

imaging

+foto **contact**

9/2006

€ 4,- ISSN 1430 - 1121

35. Jahrgang 30605

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

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Canon auf der photokina

**EOS 400D –
saubere
10 Megapixel**

4 neue Scanner



3 neue PowerShot Modelle



3 neue Selphy Drucker

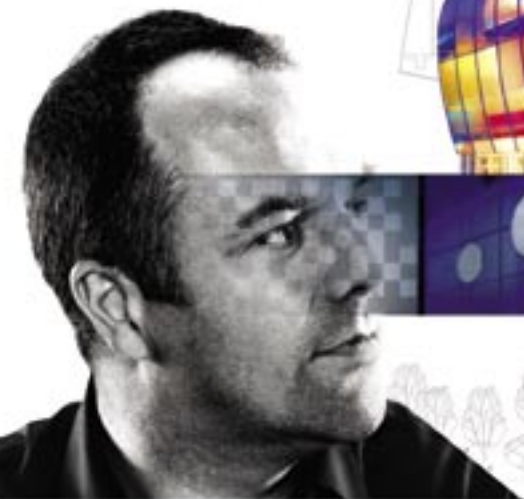


**14 PIXMA Drucker und
Multifunktionsgeräte**



**Neues System
gegen Staub**

NOKIA N73



Share what you see

Die Zukunft mobiler Fotografie

Mit seiner 3,2-Megapixel-Kamera und der herausragenden Optik von Carl Zeiss wird das Nokia N73 Ihren Blick für Fotografie verändern. Spezielle Kameratasten und die Nokia typische intuitive Benutzerführung sorgen für einfaches Aufnehmen gestochen scharfer Bilder. Ihre Fotos können Sie dann direkt auf Flickr™, die weltweit größte Online-Foto-Community, hochladen und mit Ihren Freunden teilen. Mit E-Mail, kabelloser Bluetooth Verbindung, MMS und mehr ist das Austauschen von Fotos so einfach wie das Aufnehmen selbst. Überzeugen Sie sich hier: www.nokia.de/nseries

Nokia Nseries
See new. Hear new. Feel new.

3,2-Megapixel-Kamera

Optik von Carl Zeiss

Autofokus

2,4 Zoll großes, hochauflösendes Display



Carl Zeiss Optics



NOKIA
Connecting People

Copyright © Nokia 2006. Alle Rechte vorbehalten. Nokia und Nokia Connecting People sind eingetragene Marken der Nokia Corporation. Andere hier erwähnte Produktnamen oder Firmennamen können eingetragene Markenzeichen oder Produktbezeichnungen der jeweiligen Rechteinhaber sein.

Die Fotowelt zu Gast bei Freunden

Die neue photokina



Thomas Blömer, Verleger

Wir haben das große Ereignis noch in bester Erinnerung: fröhliche Menschen aus aller Herren Länder, bunte Fahnen, Spannung und harter Wettbewerb – das war die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland. Was die Fußball-Fans in unserem Land nur alle Jubeljahre erleben können, wird der Fotobranche alle zwei Jahre beschert: die Weltmeisterschaft in Köln, die photokina, die ihren globalen Anspruch durch den Untertitel „World of Imaging“ deutlich macht.

Wenn die Zeichen nicht trügen, kann man den Verantwortlichen bei der Koelnmesse und im Photoindustrie-Verband schon jetzt gratulieren: In einer Zeit, in der manche Großmessen anderer Branchen um jeden Messestand kämpfen müssen, erwarten die Organisatoren der photokina mit rund 1.600 Anbietern aus 50 Ländern mindestens genauso viele, wenn nicht sogar mehr, Aussteller als vor zwei Jahren. Alles, was auf dem globalen Foto- und Imagingmarkt Rang und Namen hat oder einen solchen erwerben will, wird in Köln dabei sein. Wenn jetzt auch noch die Besucher kommen, steht einem durchschlagenden Messeerfolg nichts im Weg.

Die photokina 2006 wird sich im neuen Gewand präsentieren, und zwar nicht nur, weil sie auf dem völlig neu gestalteten Kölner Messegelände stattfindet. Auch einige gute, alte Namen wird man vermissen: Denn Agfa, Konica Minolta und Kyocera gibt es nicht mehr – zumindest nicht als Spieler auf dem Foto- und Imagingmarkt. Dafür haben Unternehmen ihre Stände vergrößert, die man früher auf der photokina gar nicht erwartet hätte, zum Beispiel Epson, HP, Casio, Samsung oder Panasonic, von debitel, Nokia oder The Phone House gar nicht zu reden. Erstmals dabei ist auch Europas größtes Fotofinishing-Unternehmen, CeWe Color.

Der rasante Wandel unserer Branche wird dabei nicht nur an den Namen der Aussteller erkennbar sein, sondern vor allem an den Produkten, Technologien und Konzepten, die sie präsentieren werden. Wer in unserer Branche Erfolg haben will, kommt deshalb um einen Besuch in Köln nicht herum. Denn wir wissen, daß zwar einerseits in Deutschland so viel fotografiert wird wie noch nie, andererseits aber die Umsätze nicht mehr in den Himmel wachsen. Denn die ganz steilen Wachstumskurven sind vorbei, und der harte Wettbewerb macht es nicht gerade einfach, Geld zu verdienen. Gerade deshalb ist es wichtig, sich aus erster Hand darüber zu infor-

mieren, wohin der Markt geht und welche Produkte und Dienstleistungen für die Zukunft Erfolge versprechen. Das kann man in dieser Vollständigkeit nur auf einer einzigen Messe der Welt: der photokina.

Ein Besuch wird sich auch deshalb lohnen, weil die Lage zwar schwierig, aber durchaus nicht hoffnungslos ist. Immerhin rechnet der Photoindustrie-Verband auch in diesem Jahr mit einem leichten Umsatzplus für die deutsche Fotobranche, die voraussichtlich wieder ein Marktvolumen von über sechs Milliarden Euro erreichen wird. Das ist vor allem den digitalen Spiegelreflex-Systemen und den innovativen digitalen Bildprodukten wie Fotogeschenken und Fotobüchern zu verdanken. Auch Handy-Fotografie und Online-Dienstleistungen tragen verstärkt zur Wertschöpfung bei.

Gerade der Spiegelreflex-Boom hat dem Fotohandel nicht nur wieder wachsende Marktanteile am Kamera-Geschäft beschert, sondern auch neue Partner, mit denen er gemeinsam den Markt entwickeln kann. Und auch die neuen Bildprodukte wollen aktiv und kompetent verkauft werden – das kann der Fotohandel besser als irgendjemand sonst. Aber nur dann, wenn Händler und Verkaufspersonal gut informiert und möglichst auch begeistert hinter der Ladentheke stehen. Die Fotowelt zu Gast bei Freunden – das bedeutete vor zwei Jahren rund 160.000 Besucher aus 140 Ländern. Das bedeutet auch Tausende von Journalisten, die über alle wichtigen Medien die Öffentlichkeit über die neuesten Entwicklungen auf dem Foto- und Imagingmarkt informieren und damit für Nachfrage in Ihrem Geschäft sorgen werden. Das gibt (hoffentlich!) den richtigen Schwung fürs Weihnachtsgeschäft – und Schwung kann man bekanntlich am besten dann nutzen, wenn man selber in Bewegung ist. In diesem Sinne: Auf Wiedersehen in Köln!



Zum Titelbild

Canon kündigt erste Welle von photokina-Neuheiten an: Kein bißchen angestaubt **12**

Editorial

Die neue photokina **3**

Wirtschaftspolitische Kommentar

Sind die „Handelsmargen“ an der Börse besser? .. **58**

photokina-guide 2006

Daten und Fakten **32**

Wichtige Aussteller nach Hallen **33**

Die wichtigsten Aussteller von A-Z **34**

Aussteller nach Produktgruppen **36**

Industrie

Walther will sich international profilieren **39**

Die Nokia Nseries zeigt, was mit der Konvergenz der Produkte gemeint ist **40**

Bilddienstleistungen

printeria-Shop setzt „die neue Lust am Foto“ in Produkte um **44**

printeria setzt die „neue Lust am Foto“ in Produkte um

Eines der aktuellen Probleme des Fotohandels ist bekanntlich, daß nur ein geringer Teil der aufgenommenen Digitalbilder gedruckt wird. Innovative Ideen sind deshalb gefragt, die den Verbraucher veranlassen, sein Verhalten zu ändern und seine Aufnahmen wieder beim Fachhandel in „fühlbare“ Produkte umwandeln zu lassen. Um sich dabei gegenüber dem Verbraucher auch weiterhin als kompeten-



ter Bilddienstleister darstellen zu können, bedarf es unter Umständen vollkommen neuer Konzepte. Eines dieser Konzepte ist derzeit bei der printeria GmbH in Nürnberg zu finden, die das Geschäft mit dem digitalen Bild radikal anders umsetzt als traditionelle Fotogeschäfte. **Seite 44**

Bilddienstleistungen

Canon Neuheiten: Kein bißchen angestaubt



Mit der Ankündigung einer ganzen Flut von neuen Produkten setzte Canon ein deutliches Signal für einen selbstbewußten photokina-Auftritt. Neben der neuen Spiegelreflexkamera EOS 400D und drei neuen PowerShot Digitalkameras gibt es wichtige Neuheiten bei den Pixma und Selphy Druckern. Der Fotodruck zu Hause, so die klare Botschaft, soll schneller, einfacher und preisgünstiger werden. Die Verantwortlichen von Canon sehen sich in all diesen Segmenten in der Pole Position. Diesen Platz will der japanische Imaging-Gigant nicht nur mit neuen Technologien ausbauen: Die photokina-Neuheiten des Unternehmens zeichnen sich durch ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis aus – ein Ergebnis der deutlichen Effizienzsteigerung in Produktion und Logistik, die der Konzern in den letzten Jahren realisiert hat. **Seite 12**

Zum Titelbild

HP Photosmart in allen Kanälen

Mit der Einführung neuer Digitalkameras, Fotodrucker und Kiosk-Systeme will Hewlett-Packard auf der photokina 2006 den Führungsanspruch unterstreichen, den Vyomesh Joshi, Chef des Digital Imaging & Printing Geschäftes des Unternehmens, auf der PMA formuliert hat. Dabei will der IT-Gigant auch die Beziehungen zu seinen Handelspartnern verbessern und spezielle Konzepte für unterschiedliche Vertriebskanäle entwickeln. Auf einer Pressekonferenz betonte auch Reiner Drees, Direktor Sales Retail der Imaging & Printing Gruppe Deutschland, diesen Führungsanspruch: „Wir wollen im Consumer-Technologie-Markt die führende Marke sein und gemeinsam mit unseren Partnern unseren Umsatz und unsere Marktanteile steigern.“ **Seite 28**



Neuheiten

Die Rückkehr der d-labs

Im Februar dieses Jahres hat die Minilab Factory GmbH, Dresden, das Minilab-Geschäft der zusammengebrochenen AgfaPhoto übernommen und damit die Fortsetzung von Produktion und Vertrieb der erfolgreichen Geräte gesichert. Jetzt will die Silverlab Solutions GmbH die in Peiting produzierten d-lab Minilabs weltweit vertreiben. **Seite 52**



Bilddienstleistungen

imaging+foto-contact Interviews



Auf einem repräsentativen 1.000 Quadratmeter großen Stand wird CeWe Color auf der photokina das komplette Angebot seiner Bildprodukte und -dienstleistungen präsentieren. Neben kreativen Fotogeschenken und dem erfolgreichen Mein CeWe Fotobuch steht die Aussage „Digitalfotos ab 9 Cent“ im Mittelpunkt. Mit dem günstigen

Preis will CeWe Color ein deutliches Signal für Bilder aus dem Großlabor setzen und die Nachfrage ankurbeln. Wir sprachen mit Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Gruppe, über den photokina-Auftritt und die Strategien des Unternehmens. **Seite 8**



Nokia nimmt in diesem Jahr zum zweiten Mal als Aussteller an einer photokina teil: Auf einem mit 800 Quadratmetern im Vergleich zur photokina 2004 deutlich vergrößerten Stand will Nokia den Besuchern nicht nur Geräte, sondern auch Anwendungen und Vermarktungskonzepte präsentieren. Im Mittelpunkt des photokina-Auftritts stehen in diesem Jahr die Multimedia Computer der Nokia Nseries sowie die Themen Foto, Video und Konnektivität. Wir sprachen mit Mikael Vainio, Business Director Multimedia, Nokia GmbH, über den photokina-Auftritt und die Ziele des Telekommunikations-Unternehmens. **Seite 20**



Im November 2005 hat die in Neuss und Potsdam ansässige a&o Gruppe das Service- und Ersatzteilgeschäft für Minilabs sowie die Produktion und Vermarktung von Fotochemie in Vaihingen/Enz von der insolventen AgfaPhoto GmbH übernommen. Damit stand das zuvor als Service-Spezialist für IT bekannte Unternehmen vor der Herausforderung, in kurzer Zeit weltweit die Unterstützung der Betreiber von Agfa bzw. AgfaPhoto Minilabs sicherzustellen. Wir fragten Hans-Dieter Magon, Geschäftsführer der a&o imaging solutions GmbH, wie das gelungen ist. **Seite 22**



Der Telekommunikations-Service-Provider The Phone House wird sich erstmals als Aussteller an einer photokina beteiligen. Damit unterstreicht das Unternehmen seinen bereits auf der CeBIT 2006 formulierten Anspruch, sich als zukunftsorientierter Partner des Fotohandels beim Thema Mobile Imaging zu positionieren. Dazu beitragen sollen beispielsweise ein vollkommen neu entwickeltes Ladenbaukonzept, bei dem die verschiedenen Mobilfunkwelten deutlich herausgestellt werden können. Wir sprachen mit Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House, über das, was das Unternehmen für den Fotohandel zu bieten hat. **Seite 24**

Interviews



inhalt

!mpuls

Silverlab Solutions wird „AgfaPhoto“ Minilabs vermarkten **52**

Mitsubishi Electric startet Flexilab **64**

imaging+foto-contact-Interviews

Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Gruppe:
„Meine CeWe Bilderwelt“ auf der photokina **8**

Mikael Vainio, Business Director Multimedia, Nokia GmbH: Der Fotohandel muß noch wagemutiger werden **20**

Hans-Dieter Magon, Geschäftsführer der a&o imaging solutions: „Immer mehr Kunden“ .. **22**

Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House:
„Mit uns können Fotohändler das Thema Mobile Imaging optimal vermarkten“ **24**

Handel

Hapa-Team mit 500 m²-Stand auf der photokina . **54**

H. D. Lehmann: Vom Handwerk zum Handy **57**

Nachrichten **6, 46**

Neuheiten **50, 59, 61, 63**

Olympus baut das Portfolio der digitalen Kompaktkameras mit zehn Modellen aus **18**

HP will auf der photokina Führungsanspruch demonstrieren: Photosmart in allen Kanälen **28**

Mit neuen Zielgruppen die Margen verbessern: Sakar Fun-Kameras **47**

Ricoh Caplio R5 in drei Farben **48**

Optio A20 und M20 lösen bei Pentax Optio A10 und M10 ab **49**

Neue Samsonite Taschen im Hama Programm ... **51**

Canon Neuheiten für das bewegte Bild **55**

Video

Ulrich Vielmuth: Ein weiteres Videoformat **60**

Literatur **62**

Rechtstips **56**

Klein- und Personalanzeigen **65**

Impressum **64**

Kodak meldet Verlust im zweiten Quartal

Die Eastman Kodak Company hat die Ergebnisse für das zweite Quartal 2006 bekanntgegeben: Der Gesamtumsatz des Unternehmens sank demzufolge im zweiten Quartal um neun Prozent auf 3,360 Milliarden US-Dollar, vornehmlich durch Umsatzrückgänge im Film und Photofinishing Systems Geschäft und der Consumer Digital Imaging Gruppe. Der Umsatz mit Digitalprodukten stieg um sechs Prozent auf 1,83 Milliarden US-Dollar, der mit traditionellen Produkten sank um 22 Prozent auf 1,52 Milliarden US-Dollar. Der operative Verlust vor Zinsen, Restrukturisierungskosten und Steuern lag mit 167 Millionen US-Dollar um 30 Millionen US-Dollar über dem Verlust des zweiten Quartals 2005. Der Netto-Verlust stieg von 155 Millionen US-Dollar im Vorjahr auf 282 Millionen US-Dollar im zweiten Quartal 2006. Der Umsatz im Bereich Consumer Digital Imaging sank um sechs Prozent auf 628 Millionen US-Dollar, der operative Verlust vergrößerte sich von 52 Millionen US-Dollar im Vorjahresquartal auf 79 Millionen US-Dollar. Nach Angaben von Kodak ist dies vor allem auf zurückgehende Kameraverkäufe zurückzuführen, da das Unternehmen den Margen eine höhere Priorität einräume als dem Umsatz.

Im traditionellen Produktbereich Film und Photofinishing Systeme sanken die Umsätze planmäßig von 1,5 Milliarden US-Dollar im Vorjahresquartal auf 1,15 Milliarden US-Dollar. Der operative Gewinn ging von 244 Millionen US-\$ auf 113 Millionen US-Dollar zurück. Kodaks Graphic Communications Gruppe erzielte ein Umsatzplus von 14 Prozent auf 908 Millionen US-Dollar im zweiten Quartal, hauptsächlich durch die Akquisitionen von Kodak Polychrome Graphics und Creo. In diesem Segment erzielte das Unternehmen einen operativen Gewinn von 22 Millionen US-Dollar gegenüber einem Verlust von 42 Millionen US-Dollar im Vorjahresquartal. Der Umsatz der Health Gruppe (Medizintechnik) sank um sechs Prozent auf 655 Millionen US-\$, der operative Gewinn ging um 31 Millionen US-\$ auf 78 Millionen US-\$ zurück.

Norbert Keller jetzt bei der Casio Europe GmbH

Norbert Keller ist jetzt im Vertriebsteam der Casio Europe GmbH als Senior Key Account Manager für den Bereich Fotohandel in Deutschland und Österreich verantwortlich. Der 55jährige Manager ist in der Branche gut bekannt. Er war zuletzt General Manager der Kamera-Division von Konica Minolta. In einer Pressemittei-

lung betonte Casio, Keller, der über 30 Jahre Erfahrung in der Fotobranche hat, solle hauptsächlich die Marke Exilim als „Marktführer im Bereich der digitalen Kompaktkameras“ stützen. Dabei komme dem Fotohandel im Mix der Distributionskanäle eine wichtige Rolle zu. Vertriebschef Jens Lehman erwartet „einen weiteren Ausbau der bereits mit Erfolg betriebenen numerischen und gewichteten Distribution“.

Ricky L. Stewart jetzt bei Samsung Opto-Electronics

Mit Ricky L. Stewart hat die Samsung Opto-Electronics eine weitere Führungspersonlichkeit für den Ausbau des Digitalkamera-Geschäftes gewonnen. Der 48jährige tritt als neuer General Manager der Samsung Opto-Electronics GmbH an und soll gemeinsam mit Geschäftsführer Simon J. Oh das Unternehmen leiten und die sehr hohen Ziele im deutschen Markt realisieren. Ricky L. Stewart ist in der deutschen Fotobranche sehr gut bekannt. Er war zehn Jahre lang erfolgreich bei Casio Europe tätig, zuletzt als General Division Manager Digital Imaging zuständig für den europäischen Markt. Insgesamt bringt er über 20 Jahre Berufserfahrung in den Bereichen Foto, Unterhaltungselektronik und IT mit.

Experten diskutieren auf der photokina über Trends beim „Mobile Imaging“

Auf der photokina 2006 werden nicht nur zahlreiche Produkte des Mobile Imaging – von der Kompaktkamera und dem Fotohandy über den mobilen Fotodruck bis zum Kiosksystem – zu sehen sein, sondern auch die neuesten Trends in diesem Segment präsentiert: Am 28. September werden sich führende internationale Experten auf der Konferenz „Imaging with mobile devices“ mit diesem Thema befassen.

In Zusammenarbeit mit Photo Imaging News, dem Information Management Institute Inc. (IMI), und der Prophoto GmbH bietet die Koelnmesse auf der photokina den Fachbesuchern die Möglichkeit, auf dieser Konferenz die verschiedenen Entwicklungen bei Kamerahandys, Digitalkameras und Camcordern sowie den entsprechenden Bildverarbeitungstechniken zu erfahren und diejenigen zu treffen, die diese Techniken weltweit auf die Märkte bringen.

Der erste Konferenzteil „Picture-Taking with Mobile Imaging Devices“ beschäftigt sich mit den Entwicklungen der internationalen Märkte für Mobiltelefone mit Fotofunk-

tion, informiert über die Automatic Digital Image Correction und beleuchtet die Entwicklung bei der Nutzung von Kiosksystemen.

Die zweite Hälfte der Veranstaltung trägt die Überschrift „Picture-Making from Mobile Imaging Devices“ und beschäftigt sich mit der Frage, was mit den Bildern geschieht, die mit dem Fotohandy, der Kompaktkamera oder dem handlichen digitalen Camcorder aufgenommen worden sind. Die Mobile Imaging Conference beschäftigt sich unter diesem Aspekt mit digitalen Fotobüchern, Online-Alben und dem Bestellen von Fotos über das Internet sowie mit der Frage, welche weiteren Produkte und Dienstleistungen innerhalb dieses Workflows angeboten werden können, und wie man von ihnen profitieren kann.

Weitere Informationen und Anmeldeunterlagen zur Mobile Imaging Conference gibt es auf der Homepage der photokina unter www.photokina.de. Die Teilnahmegebühr beträgt 295 Euro für eine Session und 395 Euro für beide Sessions. Die Konferenzsprache ist Englisch.



Kiosk 9000



Kiosk 7000



Click 5000

TIPA
Award 2006
BESTER FOTOKIOSK

MITSUBISHI ELECTRIC FOTOSYSTEME

Die Zeit der Kompromisse ist vorbei. Mit einem Fotosystem von Mitsubishi Electric erleben Sie, wie einfach, schnell und profitabel das Zusatzgeschäft mit Fotoausdrucken in Gang kommt. Wir bieten Ihnen eine attraktive Produktlinie, bei der Sie sich die beste Lösung für Ihr Mehr an Fotoumsatz herausuchen. Genießen Sie die geringen Betriebskosten, während die hervorragende Bildqualität Ihre Kunden begeistert.

photokina

Besuchen Sie uns auf der PHOTOKINA und lassen Sie sich von unserem neuen Hochleistungs-Fotosystem FLEXILAB begeistern. 26.09.06 – 01.10.06, HALLE 10.2, STAND B010

WWW.MITSUBISHI-EVS.DE

KIOSK

CLICK

FLEXILAB

 **MITSUBISHI
ELECTRIC**
Changes for the Better
Electronic Visual Systems

„Meine CeWe Bilderwelt“ auf der photokina

DAS VOLLE PROGRAMM

Auf einem repräsentativen 1.000 Quadratmeter großen Messestand wird CeWe Color auf der photokina das komplette Angebot seiner Bildprodukte und -dienstleistungen präsentieren. Neben kreativen Fotogeschenken und dem erfolgreichen „CeWe Fotobuch“ steht die Aussage „Digitalfotos ab 9 Cent“ im Mittelpunkt. Mit dem günstigen Preis will CeWe Color ein deutliches Signal für Bilder aus dem Großlabor setzen und damit die Nachfrage beim Fotohandel beleben.

imaging+foto-contact hat mit Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Gruppe, über den photokina Auftritt und die Strategien des Unternehmens gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Dr. Hollander, CeWe Color stellt in diesem Jahr erstmals auf der photokina aus – und das gleich mit einem ausgesprochen repräsentativen Stand. Welche Zielgruppen möchten Sie mit Ihrem photokina Auftritt in erster Linie ansprechen?

Dr. Rolf Hollander: Auf der photokina wollen wir besonders unseren Partnern im Fotohandel Gelegenheit geben, alles zu sehen, was CeWe Color kann. Dazu gehören nicht nur alle Bildprodukte vom Standardbild über Fotogeschenke bis zum CeWe Fotobuch, sondern auch unsere erfolgreichen neuen DigiFilm-Maker Annahmeterminals und natürlich die umfangreiche Marketingunterstützung, die wir unseren Kunden bieten können. Dabei wird unsere umfangreiche



Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Gruppe: „Unsere neuen DigiFilm-Maker haben die Zahl der Aufträge pro Terminal und die Zahl der Bilder pro Auftrag deutlich gesteigert.“

Außendienst- und Verkaufsmannschaft vor Ort sein, um unsere Handelspartner fachkundig zu beraten.

imaging+foto-contact: Wollen Sie auch Endverbraucher ansprechen?

Dr. Rolf Hollander: Wir betrachten die photokina in erster Linie als Fachmesse, aber wir wissen natürlich, daß diese auch von zahlreichen interessierten Fotoamateuren besucht wird. Dieser Zielgruppe wollen wir mit unserer Aussage „Digitalfotos ab 9 Cent“ deutlich signalisieren, daß Farbbilder aus dem Großlabor, die beim Fotohandel bestellt werden, der günstigste Weg sind, um hochwertige Prints von digitalen Aufnahmen zu erhalten. Dazu zeigen wir nicht nur, wie unsere neuen DigiFilm-Maker Terminals funktionieren, sondern werden auch unsere Bestellsoftware verteilen. Sie macht

die Bildbestellung beim Fotohandel besonders einfach: Denn Aufträge für alle unsere Bildprodukte – Fotos in allen gängigen Formaten, Fotogeschenke und das CeWe Fotobuch – können jetzt mit einer einzigen Software bequem und komfortabel am heimischen PC vorbereitet werden. Auf unserer Internetseite www.cewecolor.de können die Konsumenten dann leicht einen Fotohändler finden, bei dem sie den Auftrag abgeben können.

imaging+foto-contact: Setzen Sie mit der Betonung eines Bilderpreises von 9 Cent nicht ein Signal für einen neuen Preiswettbewerb, den wir ja aus analogen Zeiten in sehr schlechter Erinnerung haben?

Dr. Rolf Hollander: Nein, denn es geht uns keinesfalls um eine Tiefstpreispolitik. Das sehen Sie schon daran, daß bereits jetzt im Internet sehr viel niedrigere Preise als 9 Cent kommuniziert werden. Mit dem günstigen einstelligen Bilderpreis kann der Fotohandel ein starkes Signal für ein preiswertes Einstiegsbild setzen. Das ist eine wichtige Voraussetzung dafür, das Vertrauen der Kunden zu gewinnen, um ihnen dann margenstarke Produkte verkaufen zu können. Wer daraus schließt, alle Bilder für 9 Cent anbieten zu müssen, hat uns gründlich mißverstanden.

imaging+foto-contact: Wie soll der Fotohandel dann mit diesem Einstiegspreis umgehen?

Dr. Rolf Hollander: Wir empfehlen unseren Handelspartnern, den niedrigen Einstiegspreis mit einer Transferpauschale und der Archiv-CD zu kom-

binieren und darüber hinaus das Angebot zu differenzieren – zum Beispiel durch eine Preisstaffel ab 50, 100 oder 200 Bildern. Unsere Erfahrungen mit dem günstigen Einstiegspreis, den wir ja besonders mit unseren neuen DigiFilm-Makern deutlich kommunizieren, zeigen: Es wirkt! Wo mit diesem Preis geworben wird, gibt es mehr Aufträge, mehr Bilder pro Auftrag und insgesamt eine höhere Rendite mit margenstarken Produkten.

imaging+foto-contact: Die neuen DigiFilm-Maker Terminals, die wir ja bereits vorgestellt haben, kommen also gut an?

Dr. Rolf Hollander: Sie kommen sogar sehr gut an – nicht nur bei unseren Handelspartnern, sondern auch bei den Endkunden, denn sie tragen nach unseren Marktforschungen wesentlich dazu bei, daß die Printrate digitaler Bilder weiter ansteigt, obwohl in diesem Jahr, wie wir wissen, der Höhepunkt beim Digitalkamera-Verkauf bereits überschritten ist.

imaging+foto-contact: Worauf führen Sie diesen Erfolg zurück?

Dr. Rolf Hollander: Wir haben das neue DigiFilm-Maker Terminal sorgfältig entwickelt. Der große Monitor, auf dem ständig ein Film läuft, der zeigt, wie man Bilder bestellt, weckt erheblich mehr Aufmerksamkeit. Das wird durch die Signalfarbe Rot verstärkt. Besonders gut funktioniert das



Auf der photokina wird CeWe Color interessante Shoplösungen für seine Handelspartner vorstellen. Das Modul für den Fachhandel zeichnet sich nicht nur durch deutliche Visualisierung der angebotenen Bilddienstleistungen aus, sondern signalisiert durch die vertikale Bauweise auch ein hohes Volumen an Auftragstaschen mit der klaren Botschaft: Hier lassen viele Menschen ihre digitalen Bilder entwickeln.

mit unserem attraktiven Leucht-Display, mit dem der Fotohandel das Angebot preiswerter Bilder aus dem Großlabor in seinen Geschäften deutlich sichtbar machen kann. Zudem haben wir die Bildbestellung durch ein besseres Menü und die Touch-Screen-Bedienung wesentlich vereinfacht. In diesen Wochen liefern wir 10.000 dieser neuen Geräte aus, von denen mehr als die Hälfte bereits installiert ist. Auch hier können wir sagen: Es wirkt! Und es wirkt umso besser, wenn nicht

nur ein, sondern gleich zwei oder drei DigiFilm-Maker im Geschäft aufgestellt werden.

imaging+foto-contact: Ist denn eine solche Investition in mehrere Geräte für einen Fotohändler mit normalem Bildaufkommen zu rechtfertigen?

Dr. Rolf Hollander: Unbedingt, zumal es sich um eine durchaus überschaubare Investition handelt, die unter Umständen sogar über WKZ-Leistungen finanziert werden kann. Unsere Kunden sind dann besonders erfolgreich, wenn sie ihre Kompetenz für digitale Bilddienstleistungen im Geschäft – und auch außerhalb – deutlich kommunizieren. Zwei oder drei Terminals – am besten mit Leucht-Display – fallen einfach mehr auf als nur eins, und sie signalisieren: Hier wer-



Auf einem repräsentativen Messestand wird CeWe Color auf der photokina die gesamte Palette seiner Bildprodukte und -dienstleistungen demonstrieren.



den digitale Bilder bestellt. Unsere Erfahrungen zeigen, daß die Zahl der Aufträge mit mehreren Terminals überproportional steigt, d. h. drei Terminals generieren deutlich mehr als nur die dreifache Auftragsmenge eines DigiFilm-Makers. Zudem werden Wartezeiten vermieden; das führt zu mehr Kundenzufriedenheit. Ab der photokina wird übrigens auch die Bestellung des CeWe Fotobuchs über die DigiFilm-Maker möglich sein.

imaging+foto-contact: Mit dem CeWe Fotobuch geben Sie ein Stichwort. Wie entwickelt sich diese Produktlinie?

Dr. Rolf Hollander: Sie entwickelt sich so positiv, wie wir es erwartet haben. Seit der Einführung im vergangenen Jahr ist die Nachfrage stetig gewachsen, und unsere neue Bestellsoftware und die neuen Umschlagvarianten haben die Wachstumskurve noch einmal deutlich ansteigen lassen. Denn jetzt kann ein Fotobuch-Auftrag am heimischen PC mit wenigen Mausklicks erstellt oder mit „Quick & Easy“ sogar ganz ohne Computer plaziert werden. Wir erweitern darum zur Zeit unsere Produktionskapazitäten und stellen das CeWe Fotobuch inzwischen in sechs Betrieben her.

imaging+foto-contact: In welchen Vertriebskanälen ist das CeWe Fotobuch erfolgreich?

Dr. Rolf Hollander: Gerade das CeWe Fotobuch ist im qualifizierten Fotohandel erfolgreich, denn es ist ein wirklicher Bedienungsartikel, der aktiv angeboten werden sollte. Deshalb haben die Fotohändler, die die Kunden gezielt ansprechen und ihnen natürlich auch ein Muster zeigen, besonders

viele Aufträge. Zudem bietet sich gerade für den Fotohandel die Vermarktung über den klassischen Kundenkreis hinaus an, zum Beispiel für gewerbliche Anwender: Architekturbüros, Handwerker, Makler, ja selbst Friseure oder Kosmetikstudios können ihre Dienstleistungen in einem Fotobuch attraktiv präsentieren. Fotohändler, die auch selber fotografieren, sind mit Fotobüchern von Familienfeiern wie Kommunion, Konfirmation oder Hochzeiten ebenso erfolgreich wie mit einem Angebot für das örtliche Schützenfest, den Karnevalsumzug usw. Auf der photokina stellen wir zudem eine neue Serie des CeWe Fotobuches speziell für Portraitfotografen vor.

imaging+foto-contact: Wie unterscheiden sich diese vom normalen CeWe Fotobuch?

Dr. Rolf Hollander: Den Ansprüchen der Portraitfotografen entsprechend handelt es sich um besonders hochwertige Produkte, die in größeren Formaten und mit aufwendigeren Einbänden ausgestattet sind. Zudem bietet eine spezielle Software für den Portraitbereich interessante Designmöglichkeiten, die dem kreativen Anspruch dieser Zielgruppe gerecht werden.

imaging+foto-contact: Das CeWe Fotobuch war das erste Bildprodukt, das CeWe Color unter eigener Marke auf den Markt gebracht hat. Werden Sie diesen Markenauftritt in Zukunft ausbauen?

Dr. Rolf Hollander: Das CeWe Fotobuch war in der Tat ein erster erfolgreicher Schritt in unserer Strategie, die ich als moderaten Markenaufbau bezeichnen möchte. Damit stellen wir uns auf die veränderte Situation in der

digitalen Welt ein. Im analogen Zeitalter brauchten wir als Dienstleister nicht unter eigener Marke zu werben, denn das haben die Filmhersteller wie Agfa, Fuji und Kodak für uns getan. Jeder Film mußte ja erst einmal entwickelt werden. In der digitalen Welt müssen wir dagegen den Konsumenten davon überzeugen, von seinen Aufnahmen auch Bilder zu machen bzw. machen zu lassen – und zwar am besten, bequemsten und preiswertesten auf Fotopapier im Großlabor.

imaging+foto-contact: Werden Ihre Dienstleistungen in den unterschiedlichen Vertriebskanälen durch die Marke nicht austauschbar?

Dr. Rolf Hollander: Nein, denn selbstverständlich stellen wir uns weiterhin im Design unserer Auftragstaschen auf die Wünsche unserer Kunden ein. Die Marke CeWe, die für Europas größten Fotodienstleister steht, schafft allerdings besonderes Vertrauen beim Konsumenten und dient damit vor allem unseren Handelspartnern, auf die wir die Endkunden ja, zum Beispiel auf unserer Internetseite, ausdrücklich hinweisen. CeWe Color bietet den Endkunden keine direkten Dienstleistungen an und wird das auch nicht tun, sondern geht immer den Weg über die Handelspartner. Deshalb dient unser moderater Markenauftritt nicht unserer Selbstdarstellung, sondern soll – gemeinsam mit unseren vertriebskanal-orientierten Marketing-Maßnahmen – unseren Kunden helfen, Bilder und Bildprodukte in den Blickpunkt des Verbrauchers zu rücken und sie dadurch besser zu verkaufen. Ich vergleiche das gerne mit einem Beispiel aus der Informationstechnologie, wo „Intel Inside“ ja zu einem Markenzeichen für hochwertige Rechner geworden ist, die ihrerseits unter vielen verschiedenen Marken verkauft werden. In ähnlicher Weise können unsere Handelspartner von den Marketing-Maßnahmen profitieren, die wir für unsere Marke CeWe durchführen.

Auf der photokina zeigen wir die ganze Breite unserer Unterstützungsmaßnahmen für den Fotohandel. Das allein ist schon ein guter Grund, unseren Stand zu besuchen.

