imaging +foto contact

9/99

DM 6,50 ISSN 1430 - 1121

28. Jahrgang G 30605

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Cirque Canon

AUF DER IFA 99

Camcorder
Canon XM1:
Drei Chips
für die
Oberklasse!

Canon PowerShot S10:
2 Megapixel
mit 2-fach-Zoom!

Zusammen sind wir eine starke Gruppe!

eurocolor
photofinishing

Eurocolor Photofinishing GmbH & Co. KG

Wir bieten Ihnen perfekten Service und kreative Ideen in der klassischen und in der digitalen Fotografie.

Fordern Sie uns - wir sind Ihre starken Partner fürs Bildergeschäft.

Telefon (04 31) 3 99 10-0
Telefax (04 31) 3 99 10-70
eMail Info@Eurocolor.de

Internet www.eurocolor.de

Wo Sie auch sind, wir sind schon da.

balticcolor
Reuterstraße 2
D-18211 Bargeshagen

bonnercolor
Frauenhoferstraße 1
D-53121 Bonn

brunningercolor
Euckenstraße 2
D-81369 München

geracolor
Keplerstraße 26-28
D-07549 Gera

hacolor
Jathostraße 11
D-30163 Hannover

kielcolor
Koppelberg 4-8
D-24159 Kiel

saarcolor
Essener Straße 4
D-66806 St. Wendel

inhalt

Zum Titelbild: Cirque Canon – Visuelle Kommunikation im Zentrum des IFA Auftritts

Unter dem Motto „Trust Your Eyes“ – Traue Deinen Augen – präsentiert sich Canon auf der Internationalen Funkausstellung 1999. Das riesige Zirkuszelt „Cirque Canon“ visualisiert dabei auf den ersten Blick die Produktvielfalt, mit der sich das Unternehmen als Anbieter von Systemlösungen rund um das Bild vorstellt. Zu den wichtigsten IFA Neuheiten zählen bei Canon der Oberklasse-Camcorder XM1 und die Zwei-Millionen-Pixel-Digitalkamera PowerShot S10. Dazu kommen Drucker, Scanner und Beamer sowie erstmalig auch eine Softwarelösung zur Nachbearbeitung von Videofilmen. ***Seite 14***

Leica: Wege aus der Krise

Ein umfangreiches Bündel von Restrukturierungsmaßnahmen stellte der Vorstandsvorsitzende der Leica Camera AG, Hanns-Peter Cohn, auf der Bilanzpressekonferenz des Unternehmens der Fach- und Wirtschaftspresse vor. Im Geschäftsjahr 1998/99 (Ende 31. März 1999) gab es trotz eines immer noch hohen Jahresfehlbetrages von 13,7 Millionen DM (Vorjahr: 17,1 Millionen DM) einen ersten Lichtblick: Mit plus 0,4 Millionen DM (Vorjahr: minus 8,1 Millionen DM) ist das Betriebsergebnis wieder positiv. ***Seite 10***

Sony und Zeiss: Gemischtes Doppel

Bereits seit zwei Jahren arbeiten der Elektronikgigant Sony und der Optikspezialist Carl Zeiss im Bereich hochwertiger Camcorder und Objektive zusammen. Auf der CeBIT wurde mit der Sony Cybershot die erste Digitalkamera mit dem legendären Schriftzug auf dem Objektiv vorgestellt. Zur IFA gibt es eine weitere spektakuläre Neuheit aus der Kooperation: die neue Sony Digitalkamera DSC-F505 mit 5x-Zoom Vario-Sonnar Objektiv von Carl Zeiss.

Seite 30

imaging+foto-contact-Interviews

Mit dem Auftritt auf der diesjährigen IFA in Berlin unterstreicht Canon seinen Anspruch, als führender Anbieter von Imaging-Systemen die visuelle Kommunikation in die Multimediawelt zu integrieren. imaging+foto-contact sprach mit Dr. Roderich Stomm, Präsident von Canon Deutschland und Canon Euro-Photo, sowie Canon Euro-Photo Vice President Norbert Boshüsen über die Highlights der Messe und die aktuellen Strategien von Canon. ***Seite 14***

Mitte Oktober öffnet die PMA Europe in London wieder ihre Pforten. Dort können sich die Besucher nicht nur auf der Fachmesse, sondern auch bei einem breiten Vortragsprogramm über die neuesten Trends, Technologien und Märkte der Fotobranche informieren. ifc sprach mit Dr. Klaus Petersen, Direktor des europäischen PMA Büros in München, über das Angebot der Messe. ***Seite 20***

Kultprodukt für Teens: Polaroid i-zone

„Cool!“ war der Kommentar, den die 15jährige Tochter des Schreibers dieser Zeilen auf die Frage abgab, wie sie die neue Sofortbildkamera i-zone von Polaroid fände. Begeisterung beim ersten Blick, beim Ausprobieren in den häuslichen vier Wänden und vor allem auch am nächsten Tag, auf dem Schulhof, in der Gruppe der Mitschüler. Kaum einmal zuvor hatte ein neues Kameramodell, das der Redaktion vor der Markteinführung zur Verfügung gestellt worden war, so schnell und überzeugend den Gebrauchstest bestanden. Die Polaroid i-zone scheint tatsächlich das Zeug dazu zu haben, innerhalb kürzester Zeit zu einem neuen Kultprodukt zu werden. ***Seite 43***

Internationale Funkausstellung 1999

Umfassende Information, spannende Unterhaltung und Fernsehen zum Anfassen – das alles bietet die Internationale Funkausstellung Berlin im 75. Jahr ihres Bestehens. Das Leitthema der diesjährigen IFA vom 28. August bis 5. September heißt „Digitale Evolution“. Im Mittelpunkt der weltweit bedeutenden Ausstellung steht das Zusammenwachsen der Bereiche Unterhaltungs-, Informations- und Kommunikationselektronik. Auch viele Unternehmen der Fotoindustrie zeigen in Berlin Präsenz; einige mit eigenen Ständen, andere durch eine Beteiligung am Gemeinschaftsstand multimedia home in Halle 1.1b, Stand Nr. 17/32. ***Seite 34***

inhalt

Zum Titelbild

Cirque Canon: Visuelle Kommunikation im Zentrum des IFA Auftritts 14

Editorial

Die Kult-Zone 5

Wirtschaftspolitischer Kommentar

Wer regiert unsere Republik? 50

Internationale Messen

Cirque Canon auf der IFA 14

Hersteller zeigen auf der IFA Digitalfotografie 34

Auf der IFA: MX-2900 Zoom von Fujifilm 41

KölnMesse feierte 75jähriges Bestehen 42

Drei Weltneuheiten von Olympus 48

Industrie

Leica: Wege aus der Krise 10

Handel 73

Kodak Kampagne für DuraLife Papier 70

H. D. Lehmann: Es geht rund 78

Labor

CeWe Mönchengladbach verbindet Größe mit Kundennähe 26

Digital Imaging

Canon Powershot S10 19

Sony und Zeiss wollen gemeinsam Qualitätsmaßstäbe im Digital Imaging setzen 30

Epson-Pressekonferenz in Schleißheim 56

Digitale Neuheiten 59, 65

Digitale Foodfotografie mit Leaf

Vor etwa anderthalb Jahren ist der Düsseldorfer Fotograf Martin Krapohl auf die digitale Fotografie umgestiegen. Der im Bereich Foodfotografie tätige Studiofotograf erledigt inzwischen fast 80 Prozent seiner Aufträge auf digitalem Wege. Zum Einsatz kommt bei ihm ein digitales Fachkamerasystem, bestehend aus dem Digitalrückteil Leaf DCB II-LV und der computergesteuerten Kamera SinarCam 1.

Seite 60

Digitale Kamerasysteme für Profis

Das Angebot an professionell nutzbaren digitalen Kamerasystemen wächst stetig – und mit ihm die Schwierigkeit, den Überblick zu behalten. Neue Abtastsensoren und neue Wege in der elektronischen Steuerung eröffnen fortwährend neue Einsatzmöglichkeiten für die Digitalfotografie, und die alten Möglichkeiten werden dank fallender Preise für immer mehr Anwender wirtschaftlich nutzbar. Die Frage, für welche Kamera sich ein Fotograf entscheiden sollte, hängt von verschiedenen Faktoren ab.

Seite 62

Foodfotografie mit dem Digitalrückteil Leaf DCB II-LV 60

Digitale Kamerasysteme für Profifotografen 62

Photoshop Praxis: Weiches Licht 66

Digitalkamera Kyocera Samurai 2100 DG 68

Nachrichten 6, 8, 24, 51

Neuheiten 54, 55

Polaroid i-zone Sofortbildkamera soll zum Kultobjekt der Teens werden 43

Neue SLR- und Kompaktkameras bei Pentax 52

Neue Rahmen im Hagee-Programm 76

imaging+foto-contact-Interviews

Canon Präsident Dr. Roderich Stomm: Die IFA 99 ist eine Plattform zur Demonstration unseres gesamten Produktportfolios für Imaginglösungen 14

Dr. Klaus Petersen, Direktor des europäischen PMA Büros: Neue Trends, neue Märkte 20

Video

Canon XM1: Drei Chips für die Oberklasse 17

Ulrich Vielmuth: Neues von der IFA 75

Profi

Boys & Girls lud zur Neuheitenpräsentation 72

Personelles 79

Rechtstips 74

Fotoliteratur 80

Klein- und Personalanzeigen 81

Impressum, Inserenten-Verzeichnis 85

Es muß nicht immer Hightech sein

Die Kult-Zone

Die gute Nachricht: Es gibt eine Innovation! Sie heißt i-zone, ist wahlweise in Blau, Grün oder Rot zu haben und macht Sofortbilder. Die sind so groß wie eine ansehnliche Briefmarke und werden an einem Streifen aus der Kamera gezogen. Wer will, bekommt die kleinen Bilder auch mit selbstklebender Rückseite zum Aufpappen an jede mögliche oder auch unmögliche Stelle.

Kein Zweifel, dieses Produkt ist eine Provokation. Da bemühen wir uns um Qualitätsmarketing, um Bildkompetenz, um immer raffiniertere digitale Kameras und Dienstleistungen, und da kommt die zur Zeit bekanntlich nicht gerade auf einer Wachstumswoge schwimmende Firma Polaroid mit einem Produkt, das besser in die Spielwarenabteilung als in ein seriöses Fachgeschäft zu passen scheint. Wer soll die Dinger denn kaufen? Doch höchstens diese unmöglichen Jugendlichen, durch Ohren, Nase, Lippen und Bauchnabel gepierct, von der Rechtschreibreform geschädigt und überhaupt gänzlich kulturlos. Wo bleibt denn da der Anspruch?

Noch eine gute Nachricht: Die zehn Millionen Jugendlichen im Alter zwischen sechs und 17 Jahren, von denen glücklicherweise nicht alle so aussehen wie oben beschrieben, verfügen über eine Kaufkraft von 18 Milliarden DM im Jahr. Und sie interessieren sich für alles, was zur Zeit im Trend liegt, von Roller Skates über das Handy bis zum Tamagotchi seligen Angedenkens. Klassische Fotoprodukte sind leider viel zu selten dabei; das ist die schlechte Nachricht.

Aber hier liegt eine Chance für den Fotohandel. Die jungen Leute kommunizieren gerne, besonders mit Mitteln, die ihnen Spaß machen. Das trifft zur Zeit offensichtlich auf Handys und vor allem die E-Mail zu, auf konventionelle Fotografie offensichtlich weniger. Dabei achten die Kids, wie man sie auf neudeutsch nennt, nicht auf konkreten Verbrauchernutzen, sondern auf den Spaßfaktor und vor allem darauf, ob das Produkt „in“ ist. Mit geschicktem Marketing könnte es Polaroid durchaus gelingen, die i-zone dieser Zielgruppe schmackhaft zu machen. Einfache Technik steht dem keinesfalls entgegen: Das millionenfach verkaufte Tamagotchi zeichnete sich im Zeitalter dreidimensional animierter Video- und Computerspiele auch nicht gerade durch raffinierte Digitaltechnik aus.

In Japan jedenfalls, wo die Mini-Polaroid schon seit mehr als einem Jahr auf dem Markt ist, schlug das Ding bei der vorwiegend weiblichen Jugend jedenfalls wie eine Bombe ein. Daß dabei dem konventionellen Fotogeschäft nichts weggenommen wurde, versteht sich von selbst: Die kleinen Spaßbildchen sind mit Sicherheit kein Ersatz für ein „richtiges“ Foto, sondern ein neuer Gag für Disco, Kneipe und Jugendclub.

Der Fotohandel hat bei i-zone also nur etwas zu verlieren, wenn er außen vor bleibt, während das Ding zum Kult wird. Daß dafür nicht objektive Qualitätsmerkmale ausschlaggebend sind, hat in unserer Branche das Beispiel Lomo schlagend bewiesen. Pfiffige junge Leute machten die chancenlose Kamera aus Rußland zum Symbol einer bestimmten Lebensart und sorgten von Moskau bis New York für Aufsehen. Also: Wenn schon ein Tamagotchi, dann eines mit Bildern. Wagen Sie sich mutig in die i-zone und hoffen Sie auf neue Zielgruppen. Sie brauchen sich darum ja nicht gleich einen Ring durch die Nase zu ziehen.

Th. Blömer

Kodak im zweiten Quartal

Der Umsatz der Eastman Kodak Company ist im zweiten Quartal 1999 um zwei Prozent auf 3,61 Milliarden Dollar gewachsen. Für das erste Halbjahr ergibt sich ein Umsatzzuwachs von vier Prozent auf 6,71 Milliarden Dollar.
Der Nettogewinn im zweiten Quartal betrug 491 Millionen Dollar, fast genauso viel wie im selben Zeitraum 1998 (495 Millionen Dollar). Allerdings enthielt das Ergebnis im vergangenen Jahr einen Vorsteuergewinn von 66 Millionen Dollar aus dem Verkauf von Aktien an die Gretag Imaging AG. Um diesen außergewöhnlichen Einfluß bereinigt, erzielte Kodak im zweiten Quartal '99 eine Gewinnsteigerung von 9 Prozent. Für das erste Halbjahr betrug der Gewinn 682 Millionen Dollar, fünf Prozent weniger als die 720 Millionen Dollar im ersten Halbjahr des Vorjahres.

Der Umsatz des Consumer Imaging Segmentes erreichte im zweiten Quartal mit 1,996 Milliarden Dollar das Niveau des Vorjahres. Starkes Wachstum in den USA schlug sich in gestiegenen Mengen bei Fotofinishing-Dienstleistungen, Papier und Film nieder.

Der operative Gewinn stieg um drei Prozent auf 417 Millionen Dollar. Kodak Professional meldete für das zweite Quartal einen Umsatzzuwachs um neun Prozent auf 485 Millionen Dollar. Das operative Ergebnis verbesserte sich um 19 Prozent auf 99 Millionen Dollar.

Kodak hat weitere Maßnahmen zur Kostensenkung angekündigt. So soll die Elmgrove Fabrik in Gates bei Rochester innerhalb der nächsten drei Jahre geschlossen werden. An diesem Standort, wo lange Zeit Kameras produziert wurden, werden zur Zeit Digitalkameras hergestellt, deren Produktion in andere Fabriken in der Region Rochester verlagert werden soll. Kodak wird zudem eine seiner älteren Filmbeschichtungsanlagen stillegen und das Volumen auf andere Maschinen verteilen.

Fujifilm mit Helmut Rupsch

Helmut Rupsch, Geschäftsleiter German Sales Division Fuji Photo Film (Europe) GmbH

Die Fuji Photo Film Europe GmbH hat die Ernennung von Helmut Rupsch zum Geschäftsleiter der deutschen Vertriebsorganisation bekanntgegeben. Der 55jährige Manager tritt die Nachfolge von Franz Wagner an, der – wie berichtet – vor einigen Wochen aus dem Unternehmen ausgeschieden ist. Rupsch war zuvor Geschäftsführer der Consumer Products Gruppe von Sony Deutschland. Bei Fujifilm ist er verantwortlich für Marketing und Vertrieb im gesamten Bundesgebiet. Neben den bekannten Fotoprodukten ist Fujifilm auch mit einer breiten Palette von grafischen und medizinischen Geräten aktiv. Rupsch unterliegen auch die Bereiche Service, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Er hat seine Tätigkeit bei Fujifilm am 16. August 1999 aufgenommen.

CeWe Color: Mehr Gewinn

CeWe Color hat für das erste Halbjahr 1999 kräftige Umsatzsteigerungen und ein überproportional gewachsenes Halbjahres-Ergebnis gemeldet.

Die vorläufigen Zahlen weisen ein Umsatzwachstum um 9,4 Prozent auf 174,6 Millionen Euro aus, verglichen mit 159,6 Millionen Euro im ersten Halbjahr 1998. Dabei konnte CeWe Color auf allen Märkten Steigerungen erzielen.
Im ersten Halbjahr 1999 wurden in den 25 CeWe Labors 39 Millionen Filme entwickelt, 6,8 Prozent mehr als im ersten Halbjahr 1998. Die Zahl der geprinteten Farbbilder stieg um 7,9 Prozent auf 1,347 Milliarden. Sowohl das Umsatz- als auch das Mengenwachstum liegen über der Planung. Wie berichtet, strebt CeWe Color für das Geschäftsjahr 1999 einen Umsatz von 380–390 Millionen Euro an, was einem Zuwachs von 7–8 Prozent gegenüber dem Vorjahr entsprechen würde.

Mit einem Plus von fast 17 Prozent gegenüber dem Vorjahr liegt das Vorsteuer-Ergebnis im ersten Halbjahr ebenfalls deutlich über der Planung. Für das Jahresergebnis sind aufgrund der saisonalen Schwankungen und der Abhängigkeit von der Urlaubssaison die Spitzenmonate Juli, August und September entscheidend.

Agfa steigert Bayer-Gewinn

Durch den Börsengang von Agfa-Gevaert hat sich der Gewinn der Bayer AG im ersten Halbjahr 1999 auf 1,7 Milliarden Euro verdoppelt. Der Verkauf der Agfa Aktien hat dem Leverkusener Chemieunternehmen einen Ertrag von 952 Millionen Euro gebracht. Trotz eines Umsatzrückgangs um zwei Prozent im ersten Halbjahr auf 14,2 Milliarden Euro rechnet Bayer Vorstandsvorsitzender Dr. Wolfgang Schneider mit einer positiven Entwicklung für das zweite Halbjahr.

Photo Huber bei der Golf WM 2000

Der „offizielle Fotograf" der Golf WM 2000, die vom 23. August bis 03. September 2000 in Berlin stattfinden wird, ist Photo Huber. Das Unternehmen ist im Berliner Europa-Center beheimatet und bietet sowohl Analog- als auch Digitalfotografie an. Zwei weitere Filialen gibt es in Berlin auf der Hauptstraße und am Tempelhofer Damm; eine weitere Niederlassung befindet sich in Cottbus. Inhaber Gerd-Peter Huber und sein Team sind spezialisiert auf Portraitaufnahmen, Reportagen, Tagungen und Architektur-Fotografie.

Während der WM wird Photo Huber einen Schnell-Entwicklungsservice anbieten und die Mannschaftsfotos und Portraitaufnahmen bei dem Großereignis entwickeln.

OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE

Digital und kreativ

CAMEDIA C-2000 ZOOM

Die kompakte CAMEDIA C-2000 Zoom im eleganten Metallgehäuse läßt digitales Fotografieren dank einer faszinierenden Fülle individueller Bildgestaltungsmöglichkeiten zum kreativen Erlebnis werden – und das mit 2,1 Millionen Pixeln.

- kompaktes Aluminiumgehäuse
- Optischer 3-fach Präzisionszoom plus 1,6-, 2- oder 2,5fach Digitalzoom
- 1/2 Zoll 2,1 Millionen Pixel CCD Chip
- 3 Belichtungseinstellungen:
  - Blendenvorwahl (W: F2.0-11.0, T: F2.8-11.0)
  - Belichtungszeitvorwahl (1/2 - 1/800 Sek., mechanischer Verschluß)
  - Programmautomatik
- Belichtungskorrektur ±2 in 1/3 Schritten
- Weißabgleichvoreinstellungen für Echtfarb-Darstellung
- 3-Stufen-Lichtempfindlichkeit: ISO 100, ISO 200 oder ISO 400
- 4 verschiedene Blitzprogramme für optimale Lichtverhältnisse
- 4,5 cm-Niedrigtemperatur-Polysilikon-TFT-LCD-Farbmonitor
- Realbildzoomsucher
- Smartmedia-Speicherkarte mit 8, 16 oder 32 MB
- Video-Ausgang
- Serienbildfunktion
- **Fernbedienung (RM-1) wird mitgeliefert**

MKM 905

Service-Partner

Bremaphot

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

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

... mit einem Verkaufsbüro auch in Ihrer Nähe!

Stephan J. Reinhold, CeWe Color Geschäftsführer (l.), Ingrid Guggenberger, kaufmännische Leiterin, und Uwe Moser, technischer Leiter, empfingen über 300 Gäste zur Jubiläumsfeier im CeWe Color Betrieb in München Germering.

Seit zehn Jahren CeWe Color in München

CeWe Color, die größte konzernunabhängige Fotolaborgruppe Europas, blickt in diesem Jahr auf das zehnjährige Bestehen ihres Standortes Germering (München) zurück. Anläßlich des Jubiläums lud Geschäftsführer Stephan J. Reinhold 300 Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten sowie Vertreter der Stadt München mit ihren Familien zum Sommerfest ein. Der Münchner Laborbetrieb war das zweite Großlabor in der CeWe Color Gruppe und befand sich ursprünglich in Pasing-Neuabing. 1989 wurde der Betrieb in großzügige, neu gebaute Räumlichkeiten in Germering verlegt.

Picture CD und PhotoNet von CeWe Color

CeWe Color hat eine Erweiterung des Programms digitaler Dienstleistungen angekündigt. Zusätzlich zu Digital Photo, Photo Screen, Photo CD und Bildern aus der Digitalkamera über die DigitalStation bietet das Unternehmen jetzt mit Kodak auch die Picture CD und den PhotoNet Online Service an. Bei der Picture CD werden – wie berichtet – bis zu 40 Bilder eines Farbnegativ-Films in der Auflösung 1.534 x 1.024 Pixel auf eine CD-Rom im JPEG Format gespeichert. Die CD enthält zudem Bildbearbeitungs- und Archivierungssoftware sowie sporadisch wechselnde Informationen und Tips.

Beim PhotoNet Online Service stellt CeWe Color bis zu 40 digitale Bilder aus einem Fotofinishing-Auftrag für sechs Wochen auf dem hauseigenen Server ins Internet. Mit einem persönlichen Code, den der Kunde zusammen mit seinen Bildern erhält, kann er die Bilder im Internet betrachten, per E-Mail verschicken oder durch Weitergabe des Codes anderen zugänglich machen. PhotoNet Online erlaubt es zudem, die Bilder in Bildschirmauflösung auf den Home PC herunterzuladen. Abweichend von Kodak bietet CeWe Color zusätzlich drei kostenlose Downloads in 4-Base-Auflösung (1.534 x 1.024 Pixel) an. In der Startphase werden die Bilddaten zudem acht Wochen auf dem Server bereitgehalten. Dadurch sollen die Kunden die Möglichkeit erhalten, die neuen Dienstleistungen in Ruhe, ohne weitere Zusatzkosten zu testen.

Agfa Europa in Genf

Die europäische Vertriebszentrale der Agfa-Gevaert Gruppe wird sich im schweizerischen Genf ansiedeln. Das neue Unternehmen, Agfa Europe SA, wird mit einem erwarteten Umsatz von mehr als einer Milliarde Euro ungefähr 25 Mitarbeiter beschäftigen.

In einer Pressemitteilung wird betont, daß die Gründung einer Vertriebszentrale für den europäischen Markt ein grundlegender Schritt für die maximale Nutzung der durch die Einführung des Euro entstandenen Möglichkeiten ist. Genf sei ein günstiger Standort, um den angrenzenden Märkten die notwendige Unterstützung zu gewähren. Piet Cottenie, General Manager Agfa Europe, will die Verwaltung der neuen Vertriebszentrale effektiver gestalten, den Vertrieb auf nationaler Ebene verbessern und die bisherige Verfolgung nationaler Interessen durch eine einheitliche europäische Strategie ersetzen. Die Gründung der neuen europäischen Agfa Vertriebszentrale ist Teil einer bereits angekündigten Umstrukturierung der nationalen Vertriebskanäle in die vier regionalen Bereiche Europa, NAFTA (USA, Canada, Mexico), Lateinamerika und Ferner Osten.

Konica CD liefert Verkaufsinformationen

Konica hat für seine Fotohandelspartner eine CD-Rom entwickelt, die einen schnellen Zugriff auf wichtige verkaufstechnische Informationen ermöglichen und die Kommunikation zwischen Handel und Industrie weiter vereinfachen soll. Auf der CD-Rom findet der Konica Handelspartner Abbildungen aller zum Zeitpunkt der CD-Herstellung verfügbaren Produkte des Unternehmens mit Preislisten und technischen Daten. Detaillierte Fragen der Kunden kann der Fotohändler damit schnell beantworten, nicht im Laden vorhandene Produkte aus dem Konica Programm lassen sich mit Hilfe von Animationen darstellen. Eine

Bestellung kann per digitalem Bestellformular aufgegeben werden. Eine weitere Nutzungsmöglichkeit für die CD-Rom ist das Herunterladen von Produktfotos, die beispielsweise für eigene Werbe- und Präsentationszwecke genutzt werden können. Weiterhin bietet die CD-Rom noch Informationen zum Unternehmen und den dortigen Ansprechpartnern.

One step ahead-

Die neue MX-2900 ZOOM

2,3 Mio. Pixel

3fach-Zoom

SmartMedia™ Card

Leistungsstarker Lithium-Ionen-Akku

Manuelle Einstellung

Blitzschuh für externe Blitzsysteme

Jetzt im Fachhandel.

FUJIFILM

I&I – Imaging & Information

FUJI PHOTO FILM (EUROPE) GMBH · Heesenstr. 31 · 40549 Düsseldorf · Internet: http://www.fujifilm.de

Immer noch hoher Verlust, aber positive Signale

Wege aus der Krise

Ein umfangreiches Bündel von Restrukturierungsmaßnahmen stellte der Vorstandsvorsitzende der Leica Camera AG, Hanns-Peter Cohn, auf der Bilanzpressekonferenz des Unternehmens der Fach- und Wirtschaftspresse vor. Im Geschäftsjahr 1998/99 (Ende 31. März 1999) gab es trotz eines immer noch hohen Jahresfehlbetrages von 13,7 Millionen DM (Vorjahr: 17,1 Millionen DM) einen ersten Lichtblick: Mit plus 0,4 Millionen DM (Vorjahr: minus 8,1 Millionen DM) ist das Betriebsergebnis wieder positiv.

Hanns-Peter Cohn, der seit dem 11. Januar dieses Jahres an der Spitze der Leica Camera AG steht, machte keinen Hehl daraus, daß das Unternehmen noch einen schweren Weg vor sich hat. „Wieder in die Gewinnzone zu gelangen, erfordert die Umsetzung harter Maßnahmen. Das sind unangenehme Maßnahmen, aber da müssen wir durch. Und diesen Weg haben wir jetzt eingeschlagen."

Hanns-Peter Cohn, Vorstandsvorsitzender der Leica Camera AG

Im vergangenen Geschäftsjahr erzielte die Leica Camera Gruppe einen Umsatz von 265,3 Millionen DM. Das sind 4,1 Prozent weniger als im Vorjahr. Dabei konnten in den europäischen Auslandsmärkten und in den Vereinigten Staaten Umsatzsteigerungen erzielt werden. Zur Steigerung um 5,1 Prozent auf 77,8 Millionen DM im europäischen Ausland trugen besonders Spanien, die Schweiz, die skandinavischen Länder und Großbritannien bei. In den USA wurde – vornehmlich durch die Fernoptik – erneut ein gutes Wachstum um 7,8 Prozent auf 56,7 Millionen DM realisiert. Rückgänge wiesen dagegen der deutsche Markt, die Region Asien/Australien und die als übrige Länder zusammengefaßten Regionen auf. Hanns-Peter Cohn: „Im deutschen Markt konnten wir uns nicht mehr gegen den negativen Trend in den für uns relevanten Produktkategorien durchsetzen. Vor allem ein verhaltenes viertes Quartal des Geschäftsjahres führte zu einem um 7,2 Prozent geringeren Inlandsumsatz von 86,9 Millionen DM."

Trotz eines stabilen Geschäftes in Japan schlug die Krise in Asien erneut auf das Leica-Ergebnis durch: In Fernost war ein Umsatzrückgang um 17 Prozent auf 41,9 Millionen DM zu verzeichnen. Hier rechnet Cohn allerdings mit einer leichten Erholung der Region im laufenden Geschäftsjahr. Insgesamt stieg der Exportanteil der Leica Camera AG von 66,1 Prozent im Vorjahr auf nunmehr 67,2 Prozent.

Leica M bleibt am stärksten

Kameras und Objektive der Meßsucher-Systemkamera Leica M haben auch im vergangenen Geschäftsjahr mit einem unveränderten Umsatzanteil von 26,3 Prozent am Gruppenumsatz ihre Stellung als wichtigste Produktlinie der Leica Camera AG gehalten. In absoluten Zahlen sind dies 69,9 Millionen DM, nach 73,1 Millionen DM im Vorjahr. Die Spiegelreflexkameras und Objektive des R-Systems konnten trotz eines rückläufigen Marktes für hochwertige Modelle dieses Kameratyps eine Umsatz von 42,6 Millionen DM erzielen – fast genauso viel wie vor drei Jahren. Im Vergleich zum Vorjahr ergibt sich ein Rückgang von 37 Prozent, da in dieser Periode – wie bereits im Geschäftsjahr 1996/97 – der Abverkauf des auslaufenden Modells Leica R7 zusammen mit der Einführung der Leica R8 zu überdurchschnittlichen Umsätzen führte.

Kompaktkameras gut entwickelt

Eine erfreuliche Entwicklung zeigten mit einem um 40,2 Prozent gesteiger-

ten Umsatz die Kompaktkameras, mit denen Leica ein Volumen von 38,9 Millionen DM realisierte. Positiv entwickelte sich auch der Bereich Fernoptik mit einem Umsatz von 48,6 Millionen DM (plus 8,6 Prozent). Mit einem Anteil am Gesamtumsatz von nunmehr 18,3 Prozent ist dieses Segment jetzt das zweitgrößte der Gruppe. Mit 23,0 Millionen DM (plus 12,9 Prozent) waren auch die Umsätze mit den Leica Diaprojektoren in einem insgesamt rückläufigen Markt zufriedenstellend. Dagegen blieb der Verkauf von digitalen Studiokameras der Leica S1-Familie mit einem Umsatzvolumen von 1,9 Millionen DM hinter den Erwartungen zurück.
Als Ergebnis der Konzentration auf die Kernprodukte sank der Umsatz mit Kameras und Ferngläsern der Marke Minox um 16,9 Prozent auf 9,9 Millionen DM.

Hoher Verlust, aber bessere Struktur

Zum nach wie vor hohen Jahresfehlbetrag von 13,7 Millionen DM trugen bei der Leica Camera AG verschiedene

Hanns-Peter Cohn: „Leica – das ist fast ein Stück Kultur."

Faktoren bei. Hohe Bankverbindlichkeiten, die zum Ende des dritten Quartals (31. Dezember 1998) einen Höchstwert von 100,9 Millionen DM erreichten, hatten ein negatives Finanzergebnis von minus 5,0 Millionen DM zur Folge. Für das laufende Jahr rechnet Hanns-Peter Cohn mit einer deutlichen Verbesserung: „Bis zum Bilanzstichtag konnten wir diesen Wert

Nach der Pressekonferenz stellte sich der auf zwei Mitglieder reduzierte Leica-Vorstand mit Hanns-Peter Cohn, links, und Burghard Kiesel (rechts) den Fotografen. Mitte: Der langjährige Leica-Pressechef Hans-Günter von Zydowitz, der zum letzten Mal in seiner Eigenschaft als Pressesprecher auf einer Bilanzpressekonferenz vor die Presse trat. Er geht Ende dieses Jahres in den Ruhestand.

auf 81,4 Millionen DM zurückführen. Zum 30. Juni dieses Jahres haben wir die Grenze von 70 Millionen DM bereits unterschritten." Bereits begonnene Restrukturierungsmaßnahmen führten zu außerordentlichen Aufwendungen von 8,6 Millionen DM (Vorjahr: 5,1 Millionen DM). Die Wirkung der seit Dezember 1998 eingeleiteten Sofortmaßnahmen zeigt sich beim leicht positiven Betriebsergebnis. Nachdem die ersten drei Quartale noch einen negativen Saldo von 1,6 Millionen DM aufwiesen, führte strenges Kostenmanagement zu einem insgesamt leicht positiven Betriebsergebnis von 0,4 Millionen DM.

Einschneidende Maßnahmen

Nach einer umfassenden Analyse der Unternehmensabläufe wurden in den ersten Monaten dieses Jahres einschneidende Maßnahmen zur Restrukturierung der Leica Camera AG eingeleitet. So soll eine verbesserte Materialwirtschaft im laufenden Jahr Einsparungen von etwa 3,5 Millionen DM ermöglichen, ohne die Qualität der Produkte zu beeinträchtigen. Vom bereits Anfang April angekündigten Abbau von insgesamt 100 Stellen erwartet Cohn zudem einen Einspareffekt von ca. drei Millionen DM. Bis zum 30. Juni 1999 war bereits ein Abbau von 87 Stellen realisiert; die restlichen sollten bis Ende Juli folgen. Dabei decken die im Rahmen des Jahresabschlusses gebildeten Rückstellungen für Abfindungen die entstehenden Kosten ab.

Die beeinflußbaren Sachkosten der Leica Camera AG sollen im Vergleich zum Vorjahr um 14 Prozent reduziert werden. Das entspricht einem Sparbeitrag von etwa 4,4 Millionen DM.

Umsatzerlöse nach Produktlinien

in Mio. DM	1997/98	1998/99	Veränderung
Umsatzerlöse insgesamt	276,5	265,3	- 4,1%
Leica M-System	73,1	69,9	- 4,5%
Leica R-System	67,6	42,6	- 37,0%
Leica Compact-Kameras	27,8	38,9	+ 40,2%
Leica Fernoptik	44,7	48,6	+ 8,6%
Leica Projektoren	20,4	23,0	+ 12,9%
Ersatzteile/Kundendienst	10,2	8,9	- 12,7%
Digital Imaging	0,7	1,9	+ 171,4%
Leica Kernprodukte	243,8	233,7	- 4,1 %
Minox	12,4	9,9	- 19,6%
Sonstige	19,7	21,7	+ 10,1%

Neuer Vertriebsleiter Deutschland bei Leica

Steffen Keil (Jahrgang 1967), bislang Produktmanager für Kompaktkameras der Leica Kamera AG, Solms, hat zum 1. Juni 1999 die Leitung des Vertrieb Deutschland des Unternehmens übernommen. Der Diplomkaufmann war nach dem Eintritt in das Unternehmen 1995 zunächst knapp zwei Jahre Assistent des damaligen Vorstandes Marketing und Vertrieb, Wolfgang Müller. In dieser Funktion war Steffen Keil, der auch privat das Fotografieren zu seinen Hobbys zählt, für das Handelsmarketing in Deutschland zuständig. In der neuen Position löst er Steffan Gold ab, der seit dem 1. April 1999 den bei der Leica Camera AG neu geschaffenen Bereich Marketing Service leitet, in dem beispielsweise ein neues Call-Center entstehen wird. Steffen Keil hat sich unter anderem auf seine neue Aufgabe durch einen intensiven Erfahrungsaustausch mit der amerikanischen Leica Vertretung vorbereitet.

Handlungsbedarf bestand auch bei der Vorratshaltung der Leica Camera AG. Bis zum Bilanzstichtag am 31. März 2000 strebt Hanns-Peter Cohn eine Reduzierung um 30 Prozent an, mit einem Einsparpotential von 2,0 Millionen DM. Weitere Maßnahmen betreffen die Effizienz des technischen Kundendienstes durch Reorganisation und eine engere Verzahnung mit dem Vertrieb sowie die Verbesserung der Wirtschaftlichkeit bei den Beteiligungsgesellschaften. Nicht gespart werden soll dagegen bei Forschung und Entwicklung. Bereits im vergangenen Geschäftsjahr wandte Leica in diesem Bereich mit 14,4 Millionen DM 6,7 Prozent mehr auf als im Vorjahr. Hanns-Peter Cohn: „Für das Unternehmen ist dies eine wichtige Investition in die zukünftige Ertragskraft, die auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten konsequent fortgeführt wird."

Konzentration auf Kernkompetenzen

Bei der strategischen Ausrichtung der Leica Camera AG sollen in Zukunft Grenzen und Möglichkeiten des mittelständischen Unternehmens besser berücksichtigt werden. Dabei ist Hanns-Peter Cohn davon überzeugt, daß die Marke Leica auch in Märkten des kommenden Jahrtausends ihren Platz behaupten kann: „Leica, das ist fast ein Stück Kultur", erklärte der neue Vorstandsvorsitzende vor der Presse. „Unsere Marke und unsere Produkte strahlen eine ungebrochene Faszination aus, die weit über die rein wirtschaftliche Bedeutung des Unternehmens hinausgeht."

Dabei seien die Stärken des Unternehmens vor allem in den Feldern Optik und Mechanik zu sehen: „Für uns bedeutet dies, daß wir uns auf unsere Kernkompetenzen konzentrieren müssen und nicht versuchen dürfen, nach den Sternen zu greifen", erklärte Cohn. „Wir müssen mit unseren Produkten die Marktbereiche besetzen, auf die sich unsere Mitbewerber nicht konzentrieren."

Weitere M-Modelle

Dabei sieht Cohn vor allem die Möglichkeiten des Leica Flaggschiffs, der Meßsucher-Systemkameras der M-Serie, noch nicht ausgereift. Mit weiteren Modellen sollen den Fotografen hier zusätzliche Wahlmöglichkeiten geboten werden. Ihre einzigartige Position auf dem Markt sollen die Leica M Kameras in den nächsten Wochen auch als Mittelpunkt der Unternehmenskommunikation unter Beweis stellen. Im Spiegelreflex-Segment will Leica durch neue Objektive und vor allem dringend benötigtes Zubehör eine Stabilisierung der Umsätze erreichen.

Neue Zielgruppen erschließen

Die im vergangenen Jahr bereits sehr erfolgreichen Kompaktkameras sollen auch in Zukunft weitere Akzente setzen. Das gilt auch für das digitale Segment, wo nach dem erfolgreichen Versuch des vergangenen Jahres ein weiteres Kompaktmodell geplant ist. Hanns-Peter Cohn: „Jede einzelne Digitalkamera muß ein Stück Werbung für Leica in neue Zielgruppen hineintragen." Die führende Marktposition im Bereich der Fernoptik soll durch neue Produkte ausgebaut werden. Auch in den nach wie vor erfolgreichen Projektoren sieht das Leica Management einen Leistungsbeweis für die optische Kompetenz des Unternehmens.

Schwarze Zahlen im Visier

Im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres, also in den Monaten April, Mai und Juni, hat die Leica Camera AG einen fakturierten Umsatz von 57,0 Millionen DM erreicht, 2,5 Prozent weniger als im Vorjahreszeitraum. Die Auftragseingänge im ersten Quartal beliefen sich jedoch auf 63,0 Millionen DM. Hanns-Peter Cohn geht darum von einem moderaten Umsatzwachstum von 3 Prozent für das Gesamtjahr aus. Dabei, so der Leica Vorstandsvorsitzende, könnten in den ersten beiden Quartalen Verluste eintreten, weil die Restrukturierungsmaßnahmen erst im zweiten Halbjahr voll ergebniswirksam werden.

Für das laufende Geschäftsjahr zeichne sich ein ausgeglichenes Ergebnis ab. Mit einer Rückkehr in die Gewinnzone sei im Geschäftsjahr 2000/2001 zu rechnen.

„Unsere Marke und unsere Produkte strahlen eine ungebrochene Faszination aus."

Videoportrait 3001 von VST:

Profi-Portraits live und in Farbe

Das neue Fotosystem „Videoportrait 3001" erweitert die Möglichkeiten der elektronischen Sofortbild-Fotografie: zum Beispiel durch acht Bildspeicher für Serienaufnahmen – und Bildformate bis 13 x 18 cm!

Das Profi-System gehört zur Serie der „FotoSPrint Express-Studios", die VST Video System Technik aus Saalfeld/Thüringen gemeinsam mit Mitsubishi Electric anbietet. Es umfaßt eine hochauflösende Studiokamera – mit Zoomobjektiv und Weichzeichnungsfilter –, einen Monitor zur Bildkontrolle, einen analogen Thermo-Sublimationsprinter zur Bildausgabe sowie ein digitales Bildarchiv, das den Bildern automatisch eine fortlaufende Nummer vergibt und damit die Nachbestellung enorm vereinfacht. Bis zu 500 Bilder können auf MiniDisk (MD) gespeichert werden.

Schnell zu schönen Bildern

Verantwortlich für das im Bereich der Fotografie perfekte DIN A5-Format der Bilder, wie auch für deren ungewöhnlich hohe Brillanz, ist der Farb-Videoprinter CP800E von Mitsubishi Electric. Videoportrait 3001 kann mit zwei Printern bestückt werden, die sich nicht nur durch ihr Format auszeichnen: Sie bieten Auflösungen bis zu 1,5 Millionen Bildpunkte, eine Farbtiefe von 16,7 Millionen Farben und hervorragende Kontraste – kurz: eine fotorealistische Bildwiedergabe. Die Prints sind durch eine Laminatschicht vor typischen Umwelteinflüssen und UV-Licht geschützt und behördlich für das Paß- und Meldewesen zugelassen.

Per Split-Funktion wird ein Print in maximal sechs – gleiche oder verschiedene – Motive unterteilt. So deckt Videoportrait 3001 praktisch alle Anwendungen in der Portraitfotografie ab: Der Fotograf kann bei Einsatz des Farb-Videoprinters CP800E etwa sechs Paß-/Bewerbungsbilder auf einem Print anfertigen – wenn das Motiv gelungen ist, nimmt der Kunde auch gern noch zwei Freundschaftsbilder oder ein Portrait als Ganzbild mit. Alternativ zum CP800E verwendet VST für sein System auch den Printer CP700E, gleichfalls von Mitsubishi Electric – und gleichfalls von bestechender Bildqualität. Dieses Modell kann Paß-/Bewerbungsbilder auf einen Print bannen.

Grenzenlos kreativ

Besonders brillante Bilder entstehen beim Fotografieren mit Blitz – die Infrarot-Blitzsteuerung ist gleich im Gerät integriert. Auch sonst wartet Videoportrait 3001 mit dem ganzen Komfort digitaler Profi-Systeme auf – und zwar mehr als üblich: Acht Bildspeicher zum Beispiel erlauben es, eine ganze Aufnahmeserie „einzufrieren", auf dem Monitor zur Auswahl zu zeigen – und bei Bedarf zu korrigieren: Kontrast und Farbdichte lassen sich per Onscreen-Menü komfortabel einstellen. Die exakte Kalibrierung von Monitor und Printer stellt sicher, daß das Bild so ausgegeben wird, wie es am Bildschirm erscheint. Dabei entstehen kaum Wartezeiten: Noch während ein Printer am Ausdruck arbeitet, kann der Fotograf bereits das nächste Portrait aufnehmen – perfekte Voraussetzungen gerade für mobile Fotostudios!

Auch für die kreative Gestaltung bietet Videoportrait 3001 professionelle Möglichkeiten. So kann der Fotograf auch Schwarz-Weiß-Aufnahmen machen und auf einem Print mit Farbaufnahmen kombinieren – oder den Print als Spiegelbild ausgeben für den Druck auf Andenken, zum Beispiel Tassen. Solche Möglichkeiten eröffnen ganz neue Geschäftsfelder für die Aktionsfotografie – unterstützt durch die geringe Printzeit von weniger als einer Minute.

Informationen zu dem System und den Druckern erhalten Sie unter:
Tel.: 03 46 92 / 22 10
Fax: 03 46 92 / 2 21 22

Cirque Canon

Visuelle Kommunikation im Zentrum des IFA Auftritts

Dr. Roderich Stomm, Präsident von Canon Deutschland und Canon Euro-Photo: „Die IFA 99 ist eine Plattform zur Demonstration unseres gesamten Produktportfolios für Imaginglösungen.“

Unter dem Motto „Trust your eyes“ – Traue Deinen Augen – präsentiert sich Canon auf der Internationalen Funkausstellung 1999. Das riesige Zirkuszelt des „Cirque Canon“ visualisiert dabei auf den ersten Blick die Produktvielfalt, mit der sich Canon als Anbieter von Systemlösungen rund ums Bild präsentiert.

