

imaging + foto 10 2011

contact

Fachzeitschrift für die Fotobranche • www.worldofphoto.de

Neue Ära bei Nikon

Nikon 1

Schneller, kleiner,
leichter.



Ricoh — GR Digital IV Für Kenner und Köenner

Schnappschussfotografie in SLR-Qualität. Gegenüber der GR III ist die Neue wesentlich schneller geworden; ein neuer Bildprozessor sorgt zudem für einen größeren Kontrastumfang und eine feiner balancierte Farbwiedergabe.

S. 14

Sony — vier Imaging Kampagnen zum Weihnachtsgeschäft

Sony wird den Fotohandel im Weihnachtsgeschäft mit einer massiven Werbekampagne für Imaging-Produkte unterstützen. Die Topmodelle des Foto- und Video-Sortiments werden in vier Wellen beworben.

S. 18

JVC — superschneller Alleskönner Innovative HD High-Speed Kamera

Die auf der IFA vorgestellte JVC GC-PX10 liefert nicht nur hochauflösende Full-HD-Videoaufnahmen, sondern auch Hochgeschwindigkeits-Fotoserien mit bis zu 50 Bildern pro Sekunde bei einer Auflösung von 8,3 Megapixeln.

S. 22

29. Februar – 1. März 2012, Congress-Centrum Nord, Koelnmesse

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
world of imaging

„Memories are more . . . INTERACTIVE“

Auch Nikon bringt kompakte Systemkameras Sind die Spiegel los?

Wenn es stimmt, dass Konkurrenz das Geschäft belebt, dann kann sich der Fotohandel auf ein lebhaftes Weihnachtsgeschäft mit Kameras freuen. Denn jetzt ist auch Nikon in das wachsende Segment der kompakten Systemkameras eingestiegen. Und der legendäre Spiegelreflex-Hersteller meint es ernst: Das Nikon 1 System ist kein Feigenblatt, um in dem neuen Segment irgendwie auch dabei zu sein.



Thomas Blömer, Verleger

Schon in der Pressemitteilung geizte das Unternehmen nicht mit Superlativen: „Vom Beginn einer neuen Ära“ war da die Rede und von den „schnellsten, kleinsten und leichtesten Systemkameras mit Wechselobjektiven der Welt“ (die fünfzeilige Fußnote, unter welchen Bedingungen diese Aussage zutrifft, können wir hier ignorieren). Die Markteinführung wurde generalstabsmäßig vorbereitet: Bereits seit Monaten schwirrten die Gerüchte durch das Internet, und man geht nicht fehl in der Annahme, dass sie von Nikon gezielt gefüttert wurden. Dadurch entstand in den digitalen Netzwerken ein beachtlicher Spannungsbogen, dessen Krönung 24 Stunden vor dem entscheidenden Termin eine Internetseite im Nikon Markenoutfit war, auf der eine Uhr

bis zum Ankündigungstermin rückwärts lief. Natürlich war der Betreiber dieser Seite nicht das Unternehmen selbst, sondern eine Agentur – ein Schelm, wer Böses dabei denkt.

Was das Nikon 1 System so wichtig macht, ist nicht nur das fotografische Leistungsprofil. Denn dass ein Hersteller dieses Kalibers es fertigbringt, besonders schnelle Kameras in kompaktem Gehäuse zu fabrizieren, ist – das darf man, ohne die Leistung der Ingenieure zu schmälern, feststellen – sein tägliches Brot. Bewusst hat man sich für einen vergleichsweise kleinen Bildsensor entschieden, denn der ermöglicht den Bau kleiner Systemkameras mit großer Leistung, die sich trotzdem von klassischen Spiegelreflexmodellen deutlich unterscheiden. So wollen die Nikon Verantwortlichen eine Kannibalisierung der beiden wichtigen Marktsegmente beschränken, wenn nicht verhindern. Das ist legitim, auch wenn es nicht verwundert, dass Unternehmen, bei denen das SLR-Geschäft weniger oder gar nicht wichtig ist, ganz andere Strategien verfolgen.

Das Nikon 1 System entwickelt die Digitalfotografie mit neuen Features weiter: Dazu gehören die Aufnahme von Multimedia-Clips, die Fotos und bewegte Bilder kombinieren, und

auch die rasend schnellen Bildserien, mit denen die Kamera nicht nur den richtigen Moment erwischt, sondern auch gleich das beste Foto aussucht. Das minimalistische Design, besonders der Nikon 1 J1, und die in dieser Klasse einmalige Palette unterschiedlicher (zum Teil für konservative Augen gewöhnungsbedürftiger) Gehäusefarben sind geeignet, neue Zielgruppen für Systemkameras zu erschließen. Was für die Generation Facebook noch fehlt, ist die Netzwerkfähigkeit, um die Aufnahmen jederzeit von jedem Ort auf die einschlägigen Plattformen hochladen zu können. Aber es wird ja noch weitere Modelle geben, und es wäre erstaunlich, wenn die Nikon Ingenieure das Thema „Connectivity“ nicht auf der Liste hätten.

Bleibt die Frage: Was ist mit Canon? Beim langjährigen Marktführer ist es in jüngster Zeit verdächtig still. Daraus zu schließen, Canon verschleife einen wichtigen Trend, ist allerdings zu früh. Ein Blick in die Vergangenheit zeigt: Mehr als einmal hat dieses Unternehmen bei neuen Entwicklungen erst einmal den Markt beobachtet, um dann, wenn man schon dachte, es käme nichts mehr, den Markt mit Knaller-Produkten und einem großen Marketing-Bulldozer aufzurollen. Für den Fotohandel wäre es bestimmt kein Fehler, wenn sich das wiederholt. Schließlich belebt Konkurrenz das Geschäft.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Das kompakte Nikon Kamerasystem ist da: Nummer eins. 10

Editorial

Auch Nikon bringt kompakte Systemkameras – Sind die Spiegel los? 3

Wichtiges aus worldofphoto.de 6

Neuheiten 13, 21, 34, 35

Ricoh bringt die GR Digital IV: Für Kenner und Könnner 14

Innovative HD High-Speed Kamera von JVC – Superschneller Alleskönner 22

Neue Kodak Inkjet-Drucker mit Google Cloud Print: Drucken von überall. 26

Tetenal erweitert Inkjet-Angebote – Jetzt neu im Sortiment: Ilford Galerie 30

Unique Home Living Linie jetzt bei Walther: Neue Foto-Accessoires. 36

Handel

europa-foto-Einkaufsmesse in Wiesbaden – Attraktive Angebote. 8

Sagemcom vertreibt AgfaPhoto Digital-kameras: „Fachhandel statt Internet“ 16

europa-foto-Einkaufsmesse in Wiesbaden – Attraktive Angebote



Neue Kameras, Neues für Bilddienstleistungen, die neue Version der Software für die sPrint-Fotokiosks und jede Menge Werbeaktivitäten standen im Mittelpunkt der europa-foto-Einkaufsmesse, die vor wenigen Tagen an gewohnter Stelle, der Rhein-Main-Halle in Wiesbaden, stattfand. Zu den Highlights bei den Geräteneuheiten gehörten dabei die beiden Nikon 1 Modelle, frisch von der Pressekonferenz am Tag zuvor eingetroffen, und die GC-PX10, mit der JVC endgültig im Fotohandel Fuß fassen will. Seite 8

HANDEL

Das kompakte Nikon Kamerasystem ist da: Nummer eins

Am 21. September machte Nikon den monatelang schwelenden Gerüchten ein Ende: Mit der Ankündigung des neuen Systems Nikon 1 stieg der Hersteller in das Segment der „Spiegellosen“ ein. Zum Start gibt es vier Objektive und zwei von Grund auf neu entwickelte Kameras: mit neuem Sensor-Format, neuem Bajonett und neuen Funktionen. „Das Nikon 1 System ist das Resultat unserer gesamten Ingenieur- und Designkompetenz“, so Tadashi Nakayama, Geschäftsführer der Nikon GmbH. Seite 10



ZUM TITELBILD

Ricoh bringt die GR Digital IV: Für Kenner und Könnner

Schnappschussfotografie in SLR-Qualität soll die neue Ricoh GR Digital IV ermöglichen. Gegenüber dem Vorgängermodell GR III ist die Neue wesentlich schneller geworden; ein neuer Bildprozessor sorgt zudem für verbessertes Rauschverhalten, größeren Kontrastumfang und feiner balancierte Farbwiedergabe. Seite 14



Innovative HD High-Speed Kamera von JVC – Superschneller Alleskönner

JVC hat auf der IFA eine Foto-/Videokamera mit einzigartigem Leistungsprofil vorgestellt. Sie liefert nicht nur hochauflösende Full-HD-Videoaufnahmen, sondern auch Hochgeschwindigkeits-Fotoserien mit bis zu 50 Bildern pro Sekunde bei einer Auflösung von 8,3 Megapixeln. Seite 22



NEUHEITEN

Neue Kodak Inkjet-Drucker mit Google Cloud Print: Drucken von überall

Kodak führt vier neue Multifunktionsdrucker für Heim und Büro ein, die von ihren Anwendern von überall auf der Welt erreicht werden können, um Fotos und Dokumente auszudrucken. Möglich wird das wahlweise durch Google Cloud Print oder den Kodak E-Mail Print Service. Seite 26



Interview mit Michael Willenborg, Product Group Manager Digital Imaging bei Sony Deutschland

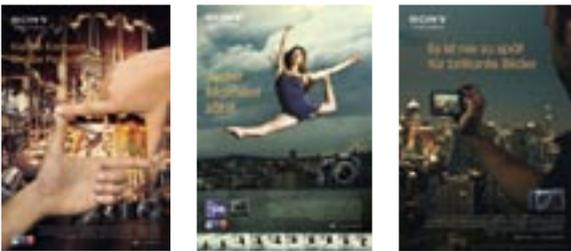


Seit dem 1. April 2011 trägt Michael Willenborg als Product Group Manager die Verantwortung für das Produktmarketing Digital Imaging bei Sony Deutschland.

Der 35-jährige war zuvor bei Kodak als Senior Product Manager Digital Devices EAMER tätig und hat bereits Erfahrungen im Produktmarketing und Vertrieb bei Samsung Electronics und Philips

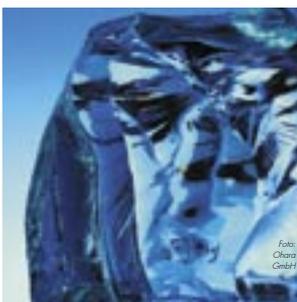
Consumer Electronics gesammelt. imaging+foto-contact hat mit Michael Willenborg über seine Strategien für die Zusammenarbeit mit dem Fotohandel und das kürzlich vorgestellte Imaging Portfolio gesprochen. **Seite 18**

Vier Imaging Kampagnen zum Weihnachtsgeschäft: Sony auf allen Kanälen



Sony Deutschland will den Fotohandel im Weihnachtsgeschäft mit einer massiven Werbekampagne für Imaging-Produkte unterstützen. In vier Wellen werden die Topmodelle des aktuellen Foto- und Video-Sortiments in reichweitenstarken Medien beworben. Der Fotohandel kann dabei mit massiver PoS-Unterstützung rechnen. **Seite 18**

High-Tech-Industrie braucht den Stoff Galliumarsenid: Brief nach Brüssel



Stellen Sie sich vor, liebe Leser, einer Ihrer Freunde würde Ihnen mitteilen, er habe gehört, dass Siliciumdioxid (auch als Quarz bekannt), aus dem seit mindestens 3.500 Jahren Glas hergestellt wird, unter Umständen gesundheitsschädlich sein könne.

Würde Sie das davon abhalten, einen Schluck Mineralwasser aus der Flasche zu nehmen, Ihren abendlichen Schoppen zu trinken oder den Glasklumpen, der auf dem Bild oben zu sehen ist, in die Hand zu nehmen? **Seite 24**

INTERVIEW

- Vier Imaging Kampagnen zum Weihnachtsgeschäft: Sony auf allen Kanälen. 18
- Ringfoto Wilmink setzt Flaggschiff-Konzept um – Mit ganzem Herzen 28
- Optimal Foto spürt deutlichen Aufwind: Auf Erfolgskurs 32
- Wertgarantie kooperiert jetzt auch mit PluralMedia 37

Interview

- Michael Willenborg: „Den positiven Trend verstärken“ 18

Bildergeschäft

- Fujifilm mit Fotobuch und 3D-Innovationen 23

Verband

- High-Tech-Industrie braucht den Stoff Galliumarsenid: Brief nach Brüssel 24

Internationale Messen

- Gute Umsätze, gute Stimmung, gute Organisation: Smart IFA 38

- Literatur 41

- Klein- und Personalanzeigen 42

- Impressum 43

HANDEL

VERBAND



Immer aktuell:
www.worldofphoto.de

CeBIT 2012 unter dem Leitthema „Managing Trust“

Mit dem Schwerpunkt „Managing Trust“ will die CeBIT 2012 vom 6. bis 10. März in Hannover das Thema Vertrauen und Sicherheit in der digitalen Welt in den Mittelpunkt stellen. Das Thema ist das Ergebnis eines umfangreichen Findungsprozesses, in den die Deutsche Messe AG neben Experten aus aller Welt, Top-Managern der internationalen ITK-Branche sowie der verschiedenen Anwenderindustrien erstmals auch die Consumer-Gemeinde einbezogen hat. „Managing Trust“ sei zudem eine logische Fortentwicklung des CeBIT-Leitthemas 2011 „Work & Life with the Cloud“. Der Einsatz Cloud-basierter Lösungen schreitet stetig voran. Größte Wachstumsbremse sei jedoch das mangelnde Vertrauen in diese Angebote, so Ernst Raue, CeBIT-Vorstand bei der Deutschen Messe AG. „Die CeBIT hat sich zum Ziel gesetzt, die Kluft zwischen dem Vertrauen in moderne Technologien und der eigentlichen Vertrauenswürdigkeit digitaler Lösungen zu verringern. Nur so können Innovationen ihre volle Kraft entfalten.“ Notwendig dafür sei ein ganzheitliches Sicherheitskonzept sowie ein nachhaltiges Trust-Management. Das Spektrum der diskutierten Fragen soll von der technischen Sicherheit über das Vertrauen der Anwender in die Verlässlichkeit der Systeme und Prozesse bis hin zu gesellschaftlichen und weltpolitischen Fragestellungen rund um Datenschutz und Persönlichkeitsrechte reichen. Lösungen und Konzepte zur Bekämpfung der Internetkriminalität sollen hierbei besonders im Fokus stehen. Konkrete Anwendungs- und Lösungsszenarien zur digitalen und auch physischen Sicherheit werden auf der Themenplattform CeBIT Security World in Halle 12 gezeigt.“

Foto Business Messe feiert Premiere in Düsseldorf

Die NRW-Landeshauptstadt Düsseldorf erlebt die Premiere einer neuen

Die Mehrheit macht über 1.000 Fotos im Jahr

Die digitale Fotografie beflügelt Verbraucher, immer mehr zu fotografieren. Das meldet der Photoindustrie-Verband in Frankfurt am Main. Wie eine Konsumentenstudie seiner Tochtergesellschaft Prophoto GmbH ergab, machen 55 Prozent der über 2.000 Befragten mehr als 1.000 Aufnahmen in einem Jahr. Eine gigantische Zahl an Aufnahmen zeige, dass Kameras nicht nur im starken Maße gefragt sind, sondern intensiv genutzt werden, so Christoph Thomas, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes. Dies werde besonders im Vergleich mit analogen Zeiten deutlich, als rund 120 Bilder pro Kopf in einem Jahr aufgenommen wurden. Von den über 2.000 Befragten gaben 24 Prozent an, dass sie zwischen 500- bis 1.000mal, zwölf Prozent, dass sie 250- bis 500mal und sieben Prozent, dass sie 100- bis 250mal im Jahr den Auslöser betätigen. Nur drei Prozent der Befragten gaben an, innerhalb eines Jahres weniger als 100 Bilder zu machen.

Mit der Zahl der Klicks sei auch die Innovationskraft der Fotobranche gestiegen, betonte Thomas, und zwar auch bei den Möglichkeiten der Bildpräsentation. Das klassische Papierbild ist ebenso gefragt wie das individuell gestaltete Fotobuch. Digitale Projektoren, auch Beamer genannt, dienen ebenso der Bildpräsentation wie digitale Bilderrahmen, bildfähige MP3-Player, Tablets oder Chromebooks. Fotofun-Produkte, Fotogeschenke und personalisierte Bildprodukte – von der Fotofliese bis zum Duschvorhang, der Fototapete oder der Handy- beziehungsweise Notebook-Bildfolie – sind weitere Beispiele für die vielen Möglichkeiten der Bildausgabe, zu denen auch immer häufiger FineArt-Prints oder repräsentative Vergrößerungen gehören.

Fotomesse: Am 23. Oktober findet dort erstmalig die neue Foto Business Messe – Fachmesse für den Fotofachhandel statt. Die regionale Veranstaltung informiert aktuell über die neuesten Entwicklungen bei Fotosystemen, -produkten und -services. Sie soll professionelle Beratung bieten und dem Fachpublikum Gelegenheit geben, ein vielseitiges Sortiment live zu erleben und zu testen.

Die Foto Business Messe ist eine gemeinsame Initiative der Firmen Mitsubishi Electric (Foto-Kiosk, Digitaldrucksysteme), Maximum Foto Service GmbH (Alles rund ums Bild), der Limitech GmbH (Vertrieb von Fotosystemen), Henzo (Bilderrahmen, Fotoalben) und Digfa (Digitalisierung analoger Materials). Termin und Standort der Düsseldorfer Veranstaltung wurden nach Angaben der Veranstalter so gewählt, dass die Informationslücke zwischen der im zweijährigen Turnus stattfindenden Kölner photokina geschlossen wird. Fotohändlern aus dem

Großraum NRW soll damit die ortsnahe Gelegenheit gegeben werden, sich ein Bild über neue Trends, Produkte und Marktchancen zu machen.

Veranstaltungsort ist das verkehrsgünstig gelegene Van der Valk Airport Hotel Düsseldorf, Am Hülserhof 57, 40472 Düsseldorf.

Die Messe ist am Sonntag, 23. Oktober, von 10 bis 17 Uhr für das Fachpublikum geöffnet. Der Eintritt ist kostenlos. Für Messebesucher fallen keine Parkgebühren an.

Bitkom Umfrage sieht ITK-Branche im Aufwind

Das Geschäftsklima in der High-Tech-Wirtschaft hat sich im dritten Quartal verbessert. Das geht aus der aktuellen Konjunkturumfrage des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom) in der ITK-Branche hervor. Danach erwarten Dreiviertel der Anbieter von Informationstechnik, Telekommunikation und Unterhaltungselektronik steigende Umsätze im Vergleich zum Vorjahresquartal.