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

CeWe Color wird auf der photokina ein großes Gewinnspiel unter dem Motto „Mein Formel 1 Wochenende“ durchführen. Alle Messebesucher, die mit einem F1 Rennsimulator eine Rennstrecke fahren oder eine Teilnahmekarte am Messestand ausfüllen, haben die Chance zu gewinnen. Neben neun Formel 1 Wochenenden winken auch viele andere attraktive Preise.



SONY

Wissen Sie, ob ein Kolibri Wimpern hat?

Die erste digitale Spiegelreflexkamera mit integriertem Verwacklungsschutz. Von Sony.

Fühlen Sie sich bereit für das nächste Level der Fototechnik? Hier ist die Sony α 100 mit Super Steady Shot Inside, 10 Megapixel Auflösung, Staubschutzsystem und großem Display. Geeignet für 21 Wechselobjektive von Sony und Carl Zeiss, externe Blitze und vieles andere Zubehör mehr. Fotografieren Sie einfach – den Rest erledigt die α 100 für Sie.

www.sony.de/dslr



like.no.other™



Das Zeichen „ α “ wird „Alpha“ gesprochen. „Sony“, „ α “ und „like.no.other“ sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan.

Canon kündigt erste Welle von photokina-Neuheiten an

Kein bißchen angestaubt



Die neue Canon EOS 400D soll den Erfolg der 350D fortsetzen.

Neue EOS 400D • Neue Objektive
Neue Pixma Drucker und Multifunktionsgeräte
Neue Serie Pixma mini • Neue Selphy Drucker

Mit der Ankündigung einer ganzen Flut von neuen Produkten setzte Canon ein deutliches Signal für einen selbstbewußten photokina-Auftritt. Neben der neuen Spiegelreflexkamera EOS 400D und drei neuen PowerShot Digitalkameras gibt es wichtige Neuheiten bei den Pixma und Selphy Druckern. Der Fotodruck zu Hause, so die klare Botschaft, soll schneller, einfacher und preisgünstiger werden.

Die Verantwortlichen sehen Canon in all diesen Segmenten in der Pole Position. Diesen Platz will der japanische Imaging-Gigant nicht nur mit neuen Technologien ausbauen: Die photokina-Neuheiten des Unternehmens zeichnen sich durch ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis aus – ein Ergebnis der deutlichen Effizienzsteigerung in Produktion und Logistik, die der Konzern in

den letzten Jahren realisiert hat. Dabei stellt sich Canon den Herausforderungen, die die Schnelligkeit des digitalen Marktes mit sich bringt. Auf neun Monate schätzt Jürgen Schmitz, General Manager Marketing Consumer Products bei Canon Deutschland, den durchschnittlichen Lebenszyklus digitaler Produkte. „Dabei müssen sowohl wir als auch unsere Handelspartner mit

einem Wertverfall von rund drei Prozent im Monat rechnen“, erklärte Schmitz. „Das bedeutet, daß vor allem die Startphase für den Erfolg eines Produktes ausschlaggebend ist.“ Folgerichtig werden die Canon photokina-Neuheiten bereits zur Messe oder spätestens kurz danach lieferbar sein – und zwar in Mengen, die der erwarteten Nachfrage gerecht werden.

SLR Saubermann: Die neue Canon EOS 400D

Mit der neuen Canon EOS 400D will der Hersteller an den Erfolg der 350D anknüpfen, die allerdings (mit um 100,- Euro reduzierter Preisempfehlung) weiter im Programm bleibt. Die neue „Brot und Butter“-SLR bietet zehn Megapixel, ein 2,5“ LCD und ein besonders schnelles 9-Punkt-Autofokus-System. Hinzu kommt eine Weltneuheit für staubfreieres Fotografieren: das EOS-Integrated-Cleaning-System.

Letzteres ist für den Fotohandel ein besonders wichtiges Verkaufsargument: Denn beim Objektivwechsel ist das Eindringen von Staub in das Gehäuse digitaler Spiegelreflexkameras unvermeidbar – und die kleinen Partikel haben die unerfreuliche Gewohnheit, sich am liebsten auf dem Sensor niederzulassen. Diesem Problem rückt Canon bei der EOS 400D in vier Schritten zu Leibe:

1. Minimierung der Staubmenge: Dazu kommen bei der internen Kamera-Mechanik neue Materialien zum Einsatz, um das Entstehen von Staub durch natürlichen Abrieb auf ein Minimum zu reduzieren.
2. Abstoßung der Staubpartikel: Durch eine spezielle Antistatik-Beschichtung auf dem vorderen Tiefpassfilter schafft Canon auf dem CMOS Chip eine Umgebung, die die Anziehung des Staubes minimiert. Spezielle Dichtungen verhindern dabei, daß einzelne Partikel in die tieferen Schichten des Sensors eindringen können.
3. Entfernung des Staubes: Durch hochfrequente Schwingungen werden eventuelle Staubpartikel von der Chip-Oberfläche „abgeschüttelt“ und von einer klebrig beschichteten Auffang-Einheit festgehalten.
4. Digitale Staubkorrektur: Besonders hartnäckige Staubpartikel, die es sich trotzdem auf dem Chip gemütlich machen, werden durch ein internes „Dust-Delete-Data-System“ von der Kamera-Software unsichtbar gemacht. Die Voraussetzung dafür ist die Aufnahme eines Testbildes mit formatfüllender weißer Fläche, auf



Auf dem 2,5“ großen LCD werden auch die wichtigsten Kamera-Funktionen angezeigt. Um Störungen beim Fotografieren zu vermeiden, schaltet sich das Display automatisch ab, sobald die Kamera ans Auge genommen wird.

der die Software die Position jedes sichtbaren Staubteilchens auf dem Sensor erkennt. Auf der Basis dieser Daten können dann mit Hilfe der Digital-Photo-Professional-Software störende Effekte nach der Aufnahme automatisch entfernt werden.

Bei jedem Einschalten wird die Selbstreinigungsfunktion des Chips automatisch für eine Sekunde aktiviert – dabei hat allerdings die Auslösefunktion Priorität, so daß kein Schnappschuß verpaßt wird. Dank des Digic-II-Bildprozessors ist die EOS 400D mit einer Startzeit von nur 0,2 Sekunden praktisch sofort nach dem Einschalten aufnahmebereit.

Schneller Autofokus

Für die neue Spiegelreflexkamera hat Canon das von der EOS 5D und EOS 30D bekannte AF-System spendiert, das mit neun statt sieben Meßpunkten arbeitet. Der mittlere dieser Meßpunkte ist hochempfindlich, um auch bei wenig Licht schnell und präzise zu arbeiten. Trotz der im Vergleich zur EOS 350D höheren Auflösung hat sich die Zahl der Serienaufnahmen beinahe verdoppelt: Bis zu 27 Large-JPEG-Bilder oder zehn Fotos im RAW-Format können mit einer Geschwindigkeit von drei Aufnahmen pro Sekunde in Serie geschossen werden.

Mit einem 2,5“ großen LCD mit 230.000 Pixeln und einem Betrachtungswinkel von 160° ist die Kontrolle der Bildergebnisse komfortabel möglich. Auf diesem Display werden beim



Fotografieren auch die wichtigsten Kamera-Einstellungen angezeigt – um Blendwirkungen zu vermeiden, schaltet sich das

Display automatisch

aus, sobald die EOS 400D ans Auge genommen wird.

Auch die Software der Canon EOS 400D hat einiges zu bieten, z. B. die Möglichkeit, Ordner mit einer Kapazität von 9.999 Bildern anzulegen und mit Picture-Style-Einstellungen zur Steuerung wichtiger Parameter vorzunehmen. Auch die Pictbridge-Funktionalität wurde erweitert. Zum Lieferumfang gehört mit der Digital-Photo-Professional(DPP)-Software ein Programm zur Bearbeitung von RAW-Dateien. Es dient auch zur Interaktion mit anderen Kamerafunktionen, wie zum Beispiel der Dust-Delete-Data-Funktion und Picture-Styles. Zu den weiteren Anwendungen zählen EOS Capture, der Image/Zoom-Browser und die Photostitch-Software. Zudem gibt es 100 MB Speicherplatz auf dem Online-Fotoalbum Canon Image Gateway.

Die neue Canon EOS 400D ist mit dem von der 350D bekannten Batteriegriff BG-E3 und dem entsprechenden Akku kompatibel, ebenso mit allen EF- und EF-S-Objektiven, den Speedlite-Blitzgeräten und weiterem EOS-Systemzubehör. Der UVP beträgt für das Gehäuse 799,- Euro, für das Kit mit EF-S 18–55 Objektiv 899,- Euro, mit EF-S 17–85 IS 1.199,- Euro und für das DoubleZoom Kit mit EF-S 18–55 und EF 55–200 Objektiv 1.499,- Euro. Die neue Kamera ist ab Mitte September lieferbar.

Zwei neue EF-Objektive

Für das Canon EOS-System gibt es zur photokina zwei neue EF-Objektive für anspruchsvolle SLR-Fotografen. Besonders lichtstark ist das neue Normalobjektiv EF 50 mm 1:1,2L USM für den Portrait- und Studiobereich. Neben der großen Blendenöffnung bietet es eine annähernd kreisrunde Irisblende, die besonders beim Arbeiten mit selektiver Schärfe zu einer ästhetisch ansprechenden Wiedergabe im Unschärfenbereich beiträgt (Bokeh-

Mit „digitalem Telekonverter“ Neue PowerShot Modelle

Im digitalen Kompaktsegment stellt Canon zur photokina drei neue PowerShot Modelle vor, deren hohe Auflösung für die Erweiterung des optischen Zoombereiches durch die neue „Safety-Zoom“-Funktion genutzt wird.

Weitgehend baugleich sind die neuen PowerShot A640 und A630, die sich im wesentlichen durch die Auflösung von zehn bzw. acht Megapixeln unterscheiden. Beide verfügen über ein 4fach-Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 35–140 mm und hoher Lichtstärke von 1:2,8–1:4,1. Zusätzlich erweitert sich der Einsatzbereich bei kritischen Lichtverhältnissen ohne Blitz durch eine maximale Empfindlichkeit von ISO 800.

Im Gegensatz zum bisher bekannten Digital-Zoom wird bei der neuen „Safety-Zoom“-Funktion die Auflösung nicht unkontrollierbar durch Interpolation reduziert, sondern der Zoombereich so begrenzt, daß die vom Anwender gewünschte Bildqualität erhalten bleibt. Dazu wird einfach die minimale Auflösung voreingestellt – für ein maximales Bildformat von 10 x 15 cm zum Beispiel 1.600 x 1.200 Pixel. Das bedeutet bei der PowerShot A640 einen effektiven Zoomfaktor von 9,1, was maximal einer Kleinbild-Brennweite von 318,5 mm entspricht.

Nach einem ähnlichen Prinzip funktioniert der zuschaltbare „digitale Telekonverter“, der die Zoomwirkung bis zum Faktor 2,0 (PowerShot A630) oder 2,3 (PowerShot A640) erweitert. Sinn der Sache: Die Zoomfunktion beginnt erst bei 70 bzw. 80 mm; die maximale Blendenöffnung von 1:2,8 bleibt aber erhalten.

Bei beiden PowerShot Modellen ist das neue 2,5“-Display dreh- und schwenkbar, um Aufnahmen aus ungewöhnlichen Perspektiven zu erleichtern. Bei der Bildkomposition helfen die zuschaltbaren Gitternetz-Linien. Auf Wunsch steht auch eine Markierung für Fotos im Seitenverhältnis 3:2 zur Verfügung, so daß die Bildwirkung für typische Druckformate wie 10 x 15 cm bereits bei der Aufnahme am Display beurteilt werden kann. Beide PowerShots bieten zahlreiche kreative Funktionen, darunter 21 Aufnahmeprogramme sowie Blendenvorwahl, Zeitvorwahl und manuelle Belichtungssteuerung. Von den EOS Modellen entlehnt sind die Blitz-Synchronisation auf den zweiten Verschlussvorhang und die My-Color-Effekte für die künstlerische Bearbeitung der Aufnahmen. Der Movie-Modus für Video-Clips mit Ton bietet volle VGA-Auflösung mit 30 Bildern pro Sekunde. Neben einem 9-Punkt-Autofokus bieten beide Kameras auch eine FlexiZone-AF/AE-Steuerung, mit der sich die Meßfelder manuell innerhalb eines großen Bildbereiches verschieben lassen. Als Speichermedien können



Die neuen Canon PowerShot Modelle A630 und A640 (Bild) bieten mit der neuen „Safety-Zoom“-Funktion und dem „digitalen Telekonverter“ ganz neue Ausstattungsmerkmale.

SD- oder MMC-Speicherkarten eingesetzt werden; das neue SDHC-Format für Kapazitäten bis zu 32 Gigabyte wird unterstützt. Als Zubehör bietet Canon einen 0,7fach-Weitwinkelkonverter, einen 1,75fach-Telekonverter, den externen Blitz HF-DC1 und ein Unterwassergehäuse an. Beide Kameras sind bereits verfügbar. Die PowerShot A630 soll 329,- Euro, die A640 399,- Euro kosten.

Für Tele-Freunde: die PowerShot A710 IS

Mit 6fach-Zoomobjektiv, optischem Bildstabilisator und einem Brennweitenbereich von 35–210 mm ist die neue PowerShot A710 IS besonders für Freunde von Tele-Aufnahmen geeignet. Der Bildstabilisator ist über den ganzen Brennweitenbereich wirksam und gleicht nach Angaben von Canon bis zu drei Belichtungsstufen aus.

Wie die beiden anderen neuen PowerShot Modelle ist auch die EOS A710 IS mit „Safety-Zoom“ und dem digitalen Telekonverter ausgestattet. Das bedeutet bei einer Auflösung von 1.600 x 1.200 Pixeln einen kombinierten Zoombereich, der 35–420 mm im Kleinbildformat entspricht. Vielfältige Aufnahmeprogramme, ein flexibler Movie-Modus, 9-Punkt-Autofokus, und ein 2,5“-Display mit zuschaltbaren Gitternetz-Linien sowie Markierung für Fotos im Seitenverhältnis 3:2 runden die Ausstattung ab. Die neue Kamera ist bereits lieferbar; der UVP beträgt 349,- Euro.



Lange Telebrennweite und Bildstabilisator: die neue Canon PowerShot A710 IS.

Effekt). Die Nah-Einstellgrenze liegt bei 45 cm. Mit einem asphärischen Linsenelement für hohe Schärfe und großen Kontrast, der E-TTL-II-Blitzfunktion sowie der besonderen Spectra-Linsenvergütung wurde das neue Objektiv für eine anspruchsvolle Zielgruppe konstruiert, die bereit ist, dafür 1.399,- Euro (UVP) auszugeben.

Die kompakte Bauweise ist eines der Merkmale des neuen Canon EF 70–200 mm 1:4,0L IS USM.

Es ist staub- und spritzwassergeschützt und mit einem besonders leistungsfähigen Bildstabilisator ausgestattet, mit dem nach Angaben von Canon bis zu vier Belichtungsstufen gewonnen werden können. Damit bietet es sich als leichte Alternative zu dem bewährten EF 70–200 mm 1:2,8 Objektiv an.

Auch in diesem Objektiv kommt eine nahezu perfekt kreisrunde Irisblende zum Einsatz, die für einen gleichmäßigen Unschärfenbereich im Hintergrund sorgt.

Es kommt im Herbst dieses Jahres auf den Markt und soll 1.199,- Euro (UVP) kosten.

Schneller und leichter zu bedienen:

Die neuen Pixma Modelle

Für den Inkjet-Druck stellt Canon auf der photokina 14 neue Pixma Fotodrucker und Multifunktionsgeräte vor. Dabei wird die Familie durch die Serie Pixma mini im Kompaktsegment erweitert. Wichtigste Merkmale der neuen Geräte sind (abhängig vom Modell) schneller Druck – mit einer kürzesten Zeit von 21 Sekunden für ein randloses 10 x 15 cm Print – und besonders komfortable Bedienung durch das neue Easy-Scroll-System. Allen gemeinsam ist ein modernes Design, mit dem die Geräte auch im Wohnzimmer eine gute Figur machen.

Bei den Fotodruckern bietet schon der iP1700 eine Auflösung von 4.800 x 1.200 dpi. Der Ausdruck eines 10 x 15 cm Fotos dauert 55 Sekunden. Das Gerät ist sofort lieferbar und soll



Der neue Canon Pixma iP5300 druckt ein 10 x 15 cm Foto mit fünf Farben (vier Grundfarben plus Fotoschwarz) in 21 Sekunden.

49,- Euro (UVP) kosten. Für 79,- Euro (UVP) bietet der neue Pixma iP3300 einen Fine-Druckkopf und vier separate Tintentanks bei einer Druckgeschwindigkeit von 47 Sekunden für ein Bild in Postkartengröße. Der neue iP4300 kommt zusätzlich mit der weiteren Tinte Fotoschwarz und einer Auflösung von 9.600 x 2.400 dpi. Er soll 99,- Euro (UVP) kosten.

Als Flaggschiff der Pixma Fotodrucker bezeichnet Canon den iP5300. Neben fünf separaten Tintentanks (Textschwarz, Cyan, Magenta, Yellow und Fotoschwarz) bietet er mit einem neuen Druckkopf und Triple-Droplet-Technologie die rasante Geschwindigkeit von 21 Sekunden für den Ausdruck eines 10 x 15 cm Fotos. Das Gerät ist ab Anfang Oktober lieferbar. Der UVP soll 149,- Euro betragen.

Mit eingebauten Kartenslots ist der neue iP6700D besonders als Direkt-drucker geeignet – für ein 10 x 15 cm Bild in einer Auflösung von bis zu 9.600 x 2.400 dpi benötigt er 47 Sekunden. Mit Hilfe des 3,5“ großen Farbdisplays können die Fotos nicht nur bequem ausgesucht, sondern auch

verbessert werden. Das Gerät druckt nicht nur direkt von PictBridge-kompatiblen Digitalkameras und -camcordern und ihren Speicherkarten,



Das neue Multifunktionsgerät Pixma MP810 ist mit schnellem Fotodruck, 3“ Farbdisplay und leistungsfähigem Scanner besonders gut für Foto-Anwendungen geeignet. Details in der nächsten Ausgabe.

sondern auch von kompatiblen Fotohandys über die IrDA- oder die (als Zubehör erhältliche) Bluetooth-



Sowohl in Betrieb als auch im Ruhezustand macht der neue Canon Pixma mini 260 eine gute Figur.

Schnittstelle. Auch dieses Gerät ist bereits lieferbar. Der UVP beträgt 179,- Euro.

Besonders kompakt: Pixma mini

Die neue Pixma mini-Serie umfaßt zunächst zwei kompakte Fotodrucker. Für Einsteiger ist der mini 220 geeignet, der mit drei Farben (Cyan, Magenta, Yellow) für den Druck eines 10 x 15 cm Bildes 67 Sekunden benötigt. Die Auswahl der Bilder von der Speicherkarte oder direkt von der Kamera erfolgt über ein 2,5" großes LCD; der Papierbehälter faßt bis zu 20 Blatt. Das Gerät ist ab Oktober für 99,- Euro (UVP) erhältlich. Mit einem völlig neuen Design-Kon-

zept bietet der neue Pixma mini 260 nicht nur attraktiven Retro-Look, sondern zahlreiche, leicht zu bedienende Funktionen für unkomplizierten Fotodruck. Das neue Easy-Scroll-Bedienrad, das auch bei vielen neuen Canon Multifunktionsgeräten zum Einsatz kommt, ermöglicht intuitive Menü-Navigation über das 2,5" TFT-Farbdisplay. Auf diese Weise können die Bilder nicht nur komfortabel ausgesucht, sondern mit Rote-Augen-Korrektur oder Gesichtsaufhellung auch verbessert werden. Niedrig aufgelöste Bilder, zum Beispiel von Fotohandys, werden für den Druck optimiert. Dabei bietet der neue mini 260 mit seiner hohen Auflösung von bis zu 9.600 x 2.400 dpi besonders feine Tintentröpfchen (ein Picoliter), dem ChromaLife 100 System

für lang anhaltende Farbstabilität und Vierfarb-Druck (Cyan, Magenta, Yellow, Fotoschwarz) sehr ansprechende Fotoqualität. Der Ausdruck eines 10 x 15 cm Bildes dauert 49 Sekunden. Für den passenden Ausdruck von 16:9 Breitbild-Aufnahmen bestimmter Digitalkameras bietet Canon für dieses Gerät ein spezielles WideSize-Papier im Format 10 x 18 cm an. Als Zubehör ist nicht nur ein Bluetooth-Adapter, sondern auch ein Akku für den mobilen Einsatz erhältlich. Der Pixma mini 260 kommt Anfang Oktober zu einem UVP von 149,- Euro auf den Markt.

Die neuen Pixma Multifunktionsgeräte und die Scanner stellen wir in der photokina-Ausgabe von imaging+foto-contact vor.

Kompaktdrucker mit Lifestyle Appeal

Die neuen Selphy Modelle

Für den unkomplizierten Fotodruck mit Thermosublimationstechnik stellt Canon auf der photokina drei neue Selphy-Modelle vor. Dabei eröffnet der neue Selphy ES1 eine ganz neue Produktkategorie: Er arbeitet mit der neuen kompakten All-in-one-Kassette, die sowohl das Papier als auch die farbgebenden Folien enthält und einfach wie eine Videokassette in den Drucker geschoben wird.

Für die Printformate 10 x 14,8 cm, 10 x 20 cm und 54 x 86 mm sind die beiden neuen Drucker Selphy CP730 und CP720 geeignet. Beide Geräte drucken direkt von PictBridge-kompatiblen Kameras und von den meisten Speicherkarten und sind mit einem LCD (2,0" beim CP730, 1,5" beim CP720) ausgestattet. Bei einer Auflösung von 300 x 300 dpi und der Darstellung von 16,8 Millionen Farben verbessert eine automatische Tonwertkorrektur bei beiden Druckern Kontrast und Helligkeit bei Gegenlicht-Aufnahmen. Der Selphy CP730 unterstützt die neuen Canon My-Colors-Farb-effekte wie sepia und schwarzweiß. Beide Geräte ermöglichen die Festlegung des Bildausschnittes vor dem Drucken oder die Platzierung mehrerer Fotos auf einem Ausdruck. Die Herstellung eines 10 x 14,8 cm Prints dauert 58 Sekunden. Beide Geräte sind ab sofort zu einem UVP von 99,- Euro (Selphy CP720) bzw. 169,- Euro (Selphy CP730) erhältlich.

Der neue Selphy ES1 verbindet einfache Bedienung mit dem Outfit eines Lifestyle-Accessoires. ES steht für „Easy System“ und damit für einfache Handhabung, zum Beispiel durch die neue All-in-one-Kassette, die für 50 Bilder im Postkartenformat reicht. Das Gerät bietet umfangreiche My-Colors-Effekte, zum Beispiel für die Entfernung roter Augen. Eine separate Taste bietet direkten Zugriff auf Vorlagen für Kalender, Fotoalben und die Einblendung von Sprechblasen. Die Steuerung und Bildauswahl erfolgen über das ausklappbare 2,5"-Farbdisplay. Mit dem neu entwickelten Druckkopf-Controller, der mit einer Auflösung von 300 x 600 dpi und 16,8 Millionen Farben arbeitet, konnte die Bildqualität weiter verbessert werden. Das ausgesprochen schicke Gerät, dessen Kartenslots bereits den SDHC-Standard unterstützen, ist mit Abmessungen von 19,9 x 17,7 x 11,3 cm ausgesprochen handlich und kann zusammen mit einem optional erhältlichen Akku auch mobil eingesetzt werden. Der neue Selphy ES1 soll 229,- Euro (UVP) kosten und zur photokina lieferbar sein.



*Bildschön und
mit der neuen
All-in-one-Kassette
praktisch: der
Canon Selphy ES1.*

Meine Digitalfotos von cewe.

**cewe auf der
photokina**

26.09.–01.10.2006 in Köln
Halle 10.2, Stand A070/C071

Täglich großes Messe-Gewinnspiel:
9 Formel-1-Wochenenden zu gewinnen!

ab
0,09 € *

* Empf. VK-Preis ab 100 Stück im Format 9 x 13 cm,
zzgl. Bearbeitungspauschale, inkl. PhotoIndex.

DIE CEWE HÄNDLERUNTERSTÜTZUNG. Unschlagbar günstig: Digitalfotos aus dem Großlabor – empf. VK-Preis schon ab 0,09 €! **Gewinnbringend:** neue Ideen für Ihre Kunden – von Fotobüchern bis Fotogeschenken **Innovativ:** individuelle Music-CDs und mehr **Abverkaufsstark:** die neue cewe POS-Ausstattung – perfekt für jede Geschäftsgröße **Umsatz steigernd:** einfache Bestellwege für Ihre Kunden **Professionell:** Ihr persönliches Internetportal von cewe

Fachlabore: Bad Schwartau, Berlin, Bordeaux, Bratislava, Budapest, Dresden, Eisenach,
Fabrègues (Montpellier), Freiburg, Grudziadz, Kedzierzyn-Kozle, Mönchengladbach, München,
Nürnberg, Oldenburg, Paris, Prag, Valence, Vern sur Seiche (Rennes), Warwick.

 **cewe**
einfach schöne Fotos

Olympus baut die erfolgreiche μ -Serie weiter aus Fünf neue μ -Modelle

Die noch im Analogzeitalter eingeführte μ -Serie von Olympus ist die älteste und an Stückzahlen gemessen erfolgreichste Kamerareihe weltweit. Und daran soll sich nach dem Willen des Herstellers auch zukünftig nichts ändern. Deshalb baut Olympus diese Erfolgsreihe weiterhin konsequent aus. Zur photokina werden mit der μ 725 SW, der μ 730, der μ 740, der μ 750 und der μ 1000 gleich fünf neue Modelle auf den Markt kommen.

Neben dem stabilen und edel design-ten Metallgehäuse sind die 7,1 Millionen Pixel Auflösung und die von Olympus entwickelte BrightCapture Technologie die wichtigsten Kennzeichen der neuen Olympus μ 725 SW, der Nachfolgerin der μ 720 SW. Die BrightCapture Technologie ermöglicht selbst bei wenig Licht tolle Aufnahmen und eine besonders helle Darstellung auf dem 6,4 cm großen LCD. Die μ 725 SW verkraftet Stürze aus einer Höhe

von bis zu 1,5 Metern, und sie ist wasserdicht bis zu einer Tiefe von fünf Metern. Erhältlich ist sie in den Farben Deep Blue, Cherry Red und Titanium Grey.

Mit dem außergewöhnlich großen 7,6-cm-LCD der wetterfesten μ 730 soll Fotografieren noch komfortabler werden. In dem schmalen Metallgehäuse stecken ein präzises Dreifach-Zoomobjektiv sowie ein 7,1-Millionen-Pixel-Chip. Damit gelingen detailreiche Aufnahmen – und das selbst bei

ungünstigen Lichtverhältnissen. Denn wie alle Kameras der μ -Serie verfügt die μ 730 über die von Olympus entwickelte BrightCapture Technologie. Diese erhöht den Kontrast auf dem LCD sowie gleichzeitig den ISO-Wert, so daß Bilder und Videos in dunkler Umgebung einfacher und besser werden. Auch bei Nacht läßt sich die μ 730 gut bedienen, da sie über eine Tastenbeleuchtung verfügt.

Mit der μ 740 und der μ 750 erweitert Olympus das Angebot im style-orientierten Kompaktsegment und präsenti-



tiert zwei edle Fünffach-Zoomkameras, mit denen sich auch weit entfernte Motive großformatig abbilden lassen. Trotz dieser großen Zoompower sind die Kameras sehr handlich. Die 7,1-Millionen-Pixel-Modelle präsentieren sich μ -typisch im formschönen, wetterfesten Metallgehäuse mit ultrakompakten Abmessungen. Gegen unscharfe Bilder hat die μ 750 einen mechanischen Bildstabilisator. Dieser gleicht Bewegungen der Kamera aus, indem er die Position des CCDs ent-



Die neue Olympus SP-510 UZ arbeitet mit ISO-Werten bis zu 4.000

Das Zehnfach-Zoomobjektiv (entsprechend 38–380 mm bei Kleinbild) ist das herausragende Kennzeichen der neuen SP-510 UZ von Olympus. 7,1 Millionen Pixel sorgen bei dieser Kamera für klare und detailreiche Aufnahmen, selbst bei wenig Licht. Hier kommt die BrightCapture Technologie von Olympus zum Einsatz. Der maximale ISO-Wert liegt bei gigantischen 4.000 (im Drei-Megapixel-Modus). Dadurch wird die Gefahr verwackelter Aufnahmen minimiert und der Blitz muß seltener zugeschaltet werden. Die SP-510 UZ benötigt außerdem wenig Energie: Mit einem Satz AA-Batterien können bis zu 630 Fotos aufgenommen werden (nach CIPA-Standard). Reicht dem Anwender die maximale Brennweite von 380 mm nicht, so kann er diese

über die Option „Fine Zoom“ bei einer Auflösung von drei Millionen Pixeln auf 570 mm (entsprechend Kleinbild) erweitern. Die Wahl des richtigen Bildausschnitts ist auf dem 6,4 cm

großen LCD ganz einfach. 21 voreingestellte Aufnahmeprogramme stehen zur Verfügung. Ambitionierte Fotografen können sich über eine Vielzahl manueller Einstellmöglichkeiten freuen. Bis zu 25 Sprachen stehen für das Kameramenü, die Bedienungsanleitung und die im Lieferumfang enthaltene Software Olympus Master zur Auswahl. Für die Speicherung der Daten ist die Kamera mit einem Kartenfach für xD-Picture Cards sowie einem internen Speicher ausgestattet. Die Kamera ist ab September 2006 verfügbar.





sprechend anpaßt. Zusätzlichen Schutz bietet bei der μ 750 und der μ 740 die Verwacklungsreduktion mit ISO 1.600. Beide Modelle präsentieren sich in einem edlen Metallgehäuse und sind in verschiedenen Farben erhältlich: die μ 740 in Moonlight Silver, Twilight Blue sowie Sunset Red, die μ 750 in Starry Silver und Midnight Black.

Abgerundet wird das μ -Portfolio schließlich von der neuen Olympus μ 1000. Ihr wetterfestes Edelstahlgehäuse schützt das Modell vor unwirtlichen Witterungsbedingungen. Die technische Ausstattung überzeugt nach Meinung des Herstellers ebenfalls: So garantiert die Auflösung von zehn Millionen Pixeln außergewöhnlich brillante Bilderergebnisse. Darüber hinaus steht die μ 1000 in der Tradition der μ -Kameras, die sich dank integrierter BrightCapture Technologie auch für das Fotografieren bei ungünstigen Lichtverhältnissen eignen. Um die Aufnahmen aufzuhellen und so den Blitz seltener erforderlich zu machen, wurde der maximale ISO-Wert auf bemerkenswerte 6.400 (im Drei-Millionen-Pixel-Modus) ausgedehnt. Und das Besondere daran – selbst im Video-Modus steht BrightCapture jetzt zur Verfügung. Die Kamera bietet ein mehrsprachiges Menü mit zehn Sprachen (Deutsch, Englisch, Spanisch,



Italienisch, Französisch, Russisch, Tschechisch, Polnisch, Dänisch, Holländisch); 15 weitere Sprachen können aus dem Internet heruntergeladen werden.

Vier neue Modelle in Olympus' FE-Serie

FE-200, FE-190, FE-180 und FE-170 heißen vier neue Modelle, mit denen sich Olympus vor allem an Fotografie-Einsteiger wendet.

Im flachen und eleganten Metallgehäuse der FE-200 steckt ein leistungsstarkes Fünffach-Zoomobjektiv (entsprechend 28–140 mm bei Kleinbild), das nicht nur entfernte Motive näher heranholt, sondern auch einen größeren Weitwinkelbereich bietet. Sechs Millionen Pixel stellen eine beeindruckende Bildqualität sicher. Damit auf Knopfdruck optimale Bilderergebnisse erzielt werden können, ist jede Taste mit nur einer Funktion belegt. Zusätzliche Unterstützung bietet die integrierte Guide-Funktion, die alle Einstellungen direkt auf dem 6,4 cm großen LCD erklärt.



Die neue FE-190 ist nur 18,5 mm tief. Ihr flaches Metallgehäuse mit dem 6,4 cm großen LCD wirkt edel und stabil. Ausgestattet mit einem präzisen Dreifach-Zoomobjektiv 3,1–5,9/38–114 mm, sechs Millionen Pixeln und TruePic Turbo reicht die Bildqualität auch für großformatige Prints. Der Bildprozessor TruePic Turbo sorgt dabei für eine rasche Verarbeitung der Bilddaten und für realistische Ergebnisse. Dank des Prinzips „One button one function“ ist der Anwender in kürzester

Zeit mit der Bedienung der Kamera vertraut. Hierbei unterstützt ihn außerdem die Guide-Funktion, die alle Einstellungen sowie die vordefinierten zehn Aufnahmeprogramme direkt auf dem LCD erläutert. Verschiedene Modi stehen ebenfalls zur Verfügung, darunter der Supermakro-Modus, mit dem man sich seinem Motiv auf bis zu fünf Zentimeter nähern kann. Videos inklusive Ton lassen sich bis zur vollen Speicherkapazität aufzeichnen. Durch die Verwacklungsreduktion mit ISO 800 wird das Risiko



unscharfer Aufnahmen minimiert. Zusätzlich zum internen Speicher können xD-Picture Cards eingesetzt werden. Die im Lieferumfang enthaltene Software Olympus Master ermöglicht das einfache Übertragen, Organisieren, Bearbeiten und Drucken von Bilddateien. In Verbindung mit den High Speed xD-Picture Cards oder dem Software-Update können die Bilder sogar mit speziellen künstlerischen Effekten, wie zum Beispiel 3D oder Ölgemälde, versehen werden.

Ebenfalls neu bei Olympus sind die Modelle FE-170 und FE-180, die auch nach dem Prinzip „One button one function“ konstruiert wurden und die intuitive Guide-Funktion bieten. Die hohe Auflösung der Kameras und die hervorragende Bildqualität ermöglichen selbst großformatige Fotoprints. Beide Modelle präsentieren sich in einem schicken Design – die FE-180 darüber hinaus mit einer edlen Metallfront. Die Wahl des Bildausschnitts und die Beurteilung der Bilderergebnisse erfolgen über das 6,4 cm große, helle LC-Display. Die Dreifach-Zoomkameras liefern detailgenaue Fotos in hoher Qualität. Insgesamt stehen zehn Aufnahmeprogramme zur Auswahl. Zusätzlich kreativen Spielraum bietet der Supermakro-Modus, mit dem Nahaufnahmen aus einem Abstand von fünf Zentimetern möglich sind. Mit den Kameras lassen sich auch Videos aufzeichnen, bei der FE-180 inklusive Ton. Die Aufnahmedauer ist dabei nur durch die zur Verfügung stehende Speicherkapazität begrenzt. Der interne Speicher kann mit xD-Picture Cards erweitert werden.



„Der Fotohandel muß noch wagemutiger werden“

Nokia nimmt in diesem Jahr zum zweiten Mal als Aussteller an einer photokina teil: Auf einem mit 800 Quadratmetern im Vergleich zur photokina 2004 deutlich vergrößerten Stand will Nokia den Besuchern aus dem Fotohandel nicht nur Geräte, sondern auch Anwendungen und Vermarktungskonzepte präsentieren. Im Mittelpunkt des photokina-Auftritts stehen in diesem Jahr die neun Multimedia Computer der Nokia Nseries sowie die Themen Foto, Video und Konnektivität. Wir sprachen mit Mikael Vainio über den photokina-Auftritt, die Ziele und die Erfahrungen des Telekommunikations-Unternehmens in der Fotobranche.

imaging+foto-contact: Herr Vainio, aus der Tatsache, daß Nokia zum zweiten Mal zu den photokina-Ausstellern gehört, kann man schließen, daß die Fotobranche nach wie vor sehr interessant für Nokia ist. Stimmt diese Schlußfolgerung?

