hanover Island, einer Insel von Papua Neuguinea. Damit gehört sein Werk zur sogenannten „Concerned Photography“, der anteilnehmenden Fotografie.

Diese Form der journalistischen Schwarzweiß-Fotografie steht im Gegensatz zu der malerischen Fotografie von Matthias Langer. Bei ihm soll das Foto sichtbar machen, was unsichtbar ist. Fotografie schneidet Momente aus der Zeit, sie zeichnet auf, wie z. B. eine Spur weißer Gischt auf der Oberfläche des Meeres, faszinierend und nur für wenige Sekunden so existierend. Es gibt noch mehr Unsichtbares, was die Fotografie der Zeit entreißt. So hat er den langsamen Werdeprozeß eines



Bauwerkes mit der Kamera festgehalten. Matthias Langer macht außerdem außergewöhnliche Erinnerungsfotos von Gruppenzusammenkünften.

Förderpreis Fotografie 2004, Herausgeber: NBank, Fotografen: Matthias Langer, Daniel Pilar, 80 Seiten, Appelhans Verlag, Braunschweig 2005, Format 17 x 22,5 cm, ca. 50 Abbildungen, ISBN 3-934664-28-9, 15,- Euro.

Klaus-Peter Bredschneider:**Konica Minolta Dynax 7D**

Nachdem Konica Minolta lange Zeit in der digitalen Königsklasse der Fotografie durch Abwesenheit glänzte, hat sich das Unternehmen mit der Dynax 7D eindrucksvoll zurückgemeldet, die konzeptionell wie technologisch

eigene Wege geht und herausragende Eigenschaften und Qualitäten aufweist.

Das wichtigste Alleinstellungsmerkmal der Dynax 7D ist dabei zweifellos die erstmals bei einer Spiegelreflexkamera ins Gehäuse integrierte Anti-Shake-Technik. Durch diese Technologie wird deutlich mehr Verwacklungssicherheit für schärfere Aufnahmen mit sämtlichen Wechselobjektiven – und nicht nur mit Objektiven, die über einen Bildstabilisator verfügen – erzielt.



Die Dynax 7D beeindruckt aber nicht nur mit innovativer Technik, sondern auch mit einem Bedienkonzept, das auf den ersten Blick konservativ anmuten mag, in der Praxis aber voll überzeugt: Alle praktisch relevanten Funktionen bis hin zum Weißabgleich oder der Blitzkorrektur lassen sich über eigene Schalter und Rädchen direkt kontrollieren und bedienen.

Dabei steckt diese opulente Ausstattung in einem robusten Gehäuse aus Magnesiumlegierung und rundet so das Comeback von Konica Minolta beeindruckend ab. Somit bietet die Dynax 7D auch anspruchsvollsten Fotografen alle kreativen Möglichkeiten der Bildgestaltung.

Und genau hier setzt das Buch aus der Feder von Klaus-Peter Bredschneider an, das in leicht verständlicher und kompetenter Weise viele Fragen zur Dynax 7D beantwortet. So wird unter anderem beleuchtet, wie sich das AntiShake-System bei Aufnahmen mit längeren Verschlusszeiten auswirkt, wie ältere Minolta-Objektive mit der „Neuen“ funktionieren und ob das 9-Punkt-AF-System alte Autofokus-Glanzzeiten wieder aufleben läßt.

Klaus-Peter Bredschneider: Konica Minolta 7D, 224 Seiten, Format 16,5 x 23,5 cm, über 200 Abbildungen, Hardcover, Point of Sale Verlag, Baierbrunn 2005, ISBN 3-925334-73-4, 25,- Euro.

Technisch erfahrener und dynamischer

Gebietsverkaufsleiter (41)

sucht neue Anstellung im Außendienst. Sehr gute Kontakte zum Fotohandel in RLP, Saarland, Hessen, Nordbayern. Langjährige Vertriebspraxis, mobil und flexibel. Eintritt sofort. Kontakt bitte unter: (0173) 6736781 oder (0671) 7948410



Zentraler Reparatur - Service GEDDERT

Edixa – Voigtländer – Porst – Service
Camcorder – Computer – Service
Film – Foto – Elektronik
Hifi – Video – TV

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

SPEZIAL REPARATUREN FÜR:

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

MINOX
GERMANY

DM1 – Multimedia im Taschenformat!