Ihre Aufnahmen sind es wert!

NEU



Professionelle Software zum farbverbindlichen Bestellen von Fotoprodukten

Mit Hilfe der Bestellssoftware FUJIFILM Fotoservice pro erhalten Sie – nicht zuletzt wegen der automatischen Softproof-Funktion – Fotoprodukte, wie z.B. Fotos, Fotobücher und Leinwände von unserem Labor genauso, wie Sie die Aufnahmen am Bildschirm gesehen bzw. bearbeitet haben.



RCP Fototechnik/Rollei war ebenso zum ersten Mal auf einer europa-foto-Hausmesse vertreten wie die Limitec Vertriebs UG. Während RCP Fototechnik Mitarbeiter Olaf Kriegel vor allem mit der Helm-/Actionkamera Rollei Bullet auf großes Interesse stieß, zeigte das Limitec Team um Geschäftsführer Jörg Linke (Bild rechts, r.) Geräte für die Herstellung von Fotoprodukten am PoS. Zu sehen gab es hier beispielsweise den pocketbook express Fotokiosk von Mitsubishi Electric ebenso wie Fotobuch- und Album-Bindegeräte (bis 46 cm Breite und 50 mm Dicke) sowie professionelle Laminiermaschinen.

europa-foto-Einkaufsmesse in Wiesbaden

Attraktive Angebote

Neue Kameras, Neues für Bilddienstleistungen, die neue Version der Software für die sPrint-Fotokiosks und jede Menge Werbekaktivitäten standen im Mittelpunkt der europa-foto-Einkaufsmesse, die vor wenigen Tagen an gewohnter Stelle, der Rhein-Main-Halle in Wiesbaden, stattfand. Zu den Highlights bei den Geräte-neuheiten gehörten dabei die beiden Nikon 1 Modelle, frisch von der Pressekonferenz am Tag zuvor eingetroffen, und die GC-PX10, mit der JVC endgültig im Fotohandel Fuß fassen will.

Rund 180 Mitglieder nutzten die Chance, sich an den Ständen von Lieferanten, Servicepartnern und der Kooperationszentrale zu informieren und zu ordern. Auf großes Interesse stießen wie immer der traditionelle Schnäppchenmarkt und Sonderangebote der Zentrale, bei denen die Mitglieder Ware zu attraktiven Konditionen einkaufen konnten. „Diesmal haben wir offensichtlich mit einigen Produkten den Nagel auf den Kopf getroffen, denn schon jetzt haben wir die Ziele, die wir uns gesetzt hatten, weit übertroffen“, meinte europa-foto-Geschäftsführer Robby Kreft im Rahmen des Pressegesprächs, das etwa zur Hälfte der Einkaufsmesse stattfand.

Neue Kiosksoftware

Sehr zufrieden zeigte sich Kreft auch mit dem anhaltenden Erfolg der sPrint Fotokiosks, für die seit wenigen Tagen die aktuelle Softwareversion 4.3.1 vorliegt. Neu ist außerdem, dass für



europa-foto-Geschäftsführer Robby Kreft präsentiert den neuen sPrintFotokiosk mit 19"-Monitor und Facebook-Vernetzung.

die Kiosks ab sofort auch 19"-Monitore zur Verfügung stehen und dass die Geräte einen direkten Zugriff auf Facebook Accounts ermöglichen.

Werbemittel

Passend zu den sPrint Bild-dienstleistungen bietet die europa-foto-Zentrale den



Bild oben: Make up & Hair Artist Klaudija Galic (l.) demonstrierte, wie wenig Aufwand nötig ist, um durch Schminken und Frisieren das Ergebnis von Porträtaufnahmen deutlich zu verbessern.



Bild links: Sonja Steuer ist derzeit bei europa-foto für Werbung und Marketing zuständig. Sie posiert neben dem aktuellen Hauptmotiv der europa-foto-Werbemittel.

Mitgliedern einen Folder an, in dem verschiedene Fotoprodukte anschaulich beschrieben werden. Im Mittelpunkt stehen hier die unterschiedlichen Materialien für Großformate. Dieser Folder ist aber nur ein Teil der aktuellen Werbemittel, die von der

Zentrale unter der Regie von Sonja Steuer entwickelt wurden. Als emotionaler „Hingucker“ fungiert hier ein kleiner Junge, der mit einer großen Hornbrille ausgestattet ist. Steuer: „Nach unseren bisherigen Erfahrungen wirkt dieses Motiv auf die mei-

Das Album-Book aus Ihrem Minilab!

Startklar ab €450,00
www.promaxx.de



- Auch Kalender!
- Neue Software, mit Ihrem Logo -- kostenfrei für Ihre Kunden!

PROMAXX

Promaxx Innovative PC Print Media GmbH • 85386 Eching/Dietersheim
Frau Anita Paulini Herr Paul F. Kirchberger
Tel. 089 3075 8697 Tel. 089 9572 0290 info@promaxx.de

sten Mitglieder sehr positiv. Wir sind davon überzeugt, dass auch der Endkunde davon angesprochen wird.“

EDV überarbeiten

Als derzeit größtes Projekt nannte Kreft die Überarbeitung der EDV. Sie wird so aktualisiert, dass sie später alle Konditionen jedes Mitglieds darstellen kann. So soll unter anderem die Vorfinanzierung von Provisionen und Boni verhindert werden.



Wie immer gab es auch eine Reihe neuer Kameras auf der Einkaufsmesse zu sehen. So konnte bei Nikon Winfried Simons (Bild links) den Standbesuchern die Nikon 1 J1, die erst am Tag zuvor auf einer Pressekonferenz in Berlin der Öffentlichkeit vorgestellt worden war, zeigen, bei JVC erläuterte Jürgen Wilkin (Bild Mitte) die Vorzüge der neuen Foto-Video-Kamera JVC GC-PX10, während Alexander Jungmann bei Canon unter anderem die neue Canon PowerShot SX40 HS mit 35fach-Zoomobjektiv zur Begutachtung bereithielt.

Neuheiten

Das kompakte Nikon Kamerasystem ist da

Nummer



eins

Am 21. September machte Nikon den monatelang schwelenden Gerüchten ein Ende: Mit der Ankündigung des neuen Systems Nikon 1 stieg der Hersteller in das Segment der „Spiegellosen“ ein. Zum Start gibt es vier Objektive und zwei von Grund auf neu entwickelte Kameras: mit neuem Sensor-Format, neuem Bajonett und neuen Funktionen.

„Das Nikon 1 System ist das Resultat unserer gesamten Ingenieur- und Designkompetenz“, erklärte Tadashi Nakayama, Geschäftsführer der Nikon GmbH. „Es verbindet neue digitale und optische Technologien mit einer minimalistischen Gestaltung. Das Ergebnis ist eine ganz neue Kamera-Kategorie, die viel emotionaler ist als bisherige Produkte und so neue Perspektiven für die Wertschöpfung bietet.“ Das Nikon 1 System, stellte der Geschäftsführer klar, werde keinen Einfluss auf das SLR-Segment haben, dem Nikon deshalb weiter mit neuen Entwicklungen verpflichtet bleiben wolle.

Zum Start stehen für das Nikon 1 System vier interessante Objektive zur Verfügung.

Superschnell - superkompakt

Das Nikon 1 System wurde von Grund auf konstruiert, ist also kein modifizierter Ableger existierender Produkte. Herzstück der Kameras ist der 10,1 Megapixel CMOS-Sensor im neuen CX-Format (13,2 x 8,8 mm), der auf höchste Bildqualität bei Fotos und Full-HD-Videos (1.080/60i oder 1.080/30p) abgestimmt wurde. Der smarte Chip dient auch als Sensor für den Phasen-Autofokus und macht die Kameras des Nikon 1 Systems zu den derzeit schnellsten der Welt: Serienaufnahmen mit Schärfe-Nachführung sind mit einer Geschwindigkeit von zehn Bildern pro Sekunde möglich – in voller Auflösung. Bei eingestellter Schärfe können im Full-HD-Modus sogar bis zu 60 Bilder pro Sekunde geschossen werden. Bei unbeweg-



lichen Motiven oder schwacher Beleuchtung stellt sich die Kamera automatisch auf Autofokus mit Kontrasterkennung um.

Für den mit Abmessungen von 13,2 x 8,8 mm im Vergleich zu den meisten anderen spiegellosen Kamerasystemen etwas kleineren Sensor (zum Vergleich: Olympus PEN 18 x 13,5 mm, Panasonic Lumix G 17,3 x 13 mm, Pentax Q 6,2 x 4,6 mm, Samsung NX/Sony NEX APS-C/23,4 x 15,6 mm) hat sich Nikon entschieden, um die besonders kompakte Bauweise der Kameras und Objektive zu ermöglichen. Die Bilddaten werden mit dem ebenfalls völlig neu entwickelten Image Prozessor Expeed 3 verarbeitet, der mit zwei Kernen nicht weniger als 600 Megapixel pro Sekunde „verdaut“. So werden nicht nur rasante Aufnahme-Serien möglich, sondern es können während des Videofilms auch ohne Unterbrechung Fotos in voller Auflösung geschossen werden.

Ganz neue Funktionen

Mit dem Nikon 1 System können nicht nur Fotos und Full-HD-Videos aufgenommen, sondern auch ganz neue Bild-Erlebnisse realisiert werden. So werden mit der Funktion „Bewegter Schnappschuss“ die Erinnerungen mit einem Klick lebendig: Hier nimmt die Kamera gleichzeitig einen 2,5 Sekunden langen Film in Zeitlupe sowie ein Foto auf und kombiniert diese dann zu einem „lebendigen“ Bild.

Der Smart Photo Selector nutzt die schnelle Serienbildfunktion, um den

wirklich perfekten Moment festzuhalten und das beste Bild gleich auszusuchen. Dafür passt der Anwender mit halbdurchgedrücktem Auslöser den entscheidenden Augenblick ab; beim Durchdrücken wird eine Serie von 20 Bildern pro Sekunde (vor und nach dem Auslösen) aufgenommen. Dabei speichert die Kamera auf der Grundlage des Gesichtsausdrucks, des Bildausschnitts und der Schärfe die fünf besten Fotos ab und zeigt das Allerbeste auf dem Display an.

Besonders kompakt: Nikon 1 J1

Die oben genannten Leistungsmerkmale gelten für beide Modelle des Nikon 1 Systems. Die Nikon 1 J1 zeichnet sich durch ein besonders kompaktes Gehäuse in puristischem Design aus, ist mit einem integrierten Blitzgerät ausgestattet und kommt in fünf markanten Farben – Mattschwarz, Weiß, Silber, Rot und Hot Pink – auf den Markt.

Die Wahl des Bildausschnitts und Kontrolle der Ergebnisse erfolgen über den 3"/7,5 cm großen TFT-LCD Monitor mit 460.000 Bildpunkten.

Besonders vielseitig: die Nikon 1 V1

Die Nikon 1 V1 bietet zusätzlich einen hochauflösenden elektronischen Sucher (1,44 Millionen Bildpunkte). Auf dem robusten Gehäuse mit Abdeckungen aus einer Magnesium-Legierung befindet sich ein Multifunktions-Zubehörschuh, über den die Kamera mit dem neuen, besonders kompakten Blitzgerät SB-N5 ausgestattet werden kann. Der Blitz kann vertikal geneigt und horizontal geschwenkt werden. Ein Aufnahme-licht (LED) an der Vorderseite macht es möglich, die Szene in den Modi „Bewegter Schnappschuss“ und „Smart Photo Selector“ aufzuhellen. →



Die Nikon 1 V1 ist mit einem elektronischen Sucher und einem Zubehörschuh ausgestattet und in den Farben Mattschwarz und Weiß zu haben.



tions-Zubehörschuh, über den die Kamera mit dem neuen, besonders kompakten Blitzgerät SB-N5 ausgestattet werden kann. Der Blitz kann vertikal geneigt und horizontal geschwenkt werden. Ein Aufnahme-licht (LED) an der Vorderseite macht es möglich, die Szene in den Modi „Bewegter Schnappschuss“ und „Smart Photo Selector“ aufzuhellen. →

Mit einem kompakten Gehäuse (61 x 106 x 29,8 mm) und einer Auswahl von fünf Farben hat die Nikon 1 J1 das Potential, neue Zielgruppen für Systemkameras zu erschließen.



Neuheiten



Der neue Systemblitz SB-N5 ist schwenk- und drehbar. An seiner Vorderseite befindet sich ein LED-Licht zur Szenenaufhellung bei Bewegtbild-Aufnahmen.

Ebenfalls an den Zubehörschuh passt der GPS-Empfänger GP-N100 für einfaches Geotagging der Aufnahmen. Für beide neuen Nikon 1 Modelle bietet der Hersteller zudem verschiedene Taschen, Trageriemen, Gegenlichtblenden und Kameragriffe an. Mit der Nikon 1 V1 kann auch das externe Stereomikrofon ME-1 genutzt werden. Zum Lieferumfang beider Kameras gehört die neue Nikon Software „Short Movie Creator“, die aus Fotos, Filmsequenzen, Musik und bewegten Schnappschüssen automa-



Auch der GPS-Adapter GP-N100 passt an den Zubehörschuh der Nikon 1 V1.

tisch animierte Multimedia-Präsentationen erstellt.

Neues Bajonett, neue Objektive

Für das Nikon 1 System hat der japanische Hersteller erstmals seit

der Vorstellung des F-Bajonetts im Jahr 1959 einen komplett neuen Objektivanschluss entwickelt. Für das 1 Bajonett gibt es zunächst vier neue Objektive:

Das besonders kompakte und leichte 1 Nikkor VR 10–30 mm f/3,5–5,6 (KB-äquivalent 27–81 mm) ist ein praktischer Allrounder mit Bildstabilisator. Ein neuer Mechanismus ermöglicht es, das Objektiv für den Transport einzuziehen.



Im Dezember wird Nikon den Bajonett-Adapter FT1 auf den Markt bringen, der den Anschluss aller Nikkor Objektive für digitale Spiegelreflexkameras an Nikon 1 Modellen ermöglicht.

Das 1 Nikkor VR 30–110 mm f/3,8–5,6 ist ein handliches, ebenfalls einziehbares Telezoom mit einer Brennweite von 81–297 mm im Kleinbildformat. Auch dieses Modell ist mit einem Bildstabilisator ausgestattet.

Besonders kompakt ist das neue 1 Nikkor 10 mm f/2,8 „Pancake“ Objektiv, das sich mit seiner Weitwinkel-Brennweite (27 mm im Kleinbildformat) besonders für den Einsatz in geschlossenen Räumen und für Landschaftsaufnahmen eignet.

Vor allem für Filmaufnahmen wurde schließlich das 1 Nikkor VR 10–100 mm f/4,5–5,6 PD-Zoom mit eingebautem Motor entwickelt. Es ermöglicht mit Hilfe des Power-Drive-Zoomschalters mit einstellbarer Geschwindigkeit

interessante „Kamera-Fahrten“ und ist zudem besonders leise.

Ende Dezember wird Nikon den Bajonett-Adapter FT1 auf den Markt bringen, mit dem alle Nikkor Objektive für digitale Spiegelreflexkameras mit den Nikon 1 Modellen eingesetzt werden können – die AF-S- und AF-I-Nikkor Objektive auch mit Autofokus-Funktion.

Die Kameras und Objektive des Nikon 1 Systems sind ab Ende Oktober lieferbar. Die unverbindlichen Preisempfehlungen betragen 599 Euro für die Nikon 1 J1 (mit 1 Nikkor VR 10–30 mm) bzw. 869 Euro für die Nikon 1 V1 (mit 1 Nikkor VR 10–30 mm).



Auch die drei kompakteren Objektive können passend zur Farbe des Kameragehäuses gewählt werden.

Neuheiten

Neuer Scanner von Dörr arbeitet ohne Computeranschluss

Dörr hat einen neuen Scanner im Programm. Das Gerät scannt ungerahmte Dias, Kleinbild-Negativstreifen und Fotos bis zur Größe von 10 x 15 cm und speichert diese direkt auf eine Speicherkarte.

Dazu werden weder ein PC noch spezielle Software benötigt. Die Auflösung beträgt bei Scans von Durchsichtvorlagen 1.200 x 1.200 dpi, bei Aufsichtvorlagen 300 x 300 dpi. Der 158 x 68 x 41 mm große



und 224 g schwere Scanner ist (gegebenenfalls mit Adapter)

mit allen gängigen Speicherkarten (außer Compact-Flash/CF) kompatibel und bietet außerdem eine Mini-USB-Schnittstelle.

Im Lieferumfang ist vielfältiges Zubehör zum Scannen und zur Reinigung des Gerätes enthalten.

Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 159 Euro.

Fünf neue 3D-Displays von Jobo

Jobo hat auf der IFA insgesamt fünf 3D-Displays vorgestellt. Für den Fotohandel interessant dürften vor allem die beiden kleineren Modelle sein, die mit 2-View-Technik (auch Barriere-Technologie genannt) arbeiten.

Die erste Neuheit ist der Piano 3D 8" Bilderrahmen mit 2-View-Technik. Er ist das Einstiegsmodell und bietet ein 8"/20,32 Zentimeter großes Display und stilvolles klares Design. Dank der



Display-Auflösung von 1.280 x 768 Pixeln und den integrierten Lautsprechern ermöglicht dieser Bilderrahmen den 3D-Genuss auf hohem Niveau. Weitere Merkmale sind digitale Diashows mit und ohne Hintergrundmusik, Multimedia-Wiedergabe, Zoomen und Drehen der Aufnahmen sowie der Kalender-Modus. Als Eingabemedien werden SD/SDHC/MMC/USB bis maximal 32 GB unterstützt. Der Piano 3D 8" wird ab November verfügbar sein. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 129 Euro.

Neuheit Nummer zwei ist der Piano 3D 8" Portable. Das ebenfalls mit einem

hochauflösenden (1.280 x 768 Pixel) 8"/20,32 Zentimeter großen Display ausgestattete Gerät bietet einen internen 2-GB-Speicher. Dank des 2800 mAh Polymer-Akkus und den integrierten Lautsprechern kann er auch unterwegs ohne Anschluss an das Stromnetz genutzt werden; der Akku reicht für die Wiedergabe bis zu drei Stunden. Der mit einer E-Book-Funktion ausgestattete Piano 3D 8" Portable unterstützt Plug & Play USB 2.0, USB Flash Speicher, USB Host und Micro SD. Auch mit diesem Modell lassen sich Diashows mit Hintergrundmusik gestalten. Ein A/V-Ausgang mit 480i, 720P, 1080i, Uhr/Kalender/Alarm-Funktion, Fernbedienung, Musik- und Videowiedergabe runden die Ausstattung ab. Der Piano 3D 8" Portable kommt im Dezember auf den Markt. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 149 Euro.