Mikael Vainio: Vor zwei Jahren sind wir vor allem deshalb auf der Imaging-Leitmesse in Köln angetreten, um eine für uns neue Branche kennenzulernen, in der wir großes Potential sehen. Seit der photokina 2004 haben wir einige wichtige Schritte vollzogen, um neue Geschäftsideen zu entwickeln und spezielle Konzepte für die Fotobranche zu entwickeln. Diese wollen wir unseren Gästen aus Fotohandel, Labor und Industrie in diesem Jahr vorstellen und gemeinsam mit ihnen die weitere Zusammenarbeit in Angriff nehmen. Insofern ist es richtig, die Fotobranche ist nach wie vor sehr interessant für uns.

imaging+foto-contact: Das klingt noch sehr theoretisch, und man vermißt in Ihrer Antwort das Wort Erfolg. Haben Sie Ihre Ziele in der Fotobranche bislang noch nicht erreicht?

Mikael Vainio: In der Theorie ja, in der Praxis eher nein. Als wir 2004 auf der



Mikael Vainio

photokina Premiere feierten, war uns klar, daß wir Vieles lernen mußten. Der Fotohandel funktioniert anders und spricht eine andere Sprache als der Telekommunikationsmarkt. Und obwohl Nokia ein Weltkonzern und als Gerätehersteller unangefochtener Marktführer ist, wollten wir nicht arrogant unsere Ansichten in die Branche

bringen, sondern zunächst einmal das Geschäft im Dialog mit Partnern aus dem Fotohandel verstehen. Inzwischen haben wir ein großes Stück des Weges zurückgelegt, und Erkenntnisse aus vielen interessanten Gesprächen sind in unsere Konzepte eingeflossen. Theoretisch haben wir das 2004 gesteckte Ziel damit erreicht. Weniger erfolgreich war allerdings die Umsetzung der Theorie in die Praxis, und vor allem in Deutschland stoßen wir auf unerwartete Schwierigkeiten. Zwar gibt es die ein oder andere erfolgreiche Partnerschaft mit zukunftsorientierten Händlern, aber wir haben zugegebenermaßen erwartet, daß die Akzeptanz der Themen Telekommunikation und vor allem Mobile Imaging im Fotohandel deutlich dynamischer vonstatten gehen würde.

imaging+foto-contact: Aber kann diese mangelnde Akzeptanz nicht auch dadurch verursacht werden, daß das, was Nokia zu bieten hat, im Fotohandel gar nicht gefragt ist?

Mikael Vainio: Keinesfalls, denn viele Beispiele aus dem Ausland zeigen, daß Nokia Produkte auch im Fotohandel bzw. in den Fotoabteilungen der großen Märkte verkauft werden können. Besonders hervorzuheben sind hier Spanien, Frankreich und Italien. Dort ist es gar nicht so selten, daß in den Fotoabteilungen mehr unserer Geräte verkauft werden als in den Telekommunikationsabteilungen. Und so verschieden sind die Menschen und Märkte in Europa nicht, um diese Tatsache beispielsweise mit unterschiedlicher Mentalität und unterschiedlichem Käuferverhalten erklären zu können. Leider gibt es aber immer wieder die sogenannten „Reichsbedenkenträger“, die schon zu wissen glauben, daß etwas nicht funktionieren kann, bevor es überhaupt begonnen hat. Aber beim Thema Mobile Imaging ist Optimismus angesagt, denn auch für den Fotohandel ergeben sich

**Interview mit Mikael Vainio,
Business Director Multimedia
bei der Nokia GmbH**

hier vollkommen neue Chancen, die er nutzen sollte, um nicht, wie schon früher bei Video und Digitalfotografie, den Anschluß zu verlieren.

imaging+foto-contact: Was soll der deutsche Fotohandel denn Ihrer Meinung nach machen, um nicht auch bei Mobile Imaging den Anschluß zu verlieren?

Mikael Vainio: Die Antwort ist einfach: Er hat in den vergangenen Monaten schon eine ganze Menge Mut bewiesen und neue Segmente besetzt, beispiel-

„Ein Besuch auf unserem Stand könnte neue Perspektiven aufzeigen“

weise mit Digitalprojektoren und Flachbildschirmen. Jetzt sollte er noch ein bißchen wagemutiger werden und sich auch dem Mobile Imaging intensiv widmen. Die Tk-Industrie lebt es vor, wie schnell man sich auf Neues einlassen kann und wie dynamisch dort neue Konzepte entwickelt und umgesetzt werden. Einige der Netzbetreiber und Service Provider sind inzwischen dazu übergegangen, das Angebot in ihren Geschäften um das Thema Foto zu



Zum zweiten Mal präsentiert sich Nokia auf der photokina, diesmal in Halle 4 mit einem deutlich größeren Stand als bei der Premiere im Jahr 2004.

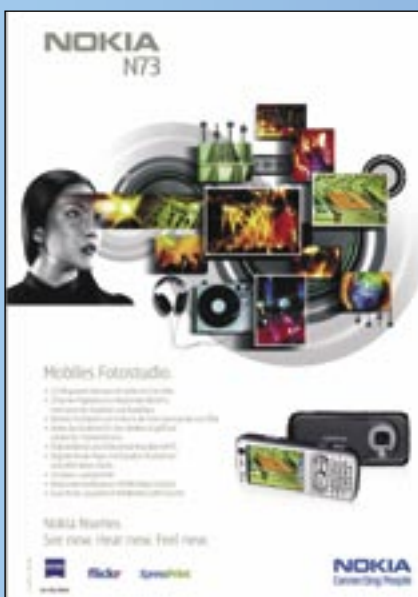
erweitern, zum Beispiel durch das Aufstellen von Fotokiosken. Dies allein sollte meiner Meinung nach für den Fotohandel Anlaß genug sein, darüber nachzudenken, ob sich aus der Kombination von Tk und Foto nicht doch gewinnversprechende Geschäftsmodelle entwickeln lassen.

imaging+foto-contact: Und welche Rolle will Nokia dabei einnehmen?

Mikael Vainio: Wir können dem Fotohandel mit unserer in den vergangenen Monaten auf neun Geräte angewachsenen Nokia Nseries Produkte an die Hand geben, die genau den zukünftigen

Bedürfnissen der Konsumenten entsprechen. Hier heißen die Stichworte Konvergenz und Konnektivität. Kein Verbraucher wird zukünftig noch einzelne Geräte für verschiedene Funktionen mit sich führen, wenn er all diese Funktionen auch in einem Gerät haben kann. Die Nokia Nseries vereint nicht nur Telefonie, Foto, Video, Musik, Spiele und Officeanwendungen in einem Gerät, sie gibt dem Nutzer auch die Möglichkeit, über E-Mail-Lösungen und einen mobilen Internetzugang von unterwegs mit Kollegen, Freunden und Verwandten kommunizieren und sie an Augenblicken des eigenen Lebens teilhaben lassen zu können. Und das in einer Qualität, die mit 3,2 Megapixeln und Carl Zeiss Optiken seit der Einführung der ersten Kameras in Mobiltelefonen wahre Quantensprünge vollzogen hat. Ich bin davon überzeugt, daß Geräte ohne Konnektivität über kurz oder lang vom Markt verschwinden werden, und mit ihnen all die Händler, die heute noch meinen, sie müßten sich mit diesem Thema nicht auseinandersetzen. Für Händler, die sich Gedanken um ihre Zukunft machen und unsere Visionen teilen, haben wir nicht nur ein offenes Ohr, sondern auch durchdachte Konzepte. Ein Besuch auf unserem photokina-Stand könnte deshalb neue Perspektiven aufzeigen.

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



Natürlich unterstützt Nokia seine Handelspartner auch mit den üblichen Werbe- und Verkaufsförderungsmitteln wie Postern (l.) oder Displays für den Point of Sale.

a&o imaging solutions meldet erfolgreichen Start in den Minilab-Service

„Immer mehr Kunden“



Interview mit Hans-Dieter Magon,
Geschäftsführer der a&o imaging solutions GmbH

Im November vergangenen Jahres übernahm die in Neuss und Potsdam ansässige a&o Gruppe das Service- und Ersatzteil-Geschäft für Minilabs sowie die Produktion und Vermarktung von Fotochemie in Vaihingen/Enz von der insolventen Agfa-Photo GmbH. Damit stand das zuvor als Service-Spezialist für den IT-Bereich bekannte Unternehmen vor der Herausforderung, in kurzer Zeit weltweit die Unterstützung der Betreiber von Agfa bzw. AgfaPhoto Minilabs sicherzustellen. imaging+foto-contact hat Hans-Dieter Magon, Geschäftsführer der a&o imaging solutions GmbH, gefragt, wie das gelungen ist.

imaging+foto-contact: Herr Magon, die a&o Gruppe hat Ende vergangenen Jahres das Ersatzteil-Geschäft und den Service für AgfaPhoto Minilabs sowie die Produktion von Fotochemie in Vaihingen/Enz übernommen und in die a&o imaging solutions GmbH überführt. Wie haben sich die Operationen dieses neuen Geschäftsbereiches inzwischen entwickelt?

Hans-Dieter Magon: Lassen Sie mich die Liste der durch die a&o übernommenen AgfaPhoto Aktivitäten um die Produktion von organischer Chemie erweitern. Dieser Synthese-Betrieb ist zwar noch ein relativ kleiner, jedoch ein hocheffizienter und für die weitere Geschäftsentwicklung sehr wichtiger Produktionsteil in Vaihingen. Um Ihre Frage zu beantworten: Alle Geschäftsbereiche sind in stabile Operations entwickelt worden. Wir bieten allen ehemaligen AgfaPhoto Minilab Kunden den technischen Service sowie Ersatzteile und Fotochemie inklusive der Qualitätsprüfungen und -sicherungen. Die Anzahl der Kunden, die auf unsere Leistungen zurückgreifen, ist in den einzelnen Ländern noch unterschiedlich, jedoch entscheiden sich immer mehr Kunden für a&o. Die wesentlichen und oftmals bekannten Gründe hierfür sehen wir in unseren Vorteilen in der Wirtschaftlichkeit, der Zuverlässigkeit und Qualität unserer Services und Produkte. Somit rechnen wir auch mit einem weiteren, organischen Wachstum in diesem Geschäftsbereich.

imaging+foto-contact: In welchen Ländern hat a&o inzwischen eigene Niederlassungen gegründet, um die Betreiber von AgfaPhoto Minilabs direkt zu unterstützen?

Hans-Dieter Magon: a&o Niederlassungen haben wir, neben denen in Deutschland, in Großbritannien, Frankreich, Italien und Spanien gegründet. Die niederländische und die belgische Organisation wird zur Zeit noch aus Deutschland betrieben, wird

aber in Kürze an eine eigenständige niederländische Gesellschaft übertragen.

imaging+foto-contact: Wie funktioniert die Zusammenarbeit mit Agfa-Photo Minilab-Betreibern in den Ländern, in denen Sie keine eigenen Vertretungen haben?

Hans-Dieter Magon: In nahezu allen Ländern, in denen AgfaPhoto direkt oder indirekt vertreten war, wird auch heute das gesamte Spektrum der technischen Dienstleistungen und unsere Fotochemie angeboten. In Österreich, der Schweiz, den nordischen Ländern, Osteuropa, dem Mittelmeer-Raum sowie in den USA und Australien haben wir feste Partnerschaften mit Gesellschaften, die im wesentlichen mit und durch Mitarbeiter der ehemaligen AgfaPhoto Niederlassungen agieren. Somit sind die Techniker, die heute unsere Kunden betreuen, gut ausgebildete und erfahrene ehemalige AgfaPhoto Spezialisten. Da wir enge Kontakte zu unseren Partnern und Kunden pflegen, bekommen wir auch entsprechend viele Rückmeldungen über die Qualität der Zusammenarbeit aus allen Ländern. Hierbei wird klar, daß es noch viele Kunden gibt, deren Schaden aus der Insolvenz der AgfaPhoto noch nicht beseitigt ist, bzw. für die noch kein Ansatz zur Milderung des entstandenen Schadens vereinbart wurde. Somit ist in einigen Fällen auch die Motivation zum Abschluß eines Servicevertrages nicht gegeben. Aus vielen Gesprächen mit den Agfa und AgfaPhoto Verantwortlichen wissen wir jedoch, daß die Bereitschaft zur Vereinbarung von Lösungen groß ist. Somit rate ich insbesondere den Kunden, die Minilabs unter Leasingverträgen betreiben, zur erneuten Gesprächsaufnahme mit Agfa Finance oder AgfaPhoto Finance.

imaging+foto-contact: Inzwischen bieten auch andere Unternehmen auf dem Markt Fotochemie und Dienstleistungen für AgfaPhoto

Minilabs an. Welche Faktoren sprechen aus Ihrer Sicht dafür, mit a&o zusammenzuarbeiten?

Hans-Dieter Magon: Einige unserer Wettbewerber im Bereich Fotochemie bieten unzweifelhaft funktionale Produkte zu guten Preisen an. Zusätzlich mußte a&o auf dem Fotomarkt erst einmal als glaubwürdiger, langfristiger Chemielieferant bekannt werden. Das haben wir in hohem Maß erreicht und werden weiter daran arbeiten, das in uns gesetzte Vertrauen zu rechtfertigen. Unsere Kunden bestätigen, daß die Zuverlässigkeit und Qualität unserer Produkte weiterhin Vorteile zeigt. Das ist darin begründet, daß wir die Original-Rezepturen und Herstellungsweisen aus der Agfa- und AgfaPhoto-Vergangenheit nicht verändert haben. Wenn Sie dann noch unsere Preise für Fotochemie erfragen, werden Sie sehen, dass wir unseren Kunden auch noch wirtschaftliche Vorteile bieten. Bei den Dienstleistungen sieht es so aus, daß wir im Wettbewerb zu kleinen, oftmals Ein-Mann-Organisationen stehen. Somit liegen unsere Vorteile, neben der besseren Ersatzteilverfügbarkeit und der uneingeschränkt hohen Neuwaren-Qualität dieser Ersatzteile, eben auch in dem hohen Service-niveau, das wir unseren Kunden bieten.

imaging+foto-contact: Anfang dieses Jahres hat ein anderes deutsches Unternehmen, die Minilab Factory GmbH, den Gerätebestand und die Produktion von AgfaPhoto Minilabs in Peiting übernommen. Ist damit für Sie ein neuer Wettbewerber entstanden?

Hans-Dieter Magon: Nein, mit der Minilab Factory GmbH haben wir vielmehr einen sehr guten und wichtigen Partner. Bedingt durch die Kombination aus der Minilab Factory als Hersteller und Lieferant von Minilabs und a&o als internationaler Service-, Ersatzteil- und Chemielieferant können AgfaPhoto Minilabs weiterhin erfolgreich und langfristig durch Kunden betrieben werden.

imaging+foto-contact: Ende letzten Jahres haben der Geschäftsführer der a&o Gruppe, Michael Müller, und Sie in einem Gespräch mit dieser Zeitschrift die Möglichkeit erwähnt, das Chemiegeschäft auch über die Zielgruppe der Betreiber von AgfaPhoto Minilabs hinaus auszuweiten. Wie sind Sie in diesem Geschäftszweig vorangekommen?

Hans-Dieter Magon: In der Entwicklung und der Produktion von organischer Chemie haben wir bereits weitere Kunden gewinnen können und planen somit auch weiteres Wachstum. In der fotografischen Chemie sind wir sehr zuversichtlich, daß wir kurzfristig Erfolge vermelden können.

imaging+foto-contact: In welcher Weise wird a&o auf der kommenden photokina in Köln vertreten sein?

Hans-Dieter Magon: Wir haben uns dafür entschieden, keinen eigenen Stand auf der photokina in Köln zu haben. Stattdessen werden wir unsere Produkte und Dienstleistungen gemeinsam mit unseren Partnern ausstellen und präsentieren.

imaging+foto-contact: Mit welchen weiteren Aktivitäten Ihres Unternehmens kann die Fotobranche in der überschaubaren Zukunft rechnen?

Hans-Dieter Magon: Neben der Fotochemie weiten wir auch unser internationales Engagement in der Erbringung von Dienstleistungen für Produkte der fotografischen Industrie weiterhin aus. Weiteres hierzu werden wir aber erst in Kürze kommunizieren können, da die entsprechenden Kunden- und Marktinformationen in enger Abstimmung mit unseren jeweiligen Auftraggebern stattfinden sollen.

imaging+foto-contact: Vielen Dank für dieses Gespräch.

SAKAR
GERMANY GMBH

87379-INT

Kidz Cam

Digital Kamera für Kinder

- **Spielzentrum**

Ihr Spielwitz ist gefragt bei 5 aktionsgeladenen Spielen

- **Bearbeitungszentrum**

Bearbeiten Sie Ihre Bilder nach allen Regeln der Kunst mit 18 verschiedenen Bearbeitungswerkzeugen

- **Erstellen einer Slideshow**

Stellen Sie Ihren eigenen Megahit her und führen Sie Regie

- **Story Maker**

Veröffentlichen Sie Ihre eigenen Geschichten und Bilder



26480-yellow

Digitale Unterwasserkamera

Mit der Digitalen Unterwasserkamera können Sie Bilder aufnehmen und diese dann an Ihre Freunde weitergeben. Diese innovative Digitalkamera kann leicht bis zu 117 Schnappschüsse aufnehmen – einfach zielen und abdrücken! Mit dieser wasserdichten Kamera können Sie perfekte Aufnahmen außerhalb des Wassers oder bis zu 15 m unter Wasser machen. Für das leichte und schnelle Herunterladen stecken Sie einfach die Digitalkamera in den USB Port. Mit der PhotoTags Software können Sie Ihre Fotos bearbeiten und sie an Freunde und Familienmitglieder weitergeben. Erwecken Sie Ihre Welt zum Leben der Stop Motion Animation, strahlen Sie Ihr Video aus oder chatten Sie per Video.



59379

Kamera kann bis zu 152 Bilder aufnehmen

Bearbeiten, erstellen und wandeln Sie Bilder in Aufkleber um. Die digitale Bibliothek erleichtert das Finden, Arrangieren und die Arbeit mit Ihren Fotos. Verwandeln Sie Ihre Fotos in ein Einklebebuch. Erstellen Sie Ihre eigenen CD Labels. Beinhaltet Clip Art zum Personalisieren Ihrer Fotos. Vorlagen und Clip Art lassen Ihre Bilder schön aussehen.



**Besuchen Sie uns auf der photokina
Halle 3.1 Stand A030/B033**

Sakar Germany GmbH

Frankfurter Straße 95 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany
Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 91
E-Mail: info@sakar-germany.de · www.sakar-germany.de

Interview mit Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House

„Mit uns können Fotohändler das Thema Mobile Imaging optimal vermarkten“



Auf der CeBIT 2006 hat der Münsteraner Telekommunikationsanbieter The Phone House mit der Vorstellung eines vollkommen neuen Ladenbaukonzepts, das vor allem möglichen Partnern in der Fotobranche den Verkauf von Mobilfunkangeboten erleichtern soll, ein erstes deutliches Signal in Richtung Fotohandel gegeben. Auf der photokina will das Unternehmen sein Engagement für das Thema Mobile Imaging als Aussteller erneut unterstreichen. **imaging+foto-contact** fragte Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House, nach Hintergründen für das Engagement bei Foto und Video.

imaging+foto-contact: Herr Dr. Simon, auf der CeBIT haben Sie auf Ihrem Stand erstmals die sogenannten Themenwelten vorgestellt, zu denen unübersehbar auch das Thema Foto gehörte. Welche Gedanken haben zur Realisierung dieses neuen Konzeptes geführt?

Dr. Ralf-Peter Simon: Das Zusammenwachsen von Mobilfunk, Festnetz, Informationstechnologie und Consumer Electronics – sprich das Thema Konvergenz – macht eine neue Art der Warenpräsentation erforderlich. Handys sind heutzutage mobile Alleskönner. Bei manchen Modellen ist die Telefoniefunktion mittlerweile schon fast in den Hintergrund gerückt. Stattdessen sind die Handys zu MP3-Playern und digitalen Fotokameras geworden, mit denen man auch telefonieren kann. Diese Entwicklung zeigt sich besonders deutlich bei den Geräten der



Intensive Beratung ist bei The Phone House eine Selbstverständlichkeit.

Nokia Nseries, die deshalb von den Finnen nicht mehr Mobiltelefon genannt werden, sondern Multimedia-Computer. Unser neues Ladenbaukonzept wurde so konzipiert, daß bestimmte Themen, zum Beispiel Foto, deutlich herausgestellt werden und dazu dem Kunden nicht nur einzelne Geräte und Tarife angeboten werden, sondern komplette Lösungen. Er sieht beispielsweise nicht nur ein Handy mit integrierter Kamera, sondern wir verdeutlichen ihm auch mit Hilfe eines Fotodruckers, was nach der Aufnahme mit den Bildern geschehen kann, und mit Hilfe einer passenden Speicherkarte, wie er das Archivierungsproblem in den Griff bekommt. Anders gesagt: Unsere Themenwelten unterstützen den Handel dabei, die vielen Zusatzfunktionen der Geräte optimal verkaufen zu können.

imaging+foto-contact: Auf der CeBIT haben Sie sich explizit an den Fotohandel gewandt. Warum ist diese Branche so interessant für The Phone House?

Dr. Ralf-Peter Simon: Durch die bereits beschriebene Konvergenz weisen die mobilen Geräte heute Funktionen auf, die sich geradezu dazu anbieten, in anderen Branchen vermarktet zu werden. Wenn ich ein Mobiltelefon mit 3,2 Megapixeln Auflösung, Autofokus,

Zoomobjektiv und Optik von Carl Zeiss habe, dann handelt es sich bei diesem Gerät letztendlich auch um eine vollwertige Kamera – und die sucht der Verbraucher nun einmal vor allem im Fotohandel. Aus genau diesem Grund ist diese Branche für uns so interessant. Wir sehen dort ein Umsatz- und

Erstmals als Aussteller auf der photokina

Ertragspotential, das wir zusammen mit Partnern aus der Branche heben können. Foto ist derzeit einfach die Zusatzfunktion, die sich am besten in Produkten und Lösungen darstellen lässt. Und ich bin davon überzeugt, daß Fotohändler das Thema Mobile Imaging mit uns am besten vermarkten können.

imaging+foto-contact: Das klingt ziemlich selbstbewußt. Welche Erfahrungen haben Sie denn bereits im Fotohandel oder mit Fotohändlern gemacht?



In den Themenwelten zeigt The Phone House komplette Lösungen für den Verbraucher.



Übersichtliche Warenpräsentation, hervorragend ausgebildete Mitarbeiter und eine stetig wechselnde Fülle attraktiver Angebote gehören zu den Säulen des Erfolgs der The Phone House-Händler.

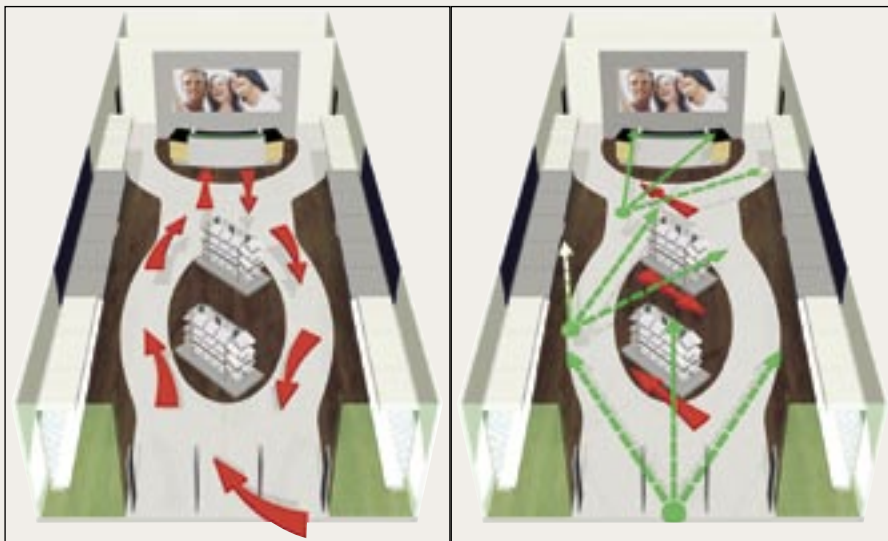
Dr. Ralf-Peter Simon: Unser Auftritt auf der CeBIT hat uns bewiesen, daß unsere Konzepte, Vorstellungen und Angebote auf fruchtbaren Boden fallen. Allein durch die Messe hat sich gut ein Dutzend Kontakte ergeben, aus denen inzwischen eine für beide Seiten profitable Partnerschaft erwachsen ist. Durch die CeBIT haben wir den Dialog zu einer Branche intensiviert, die vollkommen anders funktioniert als die

Telekombranche. Wir haben seitdem die Zusammenarbeit mit dem Fotohandel zu einem strategischen Unternehmensziel gemacht. Derzeit arbeiten wir daran, unsere Angebote noch besser auf die Bedürfnisse des Fotohandels abzustimmen. Ich kann an dieser Stelle die Katze aber nicht aus dem Sack lassen. Aber so viel sei bereits verraten: Der Fotohandel wird es schwer haben, Argumente gegen die

Zwei Tk-erfahrene Profis an der Spitze

Nach Studium und verschiedenen Tätigkeiten außerhalb der Telekommunikationsbranche wechselte Dr. Ralf-Peter Simon 1998 als Geschäftsführer zur damaligen Hutchison Telecom, wo er noch im Juli desselben Jahres an die Spitze der deutschen Hutchison Telecom berufen wurde. Unter seiner Führung konnte Hutchison den Kundenbestand mehr als verfünffachen und hat von allen Service Providern die Kundenbasis mit den höchsten Durchschnittsumsätzen. Nach der Übernahme durch Carphone Warehouse führte Simon die bisherige Handelsfilialorganisation von The Phone House Deutschland mit dem Service Provider Hutchison Telecom zusammen. Heute ist er Vorsitzender der Geschäftsführung der kombinierten Geschäfte. Vertriebslich unterstützt wird Simon von Reinhard Krause (Bild rechts), der seit August 2004 Mitglied der Geschäftsführung des Unternehmens und dort verantwortlich für alle bestehenden Vertriebskanäle ist. Krause arbeitet seit 1992 in der Tk-Branche, wo er seine Karriere als Vertriebsleiter für den Mittelstand bei Mannesmann-Mobilfunk begann. 1993 wechselte er zur debitel AG nach Stuttgart. Dort war er bis 2003 für den Gesamtvertrieb und für das Handelsmarketing verantwortlich. Von 2000 bis 2003 hatte er bei debitel außerdem einen Vorstandsposten im Gesamtvertrieb inne.





Um Kunden optimal durch den Laden zu führen, werden Untersuchungen durchgeführt und die Ergebnisse in Konzepte umgesetzt.

Vermarktung von Mobilfunk bzw. gegen eine Zusammenarbeit mit The Phone House zu finden. Die vom Fachhandel häufig bemängelte angeblich unübersichtliche Tarifstruktur wird dann ebenso der Vergangenheit ange-

hören wie verwirrende Mengen von Handymodellen, die ungerechte Subvention von Geräten im Telekommunikationshandel oder die undurchschaubare Provisionierung von Verträgen. Wir werden ein Produkt auf den Markt

bringen, das für jeden Fotohändler interessant ist. Deshalb haben wir uns auch entschlossen, auf der photokina auszustellen.

imaging+foto-contact: Damit setzen Sie zweifelsohne ein wichtiges Signal in der Branche. Was erwartet den Fotohändler denn, der Ihren Stand besucht?

Dr. Ralf-Peter Simon: Zum einen, das ist sicherlich das Wichtigste, werden wir ihm das bereits angedeutete attraktive Vermarktungsangebot vorstellen. Zum anderen besteht auf der photokina die Chance, unser Vertriebsteam kennenzulernen und zu sehen, wer sich hinter den Namen verbirgt, die man sonst nur vom Telefon oder aus Mailings kennt. Und schließlich soll die Messe für uns als Plattform dienen, um weiter mit der Fotobranche ins Gespräch zu kommen. Wir gehen nicht mit dem Anspruch nach Köln, alles zu wissen und alles zu können. Und wir werden uns dort sicherlich nicht mit dem erhobenen Zeigefinger hinstellen

The Phone House betreibt eine der größten Tk-Fachhandelsplattformen

Als unabhängiger Komplettanbieter für Telekommunikation und Entertainment bietet The Phone House die gesamte Produktpalette aus Mobilfunk, Festnetz und Multimedia an. Bei The Phone House finden Kunden die Angebote der großen und bekannten Tk-Anbieter unter einem Dach. Bei Mobilfunk sind das Angebote von T-Mobile, Vodafone, E-Plus und O₂ sowie The Phone House-eigene Tarife und Produkte, im Festnetzbereich Angebote der Deutschen Telekom und von Arcor sowie das The Phone House-eigene Festnetzprodukt „TalkTalk“. Eine umfangreiche Auswahl an Endgeräten und Zubehör rundet das Portfolio ab. The Phone House verfolgt eine konsequente Wachstumsstrategie und betreibt in Deutschland über 100 Shops im Eigen- und Franchisebetrieb. Mit über 500 aktiven Fachhändlern verfügt das Unternehmen außerdem über eine der größten Fachhandelsplattformen für Telekommunikation in Deutschland. Die Zahl der The Phone House-Shops und Fachhandelspartner wird in den kommenden Jahren weiter wachsen. Darüber hinaus hat The Phone House als erster Mobilfunk Service Provider in Deutschland damit begonnen, T-Punkt-Partner-Shops zu eröffnen und zu betreiben. The Phone House in Deutschland ist Teil der international tätigen The Carphone Warehouse-Gruppe, die 1989 von Charles Dunstone in London gegründet wurde und mittlerweile Europas größter unabhängiger Mobilfunk-Einzelhändler ist. Der Konzern ist mit rund 17.000 Mitarbeitern in zehn europäischen Ländern vertreten. Auf dem Festland firmiert die



Die Unternehmenszentrale von The Phone House in Münster

Gruppe unter dem Markennamen The Phone House. In Großbritannien hält The Carphone Warehouse einen Marktanteil von über 20 Prozent. Europaweit liegt der Marktanteil der Gruppe bei rund sechs Prozent. Mit einem Verkaufsvolumen von jährlich mehr als zehn Millionen Mobilfunktelefonen ist The Carphone Warehouse ein bevorzugter Partner von Endgeräte-Herstellern und Netzbetreibern. Die Gruppe verfügt europaweit über rund 2.000 Shops in Großbritannien, Irland, Spanien, Schweden, den Niederlanden, Belgien, Portugal, Deutschland, Frankreich und der Schweiz.



ren wir auch. Zum Beispiel mit einem vollkommen neuen Beratungskonzept und einer neuen Art des Zubehörverkaufs. Beides wurde in den vergangenen Wochen in zwei Pilotprojekten in Berlin und München getestet.

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

Dieter Koßmeier ist Leiter Vertrieb Handel bei The Phone House

Dieter Koßmeier ist neuer Leiter des Geschäftsbereiches Vertrieb Handel bei The Phone House. Er übernahm die Position zum 1. August von Matthias Groher, der die Aufgabe als selbstständiger Berater seit dem 1. März kommissarisch innehatte. Koßmeier ist seit über neun Jahren bei The Phone House tätig, zuletzt als Leiter



Netzbetreibermanagement & Einkauf. Auch in seiner neuen Position berichtet er weiterhin direkt an Reinhard Krause, Geschäftsführer Vertrieb Handel bei The Phone House. Durch die interne Besetzung der Position sei sichergestellt, daß die strukturelle und strategische Ausrichtung des Geschäftsbereiches Vertrieb Handel wie geplant fortgesetzt werde, hieß es in einer Pressemitteilung. Dazu gehöre unter anderem, Synergien zwischen den Vertriebskanälen zu verbessern und Partner noch umfassender zu betreuen. „The Phone House ist ein verlässlicher Partner für den Handel, der auf Kontinuität setzt“, so Krause. Groher wird The Phone House weiter beratend zur Verfügung stehen und wichtige Vertriebsprojekte weiter betreuen, unter anderem die Expansion in Richtung Fotohandel.

Immer wieder testet The Phone House neue Präsentationsmöglichkeiten für Mobilfunkprodukte, so wie dieses sich unentwegt drehende „Zubehör-Rondell“.

und einem gestandenen Fotohändler sagen, wie er sein Geschäft zu führen hat. Im Gegenteil: Wir wollen Partner sein, werden jeden Tag etwas dazu lernen und wollen dem Fotohandel zeigen, daß wir das Bindeglied zu einem Absatzkanal sind, der ihm ansonsten verschlossen bleibt und den er ohne uns nur mit größerem Aufwand und geringeren Erfolgsaussichten erschließen kann. Die Gespräche auf der photokina sollen somit ein erster Schritt sein, um gemeinsam zukunftsorientierte Konzepte zu entwickeln. Ich hoffe, viele Fotohändler nutzen die Chance, an unserem Stand D37 in Halle 5.2 Kontakt mit uns aufzunehmen.

imaging+foto-contact: Verlassen wir einmal das spezielle Thema Foto und blicken wir auf den Gesamtmarkt. The Phone House hat sich in den vergangenen Jahren im Tk-Markt gut positioniert und zieht aufgrund der hohen Qualität seiner Kunden den ein oder anderen neidischen Blick der Wettbewerber auf sich. Können Sie zum Schluß noch einige der wichtigsten Ihrer Erfolgsfaktoren nennen?

Dr. Ralf-Peter Simon: Es stimmt, der Anteil unserer Vertragskunden liegt im Vergleich zu anderen Anbietern, gleichgültig, ob es sich dabei um die Netzbetreiber oder um Service Provider handelt, deutlich höher als der Anteil unserer Prepaid-Kunden. Ich führe diesen Erfolg in erster Linie auf die

extrem hohe Qualität der Beratung in unseren Geschäften zurück. Dabei macht es keinen Unterschied, ob es sich um die von uns selbst betriebenen Shops, um Exklusiv- oder Fachhandelspartner handelt. Der Verbraucher, der einen Laden von The Phone House betritt, soll erkennen, daß er als Kunde willkommen ist, daß er ernstgenommen wird und daß wir ihm eine maßgeschneiderte Lösung bieten. Wir wollen, daß er mit seinem Kauf zufrieden ist – und dann immer wieder zu uns kommt.

Ein weiterer Erfolgsfaktor ist sicherlich unsere internationale Aufstellung. Dadurch, daß wir in vielen europäischen Ländern vertreten sind, erzielen wir nicht nur gute Konditionen beim Einkauf, die wir an unsere Kunden weitergeben können, sondern wir erkennen auch frühzeitig Trends, die wir dann oftmals in Produkte umwandeln, die es nur exklusiv bei The Phone House gibt.

Und schließlich ruhen wir uns nicht auf unserem Erfolg aus, sondern suchen immer nach neuen Wegen, um uns zu verbessern oder neue Absatzmärkte zu erschließen. Das neue Ladenbaukonzept, über das wir anfangs sprachen, ist dafür ebenso ein Beispiel wie die Entwicklung eines Vermarktungsmodells speziell für den Fotohandel. Und manchmal experimentie-

HP will auf der photokina Führungsanspruch demonstrieren

Mit der Einführung neuer Digitalkameras, Fotodrucker und Kiosk-Systeme will HP auf der photokina den Führungsanspruch unterstreichen, den Vyomesh Joshi, Chef des Digital Imaging & Printing Geschäftes des Unternehmens, auf der PMA formuliert hat. Dabei will der IT-Gigant auch die Beziehungen zu seinen Handelspartnern verbessern und spezielle Konzepte für unterschiedliche Vertriebskanäle vorstellen.