Zu den wichtigsten IFA Neuheiten von Canon zählen der neue Oberklasse-Camcorder XM1 und die neue Digitalkamera PowerShot S10. Dazu kommen zahlreiche Drucker, Scanner und Beamer sowie erstmalig auch eine Softwarelösung zur Nachbearbeitung von Videofilmen.
Diese Produkte werden den Messebesuchern mit atemberaubenden Darbietungen und zauberhaften Präsentationen nahegebracht, bei den Hightech und Traumwelt ineinander übergehen. Dabei ist das Canon Publikum in Berlin auch zum aktiven Mitmachen eingeladen: An zahlreichen „Touch and Try Countern“ stehen die aktuellen Produkte zum persönlichen Kennenlernen bereit. Mit von der Partie ist erstmals auch die Canon Tochtergesellschaft Criterion, deren Spielesoftware in einem separaten Game-Bereich zum Einsatz kommt, und im Canon-Kino werden die Wunder des Lichts und die Canon Technologie der Objektive und Bildstabilisatoren unterhaltsam und lehrreich zugleich präsentiert.
Mit diesem IFA Auftritt unterstreicht Canon seinen Anspruch, als führender Anbieter von Imaging-Systemen die visuelle Kommunikation in die Multimedia-Welt zu integrieren.
imaging+foto-contact sprach mit Dr. Roderich Stomm, Präsident von Canon Deutschland und Canon Euro-Photo, und Canon Euro-Photo Vice President Norbert Boshüsen über die Highlights der Messe und die aktuellen Strategien von Canon.

imaging+foto-contact: Herr Dr. Stomm, im Frühjahr haben Sie bei Ihrem ersten Presseauftritt als Präsident von Canon Euro-Photo und Canon Deutschland eine verstärkte Zusammenarbeit beider Gesellschaften angekündigt. Welche sichtbaren Effekte haben sich daraus inzwischen ergeben?

Dr. Roderich Stomm: Unsere zahlreichen gemeinsamen Auftritte in der Öffentlichkeit – die IFA ist das aktuellste Beispiel dafür – sind die offensichtlichen Schritte im Sinne der Synergienutzung. Eine so große Investition wie die IFA muß für Canon als Imaging Solution Provider selbstverständlich als eine Plattform zur Demonstration des gesamten Produktportfolio rund um Imaging Lösungen betrachtet werden. Hier ergänzen sich die beiden Gesellschaften hervorragend. Schon bei der photokina im vergangenen Jahr und auch zur CeBIT im Frühjahr ’99 haben wir gemeinsam gezeigt, was im Sinne der Vernetzung von Produkten möglich ist.
Wir werden auch in anderen Bereichen des Marketing-Mix solche Synergien sichern und nutzen. Beispielsweise werden wir Werbe- und Internetauftritte, e-commerce, sämtliche neuen Medien und die damit verbundene Ausrichtung unserer Absatzstrategien gemeinsam planen und durchführen.

Dr. Roderich Stomm: „Canon ist von seiner Tradition her ein Unternehmen, für das die Qualität des Bildes im Vordergrund steht.“

Darüber hinaus werden wir die Harmonisierung der Strukturen zum Beispiel im EDV-Bereich vornehmen und auch die Bemühungen intensivieren, unsere Logistik aufeinander abzustimmen. Dies alles tun wir, um im Sinne der

Konzernphilosophie die Optimierung der Kundenzufriedenheit zu erreichen. Handel und Verbraucher werden den Nutzen spüren – wir werden schneller, zielgruppenorientierter, unbürokratischer und effektiver sein. Wir werden den Handel unterstützen, diesen Wettbewerbsvorteil eines Lieferanten von Komplettlösungen zu nutzen.

imaging+foto-contact: Seit einigen Monaten hat Canon Euro-Photo neben digitalen Kameras auch Produkte wie Drucker, Scanner und Verbrauchsmaterialien für den Fotohandel im Programm. Wie hat sich dieses neue Geschäftsfeld in den ersten Monaten entwickelt?

Norbert Boshüsen: Gemäß der Gesellschaft für Konsumgüterforschung werden heute lediglich 0,2% aller Inkjet Printer über den Fotofachhandel vertrieben. Unsere realistischen Erwartungen basieren auf diesen Erhebungen und sind entsprechend moderat. Wichtiger als ein zu ehrgeiziges Mengenziel ist die qualitative Integration dieser Produkte, um gemeinsam mit unseren Handelspartnern den Weg in das Imaging Zeitalter zu beschreiten. Insofern liegt die Konzentration unserer Vertriebsstrategie für Photo Related Products zur Zeit bei den Canon Shop Händlern, für die wir spezielle Canon Digitalstationen konzipiert haben. Die exakt aufeinander abgestimmten Komponenten, von Kameras und Scannern über Bildbearbeitungssoftware bis hin zu den Fotodruckern, bilden hierbei eine perfekte Bildstation aus einer Hand. Bis zur IFA werden wir an die 200 solcher Stationen in Deutschland installiert haben – die Resonanz aus dem Handel läßt die Prognose zu, daß wir bis zum Jahresende weit über 250 solcher Canon Digital Stationen einrichten werden.

imaging+foto-contact: Wie sind Sie insgesamt mit dem Verlauf des ersten Halbjahres bei der Canon Euro-Photo GmbH zufrieden?

Dr. Roderich Stomm: Wir konnten die Ziele, die wir für Canon Euro-Photo avisiert haben, übertreffen. Speziell im Bereich Video haben sich meine Prognosen bewahrheitet. Trotz der zurückhaltenden Marktsituation hat Canon Euro-Photo die erwartete Arbeit geleistet. Insgesamt gesehen können wir mit dem Ergebnis des ersten Halbjahres zufrieden sein. Der Gewinn vor Steuern liegt über dem Ergebnis des Vorjahres. Vor allem muß diese Entwicklung vor dem Hintergrund eines im Moment dem Euro gegenüber sehr starken Yen gesehen und bewertet werden.

imaging+foto-contact: Wie haben sich die verschiedenen Produktbereiche entwickelt?

Norbert Boshüsen: Das Geschäft im Bereich SLR entwickelt sich erwartungs- und plangemäß positiv. Im Bereich Kompaktkameras forcieren wir sehr stark, vor allem jetzt mit der erfolgreichen Einführung der IXUS II, das Advanced Photo System, was zu einer entsprechenden Verschiebung in

Norbert Boshüsen: „Unser Ziel, gute Umsätze zu machen und profitabel zu wirtschaften, können wir nur erreichen, wenn wir auch dem Fotofachhandel über korrekte Belieferung die Möglichkeit zum erfolgreichen Verkauf bieten."

diesem Bereich geführt hat. Unsere Investitionen in dieses System haben sich gelohnt – und dies nicht nur für uns, sondern nachweislich auch für den Fotofachhandel. Gute Arbeit ist vor allem, wie bereits erwähnt, auch im Bereich Video geleistet worden. Hier konnten wir in der Tat Punkte sammeln durch den Einstieg in das Mengengeschäft mit digitalen Modellen. Hier sprechen die Zahlen eine eindeutige Sprache: Wir können ein Plus von 181,5% in Stückzahlen und ein Umsatzplus von 52% bei DV verbuchen!

imaging+foto-contact: Auf der eingangs erwähnten Pressekonferenz haben Sie, Dr. Roderich Stomm, die Möglichkeit bereits erwähnt, im Video-Bereich noch zuzulegen. Wie ist Ihre Marktposition heute? Welche Perspektiven sehen Sie im Wettbewerb mit den Riesen der Unterhaltungselektronik für Canon Euro-Photo?

Dr. Roderich Stomm: Noch zu Jahresbeginn standen die Digitalcamcorder von Canon auf Platz vier der GfK-Rangliste in Deutschland. Heute halten wir eine starke Position drei. Die Potentiale, die es auszuschöpfen galt, haben wir genutzt. Berücksichtigt man die Gesamtsituation des Camcordermarktes – stagnierend in Stückzahlen und leicht steigend im Wert –, so muß das Ergebnis positiv hervorgehoben werden. Stark zugute gekommen ist unserer Positionierung der Einstieg in den preisgünstigen Mengenmarkt mit dem MV200 für 1.998,- DM. Auch im Segment Video wird Canon seine Stärken als Provider von Komplettlösungen ausspielen können. Digital Imaging wird auch im Zusammenhang mit dem bewegten Bild nicht ohne Output Produkte wie Fotofarbdrucker auskommen, denn die Möglichkeit, auch Standbilder, also klassische Fotos mit dem Camcorder aufnehmen zu können und diese dann zu Papier zu bringen, bringt den Zusatznutzen, den der Videofilmer sich wünscht.
Die Aufnahme der Videosoftware Photo DV und MotoDV in unser Vertriebsprogramm ist in diesem Zusammenhang ein wichtiger Zusatznutzen für Handel und Verbraucher, denn somit erweitert sich das Portfolio von Canon auch im Bereich Video von Input-, über Processing- bis hin zu Output-Lösungen. Canon hält somit perfekt aufeinander abgestimmte Komponenten parat, die uns und unseren Handelspartnern in Zukunft den entscheidenden Wettbewerbsvorteil bringen werden.

imaging+foto-contact: Auf der Internationalen Funkausstellung treten Canon Euro-Photo und Canon Deutschland mit einem gemeinsamen Stand auf. Was sind die Highlights Ihrer Präsentation in Berlin?

Norbert Boshüsen: Das Canon Video Highlight heißt XM1, ein digitaler 3-Chip-Camcorder für den semiprofessionellen Bereich. Er schließt die Lücke zwischen unserem High End Gerät XL1 und der digitalen Einstiegsklasse.
Der MV200, der bereits in der Fachpresse die besten Kritiken geerntet hat, kommt zur IFA in einer DV-In Version für 2.398,- DM. Auch die Modelle MV20 und MV20i, die mit dem Tipa-Award als beste Camcorder des Jahres 1999/2000 ausgezeichnet wurden, sind natürlich zu den Canon Heroes der IFA zu zählen.

Um das Heimstudio komplett zu machen, haben wir im Bereich Processing auch für das bewegte Bild jetzt ebenfalls eine Lösung parat. Wie bereits erwähnt, haben wir die Video Bearbeitungssoftware PhotoDV und MotoDV aus dem amerikanischen Softwarehaus Digital Origin in unser Portfolio aufgenommen, um tatsächlich die gesamte Bandbreite der Imaging Solutions auch für den Bereich der Camcorder anbieten zu können.
Die neue PowerShot S10 ist ein weiteres Highlight, das die Vorzüge eines 2-Millionen-Chips mit denen einer klassischen Kamera verbindet: Eine ausgereifte Kamera mit asphärischen Linsen und Spotmessung aus den Händen eines Optikspezialisten in Verbindung mit einem leistungsstarken Speichermedium. Die Bildergebnisse dieser Kamera sprechen für sich. Die S10 ist mit Sicherheit ein ganz besonderes Canon Highlight auf der IFA 1999.

imaging+foto-contact: Der Markt für Digitalkameras wächst in diesem Jahr in Deutschland offensichtlich stärker als erwartet. Welche Strategie kann der Fotohandel von Canon Euro-Photo erwarten?

Norbert Boshüsen: Zunächst einmal haben wir, wie eingangs bereits beschrieben, die Fachhandelskonzepte um das Canon Digital Partner Konzept erweitert. Die Digital Station ist dabei mit sämtlichen Photo Related Products des Canon Produktportfolio ausgerüstet, mit Komponenten also, die optimal aufeinander abgestimmt sind.
Wir stellen dabei nicht nur die Hard- und Software, sondern auch den persönlichen Installationsservice zur Verfügung. Darüber hinaus haben wir eine Hotline eingerichtet, bei der der Handel auch bei kurzfristig auftretenden Fragen telefonisch Unterstützung findet. Unsere Hard- und Softwarespezialisten für digitale Produkte und digitale Bildbearbeitung sind ausgezeichnet geschult.

Dr. Roderich Stomm: Canon ist von seiner Tradition her ein Unternehmen, für das die Qualität des Bildes im Vordergrund steht. Dies gilt in erster Linie für Kameras, aber ebenso sehr für die Abbildungsqualität von Kopierern, Faxen und Scannern. Letztendlich ist für die Qualität des Bildes die Optik die alles entscheidende Wissenschaft. Es ist nicht nur das Speichermedium oder die Millionenkraft des Chips, es ist vor allem das Objektiv, das ein gutes Bild von einem sehr guten Bild unterscheidet. Die Investitionen des Konzerns auf dem Gebiet der Forschung und Entwicklung sind ausgerichtet auf diese Tatsache. Wenn die Pixeleuphorie ihre Grenze erreicht hat, wird auch der Verbraucher diese Tatsache erkennen und sich für ein Unternehmen entscheiden, das für seine hervorragenden Leistungen im Bereich der Optik bekannt ist. Für Canon kommt immer zuerst die Kamera und ihr Objektiv, dann der Chip.

imaging+foto-contact: Wie hat sich im ersten Halbjahr das Geschäft mit konventionellen Kameras entwickelt?

Norbert Boshüsen: Betrachtet man die Entwicklung des gesamten Fotokameramarktes anhand der GfK Zahlen, so zeigt sich ganz deutlich die gelungene Positionierung der Canon Produkte: Sowohl nach Stückzahlen als auch besonders nach Wert hält Canon die Position des Marktführers. Im Bereich Kompaktkameras konzentrieren wir uns sehr stark auf die Modelle des Advanced Photo Systems, so daß wir hier eine deutliche Verschiebung zugunsten dieser Modelle vorantreiben konnten.
Zur Verdeutlichung dieser Situation: Nach GfK-Panel im Erhebungszeitraum Februar-Mai 1999 ist Canon Spitzenreiter des Gesamtmarktes mit 26,2 Prozent Umsatzanteil und 14,9 Prozent Absatzanteil, gefolgt von der Position zwei mit 10,1 Prozent Umsatz- und 10,3 Prozent Absatzanteil. Diese Zahlen sprechen für sich.

imaging+foto-contact: Mit der Ixus II haben Sie ein besonders wichtiges Produkt für den Fotohandel eingeführt. Was können Sie zur Liefersituation dieses begehrten Modells sagen?

Norbert Boshüsen: Bereits vor der Einführung der Ixus hatten wir dieser Kamera eine ganz große Zukunft prognostiziert. Daß aber der Erfolg ein so durchschlagender sein würde, immerhin sprechen wir mittlerweile im Zusammenhang mit der Ixus von einer Kult-Kamera, hatten wir uns tatsächlich in dem Ausmaß nicht vorstellen können. Über 250.000 Stück wurden in Deutschland verkauft, mehr als zwei Millionen Stück weltweit. Wir haben aus dieser Situation gelernt und uns darauf eingestellt, dem Nachfrageüberschuß, der bereits jetzt für die Ixus II besteht, nachkommen zu können.
Wir haben zur Einführung des Modells jedem IX-Fotofachhändler, also allen Händlern, die sich unserem Fachhandelskonzept für das Advanced Photo System angeschlossen haben, eine erste Ixus II geliefert.
Eine deutschlandweite flächendeckende Präsenz war somit am X-Day, wie wir diesen Tag der Erstbelieferung genannt haben, gewährleistet. Diese Erstbelieferung hatte eine Orderwelle zur Folge, der wir sehr gut nachkommen konnten. Wir sorgen für eine flächendeckende Belieferung in ganz Deutschland. Unser Ziel, gute Umsätze zu machen und profitabel zu wirtschaften, können wir nur erreichen, wenn wir auch dem Fotofachhandel über korrekte Belieferung die Möglichkeit zum erfolgreichen Verkauf bieten. Dieser Verpflichtung werden wir auch in Zukunft nachkommen.

imaging+foto-contact: Bisher haben sich die Hoffnungen auf eine durchgreifende Verbesserung des Konsumklimas in Deutschland nicht erfüllt. Sehen Sie darin ein Hindernis für die Wachstumspläne von Canon Euro-Photo?

Dr. Roderich Stomm: Wir werden sicherlich nicht die allgemeinen Markttendenzen und ein zugegebenermaßen gedämpftes Konsumklima als Argument heranziehen, um eine Rücknahme unserer ambitionierten Pläne für die Zukunft vorzunehmen. Wir werden trotz zurückhaltender konjunktureller Prognosen den Anspruch nicht aus den Augen verlieren, unsere „eigene Konjunktur“ machen zu wollen. Canon hat in der Vergangenheit mehrfach bewiesen, daß es auch in schwierigen Zeiten möglich ist, erfolgreich, gewinnbringend und mit wachsendem Erfolg zu wirtschaften. „Erfolg durch Kontinuität“ war und ist die Philosophie, die unserer Fachhandelsorientierung und unserem Unternehmenserfolg zugrunde liegt.
Wir wollen gemäß dieser Philosophie die Besten sein – und das ist es, was sowohl für uns als Unternehmen, als auch für den Fachhandel von entscheidender Bedeutung ist.
Wir werden nicht vergessen, daß es noch viel Entwicklungsarbeit auf dem Weg in das neue Jahrtausend zu leisten gilt. Die Kontinuität, die Canon seit Jahrzehnten kennzeichnet, die

Stabilität über alle Bereiche des Imaging, sind ebenso kennzeichnend für den Erfolg des Unternehmens wie die Produkte selbst.
Wir haben uns immer schon und werden uns auch zukünftig allen Herausforderungen der verschiedenen Systeme stellen und nicht etwa ein System zugunsten eines anderen aufgeben. Auch das kennzeichnet ein Unternehmen, das eine führende Position in der Wirtschaft einnimmt.
Das positive Szenario 2000 ist für uns durch Kontinuität gekennzeichnet – und dies betrifft ganz besonders die kontinuierliche Ausrichtung auf den Fachhandel.

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

Neuer Camcorder Canon XM1 mit Fluoritobjektiv

Drei Chips für die Oberklasse

Mit dem neuen Camcorder XM1 stellt Canon auf der IFA ein digitales 3-Chip-Modell für anspruchsvolle Amateurfilmer vor, das wegen seiner hervorragenden Ausstattung auch für den mobilen Profieinsatz geeignet ist. Das Gerät verbindet hohe Bildqualität durch ein 20fach Zoom Fluoritobjektiv, optischen Bildstabilisator und Pixel-Shift-System mit gutem Ton durch ein neuartiges Mikrofon.

Professionelles Objektiv

Der neue Canon XM1 ist mit drei 1/4-Zoll-Chips ausgestattet, die das Licht getrennt nach den drei Grundfarben Rot, Grün und Blau auf 320.000 Pixel aufnehmen. Dadurch wird im Vergleich zum 1-Chip-Camcorder die Empfindlichkeit erhöht und die Genauigkeit der Farbwiedergabe verbessert.
Bei der Konstruktion des L-Objektives hat Canon auf Technologien zurückgegriffen, die auch bei den professionellen Foto-Objektiven zum Einsatz kommen.

Canon XM1
mit dem weltweit ersten Video-Fluoritobjektiv mit 20fach-Zoom, optischem Bildstabilisator und Pixel-Shift-System!

Unter den zwölf Elementen in zehn Gruppen befinden sich zwei asphärische Linsen und – erstmalig in einem Videoobjektiv – ein Fluoritelement. Damit werden insbesondere die Farbsäume, die bei starken Zoomobjektiven auftreten können, hervorragend korrigiert und eine ausgezeichnete Schärfeauflösung und Farbwiedergabe gewährleistet. Das 4,2-84mm Zoomobjektiv mit der Anfangsöffnung 1,6 ermöglicht einen 20fachen Zoombereich, der 40-800 mm im Kleinbildformat entspricht. Daß bei diesem großen Zoombereich, der sich digital auf den Faktor 100 erweitern läßt, der optische Bildstabilisator von Canon zum Einsatz kommt, versteht sich fast schon von selbst.

Mehr Lichtempfindlichkeit durch Pixel-Shift

Durch eine neue Technologie hat Canon beim XM1 eine Steigerung der Auflösung und Lichtempfindlichkeit erreichen können. Bisher mußte bei der Konstruktion von Chips ein Kompromiß zwischen der Zahl der lichtempfindlichen Elemente und der Empfindlichkeit gefunden werden. Dabei galt die Regel, daß eine Verkleinerung der Pixel für eine höhere Auf-lösung zu Lasten der Lichtempfindlichkeit ging. Beim neuen Canon Pixel-Shift-System wird der grüne Aufnahmechip um eine halbe Stufe horizontal verschoben. Dazu kommt eine elektronische Korrektur in vertikaler Richtung. Auf diese Weise ergeben die 320.000 Pixel des XM1 nach Angaben von Canon die gleiche hohe Auflösung anderer 3-Chip-DV-Camcorder ohne dieses Feature, aber bei gleichzeitig höherer Empfindlichkeit.

Kreative Möglichkeiten

Der anspruchsvollen Zielgruppe für den neuen Canon Camcorder entsprechend werden die Automatikfunktionen des Gerätes durch zahlreiche manuelle Einstellmöglichkeiten

ergänzt. So kann die Bildschärfe in plus/minus sechs Stufen voreingestellt werden, um einen Scharf- bzw. Weichzeichnereffekt zu erzielen. Zudem kann die Belichtungsregelung ähnlich wie bei einer Spiegelreflexkamera von Hand vorgenommen werden. Dabei stehen Verschlußzeiten zwischen 1/50 und 1/16.000 Sekunde und ein Blendenbereich von 1,6-11 zur Verfügung. Diagonale Zebrastreifen im Sucher warnen vor Überbelichtung einzelner Motivteile, sobald deren Helligkeit 95 IRE übersteigt. Der Anwender kann dann sofort manuell eingreifen. Zur Erzielung bestimmter Effekte ermöglicht der XM1 zudem die manuelle Verstärkung von Rot- oder Grünanteilen im Bild und die manuelle Focussierung.

Fotos mit dem Camcorder

Beim neuen Canon XM1 stehen drei Betriebsarten zur Verfügung. Zunächst der Normalmodus für die konventionelle Videoaufzeichnung, der Vollbildmodus für Aufzeichnungen scharfer Stehbilder von bewegten Objekten und schließlich der Fotomodus für gestochen scharfe Einzelbilder. Im Fotomodus wird das Bild für sechs Sekunden „eingefroren“. In dieser Zeit läuft die Tonaufnahme weiter und gestattet somit die Aufzeichnung eines Kommentars zum Bild. Soll der XM1 wie eine normale Stehbildkamera eingesetzt werden, können die EOS EX-Blitzgeräte von Canon genutzt werden. In dieser Fotofunktion passen auf ein 60-Minuten-Band (in LP-Schaltung) 550 Aufnahmen.

Der gute Ton

Für den neuen XM1 hat Canon ein spezielles Stereomikrofon entwickelt, das in der Verlängerung des starren Handgriffs außerhalb des Gehäuses montiert ist. Auf diese Weise werden weniger Betriebsgeräusche aufgefangen und insbesondere niederfrequente Töne präziser wiedergegeben. Das Mikrofon besteht aus jeweils zwei Aufnahmemodulen für den rechten und den linken Kanal. Durch dieses neue System wird dank der Kreuzung der Mikrofonpaare eine kompaktere Bauweise der Mikrofongruppe ermöglicht. Der XM1 erlaubt zwei Audio-Betriebsarten: 16-BIT-Stereo (48 kHz, 2 Kanäle) für beste Tonqualität und 12-BIT-Stereo (32 kHz, 2 von 4 Kanälen) für die gleichzeitige Aufzeichnung von zwei getrennten Kanälen. Die Ausgabe über vier unabhängige Kanäle läßt dabei eine nachträgliche Bearbeitung zu.
Der neue Canon XM1 ist zu einem unverbindlichen Verkaufspreis von 4.998,- DM ab Oktober 1999 verfügbar.

Mit DV-Anschluß nach IEEE 1394.

Video-Software bei Canon Euro-Photo

Ab sofort nimmt Canon Euro-Photo die Video-Software PhotoDV und MotoDV des amerikanischen Herstellers Digital Origin (ehemals Radius) ins Programm. Die Vereinbarung mit dem amerikanischen Unternehmen wurde von der Canon Europa Zentrale in Amstelveen, Niederlande, getroffen. Nach der Einführungsphase, in der zunächst die skandinavischen Canon Niederlassungen die Software in ihr Vertriebsprogramm übernommen haben, wird nun die deutsche Version der preisgekrönten DV-Programme über Canon in Deutschland vertrieben.
Mit der Software PhotoDV können Einzelbilder vom Videoband bearbeitet werden. Das Programm, das mit Adobe Photoshop 5.0 LE ausgeliefert wird, bietet dem Nutzer eine Vielzahl kreativer Möglichkeiten. Die Wiedergabe- und Aufzeichnungsfunktionen des Camcorders können dabei über den PC gesteuert werden.
Mit der MotoDV Lösung können ganze Filme, sowohl Bild als auch Ton, nachbearbeitet werden. Dazu wird der Camcorder über eine IEEE-1394 Firewire Schnittstelle an eine DV-Computerkarte von Digital Origin angeschlossen, die einfach in einen freien Steckplatz des PC eingesetzt wird. Die Aufzeichnungs- und Wiedergabefunktionen des Camcorders werden dann über die Maus des Computers gesteuert. So kann das Video auf den Computer überspielt werden, wo es mit der zum Lieferumfang gehörenden Adobe Premiere 5.1 LE Software bequem bearbeitet werden kann. Die neue Fassung kann dann wieder auf eine Digitalkassette im Camcorder überspielt, auf einem über S-Video angeschlossenen PAL-Monitor betrachtet oder auf einem VHS-Recorder gespeichert werden. Die PhotoDV Lösung ist im MotoDV Programmpaket enthalten. Die empfohlenen Verkaufspreise für PhotoDV betragen 699,- DM, für Moto DV (inkl. PhotoDV) 999,- DM.

AUF DER IFA 99

PowerShot S10

Mit einer neuen Digitalkamera steigt Canon zur IFA in die Zwei-Millionen-Pixel-Klasse ein. Dabei zeichnet sich die neue PowerShot S10 nicht nur durch die hohe Auflösung ihres CCD-Sensors aus, sondern vereinigt eine umfangreiche fotografische Ausstattung in einem kompakten Gehäuse.

Die Canon PowerShot S10 ist mit einem 2fach-Zoomobjektiv ausgestattet, das einen Brennweitenbereich entsprechend 35-70mm im Kleinbildformat abdeckt. Dabei setzt Canon auf Qualitätsmerkmale aus dem konventionellen Kamerabau. Dazu gehört der Einsatz hochwertiger optischer Gläser mit drei asphärischen Linsen und ein ausgeklügeltes TTL-Autofocus-System. Fünf Belichtungsprogramme und manuelle Korrekturmöglichkeiten sowie die Möglichkeit der Spotmessung runden die fotografische Ausstattung ab.

Das multimediale Heimstudio MotoDV inklusive PhotoDV von Digital Origin sorgt für ein perfektes Zusammenspiel mit den Canon DV-Modellen mit IEEE 1394 FireWire-Schnittstelle.

Manuelle Möglichkeiten

Die Canon PowerShot S10 erlaubt dem Digitalfotografen die Wahl zwischen vollautomatischer oder manueller Belichtungssteuerung. Dabei sind Belichtungskorrekturen von plus/minus zwei Blenden in 1/3-Stufen möglich. Zusätzlich stehen fünf motivbezogene Belichtungsprgramme zur Verfügung: Landschaft, schnelle Belichtungszeiten, langsame Belichtungszeiten, Nachtaufnahmen und Schwarzweiß. Der elektronische Verschluß bietet dabei Zeiten zwischen zwei Sekunden und 1/1000 Sekunden.

Schnelle Bildübertragung

Die Canon PowerShot S10 macht die Übertragung der vom CCD-Chip mit 1.600 x 1.200 Pixel erfaßten Bilder einfach. Bei der internen Bildverarbeitung mit 10 Bit pro Farbe kommen neue leistungsfähige Signalprozessoren zum Einsatz. Das Gerät verfügt über eine serielle Schnittstelle und einen PAL-Videoausgang. Anwender von Windows 98 PCs und Apple Macintosh Rechnern können den schnellen Übertragungsstandard nutzen, den die USB-Schnittstelle ermöglicht. Gespeichert werden die Bilder wahlweise in den Auflösungen Fine, Normal und Superfine mit unterschiedlich starken JPEG-Kompressionen auf CompactFlash-Speicherkarten. Da auch Karten vom Typ II unterstützt werden, können IBM Microdrive Festplatten mit 340 Megabyte Speicherkapazität verwendet werden.

Ergonomische Bedienung

Die PowerShot S10 wurde auf der Rückseite mit neuen Bedienungselementen ausgestattet. Die Tasten für die Aktivierung des Menüs und die Auswahltaste wurden zu einem Wippschalter zusammengefaßt. Statt der üblichen Zoomwippe verfügt die S10 über einen „Omniselector“, mit dem neben dem Zoomauch das Menü bedient werden kann. Die Kamera ist kompakt und wiegt ohne Batterie und CF-Karte 270 Gramm. Sie wird ab September zu einem unverbindlichen Verkaufspreis von 1.599,- DM erhältlich sein.

2 Megapixel

Canon bringt Neuheit in der Zwei-Millionen-Pixel-Klasse

PowerShot S10

Die PMA Europe bietet mehr als eine Messe

Vom 14. bis 17. Oktober 1999 findet in London wieder die PMA Europe statt. Dabei können sich die Besucher nicht nur auf der Fachmesse, sondern auch bei einem breiten Vortragsprogramm über die neuesten Trends, Technologien und Märkte der Fotobranche informieren. imaging+foto-contact hat mit Dr. Klaus Petersen, Direktor des europäischen PMA Büros in München, über das Angebot der PMA Europe 1999 gesprochen.

Neue Trends, neue Märkte

imaging+foto-contact: Herr Dr. Petersen, für welche Zielgruppen wurde die PMA Europe 1999 konzipiert?

Dr. Klaus Petersen: Wie Sie wissen, wird diese Messe in diesem Jahr zum vierten Mal von der PMA durchgeführt, die 1993 die vom britischen Großlabor-Verband APL organisierte Photo and Lab Expo übernahm. Seither haben wir das Angebot dieser Veranstaltung konsequent ausgebaut und die Zielgruppen kontinuierlich erweitert. Die PMA Europe 1999 bietet sowohl in der Fachmesse als auch im Vortragsprogramm interessante Informationen für alle Bereiche der Fotobranche. Dazu gehören Fotohändler und Minilab-Betreiber ebenso wie Groß- und Fachlabors sowie digitale Dienstleister. In diesem Jahr bietet die PMA Europe zudem ein besonders umfangreiches Programm für professionelle Fotografen.

imaging+foto-contact: Welche Themen können die Besucher beim Vortragsprogramm erwarten?

Dr. Klaus Petersen: Das Vortragsprogramm umfaßt spezielle Veranstaltungen für alle genannten Marktsegmente. Hier werden hochkarätige Vertreter unserer Branche die neuesten Trends und Technologien auf dem Foto- und Imagingmarkt präsentieren. Darüber hinaus gibt es auch Veranstaltungen von generellem Interesse. Einer der Höhepunkte wird sicher der Auftritt der früheren britischen Premier-Ministerin, Lady Margaret Thatcher, sein, die über die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts sprechen wird. Nicht vergessen sollten wir auch die Europa-Konferenz der Digital Imaging Marketing Association (DIMA), die einen Tag vor der PMA Europe am 13. Oktober 1999 ebenfalls im Olympia Exhibition Center stattfindet. Das umfangreiche Vortragsprogramm bietet einen hervorragenden Überblick über Technologien und Marktentwicklungen im digitalen Bereich. Sie wissen, daß dieser Markt sich außerordentlich schnell ändert. Für jeden, der sich aus erster Hand über die aktuellsten Trends informieren möchte, ist schon allein diese Tagung ein Grund, nach London zu kommen. Ähnliches gilt für Profifotografen, die während der PMA Europe ein besonders umfangreiches Programm erwarten können. Dabei geht es nicht nur um Technik und Marketing, sondern auch um Kreativität. Prominente Fotografen – ich nenne nur die Namen Meisel, Newman und Heumann – werden ihre Arbeiten vorstellen.

imaging+foto-contact: Finden diese Veranstaltungen nur in englischer Sprache statt?

Dr. Klaus Petersen: Die PMA Europe ist eine internationale Veranstaltung; die Konferenzsprache ist englisch. Es gibt aber für zahlreiche Veranstaltungen eine Simultanübersetzung in die wichtigsten europäischen Sprachen, natürlich auch ins deutsche.

imaging+foto-contact: Die PMA in Amerika bietet z. B. auf den bekannten Empfängen viele Gelegenheiten zum informellen Treffen der Besucher. Gibt es ein solches Angebot auch in London?

Dr. Klaus Petersen: Die PMA hat sich immer als Organisation verstanden, deren Aufgabe darin besteht, potentielle Geschäftspartner zusammenzubringen. Das wird auch in England nicht nur im geschäftlichen Umfeld, sondern auf der gesellschaftlichen Ebene stattfinden. Zahlreiche Empfänge, eine große Abendgala und nationale Zusammenkünfte, unter anderem auch für deutschsprachige Besucher, bieten viele Gelegenheiten, alte und neue Geschäftsfreunde zu treffen bzw. kennenzulernen. Erinnern möchte ich zudem an das Golf-Turnier, das nach bester PMA Tradition vor der Messe in Schottland stattfindet. Golfbegeisterte Messebesucher können vom 9. bis 12. Oktober in der Wiege des Golfsports, in St. Andrews, gemeinsam auf die Runde gehen, natür-

lich mit einem entsprechenden gesellschaftlichen Rahmenprogramm.

imaging+foto-contact: Bereits Anfang Februar nächsten Jahres wird sich die internationale Fotobranche zur PMA in Las Vegas wiedertreffen. Das Konzept in London gleicht ja in vieler Hinsicht der amerikanischen Messe. Macht sich die PMA mit diesen Veranstaltungen nicht selber Konkurrenz?

Dr. Klaus Petersen: Dafür haben wir keine Anhaltspunkte. Im Gegenteil: Seitdem es die PMA Europe gibt, wächst auch der Anteil europäischer Besucher der amerikanischen Veranstaltung. Unsere Erfahrung zeigt, daß die Teilnahme an einer PMA – egal wo sie stattfindet – den Appetit auf mehr weckt. Der Informationsbedarf in unserer Branche ist so groß und die Entwicklung der Märkte so schnell, daß sich ein Besuch beider Veranstaltungen in jedem Fall lohnt.

imaging+foto-contact: Die PMA ist ja nicht nur ein Messeveranstalter, sondern auch ein Branchenverband, der weltweit über 17.000 Mitglieder hat und auch in Europa immer stärker in Erscheinung tritt. Sind Sie mit der Entwicklung der Mitgliederzahlen zufrieden?

Dr. Klaus Petersen: Die Zahl der PMA Mitglieder wächst kontinuierlich und zwar weltweit. Inzwischen ist mehr als die Hälfte der PMA Mitglieder außerhalb der USA zu Hause. Europa gehört dabei zu den Regionen, die am schnellsten wachsen.

imaging+foto-contact: Aus welchen Gründen sollte beispielsweise ein deutscher Fotohändler der PMA beitreten? Welche Vorteile bietet dieser Verband?

Dr. Klaus Petersen: Der wichtigste Grund ist die immer schnellere Veränderung der Technologien und Märkte, begleitet von einer ständigen Internationalisierung. Dadurch wird es für den einzelnen immer schwieriger, die oftmals komplexen Zusammenhänge zu durchschauen. Hier bietet die PMA ein großes Angebot von Informationen, die den Mitgliedern zur Verfügung stehen, von regelmäßigen Informationsdiensten über die Zeitschrift Photo Marketing, die PMA European Newsline und die PMA Newsline für Deutschland, Österreich und die Schweiz in deutscher Sprache, über Marktstudien, Messen und Vortragsprogramme.
In diesem Jahr haben wir zudem in verschiedenen europäischen Ländern, darunter in Deutschland in Frankfurt und München, unsere Mitglieder auf Vortragsveranstaltungen über die neuesten Trends im Markt für digitale Bilder informiert. Das ist bei Fotohandel und Labors gleichermaßen sehr gut aufgenommen worden.

imaging+foto-contact: Sind diese denn auch auf deutsche bzw. europäische Belange zugeschnitten?

Dr. Klaus Petersen: Mit der steigenden Zahl europäischer Mitglieder haben wir auch das Angebot entsprechend ausgebaut. So finden die Leser der englischsprachigen Zeitschrift Photo Marketing in jeder Ausgabe acht Seiten in deutscher Sprache. Verschiedene Bücher und Studien der PMA sind ebenfalls auf deutsch erhältlich. Wenn es einmal eine spezielle Frage gibt oder weitergehende Informationen benötigt werden, hilft das europäische PMA Büro in München gerne weiter. Auch in der PMA Zentrale in Jackson, Michigan, USA, stehen deutschsprachige Mitarbeiter zur Verfügung. Die Bedeutung der europäischen Mitglieder zeigt sich auch in den Gremien der PMA. Im 8-köpfigen PMA Executive Committee sitzen zur Zeit drei Vertreter europäischer Unternehmen. Noch mehr Europäer finden Sie im PMA Board of Trustees und in den Committees für einzelne Branchensegmente.

imaging+foto-contact: Bieten Sie auch Unterstützung bei der Reiseplanung für PMA Besucher an?

Dr. Klaus Petersen: Das tun wir bereits seit langem. Zu jeder internationalen PMA Veranstaltung bietet das PMA Büro für Europa in Zusammenarbeit mit einem bekannten Reiseveranstalter Pauschalarrangements an, die Flug und Unterkunft umfassen und zu sehr günstigen Preisen zu haben sind. Das gilt auch für die PMA Europe in London. Ich kann jedem Besucher nur empfehlen, von diesen Angeboten Gebrauch zu machen.

imaging+foto-contact: Herr Dr. Petersen, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

Reisearrangements zur PMA Europe

In Zusammenarbeit mit dem PMA Büro für Europa bietet der Reiseveranstalter Hapag-Lloyd Pauschalarrangements zum Besuch der PMA Europe 99 in London an. Sie schließen zum Preis von 1.100,- DM den Flug von/nach Frankfurt, Gebühren und Unterbringung im Doppelzimmer im First Class Hotel The Grafton inklusive Frühstück ein. Der Zuschlag für Einzelzimmer beträgt 690,- DM. Auf Anfrage stehen auch individuelle Arrangements zur Verfügung. Weitere Informationen erteilen Mirjana Mestric oder Sandra Solf, Hapag-Lloyd Geschäftsreise GmbH, Arnulfstr. 27, 80335 München, Tel. 089/54566235, Fax 089/54566280, oder das PMA Büro für Europa, Leopoldstr. 236, 80807 München, Tel. 089/399686, Fax 089/2730291.

QSS-27er Voll-Digital
die digitale Zukunft

gerahmtes Dia

135 Diapositiv

Negativfilme

120er Dia

Prints

Diskette

MOD/ZIP

IX 240 Film

CD

Digital Kameras

QSS-2701 Digital

QSS-2711 DLS

Works With Kodak Power Station

Works With Kodak PhotoNet online

– konsequent in

QSS-2701 Digital

Gruß-Karten

Paßbilder

Visitenkarten mit Foto

Bilddatenerstellung

Vergrößerungen

Foto-Brief

Index-Prints

Digitale Bildentwicklung
+ Ausdruck

eigene Kalender

Noritsu MiniLabs
Weltweit die Nr. 1

Noritsu (Deutschland) GmbH, Siemensring 87, D-47877 Willich
Telefon 02154/9157-0, Telefax 02154/9157/9157-70, www.noritsu.de

Kienzle Phototechnik ist jetzt im Internet

Kienzle Phototechnik, Wildberg-Effringen, ist ab sofort auch im Internet vertreten. Unter der Adresse www.kienzle-phototechnik.de informiert das Unternehmen unter anderem über sein Sortiment an Autofocus-Vergrößerungsapparaten und Laborzubehör.

Minolta streut Folder mit „Fotos von Kindern“

Unter dem Motto „Das nächste Foto machen Sie lieber selbst“ wird derzeit eine Minolta-Broschüre speziell für junge Eltern breit gestreut. Der Folder im Format DIN A5 hat acht Seiten und beschreibt in erster Linie die aktuellen Minolta-Spiegelreflexkameras und das wichtigste Systemzubehör. Durch lustige Bildbeispiele und humorvolle Texte soll beim Betrachter Spaß an der SLR-Fotografie geweckt werden. Für schnelle Schnappschüsse werden außerdem drei neue Kompaktkameras vorgestellt. Die informative Verkaufshilfe wird über die Minolta-Systemhändler und über die Zeitschrift Eltern sowie über verschiedene Fotohandels-Zeitschriften verbreitet. Fotohändler können die Broschüre bei Minolta (Gabriele Salamon) unter Telefon 04102/70-236 anfordern (Abgabe nach Eingang der Anrufe, solange der Vorrat reicht).

Ritter+Wirsching Fotovertrieb GbR
Mozartstraße 13/1 D-72829 Engstingen
Tel. 07129-33 44 Fax 07129-70 10
Wenn Sie mit Erfolg arbeiten wollen, dann sollten Sie mit uns arbeiten!
Internet: http://www.ritter-wirsching.de eMail: info@ritter-wirsching.de

Pronea S-Wettbewerb ist entschieden

Der Pronea S Verkäuferwettbewerb, zu dem Nikon Anfang des Jahres aufgerufen hatte, ist entschieden. Ge-

Nikon Sales Manager Winfried Simons (l.) und Nikon Außendienstmitarbeiter Eberhard von Blum freuen sich mit der Gewinnerin, Tanja Meyer.

winnerin wurde Tanja Meyer, Mitarbeiterin von Foto Baumann in Darmstadt. Sie erhielt als Preis eine Reise für zwei Personen ins Disneyland Paris und ein Pronea S-Set, das ihr von Nikon Sales Manager Winfried Simons und dem für das Gebiet zuständigen Nikon Außendienstmitarbeiter, Eberhard von Blum, überreicht wurde.

DGPh lädt zu einem Workshop

Die Deutsche Gesellschaft für Photographie (DGPh) lädt gemeinsam mit der Universität Erlangen-Nürnberg für den 21./22. Oktober zu einem Seminar und Workshop über die gegenwärtige Situation der Fotografie in wissenschaftlich-technischer und gesellschaftspolitischer Hinsicht am Standort Deutschland ein. Der Schwerpunkt der Veranstaltung liegt auf diesen vier Gebieten: Chemie und Physik der konventionellen Silberhalogenidfotografie, Vor- und Nachteile digitaler Techniken, Verarbeitung von Film- und Printmaterial sowie Allgemeines (Umweltprobleme, Langzeitstabilität, Konsumentenverhalten). Tagungsort ist das Institut für physikalische Chemie an der Universität Erlangen-Nürnberg in Erlangen. Die Teilnahmegebühr beträgt 80 DM (für DGPh-Mitglieder 50 DM). Anmeldung und weitere Informationen bei: Prof. Dr. Ulrich Nickel, Telefon 09131/852-7334, Fax 09131/852-8307.

Canon Euro-Photo vertreibt Video-Software

Die Videosoftware PhotoDV und MotoDV des US-amerikanischen Herstellers Digital Origin (ehemals Radius) wird ab sofort in Deutschland über die Canon Euro-Photo GmbH, Willich, vertrieben.

Projektgruppe des Lambda-Forums ermöglicht Ausstellung

Im Rahmen der 5. Internationalen Fototage in Herten (30.09. bis 24.10.) zeigt das BildForum, eine Initiative von Agfa und der Stadt Herten, eine Fotoausstellung der Superlative: Zu sehen sind Fotos, mit denen der in New York lebende deutsche Fotograf Horst Hamann seit geraumer Zeit unter dem Titel „New York Vertical“ Furore macht.

Eine Probehängung vom Hubwagen gibt einen ersten Eindruck der imponierenden Größe der Prints.

In Herten werden diese im Format 2,40 x 7,20 m in der Rundhalle der ehemaligen Kohlensortieranlage der Zeche Schlägel & Eisen ausgestellt. Das Baudenkmal, eine halbkugelförmige Halle, bietet eine Grundfläche von zirka 7.000 Quadratmetern und damit ideale Bedingungen für das Ereignis.
Die Voraussetzung für die Megaausstellung schafft eine Gruppe engagierter Fachlabors aus dem Kreise der Lambda-Anwender. Mit diesem digitalen Großbildprinter ist es möglich, die Schwarzweiß-Bilder in der geplanten Größe auf Agfa Multicontrast Premium auszubelichten. Die hybride Lambda-Technik ermöglicht es, auf konventionellem Fotopapier Prints in ausstellungsreifer Qualität herzustellen.

3mal Erster!

