€ 4,– • ISSN 1430 - 1121 • 39. Jahrgang • 30605

imaging + foto contact

11 2010

Fachzeitschrift für die Fotobranche • www.worldofphoto.de

photokina 2010 — ein voller Erfolg Das war Spitze!

„Das war eine photokina, die das Prädikat 'weltmeisterlich' wahrhaft verdient hat", so Christoph Thomas, der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbandes. In der Tat präsentierten 1.251 Anbieter aus 45 Ländern eine nie dagewesene Produktvielfalt. S. 8

Canon Expo 2010 Paris — 8.000 Quadratmeter Innovationen

Innovationen für praktisch alle Bereiche der Bildkommunikation standen im Mittelpunkt der Canon Expo 2010. Nicht nur über Canons aktuelle imaging-Produkte wurde informiert, sondern auch über Zukunftskonzepte und neue Technologien. S. 20

Casio — neuartige Funktionen für noch mehr Fotovergnügen

Casio hat mit der Exilim EX-ZR10 und der Exilim EX-H20G zwei neue Kompaktkameras eingeführt, die das Fotovergnügen „über das herkömmliche Maß hinaus mit weiteren Funktionen bereichern", so Hiroshi Nakamura, Managing Director Casio Computer. S. 36

Anzeige

Systemkamera der neuen Generation
LUMIX G™
MICRO SYSTEM

Spaß und mehr Freiheit für Foto und Video

HD-Video

LUMIX G2 Touch AUTOFOKUS

Zu den besonders praktischen Merkmalen der LUMIX G2 gehört der große, schwenkbare Touchscreen-Monitor. Er erhöht den Bedienungskomfort bei Foto- und Videoaufnahmen. Seine flexible Positioniermöglichkeit erleichtert Aufnahmen aus anderen Perspektiven als immer nur auf Augenhöhe. Mit leichtem Antippen lassen sich wichtige Funktionen bei Aufnahme und Wiedergabe reaktionsschnell und sicher steuern, ganz wie es das Motiv erfordert. Ein einfaches Antippen des Monitors reicht, um den schnellen und exakten Kontrast-Autofokus auf das wichtigste Motivdetail zu konzentrieren. Bewegt sich das Objekt, folgt ihm die G2 dank AF-Tracking mit der Entfernungseinstellung.

Übersicht behalten

Zentrale Aufnahme

Von unten betrachtet

Lumix DMC-G2
Cashback 100 €
01.11.2010 bis 15.01.2011
Mehr Informationen unter www.panasonic.de/G2-aktion

Touch AUTOFOKUS

MICRO FOURTHIRDS

Panasonic
ideas for life

Das Internet ist kein Feind, sondern Realität

Keine Angst vorm Netz

Nach der überaus erfolgreichen photokina, die die Vielfalt der digitalen Fotowelt brillant demonstrierte, zeigt der Fotohandel jetzt im Internet verstärkte Präsenz. Nahezu zeitgleich haben die großen Kooperationen übergreifende Online-Bildershops für ihre Mitglieder freigeschaltet: Auf „Ringfoto Bilder & Mehr" und „Genial digital" (europafoto) haben die Konsumenten die Möglichkeit, zahlreiche Bildprodukte direkt von zu Hause aus zu bestellen und anschließend im Fachgeschäft ihrer Wahl abzuholen.

Thomas Blömer, Verleger

„Endlich!" möchte man ausrufen, denn bislang haben viele Fotohändler – Ausnahmen bestätigen die Regel – im Internet eher einen Wettbewerber, wenn nicht gar einen Feind gesehen, als eine Plattform für zusätzliche Umsätze. Das hat allerdings keinen Konsumenten daran gehindert, nicht nur Bildprodukte, sondern auch Kameras und Zubehör online einzukaufen. Die Zurückhaltung des qualifizierten Fotohandels im Netz hat dabei im Grunde nur dem spezialisierten Internet-Versandhandel genutzt. Deshalb ist es eine weitere gute Nachricht, dass Ringfoto auch die Ringfoto Webworld auf Vordermann gebracht und damit seinen Mitgliedern noch bessere Möglichkeiten eröffnet hat, eigene Internetshops zu betreiben.

Denn das große Angebot von Fotogeräten und Bildprodukten im Netz ist keine Konkurrenz für den Fotohandel, sondern einfach Realität. 24,3 Milliarden Euro Umsatz erwartet der Bundesverband des deutschen Versandhandels 2010 im Internet, das wären 12 Prozent mehr als im Vorjahr. Fotoprodukte, das zeigen die Zahlen der GfK, werden sogar besonders häufig online gekauft. Zudem nutzen immer mehr Konsumenten das Internet als Plattform für ihre Bilder. Facebook meldete im Sommer eine halbe Milliarde registrierte Mitglieder, und die laden jeden Monat mehr als drei Milliarden Fotos allein in dieses Netzwerk hoch. Auch als Medium zur Information über Foto- und Imagingprodukte spielt das Internet eine immer größere Rolle. Das ist die Realität, und an der kommt kein Fotohändler vorbei, der jetzt und in Zukunft im Geschäft bleiben will. Niemand kann es sich leisten, auf die steigenden Online-Umsätze mit Bildprodukten und Hardware zu verzichten. Niemand!

Denn es ist absehbar, dass sich der Online-Trend in den nächsten Jahren weiter beschleunigen wird. Der Grund dafür liegt in der „Connectivity", der immer besseren Netzwerkfähigkeit von Aufnahme- und Wiedergabegeräten, für die das Internet die weltweite Plattform ist. Es hat seine Gründe, warum die TV-Hersteller ihre Geräte immer häufiger mit Internet-Zugang ausstatten: Denn die Inhalte zu den Wachstumsfeldern HD und 3D kommen immer häufiger aus dem Netz, und dazu gehören auch Fotos und Videos. Das bedeutet, dass in Zukunft immer mehr Konsumenten über das Fernsehgerät auf ihre Bilder zugreifen und auch Bilddienstleistungen bestellen können. Wer dann im Internet nicht mit attraktiven Angeboten präsent ist, geht leer aus.