„Wir wollen im Consumer-Technologie-Markt die führende Marke sein und gemeinsam mit den Handelspartnern unseren Umsatz und unsere Marktanteile deutlich steigern“, erklärte Reiner Drees, Direktor Sales Retail der Imaging & Printing Gruppe Deutschland,



Das neue Spitzenmodell der Digital-kamera-Palette von HP, die Photosmart R927, bietet eine Auflösung von zehn Megapixeln und ein 3"-Display.

auf einer Pressekonferenz. „Dabei haben wir keine Berührungspunkte in allen Kanälen, wollen aber durch die Entwicklung und Verbesserung von vertrauensvollen Partnerbeziehungen Konflikte vermeiden.“

Obwohl Discounter am deutschen Einzelhandelsmarkt inzwischen einen Marktanteil von 45 Prozent haben, gibt es nach Ansicht von Drees eine Rückbesinnung der Verbraucher auf qualitätsbewusstes

Einkaufen im Gegensatz zur reinen Preisorientierung. Für HP bedeute das, gemeinsam mit den Handelspartnern eine gute Einkaufsatmosphäre zu schaffen, um die Erwartungen privater und gewerblicher Endkunden im Einzelhandel zu erfüllen. „Dabei setzen wir bei qualifizierten Handelspartnern einiges voraus, haben aber auch viel zu bieten“, betonte der HP Manager. So sollen die wichtigsten Produkte im Geschäft durch geschultes Personal live demonstriert werden können. Ein Austausch der Abverkaufsdaten ermögliche dabei eine optimierte Lager-



Schluß mit Figurproblemen: Die Slimming-Funktion aus der HP Design Gallery macht es möglich, etwas füllige Figuren attraktiv zu verschlanken.

Online-Bilder mit Pixaco

Mit der Übernahme des Internet-Bilddienstleisters Pixaco hat HP in diesem Jahr seine Ambitionen als umfassender Bilddienstleister deutlich gemacht. Zuvor hatte das Unternehmen in den USA bereits den Online-Dienstleister Snapfish übernommen. Beide zusammen kommen auf 24 Millionen registrierte Nutzer und über eine Milliarde Fotos in den USA und Europa. Für die starken Wachstumsraten, die Pixaco zum größten Online-Bildanbieter auf dem deutschen Markt gemacht haben, ist nach Ansicht von Geschäftsführer Karsten Schneider das „Best Value“-Konzept des Unternehmens verantwortlich. Dabei werden niedrige Preise vom ersten Foto an mit komfortablen Bestellmöglichkeiten, einem breiten Produktspektrum, kurzen Lieferzeiten (94 Prozent der Aufträge innerhalb 48 Stunden) und einer 100-Prozent-Qualitätsgarantie kombiniert. Dazu steht den Kunden unlimitierter Speicherplatz zur Verfügung.

Zur Urlaubssaison wurden Preispunkte von 8 Cent für 9 x 13 cm-Bilder bzw. 9 Cent für 10 x 15 cm auf „Premium Papier“ gesetzt. Das Geschäft mit Fotobüchern soll mit der neuen Pixaco Bildband Version 3.0 belebt werden. Diese neue Software bietet die Wahl zwischen vier verschiedenen Buchformaten und insgesamt 125 verschiedenen Versionen. Die Einstiegsvariante mit 12 Seiten (4,8 x 10,5 cm) und Ringbindung ist ab 7,95 Euro, ein repräsentativer Bildband im Format 20,4 x 27 cm und 144 Seiten in Hardcover-Bindung für 79,95 Euro (jeweils zuzüglich Verpackung und Versand) erhältlich. Bei der Herstellung der Fotos bzw. Fotobücher arbeitet Pixaco mit verschiedenen Dienstleistern zusammen, zu denen nach Unternehmensangaben Allcop, CeWe Color, Orwo und Photo & More (Wiesbaden) gehören.

haltung und bessere Logistik. Im Gegenzug stelle HP seinen Handelspartnern gemeinsame Planung auf Sechs-Monats-Basis, eine starke Marke und technologisch führende Produkte zur Verfügung. Zudem will das Unternehmen durch Schulungsmaßnahmen und Informationen zur Qualifizierung des Verkaufspersonals beitragen.

Segmentiertes Kamera-Sortiment

Mit drei Photosmart Digitalkamera-Familien will HP verschiedene Konsumentengruppen ansprechen: mit der E-Serie preisbewußte Einsteiger, mit der M-Serie Schnappschuß-Fotografen, die besonders



Unwiderstehlich verführerisch.

Die neue EXILIM Card EX-S770.

/ extrahelles 7,1 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay / 7,2 Megapixel / 3fach optischer Zoom / Daten Speicher-Funktion / Anti Shake DSP* / MPEG4-Movie** (auch im Format 16:9) / Filmstabilisierungsfunktion* / Super Life Battery



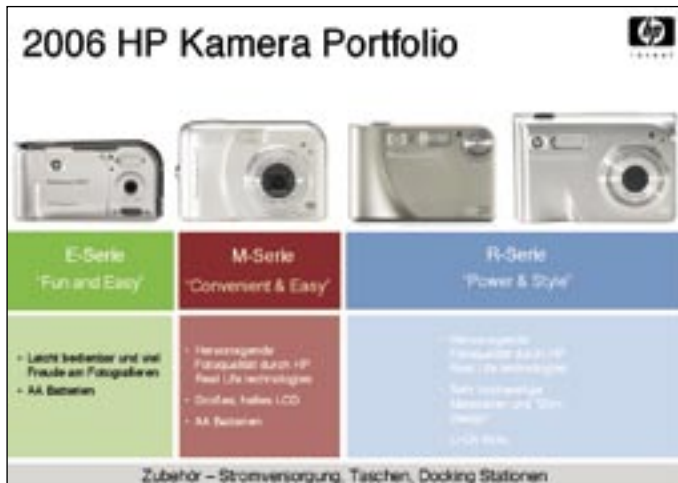
7.2
Mega
pixel



wide+bright
7.1 cm
TFT colour display

Verführen Sie jetzt ihre Kunden. Mit der neuen, aufregend schönen EXILIM Card EX-S770. Mit großem, extrahellem 7,1 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay, Daten Speicher-Funktion, 7,2 Megapixel, Anti Shake DSP* und vielen weiteren, innovativen Features und Funktionen, denen Ihre Kunden nicht widerstehen können. EXciting EXILIM!

* Elektronischer Bild- und Filmstabilisator. ** Maximale Aufnahmezeit: 10 Minuten pro Movie.



Mit drei unterschiedlichen Kamera-Serien will HP verschiedene Zielgruppen vom preisbewußten Einsteiger über den Schnappschuß-Fotografen bis zum designbewußten Konsumenten ansprechen.

auf leichte Bedienung Wert legen, und mit der R-Serie designbewußte Fotoamateure mit dem Wunsch nach mehr Ausstattung. Mit Ausnahme der preisgünstigen E427 (UVP 119,- Euro/Einführung September 2006) sind alle aktuellen Photosmart-Modelle mit einem 3fach-Zoomobjektiv ausgestattet, dessen Flexibilität je nach Auflösung und Modell noch durch eine Digital-Zoomfunktion bis zum Faktor 10 erweitert werden kann.

Neu in der M-Serie ist die M627 mit sieben Megapixeln, 2,5"-Display und einem empfohlenen Preis von 199,- Euro. In der anspruchsvolleren R-Serie bringt HP zur photokina die besonders schlanke R827 mit Sieben-Megapixel-Auflösung und 2,5"-Display und das Zehn-Megapixel-Modell R927 mit 3"-Display auf den Markt. Die neuen Kameras, die 279,- Euro bzw. 349,- Euro (UVP) kosten sollen, bieten auch manuelle Einstellmöglichkeiten und die volle Palette der HP Real Life Technologie zur Bildverbesserung. Dazu gehört zum Beispiel die „Steady Photo“ genannte Technik zur Vermeidung von Verwacklungen bei schnellen Bewegungen oder schlechten Lichtverhältnissen. Hier wird die automatische Steigerung der Empfindlichkeit mit elektronischem Nachschärfen der Aufnahme kombiniert. Die „Adaptive Lighting Technologie“ soll besonders bei kontrastreichen Motiven, zum Beispiel im Gegenlicht, für ausgewogene Belichtungsergebnisse sorgen. Mit der integrierten Rote-Augen-Entfernung können diese unerfreulichen Blitzeffekte einfach entfernt werden.

Für kreative Gemüter bietet die HP Design Gallery bei den Modellen R827 und R967 interessante künstlerische Effekte. So kann zum Beispiel ein Foto in eine Illustration oder Strichzeichnung verwandelt, in Tintenpunkte zerlegt oder mit

einem Rahmen versehen werden. Auch Farbverfremdungen sind möglich. Menschen mit Gewichtsproblemen werden zudem die originelle „Verschlankungs“-Funktion zu schätzen wissen, mit der auch etwas fülligere Motive schlank abgebildet werden.

Neue Fotodrucker

Auf besonders einfache Bedienung auch ohne PC setzt HP bei den neuen Photosmart Druckern, die zur photokina zu sehen sein werden. Bereits auf dem Markt ist das neue Kompaktgerät Photosmart A433 für die Formate 10 x 15 cm und 10 x 30 cm Panorama. Es wird im Bundle mit der Fünf-Megapixel-Kamera M425 seit Juli angeboten. Passend dazu gibt es das HP Photo Value Pack (Serie 110) mit Tinte und Papier für 120 Bilder im Format 10 x 15 cm zum Preis von 28,99 Euro. Das bedeutet Kosten von 0,24 Euro pro Ausdruck.

Ein interessanter, neuer Drucker für anspruchsvollere Kunden ist der Photosmart A717 für Bildformate bis 13 x 18



Das HP Photo Value Pack Serie 110 bietet Viverra Tinte und 120 Blatt 10 x 15 cm HP Advanced Hochglanz-Fotopapier zum winzigen Komplettpreis von 28,99 Euro (UVP). Das sind 0,24 Euro pro Print.

cm. Mit seinem 4 GB großen internen Speicher kann er auch als Archiv für bis zu 3.000 Fotos dienen; eine TV-Schnittstelle ermöglicht das Betrachten der Aufnahmen auf dem Fernsehgerät – dank der Fernbedienung braucht man dazu den bequemen Sessel nicht zu verlassen. Ein hochauflösendes 2,5"-Display macht das Aussuchen der

Fotos am Drucker bequem. Auch dieses Gerät, das ab September erhältlich ist und 249,- Euro (UVP) kosten soll, kann mit der neuen HP 110 Druckpatrone und dem HP Advanced Fotopapier betrieben werden.

Für Profis und besonders ambitionierte Amateure gibt es zwei neue Geräte der HP Photosmart Pro Serie für Formate bis A3+. Der B8350 (UVP 349,- Euro) bietet dabei Sechs-Farbdruck mit HP Viverra Tinten und druckt mit der mitgelieferten schwarzen Patrone auch Texte in hoher Qualität mit bis zu 23 Seiten pro Minute (schwarzweiß). Das neue Spitzenmodell B9180 (UVP 699,- Euro) bietet Acht-Farbdruck mit HP Viverra Tinten in acht einzelnen Tanks. Der Ausdruck eines 10 x 15 cm-Fotos dauert weniger als zehn Sekunden, der eines Bildes im A3-Überformat 1,5 Minuten. Das Gerät mit automatischer „closed-loop“-Farbkalibrierung (CLC), integrierten ICC-Profilen und Plug-in für



Der neue Fotodrucker HP Photosmart A717 bietet mit seinem internen 4 GB Speicher die Möglichkeit, bis zu 3.000 Fotos zu archivieren.

Adobe Photoshop wurde nicht nur für optimale Ergebnisse auf HP Medien konzipiert, sondern arbeitet auch mit Fine Art Materialien von Hahnemühle besonders gut zusammen.

Bilder beim Fotohandel

Auf der photokina werden die von HP auf der PMA angekündigten Sofortbild-Kiosks ihre Europa-Premiere erleben. Nähere Informationen zu den Geräten gibt es zur Zeit noch nicht. Sie arbeiten mit Inkjet-Technologie und sollen dem Fotohandel verbesserte Margen im Sofortprint-Geschäft ermöglichen. Das auf der PMA gezeigte Modell Photostudio Express braucht dabei zum Ausdruck eines Bildes fünf Sekunden, die Photosmart Studio Version ermöglicht die Herstellung von margenstarken Produkten wie Fotobüchern innerhalb einer Stunde. Die HP Photosmart Kiosks ermöglichen dabei das Hoch- bzw. Herunterladen von Bilddateien aus dem Internet, zum Beispiel von einem Online-Dienstleister wie Pixaco.

imaging is more
photokina
world of imaging

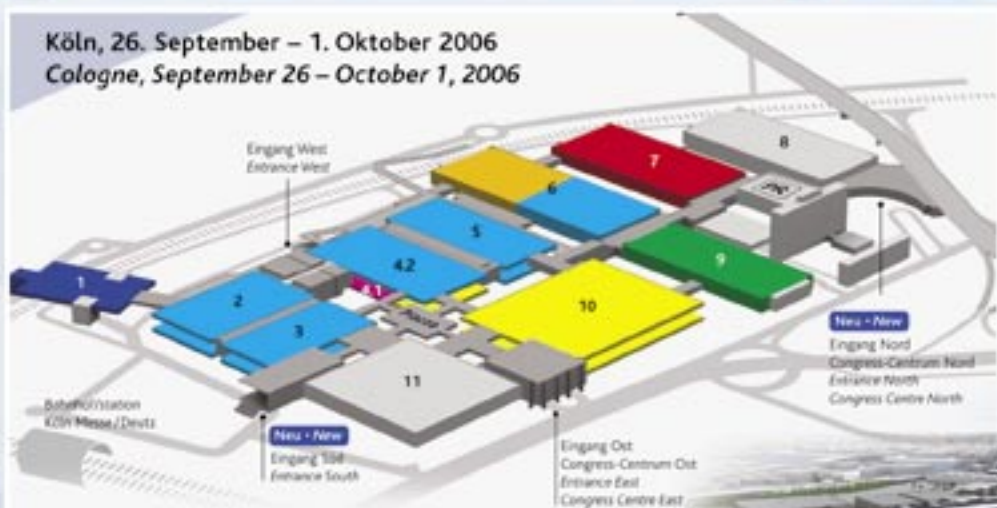
imaging + foto contact

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Cologne
September 26 – October 1
photokina 2006
world of imaging

photokina-guide

Köln, 26. September – 1. Oktober 2006
Cologne, September 26 – October 1, 2006



Hallenbelegung/Hall layout

Das Angebot auf einen Blick/The product areas at a glance

Hallen - Halls

- 1
- 2, 3, 4.2, 5, 6
- 4.1
- 6
- 7
- 9
- 4.1, 10

Angebotsbereiche - Product areas

- Visual Gallery, Rahmenprogramm - Visual Gallery, Supporting Programme
- Bildaufnahme/Equipment - Image Input/Equipment
- Bildverarbeitung - Image Processing
- Bildspeicherung - Image Storage
- Bildzubehör/Verbrauchsmaterialien - Image Accessories/Consumables
- Bildpräsentation - Image Presentation
- Bildausgabe/Services - Image Output/Services
- Pressecentrum - Press Centre

see you again

World of Imaging – mit diesem Untertitel unterstreicht die photokina 2006 erneut ihren Anspruch als globale Informations- und Kommunikationsplattform der Imagingbranche. Die Konvergenz der Technologien zeigt sich in Köln im Zusammenwachsen von Imaging mit Consumer Electronics, Telekommunikation und IT.

Neben allen bekannten Fotounternehmen gehen darum auch Anbieter wie Apple, Casio, debitel, Epson, HP, Nokia, Panasonic, Samsung, Sony und The Phone House an den Start erstmals dabei ist auch Europas führendes Fotofinishing-Unternehmen CeWe Color.

Zum ersten Mal werden sich die rund 1.600 Aussteller aus 50 Ländern auf dem neugestalteten Kölner Messegelände präsentieren. Dabei folgt die Angebotsstruktur nicht mehr der Unterscheidung in die Zielgruppen Consumer und Profi, sondern dem Weg des Bildes von der Aufnahme über die Bearbeitung bis zum Ausdruck und der Wiedergabe. Ein anspruchsvolles Rahmenprogramm informiert

Fachhändler und Imaging-Profis über die neuesten Trends, und auf der ebenfalls neuen Sonderpräsentationsfläche „Lifestyle Media at photokina“ in Halle 9 können sich die Messebesucher selbst ein Bild vom Zusammenwachsen der Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungstechnologie in realistischen Wohn-Umgebungen machen. Zahlreiche Foto-Ausstellungen werden zudem demonstrieren, daß die Technologie kein Selbstzweck ist, sondern immer dem Ergebnis zu dienen hat – dem Bild.

Auch wenn sich die steilen Wachstumskurven der vergangenen Jahre auf dem Foto- und Imagingmarkt inzwischen abgeflacht haben, rechnet der Photoindustrie-Verband auch in diesem Jahr mit einem leichten Plus und einem Marktvolumen von über sechs Milliarden Euro. Auf der photokina 2006 werden vor allem digitale Spiegelreflex-Systeme, innovative Bildprodukte wie Fotogeschenke und Fotobücher, die Handy-Fotografie und Online-Services im Mittelpunkt stehen.

Daten und Fakten

Veranstalter:

Koelnmesse GmbH
und Photoindustrie-Verband e.V.

Ort:

Koelnmesse Messegelände

Hallenbelegung:

1 – 5, 6, 7, 9 und 10

Öffnungszeiten:

Aussteller: tägl. von 9.00 bis 19.00 Uhr
Besucher: tägl. von 10.00 bis 18.00 Uhr

Eintrittspreise:

Tageskarte Vorverkauf 19,- €
Tageskarte Kassenverkauf 25,- €
Tageskarte WE* Vorverkauf 12,- €,
Tageskarte WE* Kassenverkauf 16,- €
3-Tageskarte Vorverkauf 42,- €
3-Tageskarte Kassenverkauf 49,- €
Dauerkarte Vorverkauf 56,- €
Dauerkarte Kassenverkauf 65,- €

Katalog:

19,- €

WE* = Wochenende

Angebotsbereiche:

Foto- und Videokameras, Kamerazubehör, Filme und digitale Speichermedien, Digitale Bildbearbeitung, Homeprinting, Bildkiosksysteme, Mobile Imaging, Home Cinema, Diatechnik und Zubehör, Rahmen und Alben, Handelsware, Imaging-Dienstleistungen, Professionelle Kamera- und Lichtsysteme, Fotostudio-Ausstattung, Digital Imaging und Publishing, Large Format Printing, Groß- und Minilabore, Verbrauchsmaterialien Fotofinishing, Daten-/Videoprojektoren, Interaktive Präsentationssysteme, Professionelle Video-/Audiotechnik, Steuerungstechnik und Netzwerke, AV-Dienstleistungen.

Zutrittsberechtigung:

Fach- und Privatbesucher

Zielgruppen

Aussteller:

Hersteller und Vertriebsfirmen von Bildaufnahme-, Bildspeicher-, Bild-

verarbeitungs- und Bildausgabeprodukten und Systemen

Besucher:

Foto-, CE- und IT/TK-Handel, Profianwender aus allen Bereichen des Imaging, private Foto-, Video- und Imaginganwender

Ergebnisse der Vorveranstaltung:

Aussteller 2004: 1.552

Bruttofläche: 196.500 m²

Besucher: 160.317

Website:

www.photokina.de



Wichtige Aussteller nach Hallen

Halle 2

beyerdynamic	
GmbH & Co. KG	1/B 11
Casio Europe GmbH	2
Carl Zeiss AG	1/B 10
Dörr GmbH	1/A 41
Epson Deutschland GmbH	2/A 41
Hasselblad A/B	1/B 20
Kaiser Fototechnik	
GmbH & Co. KG	1/A 48
Kürbi-Otto Tönnies GmbH	1/C 20
Markins Europe	1/A 15
Minox GmbH	1/B 41
Nikon Corporation	2/A 10
Novoflex	
Präzisionstechnik GmbH	1/A 41
Olympus Imaging	
Europe GmbH	2/B 30
Pentax Europe GmbH	2/D 20
Photo+Medienforum Kiel e. V.	1/C 1
Ringfoto GmbH & Co.	1/D 20
Soligor GmbH	
Foto-Optik-Video	1/C 36
Voigtländer	1/D 20

Halle 3

BHS Binkert GmbH Distribution	1/D 40
Braun Photo Technik GmbH	1/D 20
Canon Europa N.V.2/A 10/B 10/B 17/C 17	
Cullmann	
Foto-Audio-Video GmbH	1/D 20
europa-foto GmbH & Co. KG	1/A 20
ewa-marine GmbH	1/C 39
Ingram Micro Distribution GmbH	1/B 30
Leica Camera AG	1/C 50
Metz-Werke GmbH & Co. KG	1/D 2
Panasonic Deutschland GmbH	2/A 30
Pentacon GmbH	1/B 20
Reflecta GmbH	1/D 20
Sakar Germany GmbH	1/A 30
Sigma Corporation	2/B 20
Unomat GmbH & Co. KG	1/A 21

Halle 4

Adobe Systems GmbH	1/F 11
Aiptek International GmbH	2/G 30
Apple	1/I 50

Fotoware GmbH	1/D 49
Fujicolor Central Europe	
Photofinishing GmbH & Co. KG	2/A 9
Fuji Photo Film Co. Ltd.	2
Hama GmbH & Co KG	2/C 20
Hewlett-Packard GmbH	1
myPixx AG	1/F 10
Nokia GmbH	2/C 10/E 19
Samsung	2/E 30
Sanyo Fisher Sales	
(Europe) GmbH	2/G 10
Tamron Europe GmbH	2/E 10
Tetenal AG & Co. KG	2/ F 9
Wacom Europe GmbH	1/G 11

Halle 5

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH	2/E 31
Eastman Kodak Company	2
Franke & Heidecke GmbH	1/B 31
HaPa Team Handels GmbH	2/D 20
Hoya Co., Ltd.	2/E 29
imaging+foto-contact	2/E 31
INTERNATIONAL CONTACT	2/E 31
Jos. Schneider Kreuznach	1/C 10
Kenko Co., Ltd.	2/E 29
Kienzle Phototechnik	1/E 21
Linhof Präzisions-	
Systemtechnik GmbH	1/B 8
Lowe pro Deutschland	
GmbH & Co. KG	2/E 30
Photo Marketing Ass. Intern.	2/D 31
PoS-MAIL	2/E 31
PrePress – World of Print	2/E 31
Ricoh Europe B.V.	2/D 11
Rollei GmbH	2/F 21
Slik Corporation	2/E 29
Sony Deutschland GmbH	2/E 10
Sony Ericsson Mobile	
Comm. Intern. AB	2/D 8
Tamrac Inc.	2/E 21
The Phone House	2/D 37
Tokina Co., Ltd.	2/E 29

Halle 6

Berlebach Stativtechnik	A 31
bron imaging GmbH	A 10
CF Photo + Video Technik GmbH	A 2
COS Memory AG	C 70

DGH Großhandel	C 50
Hedler Systemlicht GmbH	A 30
Hensel Studioteknik	
GmbH & Co. KG	A 11
Jobo AG	C 20
Kingston Technology GmbH	C 71
Multiblitz GmbH & Co. KG	C 10
Philips Consumer Electronics	C 20

Halle 7

Ansmann Energy GmbH	C 20
Aulfes GmbH	C 63
Durable Hunke & Jochheim	
GmbH & Co. KG	C 63
Erno Warenvertriebs GmbH	A 20
Goldbuch Georg Brückner GmbH	B 30
GP Batteries Europe b.v.	D 30
Karl Walther Alben & Rahmen	
GmbH & Co. KG	B 10
Pagna Papierverarbeitung Gnadau	
GmbH & Co. KG	C 63
Photoindustrie-Verband e.V.	CC Nord
tecxs Europe GmbH	D 47

Halle 9

Eiki Deutschland GmbH	B 20
Kindermann & Co. GmbH	A 11

Halle 10

a&o imaging solutions GmbH	2/C 30
bluechip Computer GmbH	2/C 30
CeWe Color AG & Co. OHG	2/A 70
Cruse GmbH	
Digital Imaging Equipment	1/D 35
Dohm GmbH	2/B 61/65
Epson Deutschland GmbH	2/B 20
Felix Schoeller Jr. Foto- u. Spezial-	
papiere GmbH & Co. KG	1/D 10
Fotofix	
Schnellautomaten GmbH	2/A 50
Foto+Minilabsysteme	
R. Saal GmbH	2/C 30
Le Bon Image GmbH	1/A 10/B 19
Mitsubishi Electric Europe B.V.	2/B 10
Photo Intel Group Ltd.	2/A 60
Sihl GmbH	1/B 20
Silverlab Solutions GmbH	2/B 30/C 35

Die wichtigsten Aussteller von A-K

A

a&o imaging solutions GmbH	10.2/C 30
Adobe Systems GmbH	4.1/F 11
Aiptek International GmbH	4.2/G 30
Ansmann Energy GmbH	7/C 20
Apple	4.1/I 50
Aulfes GmbH	7/C 63

B

Berlebach Stativtechnik	6/A 31
beyerdynamic GmbH & Co. KG	2.1/B 11
BHS Binkert GmbH Distribution	3.1/D 40
bluechip Computer AG	10.2/C 30
Braun Photo Technik GmbH	3.1/D 20
bron imaging GmbH	6/A 10

C

Canon Europa N.V.	3.2/A 10/B 10/B 17/C 17
Carl Zeiss AG	2.1/B 10
Casio Europe GmbH	2.2
Bornbarch 10 • 22848 Norderstedt	
Tel.: 040/52865-804	
Fax: 040/52865-888	
www.casio-europe.com	
CeWe Color AG & Co. OHG	10.2/A 70
Meerweg 30 - 32 • 26133 Oldenburg	
Tel.: 0441/404-0 • Fax: 0441/404-421	
www.cewe.eu • info@cewe.eu	
• CeWe Color präsentiert unter anderem die Bestellwege für Digitalfotos, eine neue Software zur Gestaltung von Fotobüchern sowie Vermarktungsansätze für Digitalfotos, Fotogeschenke, Portraitaufnahmen etc.	
CF Photo + Video Technik GmbH	6/A 2
COS Memory AG	6/C 70
Cruse GmbH	
Digital Imaging Equipment	10.1/D 35
Cullmann	
Foto-Audio-Video GmbH	3.1/D 20

D

DGH Großhandel	6/C 50
Alfred-Nobel-Str. 6 • 97080 Würzburg	
Tel.: 0931/9708-444 • Fax: 0931/9708-422	
www.dgh.de	

Dörr GmbH

Messerschmidtstr. 1 • 89231 Neu-Ulm	2.1/A 41
Tel.: 0731/97037-0 • Fax: 0731-97037-37	
www.doerrfoto.de • info@doerrfoto.de	
Dohm GmbH	10.2/B 61/65
Blumenstraße 31 • 72127 Mählingen	
Tel.: 07071/9120-0 • Fax: 07071/9129-31	
www.dohm.de	
Durable Hunke & Jochheim	
GmbH & Co. KG	7/C 63

E

Eastman Kodak Company	5.2
Eiki Deutschland GmbH	9/B 20
Epson Deutschland GmbH	2.2/A 41
Otto-Hahn-Str. 4 • 40670 Meerbusch	
Tel.: 02159/538-0 • Fax: 02159/538-3000	
www.epson.de	
Erno Warenvertriebs GmbH	7/A 20
Dr.-Rudolf-Eberle-Straße 45	
79774 Albbbruck	
Tel.: 07753/9205-0 • Fax: 07753/9205-33	
www.erno.com	
europa-foto GmbH & Co. KG	3.1/A 20
ewa-marine GmbH	3.1/C 39

F

Felix Schoeller Jr. Foto- u.	
Spezialpapiere GmbH & Co. KG	10.1/D 10
Fotofix	
Schnellautomaten GmbH	10.2/A 50
Foto + Minilabsysteme	
R. Saal GmbH	10.2/C 30
Fotoware Germany GmbH	4.1/D 49
Franke & Heidecke GmbH	
Feinmechanik + Optik	5.1/B 31
Fujicolor Central Europe	
Photofinishing GmbH & Co. KG	4.2/A 9
Fuji Photo Film Co. Ltd.	4.2

G/H

Goldbuch	
Georg Brückner GmbH	7/B 30
GP Batteries Europe b.v.	7/D 30
Hama GmbH & Co KG	4.2/C 20

HaPa Team Handels GmbH	5.2/D 20
Hasselblad A/B	2.1/B 20
Hedler Systemlicht GmbH	6/A 30
Hensel Studiotechnik	
GmbH & Co. KG	6/A 11
Hewlett-Packard GmbH	4.1
Hostert Pro GmbH	10.2/E 28
Hoya Co., Ltd.	5.2/E 29

I

imaging+foto-contact	5.2/E 31
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH	
Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen	
Tel.: 02102/2027-0 • Fax: 02102/202790	
www.worldofphoto.de	
• imaging+foto-contact ist die größte Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und Imagingbranche. Jeden Monat informiert sie aktuell über Neuheiten – ergänzt durch Medien im Internet, auf CD und einen optionalen Email-News-Service.	
Ingram Micro Distribution GmbH	3.1/B 30
INTERNATIONAL CONTACT	5.2/E 31
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH	
Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen	
Tel.: 02102/2027-0 • Fax: 02102/202790	
www.worldofphoto.com	
• INTERNATIONAL CONTACT ist die führende Fachzeitschrift für den weltweiten Foto- und Imagingmarkt.	

J

Jobo AG	6/C 20
Jos. Schneider	
Optische Werke GmbH	5.1/C 10
Just Normlicht Vertriebs-GmbH	10.2/D 19

K

Kaiser Fototechnik	
GmbH & Co. KG	2.1/A 48
Im Kröteich 2 • 74722 Buchen	
Tel.: 06281/407-0 • Fax: 06821/407-55	
www.kaiser-fototechnik.de	

Die wichtigsten Aussteller von K-Z

K

Karl Walther Alben + Rahmen
GmbH & Co. KG 7/B 10
Kenko Co., Ltd. 5.2/E 29
Kienzle Phototechnik 5.1/E 21
Kindermann & Co. GmbH 9/A 11
Kingston Technology GmbH 6/C 71
Kürbi-Otto Tönnies GmbH 2.1/C 20
Ülfe-Wuppertal-Str. 1 - 3
42477 Radevormwald
Tel.: 02195/6770-32 • Fax: 02195/6770-38
www.bilora.de

L

Le Bon Image GmbH 10.1/A 10/B 19
Leica Camera AG 3.1/C 50
Linhof
Präzisions-Systemtechnik GmbH 5.1/B 8
Linos Photonics GmbH 5.1/B 20
Lowepro Deutschland GmbH & Co. KG 5.2/E 30

M

Markins Europe 2.1/A 15
Metz-Werke GmbH & Co. KG 3.1/D 2
Minox GmbH 2.1/B 41
Mitsubishi Electric Europe B.V. 10.2/B 10
Electronic Visual Systems
Niederlassung Deutschland
Gothaer Str. 8 • 40880 Ratingen
Tel.: 02102/486-9250 • Fax: 02102/486-7320
www.mitsubishi-evs.de
• Wirtschaftliche Highend Digitalprint-
Systeme mit innovativen Features zur
Bildbearbeitung und Weitergabe:
Kiosk- & Service-Fotosysteme (Click),
Flexilab & Stand-alone-Drucker für
beste Printqualität.
Multiblitz GmbH & Co. KG 6/C 10
myPixx AG 4.1/F 10

N

Nikon Corporation 2.2/ A 10
Nokia GmbH 4.2/C 10/E 19
Noritsu (Deutschland) GmbH 10.2/F 10
Novoflex Präzisionstechnik GmbH 2.1/A 41

O/P

Olympus Imaging
Europa GmbH 2.2/B 30
Pagna Papierverarbeitung Gnadau
GmbH & Co. KG 7/C 63
Panasonic Deutschland GmbH 3.2/A 30
Pentacon GmbH 3.1/B 20
Pentax Europe GmbH 2.2/D 20
Philips Consumer Electronics 6/C 20
Photoindustrie-Verband e.V. 7/CC Nord
Photo Intel Group Ltd. 10.2/A 60
Main Street Glenfield
GB-LE3 8GD Leicester
Tel.: 0044/11623-25169
Fax: 0044/11623-41431
www.photointelgroup.com

Photo Marketing Ass. Intern. 5.2/D 31

Photo+Medienforum Kiel e. V. 2.1/C 1

PoS-MAIL 5.2/E 31

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen
Tel.: 02102/2027-0 • Fax: 02102/202790
www.pos-mail.de

• Das erfolgreiche Medium für den
High-Tech-Fachhandel informiert
jeden Monat aktuell über die
Innovationen in Unterhaltungselektronik,
Foto, IT und Telekommunikation –
ergänzt durch digitale Medien im
Internet, auf CD und einen optionalen
Email-News-Service.

PrePress-World of Print 5.2/E 31

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen
Tel.: 02102/2027-0 • Fax: 02102/202790
www.prepressworld.de
www.worldofprint.de
www.worldofprint.com

• PrePress – World of Print, die Zeitschrift
für die Produktion von Printprodukten.
Angesprochen werden Druckereien,
Verlage und Werbeagenturen sowie
die klassischen freien Berufe der
Medienproduktion – vom Grafiker bis
zum Fotografen.