Europas Fotoprodukte der Jahre 1999/2000 von FUJIFILM:

EISA Award für die FUJIFILM FOTONEX 1000ix MRC

EISA Award für den FUJICOLOR NEW SUPERIA 100, 200 & 400

TIPA Award für die FUJICOLOR NEW SUPERIA Range

Unsere 1. Empfehlung für Ihr Geschäft.

FUJIFILM

I&I – Imaging & Information

FUJI PHOTO FILM (EUROPE) GMBH • Heesenstr. 31 • 40549 Düsseldorf • Tel.: 02 11/50 89-0 • Internet: http://www.fujifilm.de

CeWe Color Mönchengladbach verbindet

Nach dem Abschluß des Erweiterungsbaus bei CeWe Color Mönchengladbach läuft die Produktion mit erhöhter Kapazität rechtzeitig zur Hochsaison auf vollen Touren. Mit einem Investitionsvolumen von 6,5 Millionen DM wurde dem rasanten Wachstum der vergangenen Jahre Rechnung getragen und ein Musterbetrieb für rationelle und gleichzeitig kundennahe Bilderproduktion geschaffen.

Die Kapazitätserweiterung bei CeWe Color Mönchengladbach ist das Resultat einer beeindruckenden Erfolgsgeschichte. Der vor 13 Jahren in überschaubarer Größe eingerichtete Betrieb hat sich mit durchschnittlichen jährlichen Wachstumsraten von rund 20 % an die Spitze der deutschen Großlaborstandorte katapultiert und nimmt innerhalb der CeWe Gruppe hinter dem Oldenburger Stammbetrieb inzwischen den zweiten Rang ein. „Im vergangenen Jahr platzten wir buchstäblich aus allen Nähten“, erklärt Geschäftsführer Günther Post. „Weiteres Wachstum wäre ohne Baumaßnahmen nicht möglich gewesen, weil wir keinen Platz für auch nur einen einzigen weiteren Printer hatten.“

Daher bestand unmittelbarer Handlungsbedarf: Nach 350 Millionen Bildern im Vorjahr rechnet Günther Post für dieses Jahr mit einer Steigerung auf 400 Millionen. Die Zeichen dafür stehen gut: Zum Ferienende in Nordrhein-Westfalen stellte CeWe Color Mönchengladbach mit der Verarbeitung von 153.000 Aufträgen an einem Tag einen neuen internen Rekord auf.

Auf eigenem Grund

Die Voraussetzungen für den Anbau waren dank der vorausschauenden Investitionspolitik des im vergangenen Jahr verstorbenen CeWe-Gründers Heinz Neumüller optimal: Das Grundstück im Mönchengladbacher Industriegebiet Giesenkirchen war von Anfang an auf Expansion angelegt. So war es problemlos möglich, an der Rückseite des Gebäudes eine komplette Produktionshalle anzubauen, an deren Ende ein mitarbeiterfreundlicher Sozialtrakt plaziert wurde. Zudem hatten die CeWe Color Verantwortlichen das Glück des Tüchtigen: Zum richtigen Zeitpunkt bestand die Gelegenheit, das ehemalige Betriebsgebäude eines japanischen Elektronikunternehmens auf dem Nachbargrundstück

zu übernehmen und dort ein rund 1.000 qm großes Lager einzurichten. Insgesamt verfügt CeWe Color Mönchengladbach jetzt über eine Betriebsfläche von 7.700 qm, 2.300 qm mehr als vor dem Neubau.

Eilige Sonderaufträge können mit Minilabs schnell produziert werden.

Farbenprächtige Bilder an den Wänden der hellen, freundlichen Laborräume sorgen für eine angenehme Arbeitsatmosphäre.

Optimale Produktionsbedingungen

Die günstigen äußeren Voraussetzungen hatten zur Folge, daß die gesamte Anbauphase ohne Beeinträchtigung der laufenden Produktion bewältigt werden konnte, da fast alle Bauarbeiten außer-

Kapazität angebaut

Größe mit Kundennähe

Mit 13 MSP Printern sollen bei CeWe Color Mönchengladbach in diesem Jahr 400 Millionen Farbbilder produziert werden.

halb der bestehenden Produktionsräume erfolgten. Die Inbetriebnahme der neuen Flächen erfolgte über ein Wochenende, so daß ein ununterbrochener Arbeitsablauf gewährleistet war. Da die nichtproduktiven Bereiche an das Ende des Neubaus verlegt wurden, ergibt sich jetzt für CeWe Color Mönchengladbach eine großzügige zusammenhängende Produktionsfläche – der Wunschtraum eines jeden Großlabor-Betriebsleiters.

So konnten die verschiedenen Elemente des Arbeitsablaufes ohne Kompromisse hintereinander positioniert werden. Dabei blieben die grundsätzlichen Ablaufstrukturen und die innerbetriebliche Logistik weitgehend erhalten. Getrennt hat sich CeWe Color Mönchengladbach allerdings von der Endlosproduktion nach dem Maxilab-Prinzip. „Bei dieser Arbeitsweise konnten wir die Kapazität unserer Geräte nicht optimal ausnutzen“, erklärt Günther Post. „Da die Filme und später das Papier vom Splicen bis zum Schneiden in einer endlosen Bahn geführt wurden, bestimmte das langsamste Produktionselement die Schnelligkeit des gesamten Ablaufes.“ Heute werden die Filmrollen nach dem Splicen zu Produktionseinheiten, im Großlabor Batch genannt, zusammengefaßt. Die Rollen gelangen dann zur Filmentwicklung, wo ein kurzer Puffer einen ununterbrochenen Arbeitsablauf gewährleistet. Batchweise gelangen die Filmrollen dann zu den Printern, die direkt mit den Papierentwicklungsmaschinen verbunden sind. Von dort aus geht es dann wieder rollen- bzw. batchweise an die Endverarbeitungsplätze bis zur Auspreisung.

Kapazität mit Wachstumspotential

Es ist ein eindrucksvolles Bild, die zur Zeit 13 MSP Printer des Mönchengladbacher Großlabors nebeneinander stehen und arbeiten zu sehen. Das 14. Gerät, ein Agfa MSP Dimax Printer für die neu ins Programm aufgenommenen Agfa Dimax Bilder, geht in diesen Tagen in die Produktion. Platz für weitere Printer ist bereits vorgesehen – die Abluftrohre sind schon verlegt. An Futter für den Hightech-Maschinenpark herrscht kein Mangel: CeWe Color Mönchengladbach beliefert Kunden im Umkreis von über 250 km, nicht nur in Deutschland zwischen Kleve, Dortmund, Bonn und Aachen sowie teilweise sogar bis ins Münster- und Sauerland, sondern ebenso in den Niederlanden und Belgien. Um die insgesamt 3.500 Vertriebsstellen termingerecht zu beliefern, legen die für das Labor tätigen Fahrdienste pro Woche eine Strecke von rund 150.000 km zurück.

Geschäftsführer Günther Post: „Der Fachhandel gewährleistet einen hohen Stellenwert des Bildes beim Verbraucher.“

Gute Auslastung

Bei CeWe Color Mönchengladbach werden fast ausschließlich die Standardformate bis 13 x 18 produziert – und zwar mindestens 16 Stunden am Tag, in der Hochsaison auch rund um die Uhr. Etwa die Hälfte der Aufträge kommt aus Deutschland, 45% aus den Niederlanden und 5% aus Belgien und Nordfrankreich. Diese Aufteilung ermöglicht eine hervorragende Auslastung. Während nachts die Bilder für die deutschen Kunden geprintet werden, sind tagsüber die Aufträge aus den westlichen Nachbarländern an der Reihe. Diese Aufteilung ergibt sich auch aus der Kundenstruktur: In Deutschland beliefert CeWe Color Mönchengladbach schwerpunktmäßig den Fotofachhandel mit einem hohen Anteil von Übernacht-Bildern. Aus dem Ausland werden vorwiegend Aufträge großer Drogerieketten bearbeitet.

Enge Kooperation mit Oldenburg

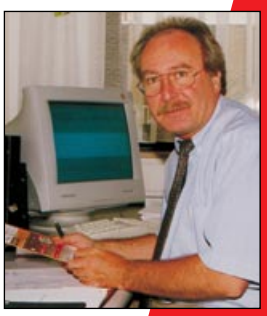
Der hohe Fachhandelsanteil bei CeWe Color Mönchengladbach ist historisch gewachsen – das Labor wurde vor 13 Jahren zur Betreuung der regionalen Fotohändler gegründet. Natürlich arbeitet CeWe Color auch in der Rhein-Ruhr-Region mit Großvertriebsformen zusammen. Diese Aufträge werden allerdings im Oldenburger Großlabor bearbeitet. Das gilt auch für den größten Teil des Rahmenprogrammes wie Poster- und Portraitarbeiten. Jeden Tag pendeln zwei Lkws zwischen Oldenburg und Mönchengladbach. „Die ausgefeilte Logistik versetzt uns in die Lage, auch das Rahmenprogramm ohne Zeitverzögerung liefern zu können“, betont Günther Post. „Aufgrund des ständigen Fahr-

Der Anteil von APS Filmen ist bei CeWe Color Mönchengladbach in diesem Jahr deutlich gestiegen.

dienstes sind auch Poster und Portraits in der Regel nach einem Labortag beim Kunden."
Zur Verarbeitung eiliger Sonderaufträge gibt es zudem eine kleine Fachabteilung. Ein Videoprinter und mehrere Minilabs ermöglichen so die flexible Reaktion auf zeitkritische Arbeiten und Sonderaufträge.

Service für den Fachhandel

Die enge Bindung an den regionalen Fotofachhandel ist für CeWe Color Mönchengladbach mehr als nur Tradition. „Wir sehen den Fachhandel nach wie vor als den wichtigsten Faktor, um einen hohen Stellenwert des Bildes beim Verbraucher zu gewährleisten", erklärt Günther Post. „Darum bieten wir unseren Kunden zahlreiche Unterstützungsmaßnahmen an, die sie im Wettbewerb mit preisaggressiven Anbietern stärken können." Um kundennahe Dienstleistungen sicherzustellen, sind die für die Region zuständigen Vertriebs- und Marketingmitarbeiter in Mönchengladbach stationiert. Für weitere Unterstützung sorgt die hauseigene Marketingabteilung. Zum Angebot gehören die Vorbereitung spezieller Aktionen ebenso wie die Gestaltung individueller Werbeauftritte und die betriebswirtschaftliche Beratung bis zu Standardanalysen und Marktuntersuchungen. Auch bei der Einführung des Agfa Dimax Bildes, die in diesen Tagen erfolgt, haben die CeWe Color Verantwortlichen ihre Kunden im Fachhandel im Visier. „Wir investieren in diese Technologie, weil wir darin eine gute Möglichkeit für unsere Fachhandelskunden sehen, sich gegenüber anderen Anbietern zu profilieren", erklärt Günther Post. Aus ähnlichen Gründen bietet CeWe Color Mönchengladbach auch ein umfangreiches Programm von Zusatzprodukten an. Fototassen, mit Bildern bedruckte T-Shirts oder Mousepads und ähnliche Artikel haben in den letzten Jahren an Bedeutung zugenom-



Die internationale Kundenstruktur von CeWe Color Mönchengladbach ist für den vielsprachigen Kundendienstleiter Hendrik Vandamme kein Problem.

Laborleiter Dieter Effenberger am neuen MSP Dimax Printer, mit dem CeWe Color Abzüge mit lokaler Dichtekorrektur anbieten kann.

men. „Dieses Programm bietet nicht nur zusätzliche Umsätze, sondern auch interessante Renditen", erklärt Günther Post. „Dabei können unsere Fachhandelspartner ihren Kunden nicht nur ganz individuelle Produktideen anbieten, sondern durch Zusammenarbeit mit örtlichen Vereinen und Gruppen auch interessante Stückzahlen erzielen."

Der menschliche Faktor

Trotz des hochmodernen Maschinenparks und des nunmehr optimalen Gebäudes führt Günther Post den Erfolg von CeWe Color Mönchengladbach im wesentlichen auf die Menschen zurück, die dort arbeiten. „70% unserer Leistung ist von den Menschen abhängig", betont der Geschäftsführer von CeWe Color Mönchengladbach. Bei der Konzeption des Neubaus wurde darum nicht nur für optimale Produktionsabläufe, sondern auch für eine angenehme Arbeitsatmosphäre gesorgt. Dem Besucher des Labors fallen sofort die zahlreichen Fotos auf, die überall an den Wänden hängen. Im Eingangsbereich befindet sich sogar eine richtige Ausstellung mit interessanten Bildern des Fotografen Willi Prösser, der den Karneval in Venedig beeindruckend fotografisch interpretiert hat. Von den 290 Mitarbeitern ist ein Fünftel sozusagen seit Bestehen des Betriebes dabei. Mit der Einstellung von 14 Auszubildenden allein in diesem Jahr wird auch schon für die Zukunft gesorgt. Bei CeWe Color lernen Industrie- und Informatikkaufleute, Industrieelektroniker, Fotolaboranten und Fotomedienlaboranten ihren Beruf. Die internationale Kundenstruktur erfordert zudem zumindest im Kundendienstbereich sprachgewandte Mitarbeiter. Garant dafür ist Kundendienstleiter Hendrik Vandamme, ein gebürtiger Belgier, der gleichermaßen niederländisch, französisch und deutsch fließend beherrscht. Insgesamt sind bei CeWe Color Mönchengladbach 23 Nationen vertreten, und es können noch mehr werden: Durch die Laborerweiterung im Zuge des Neubaus sollen bis zum Jahr 2001 80 Arbeitsplätze geschaffen werden. Dann wird, so hofft Günther Post, auch der noch vorhandene Platz für weitere Printer belegt sein.

In den Empfangsräumen von CeWe Color Mönchengladbach wird zur Zeit eine interessante Ausstellung mit Fotos von Willi Prösser gezeigt, der Eindrücke vom „Karneval in Venedig" gesammelt hat.

Das Management von CeWe Color Mönchengladbach: (von rechts) Laborleiter Dieter Effenberger, Geschäftsführer Günther Post, Thomas Trilling und Peter Beymann, Assistenten der Geschäftsleitung, Hella Meyer, Presse und Investor Relations CeWe Color, und Kundendienstleiter Hendrik Vandamme.

Rollei

Foto: Erik de Goederen, Niederlande

Ein Fotograf hat es nicht immer leicht. An seine Aufnahmen werden hohe Anforderungen gestellt, also arbeitet er im Mittelformat. Was er mit dem Format gewinnt verliert er meist an Bedienungskomfort. Nicht bei der Rolleiflex 6008 integral!

Die hat z. B. ein schnellarbeitendes, gekoppeltes Lichtmesssystem, schnellen Motortransport, Spotmessung oder Multi-Spotmessung, Belichtungsreihenautomatik, TTL-Blitzlicht-Steuerung. Das alles und darüber hinaus noch vieles mehr. Überzeugen Sie sich wie angenehm ein Fotografenleben sein kann und fordern Sie nähere Informationen an.

3 Jahre Garantie
Rollei Fototechnic Braunschweig Germany
3 years warranty

Rollei Fototechnic GmbH · Salzdahlumer Straße 196 · 38126 Braunschweig
Telefax (05 31) 6 80 02 43 · Internet http://www.rollei.de

Lücken sind charmant – solange sie nur vorübergehend sind...

...Rolleiflex 6008 integral. Lückenlos.

ifc 9/99

Sony und Zeiss wollen gemeinsam Qualitätsmaßstäbe im Digital Imaging setzen

Gemischtes Doppel

Bereits seit zwei Jahren arbeiten der Elektronikgigant Sony und der Optikspezialist Carl Zeiss im Bereich hochwertiger Camcorder und Objektive zusammen. Auf der CeBIT wurde mit der Sony Cybershot die erste Digitalkamera mit dem legendären Schriftzug auf dem Objektiv vorgestellt. Zur IFA gibt es eine weitere spektakuläre Neuheit aus der Kooperation: die neue Sony Digitalkamera DSC-F505 mit 5x-Zoom Vario-Sonnar Objektiv von Carl Zeiss.

Bereits auf der CeBIT stellte Sony mit der Cybershot die erste Digitalkamera mit Carl Zeiss Objektiv vor. Sie verfügt über ein Distagon 2,6/6,85 und verwendet als Speichermedium den Sony Memory Stick. Soeben wurde der empfohlene Verkaufspreis von früher 1.699,- DM auf 1.599,- DM gesenkt. Bei einem Leistungsvergleich mit kompakten herkömmlichen Kameras konnte die Cybershot in den gängigen Amateurformaten gut mithalten. Geringe Verzeichnung und hohe Randschärfe wirkten sich besonders auf Architekturaufnahmen positiv aus. Auch im Makrobereich hat das Gerät mit einer Naheinstellgrenze von nur 10 cm große Stärken und liefert hier Detailbilder, die gewöhnlich nur mit speziellen Makroobjektiven und Spiegelreflexkameras möglich sind.

Mit ihrer Zusammenarbeit wollen Sony und Zeiss rasant wachsende Märkte für digitale Bilder erschließen. Im Camcorder-Sektor, wo vor zwei Jahren das erste Sony Gerät mit Zeiss Objektiv auf den Markt kam, werden die weltweit fast zehn Millionen verkauften Geräte pro Jahr zunehmend von der Digitaltechnik dominiert. In Japan sind bereits 90 Prozent aller verkauften Camcorder digital, in Europa 20 Prozent und in den USA 10 Prozent, Tendenz stark steigend. Die bessere Qualität der digitalen Videobilder hat sich bereits positiv auf den in den letzten Jahren rückläufigen Camcordermarkt ausgewirkt. Um rund 100,- DM, schätzt Ralph O. Reinert, Senior Product Manager Personal Video bei der Sony Deutschland GmbH, sei der Durchschnittspreis der 575.000 verkauften Camcorder in Deutschland im vergangenen Jahr gestiegen. Dadurch war 1998 dieser Markt erstmals seit 1992 wieder wertmäßig im Plus.

Vernetzung durch Memory Stick

Bei den neuesten Camcorder-Modellen erweitert Sony das Anwendungsprofil durch die Kombination der digitalen Kassette Mini-DV mit dem zur CeBIT neu vorgestellten Datenträger Memory Stick. Er ist besonders zur Abspeicherung digitaler Stehbilder geeignet – in VGA-Auflösung auch vom Camcorder.

Durch einfachen Austausch dieser Datenträger können die Bilder in anderen elektronischen Geräten, z. B. Spielkonsolen, Digitalkameras, Notebooks

Der Camcorder Sony DCR-TRV 10 ermöglicht den leichten Datenaustausch mit anderen Geräten über den Sony Memory Stick.

In deutscher Sprache

Publikationen der PMA

Guerrilla Marketing für die Imaging Industry

In diesem Buch wird eine große Anzahl von Marketing-„Waffen" beschrieben, die sich besonders für kleine bis mittlere Einzelhandelsunternehmen eignen. Allen ist gemeinsam, daß sie wenig oder gar nichts kosten und sich dennoch durch eine große Wirksamkeit auszeichnen. Die Maßnahmen werden so detailliert beschrieben, daß sie unmittelbar und Schritt für Schritt nachvollzogen werden können. In unterhaltsamer Weise werden Sie einer Fülle von Ideen begegnen, die Sie sofort umsetzen können, um Ihren geschäftlichen Erfolg spürbar zu vergrößern.

Der Einzelpreis beträgt für das erste Exemplar für PMA-Mitglieder 49 DM und 64 DM für Nicht-Mitglieder. Ab dem zweiten Exemplar kostet „Guerrilla Marketing" 45 DM bzw. 60 DM.

Kunden gewinnen und behalten

Der Kursus richtet sich an alle, die ihre Fähigkeit verbessern wollen, Fotoprodukte und Dienstleistungen rund um die Fotografie gewinnbringend zu verkaufen und Kunden bei der Lösung ihrer Probleme zu helfen. Dem kurzen theoretischen Teil folgt ein ausführlicher Praxisteil, der Anweisungen und Vorschläge bietet, die sich an den Notwendigkeiten orientieren, die durch den Wettbewerbsdruck im Fotomarkt entstehen. Dieser Verkaufskurs wurde für Einsteiger und „alte Hasen" entwickelt. Für Anfänger hinter der Ladentheke bildet er die Basis für die berufliche Entwicklung und den Erfolg. Profis mit langjähriger Erfahrung erinnert er an all die Dinge, die am Anfang der Karriere wichtig waren.

Der Einzelpreis beträgt für das erste Exemplar für PMA-Mitglieder 49 DM und 64 DM für Nicht-Mitglieder. Ab dem zweiten Exemplar kostet „Kunden gewinnen..." 45 DM bzw. 60 DM.

Schnellstart Digital Imaging

Dieser „digitale" Einsteigerkurs ist speziell auf das Verkaufspersonal im Fotohandel zugeschnitten. Begriffe aus den neu hinzukommenden elektronischen Bereichen moderner, zeitgemäßer Fotografie werden hier ebenso einfach wie ausführlich erläutert, Geräte und Zusammenhänge dargestellt und technische Abläufe verständlich erklärt. Sogar an einen Wörterbuchteil zum direkten Nachschlagen wurde gedacht.

Der Einzelpreis beträgt für das erste Exemplar für PMA-Mitglieder 29 DM und 39 DM für Nicht-Mitglieder. Ab dem zweiten Exemplar kostet „Schnellstart..." 25 DM bzw. 35 DM.

Zu bestellen sind alle drei Publikationen beim PMA European Office, Leopoldstraße 236, 80807 München, Fax 089-2730291.

Hiermit bestellen wir

..... **Exemplare „Schnellstart Digital Imaging"**

..... **Exemplare „Kunden gewinnen und behalten"**

..... **Exemplare „Guerrilla Marketing"**

Sämtliche Preise verstehen sich zuzüglich Versandkosten sowie (in Deutschland) der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

PMA-Mitglied: ☐ **Ja** ☐ **Nein**

Absender/Firma: .....

Name des Sachbearbeiters: .....

Postfach/Straße: .....

PLZ/Ort: .....

Datum: ..... Unterschrift: .....

Bietet Videofilmern ein Objektiv in Zeiss Qualität: Sony DCR-PC3

oder Faxgeräten genutzt und sogar mit Mobiltelefonen übertragen werden. Sony sieht den Memory Stick darum als wesentliches Element der Cyberworld von morgen, da auf einfachste Weise der Datenaustausch zwischen unterschiedlichen Geräten möglich wird.

Dramatischer Qualitätssprung bei Digitalkameras

In diesem Jahr hat sich das Leistungsprofil von Digitalkameras bekanntlich rasant verbessert. Chips mit über zwei Millionen Pixeln gehören heute auch in der Amateurklasse zum Standard. Auf einem Pressesymposium in Oberkochen, dem Stammsitz von Carl Zeiss, machten beide Unternehmen deutlich, daß mit steigender Auflösung die Anforderungen an die Optik zunehmen. Carl Zeiss gehört hier sowohl bei bewegten als auch bei stehenden Bildern zur absoluten Spitzenklasse. Das Unternehmen rüstet nicht nur Profikameras der Marken Hasselblad, Contax und Rollei mit Hochleistungsobjektiven aus, sondern ist auch einer der ganz wenigen Lieferanten von professionellen Kinofilm-Objektiven. Dabei arbeitet Zeiss mit dem deutschen Spezialkamera-Hersteller Arri zusammen, ohne dessen Produkte kaum ein Hollywood-Streifen gedreht wird. Vor wenigen Monaten konnte das Oberkochener Unternehmen für die Leistung seiner Kinofilm-Objektive den „Technischen Oskar“ in Beverly Hills entgegennehmen. Dieses Know-how soll durch die Zusammenarbeit mit Sony auch Amateurfilmern bei ihren Camcordern zugänglich werden.

Digitale Bilder in Zeiss Qualität

Die Digitaltechnik sei für den Optikspezialisten Carl Zeiss keinesfalls Neuland, betont Ralf Coenen, Leiter des Zeiss Geschäftsbereichs Foto, der im vergangenen Jahr 100 Millionen DM zum Gruppenumsatz von drei Milliarden DM beitrug. Höchste Qualitätsmaßstäbe gelten schon seit langem für die Zeiss-Objektive für Wafer Stepper, mit denen elektronische Chips mit höchster Präzision und Auflösung produziert werden. Bei der Entwicklung von Objektiven für Digitalkameras könne Zeiss durch die Kombination von Hochleistungsoptik, Chipdesign und Signalverarbeitung in Kooperation mit Sony entscheidend zur weiteren Qualitätsverbesserung der Digitalfotografie beitragen. Dabei seien die bei Sony hergestellten Zeiss Objektive für Digitalkameras mehr als nur reine Lizenzprodukte, betonte Coenen. Sie seien nicht nur vollständig von Carl Zeiss entwickelt, sondern unterliegen auch nach der Produktion durch eine 100prozentige Einzelkontrolle den strikten Zeiss Qualitätsstandards.

Neu zur IFA: die Sony DSC-F505 Digitalkamera mit 5x-Zoom, Vario-Sonnar Objektiv von Carl Zeiss

Die Konstruktion hochwertiger Objektive für die Digitalfotografie stellt dabei die Entwickler vor große Herausforderungen. Das machte Dr. Hannfried Zügge, der bei Zeiss für die mathematisch-optische Entwicklung dieser Objektive zuständig ist, vor der Presse deutlich. Keinesfalls sei es damit getan, ein herkömmliches Fotoobjektiv der kleineren Oberfläche der Sensorchips anzupassen. Rein rechnerisch sei ein Objektiv für einen 1/2-Zoll Chip mit einer Auflösung von 2 Megapixeln um den Faktor 5,4 kleiner als ein vergleichbares 37mm Kleinbildobjektiv mit einem Bildwinkel von 60°. Leider sei ein solcher Winzling nicht produzierbar, erklärte Zügge, da die Linsen zu dünn würden und sich zudem weitere technische Probleme einstellten. Während sich auf eine Filmoberfläche ein schräger Lichteinfall nicht auswirkt, wird die Farbcodierung von Silikonpixeln dadurch irritiert. Die Lichtstrahlen müssen bei der Digitalfotografie daher genau senkrecht auf den Sensor fallen. Gelöst wird dieses Problem bei Zeiss durch die Verwendung verschiedener optischer Gläser mit unterschiedlichem Brechungsindex und den Einsatz asphärischer Linsen. Dabei ist absolute Präzisionsarbeit gefragt: „Mit einer Gesamtlänge von 16,4 mm und einem maximalen Linsendurchmesser von 8,2 mm ist beispielsweise das bei der Sony Cybershot eingesetzte Distagon 2,8/6,85 so klein, daß acht Stück davon in einen handelsüblichen Kugelschreiber passen würden.“ Dabei verfügt der Winzling über Innenfocussierung und bietet eine Naheinstellmöglichkeit von 10 cm ab Frontlinse. Zudem ist das

Objektiv mit einer hochwertigen Mehrschichtvergütung versehen, deren Transmissionsverlauf auf die Farbcharakteristik des CD-Chips abgestimmt ist. Die geringe Baugröße macht zudem die Montage zur Filigranarbeit. Die bei Hochleistungsoptik ohnehin geringen Toleranzen werden noch enger und die Kontrolle mit speziellen MTF-Prüfgeräten erheblich schwieriger. Dr. Zügge: „Hier ist die große Kompetenz des Optikspezialisten Zeiss gefragt."

Neu zur IFA: Digitalkamera mit 5x-Zoom

Zur IFA bringt Sony die neue DSC-F505 Digitalkamera mit 2,11 Millionen Pixel-Chip (Netto 2,02 Millionen Pixel) auf den Markt, die mit einem um 140° vertikal schwenkbaren Vario-Sonnar Objektiv von Carl Zeiss ausgestattet ist. Die Brennweite entspricht 38 bis 190 mm im Kleinbildbereich bei einer maximalen Blendenöffnung von 2,8.
Passend zum Hochleistungsobjektiv bietet die neue Sony Digitalkamera zahlreiche fotografische Möglichkeiten. So kann per Knopfdruck von automatischer auf manuelle Scharfeinstellung über den Objektivring umgeschaltet werden. Der Makroschalter ermöglicht Nahaufnahmen ab 10 cm von der Frontlinse, und der eingebaute Blitz bietet verschiedene Programmfunktionen. Bei der Belichtungsautomatik kann entweder der Blende oder der Verschlußzeit Priorität eingeräumt werden. Dabei ermöglicht der mechanische Verschluß Zeiten zwischen 1/6 und 1/600 Sekunde. Außer Standbildern lassen sich mit der DSC-F505 auch kurze MPEG1-Videos mit Ton aufzeichnen.
Anstelle eines optischen Suchers verfügt die neue Sony Digitalkamera über einen Hybrid-LCD Bildschirm mit 6,35 cm Diagonale, der auch der sofortigen Aufnahmekontrolle und der Steuerung von Kamerafunktionen über das Menü dient. Als Speichermedium wird ein 4 MB Memory Stick mitgeliefert, der den leichten Datenaustausch mit anderen Geräten der Sony Familie ermöglicht. Zur IFA soll auch ein optionaler Memory Stick mit 32 MB Kapazität angeboten werden; noch vor Weihnachten sollen 64 MB erhältlich sein. Der integrierte Speicher der Kamera ermöglicht die Kopie von bis 1,4 MB Daten von einem Memory Stick auf den anderen.

Die Stromversorgung der DSC-F505 erfolgt über Lithium Ionen Akkus. Eine Aufladung soll für maximal 1.200 Aufnahmen in VGA-Auflösung ohne Blitz reichen. Zur schnellen Datenübertragung dient die USB-Schnittstelle. Zum Lieferumfang gehören USB und serielles Kabel, Videokabel, AC-Adapter, Ladegerät, Trageschlaufe, Linsenabdeckung sowie die Bildbearbeitungssoftware Picture Gear 3.2 Lite und die USB-Treibersoftware. Die Kamera hat die Maße 10,7 x 6,2 x 13,5 cm, wiegt ohne Akku 435 Gramm und soll 1.999,- DM (UVP) kosten. Sie ist ab November 1999 lieferbar.

Erläuterten auf einer Pressekonferenz in Oberkochen die Vorteile der Zusammenarbeit zwischen Sony und Zeiss: (von links) Ralf Coenen, Zeiss Geschäftsbereichsleiter Foto, Christian Lücke, Sony Marketing Zubehör, Heike Buch, Sony Marketing Digital Foto, Ralph O. Reinert, Sony Marketing Video, und Dr. Hannfried Zügge, Zeiss Forschung.

Spezielle Zeiss Optiken für Sony Camcorder

Zwei spezielle Vorsatzoptiken für die digitalen Sony Camcorder mit Zeiss Optik hat jetzt der Geschäftsbereich Foto von Carl Zeiss angekündigt. In

Schon in Arbeit: ein speziell abgestimmter 2-fach Telekonverter mit T-Vergütung. Aus speziell ausgewählten Glasmaterialien hergestellt, besteht der Konverter aus drei Linsen in drei Gruppen. Er zeichnet sich durch besonders hohe Bildqualität aus, durch die auf das Zoom Objektiv angepaßte optische Rechnung.*

Kürze kommen hochwertige Weitwinkel- und Telekonverter auf den Markt, die das Leistungsprofil des 10x-Zoom Vario-Sonnar Objektivs deutlich erweitern.
Der 10fache optische Zoombereich ist im wesentlichen konstruktionsbedingt, um den Bau kompakter und leichter Camcorder zu ermöglichen. Trotz des großen Zoombereiches bieten die aktuellen Videokameras dabei nicht jedem ambitionierten Filmer die gewünschten Möglichkeiten: Im Weitwinkelbereich enden sie deutlich vor dem Bildwinkel, den man als klassisches 28 mm Weitwinkel aus der Kleinbildfotografie kennt. Im Telebereich reicht die Vergrößerung oft nicht aus, um extrem weit entfernte Objekte formatfüllend heranzuholen. Digitales Zoomen ist hier keine Lösung, da es die Bildqualität beeinträchtigt. Die beiden neuen Zeiss Vorsätze, das Mutagon (0,6x-Weitwinkel) und der 2x-Telekonverter, lösen diese Probleme ohne Kompromisse bei der Bildqualität. Sie sind speziell auf das Vario-Sonnar abgestimmt, das bei den digitalen Sony Camcordern PC1 und PC3 sowie dem Modell TRV10 eingesetzt wird.

Internationale Funkausstellung

Das Berliner Messegelände im Schatten des Funkturms gibt neun Tage lang einen Einblick in die multimediale Welt. *Foto: Messe Berlin*

Umfassende Information, spannende Unterhaltung und Fernsehen zum Anfassen – das alles bietet die Internationale Funkausstellung Berlin im 75. Jahr ihres Bestehens. Das Leitthema der diesjährigen IFA vom 28. August bis 5. September heißt „Digitale Evolution“. Im Mittelpunkt der weltweit bedeutenden Ausstellung steht das Zusammenwachsen der Bereiche Unterhaltungs-, Informations- und Kommunikationselektronik. Auch viele Unternehmen der Fotoindustrie zeigen in Berlin Präsenz; einige mit eigenen Ständen, andere durch eine Beteiligung am Gemeinschaftsstand multimedia home in Halle 1.1b, Stand Nr. 17/32.

Hier ist zum Beispiel **Agfa** vertreten. Wie bei anderen Herstellern lautet auch das Motto des Leverkusener/Kölner Unternehmens „Digitale Fotografie“. Agfa präsentiert seine umfangreiche Produktpalette aus den Bereichen Digitalkameras und Scanner und demonstriert die Möglichkeit, die Ergebnisse per Tintenstrahldrucker auf AgfaJet-Papier auszudrucken.

Im Mittelpunkt des Messeauftritts stehen umfassende Lösungen für den privaten und professionellen Markt. Agfa nutzt die IFA als Forum für die Vorstellung der SnapScan-Serie: Agfa Snap Scan 1212p, Agfa SnapScan 1212u in Weiß und transparentem Grün oder Blau und Agfa SnapScan 1236s. Als Digitalkameras sind das Spitzenmodell Agfa ePhoto 1680 mit Sechsfach-Zoom und Megapixel-Auflösung sowie die Agfa ePhoto CL30 und CL50 zu sehen.

Kompaktes Design und anspruchsvolle Technik zeichnen die Digitalkamera Agfa ePhoto CL50 aus.

Der Agfa SnapScan1212u ist eines der Geräte, die auf dem Agfa-Stand ausprobiert werden können.

Die Besucher des Agfa-Stan-

Fotohersteller zeigen vom 28.8.-5.9. Digitalfotografie

des haben die Möglichkeit, Scanner und Kameras selbst zu erproben. Ihre digitalen Schnappschüsse können sie dann gleich über verschiedene Inkjet-Drucker auf hochwertigem Agfa-Papier ausgeben.

Bei **Canon** dreht sich alles um die moderne visuelle Kommunikation. Unter dem Motto „Trust your eyes“ präsentieren sich Canon Deutschland und Canon Euro-Photo gemeinsam in Halle 20, Stand 02, auf einem 1.600 Quadratmeter großen, von einem riesigen Zirkuszelt überdachten Stand.

Der High-Tech-Camcorder XM1 von Canon feiert auf der IFA seine öffentliche Premiere.

Vom High-Tech-Camcorder XM1, der auf der IFA seine öffentliche Premiere feiert, bis zum Digital Imaging mit faszinierenden Möglichkeiten der Bildeingabe, Bildbearbeitung und Bildausgabe: Canon zeigt in Berlin das gesamte Spektrum seiner Entwicklungen rund ums Bild. Zu den weiteren Highlights gehören die Neuheiten bei Digitalkameras, Druckern, Scannern und Beamern. Außerdem wird erstmalig auch eine Softwarelösung zur Nachbearbeitung von Videofilmen vorgeführt.

Doch nicht nur die moderne Bildtechnologie soll den Besuch am Canon-Stand zum Erlebnis machen. Auch das Rahmenprogramm kann sich sehen lassen. Was eignet sich mehr, als eine Show mit atemberaubenden Darbietungen und zauberhaften Präsentationen, um das Motto „Trust your eyes“ zu transportieren? Im „Cirque de Canon“ geben sich High Tech und Traumwelt auf der Hauptbühne ein Stelldichein. Dabei ist das Canon-Publikum zum Mitmachen eingeladen: An zahlreichen „Touch & Try“-Countern stehen Canon-Produkte bereit, um die Show durch den Sucher zu verfolgen und die Systeme kennenzulernen.

Mit MotoDV und PhotoDV zeigt Canon Bildbearbeitungsprogramme für digitale Camcorder.

Mit von der Partie ist in Berlin erstmals

Die Anreise zur IFA

Verkehrsverbindungen zum Messegelände: Bus: Linien X21, X34, X49, 104, 139, 149, 219; S-Bahn: Linien S5, S75 bis Bahnhof Eichkamp/Messe, Linien S3, S4, S5, S7, S9, S46, S75 bis Bahnhof Westkreuz, Linien S4, S45, S46 bis Bahnhof Witzleben; U-Bahn: Linie U2 bis Bahnhof Theodor-Heuss-Platz oder Kaiserdamm.

Flughäfen

Berlin-Tegel: S4, S45, S46 bis Jungfernheide, Umstieg Bus X9 oder 109; Berlin-Tempelhof: S4, S45, S46 bis Tempelhof, Umstieg U8 bis Platz der Luftbrücke oder Bus 104; Berlin-Schönefeld: S45 oder S9 airportExpress vom Bahnhof Berlin-Zoologischer Garten (RE-Zug)

Kostenloser Shuttle

Parkplätze stehen für Messebesucher nur in begrenzter Anzahl zur Verfügung: auf dem Hammarskjöldplatz, gegenüber der Halle 9, vor der Deutschlandhalle, am Olympiastadion sowie an der Neuen Kantstraße (gegenüber ICC – Haupteingang). Den Messebesuchern wird dringend empfohlen, öffentliche Verkehrsmittel zu benutzen. Mit Shuttle-Bussen werden IFA-Gäste kostenlos zum Messegelände gefahren.

Olympiastadion – Haupteingang Süd: täglich 9.00 - 19.00 Uhr, zirka alle zehn Minuten;

Flughafen Tegel – Haupteingang Süd: täglich 8.00 - 19.00 Uhr, zirka alle 30 Minuten;

U-Bahnhof Kaiserdamm – Haupteingang Süd: täglich 9.00 - 19.00 Uhr, zirka alle zehn Minuten.

auch die Canon-Tochtergesellschaft Criterion, deren Spielesoftware in einer separaten Game-Corner zum Einsatz kommt. Für Kinder und jung gebliebene Erwachsene eröffnet sich hier eine Spielwiese der interaktiven Möglichkeiten. Und im Canon-Kino kommen die Wißbegierigen auf ihre Kosten: Das Wunder des Lichts und die Canon Technologie der Objektive und Bildstabilisatoren werden unterhaltsam und lehrreich zugleich vermittelt. Eine Darbietung, mit der große und kleine Besucher gleichermaßen an die technologischen Entwicklungen herangeführt werden sollen.
Auch an die besonderen Wünsche von Handelspartnern hat Canon gedacht. Für sie steht ein eigener Bereich zur Verfügung, als Oase inmitten des Messetrubels und als Forum für persönliche Gespräche und den Meinungsaustausch.
Die umfangreiche Palette von derzeit neun Digitalkameras soll auch auf dem **Fujifilm** Stand die Aufmerksamkeit der IFA-Besucher auf sich ziehen.

Die neue Fujifilm MX-2900 Digitalkamera bietet eine Auflösung von 2,3 Mio. Pixeln und ein Dreifach-Zoomobjektiv.

Neben dem neuen Highlight, der Digitalkamera MX-2900 Zoom, die Ende Juli vorgestellt wurde (mehr über diese Kamera an anderer Stelle dieser Ausgabe), stehen die Modelle MX-1500 und MX-2700 im Mittelpunkt. Darüber hinaus präsentiert Fujifilm zwei weitere neue Digitalkameras, die noch im Laufe dieses Jahres verfügbar sein sollen. Die Fujifilm-Produkte sind ebenfalls auf dem Kooperationsstand Multimedia Home (Halle 1.1b, Stand Nr. 17) zu finden.

Eine Reihe von Zubehörneuheiten hat **Hama** auf seinem Stand in Halle 2.2a, Stand Nr. 01, zu bieten. So beispielsweise insgesamt zwölf neue Taschenmodelle für Digitalkamerabesitzer. In der Serie Samsonite Trekking bietet Hama sechs schwarze Modelle mit blauen Einfassungen aus strapazierfähigem Polytex-

Sechs Samsonite Trekking Taschen für Digitalkameras gehören zu den Neuheiten bei Hama.

Material. Alle Taschen sind mit einem Schultergurt, einer Gürtelschlaufe und einer regengeschützten Vordertasche ausgestattet. Günstige Alternativen zu den Trekking Modellen bieten die sechs Track Pack Taschen. Sie werden ebenfalls aus Polytex-Material hergestellt, verfügen über stoßdämpfende Polsterung und durchdachte Ausstattungsdetails.
Weiterhin stellt Hama das vor allem für Einsteiger gedachte Set „PrintMe Designer Combipack“ vor, das eine universelle Software für alle marktgängigen, vordefinierten Formatvorlagen sowie 30 hochwertige Papier-, Folien- und Etikettenmuster aus dem Hama PrintMe-Programm enthält. Hier reicht die Auswahl von Fotopapieren aus verschiedensten Materialien über diverse Visitenkarten und Folien bis zu Etiketten für CDs, Disketten, ZipDiscs oder Ordnerrücken. Und das neue Fun-Sortiment von Hama bietet kreative Einsatzmöglichkeiten für Tintenstrahldrucker. Direkt bedruckbare Mousepads, selbstklebende und wiederablösbare Textilbuttons oder Inkjet-Transferfolien zum Dekorieren von Porzellan, Keramik, Glas oder Metall stellen nur eine kleine Auswahl der neuen Druckmedien dar.

Hama bringt neue Druckmaterialien für den kreativen Einsatz mit Tintenstrahldruckern.

Auch **Kodak** ist auf der IFA in Halle 1.1b, Stand 17, mit einer Reihe innovativer Produktneuheiten rund um das Thema Digital Imaging vertreten. Gezeigt werden dort beispielsweise die Kodak Zwei-Megapixel-Kamera DC280, die hohe Bildauflösung und Funktionsvielfalt mit einfacher Bedienung und einem günstigen Preis-/Leistungsverhältnis kombiniert, sowie das Kodak GPS Solutions Kit. Dieses ermittelt über einen GPS-Empfänger anhand der Breiten- und Längengrade die präzise

Die Digitalkamera Kodak DC280 gehört zu den Highlights auf dem Kodak Stand.

Position des Fotografen beim Druck auf den Auslöser und speichert diese Information zusammen mit Datum und Uhrzeit ab. Später am PC kann eine spezielle Moving Map Software die Digitalfotos automatisch der richtigen Landkarte zuordnen und die Schnappschüsse visuell anzeigen. Ein weiterer Schwerpunkt sind die neuen digitalen Dienstleistungen Kodak PhotoNet Online Service und Kodak Picture CD, mit denen Amateurfotos ab sofort in großem Umfang für digitale Anwendungen genutzt werden können. Abgerundet wird das Angebot durch die Kodak Digitalprojektoren

Öffnungszeiten der IFA

Die Internationale Funkausstellung 1999 findet in den Hallen 1-26 auf dem Messegelände, im Sommergarten und im ICC Berlin statt. Geöffnet ist die Messe täglich von 10.00 bis 18.00 Uhr.

Eintrittspreise

Tageskarte: 25 DM; Tageskarte im Vorverkauf: 22 DM; Tageskarte ermäßigt (Schüler, Studenten): 16 DM; Tages-Gruppenkarte: (ab 20 Personen) pro Person 21 DM.

Kartenverkauf

Direktverkauf im ICC Berlin montags bis freitags 10.00 - 18.00 Uhr, samstags 10.00 - 14.00 Uhr

Eingänge

Neben dem Haupteingang Süd stehen folgende Eingänge zur Verfügung: Halle 9 (Messedamm), Halle 14.1 (gegenüber dem ICC Berlin), Halle 19 (Hammarskjöldplatz) und ICC - Haupteingang.

DP1100 und DP900, die sich nach Angaben des Unternehmens durch hervorragende Bildqualität und hohe Bildauflösung auszeichnen.

Zahlreiche zukunftsorientierte Fernsehgeräte, die Sortimentserweiterung um den Audiobereich und die neuen Videorecorder VE 21 und VE 43 mit besonders einfacher und leicht verständlicher Bedienung gehören zum Sortiment, das **Metz** auf der IFA vorstellen wird. Darüber hinaus präsentiert das Unternehmen zwei DVD-CD-VCD-Player, die höchsten Ansprüchen genügen. Ausgerüstet sind beide Geräte für DVD, Compact und VCD Discs von jeweils zwölf oder acht Zentimetern. Die beiden Modelle DE 71 und DE 81 sind auf DTS vorbereitet und geben dieses Signal neben Dolby Digital, MPEG-2-Audio und PCM über die Digitalausgänge an externe Decoder. In beiden Geräten wurden modernste Technologien für die digitale Signalverarbeitung eingesetzt. Ein 10-Bit/27 MHz Video-Wandler verarbeitet das scharfe DVD-Bild und erzielt eine strahlendere Brillanz als herkömmliche Wandler. Ein Systemumschalter erlaubt die Anpassung an PAL- oder NTSC-Signale. Zur weiteren Ausstattung gehören Features wie programmierbare Wiedergabe, Standbild, Bild-für-Bild-Wiedergabe, Zeitlupe oder Zufallswiedergabe.