Wirklich internetfähige Kameras gibt es zwar noch nicht – aber es wird sie geben, und zwar bald. Denn die immer populäreren SmartPhones mit eingebauter Kamera sind allesamt voll netzwerkfähig und bieten alle Möglichkeiten, im Internet mit Bildern zu kommunizieren. Wenn die Kamera-Industrie da nicht nachzieht, würde sie genauso Umsatz verlieren wie Fotohändler, die das Internet ignorieren.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Olympus startet Aktion für die PEN E-PL1: Geld-zurück-Garantie 26

Editorial

So eine Vielfalt gab es noch nie – Die größte photokina aller Zeiten 3

Wichtiges aus worldofphoto.de 6

Internationale Messen

Die photokina 2010 war ein voller Erfolg: Das war Spitze! 8

Business Forum Imaging Cologne 18

Canon Expo 2010 Paris: 8.000 Quadratmeter Zukunft 20

Neuheiten 32, 34, 40, 47, 54, 71, 72, 74

„3D MotionTour" mit der Panasonic Lumix GH2: Kaiserliches Shooting 16

Sanyo stellt Trio für Foto-Einsteiger vor: Dreimal 14 Megapixel 24

Casio führt neuartige Funktionen ein: Mehr Fotovergnügen 36

Pentax erhöht die Zahl der SLR-Modelle: Breites Sortiment 42

Viele Metz Neuheiten auf der photokina: Blitz-Innovationen 48

Handel

Olympus startet Aktion für die PEN E-PL1: Geld-zurück-Garantie 26

Nikon Road Show XXL: Produktpräsentation mit Stargästen 28

Sony Deutschland stellt Außendienst neu auf: Neustart, Phase zwei 33

Gute Stimmung auf der Ringfoto Herbstmesse: Neues im Online-Geschäft . . 44

Großes Interesse an Binkert Shooter Family: Neues Erfolgskapitel 55

ZUM TITELBILD

Olympus startet Aktion für die PEN E-PL1 – Geld-zurück-Garantie

Mit einer außergewöhnlichen Aktion unterstützt Olympus derzeit den Fotohandel beim Abverkauf der Olympus PEN E-PL1: Endkunden, die diese Kamera bis zum 31. Dezember kaufen, haben die Möglichkeit, sie 30 Tage lang zu testen. Entspricht die Kamera nicht den Erwartungen, kann der Kunde sie problemlos zurückgeben, und das mit Geld-zurück-Garantie. Seite 26

INTERNATIONALE MESSEN

Die photokina 2010 war ein voller Erfolg: Das war Spitze!

„Das war eine photokina, die das Prädikat 'weltmeisterlich' wahrhaft verdient hat." So fasste Christoph Thomas, der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbandes, die Ergebnisse der weltweiten Leitmesse für die Foto- und Imagingbranche zusammen. Tatsächlich präsentierten die 1.251 Anbieter aus 45 Ländern in diesem Jahr eine noch nie dagewesene Vielfalt von Produkten, Systemen und Bilddienstleistungen. Seite 8

NEUHEITEN

„3D MotionTour" mit der Panasonic Lumix GH2: Kaiserliches Shooting

Panasonic hat auf der photokina mit der Panasonic Lumix GH2 eine neue Lumix Systemkamera vorgestellt, die vor allem durch ihre professionellen Videofunktionen beeindruckt. Wie diese in der Praxis anzuwenden sind, erfuhr eine Gruppe von Fachjournalisten, die wenige Tage nach der Kölner Messe auf Einladung von Panasonic an der „3D MotionTour" in Wien teilnahmen. Seite 16

Pentax erhöht die Zahl der SLR-Modelle: Breites Sortiment

Nachdem Pentax bereits wenige Tage vor der photokina mit der K-r eine neue SLR-Kamera im mittleren Preissegment vorgestellt hatte, präsentierte das Unternehmen auf der Kölner Messe auch noch ein Modell für das obere Ende des Sortiments: Die neue Pentax K-5 erfüllt in vielen technischen Details professionelle Wünsche und richtet sich daher an eine besonders anspruchsvolle Zielgruppe. Seite 42

Inhalt

Interview mit Thomas Mümken,
Noritsu Verkaufsdirektor Westeuropa

Mit einem selbstbewussten Auftritt unterstrich Noritsu auf der photokina seinen Führungsanspruch bei schnellen Bilddienstleistungen im Fotogeschäft. Dabei stellte das Unternehmen mit dem neuen Drylab D1005 HR ein Printsystem vor, das eine besonders hohe Bildqualität ermöglicht. imaging+foto-contact hat mit Thomas Mümken, Noritsu Verkaufsdirektor Westeuropa, über die Perspektiven für das Bildergeschäft am PoS gesprochen. Seite 52

Interview mit Hartmut Waldmann,
Wertgarantie-Geschäftsführer...

„Einfach. Gut. Geschützt. Die Garantie-Lösung Nr. 1 in Deutschland." So lautet das Credo, mit dem der Hannoveraner Garantie-Dienstleister Wertgarantie seit geraumer Zeit auch im Fotohandel vertreten ist. Die neue Verbundenheit mit der Imagingbranche dokumentierte Wertgarantie im September mit dem ersten Auftritt als Aussteller auf der photokina. Wir sprachen mit Wertgarantie-Geschäftsführer Hartmut Waldmann und Marketingleiter Konrad Lehmann über den aktuellen Stand der Beziehungen zum Fotohandel. Seite 60

...und Konrad Lehmann,
Marketingleiter Wertgarantie

Casio führt neuartige Funktionen ein: Mehr Fotovergnügen

Casio hat auf der photokina mit der Exilim EX-ZR10 und der Exilim EX-H20G zwei neue Kompaktkameras eingeführt, die das Fotovergnügen „über das herkömmliche Maß hinaus mit weiteren Funktionen bereichern", wie Hiroshi Nakamura, Managing Director Casio Computer, auf der photokina-Pressekonferenz des Unternehmens ausführte. So ermöglicht die Exilim EX-ZR10 unter anderem vollkommen neuartige kreative Aufnahmen mit Hilfe der HDR-Funktion, während die Exilim EX-H20G als weltweit erste Kamera mit einem Hybrid-GPS-System auf den Markt kommt. Seite 36