- Digitale Kamera (6.0 MP)
- Digitaler Camcorder
- MP3-Player
- Video-Player
- Web-Cam
- Diktiergerät
- Card-Reader (SD/MMC)
- USB Datenspeicher
- Taschenlampe (LED)

www.minox.com
Tel.: +49 (0) 6441/917-0

FEWS

Autorisierte Fachwerkstatt für die Reparatur von Elinchrom-Generatoren und Lampen.

Kölner Str. 68 • 60327 Frankfurt/Main
Telefon 069/736747 • Fax 069/732067
e-mail: fews-ffm@t-online.de

GAF

Vertragswerkstatt

W W
ürz

FILM-FOTO-VIDEOTECHNIK KÖLN

Service für:

Foto-, Video-, Digitalgeräte
Objektive, Projektoren +
Blitzgeräte aller Systeme
Inh. S. Rottmeter

Elsterweg 7
51149 Köln (Porz-Ensen)
Tel./Fax: 02203-12136
Email: fototechnik-koeln@web.de
www.fototechnik-koeln.de

FILM- u. VIDEOSERVICE

Filmkopien – Tonspuren
Filmabtastung
8 mm Filme auf DVD
Kopien auf Video - CD - DVD
CD / DVD Einzel- u. Serienkopien

alle Formate
8, 9,5, 16 mm Filme
attraktive Festpreise
alle Systeme
schnell und preiswert

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

DER TISCH

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



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

Mein Geschäft verstehen nur wenige,
wohl weil es so einfach ist, aber die es verste-
hen, können steinreich werden. Interesse?
L. Stargalla, Training+Einkommensförderung,
Tel. 0 91 31/ 2 82 25 od. 01 78 / 5 67 86 12

nass

GmbH & Co.KG

foto • digital • elektronik

Reparatur Service:

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

Vertragswerkstatt

Nikon **Rollei**
Technik

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

Paepke – Fototechnik

GmbH & Co. KG

Seit mehr als 50 Jahren
autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica

MZ

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

7.963 Abonnenten (IVW 1/2005)

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

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 9.200 Exemplaren bundesweit (IVW 1/2005). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 9.200 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 645,- €, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 323,- €. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 32 v. 01.01.2005) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

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

Wir verkaufen
1 B 17-Profilfilm, Hängerma-
schine, 2 Jahre alt -, Preis VB;
1 Schnellfix 007 + Sleeve,
autom. Diarahmungs- und Ein-
taschgerät, fast neu - Preis VB.
Fotolabor Muster
Telefon 000/0000000

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

Fotografen/-in

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

Foto Studio • Mustermannstr. 86 • 47000 Duisburg

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

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

zum

mm-Preis von

1,61 € x 85 mm hoch =

136,85 €

zzgl. gesetzl. MwSt.

**imaging+foto
contact**
GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBranche

Auftrag

Klein- und Personalanzeigen

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

- ☐ einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
☐ in den Ausgaben

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

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

☐ Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

40832 Ratingen

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

i+tc 7/2005

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

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

.....
Ort, Datum

.....
Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift

Kleinanzeigen • Angebote

Gute und preiswerte Color-Chrom- Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK

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

Auflagendruck

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

Fordern Sie die Unterlagen an: + MwSt. u. Versandkosten

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

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

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

Ankauf – Verkauf gebrauchter Fotogeräte, Minilabs und Laborgeräte.