R/S

Reflecta GmbH 3.1/D 20
Ricoh Europe B.V. 5.2/D 11
Ringfoto GmbH & Co. 2.1/D 20
Ritter + Wirsching Fotovertrieb GmbH 10.2/F 23
Rollei GmbH 5.2/F 21
Im Kant-Dreieck/Fasanenstr. 81 • 10623 Berlin
Tel.: 030-319903-0 • Fax: 030/319903-99
www.rollei.com
Sakar Germany GmbH 3.1/A 30
Samsung 4.2/E 30
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH 4.2/G 10
Sigma Corporation 3.2/B 20
Sihl GmbH 10.1/B 20
Kreuzauer Str. 33 • 52355 Düren
Tel.: 02421/597-0 • Fax: 02421/597-297
www.sihlgroup.com
Silverlab Solutions GmbH 10.2/B 30/C 35
Slik Corporation 5.2/E 29
Soligor GmbH Foto-Optik-Video 2.1/C 36
Sony Deutschland GmbH 5.2/E 10
Sony Ericsson
Mobile Comm. Intern. AB 5.2/D 8
Fritz-Vomfelde-Str. 26 • 40547 Düsseldorf
Fax: 0211/52286-371 • www.SonyEricsson.de

T

Tamrac Co., Ltd. 5.2/E 21
Tamron Europe GmbH 4.2/E 10
tecXus Europe GmbH 7/D 47
Pillmannstr. 12 • 38112 Braunschweig
Tel.: 0531/21058-0 • Fax: 0531/21058-22
www.tecXus.com
Tetenal AG & Co. KG 4.2/F 09
Schützenwall 31 - 35 • 22844 Norderstedt
Tel: 040/52145-0 • Fax: 040/52145-296
www.tetenal.com
The Phone House 5.2/D 37
Tokina Co., Ltd. 5.2/E 29

U/V

Unomat GmbH & Co. KG 3.1/A 21
Voigtländer 2.1/D 20

W

Wacom Europe GmbH 4.1/G 11

Aussteller nach Produktgruppen

ANALOGE FOTOGRAFIE

Kleinbildkameras

BHS Binkert GmbH Distribution
Braun Photo Technik GmbH
Canon Europa N.V.
DGH Großhandel
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Leica Camera AG
Minox GmbH
Nikon Corporation
Olympus Imaging Europa GmbH
Pentacore GmbH
Rollei GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Voigtländer

Spiegelreflexkameras

Canon Europa N.V.
DGH Großhandel
Hasselblad A/B
Leica Camera AG
Nikon Corporation
Rollei GmbH
Sigma Corporation
Voigtländer

Mittelformatkameras

Carl Zeiss AG
Franke & Heidecke GmbH
Hasselblad A/B

Filme

DGH Großhandel
Eastman Kodak Company
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Le Bon Image GmbH
Minox GmbH
Rollei GmbH

Dia-Projektoren

Braun Photo Technik GmbH
DGH Großhandel
Franke & Heidecke GmbH
Kindermann & Co. GmbH
Leica Camera AG
Reflecta GmbH
Rollei GmbH

Sonstiges

Ansmann Energy GmbH
Braun Photo Technik GmbH
Cullmann Foto-Audio-Video GmbH
Dörr GmbH
Dohm GmbH
Felix Schoeller Jr. Foto- u. Spezialpapiere GmbH & Co. KG
GP Batteries Europe b.v.
Hama GmbH & Co KG
HaPa Team Handels GmbH
Jobo AG
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Le Bon Image GmbH
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH
Nikon Corporation
Photo Intel Group Ltd.
Reflecta GmbH
Ritter + Wirsching Fotovertrieb GmbH
Sakar Germany GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
tecXus Europe GmbH
Voigtländer

DIGITALFOTOGRAFIE

Digitalkameras

• Kompakt

BHS Binkert GmbH Distribution
Braun Photo Technik GmbH
Canon Europa N.V.
Casio Europe GmbH
DGH Großhandel
Eastman Kodak Company
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hewlett-Packard GmbH
Ingram Micro Distribution GmbH
Leica Camera AG
Minox GmbH
Nikon Corporation
Olympus Imaging Europa GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Pentacore GmbH
Pentax Europe GmbH
Ricoh Europe B. V.
Rollei GmbH
Sakar Germany GmbH
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
Sony Deutschland GmbH

• SLR

Canon Europa N.V.
DGH Großhandel
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Ingram Micro Distribution GmbH
Nikon Corporation
Olympus Imaging Europa GmbH
Pentax Europe GmbH
Sigma Corporation
Voigtländer

Speichermedien

Braun Photo Technik GmbH
Canon Europa N.V.
COS Memory AG

DGH Großhandel

Dörr GmbH
Dohm GmbH
Eastman Kodak Company
Epson Deutschland GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hama GmbH & Co KG
HaPa Team Handels GmbH
Hasselblad A/B
Ingram Micro Distribution GmbH
Jobo AG
Kingston Technology GmbH
Olympus Imaging Europa GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Ritter + Wirsching Fotovertrieb GmbH
Rollei GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Sony Deutschland GmbH
Unomat GmbH & Co. KG

Software

Canon Europa N.V.
Dohm GmbH
Eastman Kodak Company
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Jobo AG
Le Bon Image GmbH
myPixx AG
Nikon Corporation
Olympus Imaging Europa GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Reflecta GmbH
Sony Deutschland GmbH

Zubehör

Ansmann Energy GmbH
Canon Europa N.V.
Casio Europe GmbH
Cullmann Foto-Audio-Video GmbH
Eastman Kodak Company

Hama GmbH & Co KG
Hasselblad A/B
Hedler Systemlicht GmbH
Ingram Micro Distribution GmbH
Jobo AG
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Kürbi-Otto-Tönnies GmbH
Nikon Corporation
Olympus Imaging Europa GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Ricoh Europe B. V.
Sakar Germany GmbH
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Sony Deutschland GmbH

Digitale Kamerarückteile

Hasselblad A/B
Leica Camera AG
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH

Sonstiges

Ansmann Energy GmbH
Canon Europa N.V.
Cullmann Foto-Audio-Video GmbH
Dohm GmbH
GP Batteries Europe b.v.
Hama GmbH & Co KG
HaPa Team Handels GmbH
Jobo AG
Nikon Corporation
Olympus Imaging Europa GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Photo Intel Group Ltd.
Ritter + Wirsching Fotovertrieb GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Sony Deutschland GmbH
tecXus Europe GmbH
Wacom Europe GmbH

BILDBEARBEITUNG

Minilabs

a&o imaging solutions GmbH
bluechip Computer AG
Dohm GmbH
Foto + Minilab Systeme R. Saal GmbH
Fotofix Schnellautomaten GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hama GmbH & Co KG
Hostert Pro GmbH
Jobo AG
Noritsu (Deutschland) GmbH
Photo Intel Group Ltd.
Ritter + Wirsching Fotovertrieb GmbH
Tetenal AG & Co. KG

Großlaborsysteme

Dohm GmbH
Fotofix Schnellautomaten GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hostert Pro GmbH
Noritsu (Deutschland) GmbH
Photo Intel Group Ltd.
Silverlab Solutions GmbH

Foto-Kiosks

bluechip Computer AG
CeWe Color AG & Co. OHG
Dohm GmbH
Eastman Kodak Company
Fotofix Schnellautomaten GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Mitsubishi Electric Europe B.V.
Photo Intel Group Ltd.
Silverlab Solutions GmbH

Fotodrucker

BHS Binkert GmbH Distribution
Canon Europa N.V.

DGH Großhandel

Dohm GmbH
Eastman Kodak Company

Epson Deutschland GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hewlett-Packard GmbH
Le Bon Image GmbH
Mitsubishi Electric Europe B.V.
Olympus Imaging Europa GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Photo Intel Group Ltd.
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Tetenal AG & Co. KG

Scanner

BHS Binkert GmbH Distribution
Braun Photo Technik GmbH
Canon Europa N.V.
Cruse GmbH Digital Imaging Equipment
Eastman Kodak Company
Epson Deutschland GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hewlett-Packard GmbH
Nikon Corporation
Noritsu (Deutschland) GmbH
Reflecta GmbH

Fotopapier für Drucker

Canon Europa N.V.
DGH Großhandel
Dohm GmbH
Eastman Kodak Company
Epson Deutschland GmbH
Felix Schoeller Jr. Foto- u. Spezialpapiere GmbH & Co. KG
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hama GmbH & Co KG
Herma GmbH
Hewlett-Packard GmbH
Jobo AG
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Le Bon Image GmbH

Olympus Imaging Europa GmbH
Photo Intel Group Ltd.
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
Sihl GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Tetenal AG & Co. KG

Toner- und Tintenpatronen

Canon Europa N.V.
Dörr GmbH
Epson Deutschland GmbH
Hewlett-Packard GmbH
Le Bon Image GmbH
Software
Adobe Systems GmbH
Canon Europa N.V.
Dohm GmbH
Fotoware Germany GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Jobo AG
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Le Bon Image GmbH
myPixx AG
Nikon Corporation
Noritsu (Deutschland) GmbH
Olympus Imaging Europa GmbH
Photo Intel Group Ltd.
Tetenal AG & Co. KG

Sonstiges

Apple
Canon Europa N.V.
Dohm GmbH
Hama GmbH & Co KG
Jobo AG
Kienzle Phototechnik
Photo Intel Group Ltd.
Wacom Europe GmbH

ZUBEHÖR

Objektive

BHS Binkert GmbH Distribution
Braun Photo Technik GmbH
Canon Europa N.V.
Carl Zeiss AG
DGH Großhandel
Dörr GmbH
Franke & Heidecke GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hama GmbH & Co KG
HaPa Team Handels GmbH
Hasselblad A/B
Jos. Schneider Optische Werke GmbH
Leica Camera AG
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH
Linos Photonics GmbH
Nikon Corporation
Novoflex Präzisionstechnik GmbH
Olympus Imaging Europa GmbH
Pentax Europe GmbH
Rollei GmbH
Sakar Germany GmbH
Sigma Corporation
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Tamron Europe GmbH

Blitzgeräte

bron imaging GmbH
Canon Europa N.V.
CF Photo + Video Technik GmbH
Cullmann Foto-Audio-Video GmbH

DGH Großhandel

Hama GmbH & Co KG
Hedler Systemlicht GmbH
Hensel Studioteknik GmbH & Co. KG
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Multiblitz GmbH & Co. KG
Nikon Corporation
Novoflex Präzisionstechnik GmbH
Olympus Imaging Europa GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Sakar Germany GmbH
Sigma Corporation
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Sony Deutschland GmbH

Bilderrahmen

DGH Großhandel
Dohm GmbH
Erno Warenvertriebs GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hama GmbH & Co KG
Jobo AG
Karl Walther Alben + Rahmen GmbH & Co. KG
Philips Consumer Electronics
Sakar Germany GmbH

Fotoalben

Aulfes GmbH
Cullmann Foto-Audio-Video GmbH
DGH Großhandel

Dörr GmbH

Erno Warenvertriebs GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Goldbuch Georg Brückner GmbH
Hama GmbH & Co KG
Herma GmbH
Karl Walther Alben + Rahmen GmbH & Co. KG
Kürbi-Otto-Tönnies GmbH

Taschen

Ansmann Energy GmbH
BHS Binkert GmbH Distribution
Canon Europa N.V.
Cullmann Foto-Audio-Video GmbH
DGH Großhandel
Dörr GmbH
Erno Warenvertriebs GmbH
ewa-marine GmbH
Hama GmbH & Co KG
HaPa Team Handels GmbH
Hedler Systemlicht GmbH
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Kürbi-Otto-Tönnies GmbH
Lowe pro Deutschland GmbH
Olympus Imaging Europa GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Sakar Germany GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Sony Deutschland GmbH

ZUBEHÖR

Stativ

Berlebach Stativtechnik
Canon Europa N.V.
CF Photo + Video Technik GmbH
Cullmann Foto-Audio-Video GmbH

DGH Großhandel

Dörr GmbH

Erno Warenvertriebs GmbH
Hama GmbH & Co KG
HaPa Team Handels GmbH
Hedler Systemlicht GmbH
Hensel Studioteknik GmbH & Co. KG
Jobo AG
Kürbi-Otto-Tönnies GmbH
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH
Lowe pro Deutschland GmbH
Markins Europe

Novoflex Präzisionstechnik GmbH
Sakar Germany GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Sony Deutschland GmbH
Unomat GmbH & Co. KG

Literatur

Canon Europa N.V.
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH
Panasonic Deutschland GmbH

Sonstiges

Ansmann Energy GmbH
Cullmann Foto-Audio-Video GmbH
Dohm GmbH
Durable Hunke & Jochheim GmbH & Co. KG
Hama GmbH & Co KG

Herma GmbH
Jobo AG
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Kürbi-Otto-Tönnies GmbH
Novoflex Präzisionstechnik GmbH
Olympus Imaging Europe GmbH
Pagna Papierverarbeitung Gnadau GmbH & Co. KG
Panasonic Deutschland GmbH
Photo Intel Group Ltd.
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Sakar Germany GmbH
tecXus Europe GmbH
Unomat GmbH & Co. KG eBay GmbH

HOME CINEMA

Audio-Anlagen

Panasonic Deutschland GmbH

Projektoren

Canon Europa N.V.
DGH Großhandel
Eiki Deutschland GmbH
Epson Deutschland GmbH
Hewlett-Packard GmbH
Kindermann & Co. GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Reflecta GmbH
Rollei GmbH
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH

DVD

DGH Großhandel

Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hewlett-Packard GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Ricoh Europe B. V.

Mehrfachlautsprechersysteme

Panasonic Deutschland GmbH

Leinwände

Braun Photo Technik GmbH
CF Photo + Video Technik GmbH
DGH Großhandel
Hama GmbH & Co KG

Kindermann & Co. GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Reflecta GmbH

Plasma- und LCD-Bildschirme

Eiki Deutschland GmbH
Kindermann & Co. GmbH
Panasonic Deutschland GmbH

Sonstiges

beyerdynamic GmbH & Co. KG
Hama GmbH & Co KG
Kindermann & Co. GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH

INTERNET

Online-Bilderdienste

Canon Europa N.V.
CeWe Color AG & Co. OHG
Dohm GmbH
Eastman Kodak Company

Fujicolor Central Europe Photofinishing GmbH & Co. KG
Fuji Photo Film Co. Ltd.
myPixx AG
Photo Intel Group Ltd.
Ritter + Wirsching Fotovertrieb GmbH

Webcams

Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hama GmbH & Co KG
Sakar Germany GmbH

TELEKOMMUNIKATION

Mobilfunk

DGH Großhandel

Dohm GmbH
Nokia GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Sony Ericsson Mobile Comm. Intern. AB
The Phone House

ISDN

Hama GmbH & Co KG
The Phone House

MMS

Sony Ericsson Mobile Comm. Intern. AB
The Phone House

GPRS

Panasonic Deutschland GmbH
Sony Ericsson Mobile Comm. Intern. AB
The Phone House

HSCSD

Sony Ericsson Mobile Comm. Intern. AB

i-mode

Panasonic Deutschland GmbH

Sonstiges

Hama GmbH & Co KG
Nokia GmbH
Panasonic Deutschland GmbH

VIDEO

Camcorder

Aiptek International GmbH
Canon Europa N.V.
DGH Großhandel
Panasonic Deutschland GmbH
Sakar Germany GmbH
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH

Video-Nachbearbeitung

Adobe Systems GmbH
Canon Europa N.V.
Hama GmbH & Co KG
Panasonic Deutschland GmbH

Sonstiges

beyerdynamic GmbH & Co. KG
Dörr GmbH
Hama GmbH & Co KG
Hedler Systemlicht GmbH
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG

VERBÄNDE, KOOPERATIONEN, AUSBILDUNGSSTÄTTEN ETC.

Photoindustrie-Verband e.V.
Photo Marketing Association International

Photo+Medienforum Kiel e. V.
Ringfoto GmbH & Co.

europa-foto GmbH & Co. KG

Walther will sich international profilieren

Walther will sich auf der photokina 2006 als internationaler Anbieter profilieren. Dabei stehen die EU-Staaten im Mittelpunkt der Aktivitäten.

„Unsere Produktentwickler haben in den vergangenen Monaten die ihnen gestellte Aufgabe hervorragend gelöst, insbesondere unsere Anlaß-Alben-Sortimente auf internationale Akzeptanz hin zu entwickeln“, erklärte Walther Geschäftsführer Rolf Inderbiethen. „Wir werden die Ergebnisse auf einem Stand präsentieren, der von seiner Grundkonzeption ebenfalls auf internationale Kunden ausgerichtet ist.“ Für den deutschen Fotohandel sieht Inderbiethen „Licht am Ende des Tunnels“: „Die sich abzeichnende Konzentration unter den Großlabor-Anbietern wird vorhersehbar zu einer Preisberuhigung, wenn nicht sogar zu einem Preisanstieg bei Bilderpreisen führen.“ Der Boom bei digitalen Minilabors und Kiosken im Fotohandel werde die Bildkompetenz dorthin zurückverlagern, und die Konsumenten werden sich

wieder an ihren Fotohändler als „Bilderhersteller vor Ort“ wenden. Genau an diesem Punkt sehe Walther die Chance als Alben- und Rahmenanbieter. „Denn“, so Inderbiethen, „auch zukünftig wird das Fotoalbum seine angestammte Aufgabe behalten, die besten Bilder zu präsentieren; das digitale Fotobuch ist ja auch nichts anderes. Anlässe wie Hochzeiten, die Babyjahre, Familienfeste usw. möchte man auch in Zukunft nicht nur festhalten, sondern mit Freunden und Verwandten jederzeit nacherleben können. Wir beobachten schon geraume Zeit, daß Anlaß-Alben den Abwärtstrend nicht mitmachen und weiterhin gut verkauft werden, wenn Design und Preis stimmen. Diese Erkenntnis war für uns Anlaß, eine besondere Anstrengung zu unternehmen, um mit einem überzeugenden Angebot an liebevoll

gestalteten Alben in Deutschland und Europa Marktanteile zu gewinnen.“ Aber auch als etablierter Rahmenanbieter will Walther auf der photokina Flagge zeigen. „Für uns hat das Bilderahmen-Geschäft inzwischen die größte Bedeutung“, sagte Inderbiethen. „Als einer der führenden Anbieter im Fotohandel wollen wir unsere Stellung mit überzeugenden Sortimenten, Aktionen und Preisangeboten weiter ausbauen. Dies vor allem durch unsere immer weiter ausgebaute Rahmenpräsentationskompetenz, die inzwischen für den Handel alles zur Verfügung stellen kann, was dieser für eine verkaufsstarke Darstellung von Bilderahmen im und vor dem Geschäft braucht. Hier unterstützen unsere Außendienstmitarbeiter alle Fotohändler, die sich mit uns verbünden, mit Rat und Tat.“

JOB
FOR YOUR BEST IMAGE

Digitale Foto-Finishing-Systeme von Sony

Wesentliche Vorzüge für den Fachhandel:

- extrem schneller Sofortprint: 10x15 in 7 Sek.
- hochfeine Auflösung in brillanten Farben: 334 dpi

Außerdem:

- USB Anschluss
- 80 GB Festplatte
- Microsoft Windows® XP embedded
- 15" TFT-LC Display
- Touchscreen-Funktion in XGA-Format
- Farbkorrektur
- Rote Augen Korrektur
- Benutzerfreundliche Bedienung
- Bluetooth optional
- Fotos in 9x13 – 15x20 cm möglich
- Input über Kartenleser, CD, DVD, USB-Stick oder Scanner





Ein starkes Produktsortiment, auch für den Fotohandel (von oben links im Uhrzeigersinn): Nokia N70, Nokia N71, Nokia N72, Nokia N73, Nokia N80, Nokia N90, Nokia N91, Nokia N92, Nokia N93.

Attraktive Geräte für neue Geschäftsmodelle

Die Nokia Nseries zeigt, was mit Konvergenz gemeint ist

„Multimedia“ und „Konvergenz“ – zwei Schlagworte, die seit einiger Zeit die Diskussionen über Trends in der High Tech-Branche bestimmen. Lange konnten aber nur wenige etwas mit diesen Begriffen anfangen, mangelte es doch an Geräten, die die gemeinten Trends repräsentierten. Spätestens seit der Vorstellung der Nokia Nseries ist dieser Mangel aber behoben, denn die mittlerweile auf neun Geräte angewachsene Nokia Nseries verdeutlicht, was Konvergenz meint: Jetzt kann der Nutzer mit einem Gerät Aktivitäten durchführen, für die er zuvor eine ganze Reihe von Produkten brauchte.

So erlaubt die Nokia Nseries dem Nutzer, Fotos in Print-, Videos in DVD- und Musik in CD-Qualität aufzunehmen (und wiederzugeben), E-Mails zu lesen und zu schreiben, unterwegs im

Internet zu surfen, zu spielen, und, sofern der jeweilige Aufenthaltsort bereits mit dem entsprechenden Angebot versorgt ist (das ist hierzulande zur Zeit allerdings noch nicht der Fall), Fernsehsendungen zu empfangen, wann und wo immer er will. Natürlich sind Nseries Geräte auch klassische Mobiltelefone mit allen Telefonie-, Nachrichten- und Officefunktionen, die man heutzutage von Gerä-



Bild oben: Das Flaggschiff der Nokia Nseries: Das Nokia N93 bietet nicht nur einen 3,2-Megapixel-Aufnahmechip und ein Dreifach-Zoomobjektiv von Carl Zeiss, sondern auch ein großes Display, auf dem Fotos und Videos mit über 262.000 Farben dargestellt werden. Bild rechts: Mit dem Nokia N92 kann man unterwegs sogar TV-Sendungen empfangen.

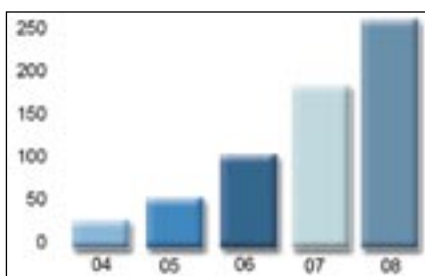


ten des mittleren und gehobenen Preissegments erwarten darf. Wollte er vergleichbare Aktivitäten mit Einzelgeräten durchführen, bräuchte er eine Foto- und eine Videokamera, einen MP3-Player, einen Blackberry, eine Spielkonsole, ein TV-Gerät und natürlich ein gut ausgestattetes Handy – und trotzdem könnte er nicht dieselbe Funktionalität erzielen, denn zum Beispiel der TV-Empfang ist in der Regel an einen festen Standort gebunden. Die Fülle an Funktionen machte es erforderlich, fünf Jahre nach der Einführung des Nokia 7650 als dem ersten Mobiltelefon mit integrierter Kamera für GSM-Netze eine vollkommen neue

Marktsegment mit hohen Zuwachsraten

Produktkategorie zu schaffen: Seit April heißen die Nseries Produkte deshalb nicht nur hausintern beim finnischen Hersteller, sondern weltweit in der HighTech-Branche Multimedia-Computer.

Die Einführung der Nseries im vergangenen Frühjahr und die kontinuierliche Erweiterung des Sortiments kamen aus Sicht von Nokia genau zum richtigen Zeitpunkt, denn das Markt-



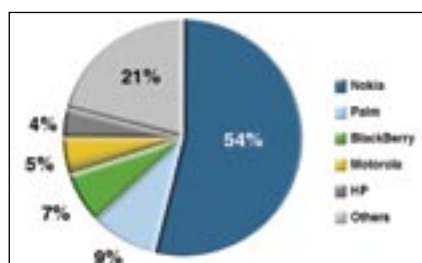
Der Markt für mobile Multimediageräte wächst dynamisch. Werden in diesem Jahr nach Nokia Schätzungen weltweit rund 100 Millionen derartiger Geräte verkauft, so sollen es im Jahr 2008 zirka 250 Millionen werden.

segment mobiler Multimediageräte präsentiert sich derzeit mit ungeheurer Dynamik – und den wohl höchsten Zuwachsraten des gesamten Technikbereichs. So soll sich die Zahl der Verkäufe entsprechender Geräte nach Nokia Schätzungen zwischen 2004 (mit rund 25 Millionen Stück weltweit) und 2008 nahezu verzehnfachen. Dabei



Nokia Nseries Studio als Plattform für Videofilmer

Um die Nutzer eines Nokia N93 Multimedia-Computers dazu zu ermutigen, anderen alltägliche Momente ihres Lebens zu zeigen, hat Nokia das Nokia Nseries Studio (www.nokia.com/nseries/studio) geschaffen. In der Online-Community kann ab sofort jeder seine eigenen Kurzfilme entweder vom PC oder direkt vom Mobiltelefon ins Internet hochladen. Die Internetseite wurde ins Leben gerufen, um das spontane Aufzeichnen von Videos mit mobilen Geräten zu fördern. Inspiriert wird der Nutzer durch Videoaufnahmen, die „normale“ Menschen überall auf der Welt mit dem Nokia N93 Multimedia-Computer erstellt haben, aber auch durch die Werke prominenter Zeitgenossen. Zu diesen zählt der mehrfach ausgezeichnete Regisseur und Schauspieler (unter anderem in Bram Stokers Dracula und Harry Potter) Gary Oldman, der regelmäßig Kurzfilme für das Nokia Nseries Studio produziert. Seine neueste Arbeit mit dem Titel Donut ist seit wenigen Tagen online. Der Film konzentriert sich auf einen runden Schatten in wellenbewegtem Wasser. Mit einem sehr eindringlichen Sound unterlegt, demonstriert er nicht nur die DVD-ähnliche Qualität der Videoaufnahmen des Nokia N93, sondern auch die Möglichkeiten moderner mobiler Videoaufnahmegeräte, Augenblicke des eigenen Alltags einzufangen und spontan mit anderen auszutauschen. Darüber hinaus werden regelmäßig neue Themen eingestellt und präsentiert, die die Nutzer inspirieren sollen, wie sie die Möglichkeiten ihres Gerätes nutzen können. Oldman führt ein internationales Team aus kreativen Visionären an, die mit einem Nokia N93 mobile Filme für das Nokia Nseries Studio drehen. Sie alle produzieren kurze Filme zum Thema „Open Your Eyes“ und halten darin alltägliche Momente fest, die eine rührende, überzeugende oder provozierende Geschichte über die Welt erzählen, in der wir leben.



Nach eigenen Marktanalysen von Nokia hatte das Unternehmen im Jahr 2005 einen gewaltigen Vorsprung bei den Marktanteilen für mobile Multimediageräte.

geht das finnische Unternehmen davon aus, den Löwenanteil der Verkäufe für sich verbuchen zu können. Ein Blick auf die (von Nokia selbst erhobenen) Zahlen des Jahres 2005 unterstützt diesen Optimismus: Im vorigen Jahr

griff mehr als jeder zweite Verbraucher beim Neukauf eines mobilen Multimediagerätes zur Marke Nokia. Damit setzte das Unternehmen einen Erfolgsweg fort, der sich schon zu der Zeit abzeichnete, als Mobiltelefone mit integrierter Digitalkamera noch Kamerahandy genannt wurden: Im Jahr 2005 verkaufte Nokia auf allen Kontinenten der Erde über 100 Millionen dieser Produkte, darunter fünf Millionen Nokia Nseries Geräte – und wurde damit zum weltweit größten Kameraproduzenten.

Der Erfolg begründet sich ohne jeden Zweifel auf dem breiten Spektrum der Funktionen der Nseries. Aber nicht nur. Denn Nokia hat es bislang auch

hervorragend verstanden, durch die kluge Auswahl strategischer Partner höchste Qualitätsansprüche zu erfüllen. Auf der Liste der Kooperationspartner tauchen mit Kodak, Carl Zeiss, Hewlett-Packard, Flickr und Adobe, um nur diejenigen zu nennen, die sich mit stehenden und bewegten Bildern befassen (siehe Kasten unten), renommierte Unternehmen auf, die in ihrem jeweiligen Betätigungsfeld führend sind.

Deren Know-how hat wesentlich zur Leistungsfähigkeit der Nokia Nseries beigetragen, und das finnische Unter-

nehmen in die Lage versetzt, attraktive Vermarktungsideen umzusetzen, die die Nutzenargumentation und den Verkauf der Produkte am Point of Sale vereinfachen. Nokia beschränkt sich nicht darauf, theoretisch darzulegen, was der Nutzer alles mit seinem Gerät machen kann, sondern schafft selbst entsprechende Foren. Erwähnenswert sind hier beispielsweise Anwendungen wie die Video-Community Nokia Nseries Studio (siehe Kasten auf der vorhergehenden Seite) oder die Online-Fotogemeinschaft Flickr, bei der jeder Fotograf kostenlos seine eigenen Alben

anlegen kann. Und um dem Nutzer den Umgang mit diesen Angeboten zu vereinfachen, ist im Lieferumfang der Geräte die erforderliche Software vorhanden, entweder bereits vorkonfiguriert oder auf einer CD im Verkaufskarton.

Gerade diese Einbindung in die verschiedenen Technikwelten und die unterschiedlichen Interessensgebiete der Nutzer hebt die Nokia Nseries aus der Masse der Produkte heraus. Ob der Kunde lieber fotografiert, Videofilme aufnimmt oder Musik hört, ob er Leerzeiten mit Spielen, Surfen im Internet

Nokia entwickelt mobile Imaging-Lösungen gemeinsam mit renommierten Partnern

Bei der Entwicklung der Foto- und Videofunktionen der Nokia Nseries hat Nokia auf die Erfahrungen von Partnern vertraut, die zur Crème de la crème der Imagingwelt gehören. Gemeinsam mit diesen renommierten Unternehmen wurden Lösungen entwickelt, die die Spitze des mobilen Imaging darstellen.

Gemeinsam mit dem größten Fotounternehmen der Welt, **Kodak**, wurden Lösungen entwickelt, die die Nutzer der Nseries Multimedia-Computer in die Lage versetzen, ihre Bilder schnell und einfach ins Internet hochzuladen, dort zu speichern, sie mit anderen zu teilen und gegebenenfalls Prints der gespeicherten Bilddaten zu bestellen. Das notwendige Programm ist im Lieferumfang jedes Nokia Imaging Gerätes enthalten. Neben den Online-Anwendungen erleichtert es den Nutzern auch das Drucken von Bildern an einem der vielen Tausend Kodak Fotokioske, die inzwischen weltweit installiert sind.

Zu den Partnern gehört auch das deutsche Unternehmen **Carl Zeiss**, das sich in vielen Jahrzehnten weltweit einen erstklassigen Ruf als Hersteller professioneller Fotoobjektive, Ferngläser, Spektive und Mikroskope erworben hat. Die Expertise des Unternehmens sowohl bei der Miniaturisierung von Linsensystemen als auch bei der Herstellung erstklassiger Fotooptiken wird genutzt, um Objektive für die Nseries Flaggschiffprodukte Nokia N90, Nokia N73 und Nokia N93 zu



produzieren, die einen neuen Qualitätsstandard im Markt für mobile Multimediageräte darstellen.

Schon seit Februar 2003, also über zwei Jahre vor Einführung der Nokia Nseries, arbeiten Nokia und **Hewlett-Packard** zusammen, um das Zusammenspiel zwischen mobilen Aufnahmegeräten und Fotodruckern zu vereinfachen. Das Know-how des US-amerikanischen Unternehmens trug dabei entscheidend dazu bei, den Direktdruck aus Nokia Kamerahandys und Multimedia-Computern für den Anwender absolut mühelos zu machen. Mit nur wenigen Klicks können Verbraucher ihre Bilder auf einem Bluetooth- oder PictBridge-kompatiblen Drucker printen. Alternativ können sie auch die in den Nokia Geräten eingesetzten Speicherkarten für den Datenaustausch mit einem geeigneten Drucker nutzen, und damit nicht nur Fotos auf Papier bringen, sondern auch alle anderen Arten der im Gerät gespeicherten Daten, beispielsweise E-Mails, Kontakte oder Textnachrichten.



Gemeinsam mit der Internet-Community **Flickr** macht Nokia es mobilen Fotografen einfach, von unterwegs Bilder in ihre Flickr-Alben hochzuladen und mit Namen und Kommentaren zu versehen – und zwar direkt aus ihrem Multimedia-Computer heraus, ohne zusätzliche Programme installieren oder die Fotos zunächst auf ein anderes Gerät übertragen zu müssen. Die Nutzer können die Bilder in voller Größe auf ihren Account übertragen, einzeln oder als Pakete mit jeweils sechs Aufnahmen. Für das Einrichten eines kostenlosen Accounts bei www.flickr.com sind nur wenige Augenblicke erforderlich – Besitzer eines Yahoo-Benutzernamens und -passworts können sich sogar mit diesen einloggen. Nokia und **Adobe** haben gemeinsam Lösungen erarbeitet, mit denen die Nutzer der Nokia Multimedia-Computer in die Lage versetzt werden, die auf den Geräten gespeicherten Fotos und Videos zu bearbeiten, zu verwalten, zu speichern und sie auf einen Computer zu übertragen. Zur Verfügung stehen zum Beispiel Adobe Photoshop Starter Edition und Adobe Premiere Elements 2.0, das im Lieferumfang des Nokia N93 enthalten ist.



denen die Nutzer der Nokia Multimedia-Computer in die Lage versetzt werden, die auf den Geräten gespeicherten Fotos und Videos zu bearbeiten, zu verwalten, zu speichern und sie auf einen Computer zu übertragen. Zur Verfügung stehen zum Beispiel Adobe Photoshop Starter Edition und Adobe Premiere Elements 2.0, das im Lieferumfang des Nokia N93 enthalten ist.

oder Fernsehgucken überbrücken will, im Nokia Nseries Sortiment wird er fündig. Und mit dem zur Verfügung stehenden Zubehör, seien es Speicherkarten, kabellose Headsets, Kfz-Freisprecheinrichtungen, Navigationshilfen oder externe Tastaturen, lassen sich die Bedürfnisse des Nutzers noch besser befriedigen.

Einer der Schwerpunkte ist das Bild

Einer der Schwerpunkte der Nokia Nseries ist jedoch das Thema Bild – und deshalb sind die Geräte auch für den Fotohandel interessant, eröffnen sie diesem doch vollkommen neue Geschäftsmodelle im Bereich des Mobile Imaging. So sind alle Multimedia Computer der Nseries mindestens mit einer integrierten Zwei-Megapixel-Kamera ausgestattet, das Nokia N80



Beim Nokia N93 sorgt ein TV-Ausgang dafür, daß Videofilme und Fotos auf kompatiblen TV-Geräten vorgeführt werden können. Auch das Überspielen der Daten auf einen PC ist problemlos möglich.



Nokia N93 mit einzigartiger Golf-Anwendung

Speziell für Freunde des Golfsports hat Nokia die Nokia N93 Golf Edition entwickelt, mit der neben den herausragenden Videofunktionen des Nokia N93 Multimedia-Computers eine bis dato einzigartige Golf-Anwendung angeboten wird. Mit der neuen Software läßt sich der persönliche Golfschwung aufzeichnen und unter anderem mit Hilfe eines Split Screen Vergleichs analysieren. So kann das mobile Gerät dazu beitragen, das eigene Golfspiel zu verbessern. Die Pro Session Golf Anwendung von Nokia bietet einen speziell angepassten Sucher für die Aufnahme des Golfschwungs. Der Bildsucher ermöglicht die Aufnahme direkt vom richtigen Sichtwinkel und aus der richtigen Entfernung. Im Gegensatz zu anderen derzeit auf dem Markt erhältlichen Video-Analysen, ist Pro Session Golf eine tragbare und sofort einsatzbereite Lösung. Zusätzliche Kameras, Kabel oder Computer werden nicht mehr benötigt. Mit der Golf Edition des Nokia N93 Multimedia-Computers können Schwünge analysiert, Meinungen diskutiert, Tips weitergegeben oder auch Unterrichtsstunden abgehalten werden – entweder direkt mit Blick auf das Display oder sogar via MMS-Mitteilungen. Die Nokia N93 Golf Edition ist unter www.nokia.com/N93golf in 15 europäischen Ländern erhältlich. Im Lieferumfang der Nokia N93 Golf Edition sind neben dem Nokia N93 Multimedia-Computer die Anwendung Pro Session Golf von Nokia, eine 1 GB große miniSD-Speicherkarte, eine DVD mit Anleitungen zum Golfspiel sowie eine kurze Einführung enthalten.



Die Nokia N93 Golf Edition unterstützt Golfspieler bei der Verbesserung ihrer Schwungtechnik.

mit einer Drei-Megapixel-Kamera und der Aufnahmechip der Modelle Nokia N73 und Nokia N93 bietet sogar 3,2 Millionen Bildpunkte. Erwähnenswert ist darüber hinaus, daß das Nokia N73, das Nokia N90 und das Nokia N93 mit einem Objektiv des renommierten deutschen Optikspezialisten Carl Zeiss ausgestattet sind. Im Nokia N93 wurde dabei erstmals ein dreifacher Brennweiten Spielraum durch ein „echtes“ Zoom realisiert, das einer nur gerechneten Digitalzoomfunktion qualitativ deutlich überlegen ist.

Mit dem Nokia N90, dem Nokia N91 und dem Nokia N93 ist darüber hinaus auch das Videofilmen möglich, mit dem Nokia N93 sogar in DVD-Qualität. Integrierte Software sorgt dafür, daß die Videofilme noch direkt im Gerät geschnitten und mit Ton unterlegt, auf CD gebrannt oder über den TV-Ausgang auf einem kompatiblen Fernsehgerät vorgeführt werden können.

Den Verkauf der Nokia Nseries sollte der Fotohandel nicht branchenfremden Kanälen überlassen. Denn mit ihren Foto- und Videofunktionen sind die verschiedenen Modelle durchaus



Mit den Nokia Nseries Geräten ist auch der direkte Fotodruck ohne PC möglich.

dazu geeignet, Digitalkameras im Einstiegssegment zu ersetzen – mit dem Unterschied, daß die Nokia Nseries vielfältigen Zusatznutzen bietet, der in „normalen“ Foto- und Videokameras nicht zu finden ist.