Abgerundet werden Jobos 3D-Display-Neuheiten durch drei Modelle mit Bildschirmdiagonalen von 23"/58,4 cm, 42"/107 cm und 55"/140 cm. Bei diesen Multi-View-fähigen 3D-Displays kommt die 3D-Technologie Fixed Lenticular zum Einsatz. Sie erlaubt das 3D-Sehen aus verschiedenen Blickwinkeln und eignet sich so für die Präsentation vor mehreren Personen. Die Netto-Verkaufspreise für die drei Modelle liegen bei 2.590 Euro, 4.690 Euro und 8.490 Euro. Alle drei Großdisplays kommen im Oktober auf den Markt.

Erleben Sie was mit BILORA



Große Sammel-Aktion: Sichern Sie sich Ihre Gutscheine. Alle Top-Events unter www.jochenschweizer.de

Studio Blitz-Set Sirius
zum Traumpreis
solange Vorrat reicht



Mehr Infos unter:

Email: info@bilora.de
Tel.: 02195 - 677032
Fax: 02195 - 677038
oder bei Ihrem Außendienst.



Ricoh bringt die GR Digital IV

Für Kenner und Könner

Schnappschussfotografie in SLR-Qualität soll die neue Ricoh GR Digital IV ermöglichen. Gegenüber dem Vorgänger-Modell GR III ist die Neue wesentlich schneller geworden; ein neuer Bildprozessor sorgt zudem für verbessertes Rauschverhalten, größeren Kontrastumfang und feiner balancierte Farbwiedergabe.

Seit der Einführung der ersten GR Digital im Jahr 2005 verfolgt Ricoh mit der kompakten Baureihe ein schlüssiges Konzept: Die handliche Kamera soll überall dabei sein können und mit besonders hochwertiger Optik Bildergebnisse ermöglichen, die dem Vergleich mit Spiegelreflex-Kameras standhalten. Manuelle Steuerung und die Möglichkeit, die Bilddaten im RAW (DNG) Format abzuspeichern, geben dem Fotografen dabei volle Kontrolle über das Bild-Ergebnis. Wie ihre Vorgänger ist die GR Digital IV komfortabel und vor allem schnell zu bedienen, damit der entscheidende Moment nicht verpasst wird.

„Candid photography“

Es geht also um Schnappschüsse auf höchstem Niveau. Ricoh nennt dieses Konzept „Candid photography“ – das englische Wort Candid (lehrlich,

unvoreingenommen) lässt sich in diesem Zusammenhang am besten mit „ungestellt“ übersetzen. Die edle Digitalkamera soll ihrem Nutzer die Möglichkeit geben, seine Wahrnehmung einer bestimmten Situation einzufangen und sich auf diese Weise auszudrücken. „Den Alltag dokumentieren, Gefühle darstellen und Eindrücke teilen können nicht nur Profis“, erklärte Tomohiro Noguchi, General Manager of Product Planning Office PMMC der Ricoh Co., Ltd. „Die Ricoh Digital IV macht das Fotografieren für jedermann spannend, unkompliziert und spontan, ganz gleich ob es um die journalistische Aufgabe der täglichen Dokumentation oder um die künstlerische Absicht geht, das alltägliche Leben aus neuen Perspektiven zu entdecken.“ Mit der GR IV, so das Ricoh Konzept, können ambitionierte Fotografen in die Fußstapfen legendärer Meister des Schnappschusses treten, zum Beispiel Robert Capa, Henry Cartier-Bresson, Elliott Erwitt oder Wolfgang Tillmans.

Schnellerer Autofokus

Wie das Vorgängermodell ist die Ricoh GR Digital IV mit dem GR Objektiv 1,9/28 mm und dem großen

10-Megapixel CCD Bildsensor im Format 1/1,7“ ausgestattet. Der neue Bildprozessor GR Engine IV sorgt für nochmals verbessertes Rauschverhalten sowie hervorragende Farb- und Tonwertwiedergabe. Durch Verfeinerungen des optischen Filters und der Bildverarbeitung konnte gegenüber der Vorgänger-Kamera insbesondere die Kontrastübertragung verbessert werden.

Zu den bisherigen Möglichkeiten der Aufnahme von Belichtungsreihen (Bracketing) mit unterschiedlichen Belichtungs- und Weißabgleichwerten kommen zwei neue Funktionen für Kontrast und Dynamik-Optimierung. Bei Gegenlicht und anderen Hochkontrast-Motiven, bei denen eine Belichtungskorrektur alleine nicht zum Ziel führt, kann die Kamera für einzelne Bereiche die Tonwertkurve in besonders hellen oder dunklen Bildsegmenten korrigieren.



Die neue Ricoh GR Digital IV ist gegenüber dem Vorgänger-Modell deutlich schneller geworden.

Die Ricoh GR IV ist mit einem neuen Hybrid-Autofokus-System ausgestattet, das einen externen AF-Sensor mit CCD-Kontrastmessung kombiniert. Dadurch verkürzt sich die Zeit für die automatische Scharfeinstellung auf bis zu 0,2 Sekunden – doppelt so schnell wie bei der GR Digital III. Eine Verfeinerung der Algorithmen steigert

auch das Autofokus-Tempo bei Makroaufnahmen, bei denen nur die Kontrastmessung tätig ist. Für die schnelle Schnappschuss-Auslösung bei rasch durchgedrücktem Auslöser liefert nun der externe AF-Sensor die Entfernungswerte, die bei Bedarf auch auf dem LCD-Monitor angezeigt werden. Als erste GR Digital ist die neue Kamera mit einem Bildstabilisierungssystem nach dem Sensor-Shift-Prinzip ausgestattet und soll unter gleichen Bedingungen Belichtungszeiten ermöglichen, die um 3,2 EV-Stufen länger sind als beim Vorgängermodell. In Verbindung mit dem lichtstarken GR Objektiv (1:1,9) bietet die GR Digital IV dadurch noch bessere Voraussetzungen für das Fotografieren ohne Blitz bei wenig Licht.

Kreative Effekte

Neben den bekannten Effekten wie Hochkontrast-Schwarzweiß und Cross-Entwicklung können bei der Ricoh GR Digital IV in allen Belichtungsfunktionen die neuen Effekte „Diafilm“ und „Bleach-Bypass“ genutzt werden. Der letztere Effekt verringert die Farbsättigung bei gleichzeitiger Kontrasterhöhung. Hinzu gekommen ist außerdem eine Mehrfachbelichtungsfunktion, bei der bis zu fünf Aufnahmen verschmolzen werden können. Die Möglichkeit der Belichtungssteuerung wurde um die Langzeitfunktionen B und T erweitert.

Wie bei den Vorgänger-Modellen

wird Ricoh auch für die GR Digital IV Funktionserweiterungen durch Firmware-Updates bereitstellen.

Ein besonders brillantes Bild liefert der neue 3" (7,63 cm) große LCD-Monitor mit 1,23 Millionen Pixeln; den konventionellen Farbpaletten Rot, Grün, Blau wurden weiße Leuchtpunkte hinzugefügt. Die Helligkeit des Bildschirms liegt um den Faktor 1,7 höher als bei der GR Digital III. Zudem besitzt die Kamera nun die Fähigkeit, die Monitorbeleuchtung automatisch an die Motivhelligkeit anzupassen.

Komfortable Handhabung

Auch die Handhabung der Ricoh GR Digital IV wurde gegenüber dem Vorgängermodell verbessert. Die elektronische Ausrichthilfe – seit der GR Digital II in dieser Baureihe an Bord – kann jetzt nicht nur die Neigung der Kamera nach links oder rechts feststellen, sondern auch nach vorne oder hinten. Für die Funktionstasten FN1 und FN2 können vier verschiedene Funktionskombinationen voreingestellt werden, bei der individuellen Kamera-konfiguration „My Settings“ lassen sich nun 12 anstatt 6 Vorgaben-Sets abspeichern. Da sich diese Einstellungen auch auf einer SD-Speicherkarte ablegen lassen, können Benutzer der



Die Ricoh GR Digital IV ist auch als Sondermodell in Weiß zu haben.

GR Digital IV sogar ihre Lieblingskonfigurationen untereinander austauschen. Die neue Ricoh Kompaktkamera ist mit den Eye-Fi Karten mit Wireless-LAN Funktion kompatibel und kann auf diese Weise in kabellose Netzwerke eingebunden werden.

Individuelle Varianten

Als neues Zubehör stehen für die Ricoh GR Digital IV eine Handschlaufe aus echtem Leder (UVP: 19,90 Euro) und ein Objektivdeckel aus Metall (UVP 19,90 Euro), der den Einschalter gegen versehentliche Betätigung sperrt, zur Verfügung. Auf Wunsch kann das in klassischem Schwarz gehaltene Gehäuse durch Handgriffe in Holzmaserung, Leder oder Carbon individualisiert werden. In limitierter Auflage bietet Ricoh die GR Digital IV auch als „White Edition“ mit weißer Gehäusefarbe (aber leider schwarzem Objektiv) als Sondermodell an. Zum Lieferumfang gehören hier ein Akku, ein Akku-Ladegerät, ein USB-Kabel, eine Echtleder-Handschlaufe und ein Objektivdeckel in Metall, die beiden letzteren ebenfalls in Weiß. Auch die Verpackung ist durch ein passendes, einheitlich weißes Design gekennzeichnet.

Die Ricoh GR Digital IV kommt ab Mitte Oktober zum Preis von 499 Euro (UVP) auf den Markt. Das Sondermodell „White Edition“ soll 549 Euro (UVP) kosten.

Der neue 3" (7,63 cm) große LCD-Monitor (VGA) bietet eine bis zu 1,7mal größere Helligkeit als der des Vorgänger-Modells.



Sagemcom vertreibt AgfaPhoto Digitalkameras

„Fachhandel statt Internet“

Seit dem 1. September befindet sich der Vertrieb von AgfaPhoto Digitalkameras in neuen Händen. Verantwortlich ist jetzt das französische Unternehmen Sagemcom, das bereits seit Jahren AgfaPhoto Lizenznehmer für digitale Bilderrahmen und Fotoscanner ist. In Deutschland will die in Eschborn ansässige Sagemcom Germany GmbH sich auch bei Kameras als berechenbarer Lieferant für den Fachhandel erweisen.

Das französische Technologie-Unternehmen Sagemcom bietet eine breite Produktpalette im Bereich Kommunikation sowohl unter eigener Marke als auch unter Lizenzlabels an. Die Wurzel liegt im Bereich Telefonie; bis heute gehören DECT-Telefone unter den Marken Grundig und Sagem sowie Fax- (Philips/Sagem) und Multifunktionsgeräte (Philips) zum Programm. In Europa ist das Unternehmen nach eigenen Angaben Marktführer im Bereich Set-Top-Boxen für digitales Fernsehen; diese

Michael Schnurbusch, Geschäftsführer Sagem Germany GmbH, will beim Vertrieb der AgfaPhoto Digitalkameras mit dem Fachhandel zusammenarbeiten.



werden aber in Deutschland nicht angeboten, wohl aber Digitalprojektoren von Philips.

Bei den AgfaPhoto Digitalkameras fungiert Sagemcom als europäischer Vertriebspartner für die amerikanische RedDot Imaging mit Sitz in Miami, die seit Anfang des Jahres bereits exklusiver Vertriebspartner von AgfaPhoto in den USA, Mittel- und Südamerika sowie Südostasien ist.

Die exklusive Partnerschaft, so Andreas Selmecki, Geschäftsführer der AgfaPhoto Holding, sei langfristig ausgerichtet und zielt auf eine „gemeinsame Vermarktungs- und Vertriebspolitik aus einem Guss, die sich auf erstklassige Produkte mit innovativen Technologien stützt.“

Zum Sortiment, das in den nächsten Wochen finalisiert wird, gehören neben drei Kompaktkameras und einer Bridgekamera auch ein Modell mit integriertem PicoProjektor und ein widerstandsfähiger HD-Camcorder. Zum Lieferumfang der Kameras gehört eine 3D-Software von ArcSoft, die es

möglich macht, die aufgenommenen Fotos und Videos dreidimensional zu erleben. Eine Einsteiger-Kamera und ein wasser- und stoßfester Mini-Camcorder komplettieren die Produktpalette.

Beim Vertrieb der AgfaPhoto Digitalkameras will Michael Schnurbusch, als Geschäftsführer der Sagem Germany GmbH für die Operationen in Deutschland und Benelux verantwortlich, anstelle des Internets auf die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel setzen. „Wir haben uns auch in den anderen Sortimenten bereits als berechenbarer Lieferant erwiesen und werden dies auch bei den Digitalkameras tun“, erklärte Schnurbusch in einem Gespräch mit *imaging+foto-contact*.

„Um Verlässlichkeit zu gewährleisten, entwickeln wir ein europäisches Konzept nach dem Motto: klein, aber fein.“ Für die Betreuung der Handelspartner steht bei Sagemcom ein Team von sieben Außendienstlern und drei Key Account Managern zur Verfügung.

Spitzentechnologie im edlen Design!

- Neu entwickelter 12,3 Megapixel Live MOS Sensor mit großem Dynamikumfang.
- Extrem schneller Kontrast-AF.
- Intuitive und einfache Bedienung dank Live Guide für Fotos und Videos.
- Full HD-Video mit Stereosound, variabler Tiefenschärfe und Art Filtern.
- Leicht und kompakt – ideal für unterwegs.
- Eingebauter Bildstabilisator.
- Schwenkbares 7,6 cm (3,0") Display mit 460.000 Pixeln.
- Frei belegbare Tasten für den direkten Zugriff auf häufig verwendete Funktionen.
- Metallgehäuse.

OLYMPUS®

Your Vision, Our Future



Neuheit!

Ihr HEK unter www.DGH.de

Olympus Pen E-PL 3 Kit + EZ-M 14-42 mm II

Digitale Kompaktkamera mit Wechseloptik.

Bestellnr. 535584 rot

Bestellnr. 535598 silber

Bestellnr. 535577 weiß

Bestellnr. 535591 schwarz

EVP* 649,-



Olympus Pen E-PL 3 Kit + EZ-M 14-42 mm II + 40-150 mm

Digitale Kompaktkamera mit Wechseloptik.

Bestellnr. 535612 schwarz

Bestellnr. 535605 silber

Bestellnr. 535619 rot

Bestellnr. 535626 weiß

EVP* 799,-

Double-Zoom-Kit!



Ihr HEK unter www.DGH.de



Vier Imaging-Kampagnen zum Weihnachten Sony auf allen Kanälen

Sony Deutschland will den Fotohandel im Weihnachtsgeschäft mit einer massiven Werbekampagne für Imaging-Produkte unterstützen. In vier Wellen werden die Topmodelle des aktuellen Foto- und Video-Sortiments in reichweitenstarken Medien beworben. Der Fotohandel kann dabei mit massiver PoS-Unterstützung rechnen.

Für den massiven Medienauftritt nimmt Sony Deutschland ein hohes siebenstelliges Budget in die Hand, um seine positive Entwicklung in den letzten

Monaten auch im vierten Quartal 2011 fortzusetzen und ins neue Jahr zu tragen. Dabei stellt das Unternehmen die wichtigsten Verkaufsargumente für

die neuen Flaggschiff-Produkte im Kamera- und Camcorder-Segment in den Mittelpunkt. „Wir platzieren unsere Highlight-Produkte reichweitenstark über die Kanäle TV, Außenwerbung, Online, Print und Social Media“, erklärte Christian Andersen, Head of Marketing Communications bei Sony Deutschland. „Die Kombination einer hohen siebenstelligen Media-Investition mit attraktiver PoS-Aktivierung wird für maximale Aufmerksamkeit

Michael Willenborg, Product Group Manager Digital Imaging bei Sony Deutschland

„Den positiven Trend verstärken“

Seit dem 1. April 2011 trägt Michael Willenborg als Product Group Manager die Verantwortung für das Produktmarketing Digital Imaging bei Sony Deutschland. Der 35-jährige war zuvor bei Kodak als Senior Product Manager Digital Devices EMEA tätig und hat bereits Erfahrungen im Produktmarketing und Vertrieb bei Samsung Electronics und Philips Consumer Electronics gesammelt. *imaging+foto-contact* hat mit Michael Willenborg über seine Strategien für die Zusammenarbeit mit dem Fotohandel und das kürzlich vorgestellte Imaging Portfolio gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Willenborg, mit einer umfangreichen Kampagne setzt Sony Deutschland einen besonderen Akzent auf das Imaging-Geschäft. Können wir aus der Tatsache, dass Sie viel Geld in die Hand nehmen, schließen, dass es

diesem Geschäftsbereich besonders gut geht?

Michael Willenborg: Wir haben uns in diesem Jahr sehr gut entwickelt und wollen diesen positiven Trend in den nächsten Monaten weiter verstärken. Mit unserem innovativen Produkt-Portfolio setzen wir im umkämpften Kameramarkt neue Akzente und wollen gemeinsam mit unseren Partnern weiter Marktanteile gewinnen. Die geplante Imaging-Kampagne soll mit ihrem nicht unerheblichen Investment diese Entwicklung insbesondere im Hinblick auf das Weihnachtsgeschäft unterstützen.

imaging+foto-contact: Worauf führen Sie diese positive Entwicklung der letzten Monate und Ihre Erwartungshaltung zurück?



Michael Willenborg: „Das Partner Programm wird vom Fotohandel auf breiter Front akzeptiert.“

Michael Willenborg: Zum einen natürlich auf die innovativen Produkte, die wir in praktisch allen Kamera-Segmenten auf den Markt gebracht haben – bei den Cyber-shot Kompaktkameras ebenso wie bei den besonders kompakten Systemkameras der NEX-Serie. Zudem haben wir mit den SLT-Kameras eine neue Produktkategorie geschaffen, die die Schnelligkeit von Spiegelreflexkameras deutlich weiterentwickelt hat.