Nikon ist auf der IFA mit den beiden hochauflösenden Digitalkameras Coolpix 950 und Coolpix 700 vertreten. Zu den Kennzeichen der beiden Kompaktkameras zählen die hohe Bildauflösung (2,1 Megapixel) und die schnelle

Nikon ist auf der IFA mit den beiden kompakten Digitalkameras Coolpix 700 (oben) und Coolpix 950 (unten) vertreten.

Digitalverarbeitung. Charakteristisch für die Coolpix 950 ist das Gelenkobjektiv, das bereits beim Vorgängermodell, der Coolpix 900, eingesetzt wurde. Die Coolpix 950 besitzt ein Magnesiumgehäuse und zeichnet sich durch geringe Abmessungen und geringes Gewicht aus. Das noch kleinere und leichtere Modell Coolpix 700 präsentiert sich mehr im Gewand einer konventionellen Kleinbildkamera und bietet gewohntes Handling.

Sowohl die Coolpix 950 als auch die Coolpix 700 sind mit einem hochauflösenden CCD-Sensor bestückt, der Bilder in einer Größe von 1.600 mal 1.200 Pixel liefert. Die neu entwickelten Nikkor-Objektive – bei der Coolpix 950 mit Dreifach-Zoom – zeichnen sich durch verbesserte Bildschärfe, Brillanz und Farbwiedergabe aus. Ihre herausragende Bildqualität verdanken die Coolpix-Kameras auch der präzisen Autofocusfunktion (4.746 Stufen bei der Coolpix 950 und 127 Stufen bei der Coolpix 700). Die manuelle Scharfstellung erfolgt in zehn Stufen ab einer Distanz von zehn Zentimetern bis unendlich.

Die Belichtungsautomatik beider Modelle unterstützt Nikons einzigartige Matrixmessung, die mittenbetonte Messung und die Spotmessung. Neben einem automatischen Weißabgleich besteht die Möglichkeit zur manuellen Weißabstimmung, bei der der Fotograf eine von fünf vordefinierten Farbtemperaturen voreinstellt. Beide Kameras besitzen einen rückseitigen Monitor auf TFT-Basis und ein integriertes Blitzgerät. Die Kameraeinstellungen lassen sich in bis zu drei benutzerdefinierten Konfigurationen speichern und wieder abrufen. Die Benutzerkonfigurationen bleiben auch nach dem Ausschalten der Kamera gespeichert.

Mit der neuen All-in-One-Spiegelreflexkamera Camedia C-2500L will **Olympus** auf der IFA ein weiteres Zeichen im Digitalmarkt setzen. Ausgestattet mit einer Vielzahl von Funktionen, einem extrem sensitiven 2/3"-Progressiv CCD sowie einem hochauflösenden Dreifach-Zoomobjektiv stößt das 2,5-Mio.-Pixel-Modell in Bereiche vor, die bislang Profikameras vorbehalten waren. Herausragende Besonderheit der Kamera ist die Ausstattung mit zwei Kartenslots für SmartMedia und CompactFlash-Speicherkarten. Weiterhin bietet die Camedia C-2500L über das integrierte Blitzgerät hinaus die Kontrollmöglichkeit eines externen

Mit ihrem 2/3"-Progressiv CCD erreicht die neue Digitalkamera Olympus C-2500L eine Auflösung von 2,5 Mio. Pixeln.

Blitzsystems, TTL-Belichtungsmessung und Verschlußzeiten von 1/2 bis 1/10.000 Sekunde.
Ebenfalls neu und auf die Camedia C-2500L abgestimmt ist das Blitzgerät Camedia FL-40. Es bietet Leitzahl 40 bei Teleaufnahmen und Leitzahl 26 im Weitwinkelbereich.
Auch das zweite neue Digitalkameramodell von Olympus wird die Aufmerksamkeit der Messebesucher auf sich ziehen: Die nur 190 Gramm schwere Camedia C-21 ist kaum größer als zwei hintereinander gelegte Audiocassetten. In dem kompakten Aluminiumgehäuse

In äußerst kompakter Bauweise präsentiert sich die Olympus Camedia C-21.

untergebracht ist eine Technik, zu der ein leistungsstarker 1/2"-Chip, ein hochauflösendes Objektiv mit 2,5fach Digitalzoom sowie ein 4,5 cm großer LCD-Monitor gehören. Weitere Kennzeichen sind die vielfältigen Einstelloptionen und die Tatsache, daß die Camedia C-21 als erstes Modell einen Lithium-Batterie-Block als Energielieferanten nutzt.
Filme auf ganz neue Art zu erleben macht das neueste Personal Multimedia Display Eye-Trek FMD 200 von Olympus möglich. Obwohl es nur etwa so groß ist wie eine Sonnenbrille, präsentiert diese Neuheit Video- und TV-Filme so, als säße der Betrachter in etwa zwei Metern Entfernung vor einem Großbildfernseher mit einer 130 cm-Bildschirmdiagonale. Verbunden wird die Eye-Trek Brille entweder mit einem

Was hat die IFA sonst noch zu bieten?

Das Leitthema der IFA heißt „Digitale Evolution". Die Digitaltechnik spielt bei fast allen Produkten und Dienstleistungen eine dominierende Rolle. Durch gemeinsam genutzte (digitale) Basistechnologien entwickeln Geräte der Unterhaltungselektronik Computerintelligenz, PCs dagegen erschließen Angebote, die bisher der „braunen Ware" vorbehalten waren. Hier einige Höhepunkte außerhalb der digitalen Fotografie in Stichworten:

Digitales Fernsehen. Für das digitale Fernsehen gibt es auf der IFA zwei wichtige Fortschritte: die Demonstration terrestrischer Übertragung digitaler TV-Signale nach dem DVB-T-Standard und die „Multimedia-Home-Plattform" – ein Standard für Universalempfänger, der alles erschließt, was Netze und Antennen hergeben. Settop-Boxen für den Empfang des digitalen Fernsehens und integrierte Lösungen fehlen ebenso wenig wie 16:9-Breitbildgeräte, Flachbildschirme und Videoprojektoren. (Schnurlose) Dolby Surround Anlagen runden das Thema „Home-Cinema" ab. Gezeigt und demonstriert werden digitale Gerätekonzepte und Beispiele der digitalen Vernetzung, die Online- und Rundfunkdienste zusammenführt, und zwar so, daß aufbereitete Internet-Angebote auf Knopfdruck verfügbar werden, ähnlich wie Videotext.

Videorecorder / Camcorder. Auch den klassischen Videorecorder gibt es vermehrt in digitalen Varianten. Darüber hinaus werden vor allem digitale Camcorder dem Markt positive Impulse verleihen. Ob mit oder ohne integrierte Digital-Still-Kamera, mit den superkompakten DV-Camcordern können Aufnahmen gemacht werden, für die früher aufwendige Profi-Geräte nötig waren. An den PC angeschlossen, ermöglichen sie Digitaleffekte, Schnittbearbeitung und „Bildmanagement".

DVD. Große Aufmerksamkeit wird der Durchbruch der Digital Versatile Disc (DVD) erregen. Auf der IFA wird, unter anderem auf einer großen Gemeinschaftsschau, eine Vielzahl neuer stationärer und tragbarer Spieler und ein inzwischen auf fast 700 Titel angewachsenes Softwareangebot gezeigt.

Audio. Auch beim Klang wird DVD bis zum High-End-Bereich eine Rolle spielen, der durch die neue Scheibe und eine weitere Super-Audio-CD kleine Klangrevolutionen erlebt. Doch auch der Erfolg der CD-Recorder und MP3-Empfänger für das Aufzeichnen von Musik aus dem Internet wird für Aufmerksamkeit sorgen.

Telekommunikation. Das Telefonieren wird immer mobiler. Die Miniaturisierung scheint kaum noch Grenzen zu kennen. Handys gibt es schon im Kreditkartenformat. Sie funktionieren inzwischen auch als schnurlose Haustelefone (also mit DECT- und GSM-Standard), und auch der Zugriff zum Internet ist möglich. Die ersten WAP-Handys (Wireless Application Protocoll) werden ebenso gezeigt wie Beispiele für die mobile Bildtelefonie.

Heim-PCs. „E-Commerce" und „Mobile Computing" heißen zwei Schlagwörter. Die Bandbreite reicht von „Taschendatenbanken" über Mini-Notebooks zu „Organizern", die auch den Versand und Empfang von E-Mails und das Surfen im Internet gestatten. Der Bildschirm wird immer flacher, und zwar sowohl bei stationären Geräten als auch bei Laptops.

Video- und Computerspiele. Sie werden auf der IFA zu den Magneten vor allem für das jugendliche Publikum gehören – mit dem umfangreichsten Hard- und Softwareangebot, das in diesem Jahr irgendwo in Deutschland gezeigt wird: Lebensechte Grafiken und Raumklang, dazu eine Vielzahl neuer Spiele und Konsolen.

Vernetzung. Neben den neuen Geräten, Systemen und Dienstleistungen wird die Vernetzung ein weiteres wichtiges Thema der IFA. Unter den Stichwörtern „Home Network" bzw. „Intelligent Home" werden der Zusammenschluß und die Kontrolle aller Produkte und Dienste ermöglicht; ganz gleich, ob es sich dabei um den PC, das Telefon, den Fernseher, die Alarm- oder Klimaanlage oder die Überwachungskamera handelt. Sie alle können ohne Schwierigkeiten per Funk oder Infrarot über einen sogenannten Kommunikationsbus zu einem häuslichen Netzwerk verbunden werden.

Die Eye Trek-Multimediabrille von Olympus ermöglicht es dem Benutzer, Filme und Fernsehsendungen auch unterwegs zu sehen.

DVD-Player oder einem optional erhältlichen Sender-Empfänger-System, mit dem Fernsehsendungen empfangen werden können.

Für Hobbyfilmer und Profis präsentiert **Panasonic** den digitalen Camcorder NV-DS99 im Mini DV-Format. Mit einem neuen 0,5-Sekunden-Jet Zoom

Der digitale Camcorder Panasonic NV-DS99 bietet die derzeit schnellste Zoomgeschwindigkeit der Welt.

bietet das High-End-Gerät nach Angaben des Herstellers die derzeit schnellste Zoomgeschwindigkeit der Welt. Darüber hinaus zeichnet sich das Gerät durch eine exzellente Bildschärfe und hohe Benutzerfreundlichkeit aus. Verantwortlich für die Aufnahmequalität ist unter anderem ein neuentwickelter optischer Bildstabilisator, der die 410.000 Pixel des Aufnahmechips optimal ausnutzt. Komfortables Aufnehmen aus beliebigem Blickwinkel und eine detailreiche Wiedergabe ermöglicht ein schwenkbarer 3,8-Zoll-LCD-Farbmonitor mit einer Auflösung von 220.000 Pixeln. Eine Vielzahl digitaler Effekte versetzt den Benutzer in die Lage, seine Videoaufnahmen kreativ zu gestalten. MultiScreen zum Beispiel stellt neun Standbilder gleichzeitig dar, und die Bild-im-Bild-Funktion erlaubt das Einfügen eines kleinen Standbildes in den normalen Film. Die Progressive-Shot-Funktion liefert Standbilder in Fotoqualität mit einer 1,5mal so hohen Auflösung wie gewöhnliche Standbilder. Zusätzlich bietet der Panasonic NV-DS99 elf weitere Digitaleffekte, darunter verschiedene Funktionen für Szenenübergänge, Schwarzweiß, Stroboskop oder Solarisation. Beim Abspielen wartet der Camcorder mit Bandsuchlauf in fünf verschiedenen Geschwindigkeiten auf, vom doppelten bis zum 20fachen Tempo.

Mit der kompakten Zwei-Megapixel-Digitalkamera RDC-5000 ist **Ricoh** auf der IFA vertreten. Die Kamera besitzt ein 1/2”-CCD mit einer Auflösung von 2,3 Mio. Pixeln, ein optisches Zoomobjektiv 8-18 mm (entspricht 38-86 mm bei Kleinbild) sowie TTL-Autofocus und zeichnet sich durch verschiedene Aufnahmefunktionen (Bild, Text/Bild, Timer-, Serienaufnahmen) und einen optischen Echtbildsucher aus. Die Ricoh RDC-5000 unterstützt die schnellen USB-Schnittstellen. Sie besitzt einen internen 8 MB Speicher und erlaubt den Einsatz von wechselbaren SmartMedia-Karten. Ein integriertes Blitzgerät, elektronisches Wasserzeichen zum Schutz des Copy-

Mit der vielseitigen Digitalkamera RDC-5000 zeigt Ricoh auf der IFA Präsenz.

Werbeaktivitäten der IFA

Hören, Sehen und Erleben – das vermittelt das seit 1971 eingesetzte Signet der Funkausstellung, das von Professor Helmut Lortz entworfen wurde. Die roten IFA-Plakate mit der optischen Einladung wurden in einer Anzahl von über 10.000 Stück verschickt und leuchten nicht nur auf Bahnhöfen und Flughäfen, sondern auch in den Städ-

ten – von Aachen bis Zwickau. Weit im Vorfeld der Messe wurde an Fachbesucher ein spezieller Prospekt verschickt, der in neun Sprachen übersetzt wurde. In ganz Europa, in den USA und in Japan wurde die Fachwelt auch über halbseitige Anzeigen in den wichtigsten Fachmedien (natürlich auch in imaging+foto-contact) informiert. Große Publikumsresonanz erzielten die drei Ausgaben der „IFA News“ mit ihren aktuellen Informationen. Eine große Rolle in der Werbestrategie spielten der Fachhandel und das Fachhandwerk, das mit einem „Deko-Paket“ zur Schaufenstergestaltung beliefert wurde. Als ausgesprochen attraktiv erwies sich die von der Werbeagentur kreierte virtuelle „Miss IFA“, für die sich zahlreiche Zeitungen und Magazine zur Illustration ihrer Beilagen interessierten. Und auf riesiges Interesse stieß schließlich die IFA-Präsentation im Internet: Allein im Juli wurden 1.852.110 Zugriffe auf dieser Homepage (http://www.ifa-berlin.de) registriert.

Exklusive Fotorahmen
Geschenk-Ideen für jede Gelegenheit
ERNO
ERNO Warenvertriebs GmbH,
Dr.-Rudolf-Eberle-Str. 45 · 79774 Albbruck
Tel. 07753-9205-0 · Fax 07753-9205-33

rights, Präsentationsfunktionen für Demonstrationszwecke, automatischer Weißabgleich und ein Selbstauslöser mit zehn Sekunden Vorlaufzeit ergänzen die Ausstattung.

Sanyo wartet zur IFA mit zwei Neuheiten im Bereich Digital Imaging auf: der digitalen Fotokamera VPC-SX500EX und dem digitalen Album Sanyo DMA-100. Die Digitalkamera bietet neben Fotos in Megapixel-Qualität auch die Möglichkeit, bis zu 50 Minuten Video (inklusive Ton) aufzunehmen. Durch die Kompatibilität zur CompactFlash-Karte vom Typ II (Microdrive) kann der Kameraspeicher bis zu 340 MB betragen. Eine weitere

Mit der Sanyo Digitalkamera VPC-SX500EX können nicht nur Fotos, sondern auch bis zu 50 Minuten lange Videosequenzen aufgenommen werden.

Besonderheit der Kamera ist die schnelle Verarbeitung der Bilddaten im Einzelbild-Modus und bei Serienbildfunktion: Bis zu 25 Fotos in voller Auflösung können im Abstand von 0,13 Sekunden aufgenommen werden. Weitere Ausstattungsmerkmale sind der eingebaute Blitz, das digitale Zweifach-Zoomobjektiv, der elektronische Selbstauslöser, LCD-Monitor und 8MB CompactFlash-Karte (Typ I) im Lieferumfang.

Das Digitale Album Sanyo DMA-100 ermöglicht die digitale Bildbearbeitung und -speicherung am Fernsehgerät.

Das Digitale Album Sanyo DMA-100 von Sanyo ermöglicht die digitale Bildbearbeitung und -speicherung am Fernsehgerät.

Gewinnspiel zur IFA

Jeder Besucher der Internationalen Funkausstellung kann an einem Gewinnspiel zum Thema „Meilensteine der Unterhaltungselektronik“ teilnehmen. Der Fragebogen, auf dem acht Highlights aus der IFA-Geschichte zu beantworten sind, ist an allen Eingängen erhältlich. Die richtigen Antworten sind an den acht Stationen des „Parcours“ zu finden. Für dieses Suchspiel stehen Gewinne im Gesamtwert von 40.000 DM zur Verfügung. Hauptpreis ist eine moderne Heimkinoanlage.

Dazu wird es am TV-Gerät angeschlossen und über das Bildschirmmenü und die TV-Fernbedienung bedient. Die Bilder werden direkt von der Speicherkarte (ohne Kabel) eingelesen und per CD-Brenner auf einer CD-ROM gespeichert. Zu diesem Zweck verfügt das Digitale Album über separate Steckplätze für SmartMedia- und CompactFlash-Speicherkarten. Mit dem Digital Album können verschiedene Fotoalben angelegt und Bilder nachbearbeitet werden.

Als weltweit erste Digitalkamera speichert die Internet-Viewcam von **Sharp** Electronics Video- und Tonaufnahmen direkt im neuen MPEG4-Format. Speichermedium ist eine austauschbare SmartMedia-Karte mit bis zu 32 MB Kapazität. Das nur 200 Gramm schwere Gerät verfügt über ein 1,8” TFT-Display, ein um 270 Grad schwenkbares Objektiv, ein Vierfach-Zoom und eine Auflösung von maximal 320 x 240. Die bereits komprimierten Dateien werden über einen PCMCIA-Port oder einen entsprechenden Adapter auf einen internetfähigen PC übertragen. Abspielbar sind die Aufnahmen mit der Software Windows Media Player6, die kostenlos aus dem Internet heruntergeladen werden kann. Die Internet-Viewcam steht dem Handel ab sofort zur Verfügung.

Ebenfalls neu von Sharp ist die bedienungsfreundliche Minikamera VL-PD3S. Das Leichtgewicht für Einsteiger überzeugt durch kompaktes Design, eine hohe Bild- und Klangqualität sowie durch die Möglichkeit für einfaches

Als weltweit erste Digitalkamera speichert die Internet-Viewcam von Sharp Electronics Video- und Tonaufnahmen direkt im neuen MPEG4-Format.

Nachbearbeiten und Schneiden der Filme in Verbindung mit einem PC. Zur Ausstattung gehören ein CCD-Bildsensor mit 770.000 Pixeln, ein optisches/digitales Zehnfach-/Vierzigfach-Zoomobjektiv, eine kürzeste Verschlußzeit von 1/10.000 Sekunde und ein eingebauter, ausklappbarer 2,5” LCD-Monitor mit 123.200 Pixeln.

Die **Wacom** Europe GmbH tritt mit einem Sortiment Grafiktabletts auf der IFA an. Darunter auch die aktuellen

Wacom zeigt verschiedene Grafiktabletts, hier das Modell Intuos A5 USB.

Ausführungen der Intuos-Modelle mit USB-Anschluß. Diese Serie besteht aus fünf unterschiedlich großen Grafiktabletts und sechs Eingabegeräten. Zu haben sind die Intuos Tabletts in den Größen A6, A5, A4 regular, A4 oversize und A3. Alle Tabletts reagieren neigungs- und drucksensitiv mit 1024 Druckstufen und verfügen über eine Auflösung von 2540 dpi.

MX-2900 Zoom von Fujifilm:

Mit der MX-2900 Zoom verbindet Fujifilm die traditionellen Features einer Kleinbild-Spiegelreflexkamera mit den Möglichkeiten der Digitalfotografie. Mit 2,3 Millionen Pixeln Auflösung, Dreifach-Zoom und hochwertiger Ausstattung ist die Kamera nahezu jeder Aufnahmesituation gewachsen.

Digitalkamera mit 2,3 Millionen Pixeln und Dreifach-Zoom

Hatte der 2,3 Millionen Pixel CCD schon bei der Fujifilm MX-2700 eine Auflösung von 1.800 x 1.200 Bildpunkten ermöglicht, kommt bei der MX-2900 Zoom noch ein optisches Dreifach-Zoomobjektiv hinzu, das einer Brennweite von 35 bis 105 mm beim Kleinbild entspricht. Dank der hochwertigen Magnesiumlegierung wiegt die Digitalkamera nur 345 Gramm. Die Verschlußzeiten der MX-2900 Zoom betragen je nach Betriebsart 3 bis 1/2000 Sekunde.
Neben einem integrierten Blitzgerät verfügt sie über einen Blitzschuh für den Anschluß eines externen Blitzgerätes. Der Slow-Syncro-Modus der Kamera verbindet die Blitzverwendung mit einer langen Verschlußzeit.

Optimale Aufnahmekontrolle

Die MX-2900 Zoom ist sowohl mit optischem Sucher als auch mit einem 2-Zoll-TFT-Display mit 130.000 Pixeln ausgestattet, so daß eine optimale Kontrolle der Aufnahmen gewährleistet ist. Dazu tragen auch die verschiedenen Orientierungsrahmen bei, die die Positionierung des Motives im Gesamtbild erleichtern. Die Stromversorgung der Kamera erfolgt über einen wiederaufladbaren Lithium-Ionen-Akku, der bei ausgeschaltetem Display bis zu 250 Aufnahmen ermöglicht (eingeschaltet bis zu 100).

Manuelle Einstellungen

Bei der Konstruktion der MX-2900 Zoom hat Fujifilm Wert darauf gelegt, daß Fotografen in der gewohnten Form arbeiten und ihre Bildergebnisse jederzeit beeinflussen können. Die Kamera ermöglicht ihren Anwendern umfassende manuelle Steuerungen, wie das Focussieren zum Bestimmen der Schärfenebene, die Vorwahl von Verschlußzeit und Blende sowie einen Weißabgleich, der neben der Automatik sechs individuelle Einstellungen zuläßt. Entsprechend der jeweiligen Aufnahmebedingungen erfolgt die Belichtungsmessung über Multi-, Spot- oder Mittelwertmessung. Dem Fotohandel bietet sich in Verbindung mit der MX-2900 zudem die Möglichkeit für weiteres Zubehörgeschäft: Als Zusatzausstattung ist ein Adapterring für den Einsatz verschiedener Filter und ein spezielles 0,8fach Weitwinkelobjektiv erhältlich.

Speicheroptionen

Speichern lassen sich die Bilddaten der MX-2900 Zoom entweder unkomprimiert als TIFF oder in drei Komprimierungsstufen als JPEG. Zum Lieferumfang gehören zwei SmartMedia Karten mit jeweils 8 MB.
Aber die neueste Digitalkamera aus dem Hause Fujifilm hat noch mehr zu bieten. So sind formatfüllende Aufnahmen einer Scheckkarte im Makromodus für sie kein Problem. Mit dem Digital Print Order Format (DPOF) können Anwender schon in der Kamera Printanzahl und Datumseindruck festlegen. In der Serienbildfunktion lassen sich drei Bilder pro Sekunde bei bis zu neun Aufnahmen einfangen.

Lieferumfang

Zum Ausstattungsumfang der MX-2900 Zoom gehören Li-Ionen Akku, Netzteil/Ladegerät, Videokabel, serielle Anschlußkabel für Windows und Macintosh, CD-ROM mit Datenübertragungssoftware und Twaintreibern für Windows und Macintosh, Adobe PhotoDeluxe Home Edition 3.0 und ein Handbuch. Die MX-2900 Zoom wird ab September 1999 zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 1.798 DM erhältlich sein. Neben der MX-2900 Zoom wird Fujifilm auf der IFA zwei weitere neue Digitalkameras präsentieren. höl

GLOBAL PLAYER

KölnMesse feierte 75jähriges Bestehen

Mit einem beeindruckenden Fest feierte die KölnMesse Anfang August ihr 75jähriges Bestehen. In Anwesenheit von Bundespräsident Johannes Rau und dem Ministerpräsidenten des Landes Nordrhein-Westfalen, Wolfgang Clement, standen die Zeichen dabei auf Zukunft: Die Position der 25 Kölner Leitmessen, zu denen auch die photokina gehört, soll global ausgebaut werden.

Ministerpräsident Wolfgang Clement: „Juwel des Messestandortes Nordrhein-Westfalen“

Dabei, so betonte Jochen Witt, seit dem vergangenen Jahr Vorsitzender der Geschäftsführung der KölnMesse, stehe die Erweiterung der Dienstleistungspalette – über die eigentlichen Messetermine hinaus – im Vordergrund. Dazu gehöre die Entwicklung von Kommunikationsplattformen für alle Phasen vor, während und nach einer Messe sowie die verstärkte Ausrichtung von eigenen Messen im Ausland, vorzugsweise zu Themen aus dem Kölner Messeprogramm. Dabei werden nach Einschätzung von Witt die neuen Medien die Möglichkeit bieten, einen stets aktuellen „virtuellen Marktplatz“ einzurichten: „Wir wollen der Messedienstleister sein, der permanent und weltweit die bedeutende Kommunikationsplattform für seine Branchen bereithält.“

In einer Grußadresse an die zahlreichen hochkarätigen Gäste aus Wirtschaft und Politik betonte der Kölner Oberbürgermeister Dr. Norbert Burger die große Bedeutung der Messe für die Stadt Köln. Die KölnMesse, so Burger, schaffe nicht nur Arbeitsplätze, sondern gebe der Stadt auch ein internationales Flair, das sehr gut zur Gastfreundschaft und Weltoffenheit ihrer Bewohner passe.

Burger würdigte die engagierte Arbeit Jochen Witts und seiner Geschäftsführer-Kollegen Hans Wilke, Wilhelm Niedergöker und Jörg Michael Gleitze. Zudem hob er die Verdienste des im vergangenen Jahr verstorbenen langjährigen Hauptgeschäftsführers Dieter Ebert hervor.

Als „ein Juwel des Messestandortes Nordrhein-Westfalen“ bezeichnete Ministerpräsident Wolfgang Clement die KölnMesse. Sie habe einen bedeutenden Anteil daran, daß die nordrhein-westfälischen Messen im vergangenen Jahr 5,8 Millionen Gäste aus aller Welt angezogen hätten. Das seien 61 Prozent der Gesamtbesucherzahl auf allen deutschen Messen, betonte Clement.

Rau zum Ladenschluß

Auch Bundespräsident Rau würdigte die Rolle der KölnMesse bei der Entwicklung des Messestandortes Deutschland. Gerade für Deutschland sei es nach dem Krieg wichtig gewesen, schon nach kurzer Zeit zum Zentrum für internationale Wirtschaftsbeziehungen zu werden, betonte der Bundespräsident. Rau nutzte die Gelegenheit zu einigen persönlichen Worten zum vieldiskutierten Thema Ladenschluß. Bei aller Wichtigkeit der Wirtschaft bestehe der Mensch nicht nur aus Kaufen und Verkaufen. Darum solle der Sonntag auch weiterhin geschützt bleiben. Wichtig sei auch, erklärte Rau, daß bestehende Gesetze für alle zu gelten haben und nicht durch bewußte Verstöße vollendete Tatsachen geschaffen würden, denen der Gesetzgeber zu folgen habe.

Bundespräsident Johannes Rau sprach sich für den weiteren Schutz des Sonntags aus.

Jochen Witt, Hauptgeschäftsführer der KölnMesse: „Wir wollen uns noch nachhaltiger als Global Player positionieren.“

Rekordjahr zum Jubiläum

Im Jubiläumsjahr 1999 wird die KölnMesse mit einem Rekordergebnis abschließen und einen Umsatz von mehr als 400 Millionen DM erzielen. Dabei werden im laufenden Messejahr über 30.000 ausstellende Unternehmen und mehr 1,2 Millionen Einkäufer und Fachbesucher an den insgesamt 29 Messen und Ausstellungen teilnehmen. Damit das so bleibt, setzt man bei der KölnMesse auch für die Zukunft auf Investitionen. Zur Zeit wird die Hallenfläche des Kölner Messegeländes durch eine Erweiterung der Halle 9 bedarfsgerecht auf 286.000 qm erhöht. Nächstes großes Investitionsprojekt ist der Bau eines zusätzlichen Eingangsbereiches und eines Messezentrums in unmittelbarer Anbindung an den geplanten ICE-Bahnhof Deutz. Der soll im Jahre 2002 in Betrieb gehen und die Fahrzeit vom Flughafen Frankfurt bis zum Kölner Messegelände auf nur 48 Minuten verkürzen.

Polaroid i-zone soll zum Kultobjekt der Teens werden

Große Erfolge in Japan

Ab September in Deutschland

Gewinnspiel für Verkäufer

„Cool!“ Ein Wort, das das Lebensgefühl einer ganzen Generation ausdrückt und gleichermaßen deren höchstes in Worte faßbares Lob darstellt. Und „cool!“ war genau jener Kommentar, den die 15jährige Tochter des Schreibers dieser Zeilen auf die Frage abgab, wie sie die neue Sofortbildkamera i-zone von Polaroid fände. Begeisterung beim ersten Blick, beim Ausprobieren in den häuslichen vier Wänden und vor allem auch am nächsten Tag, auf dem Schulhof, in der Gruppe der Mitschüler. Kaum einmal zuvor hatte ein neues Kameramodell, das der Redaktion vor der Markteinführung zur Verfügung gestellt worden war, so schnell und überzeugend den Gebrauchstest bestanden. Die Polaroid i-zone scheint tatsächlich das Zeug dazu zu haben, innerhalb kürzester Zeit zu einem neuen Kultprodukt zu werden.

Die Polaroid i-zone, zur photokina 98 mit schwarzem Gehäuse als Polaroid Xiao erstmals in Europa vorgestellt, ist eine Sofortbildkamera, die den Polaroid Pocket Film verwendet und Sofortbilder im Miniformat 36 x 24 mm produziert. Nach dem Druck auf den Auslöser wird der Filmstreifen an einer Lasche, die seitlich aus dem Gehäuse herausragt, aus der Kamera herausgezogen, um sich in wenigen Minuten bei Tageslicht zu entwickeln. Das kleine Foto wird rechts und links von weißen bzw. mit Mustern versehenen Streifen eingerahmt. Diese kann man benutzen, um das Foto, einem Orden gleich, an Jacke oder Hemd zu befestigen, man kann Notizen oder Liebesgrüße darauf schreiben oder man kann die Streifen einfach abschneiden.

An einer weißen Lasche, die seitlich aus dem Gehäuse herausragt, wird der Film aus der Kamera herausgezogen.

Um dies zu vereinfachen, zeigen Symbole auf der Rückseite, wo die Schere anzusetzen ist. Nach dem Schnitt wird das Foto oben und unten von einem schwarzen Balken, an den Seiten von Balken in der Farbe der Streifen eingerahmt. Interessanterweise sind die Filmstreifen mit unterschiedlichen Mustern versehen (die normale Version zeigt hellblaue Schlangenlinien, die Stickerversion ist knallbunt gefärbt), so daß ein Bild mit Rahmen nur zufällig einem anderen gleicht – selbst wenn zweimal dasselbe Motiv aufgenommen wird. Darüber hinaus zeigt die aus dem Gehäuse herausragende Filmlasche eine Zahl zwischen zwölf und eins und informiert den Benutzer so darüber, wieviele Aufnahmen mit dem eingelegten Filmpack noch gemacht werden können.

Scherensymbole erleichtern das Herausschneiden des Fotos.

Polaroid bietet zwei unterschiedliche Filmvarianten an, die

Die Bedienung der Polaroid i-zone ist denkbar einfach: Über einen gelben Wahlschalter wird die Belichtung geregelt (Bild links oben), ein kleines Lämpchen zeigt an, wann die Kamera einsatzbereit ist (Bild rechts oben), und auf der Kameraunterseite wird die Bedienung in fünf Punkten erläutert (Bild unten).

jeweils zwölf Aufnahmen haben: als „normale“ Version und als „Sticker“-Version. Diese hat auf der Rückseite der Fotos eine Folie, die sich abziehen läßt, wodurch die Bilder als Sticker verwendet werden können. Die unverbindliche Preisempfehlung für die normale Ausführung lautet 11,90 DM, die Sticker-Ausführung soll für 12,90 DM verkauft werden.

Die Polaroid i-zone Kamera ist mit einem 22/46 mm-Fixfocus-Objektiv ausgestattet, das im Bereich zwischen 60 Zentimetern und 3,20 Metern scharfe Aufnahmen liefert. Die ideale Entfernung zum Motiv ist etwa ein Meter (eine größere Distanz wäre aufgrund des kleinen Bildformates wenig sinnvoll, da die Details dann sehr klein erscheinen würden). Das eingebaute Blitzgerät kann im Bereich zwischen 60 und 110 Zentimetern eingesetzt werden. Die Kamera verfügt weiterhin über einen Verschluß mit einer Belichtungszeit von 1/125 Sekunde sowie über einen Sucher mit umgekehrtem Galilei-Prinzip zur Anpassung an das Pocket Film-Format. Zwei Alkalimanganbatterien des Typs Mignon (AA) liefern die benötigte Energie. Mit ihrem sehr kompakten Format (15,5 x 4,5 x 4,5 cm) und ihrem geringen Gewicht erfüllt die Kamera die Anforderungen an eine Immer-dabei-Kamera, die sich problemlos in Jacken-, Sport- oder Handtaschen unterbringen läßt und bei Bedarf schnell zur Stelle ist.

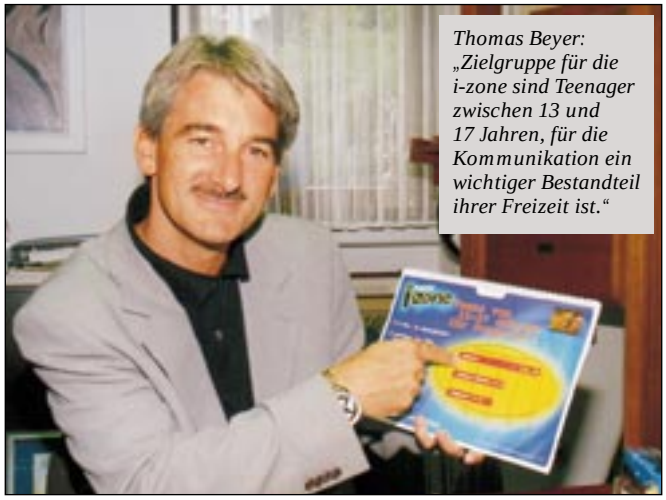
Für den deutschen Markt wurde die bereits im Frühjahr 1998 in Japan eingeführte Polaroid Xiao (das Wort bedeutet übersetzt „klein“ und „freundlich“) in Polaroid i-zone umbenannt. Auch das ursprünglich nur in Schwarz zur Verfügung stehende Gehäuse wurde poppiger gestaltet: In Deutschland wird es Ausführungen in den Farben Grün, Blau und Rot geben.

Die Bedienung der Kamera ist äußerst einfach. Zum Film-

einlegen wird das Gehäuse geöffnet, die Filmbox in die passende Aussparung eingelegt und das schwarze Deckblatt positioniert. Nach dem Schließen des Gehäuses wird das Deckblatt herausgezogen und der Filmstreifen mit der Nummer zwölf erscheint. Eingeschaltet wird die Kamera über einen auffälligen gelben Drehschalter an der Oberseite. Er bietet die drei Einstellungen „Innenaufnahme“, „Aufnahme bei Sonne“ und „Aufnahme bei bewölktem Himmel“. Die Einstellung erfolgt über entsprechende Symbole, die auch für vollkommen fotografie-unerfahrene Benutzer eindeutig zu erkennen sind. Ein rotes Lämpchen, das sich ebenfalls auf der Oberseite befindet, zeigt die Aufnahmebereitschaft der Kamera an.
Erwähnenswertes, weil sinnvolles Detail: Die Kamera stellt sich nach jeder Aufnahme automatisch aus. So besteht die Gefahr nicht, das Ausschalten zu vergessen und sich über eine ungewollt entleerte Batterie ärgern zu müssen. Und auf der Kameraunterseite findet der Benutzer die Handhabung der Polaroid i-zone bildlich Schritt für Schritt erläutert. So gelingt der Einstieg in die spaßige Sofortbildfotografie auf Anhieb.

So einfach ist das Fotografieren mit der i-zone: durchschauen, auf den Auslöser drücken (Bild oben), den Film aus dem Gehäuse ziehen (Bild links) und warten, bis sich das Foto entwickelt hat (Bild unten).

Ein weiteres Bonbon bietet Polaroid mit der leeren Filmbox: Sie ist mit einem leicht zu öffnenden und wieder zu verschließenden Deckel versehen und kann die von den Filmstreifen befreiten Fotos aufnehmen. Auf diese Weise dient sie als Archiv und hält die gesammelten Bildergebnisse zusammen.
Obwohl die Bedienung der Kamera denkbar einfach ist, handelt es sich dennoch um ein erklärungsbedürftiges Produkt. Erklären muß der Fotohändler jedoch nicht technische Details, sondern die Philosophie, die hinter dem Produkt steht. Fotografieren als Spaß, als Kommunikationsinstrument und Mittel der Freizeitgestaltung einer jungen Generation, das gleichberechtigt neben E-Mails, Internet und den nachmittäglichen Talkshows im Fernsehen steht. Nicht qualitativ hochwertige Ergebnisse sind das Ziel, sondern einzig der Spaß an der Tätigkeit.



Thomas Beyer: „Zielgruppe für die i-zone sind Teenager zwischen 13 und 17 Jahren, für die Kommunikation ein wichtiger Bestandteil ihrer Freizeit ist.“

„Für uns ist die i-zone keine klassische Fotokamera, mit der man Bilder für die Ewigkeit macht“, betonte Polaroid Geschäftsführer Thomas Beyer in einem Gespräch mit imaging+foto-contact. „Wir betrachten die i-zone als ein Gerät, das dem Ausdruck verleiht, was junge Menschen heutzutage gerne tun: kommunizieren.“ Um zu kommunizieren, greifen sie immer häufiger zu modernsten Mitteln. Beyer: „Kaum nach der Schule zu Hause, treffen sie sich in den Chat-Räumen des Internets mit genau den Freunden, mit denen sie eine halbe Stunde zuvor noch zusammengestanden haben.“ Auch der wachsende Markt der Mobiltelefone, der in jüngster Zeit zunehmend Geräte und spezielle Telefonierpakete für den Nachwuchs bereithalte, zeige das Interesse junger Menschen an der Kommunikation.
Es sei jedoch ein Irrtum, anzunehmen, daß die zur Verfügung stehende, in der Regel digitale Technik die Verlockung darstelle. „Ich bin mir sicher“, so Beyer, „daß die Technik nur das Mittel zum Zweck ist.“ Deshalb könne auch ein technisch recht einfaches Produkt wie die i-zone im Kreise der hochmodernen Kommunikationsmittel bestehen. Beyer: „Was Handy und Internet für die verbale Kommunikation sind, wird die i-zone für die bildliche Kommunikation sein.“ Daß die oftmals als altbacken verschrieene Fotografie immer noch zu den Interessen junger Menschen gehört, belegen Marktuntersuchungen, die Polaroid durchführen ließ. Den dort ermittelten Ergebnissen zufolge wünscht sich beispielsweise jedes Fünfte der derzeit rund zehn Millionen deutscher Kinder im Alter zwischen sechs und 17 Jahren eine Kamera. „Berücksichtigt man die hohe Konsumfreudigkeit und das in dieser Käufergruppe zur Verfügung stehende Kapital, so hat der Fotohandel mit der i-zone große Chancen, neue Marktsegmente zu erschließen und Kundengruppen zu binden, die sein Geschäft ansonsten gar nicht betreten würden“, war sich Beyer sicher. Mit der spielerischen Ausrichtung der Kamera würden schließlich auch Käufer angesprochen, die ihr Geld statt im Fotohandel lieber im

Spielwarenhandel ausgeben würden. „Und der ist etwa so groß wie der Amateur-Fotomarkt“, meinte Beyer.
Die Gruppe der 13–17jährigen Teenager, an die sich Polaroid mit der i-zone wendet, umfaßt in Deutschland zirka vier Millionen Personen. Umfrageergebnissen zufolge fotografieren rund 1,9 Mio. bereits jetzt in ihrer Freizeit, und bei etwa jedem Fünften steht ein Fotoapparat noch vor anderen Trendprodukten an erster Stelle der Kaufwünsche. Damit, und dem zur Verfügung stehenden Kapital von rund 2,8 Mrd. DM pro Jahr, bildet diese Käufergruppe ein hohes Potential für zusätzlichen Umsatz im Fotohandel.
Daß die i-zone als verkaufbares Produkt in Frage kommt, belegen die Umfrageergebnisse ebenfalls. So finden die befragten Teens Gefallen an der Kamera, sie halten die Polaroid i-zone für sehr innovativ und sie mögen die Bildgröße.
Daß diese Ergebnisse nicht nur bloße Theorie sind, haben die Erfahrungen in Japan gezeigt. Dort wurde die i-zone (unter dem Namen Xiao) bereits im April 1998 eingeführt. Innerhalb kürzester Zeit entwickelte sie sich zu einem Verkaufshit, und bis heute konnten rund zwei Millionen Exemplare der kleinen Sofortbildkamera verkauft werden. Vor allem junge Mädchen entschieden sich zum Kauf der Polaroid Kamera. Xiao Bilder von ihren besten Freunden und Freundinnen, ihren Lieblingstieren, Lieblingsorten, von Musik- und Sportidolen sowie von Party-Szenen wurden zu ständigen Begleitern. Xiao Fotos sind in Trend-Magazinen abgebildet und zu einem Statussymbol einer jungen Generation geworden.
Auch die Marktdaten in Japan sprechen für den Erfolg der neuen Polaroid Sofortbildkamera: Im Jahr 1998 wuchs der Marktanteil von Sofortbildkameras am Gesamtkameramarkt auf 20 Prozent, nachdem er 1995 lediglich fünf Prozent betragen hatte. Gleichzeitig wurde ein starker Rückgang des Verkaufs von Einwegkameras festgestellt, der von einer deutlichen Zunahme von Produkten des Instantbereichs, und allen voran der Polaroid Xiao, begleitet wurde.

Zur Verkaufsunterstützung für die i-zone hält Polaroid eine Vielzahl unterschiedlicher Werbematerialien bereit, so zum Beispiel das Thekendisplay für sechs Einführungssets (Bild oben) und den auffälligen Bodenaufsteller (Bild rechts)

Bild links: Das Einführungsset der Polaroid i-zone enthält eine Kamera, einen Testfilm mit sechs Aufnahmen und zwei Batterien. Bild unten: Die i-zone Filme werden in auffälligen Verpackungen geliefert.

„In Japan ist es Polaroid mit der Xiao gelungen, das Produkt Sofortbild neu zu plazieren, neue Zielgruppen zu erreichen und neue Anwendungsbereiche aufzuzeigen“, stellte Polaroid Geschäftsführer Thomas Beyer fest. Erst der dortige Erfolg habe schließlich den Ausschlag dafür gegeben, das Produkt auch in anderen Ländern einzuführen.
Und dafür, daß der deutsche Markt auf das Produkt warte, gebe es inzwischen auch schon Belege. So wurde das innovative Produkt Xiao beispielsweise vor einigen Wochen im Ressort Leben der renommierten Wochenzeitung „Die Zeit“ als heißer Tip gehandelt (für Interessenten wurde eine Londoner Telefonnummer angegeben), in „Konrad“ wurde bereits in der April/Mai-Ausgabe auf die Kamera hingewiesen, und auch die „Süddeutsche Zeitung“ stellt das Produkt in der Rubrik „Zeichen der Zeit“ vor, diesmal zu bestellen unter einer französischen Telefonnummer.
In Deutschland wird die Polaroid i-zone in diesen Tagen in den Handel eingeführt. Zu haben ist die Kamera zunächst ausschließlich als Einführungsset mit einem Sechser-Testfilm und zwei Batterien. Der empfohlene Verkaufspreis liegt bei 49,90 DM.
Die Markteinführung wird von einer großen Werbekampagne im Fernsehen begleitet: Ab Ende Oktober werden Werbespots von zehn und 20 Sekunden Länge ausgestrahlt. Als Umfeld werden dabei Sendungen wie Daily Soaps gewählt, die von einer hohen Zahl der 13-17jährigen Konsumenten gesehen

werden. Die Ausstrahlung der Werbespots erfolgt bei den Sendern RTL, SAT 1, RTL 2, Pro 7, VOX, Super RTL und Viva.
Weiterhin gibt es eine Verbraucherpromotion mit einem attraktiven Gewinnspiel im Internet, die in die Homepage des Unternehmens integriert wird. Darüber hinaus sind Kooperationen und Gewinnspiele in Zielgruppenmedien und Auftritte auf Verbrauchermessen wie You, Vision for you und Toy Festival geplant.
Für den Handel gibt es eine Auswahl an attraktiven i-zone POS-Materialien. Dazu gehören ein Thekendisplay für sechs Polaroid i-zone Einführungssets und zwölf i-zone Filme mit je zwölf Aufnahmen, ein Bodenverkaufsaufsteller, beide zu bestücken mit Kameras und Filmen in Blisterpackung zum Aufhängen, sowie eine Viertel-Chep-Palette zum Bestücken mit 24 Kamerasets und 48 Filmen. Für Polaroid Geschäftsführer Thomas Beyer steht fest, daß nur der Fotohändler mit der i-zone Erfolg haben kann, der sie aktiv präsentiert. „Wer die Kamera diskret ins Schaufenster oder in die Vitrine legt, wird sie nicht verkaufen", sagte Beyer. „Aber wer die Verkaufsförderungsmittel nutzt, Beispielfotos zeigt und den Käufer durch die Präsenz des Produktes vom Schaufenster bis zur Verkaufstheke lotst, der wird erfolgreich sein." hepä

Gewinnspiel für Fotoverkäufer: Mit Polaroid zur Messe „You" nach Berlin

Zur Einführung der i-zone Sofortbildkamera hat Polaroid einen Wettbewerb für Fotohändler und deren Mitarbeiter ausgeschrieben.