INTERVIEWS

NEUHEITEN

Foto Walser informiert über Eigenmarken: Neues Online-Portal 59

Unternehmen

Ricoh wirbt mit Top-Fotograf Michael Comte: „Candid Photo"-Kultur 30

Bildergeschäft

di support schaltet Online-Fotolabor frei: www.genialdigital.de 51

Wachstum durch Kodaks APEX System: Ins Schwarze getroffen 56

Fotofix bietet vollautomatische Lösungen: Fotobücher in Minuten 62

Geräte und Systeme für Vor-Ort-Produzenten: Do it yourself am PoS 64

Kompaktdrucker von Mitsubishi Electric: Volumen reduziert 67

Cewe Color zündet Neuheiten-Feuerwerk: Frohes Fest! 68

Fotobücher und Fotogeschenke von Fujifilm. 73

Interviews

Noritsu unterstreicht Führungsanspruch: Wertschöpfung „in einer Stunde" 52

Interview mit Wertgarantie Managern: „Die Kasse klingelt" 60

PMA Newsline November 2010

Aktuelles von der PMA 78

Aktuell aus der PMA Newsline International 79

Klein- und Personalanzeigen 76

Impressum 77

Immer aktuell:
www.worldofphoto.de

Hansephot lädt wieder zur Hausmesse ein

Hansephot lädt alle Kunden und Interessenten zur nächsten Hausmesse ein. Diese findet am 13. November in den Räumlichkeiten des Unternehmens in 18184 Neuendorf, Mecklenburger Straße 5, statt. 25 Hersteller werden dort ihre neuesten Produkte und Services präsentieren. Als Aussteller angekündigt sind: Canon, Döhnert, Dörr, Epson, Erno, Fujifilm, Genus-Video Rigsysteme, Gitzo, Hama, Kata, Lastolite, Manfrotto, Mitsubishi Electric, Multiblitz, Nikon, Olympus, Panasonic, Quato Farbmonitore, Ritter+Wirsching, Rollei, Sigma, Sony Drucksysteme, Tecco, Walther und Visible Dust. Neben den Präsentationen der Hersteller und Lieferanten wird vor Ort auch ein „Check & Clean-Service" für Nikon DSLR-Kameras angeboten. Die Hausmesse ist von neun bis 17 Uhr geöffnet.

Andreas Wahlich verstärkt das Samsung CE Marketing Team

Andreas Wahlich unterstützt bei Samsung Electronics ab sofort das Team und verantwortet die zukünftige Entwicklung der Geschäftsaktivitäten im Kamera- und Camcorder-Segment. Nach der Integration von Samsung Digital Imaging in die CE Division und einer erfolgreichen Präsenz auf der photokina gestaltet Samsung seinen Imaging-Bereich stetig weiter. Vor seinem Wechsel zu Samsung besetzte Wahlich die Position des Managers Professional Business bei der Leica Camera AG. In dieser Funktion war er für den Aufbau der internationalen Sales- und Marketingorganisation verantwortlich. Seine Karriere startete der studierte Diplom-Ingenieur der Nachrichtentechnik bei Sony. Dort war er insgesamt 16 Jahre lang tätig. Er stand dem Professional Business & Solutions Bereich als General Manager vor und bekleidete zuletzt die Position des Sales Director Consumer AV & IT.

EWE Tel und Cewe Color bauen Zusammenarbeit aus

Das regionale Telekommunikationsunternehmen EWE Tel GmbH und Europas führender Fotodienstleister Cewe Color vertiefen ihre langjährige Zusammenarbeit. EWE Tel hat die insgesamt fünf deutschen und sieben ausländischen Standorte des Fotospezialisten virtuell vernetzt und sorgt so für den reibungslosen Datentransport für die Produktion von Bildern, Cewe Fotobüchern und weiterer Fotoartikel. Ganz egal, bei welchem der 45.000 Handelspartner in Deutschland, Frankreich, Großbritannien oder einem der anderen europäischen Länder des Vertriebsgebietes von Cewe Color ein Kunde bestellt – jedes einzelne Bild passiert die EWE Tel-Rechenzentren in Oldenburg. Von hier aus werden die Daten an die Produktionsstandorte in Europa verteilt. „Bei hunderttausenden Digitalfotos, die täglich an uns übermittelt werden, steht das zuverlässige Handling der Fotodaten unserer Kunden im Fokus. Dafür haben wir mit EWE Tel den idealen Partner gefunden", so Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender Cewe Color. „Darüber hinaus können wir durch die Lösung der EWE Tel GmbH unseren Kunden einen besonderen Service bieten: Sie können jederzeit online den aktuellen Status ihres Auftrags abfragen."
Basis für die Datenvernetzung ist das EWE Tel-Produkt „MultiConnect", über das die verschiedenen Standorte eines Unternehmens mit leistungsfähigen Bandbreiten in einem virtuellen Netzverbund zusammengefasst werden. „Cewe Color ist mit über 2,5 Mrd. Fotos jährlich Europas größter Fotofinisher und steht für Sicherheit und garantierte Verfügbarkeiten bei der Datenübertragung", erläutert EWE Tel-Geschäftsführer Ulf Heggenberger. „Mit der jetzt erfolgreich abgeschlossenen Standortvernetzung wollen wir dafür sorgen, dass das auch zukünftig so bleibt." Für die Entwicklung einer maßgeschneiderten Lösung hatte EWE Tel zunächst alle relevanten Geschäftsprozesse und IT-Strukturen bei Cewe Color analysiert. Neben der Datenvernetzung über „MultiConnect" rundet ein Komplettpaket für Internet, Festnetz und Mobilfunk den Service ab.

Frank Bolten ist bei Sharp ausgeschieden

Aufgrund unterschiedlicher Auffassungen über die strategische Ausrichtung von Sharp im Markt der Consumer Electronics hat Frank Bolten, Präsident von Sharp Electronics Germany/Austria und Geschäftsführer der Sharp Electronics (Europe) GmbH, seine Tätigkeit für das Unternehmen zum 19. Oktober beendet. Sharp erklärte in einer Pressemitteilung, Frank Bolten habe in seiner sechsjährigen Tätigkeit sehr viel für das gute Ansehen der Marke Sharp und deren Akzeptanz sowohl beim Fachhandel, der Presse als auch bei den Konsumenten bewirkt. Das Unternehmen bedauere seine Entscheidung, spreche Frank Bolten seinen ausdrücklichen Dank für die erreichten Resultate aus und wünsche ihm für seine weitere berufliche Zukunft alles erdenklich Gute.