Wachstumsgeschäft in den Kanälen

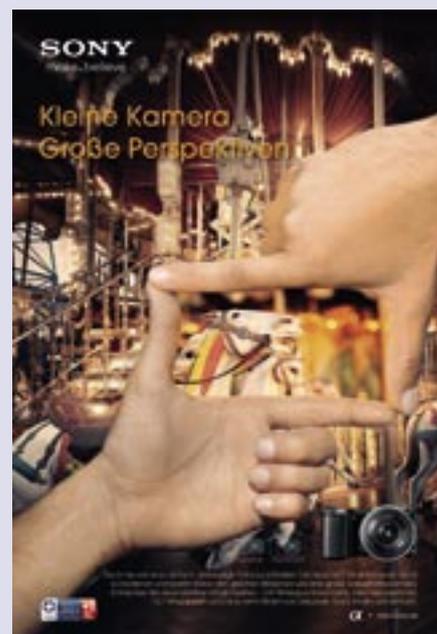
zum Weihnachtsgeschäft sorgen und den Fotohandel beim Abverkauf wirksam unterstützen.“

Solide Basis für Partner

Die neue Kampagne soll dazu beitragen, den Aufwind für die Marke Sony im deutschen High-Tech-Markt zu verstärken. Nach der Einführung des Sony Partner Programms im vergangenen Jahr kann das Unternehmen auf eine deutlich gestiegene Akzeptanz

beim Fachhandel und den Konsumenten verweisen. Während die Position von Sony in den Online-Handelskanälen stabil geblieben sei, hätten sich die Marktanteile im Foto- und TV-Geschäft beim stationären Handel nach oben entwickelt, erklärte Martin Winkler, Commercial Director Consumer Business bei Sony Deutschland, auf der IFA. Diese Entwicklung spiegelt sich auch in höherer Kundenzufriedenheit wider. So konnte Sony sein Ranking im BVT Leistungsspiegel spürbar verbessern. Auch bei Studien der GfK zeigte das Partner Programm Wirkung: Zwischen 2009 und 2011 stieg Sony in der Kategorie Kundenzufriedenheit

Fortsetzung auf Seite 20



Herzstück der Kampagne: das kompakte Design, die einfache Bedienung und starke Leistung der NEX-5N

Diese Innovationskraft hat der Fotohandel honoriert, nicht zuletzt natürlich auch deshalb, weil wir mit dem erfolgreich umgesetzten Sony Partner Programm (SPP) neues Vertrauen beim qualifizierten Fachhandel gewonnen haben.

imaging+foto-contact: Das SPP läuft also inzwischen reibungslos?

Michael Willenborg: Das Partner Programm wird vom Fotohandel inzwischen auf breiter Ebene akzeptiert, denn unsere Kunden haben schnell verstanden, dass es uns dabei um eine verlässliche und partnerschaftliche Beziehung auf Augenhöhe geht. So kann der Fotohandel mit unseren stark nachgefragten Produkten heute ein deutlich besseres Geschäft erzielen. Auch die Händlerzufriedenheits-Studien des BVT, der GfK und unsere eigenen Umfragen belegen deutlich die Akzeptanz des Partner Programms und die eindeutigen Verbesserungen, die es bewirkt hat.

imaging+foto-contact: Kann denn jeder Fotohändler Sony Partner werden?

Michael Willenborg: Jeder Fotohändler, der bereit ist, die im Vertrag festgelegten Kriterien zu erfüllen, kann am Partner Programm von Sony Deutschland teilnehmen, auch wenn er nicht direkt

Kunde bei uns ist. Denn das Partner Programm wird auch vom qualifizierten Großhandel umgesetzt. Gerade im Rahmen der im September gestarteten Imaging-Kampagne unterstützen wir unsere Partner besonders intensiv.

imaging+foto-contact: Wie kann der Fotohandel von den geplanten Maßnahmen profitieren?

Michael Willenborg: Zum einen, indem er unsere PoS-Materialien einsetzt, diese sind komplett auf unsere Kampagne abgestimmt und haben damit einen hohen Wiedererkennungswert. Zudem bieten wir umfassende Trainingsmaßnahmen für das Verkaufspersonal an und ermöglichen es Fotohändlern sogar, VIP Kunden zu diesen Seminaren einzuladen. Darüber hinaus wird die NEX-7 als Kanalmodell nur über den Foto-Fachhandel vertrieben, die SLT-A77V und die NEX-VG20E werden zunächst über den Fachhandel eingeführt und sind erst ab Januar 2012 in anderen Kanälen verfügbar. Nicht zu vergessen sind auch die von uns angebotenen Konzepte, die es dem Fotohandel ermöglichen, zusätzlich zu unseren Produkten kundenorientierte Dienstleistungen zu verkaufen.

imaging+foto-contact: Welche sind das?

Michael Willenborg: Da gibt es zum Beispiel den Pannenschutz, der eine Kamera über drei Jahre hinweg gegen unvorhersehbare Ereignisse absichert. Diese Dienstleistung kann der Fachhändler als Kundenbindungsinstrument anbieten und direkt über das Markenmehrwert-Portal abschließen. Interessant sind für viele Händler beispielsweise auch unsere Clean- und Check-Gutscheine, die wir bei Erfüllung bestimmter Kriterien zur Verfügung stellen. Nähere Informationen dazu erhält der Fachhändler von seinem Sony Außendienstler.

imaging+foto-contact: Welche Ansprechpartner stehen dem Fotohandel für die Zusammenarbeit mit Sony zur Verfügung?

Michael Willenborg: Wir haben unser neues Digital Imaging Vertriebsteam erweitert und betreuen heute mit drei Key Accountern und sechs Außendienstlern mehrere hundert Direktkunden. Die Planung und Umsetzung maßgeschneiderter Aktivitäten für unsere Partner werden außerdem von unserem Customer Centric Marketing Manager unterstützt. Für jeden interessierten Fotohändler gibt es also diverse Möglichkeiten, mit Sony Deutschland ins Gespräch zu kommen – wir freuen uns auf die Anfragen Ihrer Leserinnen und Leser!

Handel

Fortsetzung von Seite 19

von Rang 6 auf Rang 3 auf. Die Gesamtzufriedenheit der Sony Systempartner drückte sich vor der IFA in einer von 3,2 im Jahr 2010 auf 2,3 gestiegenen Benotung aus (Bestnote: 1).



Mit dem weltweit ersten Full-HD-Camcorder, der Handycam HDR-PJ10E mit eingebautem Projektor, startet die neue Sony Imaging Kampagne.

Vier Bestseller

Die Sony Werberakete wird in vier Stufen gezündet. Zum Start steht die neue Handycam HDR-PJ10E im Mittelpunkt. Ihr integrierter LED-Beamer projiziert Videos und Fotos in einer Größe von bis zu 150 cm (Diagonale) auf jede Projektionsfläche. Dieses besondere Feature stellt der TV-Spot anschaulich dar, indem eine Familie in ihrem Abenteuerurlaub begleitet wird. Neben den 15sekündigen TV-Spots wird das interessante Feature auch über ausgewählte Print-Medien sowie Social Media Maßnahmen kommuniziert. Verstärkt wird die Präsenz durch eine breite Online-Platzierung bis Mitte Oktober 2011.

Dann folgt das Herzstück und besondere Highlight der Sony Imaging Offensive: die Einführungskampagne für die NEX-5N. Unter dem Slogan „Kleine Kamera, große Perspektiven“

geht es um kompakte Bauweise, einfache Bedienung und erstklassige Fotos. Diese Stärken, die die NEX-5N mit dem exklusiven Fachhandelsmodell NEX-7 gemeinsam hat, werden in einem 15sekündigen TV-Spot präsentiert, dem eine reichweitenstarke Online-Aktivierung mit Schwerpunkt auf Travel-, Outdoor- und Reiseplattformen vorausgeht. Auch diese Maßnahme wird mit Anzeigenkampagnen in auflagenstarken Special-Interest- und Lifestyle-Magazinen flankiert.

Im dritten Teil der Kampagne setzt Sony auf Tempo: Die SLT-A65V nimmt bis zu zehn Bilder pro Sekunde auf (die A77V sogar 12) und ist damit die richtige Antwort auf den Slogan „Jeder Moment zählt“. Die Motive zei-



Die Motive für die SLT-A65V zeigen die rasanten Aktionen von Kunstturnern, um die Schnelligkeit der Kamera zu demonstrieren.

gen Kunstturner in Action und stellen dar, dass die neuen SLT-Modelle keine der schnellen Pirouetten und Sprünge verpassen. Der Schwerpunkt der Kampagne, die von November 2011 bis Januar 2012 laufen soll, liegt auf Online-Medien und Print-Titeln, die die angepeilte Zielgruppe besonders



Die Lichtstärke der Cyber-shot DSC-HX9V wird mit anschaulichen Motiven deutlich gemacht.

interessieren. Eine attraktive Nachtaufnahme mit dem Slogan „Es ist nie zu spät für brillante Bilder“ rückt in der vierten Stufe die Stärken der Cyber-shot DSC-HX9V in den Blickpunkt. Denn dank ihres Exmor R CMOS-Sensors eignet sich diese Megazoom-Kamera besonders für Foto- und Videoaufnahmen bei wenig Licht. Hier setzt Sony auf bundesweite Außenwerbung in zahlreichen deutschen Großstädten, besonders im Umfeld von Clubs und Party-Locations. Zusätzlich gibt es reichweitenstarke Online- und Print-Auftritte.

Unterstützung am PoS

Sony Deutschland ergänzt den umfassenden Media-Auftritt durch aufmerksamkeitsstarke PoS-Maßnahmen für die Handelspartner. Attraktive PoS-Pakete und Displays werden dabei für Aufmerksamkeit in den Fotogeschäften sorgen. Zusätzlich sind mehr als 4.000 personalgestützte Promotion-Einsatztage (davon 1.000 für den Fachhandel) sowie 200 Trainingseinheiten für das Verkaufspersonal geplant.

Neuheiten

Neue Polaroid Sofortbildkamera mit integriertem Drucker

Plawa Feinwerktechnik hat die Digitalkamera Polaroid Z340 vorgestellt. Um das Sofortbild-Erlebnis nicht nur auf dem ausklappbaren 2,7"/6,9 cm großen LCD-Bildschirm zu ermöglichen, sondern auch – wie von analogen Polaroid Kameras gewohnt – als Print, ist das neue Modell mit einem integrierten Drucker ausgestattet.

Das zur Kamera passende Fotopapier hat eine Größe von 3 x 4 Zoll (ca. 7,6 x 10,2 cm)

und ist damit größer als der frühere Polaroid 600-Film. Die Bilder können mit oder ohne Polaroid Classic Border Logo gedruckt werden. Sie können vor dem Druck auf dem Monitor angesehen, bearbeitet oder gelöscht werden. Verschiedene Automatikprogramme vereinfachen das Fotografieren. Schärfe, Kontrast, Farbsättigung und Weißabgleich lassen sich aber auch manuell einstellen. Die Fotos werden automatisch auf dem internen Speicher oder auf einer SD-Karte gespeichert, so dass sie bei



Bedarf auf einen Computer geladen oder in Social Media Websites eingebunden werden können.

Nostalgiker kommen nicht nur durch das Kamera-Design auf ihre Kosten: Unterschiedliche Fotorahmen können in die Fotos integriert werden – auch der klassische weiße Polaroid-Rahmen, das Polaroid Classic Border Logo, steht zur Auswahl. Der Fotodruck funk-

tioniert über die Zink Zero Ink Drucktechnologie:

Im Foto-Papier sind Farbkristalle in Magenta, Cyan und Gelb enthalten, die durch Wärme aktiviert werden.

Ein Druck dauert weniger als eine Minute.

Die Trockenabzüge sind schmutz- und wasserfest. Mit einer Akkuladung können bis zu 25 Fotos gedruckt werden.

Die neue Polaroid Z340 Digitalkamera ist ab sofort für 299,95 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) zu haben.

Easypix stellt preiswerte Unterwasserkamera für Kinder vor

Der taiwanesischer Hersteller Easypix (www.easypix.eu) hat auf der IFA die wasserfeste Easypix Aqua W318 Kamera vorgestellt. Zielgruppe für die Neuheit sind

Kinder, die damit beim Schnorcheln oder Tauchen Fotos schießen oder Videos drehen können. Die Easypix Aqua W318 bietet eine maximale Auflösung von fünf Megapixeln und ein

1,8"/4,5 cm großes TFT LC-Display. Die Kamera ist bis zu drei Metern Tauchtiefe wasserdicht. Achtfache Digitalzoomfunktion, Red-Eye-Reduction, Anti-Verwacklungsfunktion und Gesichtserkennung sind weitere Ausstattungsmerkmale. Die Kamera ist



kompatibel mit Micro SD/SDHC-Speicherkarten bis zu 8 MB. Zum Lieferumfang gehören zwei Batterien, eine Handschlaufe und eine Bedie-

nungsanleitung. Angeboten wird die Easypix Aqua W318 in der WooBox, die der Nachwuchs nach dem Auspacken zu seiner ganz persönlichen Foto- oder Aufbewahrungsbox verwandeln kann.

Mittels der gerade geschossenen Lieblingsbilder lässt sich die WooBox nach Belieben verzieren, bekleben und bemalen. Somit kann jede WooBox zum Unikat werden.

Der unverbindlich empfohlene Verkaufspreis beträgt 69 Euro.



panzer
shopconcept



Vico / Kiel



Wir planen
und realisieren
erfolgreich
Fotofachgeschäfte

Panzer Shopconcept GmbH & Co. KG
Plärrmühlweg 2
D-92681 Erbendorf

Fon +49 (0) 9682 18 80
info@panzer-shopconcept.de
panzer-shopconcept.com

Mehr Erfolgs-Konzepte sehen Sie unter:
panzer-shopconcept.com

Besuchen Sie
uns auf der
Ringfoto Messe

Innovative HD High-Speed Kamera von JVC

Superschneller Alleskönner

Die JVC GC-PX10 ist ein Full-HD-Camcorder und eine besonders schnelle Digitalkamera.

JVC hat auf der IFA eine Foto-/Videokamera mit einzigartigem Leistungsprofil vorgestellt. Sie liefert nicht nur hochauflösende Full-HD-Videoaufnahmen, sondern auch Hochgeschwindigkeits-Fotoserien mit bis zu 50 Bildern pro Sekunde bei einer Auflösung von 8,3 Megapixeln.

Mit ihrer nach Hersteller-Angaben einzigartigen Kombination von Qualität und Geschwindigkeit soll die JVC GC-PX10 sowohl beim Full-HD-Videofilmen als auch beim Fotografieren besonders gute Bild-Ergebnisse erzielen. Möglich wird dies durch das Zusammenspiel des hintergrundbeleuchteten 1/2,33" CMOS-Sensors mit einer Auflösung von 12,75 Megapixeln und dem neu entwickelten Falconbrid High-Speed Bildprozessor, der progressive Full-HD-Videoaufnahmen (1.920 x 1.080/50p) mit einer Samplingrate von 36 Mbps verarbeitet. Dabei ist es möglich, während der Aufnahme von Full-HD-Videos auch Fotos mit einer Auflösung von 8,3

Megapixeln zu schießen – und zwar bei Bedarf mit einer Geschwindigkeit von 50 Bildern pro Sekunde. Selbst die nachträglich per Tastendruck aus Full-HD-Videoaufnahmen „herausgepickten“ Fotos haben mit 2 Megapixeln noch eine gute Auflösung. Dabei passen in den eingebauten 32-GB-Speicher bis zu zwei Stunden Full-HD-Videofilm (1.080/50p im MP4-Format; UHR) oder 7.100 (12 Megapixel) bzw. 9.999 (8,3 Megapixel) Digitalfotos. Interessant ist auch die Super Slow Motion Funktion, mit der die PX10 Hochgeschwindigkeits-Videoaufnahmen mit bis zu 250 Bildern pro Sekunde und einer Laufzeit von maximal zwei Stunden (ohne Audio) ermöglicht.



Umfassende Ausstattung

Die JVC GC-PX10 ist mit einem 10x Zoom Konica Minolta HD-Objektiv mit einer Brennweite (KB-äquivalent) von 43,3–433 mm (HD-Video 16:9) bzw. 37,4–374 mm (Foto) ausgestattet. Der schwenkbare 3" große LCD-Suchermonitor ist berührungsempfindlich; der interne 32-GB-Speicher kann durch SDXC/SDHC-Speicherkarten mit einer Kapazität bis zu 64 GB ausgebaut werden.

Im Foto-Einsatz liefert die PX10 „echte“ 12-Megapixel-Aufnahmen ohne Interpolation. Bei einem Empfindlichkeitsbereich von ISO 100 bis ISO 6.400 kann auch bei schwachem Licht oft auf den integrierten Blitz verzichtet werden. Im Hochgeschwindigkeitsmodus können bis zu 130 Fotos hintereinander mit einer Auflösung von 8,3 Megapixeln und einer Belichtungsfrequenz von 50 Bildern pro Sekunde realisiert werden.

Die Markteinführung der neuen Kamera ist für Oktober geplant; sie soll 899 Euro (UVP) kosten und auch über den qualifizierten Fotohandel vertrieben werden.



Das 3 Zoll (7,62 cm) große Display der JVC GC-PX10 ist berührungsempfindlich.

Fujifilm mit Fotobuch und 3D-Innovationen Trendige Bildprodukte

Fujifilm Imaging hat auf der IFA mehrere Neuheiten fürs Bildergeschäft angekündigt. Dazu zählen modische Fotobuch-Varianten, faszinierende 3D-Produkte und die neue Bestellsoftware Fujifilm Fotoservice Pro für farbverbindliche Aufträge.

Das Fujifilm Fotobuch brillant gibt es ab Januar auch mit einem Einband aus trendigem Filz, und zwar im Format 30 x 30 cm mit 24, 40, 56 oder 72 Seiten aus echtem Fotopapier. Das textile Äußere soll aus dem Bildband ein schickes Accessoire machen, das auch geschlossen die Blicke auf sich zieht. Die Kunden haben die Wahl zwischen den vier Farben Anthrazit, Wollweiß, Lindgrün und Pink.



Das Fujifilm Fotobuch brillant ist jetzt auch im trendigen Filz-Einband zu haben. Vier Farben stehen zur Auswahl.

Eine weitere neue Titelvariante für das Fotobuch brillant sind Real 3D Cover, bei denen die Kunden für die Gestaltung der Vorder- oder Rückseite des Fotobuchs zwischen vier Motiven wählen können: Kinderhände, Rose, Feriengrüße und Muster. Der 3D-Effekt ist ohne Brille sichtbar. Eigene 3D-Fotos können bei dieser Variante zunächst nicht verwendet werden.

3D in Postergröße

Dagegen können für die neuen Real 3D Prints in Größen bis zu 50 x 75 cm eigene Fotos in faszinierenden Wandschmuck mit 3D-Effekt verwandelt werden. Dafür werden MPO-Dateien akzeptiert, wie sie die handelsüblichen 3D-Aufnahmegерäte einschließlich der Fujifilm Finepix Real 3D-Kamera liefern. Die Bilder werden mit dem Fujifilm UV Inkjetprinter Acuity direkt auf Lentikularfolie gedruckt und auf Wunsch auf eine stabile und leichte 5 mm starke Hartschaumplatte aufgezogen.

Neue Bestellsoftware „Pro“

Profifotografen und anspruchsvolle Amateure können ab sofort mit der neuen Fujifilm Fotoservice Pro Bestellsoftware Bildprodukte in Auftrag geben, die in einem farbverbindlichen Workflow gefertigt werden. Dazu gehören Fotos und Poster auf Fujifilm Fotopapier Glanz und Raster in den Formaten 9er bis 50er und in Kürze auch auf Pearl Papier, das Fujifilm Fotobuch brillant Glanz oder Matt in den Formaten A3 Panorama, 30 x 30 cm, A4 Panorama, 20 x 20 cm mit 24, 40, 56 oder 72 Seiten, Fotoleinwände in den Formaten 20 x 30 bis 70 x 100 cm und Panorama-Formate mit oder ohne



Einbände mit 3D-Effekt gibt es für das Fujifilm Fotobuch brillant in vier Varianten.

