imaging +foto contact

9/2005

€ 3,50 ISSN 1430 - 1121

34. Jahrgang 30605

http://www.foto-contact.de

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Canon

Riesiges Neuheiten-Portfolio

11 Pixma-,
3 Selphy-Drucker

Zwei neue D-SLRs und Zubehör

4 PowerShot-, 3 Ixus-Kameras

CASIO.

IFA
INTERNATIONALE FUNKAUSSTELLUNG
WORLD OF CONSUMER ELECTRONICS
Berlin, 2.–7.9.2005
Halle1.2 · Stand 228

Big innovations - bigger business.

Die neuen, aufregenden EXILIM Modelle mit vielen neuen Features und Funktionen.

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

/ 2,7 Zoll TFT-Farbdisplay / Anti Shake DSP / 5,0 Megapixel / 3fach optischer Zoom / SUPER LIFE-Battery / AV-Anschluss

EX-S500

500 FOTOS* mit einer Batterieladung

EX-Z500

Ihre Kunden werden Ihnen nicht widerstehen können. Kein Wunder, denn die neuen EXILIM Digitalkamera-Modelle sind Verführung pur und das Nonplusultra für alle, die Spaß am Filmen und Fotografieren haben. Ob Anti Shake DSP zur Reduzierung verwackelter Bilder, Movies für bewegende Momente, die SUPER LIFE-Battery für extralangen Foto- und Filmspaß oder die innovativen Features und Funktionen – diese neuen Kameras sind ein absolutes Highlight im Digitalkamera-Segment und werden für neue Umsatzimpulse sorgen. **EXciting EXILIM.**

Weitere Highlights von EXILIM:

EX-P505
2 Zoll TFT-Farbdisplay
5fach optischer Zoom
5,0 Megapixel

EX-Z750
7,2 Megapixel
2,5 Zoll TFT-Farbdisplay
3fach optischer Zoom

EXILIM
www.exilim.de

Bezugsquelleninfo: CASIO Europe GmbH, Bornbarch 10, D-22848 Norderstedt
Schweiz: Hotline S.A., Via Magazzini Generali 8, CH-6828 Balerna, Tel.: +41 (0)91 683 20 91, web: www.hotline-int.ch * nach CIPA-Standard

inhalt

Zum Titelbild: Canon schüttet das Füllhorn für den Fotohandel aus

Das Füllhorn (lat. cornu copiae, „Horn der Fülle“) ist ein mythologisches Symbol des Glückes. Es steht für Fruchtbarkeit, Reichtum und Überfluß, und eignet sich damit ideal als Synonym für die große Palette an Neuheiten, die Canon zum Start des Herbstgeschäftes auf der IFA in Berlin zeigt: Glück verheißen die neuen Geräte den Anwendern, die aus einem Überfluß an Alternativen ihr Lieblingsprodukt auswählen können. Händlern winkt dank guter Margen bei entsprechenden Verkäufen Reichtum, und fruchtbar zeigen sich die einzelnen Produktfamilien, die zur Messe wieder einmal Nachwuchs bekommen haben. Zu den aktuellen Neuheiten zählen zwei digitale SLR-Kameras für professionelle Ansprüche, vier PowerShot- und drei Ixus-Digitalkameras, elf Pixma- und drei Selphy-Fotodrucker sowie Zubehör für das SLR-System.

Seite 14

„der grosse foto-katalog“ ist da

Mit einem vollkommen neuen Cross-Media-Konzept ist „der grosse foto-katalog“ 2005/2006 jetzt neu erschienen. Das jahrzehntelang bewährte Nachschlagewerk kombiniert die Vorteile von traditionellen und digitalen Medien, um dem Fotohandel umfassende Produktinformationen über das aktuelle Angebot der Markenindustrie zur Verfügung zu stellen. Das neue Konzept bietet ganz neue Möglichkeiten für Einkauf und Verkauf. Die Digitalisierung der Fotografie hat zu Produktzyklen geführt, die in vielen Fällen nur wenige Monate lang oder besser kurz sind. Mit diesem Tempo kann ein gedruckter, aufwendig gestalteter Katalog allein nicht immer mithalten. Deshalb nutzt die neue Ausgabe des grossen foto-kataloges konsequent die Vorteile digitaler Medien. Die Produktinformationen des grossen foto-kataloges finden die Anwender jetzt auf einer CD, die der gedruckten Ausgabe beiliegt. Auf dieser CD kann man nicht nur schnell Informationen und Verkaufsargumente zu dem gewünschten Produkt finden, sondern auch vergleichbare Artikel oder das passende Zubehör.

Seite 36

imaging+foto-contact-Interviews

Vor einigen Wochen hat Nokia mit seinem neuen Mobiltelefon Nokia N90 aufhorchen lassen, denn in dem Hightech-Gerät sorgt neben einem Zwei-Megapixel-CMOS-Chip ein Tessar-Autofokusobjektiv aus dem Hause Carl Zeiss für überdurchschnittliche Bildqualität. imaging+foto-contact fragte Kornelius Müller, Marketing Manager, Camera Lens Division, bei der Carl Zeiss AG, nach den Hintergründen und den Perspektiven der Zusammenarbeit mit Nokia.

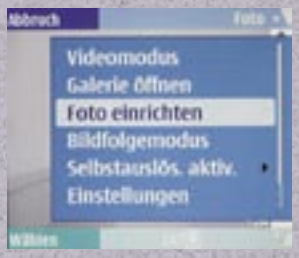
Seite 24

Mit der steigenden Akzeptanz von Fotohandys sehen Anbieter von Telekommunikationsprodukten und -diensten im Fotohandel einen potentiellen Partner. Einer davon ist die The Phone House Telecom GmbH aus Münster, die gemeinsam mit neuen Partnern neue Geschäftsfelder erobern will. Wir sprachen mit The Phone House Geschäftsführer Reinhard Krause und Thorsten Fluck, Leiter des Geschäftsbereichs Retail, über ihre Erwartungen von der und ihre Angebote für die Fotobranche.

Seite 26

Das Nokia N90 im Einsatz als Fotokamera

Für Verbraucher, die eine Einsteigerkamera suchen, werden Mobiltelefone mit integrierter Digitalkamera eine immer interessantere Alternative zu herkömmlichen Kameras, mit denen man „nur“ Fotografieren oder Videoclips aufnehmen kann. Mit vielen Fotohandys kommen zufriedenstellende Bildergebnisse allerdings immer noch eher zufällig zustande. Als wohltuende Ausnahme sticht jetzt aber das neue Nokia N90 aus der Masse heraus, denn das Multimediahandy bietet nicht nur eine Optik von Carl Zeiss, sondern auch eine Fülle von Softwareoptionen für Bildaufnahme, -bearbeitung-, -speicherung und -versand. imaging+foto-contact hatte Gelegenheit, eines der ersten Geräte, die in Deutschland erhältlich waren, in der Praxis zu testen.



Seite 28

„Der Picture Maker ist eine Goldgrube.“

Mario Brink, Inhaber von Foto Brink in Blomberg, ist eher zufällig zum Fotohändler geworden: Als sich der gelernte Zeitungsredakteur 2003 mit einer Medienagentur niederlassen wollte, suchte er repräsentative Räumlichkeiten in der Innenstadt des Ortes. Brink stieß auf ein Fotogeschäft, dessen Inhaber sich zur Ruhe setzen wollte – und ließ sich dazu überreden, nicht nur die Büroräume im hinteren Teil zu mieten, sondern auch das Fotogeschäft weiterzuführen. Eine Entscheidung, die er bis heute nicht bereute. Eröffnet hat Brink das Geschäft unter seinem Namen im Januar 2004. Seitdem verzeichnet das junge Unternehmen ein stetiges Umsatzplus. „In den ersten Monaten war das Fotogeschäft nur ein Zubrot. Meinen Lebensunterhalt habe ich da ganz klar mit den Einnahmen aus meiner Medienagentur verdient“, meint Brink. „Inzwischen hat sich das Verhältnis aber sicherlich umgekehrt.“

Seite 22

inhalt

Zum Titelbild

Canon startet mit einem riesigen Portfolio von Produktneuheiten aus allen Bereichen ins Herbstgeschäft *14*

Editorial

Aufatmen in Solms *5*

Wirtschaftspolitischer Kommentar

Azubis sind uns lieb und teuer *44*

Industrie

AgfaPhoto: Amtsgericht bestätigt Insolvenz in Eigenverwaltung *9*

Traditionelles Golfturnier von Konica Minolta . . . *32*

GP Battery liefert paßgenaue Energielösungen für Hightech-Geräte *34*

Bilddienstleistungen

Start für „Mein CeWe Fotobuch“ *13*

Foto Brink verzeichnet durch den Kodak Picture Maker ein stetiges Umsatzplus *22*

Foto + Telekommunikation

Das Nokia N90 im Einsatz als Fotokamera *28*

Video

Ulrich Vielmuth: Alltag in einem Fernsehteam (II) . *38*

Handel

H. D. Lehmann: Bitte recht freundlich! *43*

Vier neue Exilim Zooms von Casio

Casio hat sein Sortiment um vier neue Exilim Zoom Kameras erweitert. Es handelt sich dabei um die Modelle EX-Z500, EX-Z10, EX-Z110 und EX-Z120. Die EX-Z500 ist eine Digitalkamera mit fünf Megapixeln Auflösung, Dreifach-Zoomobjektiv, Casios Anti Shake DSP-Technologie, einem 2,7 Zoll großen TFT-Farbdisplay mit hoher Auflösung und der längsten Betriebsbereitschaft des gesamten Casio Sortiments. Die Modelle EX-Z10, EX-Z110 und EX-Z120 sind den Angaben des Herstellers zufolge auf Benutzerfreundlichkeit, einfache Handhabung und Spaß an digitaler Fotografie ausgelegt. Wie alle Digitalkameras der Exilim-Reihe besitzen auch die neuen Exilim Zoom-Modelle die Exilim Engine von Casio. ***Seite 20***

Neue FinePix-Modelle mit 9 Megapixeln

Fujifilm hat mit den FinePix-Modellen S9500, E900 und S5600 drei neue Digitalkameras für anspruchsvolle Anwender auf den Markt gebracht. Während die S9500 und die E900 mit einem 9-Megapixel-Chip ausgestattet sind, bietet die S5600 eine Auflösung von 5,1 Megapixeln und einen Zehnfach-Telezoom. Die FinePix S9500 wird außerdem durch Real Photo Technik, ein 10,7fach-Zoomobjektiv (28–300 mm, entsprechend Kleinbild) und hohe Lichtempfindlichkeit gekennzeichnet. Die Aufnahmebereitschaft nach dem Einschalten gibt Fujifilm mit 0,8 Sekunden an. ***Seite 12***

Nachrichten

. . . . . *6, 39, 45*

imaging+foto-contact-Interviews

Kornelius Müller, Marketing Manager, Camera Lens Division, Carl Zeiss AG: Das „Adlerauge“ garantiert die hohe Bildqualität *24*

Reinhard Krause, Geschäftsführer, und Thorsten Fluck, Leiter des Geschäftsbereichs Retail bei The Phone House: Neues Marketingkonzept *26*

Neuheiten

. . . . . *21, 31, 33*

Olympus stellt Kompaktkamerasegment neu auf . *10*

Zwei Fujifilm FinePix Kameras mit 9 Megapixeln *12*

Canon schüttet das Produktfüllhorn aus *14*

Neue Exilim Zoom-Modelle von Casio *20*

C.A.T.-Verlag

„der grosse foto-katalog“ 2005/2006 ist da: auf CD, Online und als Printversion *36*

Personelles

Zum Tode von Hans-Joachim Ernst *8*

Leserbrief *45*

Literatur *42*

Rechtstips *40*

Klein- und Personalanzeigen *46*

Impressum *49*

Der Weg für die Leica Kapitalerhöhung ist frei

Aufatmen in Solms

Die von fünf Parteien gegen die am 31. Mai von der Hauptversammlung beschlossenen Kapitalmaßnahmen bei Leica sind vom Tisch. Am 5. August gab der Traditionshersteller aus Solms einen Vergleich mit vier der klagenden Parteien bekannt; die fünfte Anfechtungsklage, ergänzte Leica, sei in unzulässiger Weise erhoben worden und werde voraussichtlich ohne weitere Bearbeitung abgeschlossen. Damit, so das Unternehmen weiter, seien die Verantwortlichen optimistisch, die beschlossenen Maßnahmen – Herabsetzung des Stammkapitals um zehn Millionen Euro, Auflösung der Kapital-Rücklage in Höhe von 4,2 Millionen Euro und anschließende Kapitalerhöhung durch die Herausgabe von bis zu 13,5 Millionen neuen Aktien im Wert von 1,70 Euro – fristgerecht durchführen zu können. Bei Drucklegung dieser Ausgabe von imaging+foto-contact bestätigte das Unternehmen wenige Tage vor dem Stichtag 26. August, der Optimismus halte an, und man habe keine Anhaltspunkte, daß die Maßnahmen noch scheitern könnten.

Damit können die Leica Camera Gruppe und ihre Mitarbeiter erst einmal aufatmen. Denn nach Bekanntwerden der Anfechtungsklagen hatte das Unternehmen erklärt, die Kapitalerhöhung sei „nachhaltig gefährdet“ – die beiden Großaktionäre, Hermès International SCA, Paris, und ACM Projektentwicklung GmbH, Salzburg, hatten mitgeteilt, für die Dauer der Anhängigkeit dieser Klagen nicht an der Kapitalerhöhung teilzunehmen und keine neuen Aktien zu zeichnen. Dann wäre der Weg in die Insolvenz wohl unausweichlich gewesen: Denn nach den neuesten Zahlen mußte die Leica Camera Gruppe im Geschäftsjahr 2004/2005, das am 31. März dieses Jahres endete, bei einem Umsatz von 93,7 Millionen Euro einen Jahresfehlbetrag von rund 20,0 Millionen Euro hinnehmen. Das ist, man kann es nicht schönreden, ein desaströses Ergebnis, zumal das Unternehmen zuvor ja auch nicht auf Rosen gebettet war.

Im Zuge der Verhandlungen mit den klagenden Parteien hat sich offenbar herausgestellt, daß die vom Leica Vorstand geäußerte Vermutung, die Kläger hätten individuelle Ausgleichszahlungen oder sonstige Vorteile erlangen können, sich nicht bewahrheitet hat. Im Klartext: Es ging den klagenden Parteien nicht darum, durch eine Erpressung Kasse zu machen.

Die Anfechtungskläger hatten gerügt, daß ein Bezugsrechtshandel für die neuen Aktien nicht stattfinden sollte, ein Nachbezugsrecht für die freien Aktionäre nicht sichergestellt sei und die neuen Aktien auch nicht zum Börsenhandel zugelassen würden. Leica hielt diese Auffassung für unberechtigt, einigte sich aber in dem am 5. August geschlossenen Vergleich mit den Klägern darauf, eine Bezugsrechtsvermittlung im geschlossenen Aktionärskreis einzurichten und die entstehenden jungen Aktien – soweit rechtlich möglich – unverzüglich, spätestens aber innerhalb von sechs Kalendermonaten ab der Eintragung der Durchführung der Kapitalerhöhung in das Handelsregister in den Freiverkehr einer inländischen Börse einzubeziehen. Eine Prospektpflicht für die neuen Papiere wollen Leica und die beteiligten Banken dabei allerdings vermeiden. Das ist verständlich, da eine solche Prospektpflicht nicht unerhebliche haftungsrechtliche Risiken mit sich bringt. Kläger und Beklagte haben jedenfalls ihrer Auffassung Ausdruck verliehen, daß eine solche Prospektpflicht für die jetzt geplanten Maßnahmen nicht bestehe.

Die Kapitalerhöhung sichert zwar zunächst den Fortbestand der Leica Camera Gruppe, bedeutet aber nicht das Ende aller Probleme. An der Tatsache, daß die deutsche Kameralegende viel zu lange an der Auffassung festhielt, mit dem traditionellen Produkt-Portfolio auch im Digitalzeitalter reüssieren zu können, ändert das frische Geld ja nichts. Es ist schon eine Ironie der Fotogeschichte, daß ausgerechnet Epson als japanischer Inkjet-Spezialist mit der R-D1 die erste „digitale Leica“ auf den Markt brachte, die nicht nur viele Leica Fans, sondern auch viele Fotohändler eigentlich aus Solms erwartet hatten. Der Leica Vorstandsvorsitzende Dr. Josef Spichtig hat noch viel Arbeit vor sich: Sie besteht nicht nur in der weiteren Senkung der Kosten, sondern vor allem in der Entwicklung eines Geschäftsmodells, das langfristig tragfähig ist.

Die aktuelle geschäftliche Entwicklung gibt dabei Anlaß zu vorsichtiger Hoffnung: Trotz der Verunsicherung von Kunden und Geschäftspartnern durch die finanzielle Situation in den letzten Wochen liegt der Umsatz der ersten vier Monate des neuen Geschäftsjahres nach Angaben von Leica leicht über den eigenen Erwartungen und deutlich über dem Vorjahr. Wenn es so – oder vielleicht noch besser – weitergeht, werden sich die vielen Fotohändler, die auf die Nobelmarke Leica nicht verzichten wollen, sehr darüber freuen. Und das mit Recht: Denn eine weitere Schreckensmeldung aus einem deutschen Fotounternehmen ist das letzte, was unsere Branche zur Zeit gebrauchen kann. Th. Blömer

Duttenhofer prüft Verkauf der Einzelhandelsgeschäfte

Die Firmengruppe Duttenhofer aus Würzburg prüft derzeit Optionen für eine Neustrukturierung ihrer Geschäftsaktivitäten. Eine der möglichen Optionen ist einer Pressemitteilung zufolge die Konzentration auf den wachsenden Online- und Versandhandel und die damit verbundene Abgabe der unter dem Namen „Top 3 Markt“ firmierenden stationären Märkte in Bad Neustadt, Schweinfurt und Würzburg sowie des Duttenhofer City-Fachgeschäfts in der Würzburger Innenstadt.

Da der Geschäftsführung der Firmengruppe Duttenhofer im Falle einer Fokussierung auf den Online- und Versandhandel die erfolgreiche Weiterführung der vier bestehenden Standorte und vor allem die langfristige Beschäftigungsperspektive für alle dort beschäftigten Mitarbeiter wichtig ist, hat sie in Klärung der ihr zur Auswahl stehenden Optionen Verhandlungen mit der Media-Saturn-Unternehmensgruppe über Übernahme ihres stationären Geschäftsbetriebes aufgenommen. Um in dem – von beiden beteiligten Partnern ergebnisoffen gestalteten – Findungsprozeß zu einer validen Einschätzung zu gelangen, haben die Firmengruppe Duttenhofer und die Media-Saturn-Unternehmensgruppe eine kartellrechtliche Klärung der möglichen Übernahme angestrengt, die zwischenzeitlich positiv beschieden worden ist.

Diese Entscheidung gibt noch keine Richtung für eine mögliche Übernahme des stationären Geschäfts der Firmengruppe Duttenhofer durch die Media-Saturn-Unternehmensgruppe vor. Sie stellt für die beiden Parteien jedoch eine Basis für weitere Gespräche dar, hieß es.

Alle anderen Geschäftsbereiche der Duttenhofer Firmengruppe, insbesondere das Großhandelsgeschäft, sind nach Auskunft von Duttenhofer-Pressesprecherin Monika Becker nicht von den Veränderungsplänen betroffen.

Sony Deutschland GmbH verstärkt Marketing

Die Sony Deutschland GmbH hat weitere Personalveränderungen im Bereich Marketing vorgenommen. Stefan Gruschke ist seit Mitte August für den Marketingbereich „Home“ verantwortlich. Gruschke war die letzten sechs Jahre als Marketing Manager DACH für digitale und analoge Consumer Produkte bei der Firma Eastman Kodak S. A. beschäftigt. Davor war er sieben Jahre in der Photo Porst Gruppe für die Konzeption und den Einsatz aller handelsgerichteten Marketinginstrumente sowie alle Neueröffnungen verantwortlich.

Zum neu aufgestellten „Home“-Team gehören seit Anfang August infolge interner Stellenwechsel auch Martin Berberich und Burkhard Brache. Berberich übernimmt die Begleitung der FTV-Produkte bis 40“ sowie die CRT-Produkte, während Brache die FTV ab 40“ und die Home FPJ Produkte betreut.

Guido Reichelt wird ebenfalls eine neue Rolle im Bereich Home einnehmen. Er hat Anfang August die Verantwortung für die Segmente Home Video und HiFi übernommen. Ziel ist, das Produktsegment weiter auszubauen.

Die Leitung der Business Unit „Dime/Personal Audio“ wird Christian Rauch ab dem 1. September als Business Manager Mobil übernehmen. Rauch ist bereits seit fünf Jahren im Konzern tätig, zuletzt als Director Artists Concepts bei der Sony BMG Music Entertainment. Er verfügt über weitreichende Erfahrungen in den Bereichen Strategy, Concept Development und in der Umsetzung verschiedener Sales und Consumer orientierter Marketing-Maßnahmen. Er tritt die Nachfolge von David Massat an. Massat ist innerhalb der Sony Corporation aus familiären Gründen in seine Heimatstadt Prag zurückgekehrt und hat bei Sony Sczech die Funktion des Deputy Marketing Directors übernommen.

Mit der Neubesetzung komplettiert Oliver Kaltner das Produktmarketing. Nach der organisatorischen Neustrukturierung des Marketing von Sony Deutschland setzt sich das Marketing Team aus folgenden Bereichen zusammen: „Business Planing“, „Strategic Brand Marketing“, „Product Business Groups“, „Marketing Communication“, „Trade Marketing“ und „PR“.

Sony und Konica Minolta: gemeinsames SLR-Geschäft

Konica Minolta Photo Imaging und Sony haben in Japan bekanntgegeben, in Zukunft gemeinsam digitale Spiegelreflexkameras zu entwickeln. Die Geräte sollen mit dem Dynax-Objektiv-Bajonett ausgestattet werden. Beide Unternehmen wollen dabei ihre jeweiligen Stärken kombinieren. Konica Minolta hat große Erfahrung in der Konstruktion und Herstellung von Spiegelreflex-Kamerasystemen und kann auf 16 Millionen Objektive verweisen, die weltweit im Einsatz sind. Zu den wegweisenden Technologien des Unternehmens in der Digitalfotografie zählt unter anderem das erste Bildstabilisierungssystem, das nicht in ein Objektiv, sondern in den Kamerabody selbst integriert ist. Sony will zu dem gemeinsamen Projekt besonders seine Erfahrung in der Herstellung und Entwicklung von CCD- und CMOS-Bildsensoren und Technologien zur Verarbeitung der Bildsignale beitragen. Zudem verfügt Sony über Expertise in der Entwicklung und Produktion von Lithium-Ionen-Batterien. Nach Angaben des japanischen Industrieverbandes CIPA betrug der Weltmarkt für Spiegelreflexkameras im vergangenen Jahr 2,5 Millionen Stück. Konica Minolta und Sony erwarten für dieses Jahr eine Menge von 3,6 Millionen Kameras.

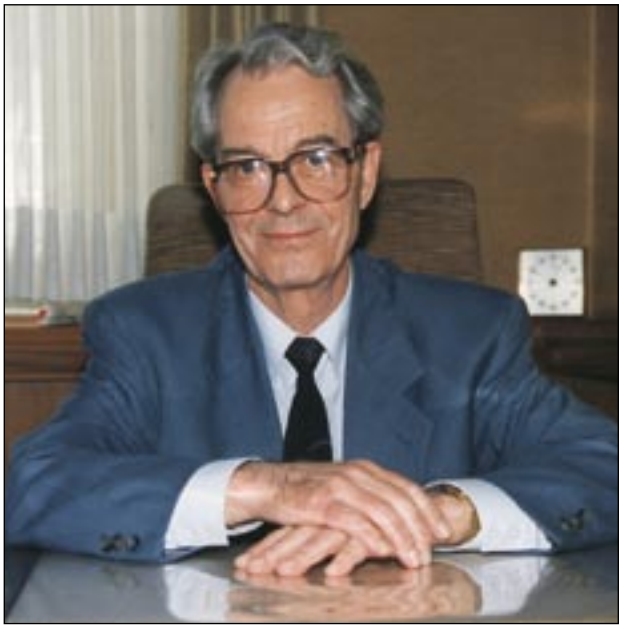
Paperworld 2005 spricht Fachhandel an

Mit zahlreichen Aktionen und einem bunten Rahmenprogramm will die Messe Paperworld, die vom 25.–29. Januar 2006 in Frankfurt stattfinden wird, gezielt Fachhändler der PBS- und der Fotobranche ansprechen (PBS = Papier, Büro, Schreibwaren). Vor allem der Messesonntag soll nach dem Erfolg des „Fokus Fachhandel“ in diesem Jahr ein noch größeres Angebot an Aktivitäten und Specials bereithalten. Nach Auskunft der Messe Frankfurt Exhibition GmbH wird es „interessante Sonderveranstaltungen, einige Gewinnaktionen, maßgeschneiderte Reisepackages nach Frankfurt und zahlreiche kleinere Extras“ geben. „Aussteller, die spezielle Fokus Fachhandel-Aktionen anbieten, werden im Internet und im Compass auf dem Messegelände gesondert gekennzeichnet“, so Michael Reichhold, Objektleiter der Paperworld

Warum brauchen Sie CeWe Color?

- Verzichten Sie auf teure Investitionen für Minilabs oder Fotokioske und hohen Personalaufwand.
- Ob vom klassischen Film oder von digitalen Daten – wir bieten Ihnen den vollen Rundum-Service für Ihr Bildergeschäft und kostenlose Vermarktungskonzepte.
- Profitieren Sie von unserer Professionalität: mit einer hoch technisierten und qualitativ erstklassigen Bilderproduktion und einem unschlagbaren Preis-Leistungs-Verhältnis.
- Erweitern Sie Ihr Angebot ohne Aufwand und eigene Produktions-möglichkeiten: mit attraktiven, renditestarken Fotoprodukten.

Fordern Sie uns: Tel. 04 41 / 404-0



Ehrenmitglied des Photoindustrie-Verbandes starb im Alter von 77 Jahren

Zum Tode von Hans-Joachim Ernst

Der langjährige geschäftsführende Gesellschafter von Ed. Liesegang (Düsseldorf), Hans-Joachim „Hajo“ Ernst, ist am 1. August im Alter von 77 Jahren gestorben. Neben dem Einsatz für sein Unternehmen hat er jahrzehntelang in zahlreichen ehrenamtlichen Funktionen die Entwicklung der deutschen Fotobranche mitgestaltet.

Hajo Ernsts besonderes Engagement galt fast sein ganzes Berufsleben lang dem Photoindustrie-Verband: Bereits im Jahre 1959 wurde er in den Vorstand gewählt, dessen stellvertretender Vorsitzender er von 1980 bis 2003 war. Zudem wirkte er viele Jahre im photokina-Messeausschuß mit und war Vorsitzender der Fachgruppe Phototechnik und Imaging im Verband Spectaris.