Deloitte Technology Fast 50-Award für Personello

Die Personello GmbH ist mit dem Deloitte Technology Fast 50-Award ausgezeichnet worden. Deloitte verleiht den Preis für unternehmerische Spitzenleistung jährlich an die 50 am schnellsten wachsenden Technologieunternehmen. Die Platzierungen basieren auf dem prozentualen Umsatzwachstum der vergangenen fünf Jahre. Mit einer Wachstumsrate von 200 Prozent erreichte Personello Platz 42. Deloitte arbeitet mit 170.000 Mitarbeitern in mehr als 140 Ländern als globaler Dienstleister in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting und Corporate Finance für Unternehmen und Institutionen.

Täglich neue Branchen-Nachrichten: www.worldofphoto.de

FUJIFILM

3D-Fotos und 3D-Filme, als wären Sie mittendrin.

DIE NEUE FINEPIX REAL 3D W3

Eigene 3D-Fotos und 3D-Videos: mit der neuen FINEPIX REAL 3D W3. Tauchen Sie ein in das echte 3D-Erlebnis. Auf dem großen 3D-LCD der FINEPIX sehen Sie Ihre Bilder dreidimensional, ohne spezielle Brille. Und auch auf allen gängigen 3D-TVs werden Ihre Bilder atemberaubend real. FINEPIX – denn jeder ist kreativ!

www.finepix.de/3DW3

Die photokina 2010 war ein voller Erfolg

„Das war eine photokina, die das Prädikat 'weltmeisterlich' wahrhaft verdient hat." So fasste Christoph Thomas, der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbandes, die Ergebnisse der weltweiten Leitmesse für die Foto- und Imagingbranche zusammen. Tatsächlich präsentierten die 1.251 Anbieter aus 45 Ländern in diesem Jahr eine noch nie dagewesene Vielfalt von Produkten, Systemen und Bilddienstleistungen.

Das war Spitze!

Das Publikum wusste es zu schätzen: Mit 180.000 Besuchern kamen 7 Prozent mehr Fachleute und interessierte Konsumenten auf die photokina als 2008. Der Auslandsanteil betrug 68 Prozent; die Zahl von 167 registrierten Nationen unterstrich den Status der photokina als weltweite Leitmesse. Von den über 83.000 Fachbesuchern kamen 35 Prozent aus dem Ausland.

Die digitale Vielfalt

Auch wenn die Zahl der Aussteller und die Ausstellungsfläche gegenüber 2008 etwas abgenommen hatten, war die Vielfalt der gezeigten Produkte und Dienstleistungen in diesem Jahr besonders beeindruckend. Die digitale Revolution hat zu einem rasanten Innovationsschub geführt. Der Fotomarkt ist größer als je zuvor; noch nie wurde so viel fotografiert wie heute, und noch nie konnten die Konsumenten so viel mit ihren Fotos und Videos tun. Nach Schätzungen von GfK Retail and Technology werden in diesem Jahr weltweit 141 Millionen Digitalkameras verkauft, 11 Millionen mehr als im Krisenjahr 2009 und 1 Million mehr als im Jahr 2008. Zum Vergleich: In „analogen" Zeiten hatte der Kamera-Weltmarkt ein Volumen von rund 70 Millionen Stück.

Dabei steigen nicht nur die Mengen, sondern auch die Umsätze: Denn die Durchschnittspreise pro Kamera gehen in die Höhe. Zu verdanken ist das nicht nur der weiterhin starken Nachfrage nach Systemkameras mit und ohne Spiegel, sondern auch der immer besseren Ausstattung der Kompaktkamera-Modelle, bei denen aufwendig konstruierte Objektive mit langen Brennweiten und die Fähigkeit zum Aufnehmen von HD bzw. Full HD Videos immer häufiger zum Standard gehören.

Die neue Samsung NX100 fand auch beim weiblichen Publikum viel Aufmerksamkeit.

Eine neue Kamera-Klasse

Die photokina 2010 markierte den endgültigen Durchbruch der „spiegellosen" Systemkameras als eigenständige Kamera-Klasse. Zu den wichtigsten Neuheiten gehörten die Lumix GH2, mit der Panasonic nicht nur auf Aufsteiger aus dem Kompaktsegment zielt, sondern auch eine Alternative zu hochwertigen DSLR-Modellen bieten will – besonders für Kunden, die nicht nur mit hohem Anspruch fotografieren, sondern auch erstklassige Full-HD Videos aufnehmen wollen. Die Samsung NX100 dagegen setzt mit dem neuen i-Function Bedienkonzept vor allem auf unkomplizierte Handhabung – und verspricht mit dem großen APS-C Sensor gleichzeitig kompromisslos gute Bildqualität.

Die Hersteller der neuen Spiegellosen haben ausgesprochen optimistische Erwartungen an dieses Marktsegment und melden schon erste Erfolge. 25 Prozent der in Japan verkauften Systemkameras gehören bereits der neuen Kategorie an, erklärte Miquel Àngel García, Direktor European Marketing bei der Olympus Europa Holding, vor der Presse. In diesem Jahr, so prognostizierte San Jin Park, Präsident der Digital Imaging Division von Samsung Electronics, sollen weltweit knapp 1,5 Millionen spiegellose Systemkameras verkauft werden. Bereits im Jahr 2012 soll diese Zahl auf über 6,6 Millionen Stück steigen. Damit wäre die neue Kamera-Kategorie größer als das Segment der klassischen Spiegelreflex-Modelle. Bis zum Jahr 2015, so Park, sei sogar ein Marktvolumen von mehr als 15 Millionen Stück zu erwarten. Bis dahin, darf der Chronist hinzufügen, dürften dann die Spiegelreflex-Marktführer Nikon und Canon längst in das neue Segment eingestiegen sein. Die Nummer 3 im Spiegelreflex-Markt, Sony, fährt bekanntlich bereits „zweigleisig" und hat mit den neuen Alpha Systemkameras SLT-A33 und SLT-A55V noch eine weitere Variante ins

Mit der Lumix GH2 zielt Panasonic bei den Systemkameras in das obere Marktsegment.