Schattenfugenrahmen, Fotokalender auf Fujifilm Fotopapier Glanz in den Formaten 20 x 30 cm und 30 x 45 cm sowie XXL-Bilder bis zum Format 100 x 100 cm auf Aluminium-Acrylglas oder Hartschaum.

Fotoservice Pro ist eine reine Bestellsoftware ohne zusätzliche Werkzeuge für die Bildbearbeitung und speichert beim Import der Dateien automatisch das eingebettete Farbprofil. Dabei werden die gängigen Dateiformate JPG, TIF, PSD und PDF akzeptiert, so dass der Anwender das Fotobuch mit seinem bevorzugten Layout-Programm



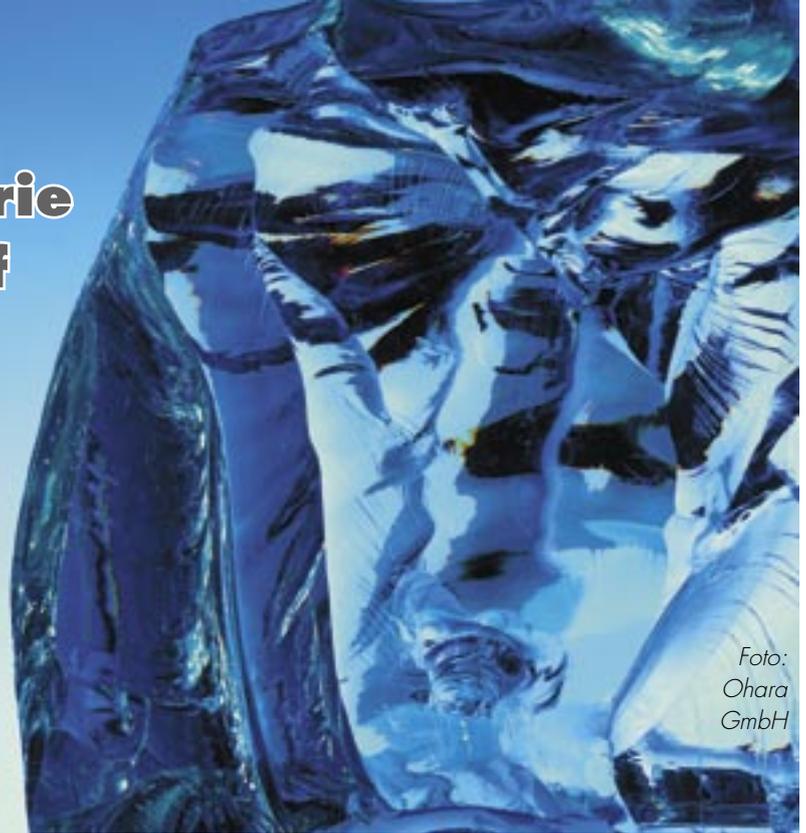
Die neuen Real 3D Poster sind ein attraktiver Wandschmuck.

entwerfen kann. Vor Abschluss des Auftrages können die Bilddaten mit einer integrierten Softproof-Funktion am Bildschirm kontrolliert und gegebenenfalls bestimmte Methoden zur Umrechnung auf dem Laborfarbraum ausgewählt werden. Neben der erstklassigen Farbqualität bietet die Fotoservice Pro Bestellsoftware auch höchstmögliche Datensicherheit, denn bei der Online-Übertragung und beim Brennen einer Auftrags-CD kommt die doppelte Verschlüsselung nach dem Advanced Encryption Standard (AED) mit einer Schlüsselbreite von 256 Bit zum Einsatz.

Verband

High-Tech-Industrie braucht den Stoff Galliumarsenid

Brief nach Brüssel



Stellen Sie sich vor, liebe Leser, einer Ihrer Freunde würde Ihnen mitteilen, er habe gehört, dass Siliciumdioxid (auch als Quarz bekannt), aus dem seit mindestens 3.500 Jahren Glas hergestellt wird, unter Umständen gesundheitsschädlich sein könnte. Würde Sie das davon abhalten, einen Schluck Mineralwasser aus der Flasche zu nehmen, Ihren abendlichen Schoppen zu trinken oder den Glasklumpen, der auf dem Bild oben zu sehen ist, in die Hand zu nehmen?

Wohl kaum, denn das einzelne SiO_2 Molekül ist unlösbar mit den anderen verbunden. Die Gefahr, sich damit zu „infizieren“, besteht nicht.

Dieses Beispiel soll auf einfache Weise zeigen, was sich derzeit auf europäischer Ebene mit möglicherweise dramatischen Folgen für die High-Tech-Industrie abspielt. Dort geht es nicht um Quarz, sondern um Galliumarsenid (GaAs). GaAs ist eine chemische Verbindung aus den chemischen Elementen Gallium und Arsen – das trotz seiner hohen Giftigkeit heute unter anderem in Arzneimitteln zu finden ist.

Die Chemikalie wird unter anderem in der Halbleiter-, Elektronik- und Optoelektronik verwendet und zum Beispiel in Transistoren, Detektoren, Laserdioden oder ultrahellen LEDs in

Handys, Smartphones und Tablet PCs sowie Komponenten für Satellitentechnik, Kommunikationsanwendungen, drahtlose Netzwerke und Hochfrequenzverfahren (etwa Digitalradio und -TV oder Mobilfunk) eingesetzt. Prinzipiell ist sein Einsatzbereich in der Mikroelektronik mit dem bekannten Silizium zu vergleichen. Gallium ist aber sehr selten, daher auch deutlich teurer, und weist einen extrem höheren Wirkungsgrad auf.

Einstufungsverfahren

Obwohl viele der jüngsten technologischen Fortschritte ohne GaAs nicht zu erzielen gewesen wären und ein Verzicht auf diesen Stoff derzeit ohne einen Rückschritt bei den Anwendungen nahezu undenkbar erscheint, steht der Einsatz der Chemikalie der-

zeit auf dem Prüfstand. Ausgelöst hat das aktuelle Prüfungsverfahren Frankreich, das beim europäischen Risk Assessment Committee (IRAC), eine Abteilung der Europäischen Chemikalien Agentur (ECHA), einen Antrag auf Einstufung von GaAs als möglicherweise krebsauslösend stellte.

Die ECHA legte daraufhin im Mai 2010 auf der Basis der europäischen REACH-Verordnung* einen Einstufungsvorschlag für die Chemikalie vor, der über den Antrag Frankreichs hinausging und GaAs als „krebserregend und die Zeugungsfähigkeit beeinträchtigend“ bezeichnet und unterstellt, dass „eine Beschädigung des Atemwegssystems bei anhaltender oder wiederholter Belastung auftreten kann“.

Die Grundlagen für diese Einschätzung erscheinen vielen Experten allerdings als sehr suspekt. Kritik wird vor allem daran geäußert, dass Menschen weder während der Produktion (die in Reinräumen unter üblichen Sicherheitsstandards stattfindet) noch bei der anschließenden Nutzung der Geräte mit dem Stoff in Berührung kommen. Zudem – siehe das anfängliche Glas-Beispiel – ist GaAs stets

Foto:
Ohara
GmbH

unlösbar gebunden. Man könnte also beispielsweise einen Transistor, der GaAs enthält, gefahrlos berühren.

Heftige Proteste

Nach heftigen Protesten von Industrie und Verbänden wird weiterhin über die Einstufung von GaAs debattiert. Deshalb haben einige Unternehmen und Verbände der deutschen High-Tech-Industrie, darunter der Verband Spectaris und der Photoindustrie-Verband, in einem gemeinsamen Brief an die EU-Kommission in Brüssel, an Bundes- und Landesministerien sowie an die betreffenden Ausschüsse im Bundestag ihren Standpunkt in Sachen GaAs verdeutlicht. In dem Schreiben weisen sie nicht nur auf die ihrer Ansicht nach mangelhafte Auswertung der (veralteten) wissenschaftlichen Grundlagen hin, sondern sie machen auch die negativen Folgen deutlich, die der Industrie durch eine Beschränkung von GaAs entstehen würden. Wie und wann das Verfahren zu Ende gehen wird, ist offen.

* REACH steht für Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals (Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung von Chemikalien). Die Verordnung gilt seit 1. Juni 2007 in allen EU-Mitgliedsstaaten. Sie soll das bisherige Chemikalienrecht harmonisieren und vereinfachen.

Spectaris Fachgruppe Imaging + Phototechnik informiert Mitgliedsunternehmen über Förderprogramme

Die Fachgruppe Imaging + Phototechnik im Verband Spectaris hat ihr Angebot erweitert: Unter der Überschrift „Förderung und Beratung für KMU“ informiert sie ihre Mitglieder über branchenrelevante Förder-, Finanzierungs- und Beratungsprogramme. Kleinen und mittleren Unternehmen steht eine ganze Bandbreite an Fördergeldern und Beratungsdienstleistungen zur Verfügung – aber nur wenige Unternehmen kennen die Vielfalt der Programme.

Spectaris will die Mitgliedsunternehmen aus dem Bereich Imaging + Phototechnik bei der Suche nach geeigneten Programmen in folgenden Bereichen unterstützen: Internationalisierung und Außenwirtschaft, Finanzierung und Darlehen, Forschung und Innovation sowie Beratungsförderung. Dazu ist beim Verband eine neue Stelle eingerichtet worden. Dort können sich Spectaris-Mitglieder über aktuelle Förder- und Beratungsprogramme auf EU-, nationaler und regionaler Ebene informieren. Projektmanagerin und Ansprechpartnerin für die Fachgruppe Imaging + Phototechnik ist Nathalie Buijs.



Nathalie Buijs

Darüber hinaus fließt das Thema Förderung verstärkt in die Spectaris-Veranstaltungen ein. So stellte beispielsweise auf der vergangenen Jahrestagung Ursula Kotschi, Förderberatung „Forschung und Innovation“ des Bundes, die Förderstrukturen des Bundes für KMU vor, unter anderem das Programm go-Inno (Förderung von Innovationsmanagement) und das Zentrale Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM) des BMWi. Auf der Sommertagung des Arbeitskreises Vertrieb/Export berichtete Peter Kompalla, Geschäftsbereich International der Industrie- und Handelskammer Nürnberg, über Auslandsförderung in Bayern durch Delegationsreisen, das Messebeteiligungsprogramm sowie das Programm Go International zur Erschließung von neuen Auslandsmärkten.

Die kommende Jahrestagung findet am 10. November statt, der Arbeitskreis Marketing trifft sich anschließend am 11. November.

In der Spectaris-Fachgruppe Imaging + Phototechnik sind rund 40 Hersteller von Profikamera-Systemen, anspruchsvollen Amateurkameras sowie Projektionstechnik, Stativen, Filtern, Objektiven, Reprotechnik, Studioliicht und -technik, Präzisionstechnik und Zubehör zusammengeschlossen.

www.pentax.de

PENTAX
PIX YOUR LIFE

PENTAX Q

SLR LEISTUNG – EXTREM KLEIN VERPACKT

PENTAX Q ist die kleinste und leichteste Kamera der Welt mit Wechselobjektiven. 12,4 MPS CMOS Sensor mit Rückseitenbelichtung, Full HD Videoaufnahmen, Serienaufnahmen 5 B/Sek. und weitere innovative Technik in kleinster Abmessung von 98 x 57,5 x 31mm bei nur 217g Gewicht.

Neuheiten

Kodak führt vier neue Multifunktionsdrucker für Heim und Büro ein, die von ihren Anwendern von überall auf der Welt erreicht werden können, um Fotos und Dokumente auszudrucken. Möglich wird das wahlweise durch Google Cloud Print oder den Kodak E-Mail Print Service.

Neue Kodak Inkjet-Drucker mit Google Cloud Print



Der neue Kodak Hero 9.1 Multifunktionsdrucker ist mit einem 11 cm großen, berührungsempfindlichen Bildschirm ausgestattet.

Drucken von überall

Alle vier neuen Kodak Hero Multifunktionsdrucker sind W-LAN-fähig und können problemlos in drahtlose Netzwerke eingebunden werden. Die Modelle 5.1 und 7.1 können drucken, scannen und kopieren, die Geräte 6.1 und 9.1 zusätzlich auch faxen. Alle Drucker können mit einer eigenen E-Mail Adresse versehen werden, so dass Fotos und Dokumente von Notebooks, Tablet Computern und Smartphones jederzeit zum Drucken geschickt werden können. Auch der Fotodruck über die Kodak Pic Flick App ist mit diesen Geräten möglich.

Drucken aus der Cloud

Besonders komfortabel ist das Drucken von unterwegs mit den Google Cloud Print Apps. Um diesen Service zu nutzen, richtet der Anwender bei Google Cloud Print ein Konto ein und registriert dort seinen Kodak Drucker.

Dann können Fotos und Dokumente über Google-Anwendungen, wie zum Beispiel Gmail, direkt vom mobilen Gerät in die „Cloud“, d. h. auf einen Google-Server, geschickt und von dort automatisch zum Drucker weitergeleitet werden. Ist der Drucker ausgeschaltet, meldet er sich beim Einschalten automatisch beim Google-Konto an und ruft die dort liegenden Dokumente ab.

Schnell und günstig drucken

Die Geschwindigkeit der Ausgabe von Schwarzweiß- und Farbdrukken konnte bei den neuen Kodak Hero Modellen gegenüber der älteren Generation um durchschnittlich 40 Prozent gesteigert werden. Damit bietet Kodak nach eigenen Angaben den weltweit schnellsten Druck für Fotos der höchsten Qualitätsstufe auf

Inkjet-Heimgeräten an. Unverändert bleibt auch bei den Hero-Druckern die Kodak Strategie, die weltweit günstigste Tinte anzubieten und damit besonders preiswertes Drucken in hoher Qualität zu ermöglichen. Speziell für den Ausdruck vieler Fotos gibt es ein Zubehörpaket aus 120 Blatt 10 x 15 cm Fotopapier und wahlweise 10er oder 30er Farbpatronen für 22,99 Euro: So kostet ein Farbfoto nur 19 Cent.

Für ausgezeichnete Bildqualität sorgen neben den speziellen Inkjet-Papieren die von Kodak entwickelten Pigmenttinten, bei denen spezielle Nanopartikel zum Einsatz kommen, die eine breitere Farbskala als gewöhnlich pigmentierte Tinten ermöglichen. Spezielle polymere Bindemittel führen nicht nur zu weitgehender Kratz- und Abriebfestigkeit, sondern erzeugen im Zusammenhang



Besonders für das Home Office geeignet ist der neue Kodak Office Hero 6.1 mit automatischem Vorlageneinzug für bis zu 35 Seiten und hoher Papierkapazität (200 Seiten Dokumentenpapier oder 70 Seiten Fotopapier).

mit der farblosen Schutztinte auf Kodak Fotopapier auch einen gleichmäßigen Glanz und schützen sie dabei vor den Einwirkungen von Schmutz und Ozon.

Auch die neuen Hero-Geräte bieten die zahlreichen nützlichen Funktionen der Kodak Inkjet-Drucker, zum Beispiel das Lesen des Barcodes auf Kodak Fotopapier, um die für das jeweilige Material am besten geeigneten Parameter automatisch einzustellen. Beim Scannen verbessert die Kodak Perfect Page Bildverarbeitungstechnologie die Bildqualität von Dokumenten. Über die Kodak Home Center Software können Fotos direkt aus sozialen Netzwerken wie Facebook, Picasa, Photobucket, Flickr oder der Kodak Gallery gedruckt werden. Zudem hält

die Software Funktionen bereit, um 3D Bilder zu erzeugen, die mit einer rot/blauen Anaglyphenbrille betrachtet werden können. Zwei Brillen gehören bei jedem Gerät zum Lieferumfang.

Das Basismodell Kodak Hero 5.1 mit 6,1 cm großem farbigem Display kostet 129 Euro, der besonders für das Home Office geeignete Hero 6.1 mit automatischem Vorlageneinzug für bis zu 35 Seiten wird für 199 Euro (UVP), der Kodak Hero 7.1 mit 8,9 cm großem farbigem Touchscreen für 199 Euro angeboten; der Preis für das Spitzenmodell Kodak Hero 9.1 mit 11 cm großem farbigem Touchscreen beträgt 299 Euro (UVP).

Alle neuen Kodak Hero Inkjet-Drucker bieten automatischen doppelseitigen Druck.

+++ Ab sofort erhalten Sie **ILFORD GALERIE** Medien bei **Tetenal** +++

ILFORD
GALERIE
PROFESSIONAL INKJET PHOTO RANGE



TETENAL

Ringfoto Wilmink setzt Flaggschiff-Konzept um Mit ganzem Herzen

„Ich habe nie darüber nachgedacht, etwas anderes zu machen. Seit ich mich der Ringfoto-Gruppe als Gesellschafter angeschlossen habe, fühle ich mich dort extrem wohl. Deshalb war mir immer klar, dass ich die Zugehörigkeit zu Ringfoto auch nach außen demonstrieren werde, sobald sich die Gelegenheit ergibt.“

Hans-Holger Wilmink, Inhaber von Ringfoto Wilmink im westfälischen Gronau, lässt im Gespräch mit *imaging+foto-contact* keinen Zweifel daran, dass er mit ganzem Herzen Ringfoto-Mitglied ist. Seit April kann er seinen Kunden und flanierenden



Hans-Holger Wilmink, Inhaber von Ringfoto Wilmink in Gronau



Unübersehbar prangt das Ringfoto-Logo mit dem Ausrufezeichen und dem Kreissegment über der Eingangstür. Nur noch kleine Fensterkleber mit dem Aufdruck „vormals allkauf“ erinnern optisch an die Vergangenheit des Geschäftes.

Passanten diese Verbundenheit nun endlich auch optisch zeigen; seitdem präsentiert sich Ringfoto Wilmink nämlich als Flaggschiff-Geschäft im Corporate Design der Gruppe. 14 Tage musste der Laden geschlossen bleiben, um danach in einem hellen und modernen Design Wiedereröffnung feiern zu können.

Bewegte Geschichte

Bis es dazu kam, durchlebte das Unternehmen an diesem Standort eine bewegte Geschichte. 1979 als Filiale der ehemaligen allkauf Gruppe gegründet und später in einen Franchisebetrieb umgewandelt, wechselte das Fotogeschäft mehrmals die Muttergesellschaft, bevor Wilmink, zunächst als Franchisenehmer, schließlich als unabhängiger Besitzer, im

Jahr 2001 mit dem Geschäft – damals und bis zum April 2011 noch unter dem Namen allkauf Wilmink – in die Ringfoto-Gruppe eintrat.