In einer Pressemitteilung hob der Photoindustrie-Verband besonders den Einsatz von Hajo Ernst für die photokina hervor, der ihn zu einer weltweit anerkannten Persönlichkeit in der internationalen Fotobranche gemacht habe. Dabei setzte er sich unter anderem besonders erfolgreich für die Intensivierung der Kontakte zur japanischen Fotoindustrie ein.

Sein ehrenamtliches Engagement galt zudem dem Bundesverband der Deutschen Industrie ebenso wie der Deutschen Gesellschaft für Photographie, der Industrie- und Handelskammer Düsseldorf und zahlreichen gemeinnützigen Organisationen. Mehr als zwei Jahrzehnte lang war Hajo Ernst Landesarbeits- und Handelsrichter.

Für sein umfangreiches und langjähriges ehrenamtliches Engagement wurde Ernst 1996 mit dem Großen Verdienstkreuz des Verdienstordens der Bundesrepublik Deutschland ausgezeichnet.

Die Schwierigkeiten des Traditionsunternehmens Ed. Liesegang machten ihm in seinen letzten Berufsjahren schwer zu schaffen; daß er die Insolvenz im Jahre 2002 – ausgerechnet während der photokina – nicht verhindern konnte, traf ihn hart. Aber auch in der folgenden Zeit blieb er sich immer treu und ließ sich durch geschäftlichen und finanziellen Druck nicht verbiegen. Die Geschmeidigkeit mancher Wendehälse, die aus jeder Situation ihren persönlichen Vorteil ziehen können, war ihm völlig wesensfremd. Auch damit verdiente er sich den Respekt vieler, die ihn kannten.

Mit Hajo Ernst ist ein weiterer Vertreter der Unternehmergeneration, die in den Gründerjahren den Grundstein zum jahrzehntelangen Gedeihen unserer Branche legte, von uns gegangen. Auch die Geschäftsleitung und die Redaktionen des C.A.T.-Verlages trauern mit seiner Familie um Hans-Joachim Ernst, der die verlegerischen Aktivitäten des Verlagsgründers Hans-Joseph Blömer fast fünf Jahrzehnte lang als Geschäftspartner und persönlicher Freund begleitete. Diese Freundschaft ließ er auch ganz selbstverständlich der nachfolgenden Generation zuteil werden. Dafür sind wir dankbar – und erinnern uns an einen liebenswerten Menschen, der sich auch im harten Geschäftsleben den Blick für andere bewahrte. Seine Menschlichkeit, geschäftliche Fairneß, seine Freundschaft und sein sachkundiger Rat werden uns fehlen. HJB/ThB

AgfaPhoto: Amtsgericht bestätigt Insolvenz in Eigenverwaltung

Verfahren eröffnet

Das Amtsgericht Köln hat als zuständiges Insolvenzgericht am 1. August offiziell das Insolvenzverfahren in Eigenverwaltung über das Vermögen der AgfaPhoto GmbH eröffnet und damit die zuvor veröffentlichte Einschätzung des Insolvenzverwalters bestätigt. Zum Sachwalter der Gläubiger wurde der bisherige vorläufige Insolvenzverwalter, Dr. Andreas Ringstmeier, bestellt. Der von der Geschäftsführung der AgfaPhoto GmbH mit dem Gesamtbetriebsrat verhandelte Interessenausgleich und Sozialplan wurde ebenfalls am 1. August unterschrieben.

Mit Anordnung der Eigenverwaltung wird AgfaPhoto von der eigenen Geschäftsführung geleitet. Sie besteht aus dem Sanierungsfachmann Hans-Gerd H. Jauch und Wilfried Sill, den der Aufsichtsrat mit Wirkung zum 1. August 2005 in die Geschäftsführung bestellt hat.

Sill (52) war von 1977 bis zur Gründung der AgfaPhoto GmbH im November 2004 bei dem damaligen Mutterkonzern Agfa Gevaert in verschiedenen Funktionen in Leverkusen, in Belgien und mehrmals in den USA tätig. Er kennt den Film- und Fotomarkt ebenso gut wie das Unternehmen und hat diverse Restrukturierungsprozesse sowohl auf Betriebs- als auch auf Konzernebene verantwortet.

Die bisherigen Geschäftsführer der AgfaPhoto GmbH, Eddy Rottie und Ingbert Schmitz, hatten bereits am 22. Juli 2005 angekündigt, ihre Mandate bei der AgfaPhoto GmbH mit Eröffnung des Insolvenzverfahrens zum 1. August 2005 niederzulegen, und sich voll auf ihre Verantwortlichkeiten in den – nicht insolventen Vertriebsgesellschaften der AgfaPhoto Gruppe zu konzentrieren.

„Die Anordnung der Eigenverwaltung ist wegen der Vergleichbarkeit zu dem international bekannten Fortführungsverfahren nach Chapter 11 ein deutliches Signal für die Märkte und erhöht die Chancen unserer Traditionsmarke an den Märkten erheblich“, kommentierte Jauch die Entscheidung des Insolvenzgerichts.

Auch Dr. Andreas Ringstmeier begrüßte die Entscheidung des Kölner Amtsgerichts als besonderes Signal für den Gläubigerschutz: „Geschäftsführung und Sachwalter werden auch weiterhin mit aller Kraft gemeinsam im Team dafür eintreten, das Unternehmen nachhaltig zu sanieren. Wir wollen die Kenntnisse der am Markt etablierten Mitarbeiter und unserer Vertriebsgesellschaften optimal für die Fortführung von AgfaPhoto nutzen.“ Der Sachwalter kann Rechtshandlungen anfechten, wenn sie für die Insolvenzgläubiger nachteilig sind. Die Insolvenzgläubiger haben nun ihre Forderungen beim Sachwalter bis zum 16. September 2005 anzumelden, der diese in die Insolvenztabelle einträgt. Das Amtsgericht Köln hat für den 11. Oktober 2005 einen Berichtstermin anberaumt, auf dem auch erstmals zu den Gründen der Insolvenz Stellung genommen werden soll.

Beschäftigungs- und Qualifizierungsgesellschaft

Der von den Sozialpartnern unterschriebene Interessenausgleich und Sozialplan beinhaltet, daß zunächst 707 von 1.787 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der AgfaPhoto GmbH in Deutschland bis zum Ende des dritten Quartals 2005 für die Dauer von zwölf Monaten der Wechsel in eine Beschäftigungs- und Qualifizierungsgesellschaft angeboten wird. Während dieser zwölf Monate wird das Gehalt 90 Prozent des bisherigen Entgelts betragen, die Mitarbeiter haben Anspruch auf 30 Urlaubstage.

Mit der Zustimmung zum Eintritt in die Beschäftigungsgesellschaft geben die AgfaPhoto-Mitarbeiter alle Ansprüche aus ihren Arbeitsverträgen mit Agfaphoto bzw. Agfa-Gevaert auf. Die frühere Muttergesellschaft unterstützt die Finanzierung dieser Gesellschaft mit einem Kredit in Höhe von 20–25 Millionen Euro.

Des weiteren haben Geschäftsführung und Gesamtbetriebsrat vereinbart, an den Standorten Leverkusen und Köln statt mit 927 Beschäftigten nunmehr mit 597 Mitarbeitern weiterzuarbeiten. Im Münchner Werk der AgfaPhoto GmbH werden zukünftig noch 168 statt 298 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt sein. Für den Standort Windhagen wurde ein Personalabbau von 129 Beschäftigten von 250 Mitarbeitern auf 121 Mitarbeiter vereinbart. In Peiting wurde 76 von 177 Mitarbeitern der Wechsel in die Beschäftigungs- und Qualifizierungsgesellschaft angeboten, in Vaihingen/Enz arbeiten künftig noch 40 statt der bisher 82 Angestellten.

Da für den Standort Rottenburg in Bayern bereits vor dem Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens die Entscheidung getroffen wurde, die Produktion zum 31. Dezember 2005 einzustellen, kann den 53 Mitarbeitern der Wechsel in die Beschäftigungs- und Qualifizierungsgesellschaft nicht angeboten werden. Die 50 Auszubildenden der AgfaPhoto GmbH können ihre Ausbildung fortsetzen, solange eine fachgerechte Ausbildung sichergestellt ist.

Perspektiven für Laborgeräte

Neue Perspektiven haben sich in Gesprächen mit Kunden und möglichen Kooperationspartnern für die beiden Produktionsstandorte in München und Peiting ergeben: Nach Gesprächen mit interessierten Investoren sei Jauch zuversichtlich, Technik und Produktion der Großlabore fortführen oder verkaufen zu können, heißt es in einer Pressemitteilung.

„Für den Bereich der Minilaborgeräte zeichnet sich ebenfalls eine Lösung ab, nach der auch hier ein dauerhafter Erhalt möglich scheint. Entsprechende Gespräche vor allem mit amerikanischen Kunden sind vielversprechend. Auf Investorenseite werden wir unsere Gespräche über ein Joint-Venture weiter fortsetzen “, erklärte Jauch den Stand der Sanierungsbemühungen.

Derzeit wird intensiv geprüft, die Filmproduktion fortzuführen. Geschäftsführung und vorläufiger Insolvenzverwalter hatten zunächst entschieden, die eigene Produktion vorerst noch im August fortzuführen. Ernsthaft geprüft würden nun sämtliche Möglichkeiten, auch weiterhin die Belieferung von Filmen in bewährter AgfaPhoto-Qualität sicherstellen zu können, erklärte das Unternehmen.

Olympus stellt Kompaktkamera-Sortiment neu auf

Klare Struktur

Mit sieben neuen digitalen Kompaktkameras geht Olympus in die verkaufsstärkste Jahreszeit. Damit präsentiert sich das Sortiment des Unternehmens mit einer klaren Struktur für die wichtigen Zielgruppen: die FE-Serie für Einsteiger und preisbewußte Kunden, die SP-Familie für ambitionierte Fotografen und natürlich die schon legendäre µ Digital Serie für Designfans.

Nach Ansicht von Jörgen Nimphy, Managing Director Imaging Olympus Deutschland und Olympus Österreich, hat das Unternehmen damit einen wichtigen Schritt getan, seine Marktposition wieder zu verbessern. „Es ist bekannt, daß Olympus im vergangenen Jahr keine einfache Zeit hatte. Mit dem neuen Sortiment setzen wir jetzt ein klares Signal, daß wir uns auf dem Weg der Besserung befinden. Denn unsere neuen Kameras ermöglichen es dem Fotohandel, alle wichtigen Zielgruppen mit interessanten Produkten und einem hervorragenden Preis/-Leistungsverhältnis anzusprechen. Dabei haben wir dafür Sorge getragen, daß die Vorgängermodelle zum Zeitpunkt der Einführung der neuen Generation seriös durchverkauft sind, so daß von dieser Seite aus nicht mit Marktstörungen zu rechnen ist."

Für Einsteiger

Das Buchstabenkürzel FE für die neue preisgünstige Serie von Olympus kann man als Eselsbrücke getrost mit „Für Einsteiger" ersetzen. Denn die Kameras sind wirklich besonders leicht zu bedienen. Jede Taste ist mit nur einer Funktion belegt, so daß der Wechsel zwischen Aufnahme, Wiedergabe oder Löschen von unerwünschten Daten kinderleicht ist. Eine Hilfe-Funktion beschreibt auf dem LCD die Funktion der voreingestellten Aufnahme-Modi.

Die beiden Modelle FE-100 (UVP: 149,- Euro) und FE-110 (UVP: 199,- Euro) unterscheiden sich nur durch die Auflösung von vier Millionen (FE-100) bzw. fünf Millionen Pixel. Sie sind mit einem 2,8fach Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 38-106 mm (35 mm äquivalent) ausgestattet. Dazu gibt es ein 4fach Digitalzoom. Vier Aufnahme-Modi (Portrait, Selbstportrait, Nachtaufnahme und Landschaft) ermöglichen automatisch gute Aufnahmen. Mit dem Supermakro-Modus können auch Motive erfaßt werden, die nur zwei Zentimeter entfernt sind. Die Abspeicherung der Bilddaten erfolgt entweder im 28 MB großen internen Speicher oder auf der xD-Picture Card – eine 16 MB Karte gehört bei der FE-110 zum Lieferumfang.

Die neue Olympus FE-110 gleicht äußerlich der FE-100.

Etwas erwachsener zeigt sich die FE-120 mit einer Auflösung von sechs Millionen Pixeln und 38–114 mm 3fach Zoomobjektiv (Kleinbild äquivalent). Der TruePic Turbo Bildprozessor stellt schnelle Reaktionszeiten sicher. Bei diesem Modell haben die Anwender die Auswahl zwischen 16 Aufnahme-Modi.

Die neue Olympus FE-120 bietet bereits in der Einsteiger-Klasse sechs Millionen Pixel.

Alle Olympus FE Kameras verfügen über eine Videofunktion und unterstützen den PictBridge-Standard für direktes Drucken der Fotos.

Für Ambitionierte

Für anspruchsvollere Fotografen bringt Olympus mit der SP-310, der SP-350 und SP-500UZ neue Digitalkameras mit reichhaltiger Ausstattung in sehr kompakten Gehäusen auf den Markt. Die SP-310 (UVP: 349,- Euro) bietet 7,1 Millionen, die SP-350 hat acht Millionen Pixel und bietet zusätzlich einen TTL-Blitzschuh für den Anschluß externer Blitzgeräte. Das 3fach Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 38–114 mm (35 mm äquivalent) erweist sich mit Anfangsöffnungen zwischen 2,8 und 4,9 als recht lichtstark und verfügt über drei asphärische Linsenelemente. Zusätzlich zu den 24 Aufnahme-Modi stehen den Anwendern Programmautomatik

Jörgen Nimphy (Mitte), Managing Director Imaging bei Olympus Deutschland und Österreich, stellte gemeinsam mit Marketing Manager John Zeppernick (links) und Nils Häußler, Technical Product Management und Promotion, der Fachpresse die neuen Olympus Digitalkameras vor.

Die Olympus SP-350 bietet reichhaltige Ausstattung für ambitionierte Fotografen.

sowie Belichtungsautomatik mit Blenden- oder Verschlußzeitenvorwahl zur Verfügung. Das digitale EPS-Mess-System steuert die Belichtung entweder mittenbetont oder per Spotmessung. Die Scharfstell-Optionen des präzisen Autofokus umfassen Spotmessung mit Auswahl des AF-Bereiches aus 143 Punkten, iESP Autofokus oder manuelle Scharfeinstellung. Eine Bracketing-Funktion gestattet bis zu fünf Aufnahmen hintereinander mit einem jeweils um 1/3 Blendenstufe versetzten Belichtungswert. Für das Speichern und schnelle Anwählen von häufig verwendeten Kamera-Einstellungen stehen vier frei definierbare „My Mode"-Ordner bereit.
Als Zubehör bietet Olympus für diese Kameras den Weitwinkelkonverter WCON-07F und den TCON-17F Telekonverter an. Auch ein Unterwassergehäuse ist erhältlich.

Trotz ihres 10fach Zoomobjektivs erweist sich die neue Olympus SP-500UZ als überraschend kompakt.

Die neue Olympus SP-500UZ (UVP: 399,- Euro) ist ähnlich wie ihre beiden Schwestern ausgestattet, bietet in ihrem überraschend kompakten Gehäuse aber ein 10fach Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 38–380 mm (Kleinbild äquivalent) die richtige Ausstattung, vor allem für Sport- und Naturfotografie. Mit Hilfe eines optionalen Telekonverters kann die Brennweite sogar bis auf 646 mm erweitert werden. Zwei asphärische Linsen tragen dazu bei, daß das mit Anfangsöffnungen von 2,8–3,7 überraschend lichtstarke Objektiv die Bildinformation präzise auf den sechs Millionen Pixel-Chip bringt. Dabei können die Anwender auf 21 Aufnahme-Programme zurückgreifen oder die wichtigen Parameter auch manuell einstellen. Die prädiktive Autofokusfunktion ermittelt die Geschwindigkeit von Motiven, die sich schnell bewegen und berechnet ihre voraussichtliche Position im Moment der Bildaufnahme. Serienbilder können mit einer maximalen Geschwindigkeit von 2,5 Bildern pro Sekunde geschossen werden.
Alle neuen Olympus Kameras der SP Serie verfügen über ein besonders großes 2,5 Zoll Display und unterstützen den PictBridge-Standard. Die Bilddaten können auch im RAW-Format aufgezeichnet werden.

Auch für Nachtschwärmer

Mit der µ Digital 600 (UVP: 299,- Euro) ergänzt Olympus seine designorientierte Produktfamilie um ein 6-Megapixel-Modell in wetterfestem Metallgehäuse, das in den Farben Blau, Rot und Silber angeboten wird. Die Brennweite des 3fach Zoomobjektives mit einer Anfangsöffnung von 3,1 bis 5,1 entspricht 35–105 mm bei einer 35 mm Kamera. Neben der Programmautomatik gibt es 23 Aufnahme-Modi für unterschiedliche Aufnahmesituationen, eine Video-Funktion und einen Makro- bzw. Supermakro-Modus bis sieben Zentimeter Motivabstand. Spezielle Bearbeitungsfunktionen ermöglichen die Verbesserung der Aufnahmen und das Hinzufügen von kreativen Effekten. So können zum Beispiel rote Augen korrigiert, die Bildhelligkeit angepaßt oder die Fotos mit Rahmen oder Titel versehen werden.
Als besonders nützlich bei Aufnahmen unter schlechten Lichtverhältnissen erweist sich das 2,5 Zoll große Display: Mit der BrightCapture Technologie stellt es die Motive bei Dunkelheit mehr als viermal so hell dar wie konventionelle Displays und ermöglicht so auch auf nächtlichen Partys oder bei stimmungsvollen Konzerten eine sorgfältige Bildgestaltung. Spezielle Aufnahme-Modi für Nachtaufnahmen sorgen zudem automatisch für die richtige Belichtung und ermöglichen stimmungsvolle Bilder. Zum Lieferumfang der Kamera gehört die Olympus Master Software für besonders leichte Datei-Verwaltung. Als Zubehör ist auch ein Unterwasser-Gehäuse erhältlich.

Die Olympus µ Digital 600, hier in Silber, ist auch mit rotem oder blauem Gehäuse erhältlich. Das 2,5 Zoll große Display auf der Rückseite hellt das Bild bei Dunkelheit automatisch auf, um die Beurteilung des Motives zu erleichtern.

Schneller Fotodrucker

Zum schnellen Ausdruck digitaler Fotos bringt Olympus jetzt den neuen Fotodrucker P-11 auf den Markt, der den P-10 ablöst. Nach Unternehmensangaben ist das Gerät derzeit der schnellste 10 x 15 cm Thermosublimationsdrucker auf dem Markt (Stand Juli 2005), denn er benötigt zum Ausdruck eines randlosen Fotos nur 33 Sekunden. Die ausgedruckten Bilder sind mit einem UV-Schutz versehen und werden automatisch laminiert, um sie vor Umwelteinflüssen wie Sonnenlicht, Staub und Feuchtigkeit, aber auch Verschmutzung zu bewahren.

Der neue Olympus P-11 ist nach Angaben des Herstellers der schnellste Drucker seiner Klasse.

Alle Kameras, die den PictBridge-Standard unterstützen, können zum Ausdrucken der Aufnahmen direkt an den P-11 angeschlossen werden. Das Gerät verfügt zusätzlich über eine USB-Schnittstelle und erweist sich mit Abmessungen von 184 x 180 x 157 mm (B x T x H) als durchaus kompakt. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 149,- Euro. Die Materialkosten pro Bild sollen bei etwa 0,50 Euro liegen.

Fujifilm Finepix S5600 als Nachfolgerin der S5500

Zwei Neue mit 9 Megapixeln

Fujifilm hat mit den FinePix-Modellen S9500, E900 und S5600 drei neue Digitalkameras für anspruchsvolle Anwender auf den Markt gebracht. Während die S9500 und die E900 mit einem 9-Megapixel-Chip ausgestattet sind, bietet die S5600 eine Auflösung von 5,1 Megapixeln und einen Zehnfach-Telezoom.

Die neuen FinePix Modelle: S9500 (o.), S5600 (r.) und E900.

Die FinePix S9500 wird außerdem durch Real Photo Technik, ein 10,7fach-Zoomobjektiv (28–300 mm, entsprechend Kleinbild) und hohe Lichtempfindlichkeit gekennzeichnet.
Die Aufnahmebereitschaft nach dem Einschalten gibt Fujifilm mit 0,8 Sekunden an. Trotz ihrer hohen Auflösung von neun Megapixeln verzichtet die S9500 nicht auf die Vorteile der Real Photo Technik, mit der vor kurzem die FinePix F10 als erstes Modell ausgestattet wurde.
Fujifilms einzigartige Real Photo Technik basiert auf der Kombination des neu entwickelten RP Bildprozessors mit dem Fujinon-Objektiv und dem Super CCD HR-Sensor der fünften Generation. Dadurch wird es möglich, auch bei hoher Empfindlichkeitseinstellung qualitativ hochwertige Aufnahmen zu erzeugen, ohne Zugeständnisse an die Verarbeitungsgeschwindigkeit machen zu müssen. Die Leistungsfähigkeit des Zusammenspiels dieser drei Komponenten bringt auch bei normalen und niedrigen Empfindlichkeitseinstellungen qualitative Vorteile. So wirkt sich die Technik zum Beispiel positiv auf die Verschlußzeiten aus, wenn der Fotograf mit langen Brennweiten arbeitet. Das Risiko von Verwacklungsunschärfen wird in diesem Fall deutlich verringert.
Die FinePix S9500 zeigt ein Live-Sucherbild auf ihrem ausklappbaren 1,8 Zoll LC-Display. Sowohl Brennweite als auch Fokussierung können durch Drehen am Objektiv eingestellt werden. Ergänzend kann man sich die Helligkeitsverteilung im Motiv in Echtzeit über ein Histogramm anzeigen lassen.
Die FinePix S9500 inklusive 128 MB xD Picture Card soll ab September zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 699,- Euro verfügbar sein.
Mit der neuen FinePix E900 stellte Fujifilm eine weitere Kompaktkamera mit 9-Megapixel-Sensor vor. Dieses Modell ist darüber hinaus mit einem Vierfach-Zoomobjektiv und einer maximalen Lichtempfindlichkeit von ISO 800 ausgestattet. Auch bei der FinePix E900 sorgt die Real Photo Technik für intelligentes Lichtmanagement, hohe Verarbeitungsgeschwindigkeit und deutliche Reduzierung der Gefahr unscharfer Bildergebnisse. Das schwarz und silbermetallic gestaltete Gehäuse mit seinem ergonomischen Kameragriff trägt zum komfortablen Fotografieren bei. Neben zuverlässigen Automatikfunktionen ist die E900 mit einer Vielzahl manueller Einstellmöglichkeiten ausgestattet, so daß auch außergewöhnliche Aufnahmesituationen problemlos zu bewältigen sind.
Die FinePix E900 inklusive 128 MB xD Picture Card soll ab Oktober verfügbar sein. Der empfohlene Verkaufspreis stand bei Redaktionsschluß noch nicht fest.
Mit der FinePix S5600 hat Fujifilm schließlich einen in vielen Aspekten verbesserten Nachfolger der S5500 angekündigt. Zu den wichtigsten Ausstattungsmerkmalen dieses Modelles gehören 5,1-Megapixel-Auflösung, Zehnfach-Telezoom, Real Photo Technik, maximale Empfindlichkeitseinstellung von ISO 1.600, Einschaltzeit von 1,1 Sekunden nach dem Druck auf den Power-Knopf, Auslöseverzögerung von 0,01 Sekunden und der aufklappende Blitz.
Die FinePix S5600 inklusive 16 MB xD Picture Card soll ab Oktober verfügbar sein.

Lesegerät für gängige Speicherkarten

Von Fujifilm gibt es jetzt ein kleines, kompaktes Lesegerät für 23 unterschiedliche Kartenvarianten. Von der CompactFlash- über SD- und xD-Picture Card bis zu den neuen, winzigen microSD- oder Reduced Size MM-Cards liest und beschreibt der Kartenleser jedes derzeit gängige Format. Über eine USB 2.0 Highspeed-Schnittstelle werden die Daten mit bis zu 480 MB/s auf den PC übertragen. Die geringen Abmessungen machen das Produkt mobil: Es ist kaum größer als eine Streichholzschachtel und wiegt 45 Gramm.

Bestellsoftware auf CD jetzt lieferbar

Start für „Mein CeWe Fotobuch“

Zur Präsentation der Bestellsoftware bietet Cewe verschiedene Displays für die Erst- und Zweitplazierung an und hält eine breite Palette von Werbe- und Promotion-Materialien bereit.

Die CDs mit der Bestellsoftware für „Mein CeWe Fotobuch“ sind jetzt lieferbar. Damit kann der Fotohandel dieses innovative Bildprodukt ab sofort an der Bildertheke anbieten. Bei einem empfohlenen Verkaufspreis von 2,99 Euro bietet schon die Bestellsoftware nach Angaben von CeWe Color eine gute Marge, kann (und sollte) aber auch als Incentive, zum Beispiel beim Kauf einer Digitalkamera, kostenlos abgegeben werden, um möglichst viele Kunden für Fotohändler zu gewinnen.

Mit der Software können die Kunden des Fotohandels ihr persönliches Fotobuch selbst am PC gestalten. Dazu werden die Bilder entweder in die angebotenen Layouts (je nach Fotobuch-Variante gibt es davon bis zu 100) eingeladen oder die Seiten frei gestaltet. Auch die fertigen Layouts können auf Wunsch individuell verändert werden. Ganz einfach ist die Gestaltung des persönlichen Fotobuches mit Hilfe des Bestell-Assistenten, der alle ausgewählten Bilder automatisch auf den Seiten plaziert.

CeWe Color bietet „Mein CeWe Fotobuch“ in vier Varianten an: klein (mit Ringbindung) und leinengebunden in den Versionen mittel (21 x 15 cm), quadratisch (21 x 21 cm) und groß (21 x 28 cm). Während das Basismodell mit 36 Seiten einen festgelegten Umfang hat, können die drei leinengebundenen Varianten über den Mindestumfang von 26 Seiten in Schritten von acht Seiten gegen Aufpreis erweitert werden.

Modernster Digitaldruck

Für die Produktion der Fotobücher setzt CeWe moderne Digitaldruck-Systeme vom Typ HP Indigo Press 3050 ein. Vier dieser Maschinen sind bereits in den Großlabors der Gruppe installiert, denn CeWe Color erwartet für „Mein CeWe Fotobuch“ eine rege Nachfrage.

Um das zu erreichen, plant CeWe Color umfangreiche Verkaufsförderungsmaßnahmen und bietet dem Fotohandel eine breite Palette von Materialien zur Unterstützung am PoS an. Die Wichtigkeit dieses innovativen Bildproduktes wird dabei von der Tatsache unterstrichen, daß CeWe Color mit „Mein CeWe Fotobuch“ erstmalig einen Artikel unter eigener Marke herausbringt. Damit will das Unternehmen betonen, daß hinter dieser Innovation die ganze Kompetenz des größten europäischen Fotofinishers steht.