Auf den ersten Blick edel: die neue Fujifilm Finepix X100.

Spiel gebracht – mit teildurchlässigem Spiegel.

Zukunft in 3D?

Auf der IFA gehörte das dreidimensionale Fernsehen zu den Hits – auf der photokina waren 3D-Kameras weiterhin selten, wurden aber viel beachtet. Panasonic trat, wie berichtet, mit einem 3D-Camcorder in der Konsumentenklasse und einem 3D-Objektiv für die GH2 an; Fujifilm präsentierte die zweite Generation seiner speziellen 3D-Kamera. Aiptek will 3D mit dem neuen „Camcorder" i2, der eher in die Kategorie der kompakten Multimedia-Kameras gehört und weniger als 200 Euro kosten soll, das Thema von der Gadget-Seite aus angehen. Dazu passt ein dreidimensionaler DigiFrame vom selben Anbieter.

Minox zeigte mit der Produktstudie PX3D ein vierlinsiges Modell, das einen anderen Weg geht als bisherige Konzepte: Um den dreidimensionalen Effekt zu betrachten, braucht man keinen 3D-fähigen Fernseher oder ein spezielles Display, sondern das soll auf jedem Bildschirm funktionieren. Erreicht wird das durch eine Animation der aus vier Einzelfotos zusammengebauten Bilddatei, die andererseits nur als zweidimensionales Foto druckfähig ist. Minox Geschäftsführer Thorsten Kortemeier sieht in dem bislang einzigartigen Kamerakonzept noch weiteres Potential. Er kann sich Aufnahme-Geräte vorstellen, die mit bis zu 16 Objektiven ausgestattet sind und es dem Anwender gestatten, den Schärfepunkt auf ganz verschiedenen Bildebenen individuell festzulegen. Dass selbst solche Kameras noch dem Namen Minox gerecht werden, wird dadurch möglich, dass äußerst kleine Objektiv-/Bildsensor-Module aus dem Fotohandy-Bereich eingesetzt werden. Vor dem Verkaufsstart der Minox PX3D will der Hersteller erst einmal die Reaktionen von Fotohandel und Konsumenten abwarten und hat dafür unter www.minox-px.com eine eigene Internetseite eingerichtet. Abhängig von der Nachfrage kann sich Kortemeier einen Verkaufsstart im Sommer des kommenden Jahres vorstellen.

Kompaktkamera-Vielfalt

Aus dem fast unüberschaubaren Angebot von Kompaktkameras besondere Highlights herauszugreifen, ist angesichts der Vielfalt fast aussichtslos. Der wichtigste Trend in diesem Segment ist, dass es keinen gibt, sondern eine immer größer werdende Zahl von Varianten für ganz unterschiedliche Kundenbedürfnisse. Das ist gerade für den Fotohandel eine gute Sache, denn mit fachkundiger Beratung kann man sozusagen jedem

3D-Varianten von Fujifilm, Minox und Panasonic.

Kunden genau die richtige Kamera verkaufen – oder auch zwei für unterschiedliche Einsatzzwecke. „Edelmodelle", die nicht unbedingt Leica heißen müssen, gibt es von mehreren Herstellern. Sie beeindrucken nicht durch digitale Spielereien oder extrem lange Zoom-Brennweiten, sondern mit aufwendigen Objektiven, die besonders große Blendenöffnungen bieten. Hier gesellen sich zur bekannten Ricoh GR III zum Beispiel die neue Finepix X100 von Fujifilm mit einem CMOS-Sensor im Format APS-C und

Geheimnisumwittert: die neue Edelkompakte von Olympus mit Zuiko Digital Zoomobjektiv, die im nächsten Frühjahr auf den Markt kommen soll.

NORITSU

face the NEXT

Wir schlagen ein neues Kapitel auf!

Wir stellen uns den Herausforderungen eines sich laufend verändernden Bildermarktes und entwickeln für alle erfolgreichen Selbstverarbeiter die neueste Generation professioneller trockener Bildausarbeitungsgeräte. Schlagen Sie gemeinsam mit uns ein neues Kapitel in Ihrem digitalen Bildergeschäft auf.

D1005 HR
NEU

Vielseitig

Ein Gerät für alle Bildaufträge.

„Mit dem neuen **D1005 HR** kann ich sowohl einseitig als auch beidseitig bedruckte Bilder bis 30er Papierbreiten jederzeit leicht und schnell selbst produzieren. Beispielsweise als beeindruckende Panoramabilder oder als Bildbandseiten für qualitativ hochwertige Fotobücher oder, oder ...“

Erweiterbar

Neues Kundenpotenzial erschließen.

„In Kombination mit dem einzigartigen EZ-Controller lassen sich mit dem **D1005 HR**-Inkjet-Lab viele weitere Produkte ausgeben: beispielsweise von PDF-Dateien. Der EZ-Controller steuert aber auch andere Ausgabegeräte bequem an, etwa meinen Large Format Printer. „

Qualität

Jeden Kunden mit bester Qualität verwöhnen.

„Der **D1005 HR** zeichnet sich nachweislich dadurch aus, dass er Bilder in hervorragender Qualität produziert. Durchs Einbinden von Farbprofilen kann er Produkte in individueller Ausgabequalität liefern. Ganz und gar abgestimmt auf die Vorstellungen meiner einzelnen Kunden. Die gesteigerte Auflösung auf **1440 dpi** ermöglicht die beste Noritsu-Bildqualität.“

NEU D1005 HR

NORITSU (Deutschland) GmbH, Siemensring 87, 47877 Willich,
Tel.: + 49 (0) 21 54. 91 57- 0, Fax: + 49 (0) 21 54. 91 57 - 70, E-Mail: info@noritsu.de, Internet: www.noritsu.de

einem hochklassigen Fujinon Objektiv mit Lichtstärke f2,0. Ein einzigartiges Merkmal dieses Modells, das vom Design her auch aus Solms kommen könnte, ist der neuentwickelte hybrid-optische Sucher – er besteht aus reinen Glaskomponenten mit extrem geringer Aberration; anstelle eines konventionellen Leuchtrahmens liegt ein LCD-Element über dem Bild, das Informationen wie Belichtungszeit, Blende, Weißabgleich oder Lichtempfindlichkeit anzeigt. Im „Elektronischer Sucher" Modus kann der Fotograf die Belichtung, Tiefenschärfe und den Weißabgleich kontrollieren. Zusätzlich gibt es ein großes LC-Display mit 1,44 Millionen Pixeln. Liefertermin: Anfang 2011.