**Lesen Sie im nächsten ifc:
Wertschöpfung mit den Nokia
Nseries Multimedia-Computern**

printeria-Shop setzt „die neue Lust am Foto“ in Produkte um

Eines der aktuellen Probleme des Fotohandels ist bekanntlich, daß nur ein geringer Teil der aufgenommenen Digitalbilder gedruckt wird. Innovative Ideen sind deshalb gefragt, die den Verbraucher veranlassen, sein Verhalten zu ändern und seine Aufnahmen wieder beim Fachhandel in „fühlbare“ Produkte umwandeln zu lassen.



In zentraler Lage in der Nürnberger Innenstadt, am Hauptmarkt 2, präsentiert printeria seit einigen Monaten ein vollkommen neues Bilddienstleistungskonzept.

Zukunftsorientiertes Konzept

Um sich dabei gegenüber dem Verbraucher auch weiterhin als kompetenter Bilddienstleister darstellen zu können, bedarf es unter Umständen vollkommen neuer Konzepte. Eines dieser zukunftsorientierten Konzepte ist derzeit in Nürnberg zu finden. Dort hat die ortsansässige printeria-GmbH

in unmittelbarer Nähe zum Stadtkern einen Shop eröffnet, der das Thema Dienstleistungen rund um das digitale Bild radikal anders umsetzt als traditionelle Fotogeschäfte. Auf mehreren hundert Quadratmetern Verkaufs- und Ausstellungsfläche und auf zwei Stockwerken bietet printeria eine breite

Palette an Fotoprodukten, vom Kalender bis zum Fotobuch, von der Umhängetasche bis zum Keilrahmen in Galeriequalität, vom T-Shirt bis zum Liegestuhl, vom Ansteckbutton bis zur Ansichtskarte, vom Sitzwürfel bis zur Kaffeetasse. Insgesamt finden sich bei printeria über 120 Typen von Fotoprodukten, und allein Fotobücher werden in zirka 60 Varianten angeboten. „Das ist das größte Sortiment an Fotoprodukten und -geschenken, das derzeit in Deutschland zu haben ist“, betonte printeria-Geschäftsführer Winfried Gaber im Gespräch mit *imaging+foto-contact*.

Die Bestellung der Produkte kann auf zwei Wegen erfolgen: Der Kunde bearbeitet vor Ort im Laden sein mitgebrachtes Digitalbild an einer der Workstations (bzw. läßt dies durch einen printeria-Mitarbeiter erledigen) oder er bringt eine CD mit der bearbeiteten Datei mit – sofern ihm die dazu notwendige Software bereits bei einem früheren Besuch im Geschäft überreicht worden ist.

Produziert werden die Artikel in der Regel bei der ebenfalls in Nürnberg ansässigen Muttergesellschaft von printeria, der Infowerk AG. Dieses



printeria-Geschäftsführer Winfried Gaber (r.) und Helmut Machemer, Spezialist für Umsatzsteigerung am PoS, haben das neue Konzept mit dem printeria-Team in die Praxis umgesetzt.

Unternehmen ist in der Druckbranche für seine hochwertigen Prints durch den Einsatz von HP Indigo Maschinen, die als die derzeit qualitativ hochwertigsten Geräte des Marktes gelten, für das Bedrucken auch ungewöhnlicher Materialien und für die Herstellung von Drucksachen auch in Einzelaufgaben bekannt. Abgeholt werden die bestellten Produkte dann wiederum bei printeria. Wenige der angebotenen Waren, zum Beispiel Tassen und verschiedene Textilien, können allerdings für eilige Kunden – gegen eine spürbare Bearbeitungspauschale – auch sofort vor Ort gefertigt werden.

Fotohandel soll sein Angebot erweitern

Was bis hierher wie eine mögliche Konkurrenz zur klassischen Bilderttheke im Fotohandel klingt, ist allerdings genau das Gegenteil. „Wir sind davon überzeugt, daß zukünftig die Ansprüche der Kunden steigen werden und daß branchenfremde Anbieter und Drogeriemärkte die Anforderungen des Verbrauchers nicht mehr erfüllen können, weil ihnen schlicht und einfach die Beratungskompetenz fehlt“, so Gaber. „Das printeria-Konzept soll dem Fotohandel dabei helfen, Marktanteile zurückzuerobieren und sich in einem Feld zu etablieren, in dem hervorragende Margen zu erzielen sind.“ Tatsächlich zeige die Praxis, daß vor allem teure Bildprodukte nach wie vor



Bild oben: Der Druck auf Keilrahmen ist eine der Spezialitäten des Printpartners Infowerk AG. Bei printeria sind die verschiedenen Möglichkeiten ausführlich dargestellt. Bild rechts: Fotobücher gibt es bei printeria in zirka 60 Produktvarianten.

die Spezialität des Fachhandels seien, und auch die Neigung, derartige Artikel über das Internet zu bestellen, deutlich zurückgehe, ergänzte der in der Fotobranche wohlbekannte Spezialist für Umsatzsteigerung am PoS, Helmut Machemer, der wesentlichen Anteil an der Umsetzung des Konzeptes in Nürnberg hatte.

Da man selbst keine Einzelhandels Erfahrung habe, sollte sich das in der Theorie entwickelte Konzept in der Alltagspraxis bewähren, bevor man es dem Fotohandel anbiete. „Vor allem deshalb haben wir den Laden eingerichtet“, so Gaber. „Um gleichermaßen Kundenwünsche und Notwendigkeiten kennenzulernen und um daraus das Konzept weiter optimieren zu können. Nur so können wir Anlaufschwierigkeiten bei Fotohändlern vermeiden, die unser Konzept in ihr Angebot integrieren wollen.“

Am Erfolg des printeria-Konzeptes besteht kein Zweifel mehr. Das Geschäft kann inzwischen auf einen stetig wachsenden Kundstamm verweisen. „Und das“, so Gaber, „obwohl wir immer erst erklären müs-



sen, was es überhaupt mit printeria auf sich hat. Der Fotohandel hat es da bedeutend einfacher, denn dort erwartet der Kunde Dienstleistungen rund ums Bild.“

Der Vorteil des Konzeptes ist sein modularer Aufbau. So können sich Fotohändler, die ihr Portfolio als Partner von printeria ausbauen wollen, sowohl die Elemente als auch das Design so aussuchen, daß es optimal zu ihrem eigenen Auftritt paßt. Darüber, wie das Geschäftsmodell genau aussieht, informiert ifc in der kommenden Ausgabe. Und Besucher der photokina finden printeria in Halle 4, Stand F028.



An den Workstations bei printeria können die Kunden die Dateien für die gewünschten Fotoprodukte selbst anfertigen.

Wechsel in der Pressestelle der Jobo AG

Die Jobo AG kündigt kurz vor der photokina 2006 einen Wechsel in der Pressestelle an. Michaela Dietrich, die seit über drei Jahren die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit erfolgreich geleitet hat, wird noch vor der photokina das Unternehmen aus persönlichen Gründen verlassen. Ihr Aufgabengebiet übernimmt Annika Hummerich. Hummerich ist Diplom-Medienwirtin und war bisher bei der Sony Deutschland GmbH im Marketingbereich der Professional Solutions Europe beschäftigt. Sie wird bei der Jobo AG Ansprechpartnerin für die Pressekontakte und für die stattfindenden Workshops sein.

Null-Prozent-Finanzierung für Sony Drucksysteme

Sony bietet jetzt für professionelle digitale Systeme eine attraktive Null-Prozent-Finanzierung an. Die Produkte aus dem professionellen Sony Portfolio sind vom 8. bis 30. September über die Sony Financial Services mit einer Vertragslaufzeit von 24 Monaten bei Leasing und Mietkauf zu

null Prozent finanzierbar. Das Angebot gilt für die Stand-alone Druckstation SnapLab, das komplette digitale Desktop-Drucksystem PrintStation, die Digitalfotodrucker UP-DR150 und UP-D75 und das Paßbildsystem UPX-C200. Weitere Informationen sind bei den autorisierten Sony Distributoren oder über die Hotline 0800/0869286 erhältlich.

Metz Hausmesse 2006 an 13 Standorten

Traditionell nah am Kunden ist die Premium-Marke Metz wieder mit ihren Hausmessen. An 13 verschiedenen Standorten gibt Metz seinen Fachhandelspartnern – und denen, die es werden wollen – insgesamt 25 Tage Gelegenheit, die Neuheiten, das Sortiment und die Metz Fachhandelsaktivitäten kennenzulernen. Termine und Veranstaltungsorte: 29./30.8., Kamen, Park Inn Kamen, Kamen Karree 2–3, 59174 Kamen; 30./31.8., Hamburg, Hotel zur Windmühle, Hauptstraße 99, 22145 Stapelfeld b. Hamburg; 6.9., Zella, Hotel Bechtel, Vor der Brücke 4, 34628 Zella; 6./7.9., Potsdam, Landhotel Potsdam, Reiherbergstraße 33, 14476

Potsdam-Golm; 6./7.9., Oldenburg, Etzthorner Krug, Butjadinger Straße 341, 26125 Oldenburg; 12./13.9., Seligenstadt, Hotel Columbus, Am Reitpfad 4, 63500 Seligenstadt-Froschhausen.

Neuer Vertriebsleiter Consumer Products bei Olympus

Sven Martens ist seit dem 1. August neuer Vertriebsleiter Consumer Products der Olympus Deutschland GmbH. Martens trat die Nachfolge von Daniela Warner an und verantwortet außerdem den Bereich Voice Systems. Der gelernte Industriekaufmann bringt mehrjährige Erfahrungen in leitenden



Funktionen im Vertrieb und Marketing technischer Konsumgüter mit. Seine berufliche Laufbahn startete er bei Sony Deutschland. Danach verantwortete er für Nokia als Direktor Sales & Marketing Germany von 2001 bis 2004 den Unternehmensbereich NHC. Zuletzt war Martens für den Vertrieb der Consumer Products Division der Nikon GmbH verantwortlich.

Nokia Shop-in-Shop im Saturn Hamburg eröffnet

Nokia hat Mitte August den bisher größten Nokia Shop-in-Shop in Deutschland eröffnet. Auf einer Standfläche von 75 m² im Saturn-Markt Hamburg (Mönckebergstraße 1) können Endkunden die aktuellsten Multimedia-Computer aus der hochwertigen Produktkategorie Nseries erleben und sich über die neuesten Nokia Mobiltelefone aus den Bereichen Fashion, Premium, Business sowie über Zubehör informieren.

CeWe Color Workshops für digitale Porträtfotografie

CeWe Color hat neue Workshops für Porträtfotografen angekündigt. Die zweitägigen Veranstaltungen mit den Themen „Digital für Fortgeschrittene“ sowie „Akt und Beauty“ werden von Elfriede M. Twardy geleitet.

Die Workshops werden an drei Veranstaltungsorten angeboten: am 21./22. September in Freiburg, am 24./25. September in Oldenburg und am 9./10. November in Dresden. Am ersten Tag stehen unter dem Thema „Digitalfotografie für Fortgeschrittene“ Arbeitseinheiten zur Monitor-Kalibrierung, dem Farbmanagement, der Capturesoftware C1 von phase one und der CeWe Color Ordersoftware für Porträtstudios im Mittelpunkt. Am zweiten Tag will Twardy beim Thema „Akt und Beauty“ den Aspekt „Kreative Bildverfremdung – maximale Umsatzsteigerung“ in den Vordergrund stellen. Dabei wird es auch um das

Fotografieren mit RAW, den Einsatz des 16-Bit-Histogramms in Photo-shop, die Erarbeitung von Konzept und Bildaussage, angewandte Fotografie sowie die Entwicklung und Auswertung der Aufnahmen und die Online-Präsentation gehen.

Die Referentin Elfriede M. Twardy hat sich in vielen Jahren einen hervorragenden Ruf als Digitalfotografin und Referentin erworben. Bereits seit 1996 wickelt sie alle Aufträge in ihrem Porträtstudio in Andernach digital ab.

Zu beiden Workshops, die auch einzeln gebucht werden können, sollen die Teilnehmer ihre eigene Kamera und ihr eigenes Notebook mitbringen. Die Teilnahmegebühren betragen 129 Euro (Digital für Fortgeschrittene) bzw. 159 Euro (Akt und Beauty), jeweils zuzüglich Mehrwertsteuer. Die Anmeldung ist auch online möglich unter www.cewe-color.de/seminar/seminar1.html.

Mit neuen Zielgruppen die Margen verbessern

Sakar Fun-Kameras

Der Zubehörspezialist Sakar erweitert jetzt sein Produkt-Portfolio um drei Digitalkameras, bei denen der unkomplizierte Fotospaß im Vordergrund steht. Alle drei Kameras richten sich an jugendliche und jung gebliebene Anwender, die problemlos Schnappschüsse einfangen wollen. Für den Fotohandel eine gute Gelegenheit, eine völlig neue Kundengruppe anzusprechen.

Bei allen drei Kameras stehen nicht die technischen Features, sondern die einfache Handhabung bei der Aufnahme und der anschließenden Bildbearbeitung im Vordergrund. Daß die Kameras anders sind als andere, wird bereits durch die junge, pfliffige Blisterverpackung unterstrichen, die zu Spontankäufen animiert.

AquaShot

Die digitale Unterwasserkamera ist der ideale Urlaubsbegleiter. Ob am Strand, auf der Skipiste, beim Stadtbummel oder beim Tauchgang bis zu einer

Wassertiefe von 15 Metern – die Kamera sorgt für gelungene Schnappschüsse. Der integrierte Speicher bietet Platz für 117 Aufnahmen, die sich mittels USB-Port blitzschnell herunterladen lassen. Mit der Photo Tags Software können die Fotos bearbeitet oder ganz einfach per E-Mail verschickt werden, und mit der Stop-Motion-Animation lassen sich die Bilder als animierte Videos präsentieren.

Kidz Cam

Bei der speziell für Kinder konzipierten Kamera wird der Spaßfaktor besonders deutlich. Fünf integrierte actionreiche Spiele lassen keine Langeweile aufkommen. Die Bedienung der Kamera ist kinderleicht, so daß dem Benutzer kein Schnappschuß entgeht. Zum Bearbeiten der Bilder



stehen 18 verschiedene Bildbearbeitungs-Werkzeuge zur Verfügung. Darüber hinaus lassen sich problemlos Diaschauen erstellen, und mit dem Story-Maker können persönliche Geschichten und Bilder veröffentlicht werden.

Sticker Wizard

Bei dieser Kamera steht die eigene Kreativität im Vordergrund. Der kamera-interne Speicher bietet Platz für 152 Bilder, die sich spielerisch bearbeiten und in Aufkleber umwandeln und in ein Album kleben lassen. Dabei erleichtert die digitale Bibliothek das Finden, Arrangieren und die Arbeit mit den Fotos. Mit den integrierten Clip Arts und Vorlagen können die Fotos personalisiert und ansprechend gestaltet werden. Außerdem lassen sich eigene CD-Labels gestalten. Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt.



Die auffällig gestalteten Blisterverpackungen der Fun-Kameras

von Sakar unterstreichen den Spaßfaktor der neuen Kamerageneration. Sie sprechen neue Zielgruppen an, bei denen der unkomplizierte Fotospaß im Vordergrund steht. Für den Fotohandel bieten sich dadurch zusätzliche Umsatzchancen.

Fotostudiodesign.de

world of photographic

Fotostudiohintergründe

Besuchen Sie uns im Internet unter www.fotostudiodesign.de oder fordern Sie per e-Mail Unterlagen an: info@fotostudiodesign.com



Ricoh Caplio R5 in drei Farben

Ricoh hat die neue Digital-Kompaktkamera Caplio R5 vorgestellt, die sich durch ein 7,1faches Weitwinkel-Zoomobjektiv (28–200 mm entsprechend Kleinbild), Ricohs Bildstabilisierungsfunktion und einen Aufnahmechip mit 7,24 Megapixeln auszeichnet.

Aufbauend auf dem Vorgängermodell Caplio R4 bietet die Caplio R5 verbesserte Leistungsstärke und einige neue Funktionen, die dem Anwender nützlich sein werden. Im Vergleich zur Caplio R4 bietet die R5 beispielsweise eine höhere Auflösung und den neu entwickelten Bildprozessor „Smooth Imaging Engine II“, der auch bei wenig Licht klare Bilder mit geringem Rauschen ermöglicht.

Der neu entwickelte Bildprozessor verarbeitet die Bilddaten des CCD-Sensors durch einen neuen Algorithmus mit hoher Geschwindigkeit zu exzellenten, rauscharmen Resultaten. Durch die Entwicklung neuer peripherer CCD-Schaltkreise konnte das Bildrauschen weiter reduziert werden. Die sehr hohe Lichtempfindlichkeit ISO 1.600 kann ohne Reduzierung der Auflösung genutzt werden.

Im 26 mm tiefen Gehäuse findet das aus dem Vorgängermodell bekannte 7,1fache Weitwinkel-Zoomobjektiv 28–200 mm Platz. Es unterstützt vielfältige Aufnahmesituationen von Weit-

winkelfotos in engen Räumen und Landschaftspanoramen bis zu Tele-Aufnahmen. Die Caplio R5 bietet außerdem eine automatische Digital-Zoomfunktion (Auto Resize Zoom), die selbsttätig in Aktion tritt, wenn bei Bildgrößen-Einstellung auf 7 Megapixel über die optische Brennweite 200 mm hinaus gezoomt wird. Dadurch lässt sich eine Teleeinstellung von 960 mm (entsprechend Kleinbild) erreichen, wobei laut Ricoh kein Hochrechnen der Auflösung die Qualität des entstehenden Bildausschnitts beeinträchtigt.

Die Auslöseverzögerung beträgt etwa 0,09 Sekunden bei abgeschalteter Bildstabilisierung. Wird der Auslöser vorher angedrückt und damit die Scharfeinstellung gespeichert, verkürzt sich die Reaktionszeit vom Durchdrücken bis zur Belichtung auf 0,007 Sekunden. Auch die Bildfolge (bei abgeschalteter Bildstabilisierung) und die Einschaltdauer sind mit etwa 0,5 und 1,2 Sekunden sehr kurz. Die Serienbild-Geschwindigkeit wurde auf 2,8 Bilder pro Sekunde verbessert (bei ausgeschaltetem Blitzgerät). Außerdem lassen sich Aufnahmen bei höchster Bildqualitätseinstellung in Serie machen, bis der Speicher voll ist. Die Fotos können dabei sogar auf dem LCD-Monitor angezeigt werden. Die R5 ist mit einem 2,5“-LCD-Monitor (6,3 cm Diagonale) ausgestattet, dessen Auflösung gegenüber der Caplio R4 von 150.000 Pixel auf 230.000 Pixel gesteigert wurde.

Die Kamera ist ab September in den Gehäusefarben Silber, Schwarz und Rot lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 399 Euro.

Ricoh GR Digital für Designpreis nominiert

Die Ricoh GR Digital ist für den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland 2007 nominiert worden. Die Auszeichnung, die der Bundesminister für Wirtschaft und Technologie auslobt, wird vom Rat für Formgebung, Frankfurt, im Rahmen der Konsumgütermesse Ambiente im Februar 2007 verliehen. Dabei geht es insgesamt um 25 Auszeichnungen in den Kategorien Gold und Silber. Bereits die Nominierung für den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland ist eine außergewöhnliche Auszeichnung für das entsprechende Produkt. Denn um diesen Designpreis kann man sich nicht bewerben, sondern wird von den Wirtschaftsministern und -senatoren der Länder oder vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie nominiert.

Die Ricoh GR Digital kam im November 2005 auf den Markt und soll besonders Freunde ausgefeilter Kamertechnik ansprechen. Sie ist mit einem hochwertigen Aluminium-Magnesium-Gehäuse und einem 2,4/28 mm-Objektiv ausgestattet, das speziell auf den 8,13-Millionen-Pixel-Chip abgestimmt wurde. Die Kamera bietet eine umfangreiche fotografische Ausstattung und kann mit interessantem Zubehör ergänzt werden. Dazu gehören ein aufsteckbarer, optischer Sucher, mit dem das edle Design der Caplio GR Digital noch unterstrichen wird.

7,1faches Zoomobjektiv und 7,24 Megapixel

Optio A20 und M20 lösen bei Pentax Optio A10 und M10 ab

Pentax hat Nachfolgemodelle für die Optio A10 und die Optio M10 vorgestellt: Die Optio A10 wird durch die Optio A20 abgelöst, der Nachfolger der Optio M10 ist die Optio M20.

Nobles Design, kompakte Abmessungen, fortschrittlichste Technologien und mit zehn Megapixeln eine Auflösung am oberen Limit, so beschreibt Pentax die neue Optio A20 – und kommt in einer Pressemitteilung zu dem Schluß: „Mehr geht kaum“. Die

Porträt, Lebensmittel, Tiere, Text, Sport, Strand & Schnee, Rahmen, Tonaufnahme) und Bildbearbeitungsmöglichkeiten sorgen dafür, daß auch Fotografie-Einsteiger von Anfang an zu vorzeigbaren Fotos kommen. Die manuelle Belichtungskorrektur ist im Bereich von ± 2 Blendenwerten möglich. Mit der Kamera können auch Videoaufnahmen produziert werden, deren Länge nur durch die Kapazität der Speicherkarte begrenzt wird. Die Optio A20 akzeptiert SD- und die neuen SDHC-Speicherkarten. Die Markteinführung ist für Oktober geplant. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 349 Euro.

Auch die neue Optio M20 zeichnet sich dank Pentax „Online“-Hilfe und 13 Motivprogrammen durch eine besonders einfache Bedienung aus. Für die gute Bildqualität sind bei



Nachfolgerin der Optio A10 bietet in ihrem kompakten Gehäuse (88 x 55 x 23 mm) ein Dreifach-Zoomobjektiv 2,8–5,4/38–114 mm (entsprechend Kleinbild) und einen 2,5-Zoll-Monitor mit 232.000 Pixeln Auflösung. Das Autofokussystem erlaubt Bilder ab einer Motiventfernung von 35 Zentimetern, im Makromodus beträgt der Schärfebereich zwölf bis 40 cm (bei voller Weitwinkelstellung), im Supermakromodus sechs bis 15 cm (ebenfalls bei voller Weitwinkleinstellung). Die Optio A20 ist außerdem mit einem optomechanischen Bildstabilisator und dem neuen Pentax Blur-Reduction-Modus ausgestattet. Dieser wählt automatisch eine Empfindlichkeit von ISO 800 bzw. ISO 1.600 und sorgt gleichzeitig in der Dämmerung für eine verzeichnungsfreie und scharfe Aufnahme. Außerdem stehen Zeit- und Blendenautomatik zur Verfügung, wahlweise kann die Belichtung auch manuell eingestellt werden. Das einfache Bedienkonzept, anwenderfreundliche Motivprogramme (Landschaft, Blumen, Kerzenlicht,



diesem Modell der Sieben-Megapixel-chip und das Dreifach-Zoomobjektiv 3,1–5,9/38–114 mm verantwortlich. Die vielfältigen Funktionen der Bedienelemente werden gleich auf dem 2,5 Zoll großen Monitor erklärt. Die Nachfolgerin der Optio M10 zeichnet sich durch neue Aufnahmehilfen speziell für schwierige Aufnahmesituationen aus, zum Beispiel die „Blur-Reduction“ und im Porträt-Modus die „Face Priority“, die automatisch für optimal ausgeleuchtete Gesichter sorgt. Markteinführung: September. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 229 Euro.



Herzlich willkommen bei walther ...

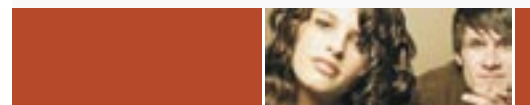
... wir zeigen Ihnen viele neue Ideen für Ihr Geschäft mit Alben und Rahmen und freuen uns auf Ihren Besuch.

Rolf Inderbiethen
Ihr Rolf Inderbiethen

walther auf der photokina

Halle 7, Stand B-010
vom 26. Sept.– 1. Okt. 2006, Köln

walther
Für Ihre Bilder das Beste.



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

Kompaktes und leichtes Minox Macroscope

Das mit seinen Abmessungen von 92 x 57 x 44 Millimetern einzigartig kompakte Minox MS 8x25 Macroscope bietet nach Herstellerangaben optische Spitzenleistung auf kleinstem Raum.



Durch seinen extrem kurzen Nah-Einstellbereich von 35 Zentimetern in Kombination mit einer achtfachen Vergrößerung erlaubt das Mini-Teleskop dem Anwender, bequem die Welt des Makro-Bereiches kennenzulernen. Das kurze, starke Fernrohr in seiner einzigartigen, von Volkswagen-Design gestalteten Form ist überdies für den

Einsatz in vielen weiteren Situationen prädestiniert. Mit einem Sehfeld von über 114 Metern eignet sich das Minox Macroscope auch zum Beobachten entfernter Objekte. Technisch möglich wird die äußerst kurze Bauform des MS 8x25 durch den Einsatz von Porro-Prismen, die zugleich eine hohe Lichttransmission begünstigen. Der Objektivdurchmesser von 25 Millimetern, das innovative Optik-System und eine hochwertige Mehrschichtenvergütung garantieren selbst bei schwierigen Lichtverhältnissen helle, kontraststarke und farbtreue Bilder.

Minox DC-8122 mit Sechsfach-Zoomobjektiv

Das Sechsfach-Minotar-Zoomobjektiv 37–222 mm (entsprechend Kleinbild) mit einer Naheinstellgrenze von 20 Zentimetern ist das herausragende Kennzeichen der neuen Minox Digitalkamera DC-8122. Damit bietet die Neuheit ein breites Einsatz-Spektrum in der Acht-Megapixel-Klasse. Einen neuen, serienmäßigen Schutz gegen verwackelte Aufnahmen vor allem bei

hohen Zoom-Faktoren bietet der integrierte elektronische Bild-Stabilisator. Blende und Verschlusszeit können individuell eingestellt werden. Darüber hinaus geben diverse Motivprogramme dem Anwender Sicherheit bei Aufnah-



men in besonderen Situationen. Die Kamera ist weiterhin mit einem 2,8 Zoll TFT Farbmonitor ausgestattet, der dank seiner Antireflex-Beschichtung selbst bei hellem Sonnenlicht blendfrei ablesbar ist. Ohne zeitliche Begrenzung ist die Aufnahme von Video-Sequenzen mit VGA-Auflösung möglich.



PHOTO+MEDIENFORUM KIEL

35. Hauptlehrgang 2007

Handelsfachwirt/-in (IHK) Fachrichtung "Foto- und Medientechnik"
3. Januar bis 15. Juni 2007

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

1. Kaufmännischer Teil: Abschluss "Handelsfachwirt (IHK)"
vom 03.01.-30.03.2007
2. Foto- und Medientechnik: Abschluss "IHK-Zertifikat Foto- und Medientechnik"
vom 04.04.-15.06.2007

Eine Förderung nach Meister-BaföG und BFD ist möglich.

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

Neue Samsonite Taschen im Hama Programm

Die Details dienen als Verkaufsargumente

Vor über zehn Jahren, genauer gesagt im Herbst 1994, hat der Monheimer Zubehörspezialist Hama erstmals Taschen des renommierten US-Herstellers Samsonite ins Programm aufgenommen. Seitdem ist aus dieser Zusammenarbeit ein für alle Beteiligten erfreuliches Geschäftsmodell geworden, von dem nicht zuletzt der Handel profitiert.

Denn das Sortiment, das einst mit Equipmenttaschen startete, ist inzwischen so umfangreich geworden, daß kaum ein Verbraucherwunsch unerfüllt bleiben muß. Weit über 120 Samsonite Produkte finden sich inzwischen bei Hama, darunter nicht nur Taschen für Foto- und Videofreunde, sondern auch für Handybesitzer und Schulkinder – für die eine komplette „Sammies“-Ranzenserie mit Zubehör bereitsteht.



Besonders robust zeigen sich die Taschen der Samoa Serie.

Ganz neu im Programm sind Modelle der Serien Samoa, Ravenna und der Top-Trekking-Serie.

Samoa zeigt starke Nehmerqualitäten

Samoa Taschen bewahren nicht nur das Kameragehäuse vor unschönen Kratzern, sondern vor allem Objektiv und Display vor bleibenden Schäden. Selbst wenn es einmal härter zur Sache geht, dämpft die Polsterung das



An den auffälligen Farbelementen sind die Taschen der Ravenna Serie zu erkennen.

Schlimmste ab und schützt die Technik der wertvollen Kamera. Je nach Modell finden sich Extras wie ein variabel einsetzbarer Innenteiler, Vordertasche für Zubehör, Netztaschen mit Reißverschluß oder eine andockbare Zubehörtasche. Zur Samoa Serie gehören derzeit acht unterschiedlich große Modelle.

Ravenna kommt klein und sportlich daher

Samsonite „Ravenna“ wurde speziell für kleine Digitalkameras entwickelt. Zwei verschiedene Konstruktionen – mit Deckelklappe oder doppeltem Reißverschlußfach – ermöglichen schnellen Zugriff auf die Kamera. Das extraweiche Fleecefutter und die elastischen Neopren-Seitenteile garantieren perfekten Schutz und optimale



Es sind viele Details, die Qualität und Praxisnutzen der Samsonite Trekking Taschen ausmachen. So verhindert beispielsweise der vom Körper weg zu öffnende Deckel, daß Geräte oder Accessoires allzu leicht herausfallen können.

Paßform. An der Rückseite kann ein Nackengurt mit Karabinerschnellverschluß befestigt werden.

Das Nonplusultra heißt Trekking Premium

Das Nonplusultra aller Samsonite Kamerataschen ist das Modell Trekking Premium in klassischem Schwarz. Von Kompakttaschen (für kleinste Kameras) über Equipmenttaschen bis zum Rucksack – unter den 28 Modellen ist für jede Ausrüstung die Richtige dabei. Details wie das flache Vorderfach, der flauschige Fleecestoff im Inneren, voll ausgearbeitete Reißverschluß-Seitentaschen und die im Rücken integrierte Regenschutzhaube sollten auch kritische Kunden überzeugen.



Die Modelle der Trekking Premium Serie stellen das Nonplusultra im Sortiment dar.

Silverlab Solutions wird „AgfaPhoto“ Minilabs vermarkten

Die Rückkehr der



Das „Microlab“ von Silverlab kombiniert einen Foto-Kiosk mit drei integrierten Thermosublimationsdruckern und ermöglicht die Ausgabe von Bildern in den Formaten 9 x 13 cm, 10 x 15 cm, 13 x 18 cm, 15 x 20 cm und 20 x 30 cm. Auch ein Großformat-Drucker kann angeschlossen werden.

Im Februar dieses Jahres hat die Minilab Factory GmbH, Dresden, das Minilab-Geschäft der zusammengebrochenen AgfaPhoto übernommen und damit die Fortsetzung von Produktion und Vertrieb der erfolgreichen d-lab Geräte gesichert. Jetzt will die Silverlab Solutions GmbH die in Peiting produzierten d-lab Minilabs weltweit vertreiben. Dabei soll auch die Kompetenz des Unternehmens genutzt werden, Minilabs mit Kiosks, Order-Terminals und Großformat-Druckern zu verbinden und in Internet-gestützte Systeme zu integrieren.

Die 1998 gegründete Silverlab Solutions GmbH aus Heppenheim war anfangs vorwiegend mit digitalen Paßbild-Systemen erfolgreich. Später wurde die Entwicklung von Internet-gestützten Printsyste-men und Foto-Kiosks immer wichtiger. So gelang Silverlab die Entwicklung von Sofort-druck-Kiosks, die auch als Annahme-Terminals für Großlabore dienen können. In jüngster Zeit war das Unternehmen besonders mit dem „Microlab“ erfolgreich: Es besteht aus einem Foto-Kiosk, der es dem Betreiber ermöglicht, mit drei eingebauten Thermosublimationsdruckern digitale



Ali Özer, Geschäftsführer der Silverlab Solutions GmbH

Fotos in den Formaten 9 x 13 cm, 10 x 15 cm, 13 x 18 cm, 15 x 20 cm und 20 x 30 cm anzubieten. Mit einem optionalen Inkjet-Drucker kann sogar ein Poster-Service integriert werden – und das mit einer vergleichsweise geringen Investition.

Von Anfang an hat Silverlab bei seinem Kiosk-Geschäft ein modulares Konzept mit offener Architektur verfolgt, das es möglich machte, Foto-Kiosks an Minilabs und andere Ausgabe-Geräte aller namhaften Hersteller anzuschließen. Mit der Integration der d-lab Minilab-Palette ist das Unternehmen nun in der Lage, seinen Kunden komplette Systemlösungen für digitale Print-Dienstleistungen – im Fotogeschäft und über das Internet – anzubieten.

Bewährte Qualität

Bereits zu „Lebzeiten“ von AgfaPhoto waren die d-lab Minilabs weltweit wegen ihrer hohen Bildqualität anerkannt. Kein Wunder, denn in ihnen steckte die ganze Kompetenz des früheren Weltmarktführers für Großlabor-Systeme mit den bewährten Technologien TFS bzw. Digital TFS und der automatischen Rote-Augen-Korrektur a-REDC. Diese Technik steckt selbstverständlich auch in den aktuellen d-lab Modellen. Für Einsteiger in die digitale Bildverarbeitung besonders interessant ist das d-lab.1, das mit seiner MDDM-Belichtungs-technologie ein besonders günstiges Preis-/Leistungsverhältnis bietet. Es steht in verschiedenen Versionen zur Verfügung. Eine Einstiegslösung für Internet-Spezialisten ist zum Beispiel das d-lab.1 „Netlab“, das aus digitalen Bilddateien hochwertige Fotos bis zum Format 20 x 30 cm erstellt. Die Modelle d-lab.1 „Starter“ und d-lab.1 „Basic2“ verfügen zusätzlich über einen

d-labs



Das d-lab.1 „Netlab“ ist besonders für Spezialisten im Bereich Internet-Fotofinishing geeignet. Das d-lab.1 „Allrounder“ ermöglicht dank seines integrierten Filmprozessors das Angebot digitaler und analoger Dienstleistungen auf kleiner Stellfläche.

Filmscanner und ermöglichen so ein komplettes Foto-Angebot für digitale und analoge Aufnahmen im Fachgeschäft.

Besonders kompakt ist das d-lab.1 „Allrounder“ mit integrierter Film-entwicklung. Es kommt mit einer Standfläche von nur 1,6 qm aus und ist besonders bedienungsfreundlich: Wenn der Film zur Entwicklung eingegeben wurde, wird er anschließend automatisch gescannt, so daß der Operator erst wieder eingreifen muß, wenn die Bilder fertig sind.

Für höhere Kapazitäten und größere Bildformate steht das d-lab.2 zur Verfügung, das bis heute in vielen Labors rund um die Welt im Einsatz ist: Es

bietet Solid State Laser (SSL) Belichtungstechnologie, Agfa Software-Lösungen und die Möglichkeit von Bildformaten bis zu 30 x 45 cm.