Alles Wissenswerte über „Mein CeWe Fotobuch“, die verschiedenen Varianten, die Bestellsoftware, Materialien für die Präsentation am PoS, die besten Verkaufsargumente und Verkaufsstrategien erfahren Sie im imaging+foto-contact Special, das auf dieser Seite aufgeklebt ist.

Sollte es abhanden gekommen sein, senden wir es Ihnen gerne kostenlos zu. Dafür genügt eine kurze Nachricht an den C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29, 40832 Ratingen, Telefax 0 21 02/20 27 90.

Großes Gewinnspiel!

Wenn Sie die Broschüre aufmerksam lesen und die Fragen am Schluß richtig beantworten, können Sie wertvolle Preise gewinnen: einen Reisegutschein über 1.000 Euro oder eine von zwei hochwertigen Digitalkameras. Als Dankeschön fürs Mitmachen erhält jeder Teilnehmer einen Gutschein für sein ganz persönliches Fotobuch.

Während der IFA in Berlin soll das Canon Zelt auf dem Freigelände vor den Hallen 11 und 18 zu den besonders attraktiven Anziehungspunkten für Fotohändler gehören.

Canon schüttet das Füllhorn aus

- zwei neue digitale Profi-SLRs
- vier neue PowerShot Kameras
- drei neue Ixus Kameras
- elf neue Pixma Drucker
- drei neue Selphy Fotodrucker
- Canon System ChromaLife100

Das Füllhorn (lat. cornu copiae, „Horn der Fülle“) ist ein mythologisches Symbol des Glückes. Es steht für Fruchtbarkeit, Reichtum und Überfluß, und eignet sich damit ideal als Synonym für die große Palette an Neuheiten, die Canon auf der IFA in Berlin zeigt: Glück verheißen die neuen Geräte den Anwendern, die aus einem Überfluß an Alternativen ihr Lieblingsprodukt auswählen können. Händlern winkt dank guter Margen bei entsprechenden Verkäufen Reichtum, und fruchtbar zeigen sich die einzelnen Produktfamilien, die zur Messe wieder einmal Nachwuchs bekommen haben.

Highlight unter den IFA-Neuheiten ist die neue digitale Spiegelreflexkamera Canon D30, die sich an professionelle Anwender ebenso wendet wie an anspruchsvolle Amateurfotografen (siehe Kasten auf der nächsten Seite).

Die Sieben von Canon

Bei den Kompaktkameras verjüngt Canon seine Produktpalette mit gleich sieben neuen Modellen. Dabei sollen alle wichtigen Zielgruppen angesprochen werden, von Einsteigern bis zu ambitionierten und designbewußten Fotografen. Alle neuen Modelle sind mit dem schnellen DIGIC II Bildprozessor ausgestattet, der auch in den digitalen EOS SLR Kameras zum Einsatz kommt, und der vor allem für schnelle Einsatzbereitschaft der Kameras und kurze Bildfolgezeiten sorgt. Die Neuheiten zeichnen sich zudem durch neue Ausstattungsmerkmale aus.

So bietet bereits die PowerShot A410, die die A400 ablöst (ebenso wie die anderen sechs Neuheiten), einen Orientierungssensor, der Hochformataufnahmen automatisch erkennt und nach entsprechender Drehung der Kamera formatfüllend auf dem Display darstellt. Zudem wird mit dieser Funktion bereits bei der Aufnahme die Belichtungssteuerung optimiert.

Das Einsteigermodell mit 3,2 Megapixeln ist im Vergleich zum Vorgänger nicht nur kleiner und robuster, sondern auch mit einem neuen 3,2-fach Zoomobjektiv ausgestattet, dessen

Brennweitenbereich 41–131 mm im Kleinbildformat entspricht. Die Lichtstärke wurde auf 1:2,8–5,1 erhöht. Serienbilder können mit einer Geschwindigkeit von 2,5 Bildern pro Sekunde aufgenommen werden. Die Helligkeit des 1,5-Zoll Displays läßt sich in 15 Stufen regulieren. Dank einer neuen Positionierung des eingebauten Blitzes werden nach Angaben von Canon Objektivschatten im Bild ausgeschlossen. Weitere Ausstattungsmerkmale: 14 Aufnahmeprogramme (inklusive acht voreingestellte Belichtungsprogramme), Möglichkeit zur Aufnahme von Videoclips und Direktdruck-Funktion. Der UVP der Canon A410, die ab sofort zu haben ist, lautet 159 Euro.

Mehr Leistung in der A-Serie

Gleich zwei Kameras, die PowerShot A610 und A620, lösen ab Mitte September die PowerShot A95 ab. Bei gleicher Ausstattung bietet die A610 (UVP 329 Euro) fünf, die A620 (UVP 399 Euro) sieben Megapixel. Design und Bauweise des neuen vierfach Zoomobjektives 2,8–4,1/35–140 mm (Kleinbild äquivalent) orientieren sich an der G-Serie und setzen auch zwei asphärische Linsen ein.

Die Anwender haben die Wahl zwischen 13 verschiedenen Belichtungsfunktionen. Das 2-Zoll TFT-Display ist dreh- und schwenkbar. Für die kreative Bildgestaltung auch ohne PC gibt es die „My Colors"-Funktion, mit der spezielle Farbeffekte schon vor der Aufnahme eingestellt werden können. Dank Direktprint-Funktion und PictBridge-Kompatibilität können Aufnahmen von der PowerShot A610 und A620 schnell und einfach gedruckt werden. Die Kameras ermöglichen die Aufnahme von Videoclips und werden mit umfangreicher Software geliefert. Als optionales Zubehör bietet Canon einen Weitwinkel- (0,7fach) und einen Telekonverter (1,75fach), einen neuen Bajonett-Objektivadapter und ein Unterwassergehäuse an.

Für die Canon PowerShot A610 (Bild) und A620 bietet Canon auch einen Weitwinkel- und einen Telekonverter an.

Acht Megapixel: PowerShot S80

Mit der neuen PowerShot S80 rundet Canon seine Produktpalette in der

Zwei neue Canon Digital-SLRs für professionelle Ansprüche

Mit der neuen EOS 5D hat Canon die Lücke zwischen den semiprofessionellen und den High-End-Kameras geschlossen. Die herausragenden Kennzeichen der neuen SLR sind die hohe Bildqualität, die durch einen 12,8 Megapixel Vollformat-Sensor erreicht wird, die ergonomische Bauweise, die anwenderfreundlichen Funktionen und die Performance, die

sich in Leistungsdaten wie drei Bilder pro Sekunde, 60 JPEG-Aufnahmen in Folge und eine Startzeit von 0,2 Sekunden ausdrückt. Die EOS 5D soll dem Fachhandel Ende September für 3.399 Euro (UVP) zur Verfügung stehen. Der CMOS-Sensor der zweiten Generation aus dem Hause Canon bietet eine maximale Auflösung von 4.368 x 2.912 Pixel und entspricht mit 24 x 36 mm der Größe eines Kleinbildnegativs. Der Canon-eigene DIGIC II Bildprozessor und der große Pufferspeicher erlauben eine Bildfolge von 60 Aufnahmen in Folge im JPEG- beziehungsweise 17 im RAW-Format. Weitere Highlights sind der 2,5-Zoll-LC-Monitor mit großem Betrachtungswinkel, der Neun-Punkt-Autofokus mit verbessertem Tracking bei AI Servo, die neue Picture-Style Funktion für die Voreinstellung von Farbanmutungen, die Erweiterung um benutzerdefinierte Funktionen sowie Verschlußzeiten von 1/8.000 bis 30 Sekunden inklusive einer Blitzsynchronzeit von 1/200 Sekunden. Last but not least steht der optional als Zubehör erhältliche Wireless-LAN-Transmitter WFT-E1 zur drahtlosen Bildübertragung zur Verfügung – die USB 2.0 Hi-Speed Schnittstelle sorgt für schnelle Downloads.

Als Nachfolgemodell der Canon EOS-1D Mark II hat Canon die EOS-1D Mark II N vorgestellt, an der vor allem die Profis der Reportage- und Sportfotografie ihre Freude haben sollen. Ebenso wie die EOS-1D Mark II bietet sie einen 8,2 Megapixel CMOS-Sensor. Neben einem erweiterten Funktionsumfang sind die wichtigsten Neuheiten ein größeres 2,5-Zoll-Display sowie die Möglichkeit, RAW- und JPEG-Fotos auf getrennten Karten zu speichern. In Sachen Tempo hat sie gegenüber der älteren Schwester einen Vorsprung: Ein größerer Pufferspeicher sorgt für eine Bildfolge von 48 Aufnahmen im JPEG-Format und 22 im RAW-Format. Die EOS-1D Mark II N ist zum Preis von 4.199 Euro (UVP) erhältlich. Der schnelle DIGIC II Prozessor

und der 8,2-Megapixel-CMOS-Sensor der zweiten Generation verantworten die außergewöhnliche Bildqualität der neuen EOS-1D Mark II N. Der Bildsensor hat eine Größe von 28,7 x 19,1 Millimeter. Neu sind die Möglichkeiten, RAW- und JPEG-Fotos getrennt zu speichern und individuelle Dateinamen zu vergeben.

Für Canon Spiegelreflexkameras: zwei neue Spitzenobjektive und ein Allroundblitz

Im Spiegelreflex-Segment erweitert Canon seine Objektiv-Palette jetzt um zwei neue Modelle. Das Canon EF 24–105 mm 1:4 L IS USM wurde für professionelle Ansprüche konzipiert und ist mit 24 mm Ausgangsbrennweite, konstanter Anfangsöffnung von 1:4 und dem eingebauten Bildstabilisator besonders für Reise- und Reportagefotografie geeignet. Es soll eine kompakte, leichte und preiswerte (UVP 1.099 Euro) Alternative zu den Profi-Zooms mit Anfangsblende 2,8 bieten und tritt so an die Seite des EF 17–40 mm 1:4 L USM und des EF 70–200 mm 1:4 L USM. Optik und Mechanik entsprechen dabei denen der Profimodelle; zahlreiche Dichtungen im Objektiv und am Bajonett schützen vor Staub und Feuchtigkeit. In Verbindung mit entsprechend abgedichteten Kameras – beispielsweise aus der EOS 1-Serie – ist die Kamera-Objektiveinheit somit spritzwassergeschützt. Beim aufwendigen optischen Aufbau aus 18 Linsenelementen in 13 Gruppen kommen auch asphärische Linsen zum Einsatz. Ein UD-Element aus einem optischen Glas mit niedriger Dispersion verringert die chromatische Aberration und verbessert die Bildschärfe.

Speziell für die Canon EOS Digital SLRs wurde das neue Canon EF 70–300 mm 1:4–5,6 IS USM entwickelt. Es tritt die Nachfolge des EF 75–300 mm 1:4–5,6 IS USM an, bietet eine schnellere Autofokus-Funktion und liefert die für die E-TTL-II-Blitzsteuerung notwendigen Entfernungsinformationen. Auch Hard- und Software des Image Stabilisators wurden verbessert. Neben der IS-Betriebsart 1, die Zittern in vertikaler und horizontaler Richtung ausgleicht, wird in der IS-Betriebsart 2 der Stabilisierungseffekt in der waagerechten Schwenkrichtung aufgehoben und nur für die Senkrechte aktiviert. Das erleichtert die Verfolgung bewegter Objekte und das Gelingen professioneller Mitzieheffekte. Nach Angaben von Canon kann der Bildstabilisator in der Betriebsart 1 die durch eine unruhige Kamerahaltung verursachte Verwacklung so gut kompensieren, daß bis zu drei Stufen längere Verschlußzeiten als bei Objektiven ohne Stabilisator möglich sind. Das neue Objektiv ist ab Oktober mit einem UVP von 629 Euro erhältlich.

Das neue Speedlite 430EX stellt eine weitere Ergänzung in Canons Sortiment der digitalen Systemkameras dar. Das neue Gerät wartet mit dem gleichen Leistungsprofil des Vorgängermodells 420EX auf, kann aber darüber hinaus an den Canon Digitalkameras der neuen Generation beispielsweise die Farbtemperatur für den Weißabgleich übertragen oder anhand der Kamerainformationen über die Sensorgröße den Zoomreflektor der Brennweite anpassen. Zudem wurde die Ladezeit um rund 40 Prozent verkürzt. Zusammen mit dem Speedlite 580EX, dem Macro Ring Lite MR-14Ex, Macro Twin Lite MT-24EX oder dem Speedlite Transmiter ST-E2 als Master kann das Speedlite 430EX auch als Slave-Blitz für drahtlose Blitzsteuerung eingesetzt werden. Mit einer Leitzahl von 43 (bei ISO 100 und Reflektorposition für 105 mm) ist der neue Blitz etwas leistungsstärker als sein Vorgänger. Die UVP lautet 629 Euro.

Kompakt-Oberklasse ab, denn die S70 bleibt im Programm. Das neue Spitzenmodell der PowerShot S-Serie bietet acht Megapixel und ein 3,6fach Weitwinkel-Zoomobjektiv 28–100 mm (Kleinbild äquivalent). Es ist aus acht Elementen in sieben Gruppen aufgebaut und mit einer asphärischen Linse und einem ultrahochbrechenden UA-Element ausgestattet. Als erste digitale Kompaktkamera von Canon verfügt die neue PowerShot S80 auf der Rückseite über ein Bedienrad, das dem der EOS SLR Kameras ähnelt. Mit anspruchsvollen Funktionen wie Histogramm-Anzeige in Echtzeit, einer FlexiZone AF/AE Steuerung, mit der sich Meßfelder manuell innerhalb eines großen Bildbereiches verschieben lassen, 21 Belichtungsfunktionen und der Fähigkeit zur Aufnahme von Video-Clips in XGA Qualität bietet die Kamera sehr reichhaltige Ausstattung.

Das neue Flaggschiff der Canon PowerShot Familie: Die S80 mit acht Megapixeln

Die S80 ist mit einem 2,5-Zoll großen Display ausgestattet, dessen Helligkeit in 15 Stufen einstellbar ist. Bei Bedarf kann ein Gitter mit Hilfslinien eingeblendet werden. Auch die S80 verfügt über den „My Colors"-Modus und wird mit umfangreicher Software geliefert. Der UVP beträgt 599 Euro.

Neu ausgestattet: Digital Ixus 750 und Digital Ixus 55

Als neues Flaggschiff der legendären Reihe behält die Digital Ixus 750 den elegant geschwungenen Stil ihres Vorgängermodells Ixus 700 bei. Sie wird in Silver Grey und Satin Beige verfügbar sein und bietet sieben Megapixel. Die Kamera ist mit einem Dreifach-Zoomobjektiv 37–111 mm (Kleinbild äquivalent) ausgestattet. Dagegen erscheint die Digital Ixus 55 im typischen „Box and Circle"-Outfit dieser Familie. Die Kamera kommt zusätzlich zu ihrer „kleinen Schwester" Digital Ixus 50

auf den Markt, hat eine Auflösung von fünf Megapixeln und ein Dreifach-Zoomobjektiv 35–105 mm (Kleinbild äquivalent).
Die Objektive beider Kameras enthalten je zwei hochbrechende asphärische Linsenelemente. Die Ausstattung umfaßt 15 bzw. 14 Aufnahmemodi, darunter auch eine Unterwasser-Automatik, die blaue Farbstiche ausgleicht. Mit dem Neun-Punkt-Autofokus, drei Lichtmeßmethoden und Videofunktion bieten beide Kameras viele Möglichkeiten. Die Direktdruck-Funktion mit PictBridge-Unterstützung macht den Druck der Aufnahmen leicht. In Kombination mit den Fotodruckern der Canon Selphy CP Reihe können auch Indexprints oder Bildsequenzen aus Videoclips gedruckt werden.
Rund um das neue große 2,5-Zoll LC-Display mit breitem Einblickwinkel hat Canon den beiden Ixus-Modellen neue Features spendiert. Neben dem Orientierungssensor und der Möglichkeit der Einblendung von Gitternetzlinien als Positionierungshilfe gibt es beispielsweise eine Zeitzonen-Einstellung für Fernreisende. Die animierten Icons sind jetzt zudem größer, die Verwacklungsverwarnungen deutlicher und eine flexibel definierbare Ordnerverwaltung verbessert Ergonomie und Handling.

In geschwungenem Design: Die Ixus 750 – hier in „Silver Grey“

Digital Ixus iZoom

Die neue Digital Ixus iZoom, mit fünf Megapixeln bietet jetzt, anders als die Vorgängerin Ixus i, ein 38–90 mm Zoomobjektiv (Kleinbild äquivalent). Auch beim Objektiv dieser Kamera setzt Canon wieder ultrahochbrechende UA-Linsenelemente ein. Mit 16 Aufnahmemodi, darunter auch manuelle Belichtungseinstellung, Unterwasser-Programm und Videofunktion in voller VGA-Auslösung, haben die Anwender zahlreiche Möglichkeiten. Ein bemerkenswertes Ausstattungsdetail ist die automatische Aktivierung der Func/Set-Taste auf der Kamera-Rückseite als zweiter Auslöser, wenn die Ixus iZoom ins Hochformat gedreht wird. Damit kann ergonomisch sinnvoll mit dem Daumen ausgelöst werden.
Ein weiteres Detail ist die im Lieferumfang enthaltene Camera Station, mit der die Digital Ixus iZoom mit dem Fernsehgerät, Drucker oder PC verbunden werden kann. Die Kamera hat eine UVP von 379 Euro.

Die neue ultrakompakte Ixus iZoom

Weltweiter Umsatzzuwachs beim privaten Fotodruck

Drucker für alle Preissegmente

„Wir erwarten beim privaten Fotodruck eine weltweite Umsatzsteigerung von drei Milliarden US-Dollar im Jahr 2003 auf mehr als acht Milliarden US-Dollar im Jahr 2008.“ Jürgen Schmitz, General Manager, Marketing, Canon Consumer Imaging, zeigte sich auf einer Pressekonferenz in München optimistisch, daß Tintenstrahldruckern und -medien eine große Zukunft bevorsteht. Für einen guten Teil des Wachstums will auch Canon sorgen. Unter anderem mit den sieben neuen Pixma- und den drei neuen Selphy Druckern, die seit dem 22. August im Canon Sortiment zu finden sind.

Das Preisspektrum der neuen Pixma-Drucker liegt zwischen 59 Euro für das Einstiegsmodell Pixma iP1600 und 349 Euro für das High-End-Gerät Pixma MP800.
Fünffachen Zuwachs hat das Sortiment der Canon MP Foto-Multifunktionssysteme bekommen. Als High-End-Gerät stellte Canon dabei den Pixma MP800 vor. Das neue Gerät bietet neben einem 8,9 cm großen Display eine integrierte Durchlichteinheit für das Scannen von Dias und Negativen. Auch der Fotodirektdruck von bis zu sechs Negativen oder vier gerahmten Dias ist möglich. Bis zu 9.600 x 2.400 dpi Druckauflösung, Single Ink-Technologie mit bis zu ein Picoliter kleinen Tintentröpfchen und fünf separate Tintentanks mit ContrastPlus stehen für die hohe Qualität dieses Gerätes. Eine Besonderheit des MP800 ist die Funktion CD-/DVD-Labelkopie. Sie ermöglicht dem Nutzer, in einem Arbeitsgang eine CD/DVD-Label zu kopieren, wenn er die Vorlage auf das Vorlagenglas legt und eine bedruckbare CD oder DVD mit dem Vorlagenhalter in den Drucker schiebt. Die Kopierfunktion schafft 30 Seiten pro

Das neue Topgerät Canon Pixma MP800

Das Canon System ChromaLife100

Das ChromaLife100 System steht für die Kombination aus Fine Technologie, den neuen Canon Tinten und Canon Fotopapieren und damit für optimierte Farbstabilität. Die neuen Canon Tinten sorgen nach Aussage des Unternehmens in Verbindung mit den Fine Druckköpfen und verschiedenen Canon Fotopapieren für Fotoprints mit lang anhaltender Farbstabilität, die den Vergleich mit traditionellen Fotos in Silberhalogenid-Qualität nicht zu scheuen bräuchten. Beschleunigte Testverfahren zeigten laut Canon, daß die Prints unter bestimmten Bedingungen vor Alterserscheinungen geschützt sind: bis zu 100 Jahre bei Aufbewahrung im Fotoalbum, bis zu 30 Jahre hinter Glas oder bis zu zehn Jahre unter normaler Lufteinwirkung.

Neue Fine Druckköpfe mit Tinte

Canons patentierte Fine Halbleiter-Fertigungstechnik ermöglicht es, Druckköpfe mit besonders dicht angeordneten Mikrodüsen mit sehr kleinem Durchmesser zu bauen. Dank dieser Technologie konnten die neuen Fine Druckköpfe mit Tinte entwickelt werden. Die Höhe der neuen Köpfe ist nur etwa halb so groß wie die des bisherigen Systems permanenter Druckköpfe mit davon getrennten Tintentanks. Der neue Fine Druckkopf mit Tinte ist zudem fünfzig Prozent länger und hat dementsprechend mehr Düsen als der Farbdruckkopf in der aktuellen Einsteigerklasse. Dadurch kann mehr Tinte in der gleichen Zeit ausgestoßen werden. Dies führt zu einer höheren Druckgeschwindigkeit bei Fotos und farbigen Textdokumenten. Das pigmentierte Schwarz konnte zudem verbessert werden und bietet jetzt mehr Stabilität bei Verwendung von Textmarkern, eine höhere optische Dichte und verminderes Ausbluten. Den Schwarz- und den Farbdruckkopf, beide mit Tinte, gibt es in zwei Ausführungen: Normale Reichweite mit normaler Befüllung, hohe Reichweite mit entsprechend höherer Tintenbefüllung. Die verbesserte Software bietet darüber hinaus eine präzisere Tintenstandsmeldung.

Minute in schwarzweiß und 24 Seiten in Farbe. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 349 Euro.
Der MP500 ist mit einem 6,3 cm großen Display ausgestattet und druckt ein Foto im 10er-Format in 51 Sekunden. Auch bei diesem Modell sorgen das Fünf-Tintensystem der Single Ink-Technologie mit ContrastPlus, ChromaLife 100 und Mikrodüsen für eine bemerkenswert

Der Pixma MP500 druckt ein Foto im Format 10 x 15 cm in 51 Sekunden aus.

hohe Druckqualität. Beim Scannen stehen verschiedene zeitsparende Funktionen zur Verfügung, zum Beispiel Fast Multi Scan oder die PDF-Konvertierung mit automatischer Texterkennung. Komfortable Kopierfunktionen, USB 2.0 Schnittstelle und ein Softwarepaket für PC- und Mac-Rechner sind weitere Kennzeichen. UVP: 249 Euro.
Der Canon Pixma MP450 zeichnet sich durch eine maximale Druckauflösung von 4.800 x 1.200 dpi, ein 4,3 cm großes Farbdisplay, eine Druckgeschwindigkeit von 55 Sekunden für ein 10 x 15 cm-Foto und eine ganze Reihe von Scan-und Kopierfunktionen aus. UVP: 199 Euro. Alle drei genannten Modelle ermöglichen

Neue Single Inks mit LED

Neben einer vom Druckertreiber ausgelösten Warnmeldung weisen bei den neuen Pixma-Systemen mit Single Ink-Technologe auch Leuchtdioden am Tintentank auf den erforderlichen Tintenwechel hin. Diese optische Tintenstandsmeldung bietet im Vergleich zur persönlichen Beurteilung der Resttintenmenge durch den Anwender eine höhere Genauigkeit. Darüber hinaus signalisiert die Diode, wenn ein Tank falsch eingesetzt ist. Dies bezieht sich sowohl auf eine an falscher Stelle eingesetzte Farbe als auch auf einen beispielsweise verkantet oder nicht korrekt eingerasteten Tank. In diesem Fall wird der Drucker den Druckauftrag nicht ausführen, um Kosten für Fehldrucke zu vermeiden. Die am Tank angebrachte LED blinkt in unterschiedlicher Taktrate – je nachdem, wie voll oder leer die jeweilige Tinte ist. Eine Füllstandskontrolle ist daher auf einen Blick möglich. Die neuen Tintentanks sind nicht zu Druckermodellen kompatibel, die von Canon vor dem 22. August 2005 vorgestellt wurden. Eine Kompatibilitätsliste steht unter www.canon.de zur Verfügung.

Mit ihrem modernen Design werden die neuen Canon Drucker, hier der Pixma MP450, selbst in einer Wohnumgebung nicht als störendes Element empfunden.

Stellten die neuen Canon Drucker und das neue Canon System ChromaLife 100 auf einer Pressekonferenz in München vor (v. l.): Product Consultant Dieter Röther, General Manager Jürgen Schmitz und Manager Oliver Knipp, alle aus dem Bereich Marketing, Canon Consumer Imaging.

den Fotodirektdruck von Pict-Bridge-kompatiblen Kameras, Camcordern oder Fotohandys sowie Speicherkarten und unterstützen die drahtlose Bilddatenübertragung per Infrarot oder Bluetooth (mit dem optionalen Adapter). Nach unten abgerundet wird die neue Pixma-Range durch die Pixma Modelle MP150 (UVP: 99 Euro) und MP170 (UVP: 129 Euro). Beide drucken mit einer Auflösung von 1.200 x 4.800 dpi und benötigen 55 Sekunden für ein 10er-Foto. Der MP150 ist mit einer LED-Anzeige ausgestattet, der MP170 mit einem 2 x 20 Zeichen Display. Beide Modelle sind PictBridge-kompatibel und haben Slots für die gängigen Speicherkarten.

Bei der iP-Druckerreihe gibt es sieben Neuheiten. Dazu gehören der Canon Pixma iP6210D (UVP: 99 Euro) und der Pixma iP6220D (149 Euro), die beide über ein LC-Display verfügen. Beide besitzen darüber hinaus einen Speicherkartenslot und eine Pict-Bridge-Schnittstelle, an der sich auch ein optionaler Bluetooth-Adapter anschließen läßt. Jeweils zwei neue Canon Fine Druckköpfe mit Tinte, einer mit drei Farben Cyan, Magenta und Yellow, einer mit drei Fotofarben Photo Magenta, Photo Cyan und Photo Yellow, sorgen für besonders gute Druckqualität.

Als „Dreigestirn“ präsentiert Canon den Pixma iP4200 (UVP: 129 Euro), den Pixma iP5200 (UVP: 179 Euro) und den Pixma iP5200R (UVP: 229 Euro). Sie drucken mit bis zu 9.600 x 2.400 dpi und sind mit einem Fünf-Tintensystem mit ContrastPlus und ChromaLife100 Technologie und den neuen Fine-Druckköpfen ausgestattet. Der Pixma iP4200 druckt ein 10 x 15 cm-Foto in rund 51 Sekunden, die beiden größeren Modelle sind 15 Sekunden schneller. Die Geräte sind PictBridge-kompatibel. Weitere Kennzeichen sind zwei Papierzuführungen, eine integrierte Duplexeinheit, Möglichkeit zum Bedrucken von CDs und DVDs. Der Pixma iP5200R ist WiFi-zertifiziert und läßt sich in ein kabelloses Netzwerk integrieren.