Eine Blendenöffnung von f1,8 und ein 24 mm Ultraweitwinkel-Objektiv von Schneider Kreuznach bietet die Samsung EX1. Mit der verhältnismäßig geringen Auflösung von 10 Megapixeln auf dem 1/1,7" großen CCD Sensor soll sie auch bei wenig Licht praktisch rauschfreie Aufnahmen bieten.

Kreative Funktionen fürs Bildergeschäft

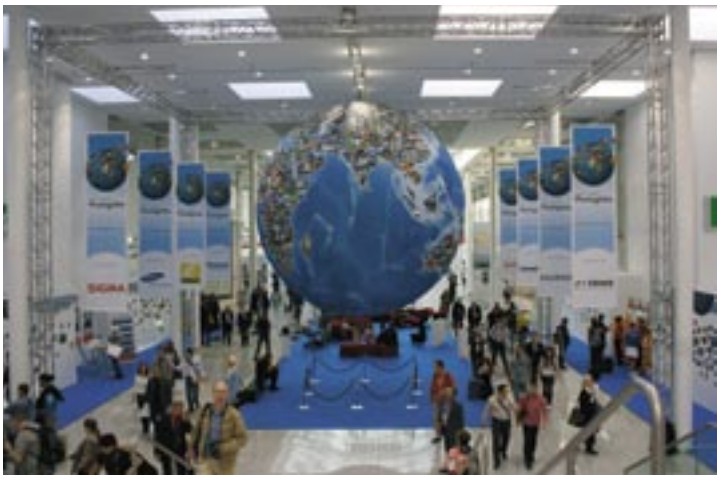
Die Vielfalt im Kamera-Angebot zeigt sich auch bei der Software: Immer mehr Modelle bieten nicht nur eingebaute Intelligenz, mit der Aufnahme-Situationen erkannt und die entsprechenden Kamera-Einstellungen vorgenommen werden, sondern auch kreative Effekte zur Erzeugung ganz neuartiger Bilder. Ein Beispiel ist der HDR Art Filter der Exilim ZR10 von Casio, mit dem aus den Fotos gemäldeähnliche Bilder werden, die wie geschaffen dafür sind, auf Fotoleinwänden oder Alu-Dibond-Platten in dekorativen Wandschmuck verwandelt zu werden. Ähnliches gilt für Kameras mit eingebautem GPS-Modul (Panasonic, Samsung, Casio), die eine Kombination von Fotos und Landkarten zu dekorativen Postern nahelegen. Immer mehr Modelle ermöglichen zudem das Sortieren und Bearbeiten der Fotos direkt in der Kamera – das ist eine wichtige Voraussetzung dafür, dass die Aufnahmen hinterher tatsächlich gedruckt oder für Fotogeschenke verwendet werden, anstatt auf der Speicherkarte oder Festplatte zu versauern. Ein besonders interessantes Beispiel ist hier der Fotobuch-Assistent, den Fujifilm in einige Finepix-Modelle eingebaut hat. In den kommenden Jahren werden mit Sicherheit immer häufiger Kamera-Modelle auf den Markt kommen, die den Kunden das leidige Aussuchen und Organisieren der Aufnahmen weitgehend abnehmen. Das sind, wenn man es richtig anpackt, gute Aussichten für das Bildergeschäft.

Besonders bei den großen Kameraherstellern drängten sich die Besucher.

„Meet the Communities" bot den Mitgliedern von Fotocommunities und sozialen Netzwerken attraktive Anlaufpunkte.

Die Bilderflut

Apropos Bildergeschäft: Hier zeigte die photokina 2010 besonders deutlich, wie dramatisch die Digitaltechnik den Fotomarkt vergrößert. Denn inzwischen kann bekanntlich sozusagen jeder Gegenstand mit individuellen Fotos bedruckt werden. Und das geschieht auch. Das Sortiment eines Bilddienstleisters wie Cewe Color umfasst bereits heute Hunderte von Artikeln vom 9 x 13 cm Foto bis zum quadratmetergroßen Wandschmuck; die Zahl der Varianten geht dabei in die Tausende. Fotobücher gibt es vom handlichen Booklet bis zum ledergebundenen Bildband, dessen Format sich ebenfalls eher nach Quadratmetern statt nach Zentimetern berechnen lässt.



Ein Blickfang: Der größte Photoglobus der Welt.

Neu auf der photokina war auch der Trend zu handlichen Mini-Fototaschenbüchern oder Booklets. Im Grunde verbirgt sich dahinter nichts weiter als ein Satz Standardbilder, der nicht in einen Umschlag gesteckt, sondern ohne jeden Gestaltungsaufwand zu einem handlichen Buch gebunden wird. Bei allcop gibt es das „Ruckzuck-Fotobuch" auf echtem Fotopapier, bei Cewe Color das „Smart Album" im Digitaldruck mit hochglänzender Oberfläche. Beide Varianten sehen ausgesprochen gut aus und ermöglichen vor allem eine deutlich höhere Wertschöpfung als die gleiche Anzahl Standardbilder.