Fotoservice Jungkunz

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

Foto-Aktienkurse

		21.06.05	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa-Gevaert	EUR	22,45	23,31	18,90	27,35
Bayer	EUR	28,57	25,76	19,86	28,62
Canon	YEN	5.940	5.611	4.950	5.970
Casio	YEN	1.501	1.475	1.227	1.652
CeWe Color	EUR	36,50	27,75	12,16	36
Dow Chemical	USD	46,11	43,93	38,41	56,42
Du Pont	USD	46,79	46,54	40,21	54,55
Eastman Kodak	USD	27,89	26,44	24,80	34,76
Fujifilm	YEN	3.589	3.393	3.190	3.969
Hewlett-Packard	USD	23,85	21,01	16,90	23,91
Hitachi	YEN	656	626	613	761
ICI	GBP	266,75	246,75	205,25	283
Imation	USD	37,78	36,85	29,81	43,62
Jenoptik	EUR	8,30	8,90	5,93	9,80
Konica/Minolta	YEN	1.060	965	928	1.554
Kyocera	YEN	8.430	7.841	7.113	9.340
Leica	EUR	3,10	1,65	1,65	14,90
Lintec Computer	YEN	1.715	1.519	1.356	1.720
Olympus	YEN	2.131	2.113	1.934	2.503
Samsung	KRW	488.000	489.500	402.000	528.000
Sharp	YEN	1.705	1.652	1.440	1.757
Sony	YEN	3.880	3.928	3.590	4.404
Spector	EUR	6,10	6,45	5,95	10,38
Toshiba	YEN	439	437	383	475
Varta	EUR	9	9,66	8	27,90

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

Supermodernes Fotofachgeschäft in Kölner Toplage mit 2 Minilabs, analog + digital, bis 30 x 45 (2,5 Jahre alt), Studio mit Elinchrom Blitzanlage, 1 Mac, 3 PC Digitalarbeitsplätze, 1 Image Box und TFS/Epson Kasse mit Warenwirtschaft, 11 KW Klimaanlage, 44% Fotoarbeiten-Anteil, 22% Umsatzsteigerung 2004, 15% Studio-Anteil. Umständehalber zu verkaufen. Hört sich teuer an, ist es aber nicht - Preis VB. Chiffre 1252537

DEWI SARASWATI Hamburg e. V. kümmert sich um Tsunami-Waisen,

um die langfristigen Folgen der Tsunami-Katastrophe in Tamil Nadu zu lindern und verwaisten Kindern ein Zuhause zu geben. Der Verein unterhält in Tamil Nadu (25 km von der Küste entfernt) ein Kinderdorf. Darin leben 145 Kinder in Wohneinheiten für 10 Kinder. Außerdem betreibt er eine Vorschule und eine Schule (10 Klassen) und sorgt für die Ausbildung von bisher chancenlosen Ureinwohner-Kindern. Jetzt will DEWI SARASWATI zusätzliche Kinderwohnungen schaffen, um 40 Waisenkindern ein Heim zu geben. Spendenkonto Haspa 1 280 144 997, BLZ 200 505 50, Stichwort: Tsunami-Waisen. Die direkten Unterhaltskosten für ein Waisenkind belaufen sich pro Jahr auf 204,52 €. Halbe Patenschaften und Projektpatenschaften oder einzelne Spenden helfen natürlich auch. Spendenquittung möglich unter:

DEWI SARASWATI e. V., Stadtbahnstr. 86, 22393 Hamburg,
Tel.: 040/60139881, www.dewi-saraswati.org

Anzeigenschluß für Kleinanzeigen
in der Ausgabe 8/2005 ist der 08. Juli 2005.
Senden Sie uns einfach ein Fax an 0 21 02 / 20 27 90

Inserenten-Verzeichnis

C.A.T.-Verlag.....	25, 41	Lasersoft.....	23
Canon	52-54, 3. U, 4. U.	Loersch.....	47
Casio	2. U.	Photo + Medienforum Kiel	29
Digitalfoto & Logistik ..	27, 37, 39	Ricoh	19
Dohm	15	Sony	17
Fuji	7	Kleinanzeigen	49-51
Jobo	31		

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, 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.worldofphoto.de>
Postbank Essen
Kto. 164 565-438, BLZ 360 100 43

Herausgeber:

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

Redaktion:

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

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

Neuheitenredaktion:

Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff,
Ulrich Vielmuth

Anzeigen:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 32 v. 1. Januar 2005

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach, Albert Willmann

Vertrieb:

Silke Gräfel

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:

Printpartner Digitaldruck GmbH, Bocholt

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

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

ISSN: 1430-1121

you can
Canon

digital_fotopapier

Scharfe Prints, scharf kalkuliert:

Formatvielfalt für kreative Ideen



KP-108IP (108 Drucke im
Format 10 x 15 cm): 31,99* €



Neu

KP-72IP (72 Drucke im
Format 10 x 15 cm): 22,99* €



KP-36IP (36 Drucke im
Format 10 x 15 cm): 13,99* €



KC-18IF (18 Sticker im
Scheckkartenformat): 8,99* €



KC-18IL (18 Ministicker-Bögen im
Scheckkartenformat): 8,99* €



KC-36IP (36 Drucke im
Scheckkartenformat): 8,99* €

KW-24IP (24 Drucke im Panorama-Format 10 x 20 cm): 15,99* € (ohne Abbildung)

Besonders günstig: Mit dem Dreier-Sparpack KP-108IP für 108 Ausdrücke kostet ein Print im Format 10 x 15 cm nur 30 Cent. **Besonders praktisch:** Das Fotopapier im Postkartenformat ist schon auf der Rückseite mit Briefmarken- und Adreßfeld bedruckt.

you can
Canon

digital_drucker

Brillante Fotos im Handumdrehen: *Selphy CP400, CP500, CP600*

Die neuen kompakten Canon SELPHY CP400, CP500 und CP600 sind Thermo-sublimationsdrucker mit 300 dpi Auflösung für haltbare Fotoprints mit UV-Schutzschicht. Per USB-Kabel werden sie einfach mit einer Digitalkamera (Canon DirectPrint- oder PictBridge-kompatibel) verbunden, und schon kann's losgehen – ohne PC. Ganz einfach, jederzeit und (fast) überall.

Dank PictBridge können auch Digitalkameras anderer Hersteller die innovative Drucktechnologie nutzen. Auch ist über ein herkömmliches USB-Kabel der Anschluß an PC oder Mac möglich.

Besonders für den mobilen Einsatz eignet sich der SELPHY CP600 dank seines geringen Gewichts und des wiederaufladbaren Akkus. Als erster Drucker der SELPHY-Serie ist er mit dem DIGIC II-Prozessor ausgestattet, der die Integration neuer Verarbeitungsprozesse erlaubt – und das bei hoher Druckgeschwindigkeit. Der SELPHY CP600 unterstützt den Druck via IrDA-Verbindung für Ausdrucke von kompatiblen Fotohandys.

Die Verbrauchskosten pro Print sind gut kalkulierbar, denn die Farb- und Papiermenge sind aufeinander abgestimmt. Papier und Farbkartusche werden jeweils im Set angeboten.



Preis:

SELPHY CP400 149,00* EUR



Preis:

SELPHY CP500 199,00* EUR



Preis:

SELPHY CP600 249,00* EUR

you can
Canon

5 Megapixel und Image Stabilizer - *Canon PowerShot*



Preis:
PowerS

Die neue PowerShot S2 IS, das Nachfolgemodell der PowerShot S1 IS, ist mit einem ca. 5,0 Megapixel CCD Sensor und einem optischen Bildstabilisator mit vier Modi ausgestattet. Schnell, kompakt und vielseitig, verfügt die Neue über zahlreiche Features, die das digitale Fotografieren für den Anwender einfacher gestalten, aber auch viel Raum für kreative Gestaltung bieten.