Der erste Preis ist eine Wochenendreise zur Europäischen Jugendmesse You am 13./14. November. Der Gewinner reist mit seiner Familie (höchstens vier Personen) nach Berlin und erlebt dort die Welt der i-zone Generation. Die Anreise erfolgt am Samstag morgen, die Abreise am Sonntag abend. Der Hauptpreis umfaßt Flug, Übernachtung/Frühstück im Hotel und 500 DM Taschengeld.
Der zweite Preis sind zehn Eintrittskarten für ein Großkino in Ihrer Nähe, damit Sie auch Ihre Kinder und Freunde einladen können.
Der dritte Preis sind sechs Eintrittskarten für ein Großkino in Ihrer Nähe.

Und so nehmen Sie am Verkäufer-Wettbewerb teil: Haben Sie den vorangegangenen Beitrag aufmerksam gelesen? Dann wird es Ihnen sicherlich nicht schwerfallen, die drei Fragen auf dem unten abgebildeten Coupon zu beantworten. Kreuzen Sie die jeweils richtige Lösung an, schneiden Sie den Coupon aus (oder fotokopieren Sie ihn), kleben Sie ihn auf eine Postkarte, versehen Sie diese mit der untengenannten Adresse, Ihrem Absender und Ihrer Telefonnummer und schicken Sie Ihre Teilnahmekarte an (oder faxen Sie diese Seite einfach an):

Polaroid GmbH
Kennwort: i-zone
Postfach 10 15 63
63015 Offenbach
Fax 069/8404-530

Die Gewinner werden unter allen richtigen Einsendungen ausgelost und in der ifc-Ausgabe 11/99 veröffentlicht. Einsendeschluß ist der 30.09.99. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen!

1) Wie groß sind die Bilder der i-zone Sofortbildkamera?
a) 6 x 6 cm
b) 10 x 45 mm
c) 24 x 36 mm

2) Wieviele Filmsorten bietet Polaroid für die i-zone an?
a) eine (nur die normale Ausführung)
b) zwei (die normale und eine Stickerausführung)
c) acht (die normale und die Stickerausführung, jeweils in Farbe und Schwarzweiß und mit matter und glänzender Oberfläche)

3) Wie lautet die Preisempfehlung für das Einführungsset mit i-zone Kamera, Testfilm für sechs Aufnahmen und zwei Batterien?
a) 12,90 DM
b) 33,33 DM
c) 49,90 DM

Olympus präsentiert im Rahmen der IFA 99 drei Weltneuheiten:

Digitalkamera-Highlights C-2500L, C-21sowie die Multi-media-Brille Eye-Trek FMD 200

Anläßlich der Internationalen Funkausstellung in Berlin 1999 präsentiert Olympus eine Vielzahl neuer Digital Imaging- und Kommunikationsprodukte. Im Fokus der Messeaktivitäten werden dabei die Digitalkamera-Highlights C-2500L und C-21 sowie die Multimedia-Brille Eye-Trek FMD 200 stehen.

Mit der „All-In-One"-Spiegelreflex-Digitalkamera Camedia C-2500L möchte der Digitalkameramarktführer Olympus demonstrieren, daß sich inzwischen die digitale Fotografie im Consumer-Bereich sogar unter anspruchsvollen Qualitätsaspekten mit der analogen messen lassen kann. Die Camedia C-2500L ist mit zahlreichen innovativen Funktionen, einem extrem sensitiven 2/3"-Progressiv CCD und einem hochauflösenden 3fach-Zoomobjektiv ausgestattet. Das 2,5 Millionen Pixel-Modell erzielt eine Bildqualität, die sonst nur teure Profi-Modelle bieten können.

Das 9,2 bis 28 mm Zoomobjektiv entspricht einem 36 bis 110 mm Objektiv bei einer Kleibildkamera. Es besteht aus sieben gänzlich aus Glas gefertigten Elementen (inklusive asphärischer Linse), die in sieben Gruppen zusammengefaßt werden. Dieses hohe Qualitätsniveau erlaubt Macroaufnahmen ab einer Entfernung von sensationellen 2 cm. Trotz des leistungsfähigen Objektivs wiegt die Kamera nur 480 Gramm, bei kompakten Abmessungen von 109 x 79,5 x 128,2 mm.

Zwei Kartenslots

Ungewöhnlich, aber sehr nützlich ist die Ausstattung der C-2500L mit zwei Kartenslots. So lassen sich die Digitalbilder auf preisgünstigen SmartMedia Cards speichern, während Compact Flash-Funktionskarten die Nutzung innovativer Speziallösungen erlauben.

Laut Pressemitteilung bietet die Digitalkamera neben einem leistungsstarken internen Blitzsystem als erste in dieser Leistungsklasse die Kontrollmöglichkeit eines externen Blitzgerätes. Eine präzise TTL-Belichtungsmessung und Verschlußzeiten von 1/2 bis 1/10.000 Sekunden sorgen selbst bei schlechten Aufnahmebedingungen für gelungene Fotos.

Spezielles Blitzgerät

Speziell für die Digitalfotografie entwickelt und perfekt auf die C-2500L abgestimmt ist das Blitzgerät FL-40 von Olympus. Diese Neuentwicklung erweitert mit einer Leitzahl 40 bei Teleaufnahmen und einer Leitzahl 26 im Weitwinkelbereich sowie präzisen

Olympus präsentiert: Die vermutlich kleinste 2,1-Millionen-Pixel-Digitalkamera der Welt, die Camedia C-21.

Eine gänzlich neue Leistungsklasse im Consumer-Digitalkameramarkt möchte Olympus mit der „All-In-One"-Spiegelreflex-Digitalkamera Camedia C-2500L definieren.

manuellen Einstellungen enorm die Einsatzmöglichkeiten der Digitalkamera.
Durch diverse Automatik-Programme der C-2500L lassen sich schnell und einfach gute Bildergebnisse erzielen. Für diejenigen Anwender, die Kameraeinstellungen lieber selbst in die Hand nehmen, bietet sie darüber hinaus zahlreiche manuelle Einstelloptionen. So lassen sich unter anderem Focussierung, Blende (2,8 oder 5,6), Belichtung, ISO-Empfindlichkeit, Belichtungskorrektur und Weißabgleich individuell vornehmen.
Die Digitalkamera ist kurz nach dem Einschalten einsatzbereit und bietet außerdem eine Serienbild- und eine Schnellschuß-Funktion. Die Camedia C-2500L wird voraussichtlich noch in diesem Monat auf dem Markt erhältlich sein.

Camedia C-21

Ein weiteres IFA-Highlight dürfte die vermutlich derzeit kleinste und leichteste 2,1-Millionen-Pixel-Kamera der Welt sein. Die Camedia C-21 wiegt lediglich 190 g und ist kaum größer als zwei hintereinander gelegte Audiocassetten.
Hinter dem aluminiumlegierten Gehäuse verbirgt sich feinste Digitalkamera-Technik. Die Camedia C-21 ist mit einem 1/2" CCD, einem hochauflösenden Objektiv mit 2,5fach Digitalzoom sowie einem 4,5 cm großen LCD-Monitor, bei dem die Helligkeit je nach Lichtverhältnissen reguliert werden kann, ausgestattet.
Zahlreiche Einstellungen wie manueller Weißabgleich, Auswahl aus den drei Digitalzoomfaktoren, Tiefenschärfe und Veränderung der ISO-Empfindlichkeit bieten dem Anwender die Möglichkeit, den Aufnahmeprozeß individuell zu beeinflussen.
Olympus hat bei der Camedia C-21 bewußt die Einstelltasten auf ein Minimum reduziert, so daß die Digitalkamera trotz ihrer zahlreichen Funktionen sehr bedienerfreundlich ist. Per Pfeiltasten-Knopf lassen sich viele Einstelloptionen mit nur einem Finger blitzschnell auswählen und aktivieren.
Das Problem vieler Digitalkameras, ein zu hoher Energieverbrauch, wurde bei dieser Olympus-Neuheit dadurch gelöst, daß sie laut Pressemitteilung als erste Digitalkamera mit einem neuen Lithium-Batterie-Block ausgestattet worden ist. Damit können im günstigsten Fall mit nur einem Batterien-Satz mehrere Hundert Aufnahmen „geschossen" werden. Das „Energie-Wunder" unter den Digitalkameras ist voraussichtlich ab diesem Monat im Handel erhältlich.

Eye-Trek FMD 200

Mit der Personal Multimedia Display Eye-Trek FMD 200 von Olympus kann der Anwender Filme auf ganz neue, unmittelbare Art erleben. Die an eine Sonnenbrille erinnernde Eye-Trek FMD 200 präsentiert Video- und TV-Filme so beeindruckend, als säße man in etwa zwei Metern Entfernung vor einem Großbildfernseher mit einer 130 cm-Bildschirmdiagonale.
Dabei ist die ultrakompakte Multimedia-Brille mit einem Gewicht von 85 g so leicht, daß man sie auch über einen längeren Zeitraum bequem tragen kann.

Lebendige Farben

Ein besonderes Prismensystem mit spezieller Oberflächenstruktur erzielt eine nahezu viermal hellere Darstellung als bei vergleichbaren Systemen. Dadurch wirken nicht nur die Farben lebendiger, sondern die Bilder erscheinen insgesamt schärfer und brillanter. Die Eye-Trek FMD 200 bietet die Möglichkeit der individuellen Regulation von Kontrast, Farbe, Schärfe und Helligkeit.

Durch den Anschluß eines Akkus ermöglicht Eye-Trek in Verbindung mit einem mobilen DVD-Player praktisch überall perfekten Filmgenuß, zum Beispiel im Park oder unterwegs während einer Zugreise.

Das neueste Multimedia Display Eye-Trek FMD 200 von Olympus ermöglicht es dem Anwender, Spielfilme in gänzlich neuen Dimensionen zu erleben.

Für den Genuß von Fernsehsendungen im Freien, etwa auf dem Balkon oder im Garten, bietet Olympus ein optional erhältliches Sender-Empfänger-System an.
Neben der Eye-Trek-Brille gehören zum Lieferumfang Ohrhörer, die einen satten Stereosound ermöglichen, ein Controller sowie die erforderlichen Kabel und ein Netzteil.
Ob für spannende Spiele oder opulente Filme, das voraussichtlich ab November 1999 erhältliche Eye-Trek FMD 200 garantiert in jedem Fall ein sensationelles, neues Multimedia-Erlebnis. höl

Wer regiert unsere Republik?

Das alljährliche politische Sommertheater, mit dem das gleichnamige Loch ausgefüllt werden soll, ist in diesem Jahr auch von Einzelhandelsthemen geprägt. An der Spitze der Debatte steht dabei das Ladenschlußgesetz! Kein Wunder: Schließlich muß jeder Bürger irgendwann einkaufen, und darum ist die Zahl der anerkannten und selbsternannten Experten bei diesem Thema schier grenzenlos. Das lautstarke Getöse darüber stellt dabei ein zweites, kaum weniger wichtiges Sommerthema in den Schatten: Das Ermittlungsverfahren nämlich, das vom Bundeskartellamt gegen die Kölner Rewe Gruppe wegen Verdachts auf Verkauf unter Einstandspreis eingeleitet wurde!

Beide Themen stehen durchaus im Zusammenhang. Mit dem Generalangriff auf das Ladenschlußgesetz und dem gleichzeitigen Verkauf zu Dumpingpreisen leiten die Großvertriebsformen eine neue Runde im Verdrängungswettwerb im Einzelhandel ein. Der Einstieg des amerikanischen Einzelhandelsgiganten WalMart in die deutsche Landschaft mag dabei einen entscheidenden Impuls gegeben haben.

Die Argumente pro und contra Ladenschlußgesetz zu wiederholen, ist an dieser Stelle überflüssig. Mit Sicherheit sind die derzeitigen Öffnungszeiten keine heilige Kuh, und die Forderung nach einer Veränderung ist durchaus legitim. Durch die Liberalisierung des europäischen Handels und die steigende Bedeutung des Versandhandels durch das Internet gibt es neue gute Gründe, das Ladenschlußgesetz auf den Prüfstand zu stellen. Ob dabei auch gleich der noch heilige Sonntag auf dem Altar der Marktwirtschaft geopfert werden muß, ist eine andere Frage. Kirchenvertreter, Gewerkschafter, Verbände und – auf dem 75jährigen Jubiläum der KölnMesse – auch Bundespräsident Rau haben mit Recht betont, daß der Mensch nicht nur vom Kaufen und Verkaufen allein lebt. In einer säkularisierten Gesellschaft spielt vielleicht der Kirchgang für viele keine Rolle mehr; die durch den allgemein verbindlichen freien Tag vorhandene Zeit für Familie, Freunde und Freizeit aber sehr wohl. Daß in einer modernen Industriegesellschaft von der Notfallversorgung bis zur Maschinenauslastung Kompromisse bei der Sonntagsarbeit notwendig sind, spricht nicht dagegen.

Große Sorgen machen über die politische Kultur in diesem Lande muß sich allerdings jeder; wenn man die Art und Weise beobachtet, wie die großen Handelsunternehmen – an der Spitze der Berliner Kaufhof – durch rechtswidriges Öffnen ihrer Geschäfte am Sonntag vollendete Tatsachen am Rechtsstaat vorbei zu schaffen suchen, sollte höchste Alarmbereitschaft gegeben sein für unsere zu schützende Demokratie. Das berühmte Berliner Beispiel, wo alle Waren des Angebotes, von der Babywindel bis zur Banane, als Berlin-Souvenir gekennzeichnet wurden und daraus eine Berechtigung zur Öffnung für Touristen abgeleitet wurde, legt das Wort von der Bananenrepublik Deutschland nahe. Das gilt besonders, wenn in anderen Städten wie Halle, Dessau oder Leipzig die Stadtverwaltungen in unbürokratischer Weise Hilfestellung zum organisierten Rechtsbruch leisten. Noch gilt das alte Ladenschlußgesetz! Und – so sollte man meinen – noch müssen! sich alle daran halten. Veränderungen von Gesetzen obliegen den zuständigen Bundes- oder Landesregierungen, die vom Wähler legitimiert sind. Die Handelsriesen und ihre machthungrigen Manager hat dagegen niemand gewählt – auch wenn der Geschäftsführer des Berliner Kaufhofs angesichts des Besucherandrangs am offenen Sonntag von einer „Abstimmung mit den Füßen“ sprach. Das Düsseldorfer Handelsblatt klatschte dazu emsig Beifall und setzte der Infamie dieses Berliner Rechtsbrechers noch die Krone auf, indem es dem Ladenschlußgesetz attestierte, es ermuntere zu Umgehungen. Mit diesem famosen Argument wäre vor allem eine Überprüfung der derzeit geltenden Steuergesetze und vor allem der Straßenverkehrsordnung dringend zu empfehlen.

Was hat dieses Sommertheater nun mit dem Verfahren des Bundeskartellamtes gegen die Rewe Gruppe zu tun? Ganz einfach: Um kartellrechtliche Maßnahmen gegen Verkäufe unter Einstandspreis zu verhindern, hat der Bundesverband des Deutschen Lebensmittel-Einzelhandels vorgeschlagen, die großen Handelskonzerne sollten eine Art Verhaltenscodex aufstellen – eine Art freiwilliger Selbstverpflichtung. Dagegen wäre im Prinzip nichts zu sagen. Wer allerdings mit schamloser Offenheit gegen bestehende Gesetze verstößt, wird kaum glaubhaft machen können, daß er sich an freiwillige Abmachungen ernsthaft gebunden fühlen wird. Das Kartellamt sollte darum Rewe, WalMart und Co. nicht leichtgläubig auf den Leim gehen. Th. Blömer

Nikon veranstaltet Foto-Workshops

Zwei Foto-Workshops stehen in diesem Jahr noch auf dem Veranstaltungskalender der Nikon GmbH: Ambitionierte Naturfotografen haben vom 6.-8.10. Gelegenheit, an einem Natur- und Wildfotografie-Workshop im Wildgehege Hellenthal/Eifel teilzunehmen. Die Leitung übernimmt der erfahrene Naturfotograf Horst Niesters, Ehrenmitglied der Gesellschaft Deutscher Tierfotografen (GDT). Die Fotoausrüstung wird von Nikon zur Verfügung gestellt und auf jeden Teilnehmer individuell abgestimmt. Im Preis von 580 DM sind unter anderem ein Diavortrag über die Grundlagen der Tierfotografie, Übernachtung, Verpflegung, Betreuung durch zwei Nikon Spezialisten sowie Besprechung der Arbeitsergebnisse enthalten.

Beim Porträt-Workshop am 25./26.11. in Düsseldorf steht dann der Mensch im Mittelpunkt. Hier folgt dem theoretischen Teil über Bildgestaltung, Aufnahmetechnik und Lichtführung der praktische Teil, bei dem Profimodelle als Motive fungieren. Dieser Workshop kostet 390 DM. Zu den dafür erbrachten Leistungen zählen unter anderem ein Diavortrag zur Porträtfotografie, die Grundlagen zum Umgang mit Studio- und Systemblitz, drei Diafilme mit Fachentwicklung, die Besprechung der Bildergebnisse sowie jeweils ein Mittag- und Abendessen.

HP und Imation arbeiten zusammen

Hewlett-Packard und Imation haben eine strategische Partnerschaft vereinbart. Die beiden Unternehmen wollen gemeinsame Druck- und Proofing-Lösungen für den grafischen Markt entwickeln und vertreiben. Noch in diesem Jahr wollen die beiden Partner eine Reihe von gemeinsamen Produkten auf den Markt bringen. Details dazu sollen in Kürze bekanntgegeben werden.

Pentax MZ-7 und Espio 105G

Spiegelreflex mit neuem Rad, Kompaktkamera mit leisem Zoom

Die Pentax GmbH präsentierte anläßlich einer Pressekonferenz am 16. August 1999 in Düsseldorf neue Produkte des Unternehmens. Vorgestellt wurden eine Spiegelreflexkamera, ein Zoomkompaktkamera-Modell sowie diverse Objektive. Die Redaktion von imaging+foto-contact war dabei.

„Pentax hat das Rad neu erfunden", unter diesem Slogan präsentierte Wolfgang Baus, Produktmanager SLR der Pentax GmbH, das neue Kleinbild-Spiegelreflexkameramodell MZ-7. Der Clou der Kamera ist ein beleuchtetes Einstellrad, das einen schnellen Überblick über die Programme ermöglicht. Alles

„Nie mehr im Dunklen tappen", das beleuchtete Einstellrad der MZ-7 hilft dem Fotografen, schnell das gewünschte Programm zu finden.

Wesentliche wird an diesem Rad eingestellt, ohne daß sich der Anwender durch Menüs oder Programme arbeiten muß.

Die MZ-7 verfügt über zahlreiche Motivprogramme, die die verschiedenen Aufnahmesituationen wie Nachtaufnahme, Nahaufnahme, Aktions-, Porträt- oder Landschaftsaufnahme abdecken. Darüber hinaus bietet sie eine Motivprogramm-Automatik. Die MZ-7 „erkennt" die jeweilige Motivsituation und wählt automatisch die entsprechende Programmfunktion aus. Wenn die Bildkomposition von allem etwas hat, schaltet die Kamera auf Programmautomatik. Auf diese Weise kommen selbst Anfänger auf dem Gebiet der Spiegelreflex-Fotografie sofort zu guten Bildergebnissen. Fortgeschrittene Fotografen sind durch die Motivprogramm-Automatik bestens gerüstet für Schnappschüsse. Natürlich lassen sich die Motivprogramme auch von Hand auswählen. Die MZ-7 stellt dann die Belichtung ein, alles andere bleibt den Vorlieben des jeweiligen Anwenders überlassen.

Auch die Programmautomatik wählt man über ein Symbol am Einstellrad an. Die MZ-7 ist mit Zeit-und Blendenautomatik ausgestattet, so daß sich mit ihr sowohl teil- als auch voll-manuelle Programme verwirklichen lassen. Die absolute Kontrolle erlaubt die Nachführmessung, bei der der Fotograf Zeit und Blende selbst bestimmen kann.

Pop-up-Blitz

Der neue Pop-up-Blitz der Spiegelreflexkamera klappt automatisch heraus, wenn die Kamera zu wenig Licht bzw. starke Schatten auf dem Hauptmotiv mißt. Eine weitere Neuentwicklung ist das Stroboskop-Blitzen im Dunklen, um das Autofocus-System zu unterstützen. Neben dem integrierten Blitzsystem verfügt die MZ-7 über einen Blitzschuh mit X-Kontakt zum Anschluß an Pentax System-Blitzgeräte.

Der CCD-Sensor und die optischen Elemente des Pentax SAFOX IV Autofocus-Systems bieten eine schnelle und präzise Scharfstellung bei Lichtverhältnissen bis zu Lichtwert -1 LW. Die drei Autofocusmeßfelder sind H-förmig angeordnet und können so waagerechte und senkrechte Motive optimal erfassen. Die automatische Schärfennachführung ermöglicht die genaue Scharfstellung von Motiven in Bewegung, wobei die Position des Motivs bis zum Moment der Verschlußauslösung vorausberechnet wird.

Panoramaformat

Neben dem 24 x 36 mm-Format verfügt die MZ-7 auch über eine Panorama-Funktion (13 x 36 mm).

Die Kamera ist mit einem robusten Pentax-Metall-Bajonett (KAF_2) ausgestattet (=K-Anschluß mit AF-Kupplung, Objektivkontakten und Stromanschluß für Powerzoom), das kompatibel mit allen KAF-, KA- und K-Anschlüssen ist.

Die MZ-7 hat die Maße 135,5 x 92 x 63,5 mm und ist mit 380 Gramm Gewicht angenehm leicht für eine Kamera ihrer Klasse. Weitere Ausstattungsmerkmale sind Selbstauslöser (Verzögerung 12s), Rückschwingspiegel mit AF-Sekundärspiegel sowie Dioptrienkorrekturmöglichkeit -2 bis +1 dtp.

Zu dem neuesten Pentax-Spiegelreflexkamera-Modell ist zahlreiches Zubehör erhältlich. Für die alternative Stromversorgung gibt es ein Batterieteil, das,

unter die Bodenplatte geschraubt, Strom für bis zu 200 Filme mit 24 Aufnahmen liefert.
Optional ist die MZ-7 mit Datenrückwand erhältlich. Auch das Aufrüsten eines konventionellen Kameramodells auf ein Datenmodell ist völlig problemlos möglich.
Für die MZ-Serie stehen über 40 Originalobjektive zur Verfügung, die durch die SMC-Vergütung der Glasoberflächen für eine brillante Farbreproduktion sorgen.
Die MZ-7 wird ab Oktober 1999 zum Preis von zirka 700 DM mit Zoom-Objektiv erhältlich sein.

20 Millionen Kompaktkameras

Pentax hat in diesem Jahr die 20 Millionen-Marke bei der Produktion von Zoom-Kompaktkameras erreicht. Im Dezember 1986 hatte das Unternehmen mit der Pentax Zoom-70 die weltweit erste 35mm-Zoom-Kompaktkamera eingeführt. Dieses neue Marktsegment wuchs in den folgenden Jahren so rasant, daß es beispielsweise in Japan inzwischen einen Marktanteil von über 80 Prozent aufweist. Aber auch in den übrigen Ländern ist die 35mm-Kompaktkamera die meistverkaufte Kameraklasse.

Präsentierten den anwesenden Mitgliedern der Fachpresse ihre neuesten Produkte (von links): Pentax-Direktor Andreas Timm-Stöffhaas, Pentax-Pressesprecherin Kirsten Morisse und Wolfgang Baus, Produktmanager SLR bei der Pentax GmbH.

Espio 105G

Pentax neuestes Modell, die Espio 105G präsentiert gute Technik zum kleinen Preis. Das Objektiv der Zoomkamera bietet einen Brennweitenbereich von 38 bis 105 mm. Es besteht aus sechs Elementen (zwei asphärische Elemente), die in fünf Gruppen angeordnet sind. Dieses Hochleistungsobjektiv deckt vom Weitwinkel- bis zur Tele-Einstellung alles ab und holt Motive nah heran.
Auffallend an der Espio 105G ist der kaum hörbare Zoom-Motor. Schärfe und Belichtung stellt die Espio 105G automatisch ein. Filmeinfädelung und das Abtasten der Filmempfindlichkeit erfolgen ebenfalls automatisch.
Der Blitz der Zoom-Kompaktkamera wird automatisch ausgelöst, wenn zusätzliches Licht nötig ist. Mit Hilfe eines Vorlichtes wird der „Rote-Augen-Effekt“ reduziert und erhöht somit die Qualität von Porträts und Gruppenaufnahmen. Wenn Blitzlichtaufnahmen verboten oder unangebracht sind – etwa in Museen oder zum Einfangen von speziellen Stimmungen – läßt sich das Zuschalten des Blitzes mit der „Blitz Aus-Funktion“ vermeiden. Die Verschlußzeit wird in diesem Fall automatisch verlängert. Um während Abend- bzw. Morgenlicht Motive, die sich im Vordergrund des Bildes befinden, richtig belichten zu können, existiert die Funktion „Lange Verschlußzeiten mit Blitzsynchronisation“.

Schärfespeicher

Das aktive Infrarot-Autofocussystem der Espio 105G ist mit einem Schärfespeicher ausgestattet. Die Unendlich-Landschaftseinstellung erweitert die kreativen Bildgestaltungsmöglichkeiten der Zoomkamera.
Brillenträger wird freuen, daß die Kamera die Möglichkeit bietet, über ein Einstellrad Dioptrienzahlen von ca. -3 bis+1 einstellen zu können.
Der Selbstauslöser wird durch ein rotes Lichtsignal angezeigt und hat zirka zehn Sekunden Vorlaufzeit.
Die Pentax Espio 105G ist ab diesem Monat zu einem Preis von 299 DM und in der Data-Version für 349 DM im Handel erhältlich. höl

Das neuste Zoomkamera-Modell von Pentax trägt den Namen Espio 105, dessen Objektiv einen Brennweitenbereich von 38 bis 105 mm bietet.

Neue Objektive von Pentax

Die beiden neuen Zoomobjektive Pentax SMC-FA 35-80 mm/4-5,6 silber und Pentax SMC FA 80-200 mm/4,7-5,6 silber decken die gängigsten Brennweiten ab und sind somit universell einsetzbar. Die SMC-vergütete Optik gewährleistet eine brillante Abbildungsleistung. Die leichten, kompakten Objektive sind auch im Design eine ideale Ergänzung zu den Kameras der MZ-Serie. Das Zoomobjektiv FA 35-80 ist das kleinste Objektiv im großen Sortiment von Pentax. Mit den Brennweiten, die vom Winkel- bis zum Porträtbereich reichen, kann man sowohl Landschaften, Gruppen, Porträts als auch Schnappschüsse fotografieren. Die ideale Ergänzung zum FA 35-80 mm ist das Objektiv FA 80-200 mm. Es ist universell einsetzbar, und das nicht nur durch den vielfältigen Brennweitenbereich. Die Zoom-Mechanik ist so konstruiert, daß sich der Tubus beim Zoomen nicht verlängert oder verkürzt. Somit verlagert die Kamera nicht ihr Gewicht beim Verändern der Brennweite, was das schnelle Scharfstellen begünstigt.

Konica Revio Z2 mit Zweifach-Zoomobjektiv

Konica hat innerhalb der Revio APS-Kompaktkamerareihe das Modell Revio Z2 vorgestellt. Die Kamera verfügt über ein Zweifach-Zoomobjektiv 4-7,6/24-48 mm, das mit einem aktiven Infrarot-Autofocussystem scharfe Aufnahmen ab einer Motiventfernung von

50 Zentimetern liefert. Die Revio Z2 arbeitet mit Programmautomatik und Verschlußzeiten zwischen zwei Sekunden und 1/500 Sekunde. Sie besitzt ein eingebautes Blitzgerät mit mehreren Funktionen und bietet die Möglichkeit für Serienaufnahmen. Besonderheit der Kamera ist die Funktion für Selbstporträts: Die Brennweite wird automatisch auf 24 mm eingestellt, der Blitz automatisch zugeschaltet, und zur Kontrolle des gewählten Bildausschnittes steht ein Spiegeladapter zur Verfügung. Diese Funktion läßt sich in einem Aufnahmebereich zwischen einem halben und einem Meter nutzen. Als Sondermodell gibt es die Konica Revio Z2 auch mit automatischer Dateneinbelichtung. Eine Infrarot-Fernbedienung ist als Zubehör lieferbar.

Gitzo CenterBall jetzt in Magnesium-Version

Der zur photokina '98 als Prototyp vorgestellte Gitzo CenterBall ist jetzt in seiner endgültigen Version aus Magnesium lieferbar. Der Hochleistungs-Kugelkopf der Serie 3 ist besonders für Kameraausrüstungen mit großen Brennweiten mit Belastungen bis 15 Kilogramm geeignet. Er besitzt eine separate Friktionskontrolle, mit der das

Kameragewicht ausgeglichen wird. Die Feststellknöpfe für die voneinander unabhängige Panorama- und Neigungsfeststellung sind gummibeschichtet. Der Kopf ist mit einer abnehmbaren Kameraplatte und einer 1/4"-3/8"-Kameraschraube ausgestattet. Wird die Standard-Kameraplatte abgenommen, kann der neue, als Zubehör lieferbare QR Schwalbenschwanz-Adapter montiert werden.

Grundig Camcorder im unteren Preissegment

Grundig bietet jetzt im unteren Preissegment (empfohlener Verkaufspreis: zirka 1.000 DM) den 8 mm-Camcorder LC 935 E an. Er bietet einen Aufnahmechip mit 320.000 Pixeln und ein optisches 18fach-Zoomobjektiv 4,1-73,8 mm, das sich digital auf 32x erweitern läßt. Weitere Ausstattungsmerkmale sind der farbige Titelgenerator, das Funktionsdisplay und die Longplay-Aufnahme. Die erweiterte Bildauflösung von 280 TV-Zeilen wird durch XR-Technologie ermöglicht. Die Aufnahmen lassen sich über verschiedene Digitalfunktionen manipulieren (16:9, Mosaik, Sepia, Negativ usw.). Darüber hinaus bietet der Grundig LC 935 E Bandeinmessung zur optimierten Aufnahme mit jedem Cassettentyp.

Jubiläums-Aktion bei Hasselblad

Seit 1962 setzt die US-Raumfahrtbehörde NASA bei jeder bemannten Weltraum-Mission Kameras von Hasselblad ein. Anläßlich des 30. Jahrestages der ersten Mondlandung bietet das schwedische Unternehmen bis zum 15. Dezember verschiedene,

preislich besonders interessante Sets an. So gibt es beispielsweise die klassische Hasselblad 501CM in Kombination mit Planar CB 2,8/80 mm, Tessar CB 4,8/160 mm und Magazin A12 für rund 8.650 DM (unverbindliche Preisempfehlung). Zusammen mit dem Winder wird die mechanische Hasselblad 503CW für rund 4.400 DM (UVP) offeriert. Und die dynamische Hasselblad 202FA ist im Set mit Planar FE 2,8/80 mm und Magazin E12 für etwa 9.000 DM (UVP) zu haben.

Neue Preisliste von Hedler Systemlicht

Bei Hedler Systemlicht ist eine neue Preisliste gültig. Sie kann ab sofort unter Telefon 06482/918100 angefor-

dert werden. Neu sind auch die vier Hedler Studio Sets für Porträt, Stilllife und Studio Scan mit Halogen- und Tageslichtleuchten. Außerdem werden alle Leuchtenstative ab sofort mit schwarzem Finish geliefert.

Alben aus Pappe und ein Klebemittel-Aktionspaket

Herma hat mit der neuen Albenserie Style das Preissegment unterhalb der bisherigen Ausführungen aus Kunststoff-Folie erschlossen. Die Style Alben

bestehen aus beschichteter Pappe und sind mit regelmäßigem Lochmuster versehen in den Farben Blau, Rot, Grün und Schwarz lieferbar. Sie bieten Platz für 30 DIN A4-Einlegeblätter. Herma bietet dem Handel die Alben nach einzelnen Farben sortiert oder als gemischtes Sortiment an.

Noch bis zum 18. Oktober steht dem Handel darüber hinaus ein Aktionssortiment mit Klebemitteln von Herma zur Verfügung. Es besteht aus 20 Packungen Fotokleber, je zehn Päckchen Transparol-Ecken, Foto-Klebstoff und Hermafix Transfer Nachfüllrollen sowie fünf Transfer-Spendern. Auf dieses Angebot abgestimmt ist ein Dekopaket im Baukastensystem,

das auch unabhängig von einer Bestellung des Aktionssortiments angefordert werden kann. Wer das Dekopaket bestellt, im Geschäft einsetzt und ein Foto von diesem Aufbau an Herma schickt, wird für sein Engagement mit einem Olivenbäumchen im Terrakottatopf und einer Flasche Olivenöl belohnt. Unter allen Einsendern verlost das Stuttgarter Unternehmen darüber hinaus zwei Eintrittskarten für ein Musical in Stuttgart plus einer Übernachtung für zwei Personen.

Kodak liefert Profi-Diafilme als Economy Variante

Kodak Professional hat seine Angebotspalette an professionellen Diafilmen um eine Economy-Variante erweitert: Mit dem Kodak PressChrome Eco-Pack bietet das Unternehmen jetzt eine günstige Alternative zu teuren Höchstleistungs-Profifilmen. Nur im 50er Pack erhältlich, wird beim Kodak Press

Chrome Film auf die Kartoneinzelverpackungen verzichtet. Die damit erzielten Kosteneinsparungen machen sich unmittelbar im Preis bemerkbar.

Ilford bietet Schneidegeräte für Kaschierplatten

Ilford hat sein Sortiment um Schneidegeräte für Kaschierplatten ergänzt. Zur Verfügung stehen die beiden manuellen Modelle Vertical Foam Trim

für Schnittbreiten von 125 und 160 cm sowie die elektrisch betriebenen Varianten Electro Foam Trim für Schnittlängen von 160, 250 und 310 cm.

HAGEE
50 Jahre erfolgreich
IN
RAHMEN, ALBEN,
ORDNUNGSSYSTEMEN.
PORTRAIT-TASCHEN,
ENDLOS-LEPORELLOS.
Bitte Unterlagen anfordern:
HAGEE-Goltdammer GmbH
83230 Bernau, Postfach 11 46
Telefon: 0 80 51 / 80 48-0
Telefax: 0 80 51 / 73 12
Internet: http://www.hagee.de
e-mail: info@hagee.de

Action Sampler bringt Spaßbilder im Viererpack

Mit dem Action Sampler hat der Versender Photo Classics eine neue Spaßkamera auf den Markt gebracht. Das mechanische Plastikprodukt zerlegt mit seinen vier Linsen jede Sekunde in vier Teile und fängt somit vier Momentaufnahmen auf einem Bild ein. Gearbeitet wird ohne Blende, Belichtungsmesser und Blitz auf herkömmlichem Kleinbildfilm; Anwender sollten Spaß an den dementsprechenden Ergebnissen haben. Die Kamera wird mit zwei Filmen und einer Bedienungsanleitung zum Preis von 43 DM ausgeliefert.

Zu haben bei: Photo Classics, Maximilianstraße 32, 80539 München, Telefon 089/4599560.

Epson-Pressekonferenz in Schleißheim

Scanner, Drucker, Kopierer – oder gleich das Kombigerät

Epson Marketing Direktor Siegfried Heimgärtner begrüßte die Teilnehmer der Pressekonferenz.

Zu einer Pressekonferenz hatte die Epson Deutschland GmbH am 12. August 1999 nach Schleißheim, bei München, eingeladen. Vorgestellt wurden Produktinnovationen aus den Bereichen Digitalkameras, Scanner, Drucker, Daten-Video-Projektoren und aus dem für Epson neuen Gebiet der Kombigeräte. Die Redaktion von imaging+foto-contact war dabei.

Epson Marketing Direktor Siegfried Heimgärtner teilte den Pressevertretern mit, daß Epson im Oktober dieses Jahres das 20jährige Bestehen des Unternehmens begehen werde. Dies sei

Peter Bender präsentierte Epsons neue Scanner und eine leistungsstarke Digitalkamera.

zwar gewöhnlich keine Zahl, die man groß feiere, aber da das Unternehmen im Laufe der Jahre so viele Erfolge vorzuweisen habe, gäbe es genug Anlaß für entsprechende Festivitäten. Positiv hat

Ein preiswertes Einsteigermodell, das eine hohe Qualität bietet, ist der DIN A4-Flachbettscanner Epson Perfection 610.

sich beispielsweise für Epson der Tintenstrahldrucker-Markt entwickelt. So wurden in 1998 an die 1.000.000 Produkte dieser Spezies vertrieben, eine Zahl, die sich gegenüber dem Vorjahr um 44 Prozent gesteigert hat.

Neue Produktbezeichnung

Peter Bender, zuständig für das Produktmanagement der Bereiche Scanner und Digitalkameras bei Epson, präsentierte Neuheiten dieser Produktgruppen. Neu ist auch die Produktbezeichnung der Consumer-Scanner. Sie werden ab sofort unter dem amerikanischen Namen „Perfection“ vertrieben, da die speziell für Europa eingeführte Bezeichnung „GT“ zu Irritationen geführt hatte. Mit dem Epson Perfection 610 stellt das Unternehmen zum ersten Mal einen DIN A4-Flachbettscanner in der Preisklasse unter 300 DM vor. Der vorrangig für ambitionierte Heimanwender konzipierte Scanner fertigt Scans in einer Auflösung von bis zu 600 x 1.200 dpi optisch bis zum Format DIN A4 an. Interpoliert werden daraus bis zu 2400 dpi. Praktisch für Einsteiger ist die Push-Button-Technologie, die die Scanvorgänge stark vereinfacht: Einlegen, Push Button drücken, und wenige Augenblicke später ist das Ergebnis auf dem Bildschirm zu sehen. Bei 300 dpi Auflösung digitalisiert das neue Modell eine DIN A4 Seite in rund 70 Sekunden. Der Perfection 610 wird über USB-Port angeschlossen und ist damit sowohl für PC-Besitzer als auch für Mac-User interessant. Der mit einem umfangreichen Softwarepaket ausgestattete Scanner wird ab Anfang September zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 299 DM im Handel erhältlich sein.

Für jeden Anwender das richtige Modell bietet die Scanner-Familie Epson Perfection 1200 USB/ SCSI und Photo.

Mit der neuen Epson Perfection 1200-Serie stellt das Unternehmen drei hochleistungsfähige Scanner zu attraktiven Preisen vor. Die Modelle unterscheiden sich in den Anschlußmöglichkeiten und in der mitgelieferten Soft- bzw. Hardware. Alle drei Scanner erreichen eine Auflösung von 1.200 x 2.400 dpi

(interpoliert bis zu 9.600 dpi). Ermöglicht werden diese hohen Werte durch ein neuentwickeltes Double-CCD Array, bei dem zwei CCD-Sensoren hintereinander geschaltet werden. Die Modelle der Perfection 1200-Serie arbeiten ebenfalls mit der praktischen Push-Button-Technologie. Durch die geringen Abmessungen (287 x 425 x 89 mm) eignen sich diese Scanner hervorragend für die Plazierung auf dem Schreibtisch. Zielgruppe sind sowohl anspruchsvolle Heimanwender, die Fotos und Grafiken in hoher Qualität digitalisieren möchten, als auch semiprofessionelle Anwender im DTP-, Prepress- und Grafikbereich. Die Epson Perfection-Serie 1200 ist ab Anfang September 1999 im Handel erhältlich. Die unverbindlich empfohlenen Verkaufspreise liegen inklusive Mehrwertsteuer für die USB-Version bei ca. 449 DM, für die SCSI-Version bei ca. 549 DM und für die Photo-Version bei ungefähr 599 DM. Ein umfangreiches Softwarepaket, bestehend aus Adobe PhotoDeluxe (USB- und SCSI-Version), Adobe Photoshop LE (Photo-Version), Xerox TextBridge Classic, Adobe PageMil, Epson Event Monitor, Personal Copy und Epson Photo Street, rundet das Angebot ab.

Laut Pressemitteilung ein „digitaler 2 Millionensassa", der Epson PhotoPC 800.

Für größere Unternehmen, in denen viele Mitarbeiter den Scanner benutzen, ist der DIN A3-Scanner Epson GT-10000 die richtige Wahl. Er läßt sich in ein Netzwerk einbinden, so daß beliebig viele Anwender ihre Vorlagen auf einem zentralen Scanner einlesen und direkt an ihren Arbeitplatz schicken lassen können. Der GT-10000 scannt Bilder, Grafiken und andere Unterlagen in einer Geschwindigkeit von bis zu vier Seiten pro Minute. Er bietet eine maximale Auflösung von 9.600 dpi, optisch liegt sie bei 600 x 2.400 dpi mit dem Epson Micro Step Drive. Die Farbtiefe beträgt 36 Bit intern und 24 Bit extern. Der Scanner für Profis wird über eine SCSI II-Schnittstelle angesteuert. Der GT-10000 ist für ca. 3.100 DM (unverbindlich empfohlener Verkaufspreis) erhältlich.

Leistungsstarke Digitalkamera

Bei den Digitalkameras überschreitet jetzt auch Epson die 2-Millionen-Pixel-Grenze. Die neue Digitalkamera Photo PC 800 leistet 1.600 x 1.200 Pixel Auflösung im Hypict Modus, einem speziellen Epson Interpolationsverfahren, sind es sogar 1.984 x 1.488 Pixel. Anwender, die nicht erst den Umweg über den PC machen wollen, um ihre Bilder zu erhalten, können die PhotoPC 800 direkt an einen Epson Tintenstrahldrucker (Epson Stylus Photo, Photo 700, Photo 750, Photo 1200) anschließen. Die maximale Größe für den Ausdruck des Bildes in diesem Direct Mode ist DIN A3. Die Kamera ist mit zahlreichen Schnittstellen ausgerüstet, so daß Profianwender sie an Multimediaprojektoren und sogar an Videorecorder anschließen können. Darüber hinaus verfügt die Photo PC sowohl über einen energiesparenden Sucher als auch über ein 1,8 Zoll großes LC Display. Für die Energiezufuhr sorgen die mitgelieferten NiMH Akkus. Epsons neueste Digitalkamera läßt dem Anwender die Wahl zwischen der automatischen und der manuellen Bedienung. Empfindlichkeit, Belichtungszeit, Variation der Bildgröße und der Weißabgleich lassen sich individuell einstellen. Als erste Epson-Digitalkamera ermöglicht die Photo PC 800 Sprachaufzeichnungen (von bis zu 10 Sekunden oder 3,5 Sekunden zu jedem Bild). Im Lieferumfang enthalten ist eine 8 MB-Speicherkarte. Der unverbindlich empfohlene Verkaufspreis für die Photo PC 800 liegt bei 1.399 DM.