Für die Herstellung von Bildprodukten kommen die unterschiedlichsten Verfahren vom Digitaldruck über das klassische Fotopapier bis zu Inkjet und Thermosublimation zum Einsatz. Der Bereich Bilddienstleistungen ist nicht mehr auf „Stehbilder" beschränkt. Man kann (bei Kodak sogar am Kiosk) einzelne Bilder aus Videofilmen herausschneiden und für Fotoprodukte verwenden, und die Videofähigkeit von Digitalkameras legt zusätzlich ein Angebot von Multimedia-Präsentationen zum Beispiel auf DVD oder Blu-ray Disc nahe, die Fotos, Videos und andere Inhalte mit Musik und Ton verbinden. Erste

Internationale Fotomesse CP+

Kaum hat die PMA ihren Termin vom Februar auf den September 2011 verlegt, will eine neue Messe den attraktiven Frühjahrstermin mit einem internationalen Event besetzen. Die CP+ findet vom 9. bis 12. Februar 2011 im japanischen Yokohama statt. Hinter dem Projekt steckt der große japanische Industrieverband CIPA, der sich in diesem Jahr aus der bisherigen Photo Imaging Expo in Tokio ausgeklinkt hat und im März erstmals die CP+ veranstaltete, auf der 77 Aussteller 41 .000 Besucher, darunter viele Konsumenten, anlockten. Im nächsten Jahr soll das Profil der CP+ schärfer werden. „2011 ist die CP+ die einzige spezielle Fotomesse, die um diese Jahreszeit stattfindet", erklärte der amtierende CIPA-Präsident, Olympus Präsident Tsuyoshi Kikukawa, auf einer internationalen Pressekonferenz in Köln. „Deswegen erwarten wir auf der CP+ eine besonders große Zahl neuer Kameras." Neben der Messe soll auch ein umfangreiches Rahmenprogramm die neuesten Trends deutlich machen. So werden am Nachmittag des 10. Februar aktuelle Marktzahlen und Tendenzen von der GfK Retail and Technology präsentiert. Zudem sollen auf einer Technologie-Akademie unter Beteiligung von Entwicklungsingenieuren der CIPA Mitgliedsfirmen, darunter alle großen japanischen Kamerahersteller, zukünftige Innovationen präsentiert werden. Yokohama ist mit einer Busverbindung vom internationalen Flughafen Tokio-Narita in 90 Minuten zu erreichen. Die Transferzeit vom „Stadtflughafen" Tokio-Haneda, der neuerdings auch international angeflogen wird, beträgt mit dem Hochgeschwindigkeitszug sogar nur 24 Minuten.

Auf der photokina präsentierten Vertreter wichtiger CIPA Mitgliedsfirmen die neue internationale Fotomesse CP+: (von rechts) Olympus Präsident Tsuyoshi Kikukawa, Mamoru Yoshida (Senior Vice Präsident und Executive Officer AVC Networks Company Panasonic Corporation), Tetsuro Goto (Leiter der Imaging Forschung und Entwicklung bei Nikon) und Masaya Okamoto (Manager der Abteilung für strategische Allianzen bei Olympus).

Kreative Funktionen wie HDR Art bei der neuen Exilim ZR10 können auch den Verkauf großformatiger Bildprodukte beleben.

Ansätze für solche Dienstleistungen gibt es bereits, und sie sollten schnell weiterentwickelt werden, denn kaum ein Konsument wird die Zeit finden, solche Präsentationen selbst am eigenen PC oder Notebook zusammenzubasteln.

Wer von Bilddienstleistungen spricht, darf das Internet nicht vergessen. Immer mehr Bilddienstleister bieten den Konsumenten die Möglichkeit, im Internet selber Fotobücher gemeinsam zu gestalten und dann natürlich zu bestellen – das sollte in Zukunft

Alter Bekannter mit neuem Produkt: Martin Hubert will den sensationell schnellen Thermosublimationsdrucker von Altech in Europa einführen. Das kompakte Gerät druckt bis zu 1.440 Bilder im Format 10 x 15 cm pro Stunde; das maximale Bildformat ist 152 x 914 mm. „Das ist das Minilab der Zukunft", erklärte Hubert selbstbewusst.

auch für Multimedia-Präsentationen möglich sein. Dem Fernseher wird dabei als Wiedergabe-Plattform eine wichtige Rolle zukommen, denn immer mehr TVs sind internetfähig und ermöglichen so den direkten Zugriff auf Fotos und Videos in Internetalben oder sozialen Netzwerken.

Bildprodukte im eigenen Geschäft

Fotobücher, Fotogeschenke, Kalender usw. sind zur Zeit weitgehend ein Fall für die Großlabors, die immer häufiger und zu Recht Bilddienstleister genannt werden. Immer mehr Hersteller bieten aber auch Lösungen für die Produktion dieser Artikel im Geschäft an. So gibt es doppelseitig druckende Inkjet-Minilabs von Fujifilm, HP und Noritsu. HP stellte mit dem Photosmart ML2000D ein besonders schnelles Gerät vor, das bis zu 335 Duplexseiten in der Stunde (oder 1.500 Bilder im Format 10 x 15 cm) schafft und mit sechs Einzeltinten arbeitet; das maximale Druckformat beträgt 30 x 45 cm. Fotobücher aus dem Minilab werden

Große Bilder als dekorativer Wandschmuck, hier bei PosterXXL, werden immer beliebter.

mit dem neuen Photobook Builder von Kis möglich, der die ausbelichteten Seiten automatisch zu Softcover-Fotobüchern bindet. Zahlreiche Hersteller bieten zudem mehr oder weniger einfach zu bedienende Systeme zum Binden von Fotobüchern und Kalendern im Geschäft an, die oftmals auch von den Drucker- bzw. Minilab-Herstellern bezogen werden können. Anders als die drei genannten Unternehmen setzt Kodak mit seinen APEX Systemen weiterhin auf den Thermosublimationsdruck. Hier wird es in Kürze auch eine zweiseitig druckende Variante geben. Auch DNP stellte ein zweiseitig druckendes Thermosublimationssystem vor.

Fotobücher in allen Formaten waren ein großes Thema auf der photokina.

Erwartungen übertroffen

Die photokina 2010 hat die Erwartungen nicht nur erfüllt, sondern sogar übertroffen. Das drückt sich nicht nur durch die beachtlich gestiegene Zahl der Besucher aus. Die Vielfalt des Angebotes der internationalen Foto- und Imaging-Industrie, wie wir an dieser Stelle nur auszugsweise darstellen konnten, lässt eine dynamische und vor allem spannende Zukunft erwarten. Und für diese Zukunft ist die photokina wichtiger denn je: Denn als einzige Messe ist sie in der Lage, diese Vielfalt umfassend darzustellen. Das wird und kann keine andere Messe leisten. „Es gibt weltweit keine zweite Veranstaltung, die so wichtige innovative und wirtschaftliche Impulse für diese Industrie setzt", resümierte Koelnmesse Geschäftsführer Oliver P. Kuhrt. „An dieser Messe kommt in der Branche niemand vorbei." Dem ist nichts hinzuzufügen.