Weltweite Vermarktung

Die Verantwortlichen bei Silverlab Solutions sind sicher, potentiellen Kunden nicht nur eine interessante Palette von Geräten und Systemen anbieten zu können, sondern in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern auch die notwendigen Verbrauchsmaterialien, Ersatzteile, Software-Unterstützung usw. „Wir wissen, daß die Insolvenz der AgfaPhoto für viele Betreiber der d-lab Minilabs zu



ernsten Problemen geführt hat“, erklärte Silverlab Geschäftsführer Ali Özer im Gespräch mit *imaging+foto-contact*. „Andererseits ist unbestritten, daß diese Geräte auf höchstem technologischen Niveau arbeiten und mit ihrer Qualität „Made in Germany“ nicht ohne Grund weltweit anerkannt sind. Mit unserer erwiesenen Kompetenz können wir den reibungslosen Betrieb der Geräte mit Sicherheit gewährleisten – und das aufgrund unserer schlanken Struktur zu einem Preis-/Leistungsverhältnis, das auf dem Markt einmalig sein dürfte.“ Nach Ansicht von Özer wurde mit der Gründung der Minilab Factory und dem Neustart der Geräte-Produktion die notwendige Sicherheit geschaffen, die Minilab-Betreiber für ihre Investitionen brauchen: „Dabei sollen die d-lab Besitzer wieder auf die gesamte bewährte Agfa-Technologie zurückgreifen und sicher sein können, daß die vorhandenen und die zukünftigen Geräte unterstützt und den neuesten Entwicklungen angepaßt werden“, betonte der Silverlab Geschäftsführer. In Deutschland, Österreich und der Schweiz will Silverlab Solutions Vertrieb und Service direkt durchführen und dabei seine bestehenden guten Beziehungen zum Fachhandel und zu den Foto-Kooperationen nutzen – zum Beispiel auf der kommenden photokina in Köln. Dort stellt Silverlab Solutions in Halle 10.2 auf dem Stand B30/C35 seine gesamte Produktpalette aus.



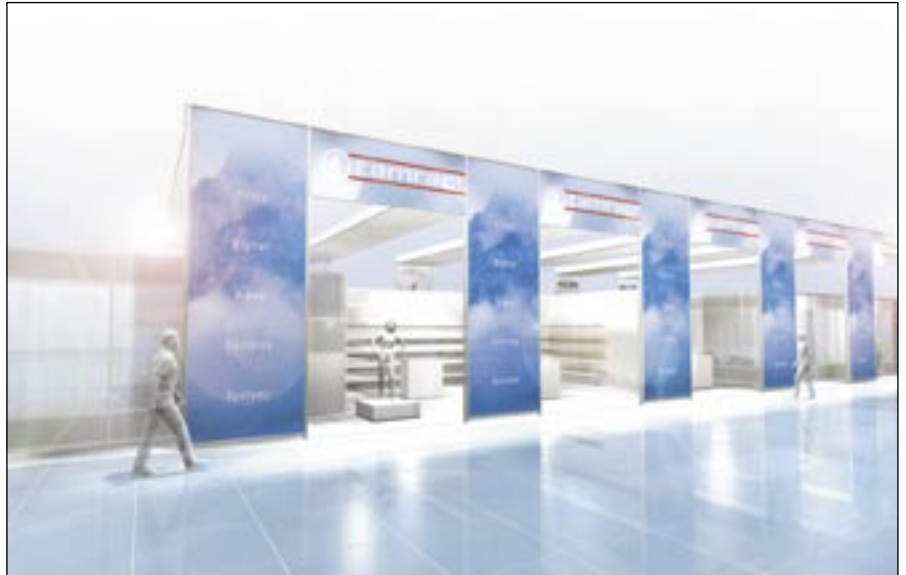
Das d-lab.2 ermöglicht die Herstellung von Prints bis zum Format 30 x 45 cm mit Laserbelichtungs-Technologie.

Auf der photokina sind alle Partner vertreten

Das Hapa-Team ist auf der photokina mit seinem bislang größten Messestand vertreten: Auf rund 500 Quadratmetern zeigt das Unternehmen in Halle 5.2, Stand D020/029, sein aktuelles Sortiment der Hersteller Tamrac, Tokina, Hoya, Kenko, Slik und Albinar – sowie Lensbabies und Joby (Gorillapod) in unmittelbarer Nachbarschaft.

Zu den Attraktionen auf deren Stand werden laut Hapa-Team-Geschäftsführer Micail Hadji die beiden Neuheiten Gorillapod (flexible Stative) und Lensbabies (Objektive für den kreativen Einsatz der Schärfenebene) gehören. Die weltweiten Verkaufserfolge dieser beiden Produkte, die erst vor wenigen Wochen in Deutschland eingeführt worden waren, lassen erwarten, daß es hier Neuheiten geben wird – vermisst wurde bislang insbesondere von Profifotografen und Benutzern von Spiegelreflexkameras mit schweren Optiken die Möglichkeit, das Lensbaby zu fixieren.

Um den Messebesuchern den Umgang mit den beiden innovativen Produktgruppen zu demonstrieren, plant Hapa-Team mit den Partnern auf deren Stand Aktionen auf einer Showbühne, bei denen ein renommierter Profifotograf den Einsatz bei verschiedenen Modell-Shootings vorführen wird. Außerdem werden am Stand 5.000 Gutscheine verteilt. Kunden, die mit einem dieser Gutscheine bis Ende Oktober in Deutschland in ein Fotogeschäft gehen und dort ein Lensbaby



Auf dem größten photokina-Stand seiner Geschichte wird das Hapa-Team sich und sein aktuelles Sortiment auf der diesjährigen Imaging-Leitmesse in Köln zeigen.

Hapa-Team stellt auf 500 m² aus

2.0 oder 3G kaufen, bekommen für den Gutschein ein passendes Makrokit im Wert von rund 30 Euro. Diese Aktion wird komplett vom Hapa-Team bezuschußt und soll vor allem dazu dienen, dem Handel Kunden zuzuführen.

Weiterer Schwerpunkt im Hapa-Team Sortiment wird eine komplett neue Serie von Tamrac Taschen sein. Diese kommt zusätzlich zum bestehenden Portfolio auf den Markt und soll sich mit frischeren Farben und modernem Design insbesondere an eine junge Kundschaft wenden. Auch bei Tokina

wird es Neuheiten zu sehen geben. Hier wurden im Vorfeld der Messe drei neue Zoomobjektive mit den Brennweiten 10–17 mm (Fisheye-Charakter), 16–50 mm und 50–135 mm angekündigt.

Für die Demonstration der Produkte und Gespräche in entspannter Atmosphäre stehen auf dem Stand eine Händlerlounge und ein Showroom zur Verfügung. Hapa-Team Geschäftsführer Micail Hadji und das gesamte Hapa-Team freuen sich darauf, dort viele Partner und Interessenten aus dem Handel begrüßen zu können. Ein Besuch des Standes lohne sich deshalb, weil das Hapa-Team Sortiment alle aktuellen Trendprodukte des boomenden SLR-Zubehörsegmentes umfasse, meinte Hadji. Gemeinsam mit dem Fotohandel könne hier ein Geschäftsfeld erobert werden, das immer noch große Zuwachsraten verspreche.

Ein Blick auf die aktuellen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen des Hapa-Teams unterstreicht den Optimismus. So wurde im ersten Halbjahr 2006 der höchste Umsatz aller Zeiten (verglichen mit den entsprechenden Monaten der Vorjahre) erzielt. Dabei stammt sämtliches Plus aus SLR-Zubehör.



Das neuartige Gorillapod wird zu einem der Highlights beim Hapa-Team werden.

Canon Neuheiten für das bewegte Bild

Mit dem neuen HV10 richtet sich Canon an HDV-Einsteiger. Nachdem das Unternehmen vor kurzem zwei HD-Modelle für Profis und ambitionierte Hobbyfilmer auf den Markt gebracht hatte, soll der vergleichsweise preiswerte (UVP: 1.399 Euro) HV10, der dem Handel ab September zur Verfügung stehen wird, eine Alternative für nicht so engagierte Videofreunde darstellen.

Der HV10 ist mit einem Zehnfach-Zoomobjektiv ausgestattet. Die HDV-Aufzeichnung erfolgt darüber hinaus durch den Canon CMOS-Sensor mit 1.920 x 1.080 Pixeln in einer viermal höheren Bildauflösung, als das derzeitige PAL Standard Fernsehformat. Daher ist die gestochen scharfe Bildwiedergabe auf TV-Geräten, die das HD ready-Logo tragen, besonders überzeugend. Zwei weitere Highlights sind der optische Bildstabilisator zum Unterdrücken von Verwacklungen und der Highspeed-Autofokus, der deutlich schnellere Scharfstellung und Belichtungsanpassung bei Szenenwechsel möglich macht. Erstmals bei Canons Camcordern kommt hier der aus der EOS-Kameratechnologie bekannte und für HD adaptierte CMOS-Sensor zum Einsatz.

Ein 2,7-Zoll-Breitbild-Monitor mit 210.000 Pixeln erlaubt eine hochwertige Schärfekontrolle schon beim Drehen im 16:9-Format.

Fast schon Standard bei Camcordern der neuen Generation ist die Fotofunktion. Mit dem HV10 können dank des 2,96-Megapixel CMOS-Sensors auch Fotos in hoher Bildqualität aufgenommen werden. Der Ausdruck dieser Fotos kann via PictBridge direkt erfolgen. Neben einer Videoleuchte ist für die Fotofunktion ein Blitz integriert.

Im HV10 kommt darüber hinaus ein innovativer 1/2,7-Zoll CMOS-Bildauf-



nahmechip zum Einsatz. Die Folge: Die CMOS-Technologie ermöglicht das schnelle Auslesen selbst größerer Datenmengen. Gleichzeitig sinken der Stromverbrauch und die Anfälligkeit für Bildrauschen durch interne Signalverarbeitung. Darüber hinaus unterliegt der CMOS-Sensor nicht dem Smear-Effekt, dem senkrechten Ausblühen an hellen Lichtpunkten. Für hohe und natürliche Farbwiedergabe sorgt ein RGB-Primärfarbenfilter, der dem Chip vorgestellt ist.

Digic DV II ist ein digitaler Signalprozessor, der eigens für Canon Camcorder entwickelt wurde. Erstmals im Herbst 2005 eingeführt, wurde er für die wachsende Datenrate und erweiterten Anforderungen von HD optimiert,

JOBO FOR YOUR BEST IMAGE

GIGAVu PRO

evolution

TIPA 2006

Professioneller Photospeicher 40-120GB
DVI | VGA Display | RAW Decoding
... um nur 3 Gründe zu nennen.

MORE THAN 80 YEARS OF PHOTO EXPERIENCE **WWW.JOBO.COM**

denn die Hochgeschwindigkeits-Verarbeitung von 1080i Daten erfordert die 4,5fache Kapazität von SD Video. Digic DV II arbeitet mit einem speziellen Rauschunterdrückungssystem, das rauscharme Bilder mit exzellenter Farbrepräsentation und großem Farbumfang liefert.

Der Canon HV10 gibt via DV- bzw. Komponenten-Schnittstelle HD- bzw. SD-Videosignale aus. Herkömmliche Fernsehgeräte erhalten das Videosignal über die AV-Schnittstelle. Bei dieser handelt es sich gleichzeitig um den AV-Eingang, der analoge Videosignale aufzeichnen kann. Dieser Eingang erlaubt das Überspielen alten Videomaterials ins verlustfreie, digitale Videoformat.

Neuzugang auch in der DVD-Camcorder-Familie

Kompakt gebaut und üppig ausgestattet, so präsentiert sich das neueste Mitglied der Canon DVD-Camcorder-Familie: Der DC21 speichert die Videoszenen direkt auf DVD. 16:9-Breitbildaufzeichnung, einen 2,7-Zoll-Breitbild-Monitor und ein Zehnfach-Zoom bietet der Neuzugang. Zudem schießt er 2,2-Megapixel-Fotos. Ein Blitz für Nachtaufnahmen ist ebenfalls eingebaut. Das schlanke Gerät ist darauf ausgelegt, mit einer Hand bedient zu werden. Die zweite Generation von Canons DVD-Camcorder bespielt einmal beschreibbare DVD-R sowie mehrmals beschreibbare DVD-RW Rohlinge. Zudem wurde die Aufnahmekapazität der 8 cm-DVD durch die Kompatibilität zu DVD-R Dual Layer annähernd verdoppelt. Bei diesem Aufnahme-standard beschreibt der Laser die Disc in zwei Schichten übereinander, wodurch 36 Minuten Video in bester Aufnahmequalität (54 Minuten in Standardmodus) ermöglicht werden. 2,2 Megapixel auf dem 1/3,9-Zoll-CCD-Chip mit Primärfarbenfilter sorgen für herausragende Videoqualität. Simultan zum Video können auch Fotos aufgenommen werden. Das Gerät kommt im September auf den Markt. UVP: 699 Euro.



OT-Mitgliedschaft

...heißt das Zauberwort für die Flucht aus der Tarifbindung. Sie erlaubt, die Vorteile einer Verbandsmitgliedschaft zu nutzen, ohne dabei gleichzeitig an die Tarifverträge gebunden zu sein. Bei den Arbeitsgerichten war lange Zeit streitig, ob so eine Mitgliedschaft mit Ausschluß der Tarifbindung überhaupt zulässig ist. Das BAG hat nun ein Machtwort gesprochen: Es ist Arbeitgeberverbänden nicht verwehrt, diese OT-Mitgliedschaft in ihren Satzungen vorzusehen (Urteil vom 18.7.2006 – 1 ABR 36/05).

Aufhebungsverträge

...sind für Arbeitgeber ein beliebtes Mittel, sich von Mitarbeitern zu trennen. Leider laufen Letztere dabei Gefahr, daß ihnen das Arbeitsamt eine Sperrfrist aufbrummt. Nicht in jedem Fall – meint das BSG. Wäre eine arbeitgeberseitige Kündigung wegen dringender betrieblicher Gründe gerechtfertigt und eine Kündigungsschutzklage erfolglos, darf ein Arbeitnehmer auch einen Aufhebungsvertrag schließen und sich für die angebotene Abfindung entscheiden (Urteil vom 12.7.2006 – B 11a AL 47/05 R).

Schönheitsreparaturen

...gehen auch im Gewerbemietrecht ganz schön ins Geld. Das BAG hält vertragliche Renovierungsklauseln mit starren Fristen im Wohnungsmietrecht schon lange für unwirksam. Das OLG Düsseldorf hat sich dieser Auffassung nun für gewerbliche Mietverträge angeschlossen. Starre Fristen benachteiligen den Mieter unangemessen und sind deswegen nach § 307 Abs. 2 Nr. 1 BGB unwirksam. Und damit kippte gleich die ganze Renovierungsklausel (Urteil vom 4.5.2006 – 10 U 174/05).

Betriebsübergang

...bedeutet für den alten Arbeitgeber nicht, daß er seine Sorgen mit dem Inhaberwechsel los ist. § 613a Abs. 5 BGB verpflichtet ihn (und den neuen Chef), die betroffenen Arbeitnehmer vor dem Übergang in Textform über den Wechsel zu unterrichten. Fehlinformationen setzen die einmonatige Widerspruchsfrist gegen den Übergang des Arbeitsverhältnisses nicht in Gang. Falsch informierte Mitarbeiter dürfen auch nach Fristablauf widersprechen (BAG – Urteil vom 13.7.2006 – 8 AZR 305/05).

Im Focus: Wenn's wieder mal zu schnell gegangen ist...

Der **Vermieter** von Gewerberaum hat es in vielen Fällen einfacher als der Vermieter von Wohnungen. Die Schutzbestimmungen des BGB greifen nicht. Das wirklich Wichtige muß ohnehin der Vertrag regeln: zum Beispiel Schönheitsreparaturen.

Die **Mieter** von Gewerberaum sind in punkto Renovierungen seit einiger Zeit besser gestellt. Das starre Renovierungsschema alter Art gilt für sie nicht mehr. Der BGH hat der Kombination von Endrenovierungsklausel und Fristenplan eine Abfuhr erteilt (Urteil vom 6.4.2005 – XII ZR 308/04). Es geht aber noch weiter.

Das **Gewerbemietrecht** läßt auch keine uferlosen Instandhaltungs- oder Instandsetzungspflichten mehr zu. Der formularmäßige Übertrag dieser Obliegenheit für gemeinschaftlich genutzte Flächen verstößt gegen das Gesetz, wenn die Höhe anfallender Kosten nicht begrenzt ist (BGH – Urteil vom 6.4.2005 – XII ZR 158/01). Die Regelung ist schlicht und ergreifend unangemessen.

Der **Mieter** sollte sich in jedem Fall vor übereilten Schritten schützen. Die Rechtslage kann sich für ihn aber auch ändern, wenn er ohne Überlegung Aufschub verlangt. Das Kammergericht Berlin hat am 1.12.2005 – 8 U 249/04 – über einen beachtenswerten Fall entschieden, der zur Vorsicht mahnt: Ein Mieter von Gewerberaum wurde von seinem Vermieter zur Durchführung von Schönheitsreparaturen aufgefordert und bat – um Luft zu bekommen – um Fristverlängerung.

Die **Vermieter** nehmen auf diese Bitte in der Regel Rücksicht. Das Ergebnis ihrer Besonnenheit fällt dann aber meist negativ aus: Der Bittsteller erfüllt seine Pflichten aus dem Mietvertrag auch bis zum Ende der verlängerten Renovierungsfrist nicht. Zum guten Schluß meint er noch, die Schönheitsreparaturen seien gar nicht nötig. Pech für den Vermieter oder Eigentümer? Nun, das Kammergericht vertritt die Auffassung, daß der Einwand des Mieters nach seinem Wunsch auf Fristverlängerung nicht mehr ziehe: Die Bitte sei ein deklaratorisches Schuldanerkenntnis.

Das **Vertrauen** des Vermieters auf die Aussage des Vertragspartners verdient Schutz. Der Mieter muß sich konsequent an seine Zusage, die Schönheitsreparaturen innerhalb der gewünschten Nachfrist zu machen, halten. Die Pflicht zur Renovierung hat aber noch eine Voraussetzung: Die Vertragsklausel muß wirksam sein. Das heißt unterm Strich: Die Bitte um Fristverlängerung wirkt nicht so, daß sie unzulässige Formulklauseln zulässig macht. Im Fall des KG Berlin bestand die Folge für den säumigen Mieter darin, daß der Vermieter für die unterbliebenen Reparaturen Schadensersatz forderte – und ihn am Ende auch bekam.

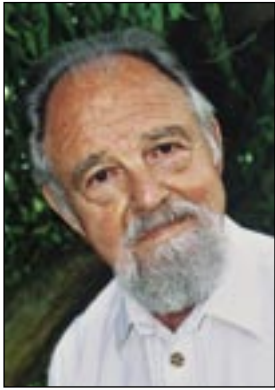
Betriebsräte

...bekommen nicht immer Recht. Ein Arbeitgeber wollte eine Mitarbeiterin mit einer 40-Stunden-Woche einstellen, obwohl der gekündigte Branchentarifvertrag die 38,5-Stunden-Woche vorschrieb. Der Betriebsrat sagte okay zur Einstellung, verweigerte aber seine Zustimmung für die Eingruppierung. Die – so das BAG – hat allerdings nichts mit der Frage zu tun, welche Wochenarbeitszeit gilt. Also ersetzte das Gericht die Zustimmung des Betriebsrats kurzerhand (Urteil vom 28.6.2006 – 10 ABR 42/05).

Verlängerungsvereinbarungen

...müssen bei befristeten Arbeitsverhältnissen genauso schriftlich geschlossen werden wie der befristete Arbeitsvertrag selbst. In der Regel benutzen Arbeitgeber Musterformulare mit vorgedruckten Klauseln. Bietet ein Arbeitgeber seinem Mitarbeiter die Verlängerung in einem von ihm unterzeichneten Brief an und fordert er ihn auf, ihm diesen Brief bei Interesse an dem Angebot unterschrieben zurückzugeben, reicht das zur Wahrung der Schriftform (BAG – Urteil vom 26.7.2006 – 7 AZR 514/05).

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

**Horst Dieter Lehmann**

Vom Handwerk zum Handy

Fotografieren und Telefonieren sind zwei ganz unterschiedliche Dinge, möchte man meinen. Spätestens nach der Erfindung des Fotohandys sieht (und hört) die Welt ganz anders aus!

Das begann schon mit dem Äußeren. Große Holzkisten mit Kurbeln dran, die auf drei ebenfalls hölzernen Beinen lang- leibige Bildnisse schufen. So

könnte man es heute mit Hochachtung für die alten Meister sagen.

Das Gegenstück, nicht für das Auge, sondern für das Ohr gedacht, stand auf einem Tischchen oder hing an der Wand. Die Anzahl dieser Geräte und ihrer Benutzer war gering, im Vergleich zu heute verschwindend gering. Die Kombination von Hören und Sehen, das Fernsehen, fand etwas später seinen Zugang in fast jede Hütte. Ja, es wurde neben dem Essen und Trinken beinahe überall zum wichtigsten Bestandteil des alltäglichen Lebens.

Beim Fernsehen gilt es heute: flach, groß, gut und immer preiswerter.

Fortschritte also überall. Die Nachteile vergessen wir einmal, denn es geht endlich bergauf mit der Wirtschaft, mit dem Ansehen von Fußball-Deutschland, mit den Arbeitsplätzen. Oder nicht? Aber bleiben wir bei den Handys, der Welt liebstes Spielzeug. Obwohl es schon weit mehr als dieses ist und für manche offensichtlich lebenswichtig. Zumal das Handy ja schon lange nicht mehr nur zum Telefonieren da ist, sondern ein Allroundtalent allererster Güte darstellt. Vor allem aber ist ein Ende seiner Leistungsfähigkeiten noch längst nicht abzusehen. Ich möchte nicht wissen, wie viele schlaue Köpfe dabei sind, dem kleinen Körper weitere Fähigkeiten einzupfropfen.

Für uns in erster Linie optisch interessierten Teilnehmer an all dem wäre es nun wichtig zu wissen, wie wir bei dem ganzen Rummel mithalten oder sogar mitverdienen können! Stimmen wurden laut, daß die Digitalkamera in Zukunft wohl vom Fotohandy verdrängt würde. Erste Anzeichen für diese Behauptung dürften schon zu bemerken sein.

„Nichts ist unmöglich, Geiz ist geil, und ich bin doch nicht doof!“

Man stelle sich einmal vor, daß man sich an einem belebten Punkt mit einer Uraltholzkamera aufbauen würde, mit Baskenmütze und Gehrock bekleidet, und so täte als ob... Die Passanten würden kopfschüttelnd nach der „versteckten Kamera“ suchen.

Noch nicht ganz so fassungslos wird man von „Digitalen“ angeschaut, wenn man als „Analoger“ seine Kamera zückt, eine kleine Leiter besteigt oder einen Stuhl als „Größermacher“ erklimmt, die Kamera vor das Auge klemmt und abdrückt. Und das nur viermal, während ich als Fortgeschrittener, lässig die Kamera über die Schulter gehalten, 40mal abgedrückt habe. Es kostet ja nichts!

Die Frage ergibt sich nun (oder auch nicht!), welches Bild, beispielsweise von einer Gruppe, besser ist oder länger hält! Die Frage nach der Haltbarkeit oder auch nach der momentan empfundenen Wichtigkeit der Aufnahme wird selten gestellt. Es ist anzunehmen, daß später, wenn es aber zu spät ist, die Erinnerung noch nicht ganz verblaßt, die gespeicherten Bilder im Nirwana sind. Oder ist man in jener Zeit schon so weit, daß man an dem, was einmal war, weniger oder nicht mehr interessiert ist?

Nicht jedes Bild ist Kunst. Soll es ja auch gar nicht sein. Aber jedes Bild ist einmalig, der Erinnerungswert für den Betrachter sicher höchst unterschiedlich.

Die meisten Besitzer von Digitalkameras sind zufrieden oder sogar hochzufrieden. Aber es gibt auch negative Einschätzungen verschiedenster Art. Meistens sind es, das muß gleich bemerkt werden, hausgemachte Fehler. Ein großer Vorteil bei der Digitalfotografie ist die nicht zu überbietende Schnelligkeit, vor allem auch die sofort abzulesende Kontrolle, ob die Aufnahmen etwas geworden sind. Das ist bei der analogen Fotografie weniger möglich. Und es sollen ja auch schon schmerzliche Filmverluste durch das Labor (Transport) vorgekommen sein.

quickpoint

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

47638 Strahlen • Tel. (0 28 34) 10 84

Als der Weg der Schwarzweiß-Fotos ziemlich schnell durch die Farbfotografie abgebrochen wurde, bedauerte ich das und erntete Kopfschütteln. Ich hatte dieses aber vom Standpunkt des Fotohändlers und Atelierhändlers aus betrachtet, und zwar von der finanziellen Seite her. Ich selbst fotografierte natürlich kräftig farbig, brauchte jedoch für das 7 x 10-Bildchen auch nicht 1,80 DM zu bezahlen.

Die Farbwelle rollte unaufhörlich und überrollte manchen, der nicht rechtzeitig mitzog. Ähnlich erging es uns dann bei der Digitalfotografie. Wieder vom Standpunkt des kleinen Fotohändlers aus betrachtet, meldete ich auch hier erste Bedenken an. Die Preise im tiefsten Keller, die kleinen Händler werden immer kleiner, die großen immer größer. Allerdings, wie man in jeder Runde von Handwerkern und Geschäftsleuten hören kann, trifft diese Entwicklung für jede Branche zu.

Da freut man sich doch, wenn nicht nur nach Regen die Sonne scheint, sondern wenn es auch nach zu viel Sonne einmal wieder regnet.

Hoch im Kurs steht, gerade beim Portrait, Schwarzweiß. Wer hätte das einmal gedacht?

Rückbesinnung auf alte Werte oder nur eine kurzlebige Masche? Was kann man da für Analog und Digital prognostizieren? Wie gesagt, nichts ist unmöglich, warten wir es einmal ab. Wir haben z. Zt. das „digitale Zeitalter“. Das allein zählt. Alles, was war, ist Vergangenheit, sollte aber nicht vergessen werden. Die Zukunft, so sagen die Schlawen, sieht rosig aus. Wehe, sie irren sich!

Sind die „Handelsmargen“ an der Börse besser?

Festverzinsliche Papiere zur Sicherung der Altersrente?

Zuallererst möchte ich mich doch einmal für die positive Resonanz unserer Leser auf meinen Kommentar in Ausgabe 8/2006 bedanken, wo ich das Thema Ladenschlußzeiten angesprochen habe. Wir werden über die Reaktionen aus dem Fotohandel in der Oktober-Ausgabe berichten. Wer noch seine Meinung äußern will, kann dies bis zum 11. September tun.

Diesmal empfehle ich unseren Lesern einen Blick auf die aktuellen Foto-Aktienkurse, die wir immer am Schluß dieses Heftes nach Kursangabe der Deutschen Bank veröffentlichen. Wer sich der Mühe unterzieht, die Kurse der letzten Spalte zu vergleichen, wo die Niedrigst-Kurse der letzten zwölf Monate gegenüber den höchsten Kursen aufgeführt werden, muß eigentlich schnell zu der Überzeugung kommen, daß die möglichen Gewinnmargen (z. B. 100 % bei CeWe Color) erheblich besser sind, als die, welche geplagte Fotohändler heute beim Verkauf von technischen Geräten oder im Bildergeschäft erzielen können.

Leider haben durch den rasanten Rücklauf der analogen Fotografie zugunsten der digitalen Bildaufzeichnung schon viele mittelständische Händler das Handtuch geworfen, weil es ihnen nicht schnell genug gelungen ist, ihre Kunden, die heute eigentlich so viel fotografieren wie noch nie, dazu zu bringen, ihre digitalen Fotos beim Fotohandel ausprinten zu lassen, obwohl digitale Farbfotos dort viel preiswerter und besser erstellt werden können, als mit dem eigenen Drucker. Inzwischen haben aber auch die meisten technischen Freaks gemerkt, daß es gar nicht so leicht ist, zu Hause ein passables Farbfoto zu drucken, das man dann in der Verwandtschaft oder an Freunde weiterverschenken kann. Es sei denn, man hat genug Zeit, sich mit dem

Thema der eigenen Fotoherstellung zu befassen und braucht nicht auf einen möglichst niedrigen Preis zu achten, wie es in den letzten Jahren bei der analogen Fotografie immer gewünscht wurde: „noch besser“ und „noch billiger“!

Ist man besser Börsenspekulant?

Grundsätzlich kann man feststellen, daß die Schwankungen der Börsenkurse nicht so anfällig sind wie die Margen bei der Auseinandersetzung im Kampf um den Kunden im Einzelhandel, wo vor allen Dingen Großunternehmen mit Billigpreisen immer wieder versucht haben und noch versuchen, das Bildergeschäft des Fotohandels zu torpedieren. Man kann sogar noch davon ausgehen, daß Gewinne bei Börsenpapieren, die nach einem Jahr nicht versteuert werden müssen (nachdem unsere lieben Politiker die frühere Halbjahresfrist auf zwölf Monate erhöht haben), eher leichter zu erzielen sind. Der erste positivere Punkt spricht also grundsätzlich für das Geschäft an der Börse. Als zweiter Punkt wären die festverzinslichen Wertpapiere zu nennen, mit denen man für die Zukunft, im Hinblick auf die eigene Rente und Alterssicherung, ansparen kann, weil man je nach den Laufzeiten bis zu zehn, zwölf Jahren sein eingesetztes Geld voll wiederbekommt, zuzüglich der vereinbarten Zinsen, die jährlich ausgeschüttet werden.

Nun haben wir bisher eine Phase der niedrigen Zinsen gehabt, was sich, wie wir alle wissen, vor allem bei denen, die bauen wollen, in besonders günstigen Hypothekenzinsen ausgedrückt hat. Wer gleichzeitig bei einer der Großbanken liquides Geld als Festgeld angelegt hatte, bekam noch vor einigen Wochen nur 1,5–1,8 Prozent Zinsen, was sogar deutlich unter der allgemeinen Inflationsrate lag.

Nun sind die Zinsen aber mit dem Aufschwung der Wirtschaft in Bewegung geraten, so daß man auch für kurz-

fristiges Geld relativ leicht 3–4 Prozent Zinsen bekommen kann, was leider heute schon oftmals der Rendite beim Verkauf von technischen Geräten im Fotohandel entspricht. Diese schöne Zinsentwicklung hat aber für all diejenigen nachteilige Folgen, die bei ihrer Banksogenannte Rentenpapiere gekauft haben, die zum Beispiel mit Laufzeiten bis 2011 bei der Deutschen Bank mit 2,625 Prozent verzinst wurden, bei einem Einstandskurs von 98,55, was bei 100 Prozent Auszahlung knapp 1,5 Prozent zusätzlichen Gewinn im Jahre 2011 gegenüber dem vormals eingezahlten Betrag einbringt. Wer aber heute bei steigenden Zinsen den neuen Devisenkurs seiner Rentenpapiere sieht, muß feststellen, daß der schon circa 4 Prozent unter dem Kurs liegt, zu dem das Rentenpapier gekauft wurde, was dann sehr schnell einen happigen Verlust bedeuten kann, besonders für den Fall, daß man sein Rentengeld früher als zum vereinbarten Zeitpunkt zurückhaben will.

Es empfiehlt sich also, gelegentlich einmal anzusehen, was man zu seiner Renten- und Alterssicherung mit seiner Bank vereinbart hat. So hat es vor circa 15 Jahren schon einmal Festgeldzinsen von 11 Prozent und mehr gegeben, was heute bedeuten würde, daß die eigenen festverzinslichen Rentenpapiere weiter an Wert verlieren, so daß die 100 Prozent Rückzahlung der Einlage, die man im Jahre 2011 bekommt, nicht mehr annähernd die Kaufkraft wie heute hat. Das ist im Fotohandel damit vergleichbar, daß man einen besonders günstigen Restposten gekauft hat, der dann 14 Tage später bei einem Wettbewerber um 30 Prozent billiger angeboten wird. Der frühere Rollei Geschäftsführer, Heinz Peperzak, sagte als Niederländer immer, „man solle die Eier immer in zwei Körben tragen!“ Das ist auch heute meine Erkenntnis, wenn es darum geht, zu Margen zu kommen, mit denen man leben kann. H. J. Blömer

Zwei neue Kameras und eine kompakte Druckerstation von Kodak

Kodak will auf dem großen Erfolg der Kodak EasyShare V570 und V610 aufbauen und bringt mit der Kodak EasyShare V705 ein neues Modell mit Kodak Retina Dual Lens Technologie auf den Markt. Die V705 ist wie schon die V570 mit einem extremen Weitwinkelobjektiv von 23 mm und

einem Dreifach-Zoomobjektiv von 39–117 mm ausgestattet. Sieben Megapixel und ein ausgefeiltes Innenleben runden das Gesamtbild der modern gestylten Kamera ab.



In der C-Serie, die insbesondere Einsteiger in die Digitalfotografie anspricht, gibt es mit der Kodak EasyShare C875, C733 und der C433 drei neue Modelle, die besonders durch ihr gutes Preis-/Leistungsverhältnis und ihre einfache Bedienung auffallen. Die Kodak EasyShare C875 Digitale Zoomkamera ist laut Kodak die optimale Kamera für Nutzer, die trotz einfacher Bedienung und Taschenformat nicht auf umfangreiche Technik und nützliche Features ver-



Neuheiten von Richter Studiotechnik

Die Richter Studiogeräte GmbH präsentiert auf der photokina 2006 gemeinsam mit ihrem Partner Genius TechnoConsult Innovationen für Amateur- und Profifotografen. Unter anderem werden die Partner dort die neue Fernbedienung Setcontrol vorstellen. Mit Setcontrol kann der Fotograf seine Blitzanlage nicht nur fernauslösen, sondern auch komfortabel von einem zentralen Standpunkt aus sämtliche Funktionen seiner Setlight-Kompaktblitzgeräte einfach und bequem einstellen. Zudem basiert die Lösung auf leistungsfähiger Funktechnologie, so daß selbst unzugängliche Blitze in Sekundenschnelle konfiguriert und perfekt ausgelöst werden können. Damit macht diese Innovation kostspielige und unhandliche Generatoren endlich überflüssig. Der Clou von Setcontrol liegt Herstellerangaben zufolge im durchdachten und konsequent umgesetzten Fernsteuerungs- und Bedienkonzept. Sowohl das Einstellen der Kompaktblitzgeräte als auch das Auslösen der Blitzanlage erfolgen kabellos. Mit Hilfe der intuitiven Fernbedienungseinheit kann der Fotograf jeden Blitzkopf seiner Setlight-Kompaktblitzanlage individuell ansteuern und nahezu alle Funktionen – selbst das Einstelllicht – in Sekundenschnelle per Funk einrichten. Das robuste und stabile Gerät verfügt wie die Setlight Blitzköpfe über große, hochwertige Taster und Drehregler sowie eine klare LCD-Anzeige. Die Ähnlichkeit mit Setlight-Geräten macht intuitive Bedienbarkeit möglich.

zichten wollen. Das neue Modell bietet acht Megapixel und ein Fünffach-Zoom von Schneider-Kreuznach. Das große Display mit einer Diagonale von 6,35 cm ist übersichtlich und bietet einen großen Anzeigewinkel von 170 Grad. Ausgestattet mit der Kodak Anti-Blur Technologie können bei bewegten Motiven Verwacklungen und digitales Rauschen vermindert werden. Die Kodak Perfect Touch Technologie ermöglicht die Verbesserung der Aufnahmen in den Schattenpartien. Für die beste Motiveinstellung verfügt die Easy-



Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!

CH-1610

Ultrakompaktes Reise-Ladegerät

- weltweite Nutzung
- inkl. 2x AA 2300mAh Akkus
- inkl. 2x AAA 900mAh Akkus

Sakar Germany GmbH

Frankfurter Straße 95 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany

Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 91 · E-Mail: info@sakar-germany.de · www.sakar-germany.de

Share C875 über den Smart Scene Mode, der sich individuell auf die gegebene Situation einstellt und die jeweils am besten geeignete Motiveinstellung automatisch wählt. Darüber hinaus können mit der C875 auch Videos mit aktivem Zoom aufgenommen werden, die sich als Standbilder drucken lassen. Die Kodak EasyShare C875 ist im September zum UVP von 349 Euro erhältlich.

Kodak hat außerdem die kompakte Druckerstation Kodak EasyShare G600 vorgestellt. Sie ist mit einem integrierten Tragegriff ausgestattet und kann auch mit einem optionalen Akku betrieben werden.