Tintenstrahldrucker

Christoph Lubinus, Ass. Manager Product Marketing bei Epson, stellte den Teilnehmern der Pressekonferenz Neuheiten aus dem Bereich der Tintenstrahldrucker vor. Mit dem Epson Stylus Color 660 will das Unternehmen ambitionierten Anwendern den preiswerten Einstieg in die 1440 dpi-Klasse ermöglichen. Durch diese hohe Auflösung werden Texte, Bilder, Grafiken und sogar Fotos in guter Qualität zu Papier gebracht. Zusätzlich wird die Bildqualität durch die Photo Enhance Technologie (Version 4) von Epson gesteigert. Sie rechnet gering aufgelöste Bilder – beispielsweise aus dem Internet – hoch und sorgt somit für den bestmöglichen Ausdruck. Auch die Druckgeschwindigkeit von sechs Seiten pro Minute in Farbe und Schwarzweiß des Stylus Color 660 kann sich sehen lassen. Der mit Epsons Piezo-Technologie arbeitende Drucker ist vielfältig einsetzbar. Mit der „N-up"-Funktion lassen sich gleich mehrere Ausdrucke auf einer Seite unterbringen. Weitere Features sind Posterdruck oder der Eindruck eines Wasserzeichens. Die mitgelieferten Softwareprodukte Corel Print House Magic und Epson Print Adventure Sticker Edition sowie der komplett neu entwickelte Druckertreiber ermöglichen die hohe Einsatzfähigkeit des Druckers. Der Epson Stylus Color 660 ist ab Anfang September zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 349 DM erhältlich.

Christoph Lubinus präsentierte neue Inkjetdrucker, mit denen Epson den Marktanteil im Mittelsegment von 50 auf 60 Prozent steigern möchte.

Die Technik von morgen im ansprechenden Design von heute, das bietet der silberfarbene Stylus 750 Millennium Edition, der nur in limitierter Auflage erhältlich ist.

Den im beigen Design bereits bekannten Epson Stylus Color 740 gibt es seit

Scannen, drucken, kopieren – alles mit einem Gerät. Die Kombigeräte von Epson, wie der Stylus Scan 2000, machen es möglich.

Juli auch im transparent-blauen Gehäuse. Der im iMac-Style konzipierte Drucker bietet wie sein weniger farbenfroher Bruder USB, serielle und parallele Schnittstelle, eine Auflösung von bis zu 1.440 x 720 dpi sowie drei verschiedene Tintentropfengrößen. Diese Ausstattung und sein hohes Drucktempo von rund sechs Seiten in Schwarzweiß und in Farbe pro Minute prädestinieren den Drucker, der sich mit Windows PCs und iMacs gleichermaßen versteht, für Korrespondenz/Text, Grafik und Fotos. Der Epson Stylus Color 740 im i-Mac-Design kostet genauso wie das beigefarbene Modell 449 DM inklusive Mehrwertsteuer (unverbindliche Preisempfehlung).

Passend zum bevorstehenden neuen Jahrtausend wurde der Stylus Photo 750 Millennium Edition gestaltet. Basierend auf der Technik des Stylus Photo 750, wurde er in den Trendfarben Schwarz und Silber gestaltet. Er bietet Sechsfarb-Druck, eine Auflösung von bis zu 1.440 dpi und variable Tropfengrößen. Für die professionelle Bildbearbeitung liegt dem Drucker das Programm Adobe Photo Deluxe bei. Das Modell Epson Stylus Photo 750 Millennium Edition ist nur in limitierter Auflage ab Anfang Oktober zu einem unverbindlich empfohlenen Preis von 549 DM erhältlich.

Brandneue Kombigeräte

Für alle, die entweder nicht genügend Platz haben, um Scanner, Drucker und Kopierer aufzustellen oder die einen solchen Gerätepark vermeiden möchten, präsentiert Epson mit dem Stylus Scan 2000 und dem Stylus Scan 2500 die Lösungen. Diese neuen Kombigeräte vereinen leistungsfähige Scanner mit professionellen Tintenstrahldruckern. Der Epson Stylus Scan 2000 wurde speziell für das Homeoffice konzipiert. Er kombiniert den Tintenstrahldrucker Epson Stylus Color 740 mit dem Epson-Scanner GT-2000 in einem Gerät. Damit ist es zum ersten Mal möglich, mit einem einzigen Gerät in Epson-Qualität zu scannen, drucken und zu kopieren. Darüber hinaus erlaubt das Gerät mit einer speziellen Fax-Software den Versand von gescannten Dokumenten direkt aus dem Computer. Farbe ins Büro bringen die fünf zur Auswahl stehenden bunten Abdeckungen (orientiert am iMac-Design). Außerdem ist der Stylus Scan 2000 ein günstiger Farbkopierer, der auch ganz ohne Computer eingesetzt werden kann (Stand alone copy). Beim Ausdruck erreicht der Stylus Scan eine Auflösung von 1.440 x 720 dpi und bewältigt sechs Seiten pro Minute (Schwarzweiß und Farbe). Der Einzugsscanner sorgt für eine optische Auflösung von 300 dpi bei 24 Bit Farbtiefe. Der Stylus Scan 2000 ist ab Oktober dieses Jahres zu einem unverbindlichen Verkaufspreis von 699 DM erhältlich.

Ein Kombigerät für gehobenere Ansprüche ist der Stylus Scan 2500. Äußerlich gleicht er einem kleinen Tischscanner. Dahinter verbirgt sich jedoch die Technik des Hochleistungsscanners Epson GT-7000, verbunden mit dem Druckwerk des Epson Stylus Color 740. Die Scannereinheit leistet eine Auflösung von 9600 dpi, interpoliert eine Farbtiefe von 36 Bit intern. Die mitgelieferte Software erlaubt auch hier, die Ergebnisse per E-Mail oder als Fax direkt aus dem Computer heraus zu versenden. Die unverbindliche Preisempfehlung für den ab Oktober erhältlichen Allrounder liegt bei 999 DM.

Mit dem EMP-9000 und dem EMP-8000 zielt Epson auf den Markt für festinstallierte Multimedia-Projektoren und High-end-Desktop.

Multimediaprojektoren

Rainer van der Weyer, Produktmanager Multimedia-Projektoren bei Epson, präsentierte die Highlights aus seinem Bereich. Dazu zählen die ultraportablen Geräte EMP-5550 und EMP-7550. Der EMP-5550 bietet 850 ANSI Lumen bei einer SVGA-Auflösung von 800 x 600 Pixeln und der höherauflösende XGA- (1024 x 768 Pixel) Projektor eine Bildhelligkeit von 900 ANSI Lumen. Beide Projektoren lassen Bilddiagonalen von 7,60 Metern zu, sind also ausreichend, um auch großen Zuschauermengen leuchtende Bilder zu vermitteln. Sowohl der EMP-5550 als auch der EMP-7550 wiegen nur 4,2 kg und weisen ein Kontrastverhältnis von 300:1 und eine Ausleuchtung von 95 Prozent auf. Damit ist ein nennenswerter Helligkeitsabfall zu den Rändern der Bildwand hin ausgeschlossen. Der EMP-5550 ist seit August für zirka 9.790 DM exklusive Mehrwertsteuer und der EMP-7550 ab Anfang Oktober zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 12.990 DM erhältlich.

Rainer van der Weyer stellte neue Multimedia-Projektoren von Epson vor.

Für Festinstallationen und Events wurden die High-end Desktop-Projektoren EMP-9000 und EMP-8000 konzipiert. Der EMP-9000 überträgt hochauflösende Grafiken mit echten 1.280 x 1.024 (SXGA) Bildpunkten und 1500 ANSI Lumen Lichtleistung. Noch heller ist der 2000 ANSI Lumen leistende EMP-8000, der das Spektrum der echten XGA-Anwendungen (1024 x 768 Pixel) abdeckt. Beide Projektoren sind auch für den Stacker-Betrieb geeignet, so daß sich durch das Übereinanderstapeln der Geräte die Lichtleistung sogar verdreifachen läßt. Der Preis für den ab September erhältlichen EMP-8000 liegt mit Standardlinse bei 25.990 DM, ohne Standardlinse bei 24.490 DM. Der EMP-9000 ist mit und ohne Standardlinse ab Oktober erhältlich. Der empfohlene Verkaufspreis steht noch nicht fest. höl

Studioblitzgerät von Multiblitz

Digitale Paßbildsysteme drängen in der kommerziellen Portraitfotografie immer stärker auf den Markt. Die dazu passenden digitalen Kameras sind wesentlich empfindlicher als es entsprechende Portraitfilme zusammen mit herkömmlichen Kameras sind. Das neue „Digilite“ von Mulitblitz trägt dieser erhöhten Empfindlichkeit Rechnung. Es ist perfekt auf die Systeme von Olympus, Kodak, Sony und anderer namhafter Hersteller abgestimmt und bietet in einem Minigehäuse alle Vorteile des Studioblitzes gegenüber Heißlichtquellen, wie große Wiederholgenauigkeit und perfekte Farbwiedergabe. Selbstverständlich mit Einstellicht und Wechselreflektoren. Preiswerte Komplett-Sets mit zwei oder drei Geräten lassen eine praktisch ausschußfreie Paßbildfotografie auf allerkleinstem Raum zu.

SinarbackLight

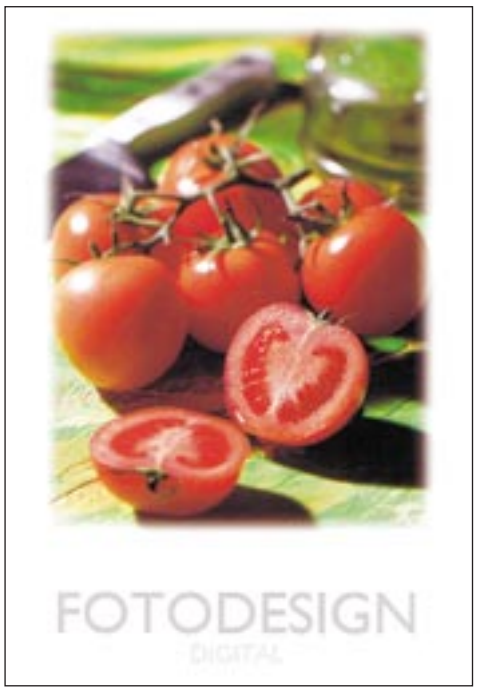
Der zunehmende Einsatzbereich des Sinarback an Mittelformatkameras führt zum hauptsächlichen Gebrauch der 1-Shot-Funktion, die unter anderem dank aktiver Kühlung Bilder höchster Qualität liefert. Deshalb hat Sinar beschlossen, den Sinarback jetzt unter dem Namen SinarbackLight als reines 1-Shot-Digitalrückteil anzubieten, jederzeit aufrüstbar um die 4-Shot-Funktion. Für diese preisgünstigere Variante und den Sinarback ist ab sofort auch eine neue Version der CaptureShop-Software erhältlich (download unter www. captureshop.com). Speziell für Modefotografen interessant ist die Funktion Contact Sheet, in welcher die Thumbnails in drei wählbaren Größen am Bildschirm angezeigt und erst danach auf Mausklick ausgedruckt werden. Der SinarbackLight ist nicht nur aufrüstbar, sondern auch voll mit dem Macroscan ausbaubar, der zur Zeit bei Sinar in Vorbereitung ist.

Internet-Viewcam VN-EZ1 von Sharp

Wer keine Lust mehr hat, seine kostbare Urlaubszeit mit dem Schreiben und Verschicken von Postkarten zu vertrödeln, der kann es ja mal mit einem Videoclip per E-Mail versuchen. Sharp bietet die neue Internet-Viewcam an, die laut Pressemitteilung die weltweit erste Digitalkamera ist, die Bilder und Videos direkt im neuen MPEG-4-Format speichert. Wegen seiner starken Komprimierung ist MPEG-4 das favorisierte Videoformat im Internet. Für die Gestaltung von Homepages müssen die aufgenommenen Daten nicht mehr konvertiert werden, sondern lassen sich direkt auf den PC überspielen. Das Gerät ist nur 240 Gramm leicht und kleiner als die meisten Videokameras. Eine ganze Minute Video mit Ton ist, komprimiert im MPEG-Format-4, nur knapp über 500 KB groß und wird über einen ISDN-Anschluß in weniger als acht Sekunden übertragen. Deshalb kann man Kurzfilme auch problemlos mit einem analogen Modem oder unterwegs per Handy versenden. Für Aufnahmen aus großer Entfernung steht ein Vierfach-Digital-Zoom zur Verfügung sowie eine Makroeinstellung für Nahaufnahmen. Die unverbindliche Preisempfehlung für die neue Internet-Viewcam lautet 1.499 DM.

Foodfotografie mit dem Digitalrückteil Leaf DCB II-LV

Düsseldorfer Studiofotograf arbeitet überwiegend digital



Bilder, bei denen dem Betrachter das Wasser im Munde zusammenläuft: Foodfotografie von Martin Krapohl.

Vor etwa anderthalb Jahren ist der Düsseldorfer Fotograf Martin Krapohl auf die digitale Fotografie umgestiegen. Der im Bereich Foodfotografie tätige Studiofotograf erledigt inzwischen fast 80 Prozent seiner Aufträge auf digitalem Wege. Zum Einsatz kommt bei ihm ein digitales Fachkamerasystem, bestehend aus dem Digitalrückteil Leaf DCB II-LV und der computergesteuerten Kamera SinarCam 1.

Die in Kooperation mit Scitex entstandenen Leaf-Digitalrückteile von Sinar werden in Deutschland exklusiv von PSL Photosysteme vertrieben. Martin Krapohl sieht sich auf dem Gebiet der digitalen Studiofotografie als Pionier, da viele seiner Berufsgenossen noch den Umstieg auf die digitale Fotografie scheuen. „Zum Teil liegt das an den hohen Anschaffungskosten, denn neben der eigentlichen Kamera werden ein leistungsstarker PC, ein RIP und ein hochwertiger Proof-Drucker benötigt“, erklärt er. Viele seiner Auftraggeber sind es immer noch gewohnt, die angeforderten Aufnahmen in Form eines Dias zu erhalten, so daß der Fotograf ihnen zunächst einmal die Skepsis vor dem neuen Aufnahmeverfahren nehmen muß. Der Kunde erhält die digitalisierten Daten der Bilder, auf CD gepreßt, zusammen mit einem hochwertigen Proof. Diesen fertigt Krapohl auf dem Epson Stylus Pro 5000 an, der speziell für Proofzwecke konzipiert wurde.

Der Fotograf Martin Krapohl liefert die Proofs für seine „Kochbuch-Fotos“ in Originalgröße.

Von der Qualität seiner Aufnahmen sind seine Auftraggeber, zu denen verschiedene Kochbuchverlage, Nestlé und andere bekannte Namen der Lebensmittelbranche gehören, überzeugt.

Einer der vielen Vorteile, den die Digitalfotografie für den Foodfotografen bietet, besteht darin, daß er nicht mehr wie früher beim Einsatz seiner konventionellen Fachkamera das Bild „auf dem Kopf stehend“ sieht. In solchen Fällen griff Krapohl dann zur Polaroidaufnahme, um eine Vorstellung von dem Bild-

Bei der digitalen Aufnahme erfolgt die Kontrolle des Bildes am Computermonitor.

Die Foodfotos für diesen Salesfolder einer Pizzeria sind ein Beispiel für den vielseitigen Einsatzbereich des Fotografen.

ergebnis zu erhalten. Heute steuert er die Bildaufnahme direkt vom Monitor aus. Um große Hintergrundsverläufe auf Fotos darzustellen, mußte Krapohl früher stundenlang entsprechende Aufbauten in seinem Studio vornehmen. Heute macht er zunächst die Aufnahmen und fügt anschließend mit Hilfe der Photoshop-Software, die er einsetzt, um die Fotos zu bearbeiten, am Computer die gewünschten Farbverläufe hinzu. Das von ihm verwendete Leaf DCB II-LV/SinarCam System kommt inzwischen bei über 3000 Anwendern zum Einsatz und eignet sich durch sein 3-Shot-RGB-System für die professionelle Still-Life- und Studiofotografie. Das System liefert Bilder in einer Auflösung von 2.048 x 2.048 Pixeln, mit 14 Bit-Farbtiefe pro Farbkanal. Die professionelle Separationssoftware Leaf Colorshop (gehört zur Grundausstattung) wandelt die Bilddaten aus dem RGB-Modus in CMYK um, erlaubt globale und lokale Farbkorrekturen und optimiert die Bildschärfe. Durch den Einsatz der digitalen Profikamera spart Martin Krapohl Zeit, da die digitale Retusche der Bilder am PC schnell erledigt ist. Häufig haben die Bilder bereits nach dem Durchlaufen des Softwareprogramms eine so hohe Qualität, daß der Fotograf sie direkt übernehmen kann. Darüber hinaus sparen der seit 15 Jahren selbständig arbeitende Profi und dessen Kunden eine Menge Geld für das Diamaterial ein. „Früher betrugen die Kosten, allein für das benötigte Diamaterial, zu einem Auftrag an die 3.500 DM“, erklärt Krapohl.
Unterschiedliche Einstellungen zum Thema Digitalfotografie hat Krapohl auch bei den Profifotografen festgestellt, die bei seinem Vortrag zum Thema „Digitale Foodfotografie“, den er im letzten Jahr für Sinar auf der photokina gehalten hat, anwesend waren. „Mein digitales Equipment hat insgesamt um die 100.000 DM gekostet; das ist natürlich gerade für kleinere Fotografen eine Investition, die gut überlegt

Nach der Umwandlung in CMYK nimmt Krapohl, falls erforderlich, Bildbearbeitungen vor und druckt anschließend die Proofaufnahmen aus.

sein will. Ein anderes Problem sind die kurzen Produktzyklen dieser digitalen Systeme, so daß in spätestens drei Jahren die Ausrüstung, die sich heute ein Fotograf kauft, bereits durch ein verbessertes Nachfolgemodell abgelöst wird“, faßt der Studiofotograf die Bedenken seiner Berufskollegen zusammen.

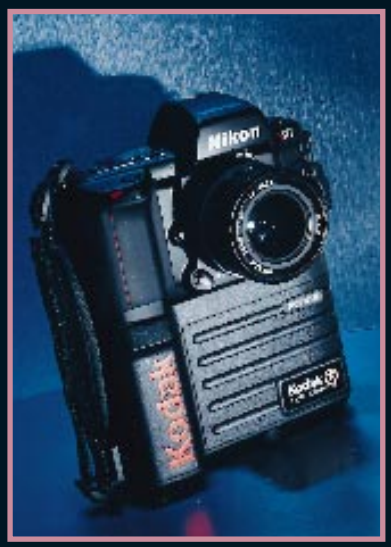
Trotzdem ist Krapohl mit der Qualität seines digitalen Fachkamera-Systems sehr zufrieden und hat die hohen Ausgaben für den Einstieg in die Digitalfotografie nicht bereut. Die aktive Kühlung des 3-Shot RGB-Systems sorgt dafür, daß der CCD konstant bei der für ihn optimalen Temperatur von 0 Grad arbeitet, so daß rauscharme Bilder gewährleistet sind. Das patentierte Antiblooming-System (Hard- und Software) gewährleistet saubere Spitzlichter und Lichtkanten, so daß auch die Fotografie von Glas oder Metall kein Problem darstellt. „Ich habe mit meiner Kamera überhaupt keine Schwierigkeiten, weder was Bloomingeffekte noch was das Bildrauschen betrifft,“ bestätigt der erfahrene Studiofotograf die hohe Qualität des digitalen Fachkamera-Systems. So ist es auch kein Wunder, daß die Aufträge, bei denen er seine konventionelle Fachkamera der Marke Plaubel einsetzt, immer weniger werden. höl

Das Leaf DCB II-LV/SinarCam System auf einen Blick:

- Auflösung: 2.048 x 2.048 Pixel, 36 MB Datei HDR (High Density Range= hoher Dichteumfang)
- 3-Shot RGB-System mit 14 Bit Farbtiefe pro Farbkanal
- 3-Shot RGB-System mit aktiver Kühlung
  - CCD arbeitet konstant bei der für ihn optimalen Temperatur (0°)
  - Unterdrückung des Grundrauschens
  - Keine Blooming Effekte
  - Stabile und konstante Qualität für lange Produktionszeiten
- Erhöhter Dynamikumfang von 11 Blendenstufen
- Patentiertes Antiblooming (Hard- und Software)
- Mergefunktion (automatische Mehrfachbelichtung mit einem Mausklick)
  - Lupenreine Verschmelzung mehrerer Aufnahmen
  - Ohne Freistellung, pixelgenau ohne Ränder
  - In 14 Bit HDR
- Live-Video Suchermodus mit vier Bildern pro Sekunde und automatischer Helligkeitsregelung
  - keine Veränderung der Lichtintensität generatorseitig erforderlich
- Kontrastanzeige für genaues Focussieren
- Lupenfunktion mit Schärfenindikator
- Leaf Digital Layout: Verschmelzung der Objektkomposition mit dem Layout des Grafikers
- Leaf ColorShop Professionelle Separationssoftware inklusive:
  -Skalierung, globale und lokale Farbkorrektur, adaptives Unsharp Masking, CMYK Umwandlung nach GCR und UCR

Digitale Kamerasysteme für Profifotografen

Pixel statt Silber



Das Angebot an professionell nutzbaren digitalen Kamerasystemen wächst stetig – und mit ihm die Schwierigkeit, den Überblick über dieses Marktsegment zu behalten. Neue Abtastsensoren und neue Wege in der elektronischen Steuerung eröffnen fortwährend neue Einsatzmöglichkeiten für die Digitalfotografie, und die alten Möglichkeiten werden dank fallender Preise für immer mehr Anwender wirtschaftlich nutzbar. Die Frage, für welche Kamera sich ein Fotograf entscheiden sollte, hängt von verschiedenen Faktoren ab.

Die wichtigste Frage, die man sich beim Kauf einer digitalen Kamera stellen muß, ist die nach der benötigten Bildauflösung. Wählt man sie zu gering, kann man mit den Digitalfotos hinterher nichts anfangen, weil die Qualität für den Anwendungszweck nicht ausreicht. Veranschlagt man sie dagegen zu hoch, investiert man unnötig viel Geld in das System.

Vom Scannen her dürfte der Faktor Auflösung vielen Anwendern vertraut sein, allerdings gelten im Bereich der digitalen Fotografie einige Besonderheiten. So ist die Qualität einer digitalen Aufnahme in der Regel höher als die eines Filmscans gleicher Auflösung, denn es entfällt die störende Wirkung des Filmkorns. Digitalfotos lassen sich daher mittels Interpolation stärker vergrößern als Scans. Bei 1-shot-Kamerasystemen (außer den wenigen, die mit Prismen und Dreifachsensor arbeiten) gilt die nominelle Auflösung allerdings genaugenommen nur für Schwarzweißaufnahmen, denn durch den aufgedampften Mosaikfilter erfaßt jedes Pixel nur eine der Grundfarben Rot, Grün oder Blau; die zwei übrigen Farbwerte werden durch eine Mittelwertbildung aus den Nachbarpixeln errechnet. Bei sehr feinen Strukturen oder starken Hell-Dunkel-Stufen kann dies zu Qualitätseinbußen führen.

Grundsätzlich kann man sagen: Je größer die Auflösung, die ein Aufnahmesystem bietet, desto flexibler ist man als Fotograf. Das Problem mit den Bildsensoren oder CCDs (charge coupled devices) besteht nur darin, daß in der Fertigung dieser Bauteile die Wahrscheinlichkeit, mit der sich eines der Pixel am Ende als defekt herausstellt, exponentiell ansteigt, je mehr Elemente man zu einer Einheit zusammenfaßt. Mit anderen Worten: Je höher die Auflösung eines Sensors, desto größer der Ausschuß in der Produktion und desto höher somit sein Preis. Besonders unangenehm bemerkbar macht sich dies bei den Flächensensoren, die ja im Vergleich zu den CCD-Zeilen aus wesentlich mehr Elementen zusammengesetzt sind.

Die exponentiell steigende Ausschußrate ist der Hauptgrund, warum die Scannerkameras, gemessen an der erfaßbaren Auflösung, soviel preiswerter sind als die Systeme mit Flächensensor. Während für rund 32.000 Mark ein Kamerascanner zu haben ist, der 48 Millionen Bildpunkte erfaßt (BetterLight 6000), und für knapp 6.000 Mark einer mit 9,7 Millionen (Praktica ColorScan), zahlt man bei einer Rückwand mit Flächenchip für 6,3 Millionen Pixel bereits einen Preis von mindestens 37.000 Mark (Megavision S3). Dafür gewinnt man als Fotograf freilich ein erhebliches Maß an Bewegungs- und Gestaltungsfreiheit und damit unter Umständen auch erst die Chance, seine digitale Ausstattung überhaupt profitabel einzusetzen.

Um das Dilemma mit den hohen Anschaffungskosten auf der einen und den Beschränkungen der Scansysteme auf der anderen Seite ein wenig zu mildern, haben einige Hersteller, u. a. Jenoptik und ColorCrisp, Kamerasysteme entwickelt, die in vielen Anwendungsbereichen einen hervorragende Kompromiß darstellen. Und zwar kommt bei ihnen ein Flächensensor zum Einsatz, der einerseits herkömmliche One-shot-Aufnahmen ermöglicht, andererseits aber auch sogenannte Multi-shots: Mehrfachbelichtungen, bei denen der Sensor jeweils um einen Pixel verschoben wird, so daß an jedem Bildpunkt auch wirklich jede Grundfarbe erfaßt werden kann. Das Interpolieren der Farbwerte entfällt dadurch, die Bildqualität wird gesteigert. Bei der eyelike von Jenoptik steht als dritte Alternative sogar noch ein Scanmodus zur Verfügung, bei dem der Flächenchip in

Vom Ding zur Bilddatei: Mit digitaler Fotografie erspart man sich viele Umwege.

Kodak DCS 660

Die Kodak DCS 660 vereint den patentierten 6 MB Indium-Zinn-Oxid CCD-Bildsensor mit der F5, dem Flaggschiff aus dem Hause Nikon. So müssen Nikon-Fotografen bei der Umstellung auf digital nicht auf ihre bisher eingesetzten Objektive und Zubehör verzichten. Die 1-Shot-Digitalkamera ist mit einer schnellen Firewireschnittstelle ausgerüstet und kostet um die 55.000 DM (zzgl. MwSt.).

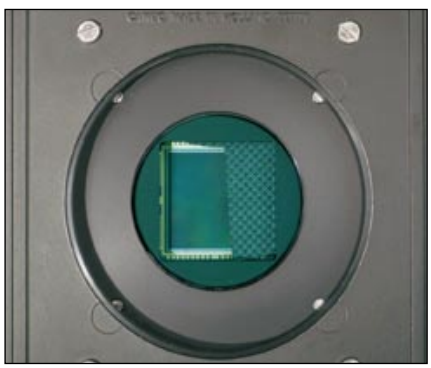
noch feineren Abstufungen bewegt wird und Auflösungen erreicht werden, wie man sie von Scanrückteilen her kennt.

Kriterien für den Kauf

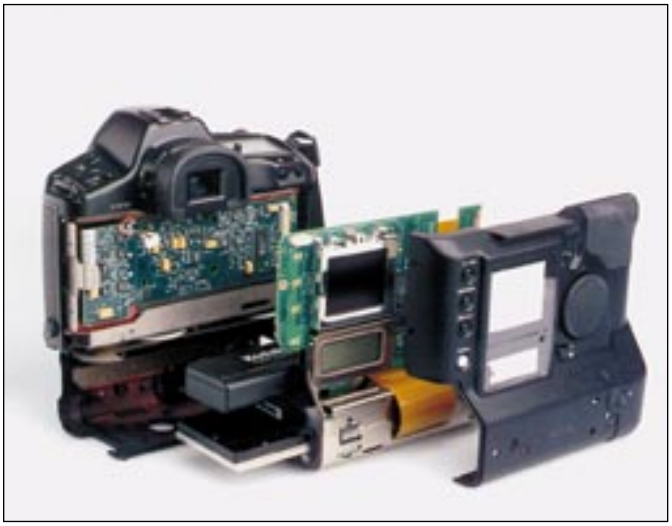
Neben der Auflösung gibt es noch eine ganze Reihe weiterer Faktoren, die beim Kauf eines digitalen Kamerasystems berücksichtigt werden müssen. Diese Faktoren lassen sich in drei Gebiete einteilen. Abtasttechnik, Optik und Elektronik. Die Abtasttechnik, sprich: die eingesetzte CCD-Zeile oder -Matrix, entscheidet nicht nur über die Zahl der Bildpunkte und damit über die Größe, in der sich die Aufnahmen später drucken lassen, sie gibt auch die Lichtempfindlichkeit der Sensoren vor und die Zahl der Helligkeitsabstufungen, die für Tonwertänderungen zur Verfügung stehen. Sie bestimmt somit auch die Flexibilität hinsichtlich der Lichtverhältnisse und die letztlich erreichbare Bildqualität.

Optik

Der Bereich der Optik hat unterschiedliche Bedeutung, je nachdem ob man komplette Kamerasysteme oder nur Kamerarückteile betrachtet. Die einzige Frage, die sich bei einem Rückteil stellt, lautet: Paßt es auf die vorhandene Kamera, und entspricht die Sensorfläche der Originalbildgröße? Ist sie kleiner, kommt es bei den vorhandenen Objektiven zu einer scheinbaren Brennweitenverlängerung; ein 28-mm-Weitwinkel liefert dann vielleicht Aufnahmen, deren Bildwinkel sonst dem eines 56-mm-Objektivs entsprechen. Erwähnenswert ist, daß es inzwischen auch Kamerasysteme gibt, die sich gleichermaßen als Rückteil und – in Verbindung mit einem passenden Objektiv – als Stand-alone-Systeme einsetzen lassen. Die digitalen Spiegelreflexkameras basieren in der Regel auf einem gängigen Gehäuse- und Objektivstandard, so daß hier dieselben Punkte zu beachten sind wie beim Kauf einer herkömmlichen Kamera. Auch hier kann es allerdings zu Brennweitenverlängerungen kommen.



Momentaufnahme: Ein CCD-Sensor durch den Verschluß betrachtet.



Das Innere einer digitalen Spiegelreflexkamera hat heute nicht mehr viel gemeinsam mit dem konventionellen Gegenstück. Die Kunst der Hersteller besteht darin, eine möglichst leistungsfähige Elektronik auf möglichst engem Raum bei möglichst geringem Gewicht unterzubringen.

Elektronik

Worauf man bei der Elektronik sein Augenmerk richten sollte, hängt stark von der Art des Aufnahmesystems ab. Bei den Spiegelreflexkameras geht es in erster Linie um die Frage des Bildspeichers: Dank des PC-Karten-Standards (früher PCMCIA genannt) kann man als Benutzer einer Digitalkamera, die diesen Standard unterstützt, je nach Geldbeutel und Einsatzgebiet auf eine große Vielfalt an Speichermedien zurückgreifen, vom 4-MB-Halbleiterspeicher bis hin zur Festplatte mit mehreren hundert Megabyte Kapazität. Wo Größe und Gewicht kritische Faktoren sind, setzen die Hersteller oftmals statt auf PC- auf CompactFlash- oder SmartMedia-Karten, die es ebenfalls in verschiedenen Größen gibt und die sich über preiswerte Adapter in PC-Karten- oder gar Diskettenlaufwerken lesen lassen.

Schnittstelle

Bei den digitalen Mittel- und Großformatrückteilen, die unmittelbar mit einem Computer verbunden sind, ist die Frage nach dem Bildspeicher zweitrangig. Hier geht es mehr um die Frage, über welche Art von Schnittstelle das Aufnahmesystem verfügt. Neuere Modelle setzen in diesem Punkt meist nicht mehr auf den SCSI-Standard, sondern auf die Firewire-Schnittstelle, die unkomplizierter zu handhaben ist, in der Regel höhere Übertragungsraten ermöglicht und außerdem durch längere Kabel eine größere Bewegungsfreiheit bietet. Auf die von manchen Herstellern bevorzugten Lichtleiterverbindungen trifft im Grunde das gleiche zu, allerdings erfordern sie immer noch die Bereitstellung und den Einbau einer zusätzlichen Steckkarte in den Rechner, während Firewire-Schnittstellen bei den neuen G3-Macs bereits zur Grundausstattung gehören.

Die Profi-Digitalkamera Nikon D1 bietet ein sehr gutes Preis-/Leistungsverhältnis.

Ein Punkt, den man beim Kauf eines digitalen Kamerasystems auch nicht außer acht lassen sollte, ist die mitgelieferte Steuersoftware. Praktische Hilfsfunktionen und eine Handhabungslogik, die sich an den Gewohnheiten des Fotografen orientiert, können das digitale Arbeiten auf Dauer wesentlich angenehmer, effizienter und damit wirtschaftlicher machen. Hugo Riedke

polyplan präsentiert Fotopapier für den Epson 9000

Die in Köln ansässige polyplan GmbH hat mit „Stratos“ ein neues Premium-Fotopapier in ihre Angebotspalette aufgenommen. Es wurde speziell für den Einsatz auf dem Epson 9000-Drucker entwickelt. Mit dem neuen Papier läßt sich laut Pressemitteilung die Leistungsfähigkeit der fotorealistischen Epson-Technologie mit bis zu 1440 dpi voll ausschöpfen. Das 240 g/qm schwere Fotopapier ist hochglänzend, schnell trocknend und leicht zu kalibrieren.

Selbst ohne Laminierung ist es nach dem Druck äußerst griffest und feuchtigkeitsbeständig. Es steht sowohl als Formatware bis DIN A0 Überformat als auch als Rolle zur Verfügung und ist auch für kleinformatige Stylus-Drucker erhältlich.

Bildarchivierung unter Windows

Mit PhotoCab aus dem Hause tps-Systemtechnik läßt sich Ordnung in digitale Bilder bringen. Durch komplexe Suchmöglichkeiten und eine umfangreiche Verschlagwortung lassen sich mit der Software einmal gespeicherte Daten schnell wiederfinden. Darüber hinaus gestattet das Programm die Verknüpfung beliebig selektierbarer Bildausschnitte mit kurzen Textausschnitten, so daß man beispielsweise bei Klassenfotos allen Personen einen Namen zuordnen kann. Bewegt der Anwender die Maus über das Foto, erscheinen die vorher eingegebenen Anmerkungen.

Das Eingeben von Bildern und Texten wird durch mehrere Albumvorlagen erleichtert. Ebenso wird das Anlegen beliebig vieler, frei definierbarer Datenbanken durch die Software unterstützt. Dank seiner Variabilität und der nahezu unbegrenzten Zahl an Eingabefeldern stellt PhotoCab eine umfangreiche Plattform für Hobbyfotografen, Sammler, kleinere und mittlere Unternehmen sowie Gutachter dar. Eine Dia-Show mit Soundunterstützung und Laufschrift, eine integrierte Bildbearbeitung, der Export der Felddaten in andere gängige Programme und der Batch-Import kompletter Verzeichnisse runden das Angebot ab. Der empfohlene Verkaufspreis für PhotoCab von tps-Systemtechnik lautet 95 DM.

Pro Image

Die Händlerorganisation Pro Image präsentiert den LG2000 von Lasergraphics. Laut Pressemitteilung ist er der erste LCD Datenprojektor mit QXGA Auflösung. QXGA steht für 2.048 x 1.536 Bildpunkte, also die vierfache XGA Auflösung. Der LG2000 wird an den CardBus des Computers angeschlossen und ist deshalb nicht auf die Bildauflösung der Grafikkarte limitiert. Die rein digitale Ansteuerung des für die Anforderungen von Medizinern, Konstrukteuren, Agenturen und Ingenieurbüros konzipierten Datenprojektors erlaubt auch eine vollständige Farbkontrolle zur Kalibrierung. Weitere Ausstattungsmerkmale sind D-Rex Image-Prozessor, 3-fach Polisilizium-Aktiv-TFT-LCD, Motorzoom, 1.100 ANSI-Lumen und 2 x 2 Watt Stereo-Lautsprecher. Der LG2000 wiegt inklusive D-Rex Plattform zirka 9 kg. Für den LG2000 hat Lasergraphics mit der Fachhandelsvereinigung Pro Image eine europaweite Distributionsvereinbarung getroffen.

ScanSoft erwirbt Grafik-Tools von MetaCreations

Ab sofort erweitern die Grafik-Tools Kai’s Super GOO, Kai’s Photo Soap und Kai’s Power Show das Produktportfolio von ScanSoft. Nach einer Vereinbarung zwischen ScanSoft und MetaCreations gehen die Rechte an den drei Bildbearbeitungsprogrammen aus Kai Krauses Werkstatt an ScanSoft über. Kai’s Super GOO ist ein Programm zur Fotogestaltung, Kai’s Photo Soap ein Tool zum Editieren und Austauschen von Fotos im Internet und Kai’s Power Show ein Programm für die Erstellung von multimedialen Fotoshows und Präsentationen. Zusammen mit OCR-Software zählen Programme zur Bildbearbeitung zu den derzeit meist genutzten Applikationen im Consumer-Segment und gewinnen mit steigender Verbreitung von Digitalkameras noch an Bedeutung. Mit dem Erwerb der Produktrechte von MetaCreations erweitert ScanSoft seine Digital Imaging-Produktpalette um den Bereich der Bildbearbeitung und verfügt laut Pressemitteilung über das derzeit breiteste Portfolio von Applikationen für das Scannen, Speichern, Editieren, Organisieren, Verteilen und Austauschen von Dokumenten, Grafiken und Photos. MetaCreations verkauft die Bildbearbeitungsprodukte, weil das Unternehmen auf professionelle 2D- und 3D-Grafiktechnologien für E-Commerce und Internet focussiert.

Calibr8-IT-Farbmanagement

Die YxyMaster GmbH bietet für die Kalibrierung digitaler Eingabegeräte wie Scanner oder Digitalkameras einen Farbmanagement Service an. Für 335 DM

erhält der Anwender eine neuartige CMYK Meßkarte nach ANSI Standard (IT8). Die Karte wird in den Grundeinstellungen (Default Werte) des Scanners bzw. der Digitalkamera erfaßt und anschließend via E-Mail oder ISDN als maximal 2 MB große Bitmapdatei an die Münchener Dienstleister gesendet. Dort wird aus der Datei ein ICC-Korrekturprofil erzeugt, mit dem man mühelos kalibrierte RGB oder LAB-Dateien erhält. Die Berechnung des ersten Profils ist im Preis für Calibr8-IT enthalten. Jede weitere Profilberechnung kostet im Stundenservice 50 DM.

In drei Größen gibt es jetzt die Farbmeßkeile Calibr8 Target mit CMYK-Werten. Die Farbmeßfelder entsprechen zu 100 Prozent den angegebenen Werten nach Euroskala (FOGR/BVD) im rein chromatischen Farbaufbau. Die Targets sind durch die neueste FM-Raster Technologie (Heidelberg Staccato) moireefrei. Die Targets sind in den Größen A5 (59 DM), A4 (89 DM) und A3 (129 DM, alle Preise inklusive 16 Prozent MwSt.) erhältlich.

Photoshop-Praxis

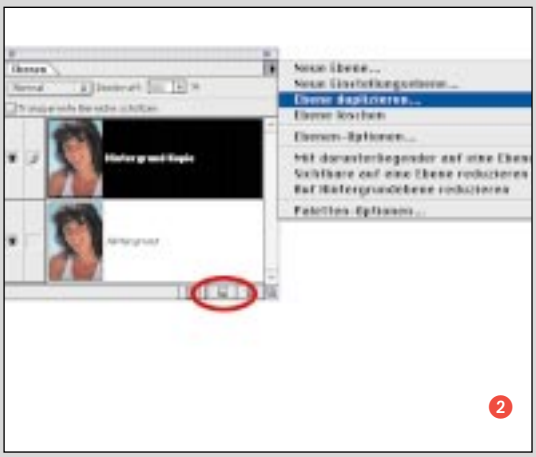
Weiches Licht

Hennig Wargalla

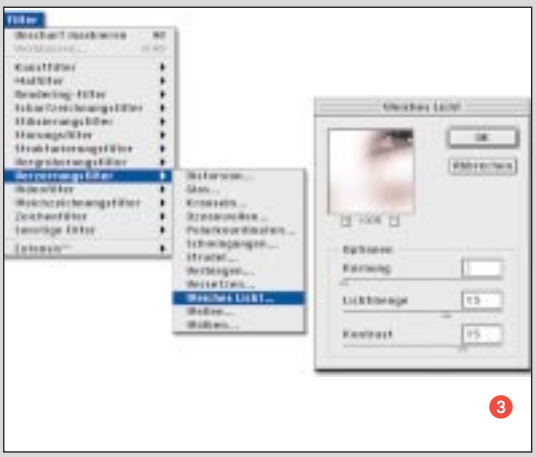
Die in diesem Artikel verwendeten Bilder finden Sie unter **www.PrePressWorld.de** im Verzeichnis „Downloads“.

Die Werbe- und Verlagsbranche ist ja für Kreativität und Einfallsreichtum bekannt. Besonders eindrucksvoll stellt sie dies in den Kiosken und Tankstellen unter Beweis. Oft ist ein ganzes Regalbrett für Fernsehzeitschriften reserviert, die allesamt gleich aussehen. Viel Haut, mit diesem speziellen, weichgezeichneten Look, auf blauem Fond scheint den ultimativen Kaufreiz beim potentiellen Leser auszulösen.

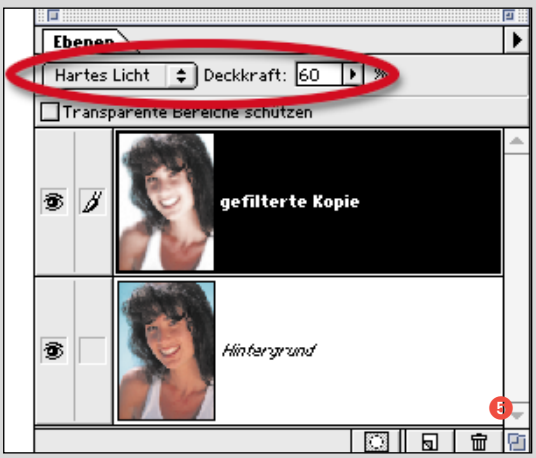
An dieser Stelle soll die Frage lauten, wie die Hauttöne zustande kommen. Es mag sein, daß sie schon bei der Fotografie berücksichtigt wurden oder daß der spezielle Look erst in der digitalen Nachbearbeitung hinzugefügt wurde.



Damit uns alle Einflußmöglichkeiten offenstehen, sollte man die Bildebene zuerst duplizieren. 1 Dies geschieht, indem man den entsprechenden Befehl wählt oder das Thumbnail auf das Symbol für „neue Ebene“ zieht. 2 Alle weiteren Arbeitsschritte werden auf dieser Kopie erfolgen, während das Original als Hintergrundebene unberührt bleibt.



Für die Weichzeichnung benötigt man den Filter „Weiches Licht“, der im Lieferumfang von Photoshop 5.0 enthalten ist. Dieser Filter sorgt für eine Überstrahlung, basierend auf der Hintergrundfarbe, die in der Werkzeugleiste angewählt ist. Für den Anfang sollte man als Hintergrundfarbe Weiß definiert haben. 3 Im Moment schaut das Ergebnis zugegebenermaßen noch nicht besonders überzeugend aus. 4



Hier kann die Ebenenpalette weiterhelfen. Im oberen Bereich der Palette bestimmt man, wie die Pixel der aktuellen Ebene mit der darunterliegenden Ebene verrechnet werden sollen. Mein persönlicher Favorit in der Kombination mit dem Filter „Weiches Licht“ ist die Option „Hartes Licht“. 5 Reduziert man zusätzlich die Deckkraft der Ebenen – hier auf 60% – erhält man genau den gewünschten Plastik-Effekt. 6

Unter Umständen sollen Teile des Motivs von der Filterwirkung ausgenommen werden. In diesem Fall ist der Hintergrund durch die weiße Überstrahlung zu hell geworden.
Man verdeckt einen Teil der gefilterten Ebene, indem man eine Ebenenmaske erstellt. 7 *Hier malt man mit dem Pinsel und der Vordergrundfarbe Schwarz jene Bereiche aus, die nicht mehr sichtbar sein sollen. Stattdessen scheint hier der Hintergrund wieder durch.* 8 *Umgekehrt kann man auch die gesamte Ebenenmaske mit Schwarz füllen und mit Weiß die Filterwirkung selektiv hervormalen.*

Rechts die bearbeitete Version mit den geänderten Einstellungen der Ebenenpalette. Ich finde die Herangehensweise, Filter in einer kopierten Ebene anzuwenden, übrigens in vielen Fällen hilfreich. Man kann, indem man das Auge in der Palette wegklickt, schnell den Unterschied zwischen vorher und nachher sehen. Die Deckkraft läßt sich definieren, und die Ebenenoptionen halten neben viel überflüssigem Kram auch die ein oder andere nette Überraschung bereit.

Ob aber diejenigen, die die Titelblätter für Fernsehzeitschriften herstellen, wirklich den Filter „weiches Licht“ benutzen, weiß ich nicht. Allerdings kommt man damit diesem speziellen Look schon ziemlich nahe.