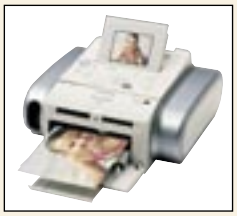
Die preisgünstigen Tintenstrahldrucker Pixma iP1600 (UVP: 59 Euro) und Pixma iP2200 (UVP: 79 Euro) runden das neue Sortiment nach unten ab. Sie drucken mit einer Auflösung von 4.800 x 1.200 dpi und sorgen ebenfalls durch das neue

Canon System ChromaLife100 für hohe Qualität. Zum Druck eines 10 x 15 cm großen Fotos brauchen die Geräte zirka 55 bzw. 70 Sekunden.

Zwei Selphy Thermosublimations-Fotodrucker und ein Selphy Tintenstrahler

Mit den neuen Selphy CP510 und Selphy CP710 Thermosublimationsdruckern bietet Canon zwei neue Geräte an, um digitale Bilder von kompatiblen Digitalkameras und Digital-Camcordern aus direkt zu drucken. Dabei soll ein 10 x 15 cm-Foto knapp unter 0,30 Euro kosten. Beide Geräte sind Canon Direct Print- und PictBridge-kompatibel und bieten Druckoptionen wie Randlosprint, Indexdruck sowie ID Photo Print und Movie Print. Sie können in Verbindung mit einem Windows- oder Mac-Rechner eingesetzt werden. Zusätzlich besitzt der Selphy CP710 integrierte Speicherkarten-Steckplätze für gängige Kartenformate und ein 1,5-Zoll großes LC-Display für die Bildvorschau und -auswahl. Der Selphy CP510 ist ab sofort mit einem UVP von 129 Euro, der Selphy CP710 ab Mitte September mit einem UVP von 169 Euro lieferbar.

Neu ist auch der schicke und handliche Tintenstrahldrucker Selphy DS810. Damit können postkartengroße Fotos auch ohne den Umweg über einen PC geprintet werden. Für verbesserte Farbstabilität sorgt das neue Canon System ChromaLife100. Bildkontrolle und kleine Korrekturen können über das 2,5 Zoll große LC-Display erfolgen. Speicherkartenslots für unterschiedliche Karten machen den Drucker vom Datenkabel ebenso unabhängig wie die Infrarot- und Bluetoothschnittstellen, über die Daten per Funk übertragen werden können. Ausgestattet mit Canons patentierter Fine Technologie für mikroskopisch kleine Tintentröpfchen, große Druckköpfe, hohe Düsenzahl und -dichte werden eine Auflösung von 4.800 x 1.200 dpi und ein Tempo von 63 Sekunden für ein Fotoprint erreicht. Erhältlich ab Ende 2005, UVP 149 Euro.



5,1 Megapixel im Exilim Zoom Design

Casio hat sein Sortiment um die Exilim Zoom EX-Z500 erweitert. Bei dem neuen Modell handelt es sich um eine Digitalkamera mit fünf Megapixeln Auflösung, Dreifach-Zoomobjektiv, Casios Anti Shake DSP Technologie, einem 2,7 Zoll großen TFT-Farbdisplay mit hoher Auflösung und der längsten Betriebsbereitschaft des gesamten Casio Sortiments (bis zu 500 Aufnahmen nach CIPA Standard bei einmaligem Aufladen des Akkus). Diese Ausstattungsmerkmale sind in einem schlanken, ergonomischen Gehäuse verpackt.

Die Digitalkameras aus Casios Exilim Serie sind laut Hersteller der Inbegriff fortschrittlicher Miniaturisierung mit schlanken, kompakten Gehäusen und einer Digitaltechnologie, die sie noch schneller, kleiner und leistungsstärker macht. Die Exilim Engine von Casio mit Anti Shake DSP, großem TFT-Farbdisplay mit hoher Auflösung und Super Life Battery mit besonders langer Betriebsdauer sorgt für gute Abverkaufszahlen beim Handel. „Das neueste Exilim Zoom Modell zeigt die perfekte Balance zwischen Form und Funktion, personifiziert durch ihre fortschrittlichen Attribute und den zeitgemäßen Look“, heißt es in einer Pressemitteilung.

In das schlanke und elegante Kameragehäuse wurde der Anti Shake DSP integriert, der Unschärfen durch Zittern der Hände oder durch Bewegung der Objekte verringert. Die Auto Makro- und Quick Shutter-Funktionen sorgen gleichzeitig dafür, daß die Fotos immer richtig fokussiert werden. Der High Sensitivity Mode produziert selbst bei schlechten Lichtverhältnissen eine klare Aufnahme mit einem hellen Hintergrund – ohne Blitz. Das extragroße 2,7-Zoll-TFT-Farbdisplay besitzt eine hohe Auflösung von 153.600 Pixeln. Die lange Betriebsbereitschaft ermöglicht bis zu 500 Aufnahmen nach jedem Aufladen. Durch die bequem zu bedienende Direct on-Funktion, die ein schnelles Einschalten, spontane Aufnahmen und schnelles Ansehen der Fotos ermöglicht, und die Best shot-Funktion ist die EX-Z500 sehr einfach in der Anwendung.

Die EX-Z500 besitzt alle Leistungsmerkmale und Funktionen, die Benutzer von Casio erwarten, verpackt in einem eleganten neuen Kameragehäuse. Die EX-Z500 ist bequem zu tragen, hat eine lange Betriebsdauer und ist mit topaktueller Technologie ausgestattet.

Casios neue Exilim Zoom-Modelle mit Anti Shake DSP

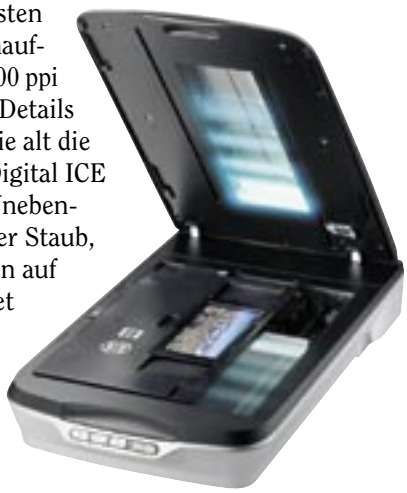
Casio hat drei neue Digitalkameras der Exilim Zoom-Reihe angekündigt, und zwar die Modelle EX-Z10, EX-Z110 und EX-Z120. Sie sind den Angaben des Herstellers zufolge auf Benutzerfreundlichkeit, einfache Handhabung und Spaß an digitaler Fotografie ausgelegt. Wie alle Digitalkameras der Exilim-Reihe besitzen auch die neuen Exilim Zoom-Modelle die Exilim Engine von Casio. In erster Linie ist sie verantwortlich für hochwertige Fotos, Geschwindigkeit und geringen Energieverbrauch.

Der in den neuen Modellen integrierte Anti Shake DSP reduziert das durch unruhige Hände oder sich bewegende Personen verursachte Verwackeln. Die Auto Makro-Funktion und der Quick Shutter stellen sicher, daß die Fotos richtig fokussiert sind. Der High Sensitivity Modus produziert selbst bei schlechten Lichtverhältnissen klare Aufnahmen mit hellem Hintergrund – ohne Blitz. Die EX-Z120 hat eine Auflösung von 7,2 Megapixeln und bietet die Best shot-Motivprogramme mit 32 Auswahlszenarien. Die EX-Z110 (sechs Megapixel) und die EX-Z10 (fünf Megapixel) sind beide mit 28 Best Shot-Motivprogrammen ausgerüstet.

Für eine erweiterte Benutzerfreundlichkeit verfügen die Exilim Digitalkameras über ein Mode Dial und einen Easy Mode mit übersichtlichen und großen Symbolen. Alle drei neuen Modelle werden mit AA-Batterien betrieben. Ein AV-Ausgang erlaubt das schnelle und bequeme Betrachten von Fotos und Movies auf dem Fernsehbildschirm. Jede Kamera ist mit einem 2-Zoll-TFT-Monitor und einem optischen Bildsucher ausgestattet. Hinzu kommen ein 3fach optischer Zoom und die Movie-Funktion mit VGA-Auflösung.

Epson Scanner für Foto-Enthusiasten

Epson hat einen neuen Scanner vorgestellt, der sich vor allem an Foto-Enthusiasten mit einem großen Fotoarchiv wendet: Der neue Perfection 4490 Photo digitalisiert den Angaben des Unternehmens zufolge so naturgetreu, daß selbst die ältesten Bilder wieder „strahlend“ erscheinen wie am ersten Tag. Mit einer Scanauflösung von 4.800 x 9.600 ppi gehen selbst feinste Details nicht verloren, egal wie alt die Vorlage ist. Und mit Digital ICE Technologie werden Unebenheiten wie Kratzer oder Staub, die sich mit den Jahren auf der Oberfläche gebildet haben, automatisch entfernt. Zur einfachen Handhabung des Gerätes trägt besonders die automatische Anpassung an die jeweilige Scanvorlage bei: Der Epson Perfection 4490 Photo registriert direkt, worum es sich handelt: Farbe oder Schwarzweiß, Negativ oder Diapositiv. Der Dokumenteneinzug für bis zu 30 Seiten ist optional erhältlich. Wie bei Epson Scannern üblich, können mit dem Perfection 4490 Photo neben Bildern auch Dias sowie Kleinbild- und Mittelformatnegative gescannt werden, aber auch Texte lassen sich problemlos weiterverarbeiten. Ein umfangreiches Softwarepaket mit der Scan- und Bildbearbeitungssoftware Epson Creativity Suite, Adobe Photoshop Elements 3.0 und Abbyy Fine Reader Sprint 6 ist im Lieferumfang enthalten.



Cullmann blitzt mit EOS-Kameras

Mit dem neuen Blitzgerät D 4500-C mit Powerzoom bietet Cullmann ein vielseitiges, kompaktes Modell, das speziell für die digitale Canon EOS-Serie (zum Beispiel 20D, 350D, 300D) geeignet ist. Das Gerät zeichnet sich durch einen kabellosen Slave-Modus, manuelle Steuerung der Blitzleistung, integriertes Zubehör wie eine Streuscheibe, einen Diffusor und einfache Bedienung aus. Für den Blitzbetrieb können E-TTL Blitzsteuerung, Automatik und manuell gewählt werden. Der vertikal und horizontal schwenkbare Reflektor ermöglicht indirektes Blitzen. Die eingebaute Weitwinkelstreuscheibe ermöglicht eine breitere Ausleuchtung des Motivbereiches. Für den optimalen Leuchtwinkel sorgt der Powerzoom im Bereich von 24 bis 85 mm Brennweite. Im manuellen Betrieb läßt sich die Blitzleistung zwischen „voll“ und 1/16 in fünf Stufen von Hand einstellen. Die Slave-Funktion ermöglicht zudem eine kabellose, externe Blitzlichtsteuerung. Das Elektronenblitzgerät D 4500-C mit E-TTL-Messung ist mit AF-Meßrotlicht zum automatischen Scharfstellen bei Dunkelheit, automatischer Blitzsynchronzeit und Synchronisierung von Vorder- und Hintergrundbeleuchtung ausgestattet. Das beleuchtbare LC-Display verschafft einen schnellen Überblick über die AF-Einstellungen, Filmempfindlichkeit, Blitzleistung, Entfernung, Zoomposition, Ladezustand sowie Betriebsbereitschaft und erleichtert die Einstellungen für den manuellen Betrieb. Die Betriebsbereitschaft wird zusätzlich im Kamerasucher angezeigt. Die Energiesparfunktion schaltet das Gerät automatisch auf Standby.

digitalfoto & logistic
df&l GmbH

Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!

CH-7900
8,5 Min. Ladegerät mit 2 x 8,5 Min. Akkus und Autoladekabel

digitalfoto & logistic
Frankfurter Straße 52-56 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany
Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 96 · E-Mail: info@dflogistic.de · www.dflogistic.de

Neue Kodak EasyShare Kamera P880

Mit der EasyShare P880 hat Kodak ein neues Modell seiner EasyShare Digitalkameraserie vorgestellt. Zu den wichtigsten Ausstattungsmerkmalen der Kamera gehören das 24–140 mm (entsprechend Kleinbild) Variogon Zoomobjektiv von Schneider-Kreuznach und 8-Megapixel-Auflösung. Weitere Eigenschaften sind die wahlweise Speicherung der Bilder im RAW und TIFF Format und der Blitzschuh für Systemblitzgeräte bzw. ein externer Blitzsynchron-Anschluß. Für eine exakte Fokussierung der Motive auch bei schwachen Lichverhältnissen sorgt bei der Kodak Easy Share P880 ein hybrider Autofokus mit externem Sensor und Mehrfeldmessung mit 25 Meßfeldern. Die Blitzsynchronisation kann wahlweise auf den vorderen oder hinteren Verschlußvorhang erfolgen. Die P880 bietet weiterhin unterschiedliche Aufnahme-Modi und verschiedene Einstellungsmöglichkeiten. Die Belichtungszeit läßt sich von 16 bis 1/4.000 Sekunden variieren. Auch Videoaufnahmen in VGA-Qualität sind mit 30 Bildern/Sekunde möglich. Diese können bereits in der Kamera geschnitten, bearbeitet und gemischt werden. Das 6,35 cm große Display sorgt für eine deutliche Darstellung der Bilder und bietet vor der Aufnahme eine Belichtungskontrolle mit Hilfe eines Live-Histogramms, das die Helligkeitsverteilung der Pixel grafisch darstellt. Weitere Features sind ein elektronischer Sucher mit 237.000 Pixeln, ein interner 32 MB Speicher und die manuelle Einstellung des Weißabgleichs. Die P850 ist mit den Kodak EasyShare Druckerstationen ebenso kompatibel wie mit dem ImageLink Drucksystem und der PictBridge-Technologie.

Foto Brink verzeichnet ein stetiges Umsatzplus

Klein, aber fein: Foto Brink in Blomberg beweist, daß sich unternehmerischer Mut und Engagement positiv auf das Geschäft auswirken.

Mario Brink, Inhaber von Foto Brink im lippischen Blomberg, ist eher zufällig zum Fotohändler geworden: Als sich der gelernte Zeitungsredakteur 2003 mit einer Medienagentur niederlassen wollte, suchte er repräsentative Räumlichkeiten in der Innenstadt des knapp 18.000 Einwohner zählenden Ortes. Brink stieß auf ein Fotogeschäft, dessen Inhaber sich zur Ruhe setzen wollte – und ließ sich dazu überreden, nicht nur die Büroräume im hinteren Teil zu mieten, sondern auch das Fotogeschäft weiterzuführen. Eine Entscheidung, die er bis heute nicht bereute, wie er im Gespräch mit imaging+foto-contact betont.

Eröffnet hat Brink das Geschäft unter seinem Namen im Januar 2004. Seitdem verzeichnet das junge Unternehmen ein stetiges Umsatzplus. „In den ersten Monaten war das Fotogeschäft nur ein Zubrot. Meinen Lebensunterhalt habe ich da ganz klar mit den Einnahmen aus meiner Medienagentur verdient“, meint Brink. „Inzwischen hat sich das Verhältnis aber sicherlich umgekehrt, ohne daß ich mit der Agentur weniger verdiene.“

Drei wesentliche Gründe nannte der 33jährige für diesen Erfolg: Zum einen wurde der mit knapp 30 Quadratmetern eher kleine Verkaufsraum komplett renoviert. Offene Holzregale fördern jetzt die Präsentation der Waren, zu denen im wesentlichen klassische Filme, ein kleines Sortiment Kompaktkameras, Rahmen und ertragsstarke Mitnahmeartikel wie Batterien und Speicherkarten gehören. „Heute zeigt sich das Geschäft viel frischer und freundlicher als zu Zeiten meines Vorgängers, der verständlicherweise in den vergangenen Jahren mit Blick auf seinen bevorstehenden Ruhestand nicht mehr allzu viel in die Optik des Ladens investiert hatte“, so Brink.

„Der Picture Maker ist eine Goldgrube“

Mario Brink

Grund zwei ist die Erweiterung des Angebotes auf Digitalprodukte und digitale Dienstleistungen. „Mein Vorgänger hat sich im wesentlichen auf das Analoggeschäft konzentriert, und da war es eher die Ausnahme, daß Kunden von ihren digitalen Medien Prints aus dem Großlabor bestellt haben“, erzählt Brink.

Obwohl in Blomberg auch heute noch die Fotografie mit analogen Kameras dominiert, bot Brink unverzüglich digitale Bilddienstleistungen an – sowohl über ein Großlabor als auch schnelle Bilder am Point of Sale. Um diese Dienstleistung in den eigenen vier Wänden realisieren zu können, wurde zunächst ein Kodak Professional 8500 Digital Photo Printer angeschafft. Brink: „Computer, Scanner und Programme für die Bildverarbeitung waren in der Medienagentur schon vorhanden. Die Investition in ein Minilab oder einen Fotokiosk war damals einfach zu riskant, da es in dem Geschäft keinerlei Erfahrungswerte für eine realistische Wirtschaftlichkeitsberechnung gab, und der Kodak Drucker schien mir

eine gute Alternative zu sein, weil er schnell ist und gute Qualität liefert."
Schon wenige Monate später gab es aber Erfahrungswerte, und die sagten eindeutig, daß es eine Nachfrage nach digitalen Bilddienstleistungen gab, und daß auch schnelle Bilder von einer steigenden Zahl von Kunden gewünscht wurden. Da ein digitales Minilab immer noch zu hohe Investitionen erfordert hätte, entschied sich Brink für die Anschaffung eines Kodak Picture Maker G3 in Komplett-Ausstattung, also inklusive zweier Kodak Drucker, einer für die Formate 10 x 15 cm, 13 x 18 cm und 20 x 15 cm, einer für Prints im DIN A4-Format, und eines Flachbildscanners.
Das Gerät arbeitet seit Anfang November 2004 bei Foto Brink. „Der Picture Maker ist seitdem zur Goldgrube geworden", stellt er fest, „obwohl der Preis von 45 Cent für das 10er-Standardbild sicherlich nicht überteuert ist." Es habe sich im Ort herumgesprochen, daß es jetzt eine Möglichkeit gebe, schnelle Bilder in hervorragender Qualität von digitalen Daten zu bekommen. „Meiner Ansicht nach spielt der Name Kodak dabei auch eine große Rolle", so Brink. „Die Kunden sind einfach überzeugt davon, das bestmögliche Ergebnis zu bekommen, wenn sie ihre Bilder auf einer Kodak Maschine und auf Kodak Papier drucken. Und sie sind immer wieder überrascht, wie einfach es mit dem Picture Maker ist, Bilder noch zu verbessern."
Begrüßt würde von den Kunden auch die Tatsache, daß sie jetzt selbst am Bildschirm sehen können, wie das endgültige Ergebnis aussehen wird. Brink: „Wenn man Speichermedien in ein Großlabor schickt, weiß man nie, welcher Ausschnitt letztlich auf den Prints zu sehen ist. Und die Tatsache, daß die Kunden wegen der meistens unkompatiblen Bild- und Speicherkartenformate entweder weiße Ränder auf ihren Bildern hatten oder daß wichtige Bilddetails weggeschnitten wurden, hat immer wieder zu Diskussionen geführt. Jetzt entscheiden die Kunden selbst wie das Endprodukt aussieht und sind deutlich zufriedener."
Am häufigsten verkaufen sich naturgemäß Bilder im 10 x 15-Standardformat, „aber auch Bildbearbeitungsmöglichkeiten, deren Erfolg ich so nicht erwartet hatte, bringen mir inzwischen gute Umsätze", sagt Brink.

Die meisten Kunden bedienen den Picture Maker schon nach der ersten Einweisung allein.

Der Name Kodak spielt eine wichtige Rolle

Die Teilnahme an den regelmäßigen Kodak Promotions ist für Mario Brink eine Selbstverständlichkeit.

Hier seien beispielsweise Bild-vom-Bild-Arbeiten zu nennen, die sich inzwischen zu einem Renner entwickelt hätten. „Vor allem ältere Kunden sind froh, daß sie ihre wichtigen Erinnerungen so schnell bekommen können und dabei die wertvollen Originale nicht aus der Hand geben müssen", stellt Brink fest. Immer häufiger genutzt würde auch die Möglichkeit, Fotos mit Schriften zu ergänzen und so zum Beispiel Einladungen oder Danksagungen auf einfache Weise produzieren zu können.
Von der Schnelligkeit der Maschine profitiert Brink auch, wenn er sich als Gesellschafts- oder Reportagefotograf betätigt. Ob der Schützenumzug vorbeizieht, die Nelkenkönigin gekürt wird oder auf dem Schloß eine Tagung mit auswärtigen Gästen stattfindet, schon kurze Zeit nach dem Ereignis können die Teilnehmer, die sich auf den Fotos wiedererkennen oder einfach nur ein Andenken haben wollen, die fertigen Bilder bei Foto Brink abholen.
Gute Zuwachsraten verzeichnet der junge Fotohändler schließlich auch beim Geschäft mit gewerblichen Kunden. Hier sind es Gutachter und Rechtsanwälte, die schnell Fotobeweise für Gerichtsakten oder Versicherungsunterlagen brauchen, ebenso wie das Standesamt oder die örtliche Polizeidienststelle, die auf das Angebot der schnellen Bilder zurückgreifen. Aber auch produzierende Unternehmen oder Händler, die beispielsweise großformatige Bilder von neuen Produkten zur Präsentation auf Ausstellungen oder für Aussendungen benötigen, kommen zu Foto Brink. hepä

Nokia baut ein Carl Zeiss Objektiv ins N90 ein

„Das ‘Adlerauge‘ garantiert die hohe Bildqualität“

Kornelius Müller

Vor einigen Wochen hat der finnische Handyhersteller Nokia mit seinem neuen Mobiltelefon Nokia N90 aufhorchen lassen, denn in dem High-Tech-Gerät sorgt neben einem Aufnahmechip mit zwei Megapixeln ein Tessar-Autofokusobjektiv aus dem Hause Carl Zeiss für überdurchschnittliche Bildqualität (ifc berichtete in Ausgabe 6/2005, S. 14ff). Wir fragten Kornelius Müller, Marketing Manager, Camera Lens Division, Carl Zeiss AG, nach den Hintergründen und den Perspektiven der Zusammenarbeit mit Nokia.

imaging+foto-contact: Herr Müller, Zeiss Objektive gehören weltweit zu den optischen Spitzenprodukten und genießen nicht nur unter Profifotografen sehr hohes Ansehen. Was hat Zeiss dazu bewogen, die Kooperation mit Nokia einzugehen und Objektive für Aufnahmegeräte zu produzieren, deren qualitative Bildergebnisse im Moment trotz des inzwischen Erreichten noch ein gutes Stück von denen entfernt sind, die Fotografen sonst mit Zeiss Optiken erzielen?

Seit 1902 ist das „Tessar“-Objektiv von Carl Zeiss durch ein Patent geschützt.

Kornelius Müller: Die besten Bildergebnisse erzielt man – mit der Kamera, die man dabei hat! Nicht mit der Hasselblad oder Linhof, die man daheim im Schrank stehen hat. Und welche Kamera hat man immer dabei? Bis vor kurzem: keine! Ab sofort: die im Mobiltelefon. Diese neuartige strategische Möglichkeit haben wir schon 1999 erkannt und darauf hingearbeitet. Jetzt, mit dem Nokia N90, erreicht die Bildqualität ein Niveau, das für die Mehrzahl der üblichen Alltagsanforderungen gut geeignet ist. Und wir werden gemeinsam mit Nokia noch deutlich weiterkommen!

imaging+foto-contact: Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit mit Nokia? Bei einer so jungen Produktgattung wie Fotohandys könnte man vermuten, daß Zeiss nicht nur für die Rechnung und Herstellung der Objektive verantwortlich ist, sondern seine Erfahrungen schon im Stadium der Konzeptentwicklung einbringen kann.

Kornelius Müller: Ja, das ist so. Wir arbeiten sehr eng mit Nokia zusammen, sowohl in technischen Entwicklungsteams, Technologieteams, Qualitätssicherungsteams, Marketingteams. Wir tauschen Ideen aus und diskutieren dabei Konzepte und Lösungswege so frei und kreativ, wie man sich das als Ingenieur oder Marketingspezialist nur wünschen kann. Wir sehen das als exzellente Voraussetzung für Produkte, die deutlich aus dem Wettbewerbsumfeld herausragen.

imaging+foto-contact: Welche Herausforderungen hat ein Unternehmen wie Zeiss zu meistern, um Linsen und Objektive herzustellen, die nur einen Bruchteil der Größe dessen haben, was üblicherweise unter dem Namen Zeiss verkauft wird?

Kornelius Müller: Kommt drauf an, was Sie üblicherweise unter dem Namen Zeiss kaufen. Wenn Sie an Teleobjektive für Mittelformatkameras denken, scheinen natürlich Welten zwischen den einzelnen Produkten zu liegen. Wenn Sie aber Zeiss Mikroskope kaufen, dann haben Sie darin Linsen und Objektive so klein wie die in den neuen Objektiven von Zeiss für Nokia. Diese Technik der winzigen Linsen beherrscht Carl Zeiss seit Gründung des Unternehmens, also seit nahezu 160 Jahren. Eine besondere

Interview mit Kornelius Müller, Marketing Manager, Camera Lens Division, Carl Zeiss AG, Oberkochen

Ob für Mittelformatkameras oder Fotohandys: Carl Zeiss Objektive stehen für höchste Qualität.

Herausforderung in Sachen Miniaturisierung hochwertiger Optiken haben wir daher nicht zu meistern.

imaging+foto-contact: Das Objektiv, das im Zwei-Megapixelhandy Nokia N90 eingesetzt wird, trägt den berühmten Namen „Tessar". Will Zeiss damit an die große Tradition des „Adlerauges" anknüpfen oder handelt es sich nur um einen Marketing-Gag?

Kornelius Müller: „Tessar" kommt vom griechischen Wort „tessares" und heißt „vier". Mit dem Namen Tessar weist Zeiss darauf hin, daß dieses Objektiv aus vier Linsen aufgebaut ist. Das gilt sowohl für das historische Tessar, wie in der Patentschrift von 1902 beschrieben, als auch für das neueste „Adlerauge", das im Nokia N90 eingesetzt wird. Es ist also kein Marketing-Gag, sondern es garantiert die hohe Bildqualität. Allerdings sind die Linsen im neuesten Tessar allesamt asphärisch, also wesentlich komplizierter als in allen Vorgängern dieses Namens.

imaging+foto-contact: Worin genau liegen denn die Vorteile des Tessar-Objektivs im Nokia N90 gegenüber anderen Optiken in Kamerahandys?

Kornelius Müller: Aus Benutzersicht sehen wir vor allem zwei Vorteile. Gegenüber Objektiven mit Fixfokus liefert das Tessar-Objektiv mit Autofokus im Nokia N90 höhere Schärfe über einen sehr viel weiteren Entfernungsbereich. Gegenüber anderen modernen Autofokusobjektiven liefert das Tessar-Objektiv gleichmäßigere Schärfe über das ganze Bildfeld, also bis in die Bildecken. Natürlich gibt es noch weitere wichtige Vorteile. Reinere Farben und bessere Dämpfung von Streulicht beispielsweise.