Der optische Bildstabilisator des 12fach-Zoomobjektivs bietet vier Modi zur Wahl an: Aus, Dauerbetrieb, nur Aufnahme und Schwenkmodus. Das lichtstarke Objektiv (1:2,7-3,5) verfügt umgerechnet auf Kleinbildformat über eine Brennweite von

36 bis 432 mm. Für die schnelle Verarbeitung der Bilddaten sorgt der von Canon entwickelte DIGIC II-Prozessor. 18 Belichtungsmodi, darunter Custom, Meine Farben-Modus und sechs verschiedene Special-Scene-Modi, bieten Einstellmög-

Features PowerShot S2 IS:

- ▶ Ca. 5,0 Megapixel CCD-Sensor
- ▶ **Neu:** 12fach-Zoomobjektiv
 - 36-432 mm äquivalent KB
- ▶ **Neu:** DIGIC II-Bildprozessor
- ▶ Optischer Bildstabilisator
 - **Neu:** 4 Image Stabilizer Modi
- ▶ **Neu:** Stereo Movie mit Foto-im-Movie-Funktion
- ▶ 18 Aufnahmemodi inklusive „Meine Farben“-Modus
- ▶ **Neu:** USB 2.0 High Speed
- ▶ **Neu:** Super Makro ab 0 cm
- ▶ **Neu:** 1,8 Zoll TFT-Display
- ▶ Print&Share Button
- ▶ PictBridge-Unterstützung

– für scharfe Fotos und Videos: **S2 IS**

PowerShot S2 IS 549,00* EUR



lichkeiten für nahezu jede Lichtsituation sowie persönliche Präferenzen.

Ein weiteres Highlight der neuen PowerShot S2 IS ist die Stereo Movie mit Foto-im-Movie-Funktion. Außergewöhnliche Blick-

winkel ermöglicht das dreh- und schwenkbare, brillante 1,8 Zoll Farb-TFT-Display.

Mit ihrer Vielzahl von Einstellmöglichkeiten paßt sie sich auch gehobenen Ansprüchen an. Ein umfangreiches Softwarepaket und optionales Zubehör eröffnen dem Anwender weitere Möglichkeiten.



you can
Canon

Die Vielseitigen für die ganze Familie: *PowerShot A510* *und PowerShot A520*

Preis:

PowerShot A510 229,00* EUR



Features PowerShot A510 und PowerShot A520:

- ▶ PowerShot A510: ca. 3,2 Megapixel CCD-Sensor
PowerShot A520: ca. 4 Megapixel CCD-Sensor
- ▶ 4fach optisches Zoom
(A510: ca. 3,2fach-Digitalzoom, A520: ca. 3,6fach-Digitalzoom)
- ▶ 20 Aufnahmemodi inkl. 8 Special Scene Modi
- ▶ Canon DIGIC-Prozessor
- ▶ 9-Punkt AiAF
- ▶ Bis zu 3 Minuten Videoclips inkl. Tonwiedergabe
- ▶ Brillantes 1,8-Zoll LC-Display
- ▶ PictBridge-/Canon DirectPrint-kompatibel
- ▶ Print/Share-Taste
- ▶ Canon iMAGE GATEWAY*

* nicht in allen Ländern verfügbar

Preis:

PowerShot A520 279,00* EUR



Die PowerShot A510 und die PowerShot A520 mit 4fach optischem Zoom (35–140 mm äquivalent Kleinbild) sind kompakt, leicht, einfach zu bedienen und zeichnen sich durch ein sehr gutes Preis-/Leistungsverhältnis aus. Und sie sind vielseitig ausgestattet, um die Welt der digitalen Fotografie zu erkunden.

Nicht weniger als 20 Aufnahmemodi – inklusive acht Special Scene-Modi – warten darauf, kreativ genutzt zu werden. Die Special Scene-Modi sind Motivprogramme

für verschiedene Aufnahme-Situationen, damit auch unter schwierigen Bedingungen das Bild ohne manuelles Eingreifen gelingt. Sogar ein „Unterwasser“-Modus ist wählbar, der bei Nutzung des optional als Zubehör erhältlichen Unterwassergehäuses die Aufnahmen unter Wasser optimiert.

Im schicken, kompakten Gehäuse stecken zudem ein erstklassiges Objektiv und ein sehr schneller Bildprozessor zur brillanten Farbwiedergabe und für gestochen scharfe Bilder.