Wo er sich vom ersten Tag an wohlfühlte. „Allein die Aktivitäten der Zentrale zur Unterstützung der Mitglieder waren sensationell. So hatte ich sie bis dahin noch von keinem Franchisegeber erlebt“, sagt Wilmink.

Umbaupläne

Mit der Frage, das Geschäft umzubauen, begann Wilmink sich Ende 2010 zu beschäftigen. Seinerzeit wurde darüber diskutiert, ob die Namensrechte weiterhin bei Ringfoto bleiben würden. „Das erschien mir als guter Anlass, um über eine Umgestaltung nachzudenken. Zumal das Geschäft nach gut 30 Jahren ohne-

Ringfoto Wilmink

Geschäft integriert werden. Wilmink: „Die Arbeit von Panzer Shopconcept hat mich vom ersten Kontakt an begeistert.“

Zuverlässiger Partner

Schon der erste Entwurf, in 3D und mit detaillierter Darstellung von Licht und Schatten, sei deutlich professioneller gewesen als das, was er von anderen Ladenbauern kannte. „Auch im weiteren Verlauf des Umbaus blieb Panzer



Bild oben: Helle Farben und das Ringfoto-Rot bestimmen das Innere des Geschäftes. Optischer Mittelpunkt ist eine rote Säule mit beleuchteten Schaukästen, die die Blicke der Kunden schon beim Betreten des Ladens anzieht.

Bild rechts: Die Verbundenheit des Geschäftes mit Ringfoto demonstriert Wilmink den Kunden auch über drei Bildschirme im Kassenbereich: Hier wird unter anderem Eigenwerbung für die Kooperation gemacht.



hin eine optische Auffrischung vertragen konnte“, so Wilmink.

Auf der Ringfoto-Messe ließ er sich schnell von Marketingleiterin Claudia Endres vom Flaggschiff-Konzept der Gruppe überzeugen. Wilmink: „In Erlangen ist stets ein Modell-Laden aufgebaut. So konnte ich mir schon vorab ein Bild machen, wie mein Geschäft aussehen sollte.“ Auf den Gedanken, dem Unternehmen einen eigenen, von Ringfoto unabhängigen Namen zu geben, sei er zu keinem Zeitpunkt gekommen.

Panzer Shopconcept

Endres stellte auch den Kontakt zum Ladenbauer Panzer Shopconcept her, der bereits vorher im Auftrag verschie-

dener Ringfoto-Händler tätig war. Ein Kontakt, der von Anfang an überzeugte. Panzer Shopconcept bekam die Aufgabe, den tiefen, aber relativ schmalen Laden so neu zu gestalten, dass sich die Sortiments- und Dienstleistungsbereiche optisch klar erkennbar strukturieren. Fassade, Decke, Beleuchtung und Fußboden sollten erneuert und die Ringfoto-typischen Gestaltungselemente einbezogen werden, um den gewünschten modernen Charakter des Geschäftes hervorzuheben und die Zugehörigkeit zu Ringfoto zu unterstreichen. Zudem sollten ein professionelles Fotostudio und ein davon getrenntes Passbildstudio in das

der gewünschte zuverlässige Partner. Das Unternehmen hat alle Zusagen eingehalten, alle Arbeiten termingerecht erledigt und die Kostenvorgaben eingehalten. Besser kann es wirklich nicht funktionieren.“

Schon nach fünf Monaten ist sich Wilmink sicher, dass sich nicht nur die freundlichere Atmosphäre positiv auf sein Geschäft auswirken wird, sondern auch das Bekenntnis zu Ringfoto. „Die Gruppe wird ja inzwischen im Markt viel deutlicher wahrgenommen als früher“, stellt Wilmink fest.



Überall im Geschäft wurden auf Anregung von Panzer Shopconcept die Ringfoto-typischen Farben und Schriftzüge integriert.

Tetenal erweitert Inkjet-Angebote

Jetzt neu im Sortiment: Ilford Galerie

Seit dem 1. August hat Tetenal den Vertrieb von Inkjet-Medien der Ilford Imaging Switzerland GmbH in Deutschland und Österreich übernommen. Damit bietet das Norderstedter Unternehmen die hochwertigen Materialien des Schweizer Herstellers mit umfangreicher Unterstützung für die Handelspartner und Anwender an.

Das Ilford Portfolio umfasst zahlreiche unterschiedliche Materialien für professionelle und kommerzielle Anwendungen, ebenso wie für das Home Printing Segment. Ilford Formatware steht dabei in zahlreichen Größen bis DIN A2 mit unterschiedlichen Oberflächen und Grammaturen und zwei Produktlinien zur Verfügung.

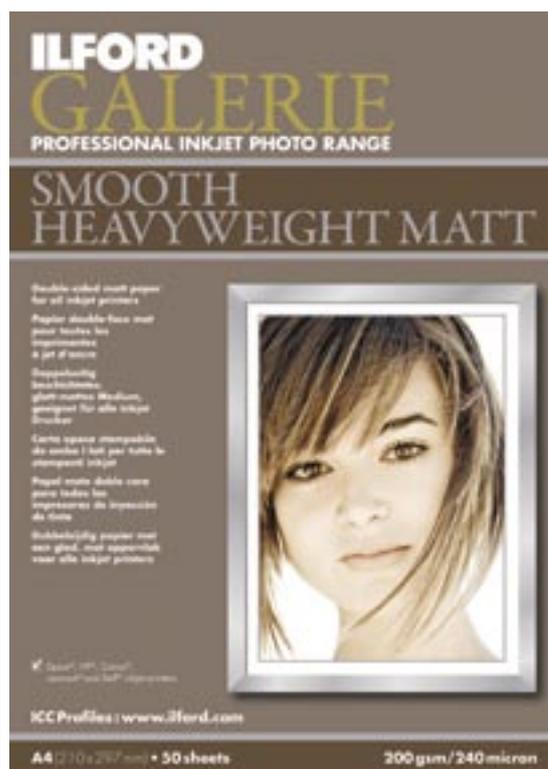
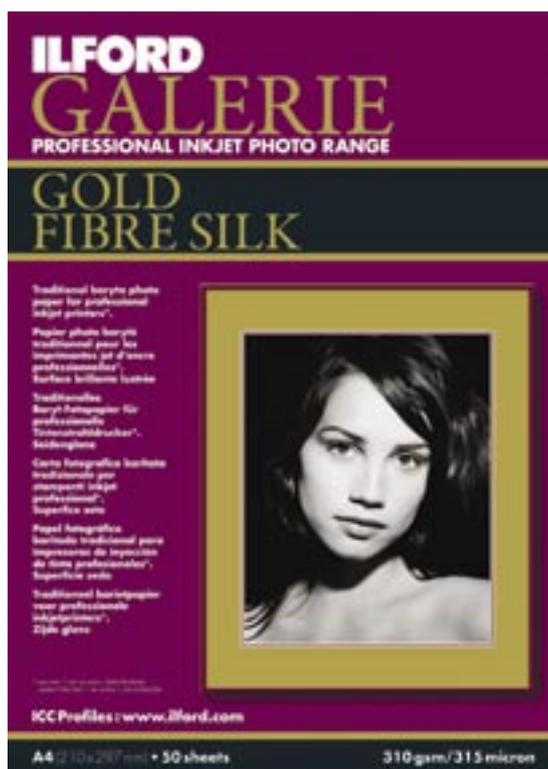
Die Ilford Galerie Linie wurde speziell für den professionellen und semiprofessionellen Anwender entwickelt und

zeichnet sich durch eine besonders hohe Qualität der Bilder aus, die auch den Ansprüchen von Berufsfotografen entspricht. Schnelle Trocknungszeiten, tiefe Schwarzen und strahlendes Weiß sind die wichtigsten Qualitätsmerkmale des Galerie Sortiments, das auch als Rollenware in Breiten bis zu 152,4 cm erhältlich ist. Speziell für anspruchsvolle, kommerzielle Zwecke und den DTP-Bereich gibt es in der Galerie Produktlinie das Sortiment

Galerie Graphic mit besonders brillanter Farbwiedergabe und hoher Leuchtkraft.

Extra für das Home Printing Segment entwickelt wurde die Ilford Inkjet Photo Paper Palette, die sich durch sichere, hochwertige Bild-Ergebnisse bei unproblematischer Handhabung auszeichnet. Alle Ilford Inkjet Medien können sowohl mit Farbstoff als auch Pigmenttinten bedruckt werden und sind mit praktisch allen gängigen Druckertypen kompatibel.

Zur Vertriebskooperation mit Ilford Imaging gehört auch das umfassende Tetenal Service-Konzept, das die Betreuung professioneller Anwender vor Ort, einen rund um die Uhr geöffneten Webshop, technische Unterstützung und persönliches Kunden-



Zur Ilford Galerie gehören auch Materialien mit außergewöhnlichen Eigenschaften.



Tetenal bietet jetzt die Ilford Galerie Smooth Pearl und Smooth Gloss Medien in einer Sonderkonfektionierung von je 25 Blatt plus 10 Blatt DIN A4 zum Sonderpreis an. Zusätzlich gibt es auch einen Fotowettbewerb.

management einschließt. „Unsere Marke Ilford, allen voran unser Flaggschiff Ilford Galerie, ist bei Tetenal in den besten Händen“, kommentierte Dr. Lars Sommerhäuser, Geschäftsführer der Ilford Imaging Switzerland GmbH. „Wir entwickeln und produzieren Spitzenprodukte, Tetenal bietet hervorragende Distributions- und Serviceleistungen. Die Kooperation mit diesem Partner wird unsere Position am Markt deutlich stärken. Der Endverbraucher wird es einfacher haben, unsere Produkte zu kaufen und erfolgreich einzusetzen.“

Individuelle Inkjet-Lösungen

„Mit der Marke Ilford bauen wir das Tetenal Inkjet Solutions Produktportfolio im Profi- sowie im Home Printing Segment professionell aus und erweitern es um zahlreiche neue Materialien“, erklärte Matthias Hübener, CEO

der Tetenal AG & Co. KG. „Die Ilford Galerie, Ilford Photo Paper und Ilford Galerie Graphic Produkte ergänzen perfekt unsere bewährten Spectrajet-Medien, so dass unser erweitertes Sortiment praktisch keine Wünsche offenlässt.“

Zum Start der Ilford Vertriebslinie hat Tetenal attraktive Angebote zusammengestellt, die auch auf der kommenden Ringfoto Messe vom 7. bis 9. Oktober in Erlangen präsentiert werden. Aktuell gibt es neben einer Sonderkonfektionierung der Ilford Galerie Smooth Pearl und Smooth Gloss Medien von je 25 Blatt plus 10 Blatt DIN A4 zum Sonderpreis auch einen Fotowettbewerb. Zu gewinnen ist ein Wochenende in Hamburg für 2 Personen inkl. Helikopter Erlebnisflug über Hamburg. Begleitet wird die Aktion von einem umfangreichen Werbemittelpaket für den PoS wie z. B. Poster, Musterprints, Prospektmaterial.

Weiterhin attraktiv: Tetenal Inkjet Club

Profis im Großformatbereich erhalten im Tetenal Inkjet Club seit Mai dieses Jahres besonders intensive Unterstützung. Dazu gehören attraktive Aktionspreise, Treue-Bonus, ein umfassendes Sortiment von Vermarktungshilfen und technischer Service und Support. Aktive Händler können sich als Tetenal LFP-Fachgeschäft zertifizieren lassen und erhalten wechselnde PoS-Materialien direkt von Tetenal.

Ein eigenes Webportal für Inkjet-Profis im B2B-Bereich bietet einen kompletten Überblick über alle wichtigen Themen und Ideen rund um die Inkjet-Technologie. Der Jahresbeitrag für den Inkjet Club beträgt 78 Euro (zzgl. MwSt.); zum Club Start gibt es einen Einkaufsgutschein von 25 Euro netto. Die Anmeldung ist direkt online auf www.tetenal-inkjetclub.de möglich.

In der bezaubernden „Unique Home Living“ Welt von walther finden Sie einzigartige Rahmen und Accessoires für Ihre schönsten Erinnerungen. Ob romantisch oder puristisch - wir haben für Ihre Bilder nur das Beste.



www.unique-home-living.de



walther

Karl Walther Alben und Rahmen GmbH & Co KG
Herrenpfad-Süd 26
D-41334 Nettetal • Germany
Tel. + 49 [21 57] 81 86-0
Fax + 49 [21 57] 81 86 50
eMail: service@waltherdesign.de

www.waltherdesign.de

Optimal Foto spürt deutlichen Aufwind

Auf Erfolgskurs

Seit dem 1. Oktober 2010, also seit genau einem Jahr, gehört Optimal Foto zur Duttenhofer Group. Seitdem spürt die Fachhandelskooperation, die Fotohändler und Fotografen vereint, deutlichen Aufwind. „Wir sind auf einem guten Wachstumskurs, den wir auch in den nächsten Jahren vorantreiben werden“, erklärt Optimal Foto Geschäftsführer Ralf Wegwerth.

Beim Rückblick auf die vergangenen Monate sei besonders hervorzuheben, dass die Zusammenarbeit zwischen der Optimal Foto Zentrale in Bremerhaven und der Duttenhofer Group in Würzburg vollkommen reibungslos funktioniert. „Das Zusammenspiel funktioniert so hervorragend, dass die räumliche Distanz von 543 km ohne Bedeutung und gefühlt auf null geschrumpft ist“, so Wegwerth.

Ansehen gewonnen

Die positive Entwicklung zeigt sich aber nicht nur in der Zufriedenheit des Managements. Bei Herstellern und Lieferanten hat Optimal Foto an Ansehen gewonnen. Deshalb unterstützen sie die Kooperation mit fachhandelsexklusiven Angeboten. Als besonders erfreulich empfindet Wegwerth die Tatsache, dass sich für die Mitglieder der Optimal Foto inzwischen die Einkaufsbedingungen wei-



Zum ersten Mal fand im Frühjahr 2011 der Optimal Event in Würzburg statt.

ter verbessert haben. Zusätzlich können die Optimal Foto Händler jetzt sogenannte Fokusverträge abschließen. Diese bieten Einkaufsvorteile, wenn die Händler bestimmte Kriterien zur Bevorratung und Warenpräsentation einhalten. „Mit unserem starken Kooperationslager DGH, über fünfzig ausgesuchten Streckenlieferanten, einem umfassenden Angebot an Bilddienstleistungen und einem partnernahen Informationstransfer bietet die

Optimal Foto jedem Händler und Fotografen einen echten Mehrwert ohne Mehrkosten“, resümiert Wegwerth.

Mitgliederzahl steigt

Doch nicht nur die Industrie hat die Veränderungen bei Optimal Foto bemerkt und entsprechend reagiert. Auch bei vielen Händlern ist die Botschaft angekommen, dass sich die Gruppe in einem für den Fachhandel positiven Sinn weiterentwickelt hat. Festzustellen ist dies durch die wachsende Zahl der Optimal Foto Mitglieder: So haben sich seit dem 1. Oktober 2010 einundsechzig neue Partner der Gruppe angeschlossen (plus 15 Prozent). Wesentlichen Einfluss auf den Mitgliederzuwachs hatte die Entscheidung, den Optimal Event in Würzburg im Frühjahr auch für Nichtmitglieder zu öffnen. So hatten Interessenten die Gelegenheit, sich unver-



Ralf Wegwerth, Geschäftsführer der Optimal Foto Gruppe

bindlich ein Bild von den Leistungen der Kooperation und ihrer Partner machen zu können – was einige Händler bereits vor Ort zum Beitritt veranlasste.

Auch für Fotografen

Studiofotografen, die in der Kooperationslandschaft in der Vergangenheit nicht unbedingt im Blickpunkt des Interesses standen, fühlen sich bei Optimal Foto ebenfalls gut aufgehoben. Denn dort hat man sich auf die Fahne geschrieben, auch diese Mitglieder mit maßgeschneiderten Angeboten zu überzeugen. So wurde jüngst der Sortimentsbereich Studiofotografie deutlich erweitert.

Was Optimal Foto hier zu bieten hat, ist unter anderem im gerade erschienenen ersten Profikatalog „Fotoworker“ zu sehen. Auf 72 Seiten präsentiert die Gruppe darin ein umfassendes Studiosortiment aus Hardware und Verbrauchsmaterial, von der Profikamera bis zum Passbildmappchen. „Diese Weiterentwicklung innerhalb des Profisortiments wird sich weiter fortsetzen“, kündigte Wegwerth an. „So sind zum Beispiel ab sofort die



Auf 72 Seiten zeigt der neue Katalog Fotoworker, welche Produkte Optimal Foto für Studiofotografen zu bieten hat.



DGH Großhandel war auf der IFA 2011 in Halle 17, Stand 113, zu finden.

DGH Großhandel präsentierte sich auf der IFA 2011

DGH Großhandel war auch in diesem Jahr wieder auf der IFA in Berlin vertreten. Im Mittelpunkt des Messeauftritts stand die Information der Handelspartner über die verschiedenen Fachhandelskonzepte der Lieferanten und Hersteller. Dazu stellte DGH nicht nur an jedem Tag einen anderen Industriepartner in den Fokus, sondern man hatte zur Messe auch eine entsprechende Broschüre aufgelegt. Darin erläutert DGH unter anderem, dass die Konzepte nicht gegen, sondern für den Fachhandel entwickelt wurden. Außerdem erfahren die Leser, dass sie die Verträge nicht unbedingt mit den Industriefirmen selbst abschließen müssen, sondern dies auch über DGH geschehen kann. In einem weiteren thematischen Schwerpunkt präsentierte sich DGH als Speicherexperte. Immerhin hält das Würzburger Unternehmen weit über 1.400 verschiedene Speicherlösungen für seine Handelspartner bereit, von allen gängigen Speicherkarten über USB-Sticks bis zu SSD-Festplatten – und eine Vielzahl davon stammt von A-Marken.



hochwertigen Canon Large Format Printer inklusive Verbrauchsmaterial über das Kooperationslager für Optimal Foto Partner zu beziehen.“

Marketingkonzept

Hand in Hand mit der Ausweitung des Sortiments geht die Optimierung des Marketingkonzepts der Kooperation. Allen Händlern stehen jetzt umfangreiche PoS-Materialien zur Verfügung, mit denen sie sich gegenüber ihren Kunden als Optimal Foto Mitglied ausweisen können. Dazu gehören unter anderem Fensterkleber,

Verkaufschütten, Tragetaschen und Plakate. Darüber hinaus gibt es regelmäßig Aktionsplakate, Bilddienstleistungen, Beilagen und Shop TV, auf die jeder Partner zugreifen kann.

Partnertreffen

Neu sind die regionalen Partnertreffen, die seit dem Frühjahr in mehreren Städten Deutschlands stattfinden. „Sowohl die Teilnahme als auch die Resonanz sind sehr erfolgreich. Die Partner schätzen den persönlichen Erfahrungsaustausch sehr“, meint Ralf Wegwerth.