„Das neue Nokia N90 ist die erste echte Immer-dabei-Kamera"

imaging+foto-contact: Einer der großen Pluspunkte von Zeiss Objektiven war bislang die Tatsache, daß durch die relativ kleinen Stückzahlen der einzelnen Modelle aufwendige Qualitätssicherungsmaßnahmen realisiert werden konnten. Wie stellen Sie die Qualität der Kameraobjektive sicher, die ja zweifellos in x-facher Menge produziert werden und bei denen eine Qualitätskontrolle Stück für Stück sicherlich nicht möglich ist?

Kornelius Müller: Die Qualitätssicherungssysteme für die Produktion der Objektive für das Nokia N90 sind ähnlich wie die, die auch in der Produktion der Objektive für Sony zum Einsatz kommen. Also nicht die universellen, manuellen, eher langsamen Zeiss K-8 MTF-Meßgeräte, wie wir sie im Werk Oberkochen verwenden, sondern hochspezialisierte Einzweckgeräte, die vollautomatisiert sind und sehr schnell messen innerhalb eines qualitätsgeregelten Fertigungsprozesses. Diese Geräte kalibrieren wir mittels Kontrollmessungen in unserem Labor in Oberkochen. Außerdem auditieren unsere Qualitätssicherungsexperten regelmäßig die Produktionsprozesse.

imaging+foto-contact: Der Name Zeiss und die Fotografie sind seit vielen Jahrzehnten miteinander verbunden. Mit dem Kamerahandy N90 bringt Nokia ein Gerät auf den Markt, das den Fotohandel dank der Zusammenarbeit mit Zeiss in die Lage versetzt, den angesehenen Firmennamen zu nutzen, um in ein immer noch recht junges Geschäftsfeld einzusteigen. Wenn Sie Fotohändler wären, wie würden Sie diesen Vorteil am Point of Sale umsetzen?

Kornelius Müller: Mein Hauptargument wäre: Das neue Nokia N90 ist die erste echte „Immer-dabei-Kamera". Sogar für Videofans! Seine Bildqualität kann gut konkurrieren mit dem, was man aus zierlichen APS-Kameras oder vielen Kleinbild-Kompaktkameras erhält. Und sie ist erheblich besser als die Schnappschüsse mit Sofortbildkameras, die beispielsweise von US-Konsumenten problemlos akzeptiert werden. Als Fotohändler würde ich mir ein paar Vergleichsbilder machen, mit denen ich diese Aussage überzeugend rüberbringen kann. Nebenbei bemerkt sind auch die Sprachverständlichkeit und die Musikqualität beim Nokia N90 ganz erheblich besser als bei jeder APS-, Kleinbild- oder Polaroidkamera, auch wenn Zeiss dazu nicht viel beizutragen brauchte …

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

Auch in dem winzigen Objektiv für das N90 hat Carl Zeiss vier Linsen untergebracht.

The Phone House sucht Partner im Fotohandel

„Neues Marketingkonzept“

Mit der steigenden Akzeptanz von Fotohandys mit Ein- oder Zwei-Megapixel-Kameras und der zwar langsam, aber stetig wachsenden Zahl verschickter Bildnachrichten sehen viele Anbieter von Telekommunikationsprodukten und -diensten im Fotohandel einen potentiellen Partner. Einer davon ist die The Phone House Telecom GmbH aus Münster, die gemeinsam mit neuen Partnern neue Geschäftsfelder erobern will. Wir sprachen mit The Phone House Geschäftsführer Reinhard Krause und Thorsten Fluck, Leiter des Geschäftsbereichs Retail, über ihre Erwartungen von der und ihre Angebote für die Fotobranche.

Im Einkaufszentrum Centro in Oberhausen ist The Phone House neben einem halben Dutzend weiterer Telekommunikationsgeschäfte vertreten.

imaging+foto-contact: Herr Krause, Herr Fluck, vor einigen Monaten haben wir darüber berichtet, daß The Phone House neue Partner außerhalb der Telekommunikationsbranche sucht. Haben Ihre Bemühungen gefruchtet?

Reinhard Krause: Durchaus. Während der vergangenen Monate haben wir erfolgreich gearbeitet, und das Unternehmen ist weiter gewachsen. Das gilt sowohl für betriebswirtschaftliche Daten wie Umsatz, Ertrag oder Kundenzahlen als auch für die Zahl unserer Handelspartner.

Thorsten Fluck: Zu diesem Wachstum haben alle Kanäle beigetragen, also unsere eigenen Shops, unsere Partner im Fachhandel und unser Direktgeschäft. Wir sind jetzt an einem Punkt angelangt, an dem sich weitere Wachstumschancen außerhalb der klassischen Telekommunikationsbranche ergeben. Und die möchten wir ungern ungenutzt an uns vorbeiziehen lassen.

imaging+foto-contact: Wo sehen Sie denn diese Chancen? Betrachtet man allein die Zahl der Handys in Deutschland, so scheint der Markt doch nahezu gesättigt zu sein?

Reinhard Krause: Blickt man auf die nackten Fakten, dann könnte dieser Eindruck entstehen. Aber auf der einen Seite haben wir Jahr für Jahr immer noch viele Hunderttausend Kunden, die komplett in den Mobilfunk einsteigen, auf der anderen Seite haben wir Millionen von mobilfunkerfahrenen Kunden, die einen neuen Vertrag beim selben Netzbetreiber oder Service Provider abschließen oder den Anbieter wechseln. Und vor allem diese haben wir im Fokus, denn erfahrungsgemäß wachsen die Ansprüche, und damit werden die Geräte, die die Kunden zu ihren neuen Verträgen auswählen, wesentlich erklärungsbedürftiger. Hier setzt die Rolle des Fachhandels an, denn vor allem er ist kompetent, um diese Beratung durchführen zu können.

Thorsten Fluck: Außerdem erleben wir derzeit, bezogen auf die möglichen Anwendungen, eine Segmentierung im Telekombereich. So gibt es Kunden, die wieder weg wollen von den umfassend ausgestatteten High-Tech-Geräten und Handys suchen, mit denen sie auf möglichst einfache Weise telefonieren können. Dann gibt es die Musik- und die Fotofreunde, die jeweils eigene Zielgruppen bilden. Viele Handyhersteller haben das erkannt und bringen gezielt Produkte für die eine oder andere Gruppe auf den Markt. Und schließlich gibt es die technikaffinen Konsumenten, die Spaß an jeder Art von Technik haben und die Funktionalität ihrer Mobiltelefone mit allen möglichen Applikationen entsprechend ihrer

Reinhard Krause

individuellen Bedürfnisse erweitern. Unsere klassischen Vertriebskanäle, allen voran der Tk-Handel, sind vor diesem Hintergrund überfordert, denn natürlich kann man dort nicht Fachmann für alles sein und für jeden Kunden die ideale Lösung anbieten. Hier sind jetzt die Experten der

Interview mit The Phone House Geschäftsführer Reinhard Krause und Thorsten Fluck, Leiter des Geschäftsbereichs Retail

einzelnen Branchen gefragt, die ihr spezifisches Wissen um den Bereich Telekommunikation erweitern können.

imaging+foto-contact: Auf welche Weise kann denn der Fotohändler, der in die Telekommunikation einsteigen will, mit The Phone House zusammenarbeiten?

Thorsten Fluck: Wir bieten ihm zwei Modelle an, je nachdem, wie weit er sich für unser Unternehmen engagieren will. So kann der Händler zum Beispiel Exklusivpartner werden. Das heißt, er konzentriert sich ausschließlich auf das Portfolio von The Phone House und erhält dafür eine Vielzahl von Vergünstigungen und Unterstützungsmaßnahmen, die ihm den Einstieg und das Leben in der für ihn neuen Branche

Thorsten Fluck

so einfach wie möglich machen. Dieses Modell ist zum Beispiel für Händler interessant, die expandieren wollen und von der Tk-Branche eine sicherere Zukunft erwarten als von der Fotobranche.
Das zweite Modell ist mit einem „Shop-in-Shop“ vergleichbar. Das bedeutet, der Fotohändler erweitert sein Portfolio um The Phone House-Produkte und bringt dieses Angebot auch optisch zum Ausdruck. Natürlich gibt es auch in diesem Fall jede Menge Unterstützung von uns, aber der Umfang hängt davon ab, welche gemeinsamen Ziele wir vereinbaren. Dieses Modell ist vor allem für Händler interessant, die die Möglichkeiten der Tk-Branche zunächst einmal kennenlernen oder Synergieeffekte ausnutzen wollen, die durch die Annäherung der beiden Branchen entstehen, zum Beispiel in Sachen digitales Bildergeschäft oder beim Verkauf von Zubehörpaketen mit Fotodruckern und Handy.

imaging+foto-contact: In Deutschland gibt es eine ganze Reihe von Service Providern, und auch die vier Netzbetreiber bieten spezielle Programme für den Fachhandel an. Warum soll sich der Fotohändler gerade für The Phone House entscheiden?

Reinhard Krause: Dafür gibt es sehr viele Gründe. Einer ist der, daß wir als Teil der britischen Carphone Warehouse Group in zehn europäischen Ländern vertreten sind. Daraus entsteht nicht nur eine große Einkaufsmacht, die sich positiv auf die Einkaufspreise auswirkt, sondern durch unsere Präsenz in Metropolen wie Paris, London, Madrid oder Mailand können wir Trends viel früher als andere Anbieter erkennen und in Angebote und Aktionen für unsere Partner umsetzen.
Außerdem haben wir ein neues Handelskonzept mit einem ganzheitlichen Marketingansatz entwickelt, das die spezifischen Bedürfnisse der Partner berücksichtigt und bei dem nicht nur Aktionen mit subventionierten Handys im Vordergrund stehen.
Auch die Betreuung durch unseren Außendienst, unsere umfangreichen Schulungsangebote und unsere Tarife brauchen keinen Vergleich mit dem Wettbewerb zu scheuen. Unsere Partner können sich darauf verlassen, daß The Phone House für jedes Telefonierverhalten das attraktivste Produkt auf dem Markt im Angebot hat!

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

Für Durchblicker:

www.walther-alben-rahmen.de

Stark reduzierte Alben- und Rahmen-Angebote*

***Restmengen, Auslaufartikel, 2. Wahl**

Karl Walther
Alben und Rahmen GmbH & Co KG
Herrenpfad-Süd 26, D-41334 Nettetal
Telefon: 02157/8186-0
Fax: 02157/8186-50
E-Mail: Service@WaltherDesign.de
www.walther-alben-rahmen.de

walther
Für Ihre Bilder das Beste

Das Nokia N90 im Einsatz als Fotokamera

Alles drin, alles dran

Durch seine besondere Konstruktion liegt das Nokia N90 beim Fotografieren gut in der Hand.

Für Kunden, die eine Einsteigerkamera suchen, werden Mobiltelefone mit integrierter Digitalkamera eine immer interessantere Alternative zu herkömmlichen Kameras, mit denen man „nur" Fotografieren oder Videoclips aufnehmen kann. Schon längst sind Fotohandys mit drei, vier oder fünf Megapixeln angekündigt oder sogar im (asiatischen) Markt zu haben. Doch bei den meisten dieser Geräte sind gute Fotoergebnisse eher ein Zufallsprodukt. Denn allein ein hochempfindlicher Chip garantiert eben noch kein gefälliges Bild – eine Weisheit, die aus dem Kameramarkt hinreichend bekannt ist.

Als wohltuende Ausnahme muß deshalb das neue Nokia N90 angesehen werden. Das Multimedia-Handy hebt sich gleich durch verschiedene Ausstattungsmerkmale aus der breiten Masse heraus. So wurde zum Beispiel durch die Zusammenarbeit mit dem renommierten deutschen Objektivhersteller Carl Zeiss ein spezielles Tessar Autofokusobjektiv entwickelt, in dem sich die langjährige Erfahrung von Carl Zeiss in Sachen Objektivminiaturisierung und optischen Höchstleistungen mit den Erfordernissen eines modernen Mobiltelefons vereinen. Dabei kommt dem Nokia N90 auch zugute, daß Carl Zeiss in den vergangenen Jahren vielfach Erfahrungen als Objektivzulieferer für Digitalkamerahersteller sammeln konnte. Der Besitzer eines Nokia N90 kann sich daher darauf verlassen, daß die Algorithmen für die Bildverarbeitung im Gerät exakt auf die Optik und den Zwei-Megapixel-CMOS-Chip angestimmt wurden.

Bild oben: Die Bedienung der Digitalkamerafunktionen erfolgt über einen Fünf-Wege-Knopf und einen separaten Auslöser an der Geräteseite. Bild rechts: Mit dem Carl Zeiss Tessar und einem eingebauten Blitzgerät gelingen überdurchschnittlich gute Aufnahmen.

Viele Fotofunktionen

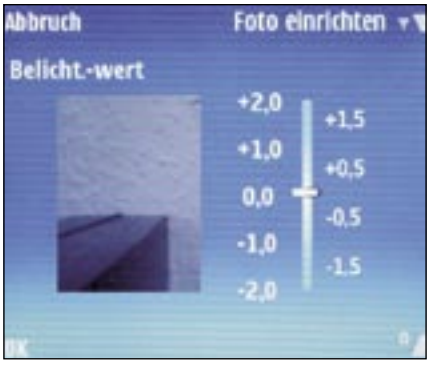
Doch auch wenn die notwendigen technischen Bedingungen für qualitativ hochwertige Bilder erfüllt sind, ist weder gewährleistet, daß die Fotoergebnisse den Fotografen zufriedenstellen, noch stellt ein so gut ausgestattetes Handy wie das Nokia N90 automatisch eine Alternative zu einer Fotokamera dar. Dazu braucht es zum Beispiel auch Fotofunktionen, die nützlich sein oder die Kreativität unterstützen können und zum festen Bestandteil von Digitalkameras gehören. Auch hier überrascht das Nokia N90 allerdings mit einer Funktionsvielfalt, die man nicht undedingt von einem Mobiltelefon erwarten darf und die in dem ein oder anderen Punkt über das hinausgeht, was viele Digitalkameras im Zwei-Megapixel-Segment mitbringen.

Um in den Fotomodus zu gelangen, reicht es, das Nokia N90 auseinanderzuklappen und den oberen Teil zu

drehen. Augenblicklich erscheint auf dem 352 x 416 Pixel großen und klaren Hauptdisplay, auf dem bis zu 262.144 Farben dargestellt werden können, ein Livebild, das von der seitlich angebrachten Kamera produziert wird.

Nach Betätigen des Buttons „Optionen“ an der linken unteren Ecke öffnet sich die erste Menüebene, in der der Anwender zum Beispiel wählen kann, ob er in den Videomodus oder zur Galerie wechseln will, ob er die Kamera für eine Aufnahme einrichtet, den Selbstauslöser aktiviert oder allgemeine Einstellungen vornimmt.

Will er die Kamera für eine bestimmte Aufnahmesituation kalibrieren, führt der Menüpunkt „Foto einrichten“ in die nächste Ebene, wo zunächst die weiteren Auswahlpunkte „Szene“, Blitz“, „Weißabgleich“, „Belichtungswert“ und „Farbton“ angeboten werden. Hinter dem Punkt „Szene“ verbergen



sich die Programmautomatik ebenso wie die Funktionen für Nahaufnahmen, Nacht, Sport und Porträt. Bemerkenswert ist hier, daß die jeweiligen Aufnahmemodi nicht nur durch einen Namen und ein Icon gekennzeichnet sind, sondern kurze Erläuterungen geben, ohne technisch zu werden. Insbesondere Einsteigern dürfte mit Aussagen wie „Porträt: Den eigenen Typ hervorheben“ oder „Sport: Für schnelle Bewegungen“ mehr gedient sein als mit Beschreibungen wie „Foto mit größter Blendenöffnung“ oder „Aufnahme mit kürzestmöglicher Verschlußzeit“.

Will der Anwender den eingebauten Blitz benutzen oder bewußt ausschalten, so stehen ihm die Funktionen Automatikblitz, Rote-Augen-Reduzierung, Blitz immer an, Blitz immer aus zur Verfügung.

Gleich fünf verschiedene Einstellungen bietet der Menüpunkt Weißabgleich, wo der Nutzer den Aufnahmechip an die Farbtemperatur von sonnigem oder bewölktem Himmel ebenso anpassen kann wie an das farbstichige Licht von Glühlampen und Neonröhren. Demjenigen, dem es schwer fällt, sich für die passende Einstellung zu entscheiden, hilft die Weißabgleich-Automatik zuverlässig.

Ein Feature, das keineswegs in vergleichbaren Digitalkameras selbstverständlich ist, ist die manuelle Belichtungskorrektur. Beim Nokia N90 ist sie im Bereich von plus zwei Lichtwerten bis minus zwei Lichtwerten stufenlos möglich. Ebenfalls nicht zur Standardausstattung von Digitalkameras im unteren Preissegment gehört die Möglichkeit, die Bilder in der Farbe Sepia zu tonen oder sie in ein Schwarzweißfoto bzw. ein Negativ umzuwandeln.

Als weiteres Ausstattungsmerkmal für die Bildaufnahme bietet das Nokia N90 einen Selbstauslöser mit zwei oder zehn Sekunden Vorlaufzeit.

Einstellungen

Im Bereich Einstellungen kann der Nutzer wesentliche Parameter für seine Fotos festlegen. So kann er sich zum Beispiel zwischen drei verschiedenen Bildqualitäten entscheiden. Auch hier

sind die Kurzformeln „Hoch“, „Mittel“ und „Niedrig“ wieder näher erläutert, und zwar zum einen durch die Dateigröße (2 MB, 0,5 MB, 0,3 MB), zum anderen aber, und auch das dürfte für

Einsteiger wieder hilfreich sein, durch die jeweilige Verwendungsmöglichkeit (Druck, E-Mail, MMS). Weiterhin wird hier festgelegt, ob das gerade aufgenommene Foto in ein Album eingefügt werden soll, ob es auf dem internen 31 MB-Speicher des Nokia N90 oder auf einer wechselbaren RS-MMC, die problemlos in einen Steckplatz an der Geräteseite eingeführt wird, abgelegt werden soll. Schließlich kann der

Nutzer über den Menüpunkt Einstellungen auch noch entscheiden, ob das Autofokusfeld eingeblendet und das jeweilige Foto direkt nach der Aufnahme auf dem Monitor angezeigt werden soll. Während der Aufnahme zeigt übrigens eine grüne LED an der Seite des Displays, wenn die Scharfstellung erfolgt ist.

Bildbearbeitung

Ist die Aufnahme im Kasten, enden die kreativen Möglichkeiten nicht. Denn neben den verschiedenen Optionen für die Bildaufnahme bietet das Nokia N90 auch noch eine Vielzahl von Nachbearbeitungsmöglichkeiten. Diese beginnen bei „handwerklichen" Veränderungen wie Schärfe- oder Farbtonkorrektur und reichen über die Umwandlung in Schwarzweiß oder Sepia oder der Auswahl eines Ausschnitts bis zum Einfügen von Text ins Bild oder des Bildes in einen Rahmen. Mit Hilfe von im Gerät gespeicherten Cliparts oder Comicsymbolen kann derjenige, der so etwas mag, seinen Bildern noch einen persönlichen Touch geben. Positiv fallen bei der Bildnachbearbeitung zwei Dinge auf: Zum einen lassen sich alle Bildveränderungen rückgängig machen, solange das Bild nicht gespeichert ist (also auch dann, wenn inzwischen mehrere Bearbeitungsschritte vollzogen wurden), zum anderen werden veränderte Bilder beim Speichern automatisch als Kopie abgelegt. So bleibt das Original erhalten und der Nutzer kann gegebenenfalls erneut auf die Ursprungsdatei zurückgreifen.

Weiterverwendung

Bis zu diesem Punkt ist das Nokia N90 hinsichtlich seiner Fotoaufnahme- und -bearbeitungsfunktionen durchaus mit entsprechenden Digitalkameras zu vergleichen. Bei der Frage aber, was geschieht mit dem Bild, wenn es dann schließlich in der vom Nutzer gewünschten Endfassung vorliegt, zeigen sich die Stärken eines Multimediagerätes gegenüber einer herkömmlichen Fotokamera. Zwar lassen sich auch von Digitalkameras direkt über kompatible Fotodrucker oder Fotokioske Bilder printen (beim Nokia N90 stehen zu diesem Zweck eine kabellose Bluetooth-Schnittstelle, ein Datenkabel oder die Wechselspeicherkarte als Alternative bereit), aber mit der Möglichkeit, die Bilder auch schon von unterwegs aus verschicken oder in ein Fotoalbum im Internet stellen zu können, bietet das Nokia N90 dem Nutzer einen Mehrwert, den der Fotohandel im Verkaufsgespräch am Point of Sale nutzen sollte. Mit Blick auf den direkten Fotodruck ist übrigens erwähnenswert, daß das Nokia N90 dem Anwender durch die integrierte Softwarelösung XpressPrint das Drucken sehr komfortabel macht und daß das Gerät PictBridge-kompatibel ist, ein Merkmal, das für Mobiltelefone noch nicht selbstverständlich ist.

Damit der Fotoversand auch per Mobilfunk schnell über die Bühne geht, ist das Nokia N90 UMTS-fähig. Bilder können als JPEG-Datei, reduziert als E-Mail-Anhang oder per Multimedia Message Service verschickt werden. Anwenderorientierte Softwarelösungen, die von Nokia selbst oder gemeinsam mit renommierten Partnern wie Kodak entwickelt wurden, sorgen auch hier dafür, daß die gewünschten Resultate mit wenigen Klicks zu erzielen sind.

Wer die gespeicherten Aufnahmen im Gerät betrachten will, kann das im Galeriemodus machen. Fotos und Videos, die mit der Auflösung von 352 x 288 Pixeln und 15 Bildern pro Sekunde aufgenommen werden, werden dabei durch verschiedene Symbole kenntlich gemacht. Um das Wiederfinden der Bilder zu erleichtern und die Ladezeit im Galeriemodus zu verkürzen, kann der Nutzer individuelle Ordner anlegen.

Fazit

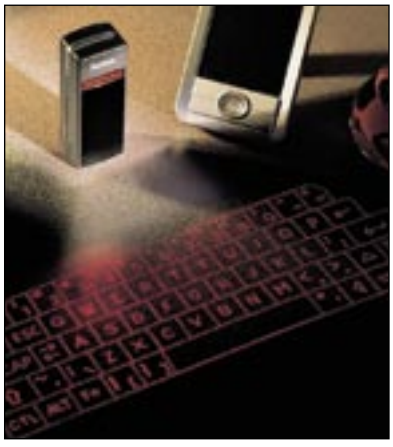
Mit dem Nokia N90 hat das finnische Unternehmen Nokia ein Gerät auf den Markt gebracht, das allemal das Zeug hat, in Konkurrenz zu Einsteiger-Digitalkameras zu treten. Allein die Vielfalt der fotografischen Möglichkeiten und die Qualität der Bildergebnisse überzeugt. Darüber hinaus hat das Gerät aber noch viel mehr zu bieten, zum Beispiel die Möglichkeit, Videos aufzunehmen, es kann seinen Besitzer dank zahlreicher Officefunktionen dabei unterstützen, den beruflichen und privaten Alltag zu organisieren, es kann als mobiles Audioabspielgerät genutzt werden, und es dient, natürlich, als hochentwickeltes Mobiltelefon. All dies macht das Nokia N90 zu einem ertragsversprechenden Mehrwertprodukt auch für den Fotohandel. hepä

Neue Taschenserie Faro von Cullmann

Die zunehmende Digitalisierung und Verschmelzung von Imaging und IT erobert neue Zielgruppen mit hohen Ansprüchen an Funktionalität, Qualität und Design. Diesem Trend will Cullmann mit der neuen Taschenserie Faro Rechnung tragen. Faro steht für ein breit gefächertes Programm, das

von kleinen Hard Cases für kompakte Digitalkameras bis zum Fotorucksack und einer Notebooktasche reicht. Die schwarzen Taschen und Rucksäcke zeichnen sich durch schlichte Eleganz, Robustheit und Funktionalität aus. Ein neuartiges Rücken-Tragesystem ist mit verschiedenen Faro-Taschen kompatibel. Zu den Kennzeichen der Serie gehören der verdeckte Reißverschluß, die Lederabdeckung des Reißverschlußschiebers an den innenliegenden Netztaschen und die Polsterung aus schockabsorbierendem, geschlossenporigem Schaumstoff. Ein weiches Innenfutter bietet zusätzlichen Schutz. Alle Hard Cases und Taschen sind mit Schultergurt mit Metall-Karabinerhaken ausgestattet.

Virtuelle Tastatur von Hama



Auf Smartphones, PDAs oder Handys längere Texte zu schreiben, ist ein schwieriges und oft nervenraubendes Unterfangen. Zusatztastaturen stellen da eine große Erleichterung dar und nehmen, sofern sie zusammenklappbar sind, auch wenig Platz in Anspruch. Sozusagen sogar gänzlich unsichtbar ist die neue virtuelle Tastatur, die Hama am IFA-Stand in Berlin als ein technisches Highlight präsentiert. Ein nur feuerzeuggroßer Projektor, der per Bluetooth Funktechnik mit dem Mobilgerät verbunden wird, überträgt eine rund 30 x 10 cm große Tastatur auf jeden beliebigen, glatten und nicht reflektierenden Untergrund. Wird der Projektor abgeschaltet, verschwindet auch die Tastatur. Ein Sensor erkennt über Lichtreflektionen, welches Feld berührt wird und löst ein Signal aus. Akustisch wird dem Nutzer die Tastenbetätigung mitgeteilt. Obwohl der im Projektor integrierte Akku für bis zu 120 Stunden Betriebszeit sorgt, ist längst nicht nur der mobile Einsatz interessant. Überall dort, wo auf absolute Sauberkeit geachtet werden muß, ist die Tastatur mit QWERTY-Layout (das ist nicht das

digitalfoto & logistic
df&l GmbH

Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!

CH-123:
Ladegerät für Akkus BP-CR 123

digitalfoto & logistic
Frankfurter Straße 52-56 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany
Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 96 · E-Mail: info@dflogistic.de · www.dflogistic.de

in Deutschland übliche QWERTZ-Layout) eine praktische Lösung – zum Beispiel in Labors oder Arztpraxen. Sie kann nämlich über einen Bluetooth-Dongle auch an PCs oder Laptops mit Windows 2000 oder XP angeschlossen werden. Der Projektor ist für den Handel ab September inklusive Tasche, Treiber und Ladegerät erhältlich.

Neue Epson Scanner für Einsteiger

Zum Scannen von Texten, Fotos, Negativen, Dias oder 35 mm-Filmstreifen eignen sich die beiden neuen Scannermodelle Perfection 3490 Photo und Perfection 3590 Photo von Epson. Die Bedienung der Geräte ist laut Hersteller extrem einfach: Es reicht, die Scanvorlage einzulegen und den Startknopf zu drücken. Ob es sich um ein Diapositiv oder ein Negativ handelt oder ob eine schwarzweiße Textvorlage oder ein knallbuntes Foto gescannt werden soll, erkennen die neuen Talente von Epson selber. Anwender, die ihrer klassischen Kamera die Treue halten oder Negative und Dias einlesen möchten, können dank integrierter Durchlichteinheit bis zu vier Negative oder drei gerahmte Dias in einem Scanvorgang digitalisieren. Der automatische Filmeinzug des Epson Perfection 3590 Photo erleichtert das Archivieren von Negativstreifen. Beide Scanner können darüber hinaus mit einem optional erhältlichen Aufsatz bis zu 24 Fotos verarbeiten. Die 3.200 x 6.400 ppi Auflösung bietet scharfe Bilder. Das Softwarepaket ist inklusive. Es umfaßt die Scan- und Bildbearbeitungstools Epson Creativity Suite, ArcSoft PhotoImpression 5 und Abbyy Fine Reader Sprint 6. Beide Geräte stehen dem Handel ab sofort zur Verfügung.