Dieser Artikel ist ein überarbeiteter Auszug aus dem Buch „Farbkorrektur mit Photoshop und Scanprogrammen“ von Hennig Wargalla, das im MITP-Verlag erschienen ist.

Die Tips können Sie auch im Internet abrufen unter: http://www.daton.de/wargalla

Mit freundlicher Genehmigung von PhotoDisc.

Kyocera Samurai 2100 DG von Yashica:

Erste 2,1 Mega-Pixel-Digitalkamera mit optischem 4fach-Zoom

Die neue Kyocera Samurai 2100 DG ist laut Pressemitteilung (Stand August 99) die weltweit erste Mega-Pixel-Digitalkamera mit einem optischen 4fach Zoom. Das High Tech Produkt wurde im exklusiven vertikalen Design gestaltet und sorgt damit für eine stabile und verwacklungssichere Kamerahaltung in der Handmulde.

Das Kyocera Zoom-Objektiv 2,8 – 4,5/6,6 – 26,4 mm (entspricht 35 – 140 mm im Kleinbildformat) verfügt über 12 Linsen in 10 Gruppen inklusive asphärischer Linse. Die Kamera ist mit einem 1/2 Zoll Square Pixel CCD ausgestattet, der 2,14 Millionen Pixel total und 2,01 Millionen Pixel effektiv bietet. Bei der Digitalkamera mit optischem 4fach Zoom kann durch die Funktion „Zoom“ eine zusätzliche 4fache digitale Vergrößerung erfolgen, so daß insgesamt ein Faktor 16 zur Verfügung steht. Für die energiesparende Motivkontrolle ist die Kyocera Samurai 2100 DG mit einem optischen Sucher ausgestattet. Der 1,8 Zoll große LCD-Monitor ist hilfreich bei Nah- und Makroaufnahmen (keine Parallaxe) bis zu einer Objektgröße, die einer Visitenkarte entspricht. Er bietet eine Auflösung von 521 x 218 Bildpunkten und ist mit einem einblendbaren Bildbearbeitungsmenü ausgestattet.

Schnelle Bildverarbeitung

Die Bildverarbeitungszeit bei Aufnahme, Abspeicherung und Wiedergabe wurde gegenüber den früheren Kyocera-Modellen erheblich verkürzt. Zwischen den einzelnen Aufnahmen liegt nur noch ein Abstand von einer Sekunde, was für Schnappschüsse ebenso wie für Bildsequenzen (drei bis zwölf Aufnahmen in Folge, je nach gewählter Auflösung) von Vorteil ist.

Kombinierter Autofocus

Der Autofocus kombiniert einen Infrarot-Aktiv-AF (nicht bei Makro) mit Video Feedback über CCD. Das entspricht dem aus der konventionellen Fotografie bekannten Hybrid-AF. Für Aufnahmen im Nahbereich wird der Infrarot-AF und für größere Entfernungen bis Unendlich der Video Feedback-AF eingesetzt. So wird der gesamte Einstellungsbereich der Kamera abgedeckt. Die Belichtung erfolgt über die automatische Programmsteuerung und ergibt sich aus der Kombination von externer und CCD-Mehrfeldmessung.

Der Weißabgleich geschieht bei der Kyocera Samurai 2100 DG entweder automatisch oder überläßt dem Anwender die Auswahl zwischen Tageslicht- bzw. Kunstlichtmodus. Bei den Farbeinstellungen bestehen die Optionen Farbe, Sepia oder Schwarzweiß.

Die Digitalkamera bietet einen sensorgesteuerten Blitz mit einer Reichweite von 0,6 bis 3 Metern im Weitwinkel- oder 0,6 bis 2,5 Metern im Telebereich. Die Blitzfolgezeit beträgt zirka sechs Sekunden. Folgende Blitzeinstellungen sind auswählbar: Auto, Auto plus Vorblitz, Tageslicht-Aufhellblitz, Makro und Blitz Aus.

Lithium-Ion Akku

Für die notwendige Energieversorgung des High Tech-Produktes sorgt ein umweltfreundlicher, kompakter Lithium-Ion-Akku mit hoher Kapazität. Mit dem im Lieferumfang enthaltenen Netzadapter läßt sich der in der Kamera befindliche Akku aufladen. Er ist ausreichend für 200 Aufnahmen (50 Prozent mit Blitz).

Bei der Speicherung der Bilder besteht die Auswahl zwischen den drei Modi Super Fine, Fine oder Normal. Die Kompression erfolgt im JPEG-Format. Die Digitalkamera hat die Maße 57 x 92 x 123 mm und wiegt 400 Gramm.

Zum Lieferumfang der Kyocera Samurai 2100 DG gehören eine 8 MB CF-Karte, eine CD-ROM für WIN 95/98 und MAC OS ab 7.5 mit Twain Treiber bzw. Plug In und Photodeluxe, verschiedene Kabel sowie der Lithium-Ion Akku. Yashicas neuestes Digitalkameramodell ist ab Ende September zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 1.998 DM erhältlich.

imaging

+foto contact IM NETZ

Neu!

ständig neue Nachrichten

kostenlose Kleinanzeigen

Downloads

Heftarchiv

der grosse fotokatalog

Produktdatenbank

http://www.foto-contact.de

Kampagne für DuraLife

Drei Monate nach der Ankündigung des neuen DuraLife Papiers hat Kodak eine positive Bilanz gezogen. Die Markteinführung sei erfolgreich verlaufen, hieß es, und die Marktdurchdringung solle ab sofort durch die Einführung eines massiven Werbepaketes erhöht werden. Das DuraLife Papier wird mit Aussagen wie „schärfere Bilder", „brillantere Farben", „erstaunlich reißfest" und „deutlich robuster" beworben. Diese Attribute stehen auch im Mittelpunkt der Verbraucherwerbung, die Kodak rechtzeitig zur Hochsaison in TV-Sendern und Printmedien startete.

Seit Mitte August läuft in den großen Fernsehsendern wie ARD, SAT 1, Pro 7, RTL, RTL 2, Kabel 1, DSF, tm 3 und ntv ein Werbespot, der den Verbrauchernutzen des Kodak DuraLife Papiers werbewirksam in Szene setzt. Die Hauptrolle des Werbespots spielt ein Baby, das die von der Mutter gerade beim Fotohändler abgeholten Fotos in typischer Kindermanier „mißhandelt", während die Mutter sich mit einer Freundin über die gelungenen Urlaubsbilder unterhält.

In dem rund 30 Sekunden langen Spot wird das Bild gegen den Kinderwagen geklatscht, geknickt und in allen möglichen Richtungen gestaucht und gequetscht. Das Foto auf DuraLife Papier widersteht allen diesen mechanischen „Mißhandlungen". Der Spot läuft seit Mitte August bis Ende September rund 750mal. In diesem Zeitraum soll er rund 400 Millionen Verbraucherkontakte schaffen.

Ab Mitte September wird Kodak darüber hinaus in den Zeitschriften Stern, TV Today und TV Spielfilm einen vierseitigen Beileger schalten, in den ein Original-Musterbild des DuraLife Papiers eingeklebt ist. Mit dieser Aktion sollen knapp zehn Millionen Leser bzw. Kontakte erreicht werden. Für die Produktion dieses Prospekts haben die Kodak Labors rund zehn Tonnen des Papiers benötigt. Dem Verbraucher

Kodak Bilder

Das DuraLife Papier ist wichtigster Bestandteil eines neuen Bilderlinien-Konzeptes, das Kodak Mitte Mai einführte: Unter dem Dach der Marke Kodak Bilder wurden alle Kodak Bilderlinien (Kodak Premier Service, Kodak Royalplus Service, APS Premier Service, Kodak Classic Service) zusammengefaßt. Der frühere Kodak Royalprint Service von Kodak und seinen Partnerlabors wurde durch den Kodak Royalplus Service abgelöst, den auch Kodak Partnerlabors unter Lizenz anbieten können. Der Classic Service, der auf Kodak Royal Papier angeboten wird, rundet das Angebot im mittleren Preissegment ab. Für Kodak Express Kunden gibt es ein Lizenzangebot für die Marke Kodak Bilder, geprintet auf DuraLife Papier.

Mit einem 30sekündigen TV-Spot in verschiedenen großen TV-Sendern zeigt Kodak seit Mitte August in einer aus dem Leben gegriffenen Situation, ...

Kodak schafft rund 400. Mio. Kontakte

wird mit dem Beileger Gelegenheit gegeben, sich von der Bildqualität und den robusten Eigenschaften zu überzeugen.
Als aufmerksamkeitserregendes Thema wurde auch hier ein Baby gewählt, das sich in seinem Laufstall mit Fotos beschäftigt und diese ebenfalls heftiger mechanischer Beanspruchung aussetzt. Dem Verbraucher soll damit klargemacht werden, daß das DuraLife Papier die anfangs genannten Eigenschaften besitzt. Kodak spricht in dem Verbraucherprospekt von einem Papier, das „... hart im Nehmen ist“ und das man ruhig „auf die Zerreiß-Probe stellen kann“. Im Rahmen dieser Aktion hat Kodak ein Gewinnspiel ausgeschrieben, bei dem es 100 Advantix T550 Kameras zu gewinnen gibt.

Ein vierseitiger Beileger in Millionenauflage informiert die Leser auflagenstarker Zeitschriften über die Eigenschaften des DuraLife Papiers.

Prospekt steht auch dem Handel zur Verfügung

Der selbe Vierseiter steht auch dem Fotohandel zur Verfügung. Der Händler kann seinen individuellen Stempel einbringen, und er kann am Point of Sale seinen Kunden gegenüber argumentieren und die hohe Wertigkeit der auf DuraLife geprinteten Bilder erklären. „Der Vierseiter zeigt dem Verbraucher eindrucksvoll, welchen Vorteil er hat, wenn er sich für DuraLife Bilder entscheidet“, erklärte Kodak Vorstand Dieter Werkhausen. Der Salesfolder mache deutlich, daß das DuraLife Papier seinem Anspruch auf eine hohe Bildqualität und Robustheit gerecht werde.
Rund 5000 Händler beteiligen sich nach Kodak Angaben bislang an dem neuen Markenbild-Konzept und bieten Fotos auf DuraLife Papier an. Nach Werkhausens Einschätzung sei diese große Zahl auf die guten Argumente zurückzuführen, die Kodak den Handelspartnern liefere, um die Kunden vom Mehrwert des neuen Papiers zu überzeugen. Werkhausen: „Dies bestätigt uns in dem Ziel, ein Konzept für den Handel geschaffen zu haben. Er kann seine Angebote differenzieren und sich vom Wettbewerb abheben. Mit DuraLife kann er seine Bildertheke wieder zu einem attraktiven Geschäft werden lassen.
Die von Kodak anläßlich der Ankündigung von DuraLife ebenfalls angesprochene Lizenzierung an andere Labors ist inzwischen ebenfalls angelaufen. Kodak erwartet neben CeWe Color und Quelle weitere namhafte Partnerlabors. Das Stuttgarter Unternehmen sieht in der DuraLife Kampagne sein Engagement für den Fotohandel bestätigt. Den gesamten Aufwand für die DuraLife Werbung bezifferte Kodak mit rund zehn Millionen DM. Alle Händler, die sich am neuen Bilderkonzept des Unternehmens beteiligen, erhalten ein umfassendes Werbemittelpaket mit Dekomaterial (Deckenhänger, Thekenaufsteller etc.) für die Kodak Bilderlinien und speziell für das DuraLife Angebot.

AZ-Video
Videoschnitt-Produktion-Videobedarf,
Umkopierung von S 8/N 8 Videofilme
auf CD im MPG-Verfahren.
Schnutenhausstr. 41, 45136 Essen
Tel. 0201/267237, Fax 0201/256241
e-mail: AZ-Video@t-online.de

... wie sich die qualitativen Vorzüge des DuraLife Papiers für den Verbraucher auswirken können.

Boys & Girls lud zur Neuheitenpräsentation

Neuheitenvorstellung bei Boys & Girls im großen Stil: Fast 50 Gäste folgten der Einladung des Mannheimer Spezialisten für Kindergarten- und Schulfotografie zu einer Präsentationsveranstaltung mit großem Show- und Unterhaltungsteil. Auf dem Programm standen unter anderem eine Fahrt zur Strahlenburg und die Besichtigung der historischen Silbergrube Anna-Elisabeth.

Zahlreiche Gäste folgten der Einladung und kamen zur Produktpräsentation nach Mannheim.

Playworld und Puppet neu im Sortiment

Außerdem sorgten verschiedene Gaukler für Abwechslung, Janette de Lara und Band spielten zum Tanz auf, ein Feuerwerk beeindruckte die Gäste und das leibliche Wohl konnte mit reichlich

Bei der Verlosung spielte Sängerin Janette de Lara die Glücksfee. Boys & Girls Chef Jürgen K. Schuster (M.) gratuliert Heinrich Hintermann zum Hauptgewinn.

Kaffee und Kuchen, einer deftigen Bergmannsvesper und Spezialitäten von Grill und Buffet bedient werden.
Aber gearbeitet wurde auch. So informierte Boys & Girls Chef Jürgen K. Schuster über die beiden Produktneuheiten Playworld und Puppet und die neue Aufnahmesituation mit Aluhintergrund und Kunststoffsessel.
Während Playworld das Hauptprodukt darstellt, soll Puppet vor allem dann eine Alternative im Kundengespräch bieten, wenn es um die Frage des Preises geht.
Das Bemühen bei der Entwicklung der neuen Produkte ging dahin, den Kindern nicht nur beim Fotoshooting Spaß zu bieten, sondern auch bei der Lieferung der Fotos und danach. Deshalb wurden Spielsachen entworfen, die in die Produkte integriert wurden.
Playworld umfaßt neben der Fotomappe auch Pop-up-Figuren und ein Playworld Spiel. Dieses lädt zu Spiel, Spaß und Kommunikation ein. Das Playworld-Spiel soll aber nicht nur

Die aktuellen Mustermappen zeigen die neue Aufnahmesituation mit Aluminiumhintergrund und Kunststoffsessel.

Bei den Späßen der Gaukler wurden auch die Zuschauer miteinbezogen.

Spaß und Spiel sein, sondern auch pädagogische Aspekte wie Phantasie, Kreativität und Gruppenverhalten fördern.
Puppet bietet neben der Fotomappe einen Bausatz für einen lustigen Hampelmann, der mit wenigen Handgriffen zusammenzubauen ist.

Agfa

Aktionen im Spätsommer

Nahtlos an die Sommer-Aktion schließt sich in diesen Tagen die Spätsommer-Promotion von Agfa an. Im Rahmen dieser Aktion wird dem Handel die Möglichkeit gegeben, Schnäppchenpacks zu Aktionspreisen an die Kunden zu verkaufen.

Die Schnäppchen für die Aktion gibt es für 54 oder 72 Bilder in vielfach ausgezeichneter HDC plus-Qualität als Agfacolor HDC plus 200/24+3 Duo oder als HDC plus 200/36 Duo. Für APS-Fotografen wurde als Sonderangebot der sehr gut getestete Futura 200-40 im Doppelpack aufgelegt. Und für Diafreunde gibt es den Agfachrome CT precisa 100/36 im Dreierpack.
Ein attraktives Gewinnspiel soll im Aktionszeitraum den Abverkauf der

Verschiedene Mehrfachpacks zu günstigen Preisen hält Agfa derzeit für den Handel bereit.

Diafilme forcieren. Unter dem Motto „Testen, beurteilen und Meinung sagen“ sind eine Leica M6, eine Leica Minilux Zoom, eine Leica Mini sowie siebenmal ein Compact-Safe mit je zehn Agfachrome CT precisa zu gewinnen. Darüber hinaus erhält jeder Teilnehmer als Dankeschön einen dieser Agfa-Diafilme.
Von der guten Urlaubsstimmung ihrer Kunden sollen die Agfa-Minilab-Partner profitieren. Deshalb hat das Unternehmen ein neues Verkaufsförderungspaket geschnürt, mit dem die Partner neben ihren Bilderangeboten ihre

Zu den Sonderangeboten gibt es die passenden Verkaufsförderungsmittel.

digitalen Bilddienstleistungen herausstellen können. Mit der Sommerpromotion „digital“ können die Minilab-Partner ihren Kunden zusätzliche Ideen dafür vermitteln, was sich mit den Urlaubsbildern noch alles machen läßt und so ihre Bildkompetenz einmal mehr beweisen.

Für Agfa-Minilab-Partner hat das Unternehmen ein eigenes Promotionpaket geschnürt.

Ihr Ticket zum Erfolg!

allkauf FOTO-Franchising:

Informieren Sie sich über Ihre Chancen als Franchise-Partner bei allkauf FOTO.

allkauf FOTO hat die Erfolgsbausteine im hartumkämpften Fotomarkt: Drei Geschäftsgrößen, vier Sortimentsstandbeine (Foto, Computer, Telekom, Reisen), exzellente Einkaufspreise, ein modernes Wareninformations- und -wirtschaftssystem sowie Bezugsquellenfreiheit. Hinzu kommen: Standorte in Top-Lagen, ein verkaufsstarkes und exklusives Mikromarketing.

Wir expandieren weiter. Nehmen Sie Ihre Zukunft in die eigenen Hände.

Sie sind engagiert und teamfähig? Sie wollen Erfolg und sind der Meinung, Leistung muß sich lohnen? Dann passen Sie zu uns. Wählen Sie: Eröffnen Sie Ihr eigenes Fotofachgeschäft, übernehmen Sie einen der gut eingeführten Filialbetriebe, oder bringen Sie Ihr bestehendes (Franchising-)Fotofachgeschäft ein.

Interesse? Rufen Sie uns jetzt an:

allkauf Franchise GmbH
Münsterstraße 5
44575 Castrop-Rauxel
Bernd Christian
Tel.: 02305 / 9 21 19 20
Fax: 02305 / 9 21 19 21

Internet:
www.franchise-net.de/allkauf.html

allkauf FOTO ist ein Unternehmen der R. P. Beratungs- und Beteiligungs GmbH, die mit Nina's Bildermarkt und Foto Sommer zwei weitere Fotofachhandelsketten betreibt.

Der Markt wandelt sich. Wir entwickeln die dazu passenden Ideen.

allkauf Foto®

... und 10 zum Seh'n

Handelsvertreter können nach § 87c Abs. 2 HGB bei der Abrechnung ihrer Provision einen Buchauszug über alle Geschäfte verlangen, für die ihnen eine Provision gebührt. Dieser Buchauszug umfaßt nicht nur die Rechnungen. Der Handelsvertreter kann die vollständige Korrespondenz verlangen. Schließlich muß er sich ja ein umfassendes Bild machen können. Und dazu gehört es beispielsweise auch, daß er etwas von den Gründen erfährt, warum ein Geschäft nicht zustande gekommen ist. Der Unternehmer ist für die Erfüllung des Anspruchs darlegungs- und beweispflichtig (OLG Köln – Urteil vom 11.8.1998 – 4 U 11/98).

Alte Gurken

Auslaufmodelle gibt es im Einzelhandel immer billig. Muß der Werbende aber auch auf diese Eigenschaft hinweisen? Wenn es sich um hochwertige Geräte der Unterhaltungselektronik handelt, ja (BGH – Urteil vom 3.12.1998 – I ZR 63/96 – Videorecorder). Ausnahme: Es gibt gar kein Nachfolgemodell, das Gerät wurde noch aus der laufenden Produktion erworben und wird im üblichen Warenumschlag abgesetzt. Es bleibt aber Sache des Händlers, die Voraussetzungen dieser Ausnahme zu beweisen.

Absatzschwierigkeiten

Noch mal zum Mitschreiben: „Wer Verkaufsveranstaltungen im Einzelhandel, die außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs stattfinden, der Beschleunigung des Warenabsatzes dienen und den Eindruck der Gewährung besonderer Kaufvorteile hervorrufen (Sonderveranstaltungen), ankündigt oder durchführt", handelt wettbewerbswidrig, §7 Abs. 1 UWG. Daher is nix mit „Abschiedsverkauf" – OLG Hamm – Beschluß vom 16.11.1998 – 4 W 561/98 – oder großem „Inventurverkauf" – LG Chemnitz – Beschluß vom 24.7.1998 – 2 HKO 3831/98.

Preis der Neugier

„Füllen Sie einfach den Fragebogen aus. Als Dankeschön für Ihre Mühen bekommen Sie von uns einen Gutschein im Wert von 10 Mark, den Sie sofort oder später einlösen können." Na, wie ist das? Talentierte Aktion? Nein, wettbewerbswidrige Aktion. Sagt zumindest das LG Braunschweig – Urteil vom 13.5.1997 – 9 O 122/97: Zuerst verspricht der Gutschein einen unzulässigen Rabatt, und dann übt das Versprechen, 10 Mark wert zu sein, auch noch einen unzulässigen psychologischen Kaufzwang aus. Rote Karte, das war's.

Keine Garantie mehr

Kurzer Prozeß: Mitarbeiter beim Klauen erwischt, verhört, ab zum Notar und dort ein Schuldanerkenntnis aufgenommen. Jetzt auf die Kohle! Fertig! Los! Auch nicht mehr das, was es mal war. Handelt es sich bei dem Mitarbeiter beispielsweise um einen 19-jährigen Azubi, den man vor dem Anerkenntnis mit mehreren Personen „in der Mangel" hatte und von dem man sich dann 60.000 Mark (3.494 Mark für den Schaden, 50.000 Mark für Detektivkosten und den Rest für ..., ja, wofür eigentlich?) versprechen ließ, dann ist selbst ein notarielles Schuldanerkenntnis nichtig (OLG Düsseldorf – Urteil 26.3.1999 – 22 U 193/98).

Zubrot

Tarifverträge sehen für bestimmte Arbeitszeiten besondere Zuschläge vor. So gibt es im Einzelhandel beispielsweise Spätöffnungs- und Nachtarbeitsprozente. Davon dürfen auch Teilzeitmitarbeiter nicht ausgenommen werden. Selbst eine tarifliche Regelung, die den Ausschluß von Teilzeitkräften vorsieht, wäre nichtig. Rechtsfolge: Die benachteiligten Arbeitnehmer haben einen Anspruch auf die gleichen Zuschläge wie ihre vollzeitbeschäftigten Kollegen (BAG – Urteil vom 15.12.1998 – 3 AZR 239/97).

Ass. jur. Heinz J. Meyerhoff

Im Focus:
Schwund ist immer. Die Mankohaftung im Arbeitsvertrag.

Man kennt das: Inventurdifferenzen, Kassenfehlbestände, und keiner will's gewesen sein. Das Geld ist weg, die Ware auch, that's it. War's das wirklich? Nun, wenn jemand Schadensersatzansprüche geltend machen will, braucht er dazu einen Schädiger. Ein Verdacht ist schnell ausgesprochen. Aber dann?

Man weiß nichts: Spätestens der Richter beim Arbeitsgericht fragt: „Können Sie denn auch beweisen, daß Frau Müller für das Manko verantwortlich ist?" Dann kommt das große Achselzucken. „Die saß doch die meiste Zeit an der Kasse..." reicht nicht. Wenn Frau Müller schadensersatzpflichtig gemacht werden soll, muß ihr ein verschuldetes Fehlverhalten nachgewiesen werden. Aber gerade daran hapert es oft.

Man sollte daher nach einer anderen Lösung suchen. Hinzu kommt, daß Arbeitnehmer nach der BAG-Rechtsprechung ohnehin kaum voll zur Kasse gebeten werden. Leichte Fahrlässigkeit und die normalen Fehler des Arbeitslebens fallen eben in die Risikosphäre des Arbeitgebers. Da gibt es nichts. Bei mittlerer Fahrlässigkeit wird der Schaden irgendwo geteilt, und erst bei grober Fahrlässigkeit oder Vorsatz kann es zu einer vollen Haftung des Arbeitnehmers kommen. Der muß dann bloß noch das Geld haben, den Schaden bezahlen zu können.

Das Risiko minimieren: Kenner empfehlen für diese Fälle die Vereinbarung einer Mankoabrede im Arbeitsvertrag. Sie hat den Vorteil, daß sich die Haftung des Arbeitnehmers auch verschuldensunabhängig festmachen läßt. Der Arbeitgeber erspart sich damit lästige und aufwendige Nachweise. Er nimmt den Arbeitnehmer auf vertraglicher Grundlage in die Pflicht. Wie so oft im Arbeitsleben ist auch die vertragliche Haftung von Arbeitnehmern nicht grenzenlos. Das Schlimmste aber ist: Eine Mankovereinbarung ist nur dann wirksam, wenn der Arbeitnehmer damit gleichzeitig eine besondere Vergütung bekommt.

Eine Mankoabrede ist keine Vollkasko-Versicherung. Und den ganzen Schaden wird man wahrscheinlich eh nie ersetzt bekommen. Darüber hinaus müssen Mankovereinbarungen, wenn sie mit den Grundsätzen der privilegierten Arbeitnehmerhaftung vereinbar sein sollen, berechtigte Rechtspositionen des Arbeitgebers sichern, ohne gleichzeitig sein Risiko ungerechtfertigt auf den Arbeitnehmer zu verlagern. Das passiert beispielsweise in Fällen, in denen der Mitarbeiter seinen Verantwortungsbereich gar nicht kontrollieren kann: Andere Mitarbeiter können auch an die Kasse, andere Mitarbeiter können auch ins Warenlager. Man weiß gar nicht, wem was zuzuordnen ist.

Mit einem Mankogeld kann man sich übrigens nicht alles erkaufen. Das ist kein Spielgeld aus dem Monopoly-Kasten, das muß schon echt klingeln. Die Rechtsprechung sagt: „Da eine Mankoabrede auch Sachverhalte erfaßt, in denen der Arbeitnehmer nach allgemeinen Grundsätzen gar nicht oder nur anteilig haften würde, darf eine Haftung aufgrund besonderer vertraglicher Abrede die Summe der gezahlten Mankogelder nicht übersteigen (BAG – Urteil vom 17.9.1998 – 8 AZR 175/97)." Das Mankogeld muß angemessen sein. Und was heißt das nun wieder? Nun, wenn man das BAG richtig interpretiert, muß ich als Arbeitgeber die 500 Mark, die ich nun von meinem Mitarbeiter haben will, vorher als Mankogeld gezahlt haben. Jetzt sagt der aufmerksame Kritiker berechtigterweise: „Dann ist das Ganze doch eine Nullnummer." Genau so sieht es aus. Sparen wir uns das Mankogeld in Zukunft und setzen verschärft auf Ehrlichkeit. Und Kontrolle.

Neues von der IFA

Ulrich Vielmuth

Auch dieses Mal wird sich zeigen: Die Funkausstellung in Berlin entwickelt sich zusehends zu einer wahren Neuheitenschau der Consumer Electronic. In diesem Jahr ist die digitale Evolution bestimmendes Thema, weil sie neue Produkte und die Unterhaltungs-, Informations- und Kommunikationstechnik dominiert.

Daß die digitale, nonlineare Nachbearbeitung immer mehr in Hobbyfilmer-Haushalten Einzug feiert, ist nicht zuletzt auch ein Verdienst von Macro System und seinem Casablanca-Schnittplatz. Vor gut zwei Jahren eine kleine Sensation für den Hobbyfilmer, der zwar nonlinear von der Festplatte, aber ohne tiefergehende PC-Kenntnisse seine Videos nachbearbeiten wollte. Dank des großen Erfolges ihrer besonderen Schnittlösung hat die Company seit kurzem ein neues „Casa Blanca“ in Wetter an der Ruhr bezogen, um den Ansprüchen des Marktes und ihrer Kunden besser gerecht zu werden.

Nun wird auf der IFA Casablanca II Avio gezeigt, eine verbesserte Version. Begrüßenswert ist, daß Macro System durch den überraschenden Erfolg seines speziellen Schnittsystems nicht den Boden unter den Füßen verloren, sondern aus der nun schon fast dreijährigen Erfahrung mit den Problemen seiner Kunden gelernt hat. Die neue Einsteigerversion namens Avio wird – ganz kundenlike – zum Nice-Price offeriert. Ab 2498,- Mark geht es los. Dafür gibt es jetzt immerhin schon eine Kapazität von ca. 12 GB. Das ist ganz ordentlich, wenn man bedenkt, daß vorher mit 4,5 GB gestartet wurde. 20 Minuten am Stück guter digitaler Qualität waren damit auf einen Rutsch zu schneiden. Obwohl die Anwender im Prinzip voll des Lobes waren (siehe ifc 3/98) und die Bedienungsweise als sehr gut beurteilt wurde, gab es doch immer wieder kleine Probleme. Dem einen waren die Rechenzeiten zu lang, der andere mußte verschiedentlich „Abstürze“ hinnehmen – und alles bis dahin Geschnittene war einfach weg! Das macht bei konzentrierter Nachbearbeitungsarbeit besonders viel Laune.

Doch nun ist dieses nonlineare Standalone-Videoschnittsystem endlich schneller geworden. Voll im Trend ist dabei die MPEG-2-Kompression, mit der Avio arbeitet. MPEG-2 komprimiert Video nicht nur effektiver (Faktor 3-4 gegenüber Motion-JPEG) und nutzt daher die vorhandene Festplattenkapazität von ca. 12 GB besser aus, sondern es ermöglicht auch die Echtzeitdarstellung zahlreicher Effekte, mit denen Avio serienmäßig geliefert wird.

Die praktische Bedienungsoberfläche ist geblieben, so daß keine langwierigen Konfigurations- und Einarbeitungszeiten notwendig sind. Denn die bewährte unkomplizierte Bedienung auch für den computerunerfahrenen Anwender war ja bisher immer ein Hauptargument für das Casablanca-Schnittsystem.

Vielfalt

Mit Casablanca II kommen nun mehrere Varianten nach und nach auf den Markt, zu unterschiedlichen Verkaufspreisen. Casablanca II Avio ist als preisgünstiges Einsteigersystem für die nonlineare Nachbearbeitung gedacht. Bisher mußten alle Effekte und Titel sowie Nachvertonungen berechnet werden. Nun geht es bei Casablanca II bedeutend schneller: Nahezu alle 2D-Effekte, also weiche Blenden, Wischblenden, Kreisblenden usw., erfolgen in Echtzeit – sind also nach dem Einfügen in das Storyboard sofort abspielfertig. Dabei liefert die Festplatte alle Bilder zweier Szenen gleichzeitig, und das System berechnet den Effekt in Echtzeit. Lediglich komplexe Effekte, wie zum Beispiel 3D-Effekte mit Licht und Schatten, erfordern eine Berechnung. Die soll jedoch aufgrund des schnelleren Prozessors deutlich zügiger als beim bisherigen Modell erfolgen.

Casablanca II Avio kann auf Wunsch mit einem DV-Ein/Ausgang versehen werden. Dann können Daten von einer Digitalkamera oder einem Digital-Videorecorder (DV, Digital8, DVCAM) direkt ohne Umwege eingelesen werden.

Mit Casablanca II Kron wird der direkte Nachfolger des bisherigen Erfolgsmodells bezeichnet. Die Markteinführung soll einige Zeit nach der Auslieferung des Avio Modells erfolgen. Ein Verkaufspreis konnte noch nicht genannt werden. Als kleines Schmankerl will Macro System günstige Upgrade-Preise für alle Anwender des bisherigen Modells bieten, um „unseren treuen Kunden den Einstieg in die neue Generation leicht zu machen“.

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

MPEG-2-Kompressionsverfahren

Das bisherige Casablanca-Modell und die meisten PC-Karten verwenden die sogenannte Motion-JPEG-Kompressionsmethode. Diese bietet bei ca. 3,5 MB/Sek. eine mit DV vergleichbare Bildqualität.

MPEG-2 dagegen komprimiert Video viel effektiver. Hier werden die Einzelbilder mit zum Beispiel 20 benachbarten Bildern (also vorherigen und nachfolgenden) verglichen. Gespeichert werden jedoch nur die Änderungen im Videosignal. Bei einem Kameraschwenk werden beispielsweise nur die jeweils neu ins Bild kommenden Informationen gespeichert. Bei einem Fußballspiel mit fest installierter Kamera nur die Bewegungen der Spieler.

Da diese Methode sehr aufwendig ist, war sie bisher nur in der Profiszene zu finden. Die Fortschritte in der Halbleitertechnologie erlauben nun erstmals den Einsatz in preiswerten Systemen für Endverbraucher.

Kurzum: MPEG-2 ist sehr viel effektiver als Motion-JPEG. Konkret bedeutet dies, daß eine 9-GB-Festplatte nicht 40, sondern 120 - 160 Minuten in DV-Qualität oder 300 Minuten in DVD-Qualität oder etwa 600 Minuten in VHS-Qualität aufzeichen kann.

Neue Rahmen im Hagee Programm

Hagee Goltdammer hat einen neuen, achtseitigen Prospekt herausgebracht. Unter den dort gezeigten 14 Rahmenmodellen finden sich elf Neuheiten. Außerdem präsentiert der Prospekt den in der Vergangenheit bewährten Ständer mit 88 Schlüsselanhängern.

Bei den Neuheiten ist Holz das bevorzugte Material, lediglich ein neuer Rahmentyp wird aus Kunststoff (allerdings im Holzdesign) gefertigt. Auffallend sind die Mehrfachrahmen, die gleichzeitig mehrere kleinformatige Fotos aufnehmen können, ungewöhnliche Formen und der Trend zu farbigen Leisten. imaging+foto-contact stellt an dieser Stelle die Produkte vor, die der Redaktion besonders auffielen.

Neu sind beispielsweise Mehrfachrahmen in der Größe 18 x 70 cm und 24 x 70 cm, die Ausschnitte für drei Hochformatfotos im Format 10 x 15 cm bzw. 13 x 18 cm bzw. vier Querformatbilder im Format 10 x 15 cm bzw. 13 x 18 cm bieten. Eine andere Variante von Mehrfachrahmen ist aufklappbar und bietet auf der linken Seite Platz für vier Paßfotos (4 x 6,5 cm) und auf der rechten Seite für ein Bild im Format 10 x 15 cm. Diese Rahmen gibt es in den Farben Teak, Blau und Rot.

Mit dieser Farbpalette werden auch kissenförmige Holz-Fotorahmen mit Klarglas für das Format 13 x 18 cm geliefert.

Erfrischend bunt präsentieren sich Holzrahmen mit farbigen Schrägschnitt-Passepartouts und Holzrahmen in moderner Wischtechnik. Während Hagee die Erstgenannten in orange-, blau-, grün- oder gelb-marmoriert liefert, sind die anderen in den Farben Gelb, Rot, Orange und Blau zu haben.

Bild oben: Holz-Fotorahmen mit 24 mm Leistenbreite und Nußbaum-Lack.

Bild links: Diese Rahmen in den Farben Teak, Blau und Rot gibt es in der Größe 13 x 18 cm.

Bild unten: Bunte Leisten und viele verschiedene Größen bieten diese farbigen Holzrahmen in moderner Wischtechnik.

Diese Holz-Fotorahmen mit Klarglas eignen sich zum Hängen und zum Stellen.

Im traditionellen Holzdesign stehen verschiedene Neuheiten zur Verfügung. Beispielsweise ein Modell mit 24 mm breiten Leisten und Nußbaum-Lack, das in neun verschiedenen Größen erhältlich ist, und ein Holz-Fotorahmen mit 40 mm breiten Leisten für die Formate 13 x 18 cm und 15 x 20 cm.

Holz ist der bevorzugte Werkstoff

Interessenten können den Prospekt anfordern bei: Hagee Goltdammer GmbH, Postfach 1146, 83230 Bernau/Chiemsee.

PMA Europe 99

Olympia Exhibition Centre • London, 14. - 17. Oktober 1999

Kommen Sie zunächst mit uns nach Schottland, wo das PMA Europe Golfturnier stattfindet.

Anschliessend können Sie in London die führenden Hersteller und Händler Europas während der PMA Messe treffen.

Allein die Weiterbildungskurse und Vorträge sind die Reise wert. Hier eine Auswahl:

Donnerstag
Lady Margaret Thatcher
Ehemalige britische Premierministerin präsentiert "Herausforderungen des 21. Jahrhunderts"

Freitag
Stuart Varney
Früher bei CNN, diskutiert Ihre Fragen mit Führungskräften der grossen Firmen

Samstag
Guy Kawasaki
Autor, Kolumnist im *Forbes Magazin* und früherer leitender Mitarbeiter von Apple Computer, präsentiert "Regeln für Revolutionäre"

Für wen interessant:

Photo und Imaging Einzelhändler
- Fotohändler
- Computer- und Elektronikgeschäfte
- Warenhäuser
- Versandhäuser
- Händler im profesionellen- und im gewerblichen A/V Bereich

Photo/Digital Imaging Labors
- Minilabs
- Großlabors
- Profilabors
- Portrait- und Schulfotografen
- Digital Imaging Center
- Pre-Press Service Provider
- Quick Printer und Copy Shops
- Multimedia Design Studios

Bereich professionelle Fotografie
- Berufsfotografen
- Industriefotografen
- Fotojournalisten
- Modefotografen
- Portraitfotografen
- Hochzeits/ Gesellschaftsfotografen

Am Tag vor Beginn der PMA Europe 99 veranstalten wir : DIMA Europe 99

- Die Digital Imaging Marketing Association kündigt hiermit ihre zweite Europakonferenz an, die DIMA Europe 99
- 13. Oktober 1999 im Olympia Exhibition Centre
- Digital Imaging Weiterbildungsseminare sind in drei Sparten gegliedert: Anfänger, Einzelhandels-Imaging und gewerbliches Imaging.

Sie sollten sich diese Termine vormerken! Nähere Informationen werden in Kürze folgen.

Photo Marketing Association International • 3000 Picture Place • Jackson, MI 49201 USA
Tel: (517) 788-8100 or (800) 248-8804 • **Fax:** (517) 788-8371 • **Homepage:** www.pmai.org

UK Office: Tel: (44-121) 212 0299 • **Fax:** (44-121) 212 0298

Horst Dieter Lehmann

Es geht rund!

In diesem Jahr, das nun schon wieder zu zwei Dritteln hinter uns liegt, geht es in jeder Beziehung rund! Erfreulicherweise nicht nur im negativen Sinne, sondern es zeichnen sich einige positive Entwicklungen ab, die bei richtigem Einsatz für Umsatz sorgen könnten.

Wie z.B. die Picture CD. Digitale Techniken werden immer häufiger angewendet und gehören bald zum Alltag wie der PC in den Wohnzimmern. Bevor die Kinder in die Schule gehen, sind ihnen Computer oft vertrauter als später das Einmaleins. Daß nicht jede Entwicklung nur positive Seiten hat, gehört zu den Selbstverständlichkeiten des Lebens wie Licht und Schatten. Oft ist es aber auch gerade der Schatten, der das Besondere ausmacht. Denken wir an den Mondschatten während der Sonnenfinsternis. Zwei runde Scheiben am Himmel bieten der Welt ein besonderes Schauspiel, das zum Ende des Jahrtausends vom gewaltigsten Feuerwerk nicht überboten werden kann.

Der Einsatz an Kameras aller Art wird enorm sein! Viele Anwender werden nicht auf den Blitz verzichten – es ist ja dunkel! Der „fortgeschrittene Amateur“ oder gar Fachmann weiß, was zu tun ist – und sollte sich hin und wieder das Lachen verkneifen. Auch gutgemeinte Ratschläge werden in diesem Moment wenig nützen.

Für kurze Zeit und von unterschiedlicher Kraft und Intensität zu beobachten, werden die Bilder aber noch lange die Erinnerung an dieses Ereignis wachhalten. Viele Amateure vergessen leider zu oft, daß Bilder in erster Linie Erinnerungen sein sollen und nicht nur billige Wegwerfartikel. So banal es klingen mag, gerade diesen Gedanken müssen wir Händler den Kunden immer wieder mit auf den Weg geben, besonders wenn es darum geht, die Klasse der Bilder vor die Masse zu stellen.

Die Erfahrung zeigt nämlich, daß nur derjenige auf Dauer Spaß am Fotografieren hat, der auf Erfolge zurückschauen kann. Sei es nun, daß er brauchbare Bilder von besonderen Ereignissen, wie Kindtaufen, Betriebsfeiern und Urlauben vorzuweisen hat, oder auch von Sonnenfinsternissen. Jeder Mensch, ob Profi oder Amateur, ob beim Fotografieren oder sonst einer Tätigkeit, braucht Anerkennung. Der Fotohändler weiß das, und er muß beim Besprechen von Bildern immer diplomatisch sein. Kritik muß sein, ohne sie gibt es kaum Fortschritte. Aber empfindliche Kunden reagieren nicht selten sauer, und da muß ein Lob die Balance wieder herstellen.

Diese Ausführungen sind sicher nur für die Fachhändler und Atelierhändler gedacht, die Kundendienst noch groß schreiben und die Arbeiten der Amateure nicht nur als mit einem Preis versehene, anonyme Ware über den Ladentisch reichen.

Hier sind wir aber wieder bei den „runden Sachen“ wie der Picture CD. Sie bedarf genau wie die Picture Disk einiger Erklärungen. Geschultes Personal ist gefragt, aber nicht immer und überall zu finden. Auch nicht rund um die Uhr, wie oft gewünscht wird. Der Ladenschluß ist ein heikles Thema. Der Erfolg umstritten. Dem Kunden steht eine begrenzte Menge Geld zur Verfügung. Was er also am Sonntagabend ausgibt, steht am Montag nicht mehr zur Verfügung. Eigentlich eine einfache Rechnung, aber vielleicht gerade deswegen so oft ignoriert.

Sollten aber durch geänderte Ladenschlußgesetze, die ohnehin löcherig wie ein Käse sind, Arbeitsplätze geschaffen werden oder sollte gar die Kauflust der Verbraucher steigen, ist ja alles in bester Ordnung. Was in Amerika üblich ist, muß ja auch hier von Vorteil sein.

Rund geht es derzeit bei den Lebensmittelgroßmärkten. Zwischen den Fronten der Giganten werden wohl auch die letzten „Mittleren“ noch zerquetscht. Tante Emma ist ohnehin nur noch eine Erinnerung der Älteren an „gute, alte Zeiten“. Die Preise wackeln und rutschen. „Wir Kunden freuen uns!“ lautete das Schlußwort in einem Kommentar. Nur liegt leider die Befürchtung nahe, daß durch weiteres Einsparen von Personal Verluste aufgefangen werden sollen, wie das ja wohl nicht gerade selten passiert.

Im Fotohandel sind ähnliche Strömungen nicht unbekannt, der Verbraucher registriert dies jedoch weniger, da das breite Interesse an unserer Branche fehlt, denn nicht jeder fotografiert, aber jedermann benötigt Lebensmittel, und zwar täglich. Nun haben wir ja auch im Fotohandel schon lange „Festpreise“ – sie lauten 19, 29, 39 und 49 Pfennig. Poster gibt es zum Aktionspreis. Für den Amateur ist es eine Selbstverständlichkeit, deshalb registriert er es auch kaum noch, daß die Zeiten für ihn besser nicht sein könnten.

Eine Kamera mit Tasche, Batterien für den selbstverständlich eingebauten Blitz, Film und einem Jahr Garantie ist heute für unter 50,- DM zu haben. Für diesen Preis bekam man noch vor 20 Jahren kaum einen Elektronenblitz. Vor gut 50 Jahren mußte man sogar noch mit Blitzpulver hantieren. Auch sind den älteren Fotofreunden und Künstlern noch die Birnchen, Stangen und Würfelblitze in Erinnerung.

Heute blitzt es, ob man will oder nicht. Oft auch da, wo es verboten ist (z.B. in Museen), weil der Blitz sich nicht abschalten läßt; meist kennt der Benutzer den kleinen Zusatzschalter in seiner Kamera nicht.

Mitunter hilft aber auch der beste Blitz nichts, wie bei Veranstaltungen in nächtlichen Stadien auf 30 m Entfernung, Sonnenuntergängen oder Finsternissen. Nun gibt es ja bekanntlich nicht nur Filme im Doppelpack, Ferienpack und Kurzfilme, sondern unterschiedliche Empfindlichkeiten für alle Fälle. Nähere Informationen beim Fotofachhändler!

Fraglich ist hingegen, ob Beratung auch beim Bäckermeister Erfolg verspricht, der mittlerweile auch Fotoarbeiten annimmt.

Die Fronten sind aufgeweicht, die Brötchen hoffentlich noch knusprig. Der Fotohändler muß sich nun überlegen, ob er nicht auch statt des Kopierers in der Ecke ein rundes Tischchen aufstellt und ein kleines Stehcafé eröffnet.

Die Reisesaison läuft noch auf vollen Touren. Preiswerte Nahreisen in einigermaßen krisensichere Gebiete sind der Renner. Kostspieligere Fernreisen hingegen fallen gelegentlich wegen Nichterreichung der Mindestteilnehmerzahl aus. Um nur in der Sonne zu braten, muß man ja auch nicht rund um den Globus fliegen. Nehmen „wir Fotofreunde“ 14 Flugstunden und mehr in Kauf, dann sicherlich mit vielen Filmen im Gepäck.