So kann der Anwender Fotos unabhängig vom Stromnetz drucken. Die randlosen Fotos im Format 10 x 15 cm sind in 60 Sekunden fertig. Sie überzeugen nach Aussagen des Herstellers durch brillante Farben, sind spritzwassergeschützt, wischfest und dank XtraLife Laminierung lange haltbar. Der G600 ermöglicht eine direkte

Bildverbesserung per Knopfdruck – auch ohne Computer: Die integrierte Kodak Perfect Touch Technologie sorgt für eine Aufhellung der Schattenpartien in den Bildern und gibt die Aufnahmen so in einem optimalen Gesamteindruck wieder. Darüber hinaus können Aufnahmefehler wie „Rote Augen“ noch vor dem Druck korrigiert werden. Für die Druckerstation G600 wurde zudem ein völlig neues Media Pack, bestehend aus Druckerpatrone und Papier, entwickelt. Der Verbraucher kann zwischen Einheiten mit 100 oder 200 Blatt Papier wählen. Beim 100 Blatt Media Pack liegen die Druckkosten bei unter 30 Cent pro Bild, beim 200er Pack (ab Oktober erhältlich) bei 25 Cent.





Ulrich Vielmuth

Ein weiteres Videoformat

Wer hätte das wirklich erwartet, daß Panasonic und Sony gemeinsam ein neues High Definition (HD) Digital-Camcorder-Format für Aufnahmen auf DVD entwickeln würden? Zumal sich Panasonic beim HDV-Format herausgehalten hat, weil man eben einen eigenen Weg, und zwar mit den Medien Speicherkarte und jetzt auch der Disc, bevorzugt.

Doch der Erfolg der kleinen 8-cm-Scheiben und das gleichzeitige Nachlassen bei bandgestützten Camcordern läßt ein wenig Verständnis aufkommen für diesen Deal. Denn das neue AVCHD-Format erlaubt die Aufnahme und Wiedergabe hochauflösender digitaler HD-Videos im 1080i- und 720p-Modus auf 8-cm-DVDs. Erreicht wird dieser Fortschritt durch das verwendete hocheffiziente Kompressionsformat AVC/H.264, ein MPEG-4-Abkömmling. Diese Kodierung ist eine zukunftsweisende Technologie, die im Vergleich zu den bekannten Kodierungsverfahren MPEG-2 oder MPEG-4 mehr als doppelt so effizient ist.

Das Format ist verhältnismäßig offen und sieht Aufnahmen vor von Standard-PAL mit 720 x 576 Pixeln im herkömmlichen 4:3-Bildformat bis hin zur vollen HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Pixeln im Breitformat 16:9. Auf diese Weise kann die kleine Scheibe für den Camcorder auch in Zukunft weiterbestehen. Panasonic und Sony haben unisono erklärt, daß sie AVCHD als das für das HD-Zeitalter maßgeschneiderte HD-Aufnahmeformat für Camcorder vorantreiben wollen.

AVCHD nutzt für die Tonaufnahme Dolby Digital (AC-3) oder PCM zur Audio-Kodierung. Für den Audio-Modus gibt es eine Erweiterung hin zu 7.1-Kanälen. Bislang sah der DVD-Standard lediglich 5.1-Mehrkanalaufnahmen im AC-3-Format vor. Zweikanal-Aufnahmen werden als unkomprimiertes PCM aufgezeichnet.

In Japan breiten sich sowohl das digitale Satelliten-Fernsehen in HD als auch das digitale terrestrische Fernsehen immer weiter aus. Entsprechend steigend ist der Verkauf von HD-fähigen Fernsehgeräten, so daß die Voraussetzung für den heimischen Genuß von HD-Inhalten geschaffen ist. Auch bei uns verdrängen die großen Flachbildschirme zunehmend die guten alten Röhrengeräte, die wertmäßig schon unter die magische 50%-Marke beim Gesamtumsatz mit Fernsehgeräten gefallen sind. Diese Tendenz wird sich verstärken. Obwohl die Fernseher mit Farbbildröhre im Preiskeller angekommen sind, werden ihnen – trotz der weitverbreiteten „Geiz ist Geil“-Mentalität – meist bei Ersatzanschaffungen die großformatigen LCD- und Plasma-Flachbildschirme vorgezogen, obwohl diese wesentlich teurer sind.

Ein gutes Argument dafür ist natürlich die Faszination des großen Bildschirms im kino-ähnlichen 16:9-Format zu Hause im Wohnzimmer, welches das Miterleben von attraktiven Sportereignissen, Reportagen oder Spielfilmen noch

attraktiver macht. Und wird das Bild darüber hinaus im hochauflösenden HDTV-Modus ausgestrahlt, ist die Wirkung fast perfekt.

Da ist es folgerichtig, wenn der Hobbyfilmer diese Qualität auch mit seinem Camcorder erreichen und sie auf dem heimischen Flachbildschirm darstellen will.

Dies ist zwar seit einiger Zeit mit dem HDV-System möglich, doch nicht mit der DVD-Scheibe. Und die hochauflösenden Nachfolgesysteme HD-DVD oder Blu-Ray lassen auf sich warten, wer weiß, wie lange noch?

Da kommt das zweite hochauflösende Videokameraformat AVCHD gerade recht, wie ich meine. Und den passenden HD-Camcorder gibt es obendrein schon in diesem Monat auf der photokina auf dem Sony-Stand in Halle 5.2 zu bewundern. Mit dem HDR-UX1 präsentiert man den weltweit ersten Camcorder für High-Definition-Aufnahmen auf DVD.

Dieser Camcorder zeichnet in HD sowie SD (Standard Definition = Standardauflösung) auf und bietet dem Hobbyfilmer die Möglichkeit, zwischen vier Bildqualitätsoptionen zu wählen. Sie reichen von einer recht niedrig auflösenden Long Play-Option (nur 5 Mbit/s) bis hin zur neuen, qualitativ hochwertigen AVCHD-Einstellung (12 Mbit/s) mit hoher Detailauflösung und Farbtrennung.

Da eine höhere Bildqualität eine größere Datenmenge voraussetzt, die gespeichert werden muß, unterstützt dieser Camcordertyp das DVD-Format DVD+R DL (Doppelschicht), mit dem Filmer HD-Videos von bis zu einer Stunde im 5 Mbit/s-Modus und 27 Minuten im hochqualitativen 12 Mbit/s-HQ+-Modus aufzeichnen können.

Die Wiedergabe ist bei diesem neuen Camcorder, wie bekannt bei DVD-Cams, die große Stärke: DVD aus dem Camcorder nehmen und sogleich im Wohnzimmer-Player abspielen. Sie können das Gerät direkt an ein HD-fähiges Fernsehgerät oder einen PC anschließen, um Ihre Aufzeichnungen anzusehen oder die DVD in einem PC-DV Laufwerk bzw. in jedem AVCHD-kompatiblen Blu-Ray-Laufwerk wiederzugeben, z. B. in den neuesten VAIO-Computern oder der PlayStation 3. Spätestens jetzt könnte der aufmerksame Leser ins Grübeln kommen, weil das besonders von Sony in den letzten Jahren forcierte bandgestützte HDV-Format anscheinend nicht alleine die hochauflösende Filmer-Zukunft beeinflussen kann.

Ebenso hat Panasonic angekündigt, daß AVCHD auch für Aufzeichnungen auf SD-Speicherkarte zum Einsatz kommen wird. Fast sieht es so aus, als wäre diese neue Kombination ein Derivat der bei den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten schon einige Zeit im Aufnahmebetrieb und in der erweiterten Testphase befindlichen P2-Speicherkarte. Ergänzend ist das neue Format unlängst noch um die Spezifikation „Festplatte“ erweitert worden. Außerdem kann jetzt schon vermeldet werden, daß sich auch Canon, Sharp, Samsung und Pioneer zu AVCHD bekannt haben.

Übrigens: Sony powert und hat mit dem neuen HDR-SR1 auch noch den ersten High-Definition-Festplatten-Camcorder im neuen AVCHD-Aufzeichnungsformat im Programm.

Rollei stellt die dt6 mit 6,36 Megapixeln und mattschwarzem Gehäuse vor

Rollei hat in der Tribute-Reihe die neue Digitalkamera dt6 vorgestellt, die sich vor allem durch ihren Aufnahmechip mit 6,36 Megapixeln, ihr besonders flaches Design und ein mattschwarzes, edles Metallgehäuse auszeichnet. Mit ihrem 3,3–4,9/4,6–22,2 mm 4,8fach-Zoomobjektiv (28–135 mm



entsprechend Kleinbild) deckt die Kamera den am häufigsten benutzten Brennweitenbereich ab, und zwar mit einer „richtigen“ Weitwinkelbrennweite als Einstieg.

Neben dem optischen Zoom steht eine achtfache Digitalzoomfunktion zur Verfügung. Die Rollei dt6 Tribute ist seit Ende August für 279 Euro (unverbindliche Preisempfehlung inklusive MwSt.) verfügbar.

Die Rollei dt6 Tribute ist nach Ansicht des Herstellers ein idealer Reisebegleiter. Das beweise allein schon das Erscheinungsbild der Kamera. So heißt es in einer Pressemitteilung:

„Das schlanke, robuste Metallgehäuse in Mattschwarz, mit den Maßen 97 x 55 x 24,8 mm, macht mit 140 g Gewicht stets eine gute Figur. Auch der große LTPS TFT-Farbmonitor mit einer Diagonalen von 6,35 cm ist sehr benutzerfreundlich.“ Der Autofokus stellt ab einer Motiventfernung von 30 Zentimetern scharf. Makroaufnahmen gelingen im Bereich zwischen einem Zentimeter und 30 Zentimetern. Die Schärfeneinstellung erfolgt im TTL-Verfahren. Zur Ver-



Schlüssel für Produkt-Code

Material	Produktgruppe	Serie	Material	Segment	Funktion	Ausführung / Note (Bsp.)
0 = Glas, matt	0 = Travel (Zoo)	1 = Serie 01	1 = Aluminium	0 = 0,5x	0 = Kamera-Modul	01 = Super
1 = Metall, matt	1 = Personal (Zoo)	2 = Serie 02	2 = Silber (Zoo)	1 = 1x	1 = Mega (Zoo)	1 = Long
2 = Metall, glänzend	2 = Sport (Zoo)	3 = Serie 03	3 = Nickel (Zoo)	2 = 2x	2 = Ultra (Zoo)	2 = Zoom
3 = Metall, glänzend	3 = Sport (Zoo)	4 = Serie 04	4 = Nickel (Zoo)	3 = 3x	3 = Ultra (Zoo)	3 = Zoom
4 = Metall, glänzend	4 = Sport (Zoo)	5 = Serie 05	5 = Nickel (Zoo)	4 = 4x	4 = Ultra (Zoo)	4 = Zoom
5 = Metall, glänzend	5 = Sport (Zoo)	6 = Serie 06	6 = Nickel (Zoo)	5 = 5x	5 = Ultra (Zoo)	5 = Zoom
6 = Metall, glänzend	6 = Sport (Zoo)	7 = Serie 07	7 = Nickel (Zoo)	6 = 6x	6 = Ultra (Zoo)	6 = Zoom
7 = Metall, glänzend	7 = Sport (Zoo)	8 = Serie 08	8 = Nickel (Zoo)	7 = 7x	7 = Ultra (Zoo)	7 = Zoom
8 = Metall, glänzend	8 = Sport (Zoo)	9 = Serie 09	9 = Nickel (Zoo)	8 = 8x	8 = Ultra (Zoo)	8 = Zoom
9 = Metall, glänzend	9 = Sport (Zoo)	10 = Serie 10	10 = Nickel (Zoo)	9 = 9x	9 = Ultra (Zoo)	9 = Zoom

Gitzo führt neue Produkt-Codes ein

Neue Materialien, Größen und Ausführungen bei Gitzo Produkten haben die Überarbeitung des Gitzo Produkt-Codes notwendig gemacht. Der neue Produkt-Code soll jedem Händler die Identifikation des jeweiligen Gitzo Produktes und die sofortige Ermittlung von alternativen Modell-Kombinationen erleichtern – noch während des Kundengesprächs. Auch die umgekehrte Nutzung des Schlüssels durch den Endverbraucher ist möglich: Er wählt aus den Code-Kriterien Serie, Material, Anzahl der Auszüge und Modellversion je eine Angabe und ermittelt somit den Produkt-Code für das von ihm gewünschte Produkt. Der Schlüssel zu diesem Produktcode steht als Download zur Verfügung: www.bogenimaging.de/literature/download.php?pdf_file=file0011316.pdf.



Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!



**SP-200
Hartschalen-Tasche
für alle kompakten Camcorder
erhältlich in Blau und Schwarz**

Sakar Germany GmbH

Frankfurter Straße 95 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany
Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 91 · E-Mail: info@sakar-germany.de · www.sakar-germany.de

Gitzo führt neues Material ein

Ein neues Material hat Einzug in die Produkte aus dem Hause Gitzo gehalten. Sein Name: Soulid 238. Soulid 238 ist den Angaben zufolge ein technisches Polymer, in der Härte vergleichbar mit Magnesium, aber um fast ein Drittel leichter. Soulid 238 ist korrosionsfrei und verfügt über die Eigenschaft



einer hohen Vibrationsabsorption und extremer Temperaturbeständigkeit. Erstmals setzt Gitzo das neue Material beim neuen Fluid-Kopf G2180 ein. Benutzer, die den Handgriff verwenden, können den Fluid-Kopf als Video-Neiger nutzen. Dieser eignet sich laut Hersteller

vor allem zur Vogelbeobachtung mit Spektiven sowie mit langbrennweitigen Objektiven. Neben seinem attraktiven Design verleiht Soulid 238 dem Fluid Kopf einen ausgesprochen edlen Charakter.

änderung von Belichtung und Helligkeit der Fotos stehen dem Anwender ebenfalls diverse Möglichkeiten zur Verfügung. Der eingebaute Blitz funktioniert im Automatikbetrieb, er lässt sich aber auch manuell ein- und ausstellen und in Red-eye-Reduction- und Aufhellblitzfunktion nutzen. Zur Farbkorrektur bei schwierigen Lichtverhältnissen steht der Weißabgleich zur Verfügung, der entweder auch automatisch funktioniert oder in den Modi Sonne, Wolken, Kunst- und Leuchtstoffröhrenlicht manuell der vorherrschenden Farbtemperatur angepasst werden kann. Fotografie-Einsteiger erzielen mit der automatischen Belichtungsfunktion hervorragende Ergebnisse, fortgeschrittene Fotografen haben darüber hinaus die Möglichkeit, die Belichtung manuell in 1/3-Schritten zwischen –2,0 und +2,0 EV an ihre Vorstellungen anzupassen. Für die Belichtungsmessung stehen mehrere Varianten bereit: Mehrfeld-, mittenbetonte Integral- und Spotmessung). Je nach späterer Verwendung und Speicherplatz können die Bilder in verschiedenen Qualitäten gespeichert werden (fein, normal und basic). Auch ein Selbstauslöser mit einer Vorlaufzeit von drei bzw. zehn Sekunden steht zur Verfügung.

Herwig Diessner:**Farbtreue Fotos –
Geräte kalibrieren,
Bilder justieren**

Wer wissen will, wie man zu farbtreuen Bildern kommt, für den ist dieses Buch genau richtig. Es zeigt anhand aktueller und erschwinglicher Soft- und Hardware, daß Farbmanagement heutzutage nicht mehr nur den Druck-



profis vorbehalten ist, denn mittlerweile gibt es auch preisgünstige Produkte für den Heim-PC. Wie Farben in den verschiedenen Geräten verwaltet und aufeinander abgestimmt werden, so daß sie in allen Phasen des Bildbearbeitungsprozesses identisch aussehen, wird ausführlich erklärt.

Den Anfang macht der Monitor als Dreh- und Angelpunkt der Arbeiten, für den anhand moderner Soft- und Hardware Farbprofile erstellt werden, so daß eine gleichbleibende Farbdarstellung sichergestellt ist. Es folgt die Justierung der Eingabegeräte, sprich der Digitalkamera und der Scanner. Bei den Ausgabegeräten werden verschiedene Druckertypen kalibriert, auch die Themen Fernsehen und Beamer werden kurz thematisiert. Abschließend wird die Gestaltung des Arbeitsablaufes bei der Nachbearbeitung von Fotos erläutert.

Als praktisches Hilfsmittel für den Weißabgleich der Kamera beim Fotografieren und anschließend zur schnellen Farbkorrektur der Bilder ist dem Buch eine Schwarz-Weiß-Grau-Karte beigelegt.

Herwig Diessner: Farbtreue Fotos. Geräte kalibrieren, Bilder justieren. 241 Seiten mit beigelegter Schwarz-Weiß-Grau-Karte. Computer & Literatur Verlag GmbH, Böblingen 2006, ISBN 10: 3-936546-39-8, ISBN 13: 978-3-936546-39-2, 24,90 Euro.

Knut Kühn-Leitz (Hg.):**Ernst Leitz –
Wegbereiter der Leica**

Der Mythos Leica ist untrennbar mit dem Herstellernamen verbunden, der sich auch in ihrer Bezeichnung wiederfindet: Leitz Camera. Bereits Ende des 19. Jahrhunderts gelang es Ernst Leitz I, einem Unternehmen, das als Produzent optisch-feinmechanischer Präzisionsinstrumente einen exzellenten Ruf hatte, den Weltruf „made in Germany“ zu verleihen. Sein Sohn, Ernst Leitz II, der 1920 nach dem Tod des Vaters die alleinige Firmenleitung übernommen hatte, machte aus der Wetzlarer Ideenschmiede einen „global player“. 1925 wurde die Ur-Leica dem interessierten Publikum vorgestellt – mit bahnbrechendem Erfolg.

Zum 50. Todestag von Ernst Leitz II am 15. Juni 2006 hat der Heel-Verlag in Zusammenarbeit mit dem Herausgeber und Enkel des Verstorbenen, Dr. Knut Kühn-Leitz, diesen prächtigen Sammelband veröffentlicht, in dem das Lebenswerk des erfolgreichen Industriellen aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet wird. Modern, erfolgreich und in vielerlei Hinsicht politisch denkend und handelnd machte Ernst Leitz II die Leica zum Markenprodukt. Durch zahlreiche bebilderte Beiträge, Briefe, Ansprachen und Anekdoten wird dieses Buch zu einem Dokument historischer und



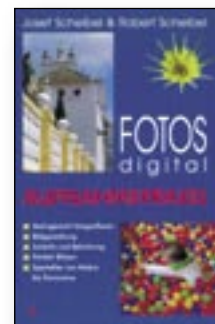
aktueller Zeitgeschichte, das für Fotografie- und Geschichtsinteressierte von großem Interesse sein dürfte.

Knut Kühn-Leitz: Ernst Leitz – Wegbereiter der Leica. Ein vorbildlicher Unternehmer und mutiger Demokrat. 208 Seiten, ca. 150 Schwarzweiß-Abbildungen, Format 210 x 297 mm, geb. mit Schutzumschlag, Heel Verlag, Königswinter 2006, ISBN 3-89880-551-4, 35,- Euro.

Josef Scheibel & Robert Scheibel:**Fotos digital – Aufnahmepraxis**

Digital Fotografieren ist in, und es macht Spaß, seine fotografischen Ambitionen mit dieser Form der Bildaufnahme auszuleben. Um deren Möglichkeiten optimal nutzen zu können, bedarf es einiger Erfahrung – oder zuverlässiger Anleitungen mit vielen Tips, wie sie die renommierten Autoren Josef Scheibel und Robert Scheibel zusammengetragen haben.

Das Ergebnis ist eine Vielzahl von Motivbereichen, für die das Buch kompetente, leicht verständliche Infos und Anregungen bietet; beispielsweise, wie man Urlaubsbilder, Porträts, Makrofotos und spielende Kinder wirkungsvoll mit der Digitalkamera aufnimmt oder



perfekte Bilder für berufliche Zwecke zustande bringt.

So lautet die Überschrift des ersten Kapitels: Von der Kamera bis zur Bilddatei. Es folgen die Themengebiete Bildkontrolle und Bildgestaltung und Bildhelligkeit nach Wunsch. Mit der Farbe im Bild, der richtigen Beleuchtung und dem richtigen Blitzen befassen sich die nächsten Abschnitte. Tips und Anregungen für Motive, spezielle Aufnahme-Methoden und das Herrichten und Optimieren der Bilder sind weitere Inhalte des Buches. Es schließt mit einem Kapitel über die Präsentation, das Drucken und Archivieren von Digitalfotos.

Das Buch wurde aus dem bewährten Ratgeber „Fotos digital – Aufnahmepraxis ganz einfach“ weiterentwickelt, durchgehend intensiv bearbeitet und aktualisiert sowie um 32 Seiten erweitert.

Josef Scheibel & Robert Scheibel: Fotos digital – Aufnahmepraxis. 176 Seiten, zahlr. Farbfotos, vfv Verlag, Gilching 2006, ISBN 3-88955-171-8, 15,95 Euro.

Tenba stellt neue Taschenkollektion für anspruchsvolle Fotografen vor

Tenba hat eine neue Taschenkollektion auf den Markt gebracht: Shootout. Die Kollektion wartet nach Angaben des Herstellers mit innovativen und außergewöhnlichen Details auf und richtet sich vorwiegend an engagierte, aktive Fotografen, die es mit ihrer Ausrüstung nicht nur ins Freie, sondern vor allem auch in entlegene Winkel zieht. Zur Kollektion gehören fünf extrem widerstandsfähige Foto-Notebook-Rucksäcke, eine variable Foto-Gürteltasche, je ein Speicherkarten- und Handy-/MP3-Player-Etui sowie eine vorteilhafte Objektiv- bzw. Flaschentasche. Outdoor-spezifische Schultertaschen, Foto- und Laptop-Taschen sowie weitere attraktive Zubehöre sollen folgen.

Alle Shootout-Produkte sind laut Hersteller nicht nur sehr leicht und komfortabel, flexibel und einfach zu tragen, sie



Aufnahmetisch für Auf- und Durchlicht mit Lichttunnel von CF

Für komplexere Sachaufnahmen bietet die CF Photo + Video Technik einen Tisch für Auf- und Durchlicht an, der bei Nichtgebrauch wenig Stauraum benötigt. Der Aufnahmetisch mit der Bezeichnung 70-613L hat ein aus 20 mm starken Aluminiumrohren verschraubtes Gestell und ist mit wenigen Handgriffen zusammenlegbar. Die im Lieferumfang enthaltene zwei Millimeter dünne, biegsame Aufnahmeplatte und der Lichttunnel bestehen aus diffusem Polyston und sind nach einem Spezialverfahren mattiert (gesandet). Mit Hilfe von acht Klammern werden beide Teile problemlos am Tischgestell befestigt. Für die Durchleuchtung der transparenten Auflage bietet der Tisch genügend Bodenfreiheit, um Lichtquellen darunter zu positionieren. Dafür werden zwei klemmbare Leuchtenhalter mit 16 mm Spigots mitgeliefert. Die Platte ist nach vorne weit genug heruntergezogen, um Aufnahmen aus der Froschperspektive auszuführen. Hilfreich ist der im Preis von 120 Euro bereits enthaltene transparente Lichttunnel. Er verhindert, von außen beleuchtet, Spiegelungen auf glänzenden Objekten.




Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!

CH-3972

Universal-Ladegerät mit KFZ-Adapter

Ladestatus für 2 bzw. 4 Akkus AA und AAA

inkl. 4 Mignon Akkus 2300mAh

Sakar Germany GmbH
Frankfurter Straße 95 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany
 Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 91 · E-Mail: info@sakar-germany.de · www.sakar-germany.de

zeichnen sich besonders auch durch ein Höchstmaß an Schutz und Funktionalität aus. Ausstattungsdetails sind zum Beispiel wetterfeste Reißverschlüsse, variable Fächer für den schnellen Zugriff, auch von außen, innovative Stativtransport-Lösungen oder der exklusive Tenba-Wetterschutzumhang. Hervorzuheben sind darüber hinaus das innovative Design und die hochwertige Verarbeitung.

Herzstück der neuen Tenba-Kollektion sind die in fünf verschiedenen Größen erhältlichen Rucksäcke. Bis auf den Mini warten alle Modelle mit gepolsterten und verstärkten Notebook-Fächern für Computer bis zu 17" (modellabhängig) auf. Die Modelle Large und Large Rolling schaffen Platz für Objektive von 400 bis 500 mm.

Alle Rucksäcke bieten außerdem individuell anpaßbare, gepolsterte Innenräume, einstellbare Gurtsysteme und ein schnell zu entfaltendes Wetterschutzcape. Die gepolsterten Seitentaschen haben herausnehmbare Innenplatten. Weiteres Detail ist die innovative Stativhalterung, mit der auch die Dreibeine sicher transportiert werden können. Ebenfalls neu ist die robuste, vielseitige und leichtgewichtige Kamera-Gürteltasche für mittelgroße SLR-Ausrüstungen, die sich bei Bedarf in eine Umhängetasche umwandeln läßt.



CF-Karte mit 133facher Geschwindigkeit

Lexar Media hat die Schreibleistung seiner Professional 8 GB CompactFlash-Speicherkarte auf 133fach erhöht. Die neue Speicherkarte von Lexar ist in der Lage, eine konstante Mindestschreibgeschwindigkeit von 20 MB pro Sekunde zu erreichen und ist zur Zeit im CompactFlash-Speicherkartenformat Typ I verfügbar, dem beliebtesten Format für moderne digitale SLR-Kameras. Die neue 133X 8 GB CompactFlash Speicherkarte soll ab sofort erhältlich sein. Auf der photokina präsentiert Lexar seine Produkte in Halle 6, Stand C66/D69.



Mitsubishi Electric startet Flexilab

Mitsubishi Electric hat das neue Fotokonzept Flexilab gestartet. Mit ihm können Fotohändler ihren Kunden ab sofort die Bilderkapazität eines Minilabs bieten, ohne die hohen Investitionskosten tragen zu müssen.

Flexilab bietet laut Mitsubishi alle Vorteile eines Minilabs und soll sich ab dem ersten Tag rentieren. Es handelt sich um ein modulares High Production-System, bestehend aus Eingabeterminals PT7000, einem Click 5000 als zentralem Management Server und Thermo-Sublimationsdruckern von Mitsubishi (Fotosystemdrucker). Das System ist je nach Bedarf und Anforderungen des Fotogeschäftes erweiterbar und liefert bis zu 1.440 Prints in der Stunde (bei sechs Druckern).

An den Eingabeterminals PT7000 kann der Endkunde den gewünschten Auftrag selbständig durchführen und alle Services wie gewohnt nutzen: Einlesen der Bilddaten von allen gängigen Speichermedien, Bildbearbeitung wie automatische Farb- und Helligkeitskorrektur, rote Augen-Korrektur,

Fotorahmen und -kalender hinzufügen etc.

Auch die Bezahlung kann der Kunde, wie von den Kiosk-Systemen gewohnt, selber abwickeln. So werden lange Wartezeiten im Geschäft vermieden, und es können bis zu drei Personen gleichzeitig ihre Aufträge abwickeln. Auch beim Click 5000 stehen alle Fotoservices weiterhin zur Verfügung. So kann das Fotogeschäft mit einem ins Flexilab eingebundenen Click 5000 ebenfalls seinen Kunden den Paßfoto-Service für biometrische Paßbilder anbieten.

Nachdem der Kunde seinen Auftrag am Eingabeterminal abgeschickt hat, verteilt der Operator am Click 5000 diesen auf die verfügbaren Drucker (je nach Kapazität und Druckformat). Auch bei den Formaten kann dem Kunden die gewohnte Auswahl angeboten werden: 10 x 15 cm, 11,5 x 15 cm, 13 x 18 cm, 15 x 20 cm, 15 x 21 cm und 15 x 23 cm mit den Druckern CP9550DW-S/CP9500DW-S und CP9600DW-S oder großformatige Fotos von 20 x 25 cm oder 20 x 30 cm auf dem CP3020DE. Der neue Thermosublimationsdrucker CP9600DW-S druckt nach Hersteller-

angaben in einer nie dagewesenen Qualität von 600 dpi und stellt damit eine Neuheit für den Markt der Thermosublimationsdrucker dar. Im Vergleich entspricht die Auflösung des CP9600DW-S der einer professionellen High Class-Digitalkamera mit 20 Megapixeln. Alle Fotos werden auf qualitativ hochwertigem Mitsubishi-Fotopapier gedruckt. Flexilab ist in drei Basis-konfigurationen aufstellbar:

- 2-1-2: zwei Eingabeterminals PT7000, ein zentraler Managementserver Click 5000 und zwei Thermo-Sublimationsdrucker; bei 50.000 Prints pro Jahr deutlich höhere Rentabilität als bei Minilabs; bis zu 480 Prints/Stunde möglich.
- 3-1-4: drei Eingabeterminals PT7000, ein zentraler Managementserver Click 5000 und vier Thermo-Sublimationsdrucker; bei 100.000 Prints/Jahr deutlich höhere Rentabilität als bei Minilabs; bis zu 960 Prints/Stunde möglich.
- 3-1-6: drei Eingabeterminals PT7000, ein zentraler Managementserver Click 5000 und sechs Thermo-Sublimationsdrucker; bei 150.000 Prints/Jahr deutlich höhere Rentabilität als bei Minilabs; bis zu 1.440 Prints/Stunde möglich.

Interessierte Fotohändler können Flexilab auf der photokina auf dem Stand von Mitsubishi Electric in Halle 10.2, Stand B010, begutachten.

High-Performance Fotosystem als Alternative zum Minilab

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, Video, Labor- und Studiotchnik

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. 33 v. 1. Januar 2006

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Dettief Gruss,
Dieter Heilenbach, Albert Willmann

Vertrieb:

Silke Gräfel

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:

Printpartner Digitaldruck GmbH, Bocholt

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

imaging+foto-contact erscheint zum 1. des Monats, außer am 1. Januar.
Der Abonnementspreis beträgt:
Inland: 39,90 € jährlich
Ausland: 60,00 € jährlich
Die Zustellung ist im Preis enthalten.



ISSN: 1430-1121

Ausgebildete/r

Verkäufer/in

oder

Fotokaufmann/frau

mit Organisationstalent zur Unterstützung der Geschäftsführung in Husum/Nordfriesland gesucht.

Bewerbungen bitte unter
Chiffre 1264419

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Postfach 1229, 40832 Ratingen

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

DAYLIGHT POWER
DIE ERLEUCHTUNG

7.000 Std.
Brenndauer
bei 5.200 K
(Daylight)

Tageslicht Profi-Leuchten.
Große Leistung – kleiner Preis.
800 Watt helles, weißes Licht
durch Metall-Halogenbrenner.
Auch im Profi-Set erhältlich.

Unterlagen und Händlernachweis:
Tel. 022 03/162 62, Fax 135 67
e-mail: info@cf-photo-video.de
www.fotolicht.de

Photo-Video
Technik

Paepke – Fototechnik

GmbH & Co. KG

Seit mehr als 50 Jahren
autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica

Alpa

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

40227 Düsseldorf - Siemensstr. 43
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

Horst von Bröckel Studio- Blitzlicht
Beam-CCS-Solaflash-Halogenlampen
Fon: 04265/8772 Fax: 8792 www.ccs-licht.de

Gute und preiswerte Color-Chrom-
Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK

Einbildkarte nach Dia € 110,-

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

Auflagedruck

1500er Aufl. € 60,- p.1000 St.

3000er Aufl. € 45,- p.1000 St.

5000er Aufl. € 40,- p.1000 St.

10000er Aufl. € 35,- p.1000 St.

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

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



Zentraler Reparatur - Service

GEDDERT

**Edixa – Voigtländer – Porst –
Samsung – 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

FILM- u. VIDEOSERVICE

Filmkopien – Tonspuren

Filmabtauschung

8 mm Filme auf DVD

Kopien auf Video - CD - DVD

CD / DVD Einzel- u. Serienkopien

alle Formate

8, 9,5, 16 mm Filme

attraktive Festpreise

alle Systeme

schnell und preiswert

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

Kaufe Leica, Alpa, Nikon, Canon,
Hasselblad u. Contax (neu und
gebraucht). Insolvenzen, ganze
Geschäfte, Liquidationen, Über-
produktionen, Restposten und
Sammlungen. Simon Zimmer,
Tel. 0041 61 9013100
Fax 0041 61 9013105
e-mail: simon@zimmer.ch
**sofortige Abholung und
Barzahlung!**

GAF Vertragswerkstatt

W W
ürz

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

...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

Kleinanzeigen • Angebote

Anzeigenschluß für Kleinanzeigen
in der Ausgabe 10/2006 ist der **14. September 2006**.
Senden Sie uns einfach ein Fax an: **0 21 02 / 20 27 90**

Foto-Aktienkurse

		14.8.2006	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa-Gevaert	EUR	17,72	18,72	13,80	23,06
Bayer	EUR	39,40	36,45	27,86	39,10
Canon	YEN	5.482	5.639	3.600	5.953
Casio	YEN	2.192	2.195	1.499	2.300
CeWe Color	EUR	30,19	30,79	26,35	52,20
Dow Chemical	USD	36,02	37,63	33,54	48,41
Du Pont	USD	39,07	40,28	37,83	45,71
Eastman Kodak	USD	19,38	23	19,09	29,73
Fujifilm	YEN	3.949	3.849	3.522	4.090
Hewlett-Packard	USD	33,05	31,67	23,70	34,36
Hitachi	YEN	708	721	673	886
ICI	GBP	361,75	363	277,50	402,25
Imation	USD	38,37	41,30	37,50	48,81
Jenoptik	EUR	6,74	6,80	6,30	8,35
Konica/Minolta	YEN	1.379	1.400	951	1.553
Kyocera	YEN	9.734	8.611	7.220	11.500
Leica	EUR	7,05	6,51	3,96	11,02
Lintec Computer	YEN	2.806	2.795	1.642	3.390
Olympus	YEN	3.226	2.931	2.175	3.550
Samsung	KRW	605.000	600.000	540.000	740.000
Sharp	YEN	1.984	1.750	1.564	2.175
Sony	YEN	5.193	4.936	3.670	6.150
Spector	EUR	1,16	1,19	1,11	6,26
Toshiba	YEN	747	707	428	800
Varta	EUR	8,95	9,44	4,69	10,71

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Kostenlos an Selbstabholer abzugeben

Großformat-Kamera GR 918 videoproc (Fa. Geisler, Bj. ca. 1992),
2 vollautom. Durchlaufentwicklungsmaschinen (1 x Cibacrome Prozess,
1 x R3 oder Compatibl. Prozesse, Colenta, Bj. ca. 1992). Alle Geräte sind
im guten Zustand. **Telefon: 05 51/39-24 31**

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	4. U.	Mitsubishi	7
Casio	29	Nokia	2. U.
CeWe Color	17	Photo + Medienforum Kiel	50
Fotostudiodesign.....	47	Sakar	23, 59, 61, 63
Fujicolor.....	3. U.	Sony	11
Jobo	39, 55	Walther	49
Loersch.....	57	Kleinanzeigen	65-66



Auftrag

☐ 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

Klein- und Personalanzeigen

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

i-fc 9/2006

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

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

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift

Wir zeigen Ihnen, was Sie alles können.



Fujicolor zeigt Ihnen bewährte und neue Services für Ihre Kunden.

Auf der photokina in Köln vom 26.09. bis 01.10.06, Halle 4.2, Stand A009.

Stündlich gibt es aufregende Momente und attraktive Gewinne

Momente erleben – Erinnerungen festhalten



Fotos/Poster



Foto-Buch



pocket-photo



Foto-Kalender



Foto-Karten



Foto-Geschenke



Foto-Sticker

you can
Canon



**DIGITAL
IXUS 800 IS**

6,0 Megapixel
Optischer 4fach-Zoom
Optischer Bildstabilisator (IS)
DIGIC-II-Prozessor
www.canon.de