Traditionelles Golfturnier von Konica Minolta

Foto trifft Fußball

Starkes Team (v. l.): Bernd Dreher (Torwart und Jugendtrainer beim FC Bayern München), Norbert Alt (Geschäftsführer Admix), Gerd Haas (Foto Haas, Hannover) und Kazunari Hanada, General Manager Camera Operation, Konica Minolta, International Sales Division.

Der Gag war gut, kommt nicht die Auswirkung als Bumerang zurück. „Der Platz hat mein Spiel nicht angenommen", begründete Karl Hopfner, Vorstandsmitglied der FC Bayern AG, seinen 28. Rang (Bruttowertung) am Ende des traditionellen Golfturniers von Bayern-Sponsor Konica Minolta beim GC Reit im Winkl-Kössen.

Dem Platz, mit Blick auf Unterberg und Wilden Kaiser, wird dies ziemlich egal sein. Doch Michael Ballack, Ze Roberto, Sebastian Deisler & Co. könnten die Vorlage einreihen in ihre Stoffsammlung wie „Heute war nicht unser Tag" oder „Auf der Leistung der letzten fünf Minuten können wir aufbauen".

Vereins-Vize Karl Scherer mußte trotz einer Spritze von Dr. Müller-Wohlfahrth wegen einer schmerzhaften Zerrung im Arm aufgeben – doch da war ja noch Manager Uli Hoeneß, der stolz vier Finger seiner rechten Hand zeigte, verschwitzt strahlte und mitteilte: „Forty Points". Genau 40 Punkte erzielt, Rang sechs in seiner Klasse belegt, das Handicap beachtlich auf nunmehr 20,9 heruntergespielt. Dazu noch eine positive Titelstory im Manager Magazin – kein Wunder, daß die gespendeten, aus eigener Produktion stammenden Nürnberger Bratwürste vom Grill mundeten. Der Aufwand von Hoeneß also, direkt von Stefan Effenbergs Abschiedsspiel in Mönchengladbach „eingeflogen" zu sein, hatte sich rentiert.

Norbert Keller (l.) und Martin Bongard, beide Gerneral Manager von Konica Minolta, konnten wieder zahlreiche Vertreter aus der Fotobranche und dem Profifußball zum Golfturnier begrüßen.

Voll konzentriert: Stephan Uhlenhuth, Inhaber von Uhlenhuth New Media (linkes Bild), FC Bayern München Manager Uli Hoeneß (mittleres Bild) und Timm Hormann, Vorsitzender des Photo+Medienforums (rechtes Bild, l.), der von CeWe Color Vorstandsmitglied Harald Pirwitz beobachtet wird.

Nicht nur das versteht der FC Bayern unter Sponsoren-Pflege. Als besonderer Preis wurde eine Reise zu einem Auswärtsspiel in der Champions League mit der Mannschaft verlost – und dem Gewinner als „Begleiter" der langjährige Marketing-Direktor des Unternehmens, Hans-Jürgen Diehl, zur Seite gestellt. Hopfner: „Unser Dank für eine lange, harmonische Zusammenarbeit." Nachfolger Diehls sind Martin Bongard und Norbert Keller, die Scheckübereichung für die Nachwuchsarbeit im Club des Ausrichters aber ließ sich Takashi Karasaki, Europa-Chef von Konica Minolta, nicht nehmen.

Nicht nur der Sieg der Brutto-Wertung (Mattias Auer) blieb in der „Familie", der GC Reit im Winkl-Kössen stellte die Ersten in allen Klassen. Was Präsident Willy Österreicher stolz machte und Karl Hopfner tröstet: Der Platz nimmt offensichtlich nur die „Heimmannschaft" an.

Ansmanns neue Generation des Digichargers

Die neueste Generation des Ansmann-Digichargers ist laut Hersteller in der Lage, vollkommen unterschiedliche Akkutechnologien intelligent zu laden. Das Universal-Ladegerät eignet sich für NiCd-/NiMH-Akkus der Größen Micro (AAA) und Mignon (AA) sowie für 3,7 V und 7,4 V Lithium-Ionen-Akkupacks für Digitalkameras. Durch zwei im Lieferumfang enthaltene Adapterplatten können die gängigsten Digital-Kamera-Akkupacks, weit über 100 Modelle, geladen werden. Durch einfaches Wechseln der Adapterplatte ist zusätzlich die Ladung von Micro- oder Mignon-

Akkus möglich. Microcontrollergesteuerte Ladeüberwachung für alle Akku-Technologien, Akku-Defekterkennung und automatische Einstellung auf die Akkuspannung gehören ebenfalls zu den Kennzeichen des Ladegerätes. Ladeanzeige über LED sowie ein akustisches Signal informieren über den Ladezustand des Akkus während der Ladung.
Dank AC-Netzteil (230 V) und KFZ-Adapter (12V) ist das moderne Ladegerät stationär und mobil einsetzbar. Der Ladestrom beträgt ca. 800 mA. Ansmann gewährt drei Jahre Garantie auf dieses Ladegerät.

180°-Fish-Eye-Vorsatz für HD-Videokamera HDR-FX1 von Sony

Raynox hat den Fish-Eye-Konverter HD-FXR180 mit erheblich gesteigertem Auflösungsvermögen speziell für den Sony-HDV-Camcorder HDR-FX1 entwickelt. Die hier gültige PAL-Norm hat 625 horizontale Zeilen, von denen 580 sichtbar sind. Mit 625 Lp/mm (Linienpaaren pro Millimeter) in der Bildmitte, bezogen auf einen Kontrast von 30 Prozent, übertrifft der HD-FXR180 die bisher verfügbaren Fish-Eye-Videokonverter, die je nach Typ knapp über 300 Lp/mm bis maximal knapp über 500 Lp/mm im Zentrum

erreichen, um mindestens den Faktor 1,2 bis 2. Da dieser Konverter speziell für den Sony-HDV-Camcorder bestimmt ist, sind auch Öffnungsdurchmesser, Anschlußgewinde und die optische Konstruktion optimal auf das Zeiss-Zoom dieses semiprofessionellen Camcorders abgestimmt. Je nach Brennweiteneinstellung des Camcorder-Zooms verändert sich der Bildwinkel mit vorgeschaltetem Fish-Eye-Konverter. Bei kürzester Brennweite wird im 16:9-Modus der klassische Fish-Eye-Winkel von 180° über die Bilddiagonale erreicht, wenn das Bild über ein Fernsehgerät wiedergegeben wird. Der aus fünf Linsen aus hochwertigem optischen Glas in vier Gruppen aufgebaute, auf allen Glas-Luft-Flächen vergütete Fish-Eye-Konverter Raynox HD-FXR180 ist ab sofort lieferbar.

digitalfoto & logistic
df&l GmbH

Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!

BP-1300:
4x NiMH-Akkus 2400 mAh

digitalfoto & logistic
Frankfurter Straße 52-56 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany
Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 96 · E-Mail: info@dflogistic.de · www.dflogistic.de

Neues Megapixelhandy W550i von Sony Ericsson

Sony Ericsson hat ein neues Mitglied seiner Walkman Familie vorgestellt: Das smarte W550i bietet neben der Musikfunktion in Stereoqualität auch eine integrierte 1,3-Megapixel-Kamera, verschiedene Spiele und einen Internet-Browser. Mit der 1,3-Megapixel-Kamera mit Vierfach-Digitalzoomfunktion lassen sich Videoclips aufzeichnen und Fotos schießen. Nach der Aufnahme können die Clips und Fotos via MMS oder Bluetooth versandt werden. QuickShare ermöglicht dem Benutzer darüber hinaus mühelos das Verschicken, Speichern und Drucken von Bildern. Für die Klangqualität des W550i zeichnet ein Music-Player verantwortlich. Gehört werden können die gespeicherten Musikstücke entweder über externe Stereolautsprecher oder über Stereokopfhörer (im Lieferumfang enthalten). Mit der benutzerfreundlichen Disc2Phone PC-Software und einem 256 MB internen Speicher, der das Speichern von 60 bis 120 normalen MP3 oder AAC Musiktiteln ermöglicht, kann die Musik ganz einfach und schnell auf das Walkman Handy geladen werden. Um Konzert- und Filmprogramme, Suchmaschinen und Webmail abzurufen, steht ein Internet-Browser zur Verfügung, der verschiedene Betrachtungsoptionen zur Auswahl bietet. Im Vollmodus kann man über die gesamte Seite scrollen – auf Wunsch können die Informationen aber auch in einer einzigen Spalte dargestellt werden. In jedem Fall liefert das helle 1,8-Zoll TFT-Display mit 262.000 Farben klare Bilder. Eine große Auswahl an Style-Up Covern steht für die individuelle Gestaltung des Mobiltelefons zur Verfügung. Dieses Zubehör gibt es passend zu Hintergrundbildern,

Themen und Start-Up- und Shut-Down-Animationen, die von Fun & Downloads heruntergeladen werden können. Das W550i ist ein Triband/GPRS-Mobiltelefon.

Meilensteine

• 1964: Gründungsjahr von Gold Peak Electronic Co. Ltd. in Hongkong. Das Unternehmen startet Mengenproduktion von Trockenbatterien.

• 1984: Gold Peak wird an der Börse in Hongkong gelistet. Die neue Aktiengesellschaft umfaßt die Geschäftsfelder Batterie und Elektronik.

• 1990: GP Batteries International verlagert Hauptsitz nach Singapur.

• 1992: GP Batteries etabliert deutsche Niederlassung in Meerbusch bei Düsseldorf. Die GP Battery Marketing (Germany) GmbH startet Vertrieb und Vermarktung von GP Produkten in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

• 1999: GP Batteries gewinnt bei den „Hong Kong Top Ten Brandnames Awards“, die vom Verband chinesischer Industrie in Hongkong jährlich vergeben werden.

• 2001: Der Produktionsstandort von GP Batteries in Taiwan beginnt mit der Massenproduktion der 2100 mAh Lithium Ion 18650 Batterie.

• 2002: GP gehört laut statistischem Bundesamt in Hongkong hinsichtlich Verkaufszahlen zu den Top Ten-Batteriemarken in China.

• 2002: Weltweite Einführung der GP 2000 NiMH-Akku-Serie, die der steigenden Nachfrage nach Hochleistungsakkus für moderne portable Elektrogeräte nachkommt.

• 2002: GP Batteries erwirbt 75 Prozent der ausgegebenen Aktien von Zhongyin (Ningbo) Battery Co., Ltd. („Ningbo Batteries“), Chinas zweitgrößtem Alkaline-Batteriehersteller.

• 2004: GP Batteries wird in Hongkong zum zweiten Mal unter den „Top Ten“-Marken gelistet und erhält in diesem Zuge den „Hong Kong Top Ten Brandnames Award“ 2003 des Verbandes der chinesischen Industrie.

GP Battery liefert paßgenaue Lösungen

Mit über 10.000 Mitarbeitern auf allen Kontinenten der Erde gehört GP Batteries International Ltd., Singapur, zu den größten Batterie- und Akkumulatorenherstellern weltweit. Produktionsstandorte und Forschungsniederlassungen befinden sich in Asien, den USA und in Europa. Für den Vertrieb und die Vermarktung von GP Produkten in Deutschland ist die GP Battery Marketing (Germany) GmbH zuständig. Vom Hauptsitz in Meerbusch (bei Düsseldorf) und einer Vertriebsniederlassung in Stuttgart aus versorgt ein derzeit 25köpfiges Team um Geschäftsführer Claude Prat den Fachhandel seit 1992 mit attraktiven Batterie- und Akkuangeboten.

GP Batteries hält für Endverbraucher ein umfassendes Produktsortiment bereit, zu dem neben Batterien und Akkus auch Ladegeräte gehören. Für den Fotohandel besonders interessant sind die GP Akku-Packs für Digitalkameras, die GP Photo Lithium Batterien für analoge und digitale Kameras, die speziellen Li-Ion- und NiMH-Akku-Packs für Camcorder sowie die Li-Ion- und NiMH-Akku-Packs für Mobil- und Schnurlostelefone führender Hersteller.

Die GP Akku-Packs für den digitalen Fotobereich sind speziell für den extrem hohen, dafür aber kürzeren Strombedarf von Digitalkameras entwickelt worden. Die sehr leichten Packs zeichnen sich durch höchste Kapazität, maximale Energiedichte und lange Laufzeiten aus. Sie sind kompatibel zu den Original-Packs der meisten führenden Marken digitaler Fotokameras. Besonders hochentwickelte Produkte sind die GP Photo Lithium-Batterien, die es für alle Kameras großer Hersteller gibt. Sie bieten lange Laufzeiten auch bei wechselnden Umgebungstemperaturen und behalten selbst bei Frost stets ihre volle Leistung.

Auch die lange Einsatzbereitschaft von Camcordern wird durch spezielle Lithium-Ionen- und Nickel-Metallhydrid-Akku-Packs mit maximaler Energiedichte gewährleistet. Diese Packs

Lesen Sie in

• Ausgabe 10/05: Batterie ist nicht Batterie – worauf Sie beim Verkauf von Energiezellen achten müssen

• Ausgabe 11/05: Ladegeräte von GP Battery sorgen für lange Lebensdauer der Akkus

sind ebenfalls kompatibel mit den Original-Packs vieler großer Hersteller, darunter Sony, Canon, Nikon, Konica Minolta und JVC Professional.
Auf Li-Ion- und NiMH-Technologie greift GP auch bei der Herstellung von Akkus für Mobiltelefone zurück. Die GP Akku-Packs für Handys gelten als besonders zuverlässig und sind kompatibel zu vielen Geräten führender Hersteller, darunter Nokia, Motorola und Sony Ericsson. Paßgenaue Energielösungen gibt es bei GP darüber hinaus noch für die Bereiche Funkfernbedienung & LED-Leuchten, Spielzeug & Hobby, Uhren & Elektronik sowie Hörgeräte.

Erfolg durch breites Angebot

Diese Breite und vor allem die hohe Qualität des Sortiments begründen den Erfolg des Unternehmens: In China liegt die GP Batteries Group bereits auf Platz eins des Batteriemarktes. Der Erfolg im chinesischen Markt trug im Jahr 2004 wesentlich zum Erreichen des weltweiten Jahresumsatzes von zirka einer Milliarde US-Dollar bei. Der Bereich Energie hatte dabei einen Anteil von rund 477 Millionen US-Dollar oder rund 47,7 Prozent des Gesamtergebnisses. Seit 1999, damals wurde ein Umsatz von 269 Millionen US-Dollar erreicht, ist das Unternehmensergebnis kontinuierlich gestiegen. GP Batteries verfügt über ein weltumspannendes Distributionsnetz, das sich aus firmeneigenen Niederlassungen und internationalen Vertriebspartnern zusammensetzt.

Die GP2500 Akkus gehören zur jüngsten Generation der GP Produkte.

GP Battery versorgt mobile Urlauber mit Energie – Promotionpakete versprechen Händlern hohen Ertrag

Im Rahmen seiner Herbstpromotion hat GP Battery für den Fotohandel eine Reihe attraktiver Pakete gepackt. Sie sollen vor allem die speziellen Bedürfnisse mobiler Urlauber befriedigen, die den Indian Summer nutzen, um beim Wandern in den Bergen, beim Biking oder Camping Entspannung zu finden. Die Pakete berücksichtigen die verschiedenen Ansprüche der Geräte, in denen sie benutzt werden sollen, und versprechen Händlern hohe Gewinnspannen von bis zu 470 Euro. Außerdem sorgt die optimale Zusammensetzung der Pakete für eine hohe Umschlaggeschwindigkeit am Point of Sale. Die Power-Pakete beinhalten ausschließlich die zur Urlaubszeit im Handel gefragtesten Batterien und Akkus.
Für den Fotobereich hält GP zwei lukrative Angebote bereit: Zum Foto-Urlaubspaket gehören die gefragten Lithium- und Alkali-Batterien. Für die Freunde wiederaufladbarer Batterien gibt es dagegen das GP Akku-Paket mit allen wichtigen Mignon- und Microakkus sowie den passenden GP PowerBanks „Travel“ und „Quick“. Im Schnupperpaket „Super Alkaline“ sind dagegen beispielsweise die im UE-Bereich gängigsten Micro- und Mignonbatterien sowie die beliebten 9V-Blöcke enthalten. Das umfassendere Startpaket bietet zusätzlich die ebenfalls interessanten Typen „Baby“ und „Mono“.
Die Herbstaktion von GP Battery gehört zu der in diesem Jahr auf dem europäischen Markt gestarteten Expansionsoffensive von GP Batteries International Ltd. – der Muttergesellschaft von GP in Singapur. „Unser Ziel ist es, mit unseren periodisch wiederkehrenden Handelsaktionen gezielt den Bedürfnissen am PoS zu begegnen. Wir konzentrieren uns dabei in enger Zusammenarbeit mit unseren Partnern aus dem Großhandel auf das saisonal bedingte Kaufinteresse“, erklärte Marketingleiter Alexander Pasch die Strategie von GP Battery. Der Herbst sei für viele Naturliebhaber zum Beispiel die ideale Jahreszeit für eine Reihe von Outdooraktivitäten. So entstehe eine erhöhte Nachfrage nach Fotobatterien, aber auch nach Akkus für portable Elektrogeräte. „Da die Wahl der richtigen Batterie dabei oftmals schwer fällt, haben wir eine übersichtliche Broschüre im Taschenformat entwickelt, die zu je 100 Stück zusätzlich jedem GP Herbstpaket beigelegt ist und dem interessierten Kunden mitgegeben werden kann“, so Pasch.
Die GP Aktionspakete inklusive Verbraucherbroschüren, Metalldisplays (neun Haken) und einer kleinen Überraschung können ab sofort über den Großhandel bezogen werden. Die Promotion wird kommunikativ mit Anzeigen und intensiver Medienarbeit flankiert.

„der grosse foto-ka

Auf CD, O

Mit einem völlig neuen Cross-Media-Konzept ist „der grosse foto-katalog“ 2005/2006 jetzt neu erschienen. Das jahrzehntelang bewährte Nachschlagewerk kombiniert die Vorteile von traditionellen und digitalen Medien, um dem Fotohandel umfassende Produktinformationen über das aktuelle Angebot der Markenindustrie zur Verfügung zu stellen. Das neue Konzept bietet ganz neue Möglichkeiten für Einkauf und Verkauf.

Die Digitalisierung der Fotografie hat zu Produktzyklen geführt, die in vielen Fällen nur wenige Monate lang oder besser kurz sind. Mit diesem Tempo kann ein gedruckter, aufwendig gestalteter Katalog allein nicht immer mithalten. Deshalb nutzt die neue Ausgabe des grossen foto-kataloges konsequent die Vorteile digitaler Medien.

Produktinformationen schnell im Griff

Die Produktinformationen des grossen foto-kataloges finden die Anwender jetzt auf einer CD, die der gedruckten Ausgabe beiliegt. Auf dieser CD kann man nicht nur schnell Informationen und Verkaufsargumente zu dem gewünschten Produkt finden, sondern auch vergleichbare Artikel oder das passende Zubehör – und das mit wenigen Mausklicks.

Diese Produktinformationen können für den Kunden ganz einfach ausgedruckt werden – und zwar mit dem eigenen Verkaufspreis des Händlers. Wenn der PC eine Internetverbindung hat, können in vielen Fällen auch Prospekte der Hersteller oder sogar komplette Bedienungsanleitungen heruntergeladen werden.

Ebenso schnell gelangen die Anwender zum Internetportal des jeweiligen

Die Produktinformationen des grossen foto-kataloges finden sich jetzt auf der aktuellen CD. Mit wenigen Mausklicks können vergleichbare Produkte und passende Zubehör-Artikel gefunden werden. Alle Produktinformationen können leicht ausgedruckt werden – mit dem individuellen Preis des Händlers.

atalog“ 2005/2006 ist da!

Online und Print

Suche leicht gemacht: Das gewünschte Produkt ist mit der Suche nach Sortimentsbereich oder nach dem Namen schnell zu finden.

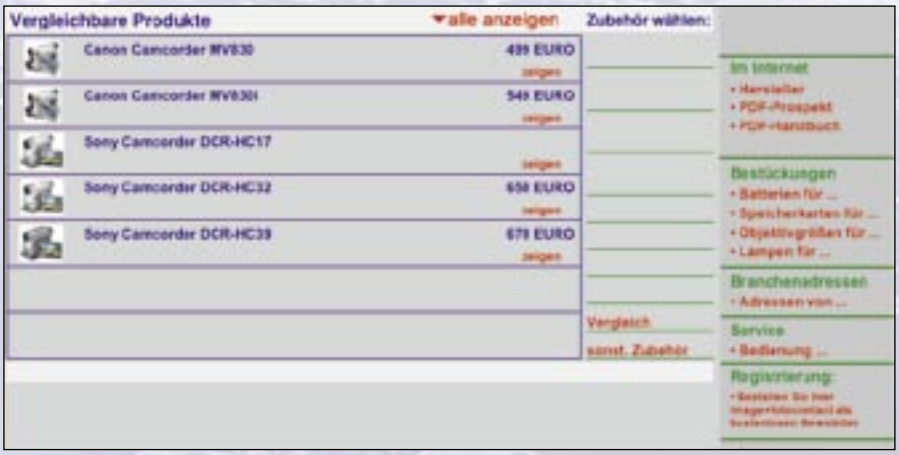
Anbieters – zum Beispiel um eine Bestellung aufzugeben.
Im Abstand von einigen Monaten wird für die CD eine kostenlose Aktualisierung herausgegeben. Damit kann der Fotohandel stets auf aktuelle Produktinformationen zurückgreifen.

Ständig aktuell im Internet

Damit dem Fotohandel jederzeit auch Informationen über die neuesten Produkte zur Verfügung stehen, gibt es den grossen foto-katalog zusätzlich im Internet – und zwar auf dem Branchenportal des C.A.T.-Verlages www.worldofphoto.de. Mit einem Klick auf das Banner „der grosse foto-katalog“ wird der Online-Katalog geöffnet.
Zur schnellen Information über aktuelle Ereignisse in der Foto- und Imagingbranche und die neuen Produkte, die in den grossen foto-katalog online aufgenommen werden, gibt es den Email-Newsletter imaging+foto-contact online – er steht imaging+foto-contact Abonnenten kostenlos zur Verfügung und kann mit einer formlosen Email an newsifc@cat-verlag.de angefordert werden.

Unentbehrlich am Point of Sale: Der gedruckte Teil

Auch beim neuen grossen foto-katalog braucht der Fotohandel nicht auf gedruckte Informationen zu verzichten:



Zu dem Produkt werden vergleichbare Artikel und passendes Zubehör angezeigt.

Im Print-Teil finden sich alle wichtigen Hersteller-Adressen und Informationen sowie, wie gewohnt, der komplette Service-Teil mit Bestückungslisten für Batterien, Lampen, Speichermedien, Objektive etc. So sind die passenden Zubehör-Artikel und Verbrauchsmaterialien auch ohne PC sofort zu finden – und zwar für fast alle Foto-Produkte in den Haushalten, auch solche, die schon seit Jahren nicht mehr auf dem Markt sind.

Mit der Kombination von CD, Internet und Printausgabe ist das Informationsangebot im grossen foto-katalog jetzt noch aktueller, schneller und umfangreicher als jemals zuvor. Und eines bleibt: Nach wie vor erhält jeder Fotohändler ein Exemplar kostenlos. Die Printausgabe mit der CD wird in diesen Tagen ausgeliefert.
Und selbstverständlich informieren wir Sie auch weiterhin aktuell jeden Monat in imaging+foto-contact, der größten Fachzeitschrift der Fotobranche, über wichtige Branchenereignisse, Neuheiten und Hintergründe.

Alltag in einem Fernsehteam (II)

Ulrich Vielmuth

Jeder Fernsehzuschauer kann sich bestimmt gut vorstellen, daß ein Drehtag nicht immer ohne kleine Reibereien und Wortgeplänkel im Team vorübergehen kann. Obwohl der Assistent meistens fest dem Kameramann zugeordnet ist, die beiden also wirklich ein Team bilden, kommen je nach Aufgabenstellung noch ein Beleuchter und natürlich von Produktion zu Produktion ein anderer Redakteur hinzu. Das hängt vor allem davon ab, für welche Redaktion man dreht. Das Spektrum ist weit gefächert: von der regionalen „Landesschau“ über die Moderationsaufzeichnung für „Landesart“, ein wöchentliches Kulturmagazin oder ein sogenanntes Erklärstück für „Info Markt“, ein beliebtes Verbrauchermagazin im Südwestfernsehen.

Üblicherweise liegt bei uns erst am Abend vorher der Auftrag für den nächsten Tag im namentlich gekennzeichneten Fach neben der Kamera-Dispo, aus dem alles Nötige und für das Team Wissenswerte hervorgeht. Wohin die Reise geht, die genaue Adresse und vielleicht – wenn man Glück hat – noch eine genaue Wegbeschreibung, die kurzgefaßte Beschreibung des Filminhalts und der genaue Treffpunkt mit Zeitangabe und zu guter letzt noch die Produktionsnummer (für die Verwaltung) und das budgetierte Drehende.

Manchmal sage ich, und da feixen schon meine Kollegen vom Licht oder der Kamera-Assistenz, wenn es nicht ganz so geschmiert läuft: „Es gibt Tage, da verdiene ich mein Geld leicht, aber es gibt wiederum auch Tage, da muß ich mein Geld schwer verdienen – heute ist so einer!“ Der Redakteur hört das vielleicht, und entweder enthält er sich eines Kommentars oder grinst sich eins. Wenn ich nun nach einigen Stunden Drehzeit merke, daß sich doch einiges wiederholt und ich nach meiner Erfahrung doch viel zu viel in Anbetracht der eingeplanten Sendelänge aufgenommen habe, lasse ich dann – als verbale Warnung an die Adresse des Redakteurs gerichtet – folgenden Spruch hörbar vom Stapel: „Der Film wird ja nicht länger, auch wenn wir mehr drehen....!“ Dieser ironisch gemeinte Spruch voller Lebensweisheit verfehlt dann in aller Regel nicht seine Wirkung.

Oder: Ein Reporter als Einsteiger in den Fernsehjournalismus, meistens frisch von der Hochschule, möchte seinen Text mit passenden Bildern unterlegen. Das kann aus lauter Unerfahrenheit zum „bebilderten Hörfunk“ führen, wenn im Bild ein Schild ganz klar den Ort kennzeichnet, der dazugehörige Kommentartext den Namen zu allem Überfluß noch einmal nennt!