Gute Reise, gute Geschäfte.

Petra C. Fujiwara neue PR-Managerin bei Fuji Photo Film

Petra C. Fujiwara (44) ist mit Wirkung zum 1. August zum Manager Public Relations der Fuji Photo Film (Europe) GmbH berufen worden. Ihr Verantwortungsbereich erstreckt

sich auf die Öffentlichkeitsarbeit der deutschen Tochtergesellschaft und auf die Koordination dieser Aufgabe in den europäischen Tochtergesellschaften des Unternehmens. Fujiwara studierte in Bonn und Köln Betriebswirtschaft und absolvierte ihr Studium 1979 mit dem Abschluß Master of Business Administration an der Sophia Universität, Tokio. Erste berufliche Erfahrungen sammelte sie als Referentin der volkswirtschaftlichen Abteilung und später der Öffentlichkeitsarbeit bei der Wirtschaftsvereinigung Eisen- und Stahlindustrie. Seit 1988 war Fujiwara PR Managerin bei der Canon Deutschland GmbH.

Norbert Jiptner wechselt zum Umschau-Verlag

Norbert Jiptner (39), seit mehr als fünf Jahren stellvertretender Chefredakteur der Zeitschrift Fotomagazin, wechselt am 1. November zum Umschau Verlag nach Frankfurt. Als Chefredakteur übernimmt er dort von Heiner Henninges die Special Interest-Zeitschriften Leica Fotografie International und Schwarzweiss.

Neue Mitarbeiter bei der Handelsvertretung Lehnig KG

Ab Anfang September ist Sven Beuthien der neue Bezirksleiter für den Bereich Mecklenburg bei der Handelsvertretung Lehnig KG. Er war zuvor elf Jahre lang in einem großen Handelshaus als Filialleiter tätig. Beuthin ist Fachmann für die verschiedenen Warenbereiche, die von Lehnig vertrieben werden. Gemeinsam mit Ralf Knoop bildet er das Team für Mecklenburg-Vorpommern.

Für den Verkaufsservice in Schleswig-Holstein und Hamburg wird ab September René Hein die Kunden betreuen. Er hat eine kaufmännische Ausbildung als Industriekaufmann absolviert und war zuletzt in verantwortungsvoller Position im Außendienst tätig.

Mit den beiden neuen Mitarbeitern beschäftigt die Handelsvertretung in Berlin und Quickborn inzwischen 35 Personen.

Kurt Eduard Kürbi feierte seinen 60. Geburtstag

Bilora-Chef Kurt Eduard Kürbi hat am 23. Juli im Kreise von Geschäftsleitung, Familienangehörigen und Freunden seinen 60. Geburtstag gefeiert. Der in Wuppertal geborene Kürbi trat 1965 in das heute in Radevormwald ansässige Unternehmen ein. Dort war er zunächst für den Verkauf zuständig, und zwar sowohl im Inland als auch im Ausland.

Die Photo-Grossisten der VGP:

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

Batavia
Multimedia GmbH & Co. Vertriebs KG
94113 Tiefenbach, Niedernhart 1
0 85 46 / 9 19 - 0 • Fax 0 85 46 / 9 19 - 144

Bremaphot
Biedebach & Co. (GmbH & Co.)
28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51
04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55

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

1998 50 VGP Jahre
Vereinigung von Grossisten für Photo und Imaging e.V.
H. J. Annacker • Batavia • Bremaphot • Dominik Dinkel • Hansephot • Kleffel + Aye • Photo Universal • Carl Wöltje

Ihre Partner für Photo und Imaging!

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

Kleffel + Aye
(GmbH & Co.)
28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51
04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55 • www.kleffel-aye.de

Photo Universal
Kleiber GmbH & Co. KG
70736 Fellbach, Max-Planck-Str. 28 • 70708 Fellbach, Postf. 18 04
07 11 / 9 57 60 - 0 • Fax 07 11 / 9 57 60 - 40

Carl Wöltje
GmbH & Co. KG
26133 Oldenburg, Meerweg 30 - 32 • 26042 Oldenburg, Postf. 52 40
04 41 / 4 80 91 77 • Fax 04 41 / 48 09 183

Steve Morris/Graham Willcocks:
Erfolgsfaktor Kundenorientierung

Obwohl der Kunde eigentlich König sein sollte, müssen sich Verbraucher doch allzu oft mit genervten oder gelangweilten Verkäufern, unfreundlichen Telefonistinnen und einem schlechten Service herumschlagen. Auch im internationalen Vergleich stehen deutsche Unternehmen in punkto Kundenorientierung schlecht da.

Dabei ist die Grundvoraussetzung für unternehmerischen Erfolg, die Wünsche des Kunden genau zu kennen. Egal ob man Produkte verkauft oder Dienstleistungen anbietet – für alle gilt die goldene Regel: „Liefern Sie Ihren Kunden genau das, was ihren Wünschen entspricht“. Im Zweifelsfall erkennt nämlich die Konkurrenz, daß es gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten darum geht, sich rechtzeitig konsequent und aktiv an den Bedürfnissen das Marktes zu orientieren. Und angesichts immer austauschbarerer Produkte entscheidet schließlich der bessere Service.

Steve Morris und Graham Willcocks zeigen in dem Buch „Erfolgsfaktor Kundenorientierung“, im Falken Verlag in der Reihe „Falken & Pitman Management“ erschienen, wie man eine dauerhafte persönliche Kundenbindung erreicht. Das Zauberwort heißt „Relationship Marketing“. Ganz wichtig dabei ist es, gut zuzuhören und mit den Kunden im Gespräch zu bleiben, das Ohr am Markt zu haben und bloße Vermutungen durch Marktforschung abzusichern. Und wer die Ratschläge in die Tat umsetzt, hat bald aus einem Erstkunden einen Stammkunden gemacht.

Steve Morris/Graham Willcocks, Erfolgsfaktor Kundenorientierung, Falken Verlag, Niedernhausen 1998, Falken & Pitman Management, Band 7387, 168 Seiten, ISBN 3-8068-7387-9, DM 39,90.

Artur Landt:
Nikon F100

Die Nikon F100 ist die „abgespeckte“ Version des Topmodells F5. Ihr Gehäuse ist um rund ein Pfund leichter, während der Ausstattungsumfang weiterhin höchsten Profiansprüchen gerecht wird. Die Nikon F100 ist das ideale Instrument für engagierte Fotoamateure, Semiprofis und Profis.

Im Buch zur Kamera finden sich Informationen zu folgenden Themen:

• Einfaches Fotografieren mit der variablen Programmautomatik, • Motivgerechter Einsatz der Blenden- und Zeitautomatik, • Gezielte, manuelle Scharfeinstellung und Belichtung, • Anspruchsvolle Blitzfotografie mit Aufsteckblitzgeräten, • Systemausbau mit Wechselobjektiven und Zubehör, • Motivbezogene Aufnahmepraxis und vieles mehr.

Darüber hinaus sorgt das neue Laterna-magica-Buchkonzept für einen klaren, übersichtlichen und praxisgerechten Buchaufbau. So werden alle Informationen zu einem Thema übersichtlich auf Doppelseiten dargestellt. Außerdem findet der Leser auf jeder Doppelseite informative Kästen mit Basiswissen und Praxistips, die gezielt gelesen oder später als Nachschlagewerk benutzt werden können.

Artur Landt, Nikon F100, Verlag Laterna magica, München 1999, 176 Seiten, 25 farbige und 150 schwarzweiße Abbildungen sowie 19 Strichzeichnungen, 15 x 21 cm, broschiert, ISBN 3-87467-748-6, DM 29,80.

„Schön ist es auch anderswo...“ Fotografien aus dem Ruhrgebiet 1989-99

Der besonderen Attraktivität des Ruhrgebiets widmet sich dieses Buch mit dem beziehungsreichen Titel, der auf einen Vers von Wilhelm Busch zurückgeht („Schön ist es auch anderswo, und hier bin ich sowieso“ aus: Plisch und Plum, 1882). Es zeigt Fotografien aus den Jahren 1989 bis 1999, die aus der Sammlung des Rheinischen Industriemuseums in Oberhausen stammen. 18 Fotografinnen und Fotografen, darunter renommierte Künstler wie Newcomer, zeigen rund 200 Arbeiten. Sie dokumentieren eine Region, die sich im Umbruch befindet, eine Region, die nach dem Abschied der alten Industrien eine neue Identität sucht, auf ihre Wurzeln dabei aber nicht verzichten kann.

Die unterschiedlichen Sichtweisen der Fotografinnen und Fotografen spiegeln das vielgestaltige Gesicht der Region wider. Der zeitliche Entstehungsraum von rund zehn Jahren erlaubt die Dokumentation des Veränderungsprozesses des Ruhrgebiets: Die alten (Groß-) Industrien dominieren noch immer Teile der Landschaft, Halden zeugen von der einstmals pulsierenden Industrie, und trotz der großen Besiedlungsdichte und gut ausgebauten Infrastruktur findet man Nischen und Freiräume der Landschaft. Aber auch der Mensch dieser sich wandelnden Region wird miteinbezogen.

„Schön ist es auch anderswo...“ Fotografien aus dem Ruhrgebiet 1989-99, Herausgeber: Landschaftsverband Rheinland, Rheinisches Industriemuseum; Text: Rainer Wirtz, Eduard Führ, Ursula von Petz, Daniel Stemmrich, Uwe Süflohn, Verlag Umschau/Braus, Heidelberg 1999, 202 Seiten, 29,5 x 24,5 cm, 95 Farb-, 20 Duotone- und 27 s/w-Abbildungen, Pappband, ISBN 3-8295-6813-4, DM 49,-.

Dörr Preisrätsel zur Sonnenfinsternis

In Vorbereitung und zur Einstimmung auf die Sonnenfinsternis am 11. August hatte Zubehörspezialist Dörr seine Händlerkunden zur Teilnahme an einem Preisrätsel eingeladen. Aus mehr als 750 eingesandten richtigen Lösungen wurden 50 Gewinner ermittelt. Den ersten Preis, eine Fahrt zur Beobachtung der Sonnenfinsternis nach Ulm, inklusive Übernachtung und Teilnahme

Jordi Dörr testet die Sonnenfinsternis-Brille.

an der Dörr Sonnenfinsternisparty, gewann Rolf Gries von Bremaphot in Berlin. Der zweite Preis, ein Dörr Astro Teleskop Taurus 80, ging an Rainer Rieneckert von Hobby Foto in Solingen. Und über den dritten Preis, der unter Mithilfe des jüngsten Dörr-Sprosses Jordi gleich zweimal gezogen wurde, konnten sich Elke Koch, Foto Koch in Roding, und Rosa Schindler, Foto Uhlenhut in Schweinfurt, freuen. Sie erhielten ein Dörr/Danubia Fernglas 7x42. Weitere 47 Preise gingen an über das gesamte Bundesgebiet verteilte Gewinner.

Wir suchen Foto - Profis!

Die Media Markt Gruppe ist Deutschlands 10größter Arbeitsplatzbeschaffer. Sie ist Marktführer im Bereich Computer- Unterhaltungs- und Haushaltselektronik. Die 200 Fachmärkte mit Ihren über 12000 Mitarbeitern erwirtschafteten einen Jahresumsatz von über 10 Milliarden DM. Dieser Erfolg des Unternehmens basiert auf dauerhaften Tiefpreisen, einem Sortiment von über 40000 Markenartikeln und der Fähigkeit uns immer am Kunden zu orientieren. Ihr Arbeitsplatz wäre der neue Media Markt in der Kölner Innenstadt, direkt in der Hohen Strasse.

Wir suchen:

ABTEILUNGSLEITER / IN
für die Bereiche:

Foto / Camcorder / Zubehör

Profis mit Führungsqualitäten, die sich schon Ihre ersten Lorbeeren verdient haben. Sie motivieren Ihre Mitarbeiter, organisieren die Arbeitsabläufe und Sie arbeiten eng mit der Geschäftsleitung zusammen.

Wir suchen:

FACHBERATER / INNEN
AZUBIS
für die Bereiche:

Foto / Camcorder / Zubehör

Wir freuen uns über motivierte Mitarbeiter, mit einem selbstbewußten, freundlichen Auftreten. Zeigen Sie Teamgeist und die Bereitschaft Verantwortung zu übernehmen? Bewahren Sie auch die Ruhe, wenn Sie unter Druck stehen? Wenn Sie über diese Eigenschaften verfügen, dann sind wir gemeinsam das richtige Team!

Wir suchen:

LABORKRÄFTE
Mini-Lab

Bei uns erwartet Sie ein attraktives Gehalt. Und mit dem richtigen Engagement kann man es auf der Karriereleiter weit nach oben schaffen. Erleben Sie neue Trends der Branche bei uns, und arbeiten in interessanten Bereichen flexibel. Als Europas Marktführer versprechen wir Ihnen einen sicheren Arbeitsplatz.

Media Markt
Herr Heß / Herr Kreten
Max-Planck-Straße 24· 50858 Köln-Marsdorf

Media Markt

Sehr erfolgreiche Unternehmensgruppe der
FOTOGROSSLABORBRANCHE
sucht für eine Betriebsstätte einen

GESCHÄFTSFÜHRER

Aufgrund unserer sehr guten Qualität, unseres hohen Grades an Kunden-Service und Dienstleistungsorientierung sowie des hohen technischen und organisatorischen Standards unserer Produktionsstätten sind wir bei unseren Kunden in hohem Maße anerkannt.
Unser Ziel ist es, die erreichte Markstellung als erfolgreicher Dienstleister auch in Zukunft weiter auszubauen.
Für diese anspruchsvolle Aufgabe als Geschäftsführer, die mit einem großen Handlungs- und Entscheidungsspielraum ausgestattet ist, suchen wir den gestaltenden, umsetzungsstarken Geschäftsführerkollegen.
Neben einer qualifizierten Ausbildung und/oder mehrjähriger Erfahrung im Bereich Foto/Fototechnik erwarten wir einige Jahre Führungserfahrung.
Vorbildhaftes, teamorientiertes Führungsverhalten und hohe Motivations- und Kommunikationsfähigkeit auf allen Mitarbeiterebenen setzen wir voraus.
Ihr Alter liegt zwischen 30-40 Jahren.
Auch Bewerber, die auf einem "blockierten zweiten Platz" erfolgreich wirken, haben bei Vorliegen der persönlichen und fachlichen Voraussetzungen eine Chance.
Der künftige Stelleninhaber berichtet im Rahmen der Gesamtgeschäftsleitung an die Gesellschafter und die für die Koordination der Produktionsbetriebe und für den Gesamtvertrieb verantwortlichen Geschäftsleitungskollegen.
Die finanziellen und die sonstigen Rahmenbedingungen entsprechen der Bedeutung der Position.
Ihre aussagefähigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte unter Angabe der Chiffre-Nr. **10 27 57 9 99 an den CAT-Verlag.**
Eine absolut vertrauliche und diskrete Behandlung Ihrer Bewerbung sichern wir zu.

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

Kamera-Reparaturen

Nikon • Minolta • Minox
Sony Camcorder

KARL-HEINZ HOPFAUER KAMERA SERVICE GmbH
Nikon Vertragswerkstatt
Kompetent, zuverlässig, schnell

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

Kleinanzeigen • Angebote

Camera Reparatur Service GmbH
Vogelsrather Weg 25
41366 Schwalmtal - Waldniel

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

K Kamera Service GmbH
Tokina European Servicecenter

Longericher Straße 205
50739 Köln-Bilderstöckchen

Telefon (0221) 9 17 52 22
Telefax (0221) 9 17 52 23

Öffnungszeiten: Montag - Freitag von 9.00 - 16.45 Uhr

GAF Vertragswerkstatt WW

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

Film- + Fototechnik

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

Gute und preiswerte Color-Chrom-

Farb-ANSICHTSKARTEN

4-Farb-Druckträger, WPK
Einbildkarte nach Dia 195,– DM
2-4 Bildkarte nach Dia 295,– DM
– incl. Probeandruck –

Auflagendruck
1.500er 99,– DM per 1000
3.000er 77,– DM per 1000
5.000er 69,– DM per 1000
10.000er 65,– DM per 1000
+ MwSt.

Fordern Sie die Unterlagen an:

WOLFG. HANS KLOCKE VERLAG, Nieheimer Weg 13, 33100 Paderborn
Telefon 0 52 51/6 26 14, Telefax 0 52 51/6 50 46

Nikon

ALBRECHT KAMERA SERVICE GmbH
NIKON VERTRAGSWERKSTATT

Longericher Straße 205 · 50739 Köln-Bilderstöckchen
Telefon (0221) 9 17 5100 · Telefax (0221) 9 17 5111

Öffnungszeiten: Montag - Freitag von 9.00 - 16.45 Uhr

Kleinanzeigen • Angebote

Zentraler Reparatur-Service

GEDDERT

– Meisterbetrieb –

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

Autorisierter Ricoh-Service

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

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

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

Autorisierte Vertragswerkstatt

Canon

Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Kodak

Rollei

BAUER Filmgeräte Blitzgeräte Videogeräte
Nizo Filmgeräte
BRAUN Blitzgeräte

ZETT Germany Leica Camera Gruppe

GEISSLER

FOTOREPARATUR
HERBERT GEISSLER
Lichtensteinstraße 75
72770 REUTLINGEN-GÖNNINGEN
Telefon 0 70 72/92 97-0
Telefax 0 70 72/20 69

Aus Alt mach Neu!

vorher

Ihr Fachbetrieb für Reproduktionen, Retuschen und Colorierungsarbeiten

nachher

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

Über 20 Jahre VIERNHEIMER VIDEO-TRANSFER

Modernste Abtastung mit Komponententechnik:

Normal 8, Super 8, 16 mm, auch mit Mono, Duoplay od. Lichtton, Dias, Planfilme, Zeichnungen, Bilder usw. auf jedes Heim- oder Profisystem ab, und kopieren alle Systeme untereinander. Kopierservice PAL - NTSC - SECAM.

Fordern Sie deshalb Preisliste und Werbematerial bei uns an.

Video-Produktion Rudek, Schultheißenstr. 9, 68519 Viernheim
Tel. 0 62 04/7 19 84 oder 7 32 05, Fax 0 62 04/7 63 33

STADLER SERVICE

CAMERA-SERVICE-WERKSTÄTTE

- KONICA
- MINOX
- PENTAX

Max-Eyth-Str. 7
73733 Esslingen
Telefon 0711- 32 60 999
Telefax 0711- 32 60 909

WILHELM SCHÄFER kameraservice und Handels GmbH

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

Öffnungszeiten: Di. 10.00-14.00 Uhr
Mi. 10.00-13.00 Uhr

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

LICHT AN!

HALOGENLICHT, STUDIOBLITZE vom Professional-Ausrüster.

NEU: *Ventilator-Halogenleuchten. Für Video, Foto, Film, Digital. Handlich und superhell. 650 – 1250 Watt.*

NEU

Einzeln oder als Set im Hartschalenkoffer.

Leises Kühlgebläse. Umfangreiches Zubehör. Metall-Konstruktion.

Photo-Video Technik

Informationen und Service:
Postfach 90 30 45, 51123 Köln
Tel. 0 22 03/1 62 62, Fax 135 67

Photo-, Film-, Geräte-Service A. Paepke KG

Seit mehr als 50 Jahren autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica Metz Rollei

Kameras • Objektive
Dia-Projektoren
Blitzgeräte

Das Leica-Team
für Sucherkameras und Projektoren

Rollei-Profi
Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

BOWENS 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

10.538 Abonnenten (IVW 2/99)

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

Zusätzlich zur regulären Auflage erhalten alle in der Handwerksrolle eingetragenen Berufsfotografen imaging+foto-contact, dem profi-contact - das offizielle Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände - beiliegt.

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 11.500 Exemplaren bundesweit (IVW 2/99). 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 11.500 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50 % gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 1.238,- DM, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 619,00 DM. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 10.- DM 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. 26 v. 01.01.1999) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

Kleinanzeige 1-spaltig (40,5 mm breit) zum mm-Preis von 2,32 DM x 27 mm Höhe = 62,64 DM zzgl. gesetzl. MwSt.

Wir verkaufen
1 B 17-Profifilm, Hängermaschine, 2 Jahre alt -, Preis VB; 1 Schnellfix 007 + Sleever, autom. Diarahmungs- und Eintaschgerät, fast neu - Preis VB.
Fotolabor Muster
Telefon 000/0000000

Wir sind ein gut eingeführtes und erfolgreiches Paß- und Portraitstudio mit Fotofachgeschäft in der City von Gera.
Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir zum nächstmöglichen 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. 142 • 07600 Gera

Kleinanzeige 2-spaltig (87 mm breit) zum mm-Preis von 4,63 DM x 36 mm Höhe = 166,68 DM zzgl.gesetzl. MwSt.

1/9 Seite Kleinanzeige (56 x 85 mm)

zum

mm-Preis von

3,09 DM x 85 mm hoch =

262,65 DM

zzgl. gesetzl. MwSt.

Auftrag Klein- und Personalanzeigen im imaging+foto-contact

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

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

Größe:
- Breite 180,0 mm, Höhe ..... (9,27 DM / mm)
- Breite 129,5 mm, Höhe ..... (6,95 DM / mm)
- Breite 87,0 mm, Höhe ..... (4,63 DM / mm)
- Breite 56,0 mm, Höhe ..... (3,09 DM / mm)
- Breite 40,5 mm, Höhe ..... (2,32 DM / mm)

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

☐ Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

D - 40832 Ratingen

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

i+fc 9/99

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

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

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel mit genauer Anschrift

Kleinanzeigen • Angebote

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

Fotofachgeschäft
in rheinischer Großstadt, Umsatz 1 Mio., sehr gut eingeführt, **zu verkaufen.**
Angebote unter Chiffre 102765999

Günstig abzugeben:
Müllers. Autochromat 7, RT-Papierentwickl. und Rollenkassette 60iger Breite.
Palutke, 29525 Uelzen,
Tel. 05 81 - 29 89/Fax 05 81 - 7 47 35

Prof. 8-mm-Filmtransfer
und Normwandlung auf Video.
Löffert, Pf. 1211, 35786 Weilmünster,
Tel. 06472/1666, Fax 06472/830420

Geschäftsauflösung zum 30.11.99
Ladeneinrichtung (Bohnacker) individuell aufteilbar, da Elemente, abschließbare Vitrinen etc. Theken m. Leuchtpult. **Studioeinrichtung:** Stative, Blitzanlage, Hintergründe (Juretschko) mit Aufhängevorrichtungen bis 3.5 m Breite. **Laborgeräte.** Fax 0 81 65/23 25

Inserenten-Verzeichnis

allkauf	73	Loersch	75
AZV	71	Mitsubishi	13
Bremaphot	7	Noritsu	22, 23
C.A.T.-Verlag	69	PMA	31, 77
Canon	86–90, 3. U., 4. U.	Polyplan	59
Dohm	21	Ritter & Wirsching	24
Erno	35, 37, 39	Rollei	29
Eurocolor	2. U	Techlab	51
Fuji	9, 25	VGP	79
Goltdammer	55	Kleinanzeigen	81–85

Beilagen: Fuji, Minolta

Fotogeschäft, 1A Lage
in Norddeutschland
zu verkaufen.
Chiffre 102760999

Horizontalvergrößerer Homrich HVA 250, Computer-Reprokamera GA 917 DIN A 0, weitere Laborgeräte, Preise verhandelbar. D'sign Concept Wuppertal, 02339/9141-0

Studio - Blitzlicht - Reparaturen
Beam/CCS/Sola-Einstell./Blitzr.
Info – **Horst von Bröckel** – Info
Telefon: 04265/8772 · Fax 8792

Verkaufe
s/w-Entwicklungsmaschine, vollelektronisch gesteuert, > 50 cm Einzug, sehr günstig gegen Gebot. Komplettes U-matic High-Band Schnittstudio mit vielen Effektgeräten gegen Gebot abzugeben.
Tel. 08151/918041

TEAMFOTO
KAMERA · LABOR · STUDIOTECHNIK
VERKAUF: Über 3000 Artikel aus unserem umfangreichen Gebrauchtsortiment. **Second-Hand-Preisliste anfordern!**
ANKAUF: Fast alles aus der Fotobranche sowie Übernahmen aus **Geschäfts-, Nachlaß-, Privat- und Studioauflösungen.** Auflösung nach Terminabsprache vor Ort.
TEAMFOTO · Wiesfleckenweg 10 · 86641 Rain
Telefon (0 84 32) 12 58 · Fax (0 84 32) 12 28

Foto-Aktienkurse — Kurs: 1 EUR = 1,95583 DM

		16.08.99	niedrigster Aktienkurs der letzten 12 Monate	höchster Aktienkurs der letzten 12 Monate		15.08.97	14.08.98
Agfa	EUR	19,75	17,5	22,2	DEM	——	——
Bayer	EUR	42,95	29,8	43,87	DEM	72	73,5
Canon	YEN	3.610	1.930	4.100	YEN	3.770	3.320
CeweColor	EUR	24	13,24	25	DEM	450	371
Du Pont	USD	71 5/8	50 1/16	75 3/16	USD	61 11/16	55
Eastman Kodak	USD	73 3/8	60 13/16	88 3/4	USD	63,25	82 3/8
Fujifilm	YEN	4.320	3.660	5.430	YEN	4.950	4.970
Gevaert	EUR	51,9	44,87	73,15	BFR	162 T (DM)	2.475
Gretag Imaging	CHF	395	378	740	CHF	——	680
ICI	GBP	782	413	949	GBP	1.028,90	705
Imation	USD	30 1/8	14,25	30 7/8	USD	——	16 7/8
Jenoptik	EUR	16,7	13,98	19	DEM	——	47,5
Leica	EUR	10	6,21	14,5	DEM	——	22,4
Minolta Camera	YEN	694	481	959	YEN	670	931
Olympus	YEN	1.850	1.035	1.986	YEN	887	1.491
Polaroid	USD	24 3/4	16 3/4	38 5/8	USD	54 5/8	36 1/8
Spector	EUR	31,4	24,79	44,62	BFR	2620	1.575
Union Carbide	USD	64 1/3	36 3/4	65 5/16	USD	52 5/8	47 1/2
VARTA	EUR	116,1	110,1	142,6	DEM	298	317
Kyocera	YEN	7.110	4.800	8.500	YEN	9.170	6.350
Zeiss	EUR	92,1	92,10	92,5	DEM	180	180

Kurse lt. Angaben der Deutschen Bank AG, Filiale Ratingen

Impressum: imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, Video, Labor- u. Studiotechnik
Mit Verlegerbeilage „Der Handel"
Herausgegeben vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Posttach 12 29, 40832 Ratingen, Redaktionsbüro: Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon 0 21 02/20 27-0, Telefax 0 21 02/20 27-90
Bankverbindung: Postbank Essen 164 565-438, BLZ 360 100 43
Verlagsleitung: H.J. Blömer (Geschäftsführer der Vereinigung von Grossisten für den Photohandel e.V.); Eleonore Blömer.

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

Neuheitenredaktion und Herstellung: Th. Six; **Steuerfragen:** Dipl.-Finanzwirt E. Ewerhart, Steuerberater, Düsseldorf-Benrath; **Anzeigen:** Th. Blömer, DGPh. (verantwortlich); Ralf Gruna. Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 26.
Vertrieb: Karin Engemann. Als Fachzeitschrift für die deutsche Fotobranche erscheint imaging+foto-contact zum 1. des Monats, außer am 1. Januar. Jahresabonnement 71,50 DM, Auslandspreis 107,– DM. Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Manuskripte und Bilder wird keine Haftung übernommen, Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Ratingen.

Druck: Franz W. Wesel, Baden-Baden. Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH.

SEPTEMBER 99

Canon

NEXT:

TERMINE UND PREMIEREN VON CANON EURO-PHOTO/ERSCHEINT MONATLICH

THE BIG DEAL: DIE NEUE PRIMA ZOOM 85N

JETZT ALS i-VERSION: MV200i

ATTRAKTIVE PERSPEKTIVEN: ZWEI NEUE EOS 300 SETS

IHR PLUS IM SEPTEMBER: DIE CANON ROAD SHOW

IFA PREMIERE: 3-CHIP-CAMCORDER XM1

CANON IN DEUTSCHLAND.

NEUE ORGANISATION DER BEREICHE SALES UND MARKETING

HARALD HORN, DIVISIONAL DIRECTOR SALES,

trat 1991 als Assistant Manager Sales Video der Canon Euro-Photo bei. Der Wirtschaftswissenschaftler (Dipl. Ökonom) übernahm nach der erfolgreichen Neustrukturierung des Bereichs Video den Bereich Foto. 1996 wurde ihm die Verantwortung für sämtliche Vertriebsbereiche als General Manager Sales zugesprochen. In dieser Position prägte er maßgeblich die kundenorientierte Ausrichtung des Unternehmens.

RAINER FÜHRES, DIVISIONAL DIRECTOR MARKETING,

begann seine Laufbahn bei der Canon Euro-Photo 1993 als Marketing Assistant und übernahm bereits 1995 die Leitung der Abteilung als Manager Marketing Communications. Ebenfalls 1995 wurde er mit der Einrichtung und Leitung des Produktmanagements betraut. Der Diplomökonom, mit den Schwerpunkten Marketing und Unternehmensführung, erhielt 1996 die Gesamtverantwortung für den Bereich Marketing als General Manager.

Mit Wirkung vom 1. Juli 1999 erweiterte die Canon Euro-Photo, Willich, ihre Organisationsstruktur durch die zusätzliche Position der Divisional Directors für die Bereiche Sales und Marketing. Besetzt wurden diese Positionen mit Harald Horn (40) als Divisional Director Sales und Rainer Führes (34) als Divisional Director Marketing.

Kennzeichnend für den Gesamterfolg der Canon Euro-Photo stehen die selektiven Marketing- und Vertriebskonzepte, die von beiden Herren im Rahmen ihrer Verantwortlichkeiten mitentwickelt und geprägt wurden. „Alles für alle geht nicht", so Rainer Führes. „Entscheidend ist, daß der Endverbraucher beratungsintensive Produkte im Fachhandel findet, wo er mit der Sachkenntnis des Personals rechnen kann. Das schützt das Image der Marke und gibt dem Handel eine Profilierungschance."

Harald Horn hierzu ergänzend: „Nicht der kurzfristige Umsatzerfolg steht bei der selektiven Vertriebspolitik im Vordergrund. Langfristige Partnerschaften mit dem Handel und konstruktive Kommunikation sind für Canon Euro-Photo maßgebliche Eckpfeiler des Erfolgs."

Ein Beispiel für erfolgreiches Handelsmarketing ist das Canon Shop Konzept, das die komplette Produktpalette der Canon Euro-Photo umfaßt und den Beweis für ein ernstgemeintes Engagement liefert.

Einstimmig formulieren Horn und Führes ihre Ziele für die Zukunft: „Die Fortschreibung der erfolgreichen Entwicklung unserer selektiven Vertriebs- und Marketingpolitik steht für uns im Mittelpunkt. Im Sinne maximaler Synergienutzung und Ausrichtung auf die Zukunft des Digital Imaging wird die kooperative Vernetzung mit unserer Schwestergesellschaft Canon Deutschland von großer Bedeutung sein."

Als ein erster Schritt zur engeren Zusammenarbeit der beiden Gesellschaften ist die Integration von digitalen Kameras und photo related products wie Scanner und Drucker in das Vertriebsprogramm der Canon Euro-Photo zu bewerten. Diese Produkte wurden bislang ausschließlich über die Canon Deutschland GmbH vertrieben.

28.8.–5.9.99.

TECHNIK, SPASS, SPANNUNG: CANON AUF DER IFA 1999

„TRUST YOUR EYES“ –

UNTER DIESEM MOTTO PRÄSENTIERT SICH CANON VOM 28. AUGUST BIS 5. SEPTEMBER AUF DER INTERNATIONALEN FUNKAUSSTELLUNG 1999 IN HALLE 20, STAND 02. 1.600 M², ÜBERDACHT VON EINEM RIESIGEN ZIRKUSZELT, BILDEN DEN RAHMEN FÜR EIN ATTRAKTIVES AUSSTELLUNGSPROGRAMM, BEI DEM SICH ALLES UM DIE MODERNE VISUELLE KOMMUNIKATION DREHT. GEMEINSAM PRÄSENTIERT VON CANON DEUTSCHLAND UND CANON EURO-PHOTO.

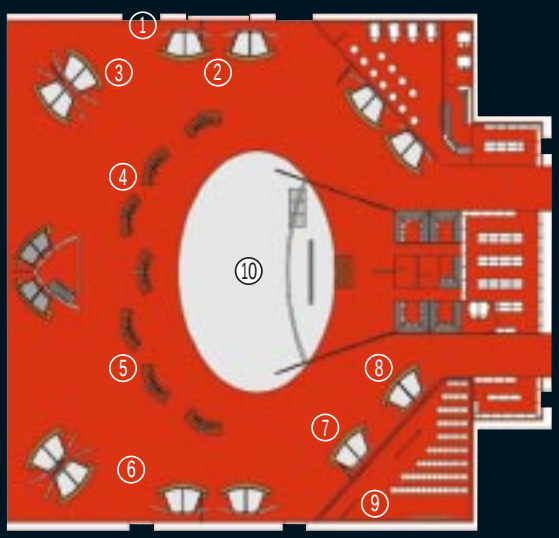
Vom High-Tech-Camcorder XM1, der auf der IFA seine öffentliche Premiere feiert, bis zum Digital Imaging mit faszinierenden Möglichkeiten der Bildeingabe, Bildbearbeitung und Bildausgabe: Canon präsentiert in Berlin das gesamte Spektrum seiner Entwicklungen rund ums Bild. Zu den weiteren Highlights gehören die Neuheiten bei Digitalkameras, Druckern, Scannern und Beamern. Außerdem wird erstmalig auch eine Softwarelösung zur Nachbearbeitung von Videofilmen präsentiert. Doch nicht nur die moderne Bildtechnologie soll den Besuch am Canon-Stand zum Erlebnis machen. Auch das Rahmenprogramm kann sich sehen lassen.

„Cirque Canon“

Schöne bunte Bilderwelt! Was eignet sich mehr, als eine Show mit atemberaubenden Darbietungen und zauberhaften Präsentationen, um das Motto „Trust your eyes“ zu transportieren? High Tech und Traumwelt zeigen sich bei der Canon Show auf der Hauptbühne im harmonischen Einklang. Das Publikum ist zum aktiven Mitmachen aufgefordert: An zahlreichen „Touch & Try-Countern“ stehen Canon-Produkte bereit, um die Show durch den Sucher zu verfolgen und die Systeme kennenzulernen.

Spiel ohne Grenzen

Mit von der Partie wird die Canon Tochtergesellschaft Criterion sein, deren Spielesoftware in einer interaktiven Game-Corner zum Einsatz kommt. Für Kids und jung gebliebene Erwachsene eröffnet sich hier eine Spielwiese der interaktiven Möglichkeiten, wo es auch interessante Preise zu gewinnen gilt.



Eine Reise durch die Welt des Lichts

Im Canon-Kino wird die Technologie der Lichtführung gezeigt: Das Wunder des Lichts und die Canon Technologie der Objektive und Bildstabilisatoren werden unterhaltsam und lehrreich zugleich vermittelt. Für große und kleine Besucher wird diese Vorstellung ein faszinierender Ausflug in die Welt des Lichts.

Handel und Presse

Für Handels- und Pressepartner steht ein separater Bereich zur Verfügung: eine Oase inmitten des Messetrubels für persönliche Gespräche und Interviews, Informations- und Meinungsaustausch.

DIGITALE PARTNERSCHAFT.

GEMEINSAM STARK:

SOFTWARE-BUNDLE MIT SILVERFAST DC VOLLVERSION

Canons Flaggschiff unter den Digitalkameras, die mehrfach ausgezeichnete PowerShot Pro70, kommt nun im Bundle mit der Software SilverFast DC ohne Mehrkosten zu Ihnen. Bei SilverFast DC (DC steht für Digital Camera) handelt es sich um eine qualitativ hochwertige Bildbearbeitungssoftware, mit der Einsteiger wie auch Profis eine schnelle und effiziente Optimierung der Bilddaten von digitalen Kameras erreichen. Damit kann nun das beeindruckende Leistungspotential der Canon PowerShot Pro70 noch gesteigert werden.

PowerShot Pro70
DM 2.799,–*
mit Lasersoft SilverFast DC

DIE NEUEN EOS 300 SETS

NEUE SETS MIT INTERESSANTEN PERSPEKTIVEN

ZWEI ANSPRUCHSVOLLE KOMBINATIONEN VON HOCHLEISTUNGS-ZOOM-OBJEKTIVEN MIT DER SPITZENKAMERA IHRER KLASSE: DER EOS 300

EOS 300 „Reportage"- Set

Das perfekte Set für den engagierten Hobby-Fotografen mit hohen Qualitätsansprüchen.

- EOS 300 mit Qualitäts-Objektiv EF 28–105 mm 1 : 3,5–4,5 USM
- BP 200 Batteriepack mit Vertikal-Auslöser für perfekte Handhabung
- In attraktiver Set-Verpackung

EOS 300
DM 1.298,–*
EOS 300 Body mit EF 28–105 mm 1:3,5-4,5 USM und Batteriehandgriff BP 200

EISA
Color Foto Prüfsiegel hervorragend
foto magazin SUPER

+

EOS 300 mit EF 24–85 mm

Die Kombination der Extra-Klasse:

- EOS 300 Gehäuse
- EF 24–85 mm 1 : 3,5–4,5 USM Hochleistungs-Weitwinkel-Zoomobjektiv.

Egal, ob Sie das Set verkaufen oder separat Kamera und Objektiv:
In jedem Fall profitieren sowohl Sie als auch Ihre Kunden.

EOS 300
DM 1.198,–*
EOS 300 Body mit EF 24-85 mm 1:3,5-4,5 USM

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

THE BIG DEAL.

PERFEKTE CANON TECHNIK IM EDLEN SILBERLOOK: DIE NEUE PRIMA ZOOM 85N.

MIT IHREM DESIGN, DER TECHNIK UND DEM SET WIRD DIE NEUE CANON PRIMA ZOOM 85N ZUM ECHTEN BIG DEAL FÜR SIE UND IHRE KUNDEN.

Alles, was eine erfolgreiche Mid-Zoom Kamera ausmacht, bietet die Prima Zoom 85N: Ihr asphärisches Zoomobjektiv reicht von 38 mm bis zur perfekten „Porträtbrennweite" von 85 mm, und mit dem Real-Time Auslöser und drei AF-Meßfeldern entgeht ihr kein Schnappschuß. Hinzu kommt mit ihrem neuen „Silber Look" ihre unglaubliche Attraktivität. Im „Zoom 85N Big Deal Set" ist sie komplett mit Tasche, Film und Batterie erhältlich.
Nutzen Sie das „Big Deal Set", das entsprechende Dekomaterial zur Einführung sowie den Preis von 229,– DM, um die Zoom 85N auch für Sie zu einem echten Big Deal zu machen.

PRIMA ZOOM 85N
DM 229,–*

BIG DEAL

Die neue Prima Zoom 85N und ihre Technik:

- Perfekte Abbildungsqualität dank asphärischem 38–85 mm Zoomobjektiv
- 3 AF-Meßfelder für präzise Scharfeinstellung
- 3-Zonen-Belichtungsmessung zur Bewältigung komplizierter Lichtverhältnisse
- Real-Time Auslöser mit einer Verzögerung von nur 0,03 Sec.
- Automatischer Blitz mit Vorlicht zur Verringerung des „Rote-Augen-Effekts"
- Wählscheibe für fünf individuelle Programme
- Selbstauslöser
- LC Display für alle wichtigen Aufnahmedaten

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

NEU UND DIGITAL.

PREMIERE AUF DER IFA: CANON XM1

ZUR IFA STELLT CANON MIT DEM XM1 EIN NEUES MODELL DER DIGITALEN 3-CHIP-CAMCORDER FÜR ANSPRUCHSVOLLE AMATEUR-FILMER VOR. MIT EINEM PREIS VON 4.998,– MARK SCHLIEßT ER DIE LÜCKE ZWISCHEN DEM SEMIPROFESSIONELLEN XL1 UND DER EINSTIEGSKLASSE DER DIGITALEN MODELLE.

Kaum einen Wunsch läßt der 3-Chip-Newcomer offen: weltweit erstes Video-Fluoritobjektiv mit 20fach Zoom, optischer Bildstabilisator und Pixel-Shift-System sorgen für exzellente Bildergebnisse. Zum guten Ton gehört ein neuartiges Cross-Layout-Mikrofon für ausgezeichnete Klangdynamik und Präzision. DV-In ermöglicht Bildaustausch mit entsprechendem Recorder oder Computer über den DV-Anschluß nach IEEE 1394, Stehbilder können per PC heruntergeladen und ausgedruckt werden.
Der TFT-LCD Farbsucher mit 180.000 Pixeln und ein 2,5-Zoll-Display tragen zum optimalen Film- und Wiedergabevergnügen bei. Die manuellen Einstellmöglichkeiten setzen der Kreativität kaum eine Grenze. Neben dem klassischen Seitengriff mit Handschlaufe zum Filmen in Standardsituationen setzt Canon noch einen zusätzlichen starren Griff auf das Gerät: optimal für die Führung des Camcorders bei extremen Aufnahmewinkeln.

XM1
DM 4.998,–*

MV200 + DV-In = MV200i

NACH DER ERFOLGREICHEN EINFÜHRUNG DES MV200 SETZT CANON JETZT DAS TÜPFELCHEN AUFS i UND BRINGT DIE i-VERSION MIT DV-EINGANG.

Editing-Set
MV200i + MotoDV Software
DM 3.198,–*

Multimediale Anwender und Freunde der Nachbearbeitung am PC werden ihre helle Freude an der i-Version haben. Mit einer IEEE 1394 Karte können digitale Bilder ohne Qualitätsverlust bearbeitet und zwischen PC und Camcorder kopiert und abgespeichert werden.
Daneben überzeugt der MV200i mit den gleichen Features wie sein kleiner Bruder, der bereits in zahlreichen Tests Furore gemacht hat.

Als **Editing-Set** mit MV200i und der Video-Bearbeitungs-Software MotoDV (Digital Origin) erhalten Ihre Kunden ein großes Heimstudio zum kleinen Preis.

MV200i
DM 2.398,–*

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

DIE SHOW IM HERBST

ROAD SHOW '99
IM SEPTEMBER GEHT ES LOS

Als äußerst effektive Leistungsschau und Einkaufsmesse hat sich die Canon Roadshow etabliert. Hier Fotos vom März 99 im Mariott Hotel, Frankfurt.

AM 21. SEPTEMBER FÄLLT DER START-SCHUSS ZUR CANON ROAD SHOW HERBST 99. SIE PRÄSENTIERT IHNEN ALLES, WAS SIE BRAUCHEN, UM GUT VORBEREITET IN DAS BEVORSTEHENDE HERBST- UND WEIHNACHTSGESCHÄFT ZU GEHEN.

Die Canon Road Show hat sich als fester Termin im Kalender des Foto- und UE-Handels etabliert. Vom 21. bis 29. September ist Canon „on the Road" und läuft sechs deutsche Großstädte an. Die Road Show wird für Sie zu einer Premiere: Sie erhalten als Erster die kompletten Informationen über die Neuheiten und zukünftigen Entwicklungen, die Sie auf jeden Fall als entscheidenden Wettbewerbsvorteil nutzen sollten.

Informieren Sie sich über die neuen digitalen Kameras und Camcorder sowie die Neuheiten im Kompaktkamera- und Spiegelreflexbereich. Erkennen Sie die Möglichkeiten, mit den Canon Druckern, Scannern und Beamern neue Umsatzpotentiale zu erschließen. Hier können Sie, an einem Ort konzentriert, in entspannter Atmosphäre Ihr Weihnachtsgeschäft vorbereiten und Ihre Order plazieren.

Versäumen Sie nicht diesen wichtigen Termin. Die Canon Experten stehen Ihnen zur Verfügung. Bei einem gemeinsamen Büffet und interessanten Gesprächen können Sie den Tag ausklingen lassen.

CANON ROADSHOW TERMINE

A-G-E-N-D-A

21.9. MÜNCHEN, HOTEL ARABELLA BOGENHAUSEN	27.9. HAMBURG, ELYSEE HOTEL
22.9. FRANKFURT, HOTEL INTER-CONTINENTAL	28.9. BERLIN, HOTEL INTER-CONTINENTAL
23.9. STUTTGART, COPTHORN HOTEL	29.9. DÜSSELDORF, SWISSOTEL NEUSS

DIE VERANSTALTUNGEN BEGINNEN UM 17 UHR UND ENDEN GEGEN 22.30 UHR.