Neuheiten

Neues in DGHs Camgloss Exklusiv-Sortiment

DGH Großhandel hat das Portfolio seiner Exklusivmarke Camgloss erweitert. Neu ist das flexible Dreibeinstativ Spider Tripod für Foto- und Videokameras bis zu einem Gewicht von 1.500 Gramm. Seine Flexibilität erhält es durch drei schaumstoffummantelte Beine, die sich individuell einstellen lassen.



Die Höhe des Spider Tripod beträgt 27 cm. Es ist mit einer abnehmbaren Schnellkupplungsplatte und einem feststellbaren Kugelgelenk ausgestattet. Zuwachs gab es auch in der Camgloss Familie der Reinigungsprodukte. Neu im Sortiment ist zum Beispiel der Camgloss Lenspen. Dabei handelt es sich um einen professionellen Reinigungsstift auf Kohlenstoffbasis, der auf der Rückseite mit einem herauschiebbaren



Objektivpinsel ausgestattet ist. Der Camgloss Lenspen entfernt schonend und sicher auch feinste Staubpartikel und Fingerabdrücke von empfindlichen (Objektiv-) Oberflächen. Die Reinigungsstifte enthalten eine Reinigungssubstanz, die weder auslaufen noch austrocknen kann.

Darüber hinaus gibt es speziell zum Reinigen von Displays von Digitalkameras, Handys, Smartphones oder Camcordern den Camgloss Digiklear by Lenspen. Er ist so konstruiert, dass er auch mühelos in jede Ecke gelangt. Ein besonders kleiner Reinigungsstift für

Ricoh veröffentlicht viertes Firmware-Update für die GXR

Ricoh hat das vierte funktionserweiternde Firmware-Update für die Ricoh GXR Kamera veröffentlicht. Die Firmware und eine Bedienungsanleitung für die neuen und veränderten Funktionen können kostenlos von der Ricoh Website heruntergeladen werden.

Folgende neue bzw. erweiterte Funktionen können mit allen Aufnahmemodulen genutzt werden:

- Um die Genauigkeit der manuellen Scharfeinstellung zu erhöhen, ist eine Fokussierhilfe hinzugekommen. Es stehen zwei Varianten zur Wahl, um die Schärfe durch die Verstärkung von Objektkanten oder Kontrast besser kontrollieren zu können. Eine weitere Erleichterung beim Fokussieren bringt das Vergrößern der Monitoranzeige bei der Aufnahme. Das Hineinzoomen funktioniert im gesamten Bild. Die Anzeigequalität für vier- und achtfache Vergrößerung wurde weiter verbessert, und der zu vergrößernde Bildbereich kann mit den Richtungstasten verschoben werden. Dabei lässt sich einstellen, dass der Vergrößerungsmodus automatisch nach dem Druck auf den Auslöser endet.
- Die Auto-Resize-Zoomfunktion kann jetzt mit den Seitenverhältnissen 1:1, 3:2 und 16:9 verwendet werden.
- Wenn der Weißabgleich manuell durch Messen einer weißen Fläche an das vorhandene Umfeld angepasst wird, lässt sich jetzt bei diesem Vorgang der Blitz zünden.
- Beim Einstellen der Hochempfindlichkeits-Automatik (ISO Auto Hi) lässt sich nicht nur die obere ISO-Grenze festlegen, sondern auch die Verschlusszeit, ab der sich der ISO-Wert ändert.
- Die elektronische Ausrichthilfe kann nun beim Fotografieren mit Selbstauslöser angezeigt werden.
- Bei den Aufnahmefunktionen Cross-Entwicklung und Spaßkamera-Effekt lässt sich für die Vignettierung jetzt zwischen schwach, stark und auswählen.
- Zusätzlich zu den bisherigen ISO-Werten sind jetzt wählbar: ISO-Lo (nur bei den Aufnahmemodulen GR-Objektiv 28 mm und GR-Objektiv 50 mm), ISO 250, ISO 320, ISO 500, ISO 640, ISO 1000, ISO 1250, ISO 2000 und ISO 2500.

Darüber hinaus bringt das Firmware-Update eine weitere Funktion mit sich, die ausschließlich mit den Aufnahmemodulen GR-Objektiv 28 mm und GR-Objektiv 50 mm genutzt werden kann: Bei manueller Belichtungseinstellung können als Belichtungszeit die Funktionen B und T gewählt werden. Mit B belichtet die Kamera so lange, wie der Auslöser gedrückt gehalten wird. Bei T beginnt und endet die Belichtung jeweils durch einen Auslöserdruck. Beide Varianten lassen sich bis zu einer maximalen Belichtungszeit von 180 Sekunden nutzen.

die Reinigung kleiner Displays, Objektive und Sucher-Okulare ist schließlich der Camgloss Lenspen mini Pro II.

Tamracs neue Ace Taschen kommen im Lederlook

Die Taschen der neuen Tamrac Ace Serie sind vielseitig nutzbar und fallen durch ihr lederartiges Außenmaterial auf. Der moderne und funktionale Stil der in drei Größen (UVPs: 17,99 Euro bis 20,99 Euro) erhältlichen Taschen

erlaubt eine Vielzahl an Einsatzmöglichkeiten. So nehmen die Taschen eine kompakte Digitalkamera ebenso auf wie einen MP3-Player oder ein Smartphone. Eine spezielle Fütterung im Inneren der Taschen hält zuverlässig Kratzer von Displays fern und schirmt vor Beschädigungen der Technik ab.

Der Nutzer kann die Taschen sowohl am abnehmbaren Schultergurt als auch mit einer strapazierfähigen Schlaufe am Gürtel tragen.

Neuer Panasonic Prosumer Camcorder filmt mit zwei Objektiven in 2D und 3D

Panasonic hat mit dem HDC-Z10000 einen neuen Prosumer Camcorder mit integrierter Stereo-Optik im Sortiment. Ausgestattet mit einem doppelten 3MOS-Sensor liefert er 2D- und 3D-Aufnahmen in Full-HD-Qualität. Mit seinen professionellen Ausstattungsmerkmalen richtet sich der HDC-Z10000 gleichermaßen an ambitionierte Amateurfilmer und Profis für Vor-Ort-Produktionen. Dabei zeichnet er die Bilder im neuen AVCHD 2.0 Standard (AVCHD Progressive/AVCHD 3D) auf. Das lichtstarke F 1.5 Doppelobjektiv mit Nano-Oberflächen-



vergütung bietet für 2D-Aufnahmen ein Zwölf-fach-Weitwinkelzoom (29,8–357,6 mm entsprechend Kleinbild). In 3D steht ein Zehnfach-Zoom (32–

320 mm entsprechend Kleinbild) zur Verfügung. Der neue Crystal Engine Pro II steuert die High-Speed Prozessorleistung für flüssige Aufnahmen bei. Für saubere, ruhige 2D- und 3D-Aufnahmen sorgt die optische Bildstabilisation. Das integrierte Doppelobjektiv mit einer Stereobasis von 42 mm erlaubt 3D-Nahaufnahmen bereits ab 45 cm Abstand. Über den 1,15 cm-Farbsucher haben Videofilmer das Motiv in Echtzeit im Blick. Hochauflösende Bilder und eine High-Speed-Ansprechzeit bei 1,23 Millionen Bildpunkten erleichtern unter anderem die Fokuskontrolle. Der HDC-Z10000 hat außerdem zwei SD-Speicherkarteneingänge. Während Einstellränge für Zoom, Fokus und Blendensteue-

Neue UV- und Pol-Filter von Carl Zeiss

Carl Zeiss bietet ab sofort vier neue Durchmesser für UV- und Pol-Filter an: 52, 55, 62 und 77 mm. Damit wird das bisherige Programm mit den Filtergrößen 58, 67, 72 und 82 mm erweitert. Außerdem folgen im Januar weitere UV-Filter mit 43 und 46 mm sowie UV- und Pol-Filter mit



95 mm. Carl Zeiss komplettiert dadurch sein Programm für alle gängigen Objektivdurchmesser. Die bei Carl Zeiss Objektiven verwendete T* Vergütung veredelt auch die Filter von Carl Zeiss. Sie minimiert Lichtreflexe

an den Glas-Luftflächen und verbessert die Transmission des Lichts. Die Filter lassen sich einfach wechseln und können mit Störlichtblenden eingesetzt werden. Weiterhin zeichnen sie sich durch eine geringe Bauhöhe aus und sind mit einem Frontgewinde ausgestattet.

Kamera-Garantie

Grenzenlose
Perspektiven
für Kameras

Mehr dazu in dieser Ausgabe
oder auf www.kamera-garantie.de

➔ WERTGARANTIE®

Der HDC-Z10000 ist ab November erhältlich. Eine unverbindliche Preisempfehlung stand bei Redaktionsschluss noch nicht fest.

Full-HD 3D-Projektor von Mitsubishi Electric

Plastische Tiefeneffekte, eine Farbwiedergabe in Kinoqualität und detailscharfe Bewegungsabläufe auch bei rasanten Action- und Sportszenen verspricht Mitsubishi Electric für den neuen Full-HD 3D-Heimkinoprojektor HC7800. Passend zum neuen DLP-Projektor bietet das Unternehmen eine ebenfalls neu entwickelte High-Speed-Shutter-Brille an. Der HC7800, der auch für 2D ausgelegt ist, bietet eine Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln, ein Kontrastverhältnis von 30:000:1 und eine



Bildhelligkeit von 1.500 ANSI Lumen. Für lückenlose Bilder in 2D und 3D sorgt ein Frame Rate Converter. Unter

Zuhilfenahme des vorangehenden und nachfolgenden Bildes berechnet er ein Zwischenbild. Dadurch erscheinen Bewegungen fließender und schärfer. Der HC7800 ist mit vollkommen neuen Features in der 3D-Technologie ausgestattet, die Ghosting-Effekte und Bildflattern auf ein Minimum reduzieren. Sie sorgen unter anderem für das richtige Timing, mit dem rechtes und linkes Auge zeitversetzt mit zweidimensionalen Bildern versorgt werden müssen, um die Illusion räumlicher Tiefenwirkung entstehen zu lassen.

Der integrierte 2D/3D-Konverter erzeugt aus zweidimensionalem digitalem Bildmaterial eine 3D-Filmwelt mit Tiefenwirkung. Ein spezieller Algorithmus sorgt dafür, dass nur bewegte Bilder in 3D umgerechnet werden: Der Hintergrund erhält mehr Tiefe, bleibt dabei aber „stabil“. So entsteht ein authentisches Raumbild mit ganz natürlichen 3D-Effekten.

Unique Home Living Linie jetzt bei Walther Neue Foto-Accessoires

Walther Alben und Rahmen hat zum Herbst- und Weihnachtsgeschäft sein Sortiment erweitert: Ab sofort bieten die Nettetaler neben den bekannten Rahmen und Fotoalben mit der Linie Unique Home Living schöne Wohnaccessoires an – die natürlich alle einen Bezug zum Fotografieren, zu Bildern und zum Präsentieren haben.

Die neue Linie Unique Home Living wird eingeführt mit den sechs Unterkapiteln Vintage Hearts, Vintage Club, Vintage Brocante, Cottage, Country Style und Gallery. Während die zuerst genannten Kategorien ein natürliches und nostalgisches Flair vermitteln sollen, ist Gallery auf klare Formen und Farben ausgerichtet.

Neben den Rahmen enthält das Unique Home Living Portfolio als Ergänzungsartikel ein modernes Memo-board. Dieses ist mit einer gebürsteten Metallplatte und zusätzlich sechs schwarzen Magneten ausge-



Bild oben: Ein frisch aufgelegter Katalog informiert auf 21 Seiten über Walthers neue Unique Home Living Linie.

stattet und bietet Platz für sechs Fotos.

Abgerundet wird das Unique Home Living



Auch ein Foto-Memoboard und ein Foto-Tablett in zwei Farbvarianten gehören zur neuen Unique Home Living Linie.



Porträtrahmen Vintage Brocante

Vintage Brocante ist ein Beispiel für Artikel der Unique Home Living Serie. Hier finden sich zum Beispiel Rahmen der Serie Saint Germain (Bild links). Diese werden mit Holzprofilen mit verschnörkelter Leiste in drei Farben angeboten. Und die Serie Angelo bietet verspielte und liebevoll bearbeitete Rahmen mit weißen Holzprofilen und eingearbeiteten Engel- und Rahmenapplikationen, auch mit Herzausschnitten.

Living Linie sind in einem speziellen Katalog zu finden, der ab sofort bei Walther bestellt werden kann. Informationen gibt es auch online auf der Homepage www.unique-home-living.de; bestellt werden können die Produkte wie gewohnt unter www.waltherdesign.de. Und wer Unique Home Living in die Hand nehmen möchte, kann das unter anderem auf der Ringfoto-Herbstmesse vom 7.–9. Oktober in Erlangen machen.

Wertgarantie kooperiert jetzt auch mit PluralMedia

Wertgarantie und die InfoTip Servicegesellschaft bieten mit ihrem jeweiligen Leistungsangebot Dienstleistungen zum Ausbau von Fachhandelsstärken wie kompetente Beratung und verlässlicher Service. Ab sofort kooperieren beide Unternehmen im Qualifizierungs- und Personenzertifizierungskonzept PluralMedia.

Mit der fortschreitenden Digitalisierung und zunehmenden Vernetzung aller Elektro- und Elektronikgeräte in den Haushalten bieten sich klare Chancen zur Abgrenzung von der Großfläche: Die Spezialisten im Fachhandel beherrschen alle technischen Grundlagen der Bereiche UE, IT und TK. Sie unterstützen die Kunden bei der Ideenfindung, bei der Planung und der Produktzusammenstellung und entwickeln sinnvolle und funktionsfähige Gesamtlösungen. Die notwendige fachliche Qualifikation des beratenden Fachper-



Seit etwa zwei Jahren bildet die InfoTip Servicegesellschaft Mitarbeiter des Fachhandels zu qualifizierten PluralMedia Beratern aus.

sonals lässt sich seit etwa zwei Jahren durch die Zertifizierung zum PluralMedia Berater bzw. zum PluralMedia Spezialisten abbilden, das Fachhandelsunternehmen als solches kann sich durch den TÜV Rheinland als PluralMedia geprüfter Fachbetrieb zertifizieren lassen.

„Kunden haben im PluralMedia-zertifizierten Fachhandel die Sicherheit, neben kompetenter Beratung auf Augenhöhe die komplette Vor-Ort-Installation aller Netzwerkkomponenten zu erhalten“, erläutert Johannes Schulze, Vorstand Marketing und Vertrieb bei Garantie-Dienstleister Wertgarantie. Die Rundum-Dienstleistung eines serviceorientierten Fachhändlers beinhaltet heute bei vielen tausend

Händlern auch Informationen über individuelle Möglichkeiten der Garantieverlängerung und -erweiterung. Schulze: „Gemeinsam ist den beiden Dienstleistungsangeboten von Wertgarantie und InfoTip, dass sie zum einen für langfristige Kundenbindung sorgen, denn ein gut beratener Kunde, der sich hinsichtlich seiner individuell auf ihn zugeschnittenen Produkte keine Gedanken um mögliche Reparaturen machen muss, bleibt seinem Fachhändler treu und kehrt auch bei weiteren Neuanschaffungen zu ihm zurück.“

Zum anderen trägt die Spezialisierung auf kundengerechten Service durch PluralMedia und Wertgarantie deutlich zum betriebswirtschaftlichen Ergebnis der Fachhandelspartner bei.

Neues Portokostenmodell bei DGH Großhandel

DGH Großhandel hat ein neues Portokostenmodell eingeführt: Seit Anfang Juli fallen für Großgeräte keine Sperrgut- oder Speditionsgebühren mehr an – unabhängig von der Anzahl der bestellten Geräte. Gleichzeitig ist jede Lieferung ab einem Nettobestellwert von 500 Euro porto- und versicherungsfrei.

walimex^{pro} VC-Plus Studioblitz Serie

Wir lassen Sie nicht abblitzen!

- Premium Studioblitz mit beleuchtetem digitalem Display: sehr übersichtlich, alle wichtigen Funktionen auf einen Blick!
- sehr leise Gebläsekühlung
- durch optional erhältliche Fernbedienung steuerbar (für bis zu 7 Blitze möglich), somit ideal zur Verwendung mit Deckenschienen-Systemen

ab: 249,99 €

Foto Walser GmbH & Co. KG - Besuchen Sie unseren Online-Shop unter: www.foto-walser.de



Gute Umsätze, gute Stimmung, gute Organisation

Smart IFA



Das Messe-Thema schlechthin: Smart TV mit attraktiven Angeboten, die es leicht machen, Inhalte direkt vom Fernseher aus abzurufen.

Die Veranstalter zeigten sich mit dem Messe-Ergebnis sehr zufrieden: Die Zahl der Besucher stieg um 3% auf 238.000; das Ordervolumen legte nach vorläufigen Zahlen um rund 6% auf 3,7 Milliarden Euro zu. Nach oben entwickelte sich die Zahl der Fachbesucher: Sie stieg um 12% auf 132.900. Das ist vor allem der wachsenden internationalen Bedeutung der IFA zu verdanken: Mit 51.200 kamen doppelt so viele Fachbesucher aus dem Ausland nach Berlin als 2010.

Keine Sensationen

Dass die großen Sensationen ausblieben, tat der guten Stimmung in Berlin keinen Abbruch. Im Gegenteil: Han-



delsvertreter lobten das „entspannte“ Klima rund um den Funkturm und begrüßten die Atempause, die es ermöglicht, die Innovationsflut der letzten Jahre erst einmal qualifiziert zu vermarkten.

Einer der größten Hingucker war ohne Zweifel der „brillenlose“ 3D-Fernsehbildschirm von Toshiba. Seine Quad Full-HD-Auflösung mit 3.840 x 2.160 Pixeln zahlt sich nicht nur beim ansprechenden 3D-Effekt aus, sondern auch bei der Wiedergabe zweidimensionaler Programme. Das gilt nicht nur für Film und Fernsehen, sondern in besonders beeindruckender Weise auch für

Die IFA 2011 hat die positiven Prognosen bestätigt: Auf dem ausgebuchten Berliner Messegelände präsentierten 1.441 Aussteller (+1%) ihre Produkte auf 140.200 Quadratmetern (+4%) belegter Ausstellungsfläche. Während das Angebot in den Segmenten Consumer Electronics und Haushaltsgeräte den Weltmarkt komplett widerspiegelt, waren Foto und Imaging nur als Auswahl vertreten.

Digitalfotos: Mit seiner extrem hohen Auflösung und strahlenden Farben ist der 55" große hochauflösende Bildschirm der schönste digitale Bilderrahmen der Welt – und mit einem UVP von 7.999 Euro auch der teuerste.