Alltag im Fernsehteam heißt auch für den Kameramann als Teamchef, sich zurückhaltend zu verhalten, wenn bei Drehschluß in einem Werk kleine Geschenke aus der Fabrikation verteilt werden. Frei nach Schillers „Wilhelm Tell“: „Der brave Mann denkt an sich selbst zuletzt....“ Ähnlich verhält es sich, wenn das zweite Aufnahmeteam schon abgedreht hat und zur vorgerückten Stunde entschieden werden soll, wer zuerst Feierabend machen kann und nach Hause fahren darf.

Bei Streit im Team sollte der Kameramann sich ausgleichend verhalten, zwischen den Kontrahenten vermitteln und eine Lösung des Problems herbeiführen. Das kann schon mal bei längeren Dreharbeiten im Ausland unter ungünstigen Bedingungen geschehen. Die Gründe sind vielfältig, oft sind es so banale Dinge wie ein schlechtes Hotel oder fremdartiges Essen. Die längere Trennung von den Lieben daheim kann unter diesen ungünstigen Umständen obendrein noch als Katalysator wirken. Deshalb ist die optimale Zusammenstellung der Aufnahmeteams für solche Drehs die halbe Miete, fast Garant für einen guten Film. Dreiwöchige Drehs in Grönland bis rauf in die Einsamkeit der Polar-Eskimos oder durch die Provinzen Argentiniens auf den Spuren eines von der Militärjunta ermordeten Bischofs können nur von einem menschlich und kollegial funktionierenden Team gemeistert werden. Denn man verbringt zwangsläufig auch die Freizeit miteinander.

Weltweit unterwegs

Während unserer Dienstreisen darf immer flott gearbeitet werden, denn die Produktionszeiten sind ständig enger geworden. Damit es noch kostengünstiger wird, werden zunehmend von der Produktionsleitung gerne Aufnahmeteams vor Ort rekrutiert. Dadurch können Anreise, Hotel und Leihwagen oder gar Taxikosten eingespart werden. Aber die festangestellten eigenen Teams der Fernsehanstalten bleiben zu Hause, drehen dafür beim Sender um die Ecke ihre Filme. Nicht besonders motivierend für die alten Hasen unter den Kameraleuten, wenn sie nicht mehr die großen Auslandsdokumentationen machen dürfen!

Wer unterwegs krank wird, kann für das Team zum Problem werden. Denn trotz Seekrankheit, Sonnenstich oder Magenverstimmung muß die Arbeit gemacht werden. Denn man ist ja im Sender mit einem ganz konkreten Auftrag losgefahren und kann nicht einfach mit (fast) leeren Händen zurückkommen. Längeres Unwohlsein oder gar Krankheit kann für den einzelnen in der Fremde schon einmal ziemlich hart sein. Man hilft sich natürlich im Team gegenseitig, so gut es geht, doch der Kameramann kann nicht noch zusätzlich den Ton aussteuern und der Redakteur im allgemeinen keine anspruchsvolle Kameraarbeit leisten. Also heißt es in so einem Fall: Zähne zusammenbeißen, den nächsten Doc konsultieren und durch.

So ähnlich erging es mir bei Dreharbeiten zu einem dreiviertelstündigen TV-Feature über Andorra, dem Zwergstaat und Steuerparadies hoch in den Pyrenäen. Bei mehrstündigen Hubschrauberaufnahmen in 3.000 m Höhe, wobei ich bei zurückgeschobener Tür mit der Kamera auf der Schulter im Windschatten saß, hatte ich mir am rechten Auge ein „Gerstenkorn“ eingefangen. Nun konnte ich nicht mehr drehen, der Kamera-Assistent mußte ran. Doch in einem Krankenhaus der Hauptstadt Andorra la Vella wurde es mir fachmännisch ambulant entfernt. Am nächsten Tag stand ich wieder hinter der „Mühle“, die Insiderbezeichnung für Kamera.

Leica Oskar-Barnack-Preis 2005 geht an Guy Tillim

Mit seiner Fotoreportage „Johannesburg Story“ hat der südafrikanische Fotograf Guy Tillim den Leica Oskar Barnack Preis 2005 gewonnen. Die Reportage dokumentiert den Wandel der Stadt von einer urbanen Enklave der weißen Minderheit zu einer „afrikanischen Stadt“, wie es der Fotograf formuliert. Der schnelle Wechsel, gesteuert durch die Stadt- und Regionalverwaltung, hinterläßt traumatisierende Spuren. Das Entstehen einer schwarzen, entwurzelten Unterschicht bringt Johannesburg in eine erneute Gettoisierung unter verändertem Vorzeichen.

Die fotografische Suche nach Spuren des Wandels überzeugt formal wie inhaltlich: fragmentiert ist der Blick auf Abriß und Zerfall der städtischen Strukturen und Wohnungen, zerrissen und verloren bewegen sich hierin die Bewohner. Guy Tillim nähert sich dem Thema an – von dem Außenblick bis zur intimen Beobachtung von Details. Über die gelungene Dokumentation lokaler Auswirkungen historischer Prozesse hinaus wirft der Fotoessay Fragen über Identität und Würde des Menschen auf. Damit leistet er einen herausragenden Beitrag zum Wettbewerbsthema „Mensch und Umwelt“ des Leica Oskar Barnack Preises. 80 Jahre nach dem Durchbruch der Fotografie mit Kleinbildkameras dokumentiert der Fotograf, daß unabhängig aller technologischen Veränderungen des Bilderschaffens unveränderte Erfolgsfaktoren zu einer Weiterentwicklung des fotografischen Mediums führen: journalistische Neugier, Hartnäckigkeit und Einfühlungsvermögen sowie die Fähigkeit, eine individuelle visuelle Handschrift zu entwickeln.

Mit einer ehrenvollen Erwähnung wird der Essay „Sind Sie ein echter Frosch?“ der deutschen Fotografin Linn Schröder ausgezeichnet. Entstanden an unterschiedlichen Orten wie Warschau, Moskau und Hamburg verbindet die Bilder, von denen einige gefunden, andere inszeniert wurden, ihr formaler Aufbau und eine mysteriöse Stimmung. Basierend auf Texten des Japaners Haruki Murakami liefert die Bildserie einen im Wettbewerbsumfeld ungewöhnlichen, aber ebenfalls treffsicheren Beitrag zur Analyse des Verhältnisses von Mensch und Umwelt, der viel Raum für eigene Interpretationen läßt.

Der Leica Oskar-Barnack-Preis wurde erstmals 1979 anläßlich des 100. Geburtstages von Oskar Barnack (1879–1936) vergeben. Die prämierten Arbeiten der Gewinner sind regelmäßig in den internationalen Leica Galerien zu sehen – das gilt auch für die Arbeiten der Gewinner des Jahres 2005. Die Neuausschreibung des Wettbewerbs ist zum 31. Januar 2006 geplant. Die Ausschreibungsunterlagen sind in Kürze im Internet auf der Seite www.leica-camera.com unter der Rubrik Kultur – Events abrufbar.

Existenzgründer
...stehen irgendwie immer zwischen den Stühlen. Auf der einen Seite sind sie auf dem Sprung in die kaufmännische Selbständigkeit, auf der anderen Seite hängen sie noch an ihrer früheren Eigenschaft als Verbraucher fest. Der BGH hat nun klargestellt: Ein Unternehmerhandeln liegt bereits dann vor, wenn das zugrunde liegende Geschäft im Zuge der Aufnahme einer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit geschlossen wird (Urteil vom 6.4.2005 – XII ZR 225/03).

Abmahnung
...und Kündigung schließen sich gegenseitig aus. Das ist der Normalfall. Es kann aber auch anders gehen, wenn sich der Arbeitgeber in der Abmahnung eine nachträgliche Kündigung vorbehält (LAG Schleswig-Holstein – Urteil vom 19.10.2004 – 5 Sa 279/04): Ein Arbeitnehmer hatte für den Fall, daß er keinen Urlaub bekommt, eine Krankheit angedroht. Dafür kassierte er eine Abmahnung mit dem Hinweis, daß eine Kündigung folgt, wenn er seine Drohung wahr macht. Dann war er seinen Job los...

Raucher
...haben einen zunehmend schlechter werdenden Stand. Der gesetzliche Rahmen wird immer enger, und selbst die Betriebe müssen etwas tun, um ihre Nichtraucher vor den schädlichen Auswirkungen zu schützen. Dabei geht der Anspruch von Arbeitnehmern auf einen rauchfreien Arbeitsplatz aber nicht so weit, daß diese Arbeitsplätze auch außerhalb ihrer Arbeitszeit rauchfrei gehalten werden müssen (LAG Berlin – Urteil vom 18.3.2005 – 6 Sa 2585/04). Da muß das Lüften genügen...

Quadratmeter
...sind bei der Miete von Geschäftsraum ein preisbildender Faktor. Die Höhe der monatlichen Miete hängt – neben anderen Faktoren – natürlich sehr von der Fläche des Ladenlokals ab. Nun verläßt man sich bei Vertragsschluß oft auf Zeichnungen und mißt nicht extra nach. Es würde sich aber lohnen: Eine Mietfläche, die um mehr als 10 % unter der im Mietvertrag vereinbarten liegt, stellt einen erheblichen Mangel dar (BGH – Urteil vom 4.5.2005 – XII ZR 254/01). Folge: Mietminderung, Kündigung.

Im Focus: Wenn's wieder an der Zustimmung hapert...

Der **Kündigungsschutz Schwerbehinderter** hat eine soziale Funktion. Die gesetzlichen Bestimmungen sollen Arbeitsplätze sichern. Das führt bei Arbeitgebern häufig zu der falschen Annahme einer „Unkündbarkeit".

„Unkündbar", das ist ein **verbreiteter Irrtum**, ist niemand. Auch ein Schwerbehinderter nicht. Die Beendigung seines Arbeitsverhältnisses ist nur umständlich und schwierig. Der Arbeitgeber muß ein bißchen mehr tun, als bloß ein Kündigungsschreiben zu diktieren: Er muß einen Antrag stellen.

Die **Zustimmung des Integrationsamts** ist unerläßliche Voraussetzung für die Kündigung von Schwerbehinderten. Ausnahmen gibt es für Arbeitnehmer, die ohne Unterbrechung noch keine sechs Monate beschäftigt sind oder andere Voraussetzungen der Sonderbestimmung in § 90 SGB IX (Sozialgesetzbuch, Neuntes Buch) erfüllen. Ein rechtzeitiges Informationsgespräch hilft.

Die **Voraussetzungen der Schwerbehinderteneigenschaft** regelt § 2 Abs. 2 SGB IX: Schwerbehindert i.S. des SGB IX ist, wer einen Behinderungsgrad von wenigstens 50 hat. Mitarbeiter mit einer Behinderung von 30 bis unter 50 können eine Gleichstellung bekommen. Für sie gilt der besondere Kündigungsschutz dann ebenfalls. Und in beiden Fällen läuft ohne Behörden-Okay nichts. Das Integrationsamt klärt den Sachverhalt und trifft danach eine Entscheidung.

Die **Eigenschaft „schwerbehindert"** ist Arbeitgebern oft unbekannt. Der Schwerbehinderte braucht sich nicht zu outen. § 90 Abs. 2a SGB IX sieht deswegen vor, daß der besondere Kündigungsschutz dann keine Anwendung findet, wenn die Eigenschaft als schwerbehinderter Mensch im Kündigungszeitpunkt nicht nachgewiesen ist oder das Versorgungsamt wegen unterlassener Mitwirkung des Antragstellers die Feststellung nicht treffen kann. Der Behinderte muß seinen Sonderstatus spätestens drei Wochen nach der Kündigung geltend machen.

Hat ein Arbeitgeber **keine Kenntnis** von der Schwerbehinderung, mußte sich der Mitarbeiter früher innerhalb eines Monats nach Zugang der Kündigung darauf berufen, daß er schwerbehindert ist oder einen Anerkennungsantrag gestellt hat. Daneben konnte es ausreichen, wenn der Arbeitgeber anderweitig von der Behinderung Kenntnis bekommen hatte (BAG – Urteil vom 20.1.2005 – 2 AZR 675/03 – hier: Betriebsratsanhörung). Nach der Neuregelung genügt das nicht mehr: Die Schwerbehinderung oder Gleichstellung muß im Zeitpunkt der Kündigung nachgewiesen sein. Ausnahme: Die Schwerbehinderung ist offenkundig.

Sonntage
...sollen in der Regel beschäftigungsfrei sein. Bei zunehmender Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten muß man sich indes über den letzten Wochentag Gedanken machen. Stellt man beispielsweise einen Teilzeit-Mitarbeiter nur für Sonntage ein, kann man diesem Mitarbeiter aber dafür keinen Ersatzruhetag gewähren, weil der 6-tägig noch bei einem anderen Arbeitgeber schafft, ist das ein Beschäftigungshindernis, das eine Kündigung rechtfertigt (BAG – Urteil vom 24.2.2005 – 2 AZR 211/04).

Untermieter
...kommen als Retter in der Not, wenn der Hauptmieter nicht mehr kann oder nicht mehr will. Nach der gesetzlichen Grundregel in § 540 Abs. 1 BGB braucht der Mieter für die Gebrauchsüberlassung an Dritte jedoch von seinem Vermieter die Erlaubnis. Die darf er versagen, wenn der Vermieter durch die Untervermietung einen Nachteil hat. Der Ausschluß der Untervermietung kann im Gewerbemietvertrag sogar formularmäßig vereinbart werden (OLG Düsseldorf – Urteil vom 17.2.2005 – 10 U 144/04).

Heinz J. Meyerhoff, Rechtsanwalt
Fachanwalt für Arbeitsrecht

Jetzt erschienen!

Online, CD + Print

Die umfassende Produkt-Datenbank für den Fotohandel

www.worldofphoto.de

Jetzt **Newsletter** anfordern bei

newsifc@cat-verlag.de

Für imaging+foto-contact Abonnenten kostenlos!

Peter Mühle:

Wörterbuch der Bildtechnik – Dictionary of Imaging

Die Bildtechnik hat sich in den letzten Jahren zu einem hoch innovativen interdisziplinären Fachgebiet entwickelt mit einem eigenen umfangreichen Fachvokabular. Mit mehr als 35.000 Eintragungen je Sprachrichtung bietet das Wörterbuch der Bildtechnik, das jetzt im Brandstetter Verlag erschienen ist, die bislang umfangreichste Sammlung von Fachbegriffen der Bildtechnik in englischer und deutscher Sprache. Es deckt damit den Fachwortschatz der Bildtechnik aus den folgenden Bereichen ab:
Abbildungsoptik, Bildanalyse, Bildverarbeitung, Computergrafik, Drucktechnik, Elektrofotografie, Fernsehtechnik, Fotografie, Fotogrammetrie, Fotolabortechnik, Holografie, Kinematografie, Kolorimetrie, Laserabbildung, Magnetresonanzbildgebung, Mikroskopie, Multimedia, Radartechnik, Radiografie, Reprografie, Sonografie, Tomografie, Videografie.

Ein Verzeichnis internationaler Fachorganisationen rundet dieses Wörterbuch ab.
Peter Mühle: Wörterbuch der Bildtechnik – Dictionary of Imaging. Deutsch-Englisch/English-German. 897 Seiten, gebunden, Oscar Brandstetter Verlag, Wiesbaden 2005, ISBN 3-87097-207-6, 69,00 Euro.

Guido Krebs:

EOS 350D Digital Praxisbuch

Nachdem Canon schon seit langem enorme Erfolge im analogen Spiegelreflexsystem verzeichnet, hat das Unternehmen spätestens seit der EOS 300D auch in der digitalen SLR-Welt an diese Erfolge angeschlossen.
Das Buch von Canon-Spezialist Guido Krebs widmet sich der neuen EOS 350D und dem EOS-System. Dabei soll das Kamerabuch kein Ersatz für die Bedienungsanleitung sein, sondern das Kompendium für den Besitzer und potentiellen Käufer einer digitalen Canon Spiegelreflexkamera.
Obwohl viele grundsätzliche Zusammenhänge des analogen Fotografierens auch für die Digitalfotografie gelten, gibt es viele neue Funktionen,

neuen kreativen Spielraum und die Möglichkeit, die Bilder selbst zu bearbeiten und zu Hause in Fachabzugsqualität zu drucken. Der Autor möchte seinen Lesern die Grundlagen vermitteln, die es ihnen ermöglichen, aus der EOS 350D das Optimale herauszuholen. Denn nur das Verständnis fotografisch-technischer Zusammenhänge läßt dem kreativen Potential des Fotografen freien Lauf. Dabei vermittelt er diese Zusammenhänge möglichst einfach mit Blick auf Praxis und Nutzen. Geschrieben und beispielhaft fotografiert ist das Digitalfotobuch für alle diejenigen, die für die fotografische Praxis Tips und Tricks kennenlernen möchten, Kamerafunktionen bewußt einsetzen und damit fotografisch gestalten möchten. Und das nur mit soviel technischen und theoretischen Informationen, wie dies unbedingt nötig ist.
Auch das Thema Zubehör, sprich Objektive, Blitzgeräte und anderes nützliches „Werkzeug“, kommt nicht zu kurz. Fotografische Themen wie z. B. die Panorama- und Makrofotografie werden mit Blick auf die fotografische Praxis und das vorhandene Budget betrachtet, wobei angesichts des komplexen Canon-Sortiments die eine oder andere Entscheidungshilfe gegeben wird. Ein Stichwortverzeichnis zur Beantwortung spezieller Fragen rundet das Buch ab.
Guido Krebs: Canon EOS 350D Digital Praxisbuch, 279 Seiten, geb., über 400 Abbildungen, Point of Sale Verlag Gerfried Urban, Baierbrunn 2005, ISBN 3-925334-74-2, 25,- Euro.

Klaus Nigge, Karl Schulze Hagen:

Die Rückkehr des Königs – Wisente im polnischen Urwald

Der Wisent, das größte Landsäugetier Europas, galt einst als das begehrteste und edelste aller Jagdtiere. Dieser Ruf brachte den mächtigen Waldbewohner dann auch Anfang des 20. Jahrhunderts an den Rand des Aussterbens. Aber dank internationaler Zucht- und Auswilderungsprogramme und strikter Schutzmaßnahmen gibt es heute wieder freilebende Wisentherden in Europa. Die mit rund 300 Tieren größte Herde birgt der Urwald von Bialowieza in Polen.
Der Fotograf und Biologe Klaus Nigge hat diesen letzten Flachlandurwald Europas und die Wisente durch alle Jahreszeiten begleitet. Seine Bilder verschaffen eine Ahnung von Europas Vorzeit, in der die mächtigen Wildrinder als uneingeschränkte Könige durch endlose Wälder zogen.

Dabei bezeichnet sich Nigge selbst als „langsamer Fotograf“ und geht immer wieder an die gleichen Plätze und zu den gleichen Tieren, bis das Ergebnis stimmt. Die typische und wahre Atmosphäre der Orte im Bild einzufangen und eine möglichst dichte Annäherung an die Persönlichkeit der Tiere zu erreichen, ist ihm in seiner Arbeit wichtiger als dekorative Bilder in bunten Farben herzustellen. Seine Stories wurden in den weltweit bedeutendsten Magazinen veröffentlicht.
Die Texte in diesem Buch hat der Diplombiologe und Facharzt für Gynäkologie Karl Schulze Hagen verfaßt. Er ist von Jugend an ornithologisch tätig und hat über 50 vogelkundliche Publikationen geschrieben.
Klaus Nigge, Karl Schulze Hagen: Die Rückkehr des Königs. Wisente im polnischen Urwald. 168 Seiten, 132 Abbildungen, gebunden, 24 x 28 cm, Tecklenborg Verlag, Steinfurt 2004, ISBN 3-934427-46-4, 45,- Euro.

„Bitte recht freundlich!“

Horst Dieter Lehmann

Wer diese gutgemeinte Aufforderung hört, denkt sicher gleich an seine letzte Paßaufnahme oder an sein Porträt. Aber wie lange ist das her? Weder der Abgebildete noch der Fotograf können sich hieran erinnern, denn zehn Jahre sind eine lange Zeit. So lange gelten der Personalausweis oder der Reisepaß.

Den Reisepaß benötigt man nur noch für ferne Länder, und er ist auch nicht so billig, daß man ihn „so nebenbei“ beantragt, wenn es nicht unbedingt erforderlich ist.

Sparen ist angesagt, und an welchen Ecken gespart wird, ist für den Händler oft wenig übersichtlich oder gar erfreulich, wenn es nämlich ihn selbst betrifft, er dadurch benachteiligt wird.

Festzustellen, wenngleich wenig erfreulich für den guten Porträtisten, ist die Tatsache, daß es – grob gesagt – zwei unterschiedliche Kundentypen gibt. Den einen (und das sind nicht gerade wenige!) kommt es nur darauf an, einen gültigen, vorgeschriebenen Paß zu besitzen. Dazu gehört bislang noch das Paßbild neueren Datums. Änderungen liegen aber in der Luft.

Die Paßaufnahme war immer ein Standbein für den Porträtisten, wenngleich dieser viel lieber lukrativere Arbeiten ausgeführt hätte, als da wären: Porträts, Gruppen, Hochzeiten, usw.

Diese Kundengruppe, und leider ist es der überwiegende Teil, möchte zwar auch ein Starbild von sich haben, aber möglichst fast geschenkt. Letztendlich entscheidet der Preis. Der zweite Teil der Kunden, und das ist eben leider der kleinere, stellt die Qualität in den Vordergrund, auch wenn das Foto etwas teurer sein sollte.

Das Können des Fotografen – und hier vor allem der Fotografin, denn meiner langjährigen Erfahrung nach sind diese beim Porträt besser und erfolgreicher als Männer, ist dabei nach wie vor gefragt. Die Technik, sprich Digitalität, hat aber auch hier neue Maßstäbe gesetzt. Beim Negativ-Positiv-Verfahren war der Kunde gezwungen, den Weg zum Fotografen zweimal zu gehen, was für manche offensichtlich schon eine Zumutung ist.

Zwei bis drei Tage Lieferzeit waren normal. Digital macht nicht alles besser, aber anders. Bei Nachbestellungen war das Negativ als Qualitätsgarant Voraussetzung. Gerade aber erlebte ich es wieder, daß von einem Polaroid-Paßbild die Kopien besser als das Original waren! „Was will man mehr?!“, könnte man sagen, wenn da nicht wieder der Gedankensprung von der Vergangenheit zur Zukunft wäre, der dann notgedrungen in der Gegenwart hängen bleiben muß. Von der Platte zum Planfilm war schon ein Fortschritt. Vor allem, wenn man daran dachte, daß ein Ständer zu trocknender Platten einen Salto machte und 80 Prozent der Platten zerstört waren – ein denkwürdiges Erlebnis aus meiner Lehrlingszeit.

Platten, Planfilme, Negativ-Positiv-Retusche, Schwarzweiß (bis auf die „wiederentdeckte Kunst“) sind längst überholt. Die Analogfotografie befindet sich im ständigen Untergang, und damit etliche Großlabore und zunehmend kleinere Betriebe; die Zukunft ist digital und düster!

Die Aufforderung: „Bitte recht freundlich!“ ist längst überholt. Der Fotograf mit Spitzbart und Baskenmütze ist ausgestorben. Sein antikes Atelier – wegdigitalisiert! Sein alter Handwerksbetrieb mit Handel und Tradition – nicht mehr zeitgemäß.

Das kleine Vögelchen, das beim Fotografen aus der Fotokiste flatterte, hat das Fliegen längst verlernt. Wir wollen nun nicht hoffen, daß aus ihm ein Kuckuck oder gar ein Pleitegeier geworden ist.

Wie „zeitgemäß“ fotografiert wird, sehen wir gelegentlich im Fernsehen. Die Abzubildenden werden aufgefordert, „cheeeese“ zu sagen. Der Fotokünstler wälzt sich am Boden. Der Fachmann sagt dazu: „Käse!“

Eigentlich ist es aber zweitrangig, WIE gearbeitet wird, Hauptsache, das Ergebnis stimmt. Damit ist aber nicht nur die „künstlerische Leistung“ gemeint, über die man ohnehin streiten kann und die beim Paßbild wohl auch kaum erreicht werden kann, sondern der Gewinn, der für den Fotografen dabei herauskommt.

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

Hierbei sollte es sich dann nicht nur um ein „Schmerzensgeld“ handeln, sondern um einen realen Verdienst. Auch hier sehe ich, was das rein Geschäftliche betrifft, wieder die Frau als kompetenteren Teil im Betrieb. Keineswegs, um mich „in der Damenwelt beliebt zu machen“, wie mir ein Kollege einmal vorwarf, sondern weil ich das Beispiel nicht nur von etlichen Fotogeschäften in der Familie, sondern auch von der Innung und von meiner Wanderschaft als „fahrender Geselle“ her kenne.

Das ist auch keineswegs nur bei uns Fotohändlern und Fotografen so, das kann man bei allen Branchen und Handwerksbetrieben beobachten.

Zu allen schon unbedingt zu lösenden Problemen, und wieder nicht nur bei uns Bildermachern, kommt eines hinzu: Die Preise steigen überall, nur nicht in der Fotografie. Die Kunden jammern fürchterlich, geben aber auf manchen Gebieten so viel Geld aus, „daß uns die Augen übergehen“. Vom gesunden Menschenverstand kann schon lange, mit steigender Tendenz, nicht mehr die Rede sein.

Die Frage für uns aber bleibt: Woran kann man noch verdienen? Beim Verkauf von Digitalkameras, die in jeder Postwurfsendung zum Minimalpreis angeboten werden? Beim Bilderverkauf für 1 bis 5 Cent? Beim Paßbild und Porträt zum „Geiz ist Geil“ und „Schnupperpreis“? Ich fürchte: Da sind auch unsere Frauen, als hochgelobte Porträtistinnen und Finanzexperten, schlichthin überfordert!

Azubis sind uns lieb und teuer

Wenn man in diesen Tagen immer wieder liest, daß von Politikern und Gewerkschaftern den Arbeitgebern vorgeworfen wird, daß nicht genug Lehrlinge ausgebildet werden, oder besser gesagt Azubis, dann muß ich erneut daran denken, was ich schon in Ausgabe 11/2003 zum Ausdruck gebracht habe, nämlich, daß die Ausbildung für die Arbeitgeber, je nach Branche, sehr viel Geld kosten kann. Bei den verschärften Wettbewerbsbedingungen und den hohen Löhnen, die Arbeitgeber sowieso schon zahlen müssen, kann man Unternehmern, zu denen auch ich gehöre, nicht verdenken, daß sie das Thema „Ausbildung" schlichtweg ad acta gelegt haben. Schließlich muß man ja auch noch einen qualifizierten Mitarbeiter mit spezieller Ausbildung einsetzen, damit überhaupt ein junger Mensch ausgebildet werden kann. Der Aufwand, der damit verbunden ist, nimmt vielen die Lust, was sich noch steigert, wenn man teilweise mitansehen muß, mit welcher Unlust junge Menschen überhaupt bereit sind, sich ausbilden zu lassen.