In aller Munde: Smart TV

Der Messehit in Berlin war ohne Zweifel Smart TV – die Verbindung von Fernsehgerät, Internet sowie mobilen und sozialen Netzwerken. Das Thema selbst ist bekanntlich nicht neu, aber seit der IFA ist es spektakulär in den Blick der Öffentlichkeit gerückt. Im Mittelpunkt standen dabei weniger die Geräte, sondern vor allem die Plattformen, über die die vielfältigen Angebote vermarktet werden.

Panasonic, Sony, Samsung, Toshiba und neuerdings Grundig setzen bei ihren Fernsehern auf eigene Auftritte, die mit den Inhalten zahlreicher Partner gefüttert werden. Demgegenüber steht die Allianz von LG, Loewe, Sharp und Philips, die auf einer gemeinsamen Plattform den Zugang zu vielfältigen Inhalten anbieten. Zu denen wer-



Die Enthüllung des brillenlosen 55" 3D-Bildschirms bei Toshiba war einer der Höhepunkte der IFA.

den in Zukunft immer häufiger 3D-Filme gehören, damit die Kunden die entsprechenden Fähigkeiten ihrer Fernseher auch nutzen können.

Schließlich gibt es auch Angebote, um aus „unsmarten“ TVs internetfähige Geräte zu machen. Dazu gehört Hama intelligente Box, mit der die Android-Welt auf jedem Fernseher zugänglich wird.



Smart TV mit PoS-MAIL, der Schwesterzeitschrift von *imaging+foto-contact* für die CE-Branche. Der erfolgreiche PoS-MAIL IFA Guide war nicht nur für die App-Stores von Apple, Android und Blackberry verfügbar, sondern wurde auch auf dem Samsung Stand als App für die Smart TVs demonstriert.

Tablet-Boom und Tablet-Drama

Die in Berlin ebenfalls hochgehandelten Tablet-Computer machen nicht nur den mobilen Zugang zu den Netzwerken einfach, sondern entwickeln sich zu interaktiven Fernbedienungen, mit denen Smart TVs gesteuert werden. Dazu gibt es von verschiedenen Herstellern entsprechende Apps, die es z. B. ermöglichen, mit anderen Menschen über laufende Programme zu diskutieren oder während des laufenden Programms das Fernsehbild auf dem Tab mitzunehmen, wenn man einmal den Raum verlassen muss.

Der leidige Tablet-Streit zwischen Apple und Samsung machte auch vor der IFA nicht halt: Die Koreaner mussten einige ihrer Tab-Neuheiten vom Stand räumen, was nicht nur bei ihnen selbst, sondern auch bei Fachbesu-



Der nächste Trend? „Social TV“, bei dem sich Menschen in Echtzeit über die Programme austauschen können, die sie gerade sehen. Das könnten auch selbst aufgenommene Fotos und Videos sein – oder gar das gestaltete Fotobuch vom letzten Urlaub.

chern zu Ärger führte – Ärger über Apple wohlgernekt.

Unsichtbar: Smart Imaging

In der „smarten“ Welt“ der vernetzten Consumer Electronics, die sich auf der IFA selbst feierte, spielten Foto und Imaging nur eine kleine Rolle. Natür-



Nur für große Taschen? Das voluminöse Teleobjektiv auf dem Sony Stand wollte nicht so recht zum Slogan „Professional quality in your pocket“ (Profi-Qualität in Ihrer Tasche) passen.

lich zeigten die Vollsortimenter wie Panasonic, Samsung und Sony auf der IFA auch Kameras und Camcorder. Canon war wieder mit dem repräsentativen Zelt im Sommergarten vertreten. Fujifilm, Nikon (mit einem nur für Fachbesucher zugänglichen Stand) waren gemeinsam mit einigen Zubehör-Lieferanten in der mobilen Halle X19 untergebracht, die ursprünglich als eine Art Domizil für die Imagingbranche in photokina-freien Jahren angedacht war, in dieser Funktion aber noch deutliches Wachstums-

potential hat. Weitere Imaging-Unternehmen, darunter Cewe Color, DGH, Rollei und S&M Rehberg, waren an verschiedenen Stellen des Messegeländes vertreten; Hama konzentrierte sich auf seinem repräsentativen Stand weitgehend auf Consumer Electronics und Hausgeräte-Zubehör.

Die derzeitigen Sortimente der großen Fotohersteller bieten – von einer Handvoll WLAN-fähiger Kameras abgesehen – keine Brücke zu den Netzwerken der Consumer Electronics Industrie, zumindest keine, die ohne PC oder Notebook funktioniert. Von den allgegenwärtigen Netzwerken Facebook und flickr abgesehen, gibt es deshalb kaum „smarte“ Anwendungen, die Appetit darauf machen würden, sich auf den großen und immer besseren Fernsehbildschirmen auch mit Fotos zu amüsieren. Während die Consumer Electronics Branche es ihren Kunden ermöglicht, Filme, Musik und andere Inhalte über den Fernseher herunterzuladen und gegebenenfalls auf andere digitale Geräte zu verteilen, kommt der Hobbyfotograf nicht am PC vorbei, wenn er mit Bildern kommunizieren, sie in soziale Netzwerke hochladen oder Bildprodukte beim Fotohandel bestellen will. „Smart“, das muss man konstatieren, ist das (noch) nicht.



Großes Smartphone oder kleines Tablet? Das 3,3“ große Galaxy Note von Samsung soll nach den Vorstellungen von DJ Lee, Executive Vice President und Head of Global Sales und Marketing von Samsung Mobile, zum ultimativen mobilen Gerät werden – zunächst allerdings nicht in Deutschland.

Jetzt

Die Auflage ist erfahrungsgemäß schnell vergriffen.

bestellen!

Die große Werbeaktion zur Foto-Wintersaison.

Nutzen Sie die kostenlose Informations- und Werbebroschüre für Ihren Verkauf!

Informieren Sie Ihre Kunden über aktuelle Kameras, Filme und Zubehör.

Das attraktive Werbemittel für den Fotohandel - mit klarem Markenartikel-Konzept!



Sichern Sie sich jetzt genügend Exemplare dieser Broschüre!

FOTO-WINTER 2011/2012

Senden Sie den Bestellcoupon einfach per Fax an:

0 21 02 - 20 27 90

oder per Post an:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

FOTO-WINTER 2011/2012

Postfach 1229
40832 Ratingen

Bitte liefern Sie mir kostenlos frei Haus Exemplare (Verpackungseinheit 500 Stck.) der Broschüre:

Foto-Winter 2011/2012

Ab 1.000 Exemplaren besteht die Möglichkeit des individuellen Firmeneindrucks. Die Gebühr beträgt 38,50 € für die ersten 1.000 Exemplare und jeweils 14,50 € für weitere 1.000 Exemplare (zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer). Auf Wunsch kann zu Broschüren mit individuellem Firmeneindruck kostenlos eine individuelle Preisliste geliefert werden.

Wir wünschen einen Firmeneindruck.

Wir wünschen eine eigene Preisliste.

Absender/Firma:

Postfach/Straße: PLZ/Ort:

Name des Sachbearbeiters: Tel. Nr.:

Datum: Unterschrift:

Sehr wichtig! Bitte geben Sie unbedingt an, mit welchem Finisher Sie zusammenarbeiten:

allcop CeWe Color Fujicolor andere, und zwar:

Zur Bearbeitung Ihres Auftrags werden Ihre Daten elektronisch gespeichert. Bitte kreuzen Sie dieses Feld nur an, wenn Sie nicht mit der Weitergabe Ihrer Adresse an die Fotoindustrie oder den Fotogroßhandel einverstanden sind:

Frank Späth: Lumix G - System Fotoschule G3 • GH2

Die neue Lumix G-System Fotoschule von Lumix-Spezialist und Chefredakteur der Zeitschrift „Photographie“, Frank Späth, bietet detaillierte Informationen über die aktuelle Lumix Generation G3 und die GH2 und



trägt dazu bei, das technische Potential der Kameras in der Praxis umzusetzen und somit bessere Fotos zu erzielen. Zielgruppe dabei

sind Einsteiger und Fortgeschrittene, denn neben leicht verständlichen Erläuterungen der Ausstattungsdetails intensivieren Mini-Workshops und zahlreiche Tests wichtige Aspekte rund um das Thema Bildqualität und Kamera-Programmierung.

Die Modelle GH2 und G3 liefern eine semiprofessionelle Bildqualität bei minimalen Abmessungen. In diesem Zusammenhang sind natürlich Objektive ein wichtiges Thema. So führt das Buch die Leser auf 60 Seiten in die Objektivwelt von Panasonic und anderen Herstellern ein. Alle Lumix G-Objektive inklusive der neuen Leica DG Summilux 1,4/25 mm werden ausführlich besprochen und hinsichtlich ihrer Leistungsfähigkeit untersucht.

Ergänzt wird die Fotoschule mit detaillierten Infos über diverse Adapter-Lösungen zum Anschluss unzähliger neuer und klassischer Objektive an die Lumix G.

Neu im Workshop ist das Thema Video-Praxis. Hier gibt der professionelle Filmemacher Jan Brockmann Tips, wie man ein Video konzipiert und welche gestalterischen „Gesetze“ beim Dreh zu berücksichtigen sind.

Und last but not least bietet Frank Späth alles Lesern und Interessierten mit seinem unabhängigen Lumix-Forum eine interaktive Verlängerung des Buches mit Zusatzinfos und regem Gedankenaustausch.

Frank Späth: Lumix G System Fotoschule G3 – GH2, 288 Seiten, Hardcover, Format 23,5 x 16,5 cm, Point of Sale Verlag Gerfried Urban, Baierbrunn 2011, ISBN 978-3-941761-20-9, 34 Euro.

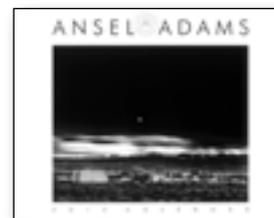
Ansel-Adams-Kalender 2012

Der Klassiker unter den Fotokalendern, der Ansel-Adams-Kalender, der seit 1983 alljährlich im gleichen und noch von Ansel Adams festgelegten Layout erscheint, ist jetzt wieder erhältlich und überzeugt mit 13 Motiven aus dem Fundus der überragenden Landschaftsfotografien des Meisters der klassischen Schwarzweißfotografie. Der hochwertige Druck, die großfor-

matigen Abbildungen und natürlich die faszinierenden Fotografien machen den Wandkalender zu einem begehrten Begleiter durch das Jahr. Hier zeigen sich Adams' Liebe zu Natur und Landschaften und ein Höchstmaß an technischer Präzision bei der Realisierung der Bildideen, so dass die Fotos über die Jahrzehnte hinweg nichts von ihrer Faszination verloren haben.

Neben dem Wandkalender erscheint für 2012 auch wieder ein Buchkalender, der gleich 53 Fotografien von Ansel Adams zeigt und zusätzlich Raum für tägliche Notizen bietet.

Ansel Adams: 2012 Calendar. Monatskalender mit 13 Duoton-Fotos (Januar 2012 bis Januar 2013), 39,5 x 32 cm, Kalendarium englisch, Spiralbindung, 16,95 Euro.



Ansel Adams: 2012 Engagement Calendar. Wochenkalender. 112 Seiten mit 53 ganzseitigen Duoton-Fotos, 24 x 21 cm, Kalendarium englisch, Spiralbindung, 16,95 Euro.

Beide Kalender sind erhältlich bei Lindemanns Buchhandlung, Nadlerstr. 4, 70173 Stuttgart, www.lindemanns.de

**DEUTSCHE
UNTERNEHMERBÖRSE**
Ein Partner von
Handelsblatt

25.000 Nachfolger suchen Firma

DER ONLINE-MARKTPLATZ FÜR UNTERNEHMER UND INVESTOREN – EINFACH, SICHER UND SCHNELL ZUM VERKAUFSERFOLG.

- 1 EFFIZIENTE SUCHE:** Gemeinsam mit dem „Handelsblatt“ erreicht DUB bundesweit wöchentlich bis zu 1,2 Millionen potenzielle Käufer.
- 2 ZIELGENAUE ANSPRACHE:** Pro Inserat ergeben sich monatlich durchschnittlich acht hochwertige Kontakte.
- 3 GERINGE KOSTEN:** Für monatlich 59 Euro sichert ein Verkaufsinserat auf DUB.de höchste Erfolgsaussichten – provisionsfrei, ohne weitere Kosten.

33%
RABATT

SERVICE FÜR „imaging+foto-contact“-LESER!

TESTEN SIE DUB ZUM SONDERPREIS: Schalten Sie einfach Ihr Drei-Monats-Verkaufsangebot auf DUB.de zum Preis von zwei Monaten. Sie sparen 59 Euro. Es fallen keine weiteren Kosten an.

UND SO GEHT'S: Schreiben Sie eine E-Mail mit dem Betreff „Deutsche Unternehmerbörse“ an r.greua@cat-verlag.de oder rufen Sie an unter 040/468832-668. Sie erhalten dann umgehend Ihre Zugangsdaten.

WWW.DUB.DE

5.776 zahlende Abonnenten (IVW 2/2011)

lesen Monat für Monat imaging+foto-contact mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige.

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 7.400 Exemplaren bundesweit (IVW 2/2011). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 7.400 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 645,- €, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 323,- €. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 38 v. 01.01.2011) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

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

Fotofachgeschäft

in einer westdeutschen Stadt
mit 70.000 Einwohnern, große
Industrieansiedlung, gute Lage,
aus persönlichen Gründen
zu verkaufen.
Tel. 0 00/00 00 00

Wir sind ein gut eingeführtes und erfolgreiches Paß- und Portraitstudio mit Fotofachgeschäft in der City von Bilderberg. Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir zum nächstmöglichen Termin eine/n

Fotografen/-in

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

Foto Studio • Mustermannstr. 70 • 01000 Bilderberg

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

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

**zum
mm-Preis von
1,61 € x 85 mm hoch
= 136,85 €
zzgl. gesetzl. MwSt.**



Auftrag

Klein- und Personalanzeigen

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

- einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
 in den Ausgaben

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

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

Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste an meine e-Mail-Adresse:

**C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Anzeigenabteilung imaging+foto-contact
Postfach 12 29
40832 Ratingen**

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

ffc 10/2011

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

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

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift

Der **Verband für Journalisten** bietet Beratung, Fachinfos, Presseausweis, Medienversorgung und vieles mehr. Kostenlose Infos für hauptberufliche Journalisten & Pressesprecher:

DPV Deutscher Presse Verband e.V.
 Stresemannstr. 375 • D-22761 Hamburg
 Tel. 040/8 99 77 99 • Fax 040/8 99 77 79
 info@dpv.org • www.dpv.org

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

POLAROID 600er-FARB-Film NEU!
www.nordfoto.de

Anzeigenschluss für Kleinanzeigen
 in der Ausgabe 11/2011 ist der **18. Oktober 2011**.
 Senden Sie uns einfach ein Fax an: 0 21 02 / 20 27 90
 oder per e-Mail an: r.gruna@cat-verlag.de

Foto-Aktienkurse

		19.09.2011	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	3.270	3.495	3.270	4.335
Casio	YEN	463	474	449	742
CeWe Color	EUR	28,01	27,38	24,50	35,98
Du Pont	USD	47,12	443,79	43,34	57,00
Eastman Kodak	USD	2,77	3,04	1,75	5,94
Fujifilm	YEN	1.802	1.877	1.756	3.125
Hewlett-Packard	USD	23,53	293,60	22,13	49,38
Hitachi	YEN	381	386	334	523
Imation	USD	7,42	6,79	6,64	12,35
Jenoptik	EUR	4,67	4,56	3,91	6,65
Leica	EUR	17,25	17,06	11,70	18,33
Metro	EUR	29,73	30,47	26,78	58,71
Olympus	YEN	2.072	2.156	1.974	2.835
Samsung	KRW	808.000	691.000	672.000	1.014.000
Seiko Epson	YEN	1.024	1.044	996	1.555
Sharp	YEN	602	594	567	959
Sony	YEN	1.513	1.578	1.480	3.105
Spector	EUR	0,52	0,55	0,46	0,86
Toshiba	YEN	311	309	289	553

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

Ihr Reparatur-Service für Foto-, Video-, Film-Geräte sämtlicher Hersteller



Lichtensteinstraße 75
 72770 Reutlingen-Gönnigen
 Telefon 0 70 72/ 92 97-0
 Telefax 0 70 72/ 2069
 E-mail: Info@Geissler-Service.de
www.geissler-service.de

Autorisierte Vertragswerkstatt



Panasonic
 Service-Center
 Reutlingen

Pioneer

reflecta

Saeco
 Kaffeeautomaten



SONY
 Authorized Service Center

TAMRON

Inserenten-Verzeichnis

Business Forum Imaging . 2. U.	Pentax.....	25
C.A.T.-Verlag.....	Promaxx.....	9
Cewe Color.....	Tetenal.....	27
DGH.....	Walther.....	31
Fujifilm Imaging.....	Waiser.....	37
Kürbi.....	WertGarantie.....	35
Panzer-Shopconcept.....	Kleinanzeigen.....	42 – 43

IMPRESSUM
imaging+foto-contact

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

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>
 Bankverbindung: Postbank Essen
 Kto. 164 565 438, BLZ 360 100 43
 IBAN: DE35 360100430164565438
 BIC: PBNK DE FF

Herausgeber:

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

Redaktion:

Thomas Blömer (verantwortlich)
 Dipl. Kfm. Andreas Blömer
 Jürgen Günther
 Dr. Herbert Päge
 Jutta Ramlow
 Dipl.rer.pol. Karla Schulze

Neuheitenredaktion:

Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Hans Joseph Blömer

Anzeigen:

Thomas Blömer (verantwortlich)
 Ralf Gruna
 Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
 Nr. 38 v. 1. Januar 2011

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Albert Willmann

Vertrieb:

Silke Gräßel

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:

D+L Printpartner 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

ab

7,95 €*



*Abgebildetes Produkt hat einen höheren Preis. Diesen entnehmen Sie bitte der Preisliste. Die Preise verstehen sich inkl. MwSt. zzgl. Bearbeitungspauschale und evtl. anfallender Versandkosten

- Europas beliebtestes Fotobuch ●
- Prämierte Qualität ●
- Einfachste Gestaltung ●
- Riesenauswahl ●

Mein CEWE FOTOBUCH

Ihre Fotos als echtes Buch!

Gestalten Sie Ihre persönliche Fotoerinnerung! Kombinieren Sie Ihre Bilder mit attraktiven Hintergründen, eigenen Texten und individueller Seitengestaltung in einem CEWE FOTOBUCH – ab 7,95 €.*



50 |  **cewe**
JAHRE | I N N O V A T I O N

www.cewe-fotobuch.de