Nun hat sich jetzt der DIHK-Chef Georg Ludwig Braun dafür ausgesprochen, daß die Lehrlingsgehälter eine deutliche Kürzung erfahren müßten, damit viele junge Menschen nach dem Schulabschluß nicht gleich arbeitslos werden. Es ist auch nicht einzusehen, daß Ausbildungsvergütungen bis zu 800 Euro im Monat gezahlt werden müssen, was auch heißen kann, daß junge Menschen mit soviel Geld völlig überfordert sind. Eigentlich sind die wahrhaft Schuldigen für das ganze Ausbildungsdilemma die Tarifpartner, besonders die Gewerkschaften, die heute am lautesten schreien, wenn zu wenig junge Menschen ausgebildet werden. Der Vorschlag von Herrn Braun, zu einer bundesweit einheitlichen Basisvergütung von 270 Euro zu kommen, wäre geradezu eine sensationelle Verbesserung für viele zukünftige Azubis. Auch viele Handwerker und mittelständischen Betriebe, wie auch Großbetriebe, wären wieder bereit, junge Menschen aufzunehmen, damit diese etwas lernen. Auch der Einzelhandel würde sich sicherlich nicht davor drücken.

Um so unverständlicher ist mir, daß eine SPD-Bundessozialministerin Ulla Schmidt – ich glaube, ich habe schon einmal geschrieben, daß ich sie für die dümmste Ministerin halte – den Vorschlägen von DIKH-Chef Braun eine klare Absage erteilt, weil dem Sozialsystem sonst durch geringere Abgaben angeblich zwei Milliarden Euro verlorengingen. Leider kann Schmidt nicht unternehmerisch denken, denn sonst hätte sie auch gegen diesen Betrag das Geld aufrechnen müssen, das der Staat zu zahlen hat, wenn sich wieder noch mehr jugendliche Arbeitslose monatlich von Vater Staat Geld holen können. Dazu die FAZ vom 8.8.2005 mit der Headline: „Arbeitslose Jugendliche kommen Deutschland teuer zu stehen. Trotz aller Bemühungen haben 630.000 junge Menschen keine Arbeit, und die Lehrstellenlücke wächst." Es heißt dann in dem Bericht: „Für die Unternehmen, die den Löwenanteil der Kosten tragen, scheint die Ausbildung ein teures Unterfangen; fast 16.500 Euro mußten sie im Jahr 2000 im Schnitt für jeden Lehrling aufwenden."

Das ganze Problem der sozialen Veränderungen, denen wir uns stellen müssen, hat Prof. Sinn auf den Punkt gebracht mit dem Satz: „Die Lohnkonkurrenz des Sozialstaates." Er meint damit, daß durch die hohen Summen, die unser Sozialstaat freiwillig über viele Leute ausschüttet, viele Menschen gar nicht erst auf den Gedanken kommen, zu arbeiten, da sie mit dem, was sie von Staat bekommen, schon so ziemlich alles an Kosten abgedeckt haben, was sie zum Leben brauchen. Und wenn man dann noch ein paar Euro nebenbei verdient, dann hat verständlicherweise kaum noch einer Lust, sich ernstlich um einen Arbeitsplatz zu bemühen. Wenn junge Menschen erst einmal daran gewöhnt sind, nicht unbedingt lernen zu müssen, weil man relativ viel Geld von Vater Staat für Nichtstun bekommen kann, dann sind sie schnell zeitlebens für uns alle ein Problemfall.

Ich weiß, daß ich mich wiederhole, daß ich schon geschrieben habe, daß ich eine Meisterprüfung gemacht habe, um eine besondere berufliche Qualifikation als Schriftsetzer zu bekommen, und ich möchte nochmals erwähnen, daß ich von meinem Lehrlingslohn von 6 Reichsmark in der Woche, 5 Mark abgezweigt habe, um mir ein Fahrrad mit 5 Mark wöchentlicher Abzahlung selbst zu kaufen, was dazu führte, daß ich dieses Fahrrad dann auch entsprechend gepflegt und geliebt habe. Ich hoffe, daß es heute wieder dazu kommen wird, daß junge Menschen dafür dankbar sind, daß sie etwas lernen können und daß sie mit dem Geld, das sie dafür bekommen, auch sparsam umgehen, um sich etwas Schönes damit zu kaufen! H. J. Blömer

Aus der tabellarischen Übersicht für Vergütung für Auszubildende (ohne Urlaubsgeld) im 1. Jahr

Damenschneiderhandwerk NRW	154,00 €
Friseurhandwerk	313,00 €
Schuhmacherhandwerk, gewerblich	365,00 €
Elektrohandwerk	455,00 €
Groß- und Außenhandel	624,14 €
Bankgewerbe, privates	685,00 €
Versicherungsgewerbe, privates	711,00 €
Druckindustrie	753,53 €

PPS eröffnet zweiten Standort in Berlin

Die PPS Imaging Group hat im August ihren zweiten Standort in Berlin eröffnet: Auf 890 Quadratmetern bietet PPS in Berlin-Weißensee seinen Service, der vom professionellen Scannen über den Inkjet- und Großformatdruck bis zum Finishing der Produkte reicht. In der neuen Produktionshalle und Servicestelle sind 25 Mitarbeiter beschäftigt, unter anderem mit Kundenservice, Großbildproduktion, Großformatdruck und Endveredelung. Der neue Standort in der Altberliner Fabrikhalle in der Lehderstraße 21–22 ist nach dem Hauptsitz in Hamburg die zweitgrößte Produktionsstätte des Unternehmens. Vor dem Einzug wurde die Halle komplett saniert und modernisiert. Außerdem wurde in neueste Technik investiert. Auch der alte Standort im Herzen von Berlin Mitte, am Alexanderplatz, wird sich in den kommenden Wochen verändern. So soll dort zum einen das Handelssortiment ausgebaut werden, zum anderen werden Kundenterminals für die direkte Datenverarbeitung installiert, die das Leistungsspektrum der PPS Imaging Group erweitern.

JOBO FOR YOUR BEST IMAGE
Sind Sie bereit für den nächsten Schritt?
GIGA VuPRO

Mobiler Fotospeicher
mit Profi-Anspruch 40/60 GB

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

WWW.JOBO.COM

i+fc Leserbrief

Alles Aldi, oder was?

Potz-Blitz und Donnerwetter – da haben wir echt nicht schlecht gestaunt: Der „Bilderbär“ aus Berlin behauptet doch auf Seite 50 der Ausgabe 8/2005 allen Ernstes: „Aldi! Nun auch Digitalfotos per Internet (Stoppel Digital!), Preise, wie ich nicht mal EK bekomme!!!“

„Gut gebrüllt, Löwe“, äh – respektive „Bär“, möchten wir Herrn Karbe zurufen – nur leider haben Sie hier keinen Treffer gelandet; allenfalls das, was man landläufig einen „Schuß in den Ofen“ nennt. Einen satten gleichgar!

Daß sich die Aldi-Jungs mit dem Gedanken tragen, auch das Foto zu vermarkten, ist so neu wirklich nicht. Das Gerücht aber, „Stoppel“ würde diese Fotos fertigen, haben wir in den letzten Tagen öfter gehört. Nun wird ein Gerücht aber nicht allein deshalb wahr, weil man es wieder und wieder neu lanciert, oder es ständig mit frischer Nahrung versorgt.

Reden wir also lieber über Fakten, hier sind sie:

- „Stoppel“ – gemeint ist das ehemalige Goslarer Labor „Fotogroßlabor Stoppel GmbH“ – gibt es schon seit 2002 nicht mehr.
- Die aus der Stoppel-Insolvenz hervorgegangene „Digital + Portrait Lab GmbH, Goslar“ (DPL) beliefert derzeit nur und ausschließlich den Fotofachhandel, Fotostudios und andere professionelle Fotografen.
- So sehr wir uns auch bemüht haben, und wir haben in jeden Winkel unseres Labors geschaut, Aufträge mit Aldi-Logo – ob Nord, ob Süd – haben wir nicht gefunden. Keinen einzigen. Denn DPL produziert nicht für Aldi! Punktum.

Ein, zwei Tips noch, sehr geehrter Herr Karbe, bevor Sie das nächste Mal mit Gerüchten und Mutmaßungen unsere Fachhandelskunden – ja, Ihre Kollegen! – verunsichern:

Sprechen Sie uns doch einfach direkt an, wenn Sie die Glaubwürdigkeit eines Gerüchtes prüfen oder etwas über DPL erfahren möchten. Wir informieren Sie objektiv. Versprochen. Und wir helfen Ihren Branchenkenntnissen dabei gleich noch auf den Stand von 2005.

Wenn wir Ihnen auch keine EK-Konditionen machen können, wie sie Ihr Lieferant seinen größten Kunden einräumt, so erhalten Sie bei uns – wie jeder andere Foto-Fachhändler auch – einen guten Service, Top-Qualität und marktgerechte EK-Preise.

Testen Sie uns. Oder besser noch: Besuchen Sie uns doch einmal in Goslar. Wir laden Sie gern zu einer Tasse Aldi-Kaffee ein.

Freundliche Grüße aus Goslar

Digital + Portrait Lab GmbH, Roland Riesen

Kleffel & Aye in Köln schließt Umbau ab

Die Kleffel & Aye Köln GmbH hat den Umbau der Geschäftsräume abgeschlossen und präsentiert sich jetzt an der Turiner Straße 21 wieder mit dem gewohnten Angebot an Verbrauchsmaterialien und Ausrüstungen für Fotografen und Fachanwender. Nach der Schließung vieler K & A-Filialen bleibt das Kölner Unternehmen unter der Leitung von Rolf Röder selbständig und unabhängig. Derzeit hält Kleffel & Aye Köln verschiedene Sonderangebote bereit. Spezielle Aktionswochen sollen darüber hinaus zukünftig die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens als Partner in Sachen Service, Kompetenz und Produktvielfalt unterstreichen.

Foto-Aktienkurse

		18.08.05	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa-Gevaert	EUR	21,57	22,67	18,90	27,35
Bayer	EUR	28,60	28,45	20,89	30,44
Canon	YEN	5.519	6.084	4.950	6.100
Casio	YEN	1.579	1.458	1.227	1.593
CeWe Color	EUR	46	40,51	12,16	52,90
Dow Chemical	USD	47,49	47,17	40,50	56,42
Du Pont	USD	40,97	43,68	40,82	54,55
Eastman Kodak	USD	25,27	28,28	25	34,76
Fujifilm	YEN	3.699	3.643	3.190	3.969
Hewlett-Packard	USD	26,82	24,92	17,68	24,94
Hitachi	YEN	680	683	613	716
ICI	GBP	294,40	258,50	207	296,50
Imation	USD	41,97	40,29	29,81	43,35
Jenoptik	EUR	7,87	8,02	6,87	9,80
Konica/Minolta	YEN	1.048	1.096	928	1.554
Kyocera	YEN	7.799	8.491	7.113	8.619
Leica	EUR	4	3,30	1,65	12,50
Lintec Computer	YEN	1.720	1.768	1.356	1.880
Olympus	YEN	2.210	2.218	1.934	2.503
Samsung	KRW	555.000	561.000	402.000	578.000
Sharp	YEN	1.663	1.739	1.440	1.748
Sony	YEN	3.699	3.989	3.590	4.404
Spector	EUR	6,25	6,25	5,95	8,92
Toshiba	YEN	429	445	383	475
Varta	EUR	9,25	9,30	8	27,90

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

7.579 Abonnenten (IVW 2/2005)

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

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 8.700 Exemplaren bundesweit (IVW 2/2005). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 8.700 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 645,– €, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 323,– €. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 32 v. 01.01.2005) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im **imaging+foto-contact**:

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

Wir verkaufen
1 B 17-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 Essen.
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. 86 • 47000 Duisburg

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

1/9 Seite Kleinanzeige (56 x 85 mm)

zum

mm-Preis von

1,61 € x 85 mm hoch =

136,85 €

zzgl. gesetzl. MwSt.

---

imaging+foto contact – GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Auftrag — Klein- und Personalanzeigen

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

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

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

☐ unter Chiffre (Gebühr: 5,20 €)

Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt

☐ Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

40832 Ratingen

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

i+fc 9/2005

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

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

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel mit genauer Anschrift

TAMRON

Wir sind die europäische Vertriebsniederlassung eines renommierten japanischen Unternehmens der optischen Industrie und suchen eine/n junge/n Mitarbeiter/in für den

Außendienst

zur Betreuung des Fotohandels im Gebiet Norddeutschland/nördliches NRW. Erfahrung im Außendienst ist keine Bedingung, erwartet werden jedoch fundierte Kenntnisse im Bereich Spiegelreflexfotografie. Ein entscheidender Vorteil wären Ver- und Einkaufserfahrungen aus verantwortlichen Positionen im Einzelhandel.

Die positive Marktentwicklung im Bereich digitaler Spiegelreflexfotografie bietet gerade jetzt hervorragende Perspektiven für Menschen mit Engagement und Enthusiasmus.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung, die wir (mit Lichtbild, Lebenslauf, Zeugnissen) erbitten an:

TAMRON Europe GmbH, Vertriebsleitung Inland,
Robert-Bosch-Str. 9, 50769 Köln.
Tel. 0221-9703250, Fax 0221-9703254.
tamron-europe@tamron.de, www.tamron-europe.com

CCS FORM UND LICHT Studio-Blitzlicht
Beam-CCS-Solaflash-Windowlight
Fon: 04265/8772 Fax: 8792 www.ccs-licht.de

GAF Vertragswerkstatt

W Würz

FILM-FOTO-VIDEOTECHNIK KÖLN

Service für:
Foto-, Video-, Digitalgeräte
Objektive, Projektoren +
Blitzgeräte aller Systeme
Inh. S. Rottpeter

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

DGH
GROSSHANDEL

FOTO | VIDEO | AUDIO | TELECOM | COMPUTER | ENERGIE | HAUSHALT

HIGH FINESSE BEI DGH!

VERBOTEN SCHNELL! VERBOTEN GUT!

SAMSUNG DIGIMAX PRO 815

- 8,0 Mio. Pixel Auflösung
- Schneider-Kreuznach Objektiv
- 15-fach optisches Zoom (KB 28 - 420 mm)
- 4-fach digital Zoom
- elektronischer Sucher mit 1,44" Farb-TFT-LCD
- Hauptdisplay mit 3,5" Farb-TFT-LCD
- Videochip mit Stereoton

Bestellnr. 801330

Neuheit!
15-fach opt. Zoom!
8,0 Mio. Pixel!

Unser komplettes Sortiment mit tagesaktuellen Preisen finden Sie unter

www.dgh.de

DGH GROSSHANDEL • POSTFACH 5426 • 97004 WÜRZBURG • TEL 09 31 - 9 70 84 44 • FAX 09 31 - 9 70 84 22 • MO-DO 8-18 UHR, FR 8-17 UHR

VERTRAULICH! NUR FÜR WIEDERVERKÄUFER! • AKTUELLE TAGESPREISE KÖNNEN UNTER WWW.DGH.DE ERFRAGT WERDEN! • MENGENPREISE ERFRAGEN SIE BITTE TELEFONISCH!

Kleinanzeigen • Angebote

Zentraler Reparatur - Service

GEDDERT

Edixa – Voigtländer – Porst – Service

Camcorder – Computer – Service

Film – Foto – Elektronik

Hifi – Video – TV

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

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

Zwangsversteigerung!

Im Wege des Pfandverkaufs sollen am **Samstag, dem 10. Sept. 2005, vormittags 10.00 Uhr, unter der Anschrift Am Fronhof 8, 53913 Swisttal-Heimerzheim,** öffentlich meistbietend **gegen sofortige Barzahlung** versteigert werden:

Warenbestand eines Fotogeschäftes, bestehend aus diversen Kameras, Objektiven, Filter, sonstigen Zubehörteilen, Bilderrahmen, Fotoalben, Ferngläser, Batterien, Computerkasse, Kopiergerät, Ladeneinrichtungsgegenstände und vieles mehr!

Die Verwertung soll als kompletter Warenbestand erfolgen (keine Versteigerung von Einzelsachen)!

Wilbertz, Obergerichtsvollzieher
Telefon 02226/12018

Anzeigenschluß für Kleinanzeigen

in der Ausgabe 10/2005 ist der 09. September 2005.
Senden Sie uns einfach ein Fax an:
0 21 02 / 20 27 90

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

FEWS

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

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

...die bandlose Zeit ist eingeläutet!
Sie besitzen jetzt auch einen DVD-Player? – Super! Und was können Sie damit?
Nur gekaufte Filme abspielen – schlecht!
Gönnen Sie sich Ihr persönliches DVD Erlebnis und lassen Sie von uns Ihre Dias, Filme oder Videos auf DVD brennen.
Seit 1978
Viernheimer Video Transfer
Schultheißen Str. 9. 68519 Viernheim
Tel.: 06204/71984

Zu verkaufen:
Kompl. Minilab Agfa MSC 101 d. mit Zubehör. Ladeneinrichtung: Agfa Shopwand (3 m), Rahmen – Alben – Regalwand – 4,6 m, trennbar. Sony Filmscanner UY-S90. Holztresen weiß/rot – 5,5 m, trennbar. Preis VB.
Tel. 0 41 82 / 7 01 67

Fuji Minilab Compact PP 401B Printer m. Zub. u. Minilab FP 230B Neg. (Tank müsste erneuert werden).
Tel. 0 65 62 / 23 47, Fax 18 79

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

Wir 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

Inserenten-Verzeichnis

Canon ..... 50, 3. U, 4. U.	Jobo 45
Casio 2	Loersch 43
C.A.T.-Verlag 41	Photo + Medienforum Kiel 39
CeWe 7	Walther 27
Digitalfoto & Logistik .. 21, 31, 33	Kleinanzeigen 46-49

Beilage: Lowepro — Beikleber: CeWe, Nokia

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

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

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

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

Redaktion:
Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Dipl. Kfm. Andreas Blömer
Jürgen Günther
Lidija Mizdrak, M.A.
Dipl. Journ. Herbert Päge
Jutta Ramlow
Dipl.rer.pol. Karla Schulze

Neuheitenredaktion:
Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:
Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff, Ulrich Vielmuth

Anzeigen:
Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Ralf Gruna
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 32 v. 1. Januar 2005

Layout und Herstellung:
Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach, Albert Willmann

Vertrieb:
Silke Gräßel

Satz- und Repro:
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:
Printpartner Digitaldruck GmbH, Bocholt

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

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

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

ISSN: 1430-1121

Kleinanzeigen • Angebote

FILM- u. VIDEOSERVICE

Filmkopien – Tonspuren	alle Formate
Filmabtastung	8, 9.5, 16 mm Filme
8 mm Filme auf DVD	attraktive Festpreise
Kopien auf Video - CD - DVD	alle Systeme
CD / DVD Einzel- u. Serienkopien	schnell und preiswert

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

Gute und preiswerte Color-Chrom-
Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK	Auflagendruck
Einbildkarte nach Dia € 110,-	1500er Aufl. € 60,- p.1000 St.
2-4 Bildkarte nach Dia € 165,-	3000er Aufl. € 45,- p.1000 St.
-incl. Proof-Andruck-	5000er Aufl. € 40,- p.1000 St.
	10000er Aufl. € 35,- p.1000 St.

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

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

Paepke – Fototechnik
GmbH & Co. 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
e-Mail´s bitte an: paepke-fototechnik@gmx.de
Mehr Info´s über uns: www.paepke-fototechnik.de

nass
GmbH & Co.KG
foto • digital • elektronik

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

Vertragswerkstatt
Nikon Rollei

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

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

CF Photo+Video Technik

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

DGH GROSSHANDEL

FOTO | VIDEO | AUDIO | TELECOM | COMPUTER | ENERGIE | HAUSHALT

Die neuen Stars aus der Difox Collection!

VERBOTEN SCHNELL! VERBOTEN GUT!

DIFOX SERIE COLOR & NATURE

- Cordura Material® – extrem strapazierfähig und hitzebeständig
- innen mit Fleecerückseite zum Schutz des Kameradisplays (Color-Serie)
- Reißverschlusshaken, Ösen und Karabiner aus Metall
- mit Handschlaufe & Neckstrap (300er Serie zusätzlich mit Schulterriemen)

Bestellnr. 762970 Bestellnr. 762914 Bestellnr. 762907

Attraktive Spanne!
Hochwertiges Material!
Hervorragende Verarbeitung!

Bestellnr. 762900 Bestellnr. 762886 Bestellnr. 763824

Unser komplettes Sortiment mit tagesaktuellen Preisen finden Sie unter

www.dgh.de

DGH GROSSHANDEL • POSTFACH 5426 • 97004 WÜRZBURG • TEL 09 31 - 9 70 84 44 • FAX 09 31 - 9 70 84 22 • MO-DO 8-18 UHR, FR 8-17 UHR

VERTRAULICH! NUR FÜR WIEDERVERKÄUFER! • AKTUELLE TAGESPREISE KÖNNEN UNTER WWW.DGH.DE ERFRAGT WERDEN! • MENGENPREISE ERFRAGEN SIE BITTE TELEFONISCH!

you can

Canon

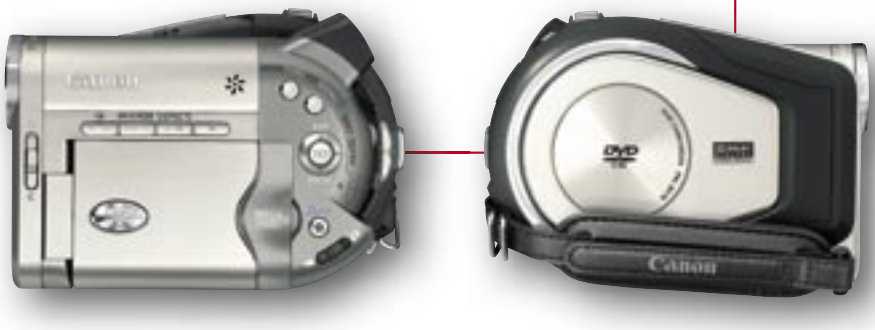
Videos und Fotos direkt auf DVD speichern mit d

Canon DC10

Preis:

Canon DC10	849,00* EUR

Markteinführung: Oktober 2005



Mit diesen beiden super schlanken und stylishen Modellen steigt Canon in den Markt der DVD-Camcorder ein. Der Canon DC10 besitzt einen 1,33 Megapixel-Chip, der DC20 bringt mit einem 2,2 Megapixel-Chip eine noch höhere Fotoauflösung direkt auf die Scheibe oder auf die integrierte Speicherkarte.

Gleich nach dem Filmen kann die DVD in einen kompatiblen Player eingelegt, Szenen einzeln ausgewählt und angeschaut werden. Wer auf wiederbeschreibbare DVDs nach dem RW-Standard filmt, kann schon in der Kamera eine Szenenfolge zur Abspielliste zusammenstellen. Auch Löschen und Kürzen sind möglich – versehentliches Überspielen ist dagegen ausgeschlossen. Zur Ausstattung der Camcorder gehört ein 2,5-Zoll LCD-Monitor für Aufnahme und Wiedergabe, dessen Helligkeit auf Knopfdruck an das Umgebungslicht angepaßt werden kann. Die spezielle Antireflex-Beschichtung hilft, Spiegelungen zu verringern. 10fach Zoom, Lichtstärke 1:1,8 und ein Filtergewinde von 27 mm sowie ein hochwertiger Bildstabilisator versprechen sehr gute Abbildungsleistung. Für Fotografen stehen verschiedene Special Scene-Modi, ein selektiver Neun-Punkt-Autofokus und eine Serienbildfunktion mit bis zu fünf Bildern pro Sekunde zur Verfügung. Beim DC20 unterstützen eine Mini-Videoleuchte und ein eingebauter Blitz das Filmen bzw. Fotografieren bei

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte.
Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: September 2005

en neuen super schlanken und schicken Mini-Camcordern *und DC20*

Canon DC10/DC20: Die Technik im Detail

- DVD-Camcorder mit Fotofunktion
- ca. 2,2 Megapixel CCD (DC20)
- ca. 1,3 Megapixel CCD (DC10)
- Ultra Slim und Space Age Design
- 10fach Zoom
- DVD Authoring Software
- RGB-Primärfarbenfilter (DC20)
- DIGIC DV für DVD
- hochauflösender 16:9-Modus
- Mini Videoleuchte (DC20)
- interner Blitz (DC20)
- PictBridge-, DirectPrint-kompatibel

Preis:

Canon DC20	999,00* EUR

Markteinführung: November 2005

schwachem Umgebungslicht. Die DVD-Schnitt- und Authoring-Software Roxio My DVD wird serienmäßig mitgeliefert.
Der von Canon entwickelte DIGIC DV-Prozessor verarbeitet Video- und Fotodaten auf getrennten Wegen. So erhält jede Anwendung eine optimierte Bildqualität. Es entstehen echte, hochwertige JPEG-Fotos, parallel zu den Videoszenen im MPEG2-Format. Dank des großen CCD-Chips wird auch die Aufzeichnung von 16:9-Breitbildszenen in hoher Qualität und hoher Auflösung möglich. Der Print & Share Button überträgt die Bilddaten vom Camcorder auf Knopfdruck ohne Umweg über einen PC an einen kompatiblen Drucker.

you can

Canon

you can
Canon

4-Megapixel-Camcorder mit 16:9-Modus:

Canon MVX4i

Der neue Hochkant Mini Camcorder MVX4i kommt mit einer Ausstattung daher, die sich sehen lassen kann: 4,29 Megapixel Auflösung für überzeugende Fotoqualität, integrierter Blitz und Videoleuchte, 10fach optisches Zoom und ein lichtstarkes 2,5-Zoll-Display. Der hochauflösende 16:9-Modus bringt echtes Kinofeeling, und sehr hilfreich bei der Aufnahme von Veranstaltungen oder Interviews ist die manuelle Tonaussteuerung, die auch bei Anschluß eines externen Mikrofons funktioniert.

Bilder in hoher Auflösung können auch während des Filmens auf die integrierte SD- oder MMC-Card aufgezeichnet werden. Die rasante Serienbildfunktion schafft bei fünf Bildern pro Sekunde bis zu 60 Aufnahmen in Serie. Das ist selbst bei Fotokameras eine ordentliche Leistung. Statt komplizierter Menus erlaubt ein einfaches Wählrad den Zugriff auf eine Reihe von Belichtungsautomatiken, darunter auch Zeit- und Blendenvorwahl. Mittels PictBridge-Unterstützung und der speziellen, einfachen Print & Share-Druckfunktion können Fotos direkt ohne PC auf jedem kompatiblen Printer ausgedruckt werden.

Preis:

MVX4i 1.299,00* EUR

MVX4i: Die Technik im Detail

- **Neu:** ca. 4,29 Megapixel CCD
- **Neu:** Style, Größe und Design
- 10fach Zoom
- hochauflösender 16:9-Modus
- **Neu:** erweiterte Fotofunktionen
- DV-in/AV-in inklusive AD-Wandler
- interner Blitz und Mini Videoleuchte
- DIGIC DV
- RGB-Primärfarbenfilter
- Print & Share-Taste
- PictBridge-kompatibel
- Mikrofon-, Kopfhörer- und S-Video-Anschluß

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte.
Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: September 2005