Die nächste photokina World of Imaging findet vom 18. bis 23. September 2012 statt.

Was haben **Marilyn Monroe** und die **Rolleiflex** gemeinsam?

Images © Bernard of Hollywood / Renaissance Road Inc.

1946

begegnete Bruno Bernard auf dem Sunset Boulevard in Hollywood einem hübschen Mädchen. Bernard erkannte sofort ihre besondere Ausstrahlung und bat sie, ihm Modell zu stehen. Das Mädchen war Norma Jean Baker und aus Norma Jean Baker wurde Marilyn Monroe. « Links: Bernard of Hollywood mit seiner Rolleiflex an der Seite von Film- und Fotomodell Marilyn Monroe.

2010

begeistert die Rollei Compactline 360 TS/370 TS … wen Sie wohl noch mit dieser Kamera entdecken werden?

7,62 cm Touchscreen

Rollei CL 360 TS
wie rechts beschrieben, jedoch mit 12 Megapixel.

Rollei CL 370 TS
14 Megapixel | 4x Rollei Apogon Zoom
3.0" Touchscreen | 28 mm Weitwinkel
HD Video-Funktion.

Rollei
since 1920

...wanna be loved by you!

„3D MotionTour“ mit der Lumix GH2

Kaiserliches Shooting

Panasonic hat auf der photokina mit der Panasonic Lumix GH2 eine neue Lumix Systemkamera vorgestellt, die vor allem durch ihre professionellen Videofunktionen beeindruckt. Wie diese in der Praxis anzuwenden sind, erfuhr eine Gruppe von Fachjournalisten, die wenige Tage nach der Kölner Messe auf Einladung von Panasonic an der „3D MotionTour“ in Wien teilnahmen.

Im Park des Schlosses Schönbrunn fungierte unter anderem das walzertanzende Kaiserpaar Sissi und Franz-Joseph als Motiv. Hier bewährte sich der ausklappbare Monitor der Lumix GH2 bei Aufnahmen aus der Froschperspektive.

Im Mittelpunkt der zweitägigen Reise standen, das Motto lässt es vermuten, Aufnahmen mit dem brandneuen Lumix G 12/12,5 mm 3D-Objektiv und das Filmen mit den verschiedenen Videomodi. Als Locations hatten die Organisatoren unter anderem das Hundertwasserhaus, die Parkanlage des Schlosses Schönbrunn – dort traf man sogar das Kaiserpaar Sissi und Franz-Joseph –, das Marionettentheater Schloss Schönbrunn und die traditionsreiche Zuckerbäckerei Gerstner gewählt. Um die Foto- und Filmideen umsetzen zu können, hatte das Panasonic Team neben der neuen Lumix Kamera auch ein umfangreiches Zubehörsortiment bereitgestellt. Dazu gehörten neben dem bereits erwähnten 3D-Objektiv auch das Fisheye Lumix G 3,5/8 mm (16 mm bei Kleinbild), das neue Telezoomobjektiv Lumix G Vario 4–5,6/100–300 mm OIS (200–600 mm bei Kleinbild), externe Mikrofone und der Zoomhebel DMW-ZL1, der das Zoomen während des Filmens vereinfacht.

Theorie ...

Theoretisch sind dem Berichterstatter die Filmaufnahmen gelungen. Überzeugend ist die hohe Qualität der Videos, die dank des schnellen Bildprozessors Venus Engine VI FHD in Full-HD mit 1.920 x 1.080 und 50 Bildern pro Sekunde aufgenommen werden können. Diese hohe Qualität reicht sogar für professionelle Videoproduktionen aus, wie der Hamburger Werbefilmer Jan Brockmann, der als Workshopleiter fungierte, bestätigte.

Die Besonderheit der Lumix GH2 ist aber nicht diese Qualität, die wird auch von vielen anderen Kameramodellen im Markt erreicht, sondern die Ausstattung mit verschiedenen Modi für Videoaufnahmen. Dazu gehört der manuelle Modus, der dem Filmer die Einstellung von Zeit und Blende komplett selbst überlässt. Er eignet sich zum Beispiel für schwieri-

Die verschiedenen Videomodi der Panasonic Lumix GH2 lassen sich ganz schnell über das übersichtliche Menü ansteuern.

Zum Zubehör für die Lumix GH2 gehören das 3D-Objektiv und der Zoomhebel DMW-ZL1.

ge Lichtsituationen, etwa die Pralinenproduktion beim Zuckerbäcker in einer Gegenlichtsituation vor einem großen, hellen Fenster. Neu ist der „Cinema"-Modus. Er liefert Aufnahmen im beliebten klassischen „Kino-Look" (1.080/24p) und lässt zum Beispiel die Aufführung der Marionettenspieler wie einen Trickfilm wirken. Die optimale Bit-Rate von 23 Mbps bildet dabei die Grundlage für die ausgezeichnete Bildqualität. Ebenfalls neu sind die variablen Bildfrequenzen bei der Aufnahme, die Zeitlupen- oder -raffer-Aufnahmen mit 80, 160, 200 oder 300 Prozent der Normalgeschwindigkeit ermöglichen. Sie zeigen (als Zeitlupe) beispielsweise die Eleganz des Tanzpaares oder (als Zeitraffer) das Kommen und Gehen am Hundertwasserhaus oder im Park des Schlosses Schönbrunn.

... und Praxis

Praktisch sind die Filmergebnisse nicht ganz so gelungen. Dass der Berichterstatter anfangs auch versehentlich im Hochformat drehte, lässt sich mit dessen Unerfahrenheit in Sachen Videofilmen erklären und gehört sicherlich zu den Anekdoten, über die sich später noch die Enkelkinder freuen können. Ein Problem, das die handwerkliche Qualität der Filme minderte, ist dagegen der kompakten Bauart und dem geringen Gewicht des Lumix G Systems geschuldet. Das Zoomen während der Filmaufnahme erweist sich als schwierig, sofern aus freier Hand gearbeitet wird. Zum einen entstehen durch den – vor allem im Vergleich mit professionellen Filmkameras – relativ kleinen Zoomweg und den vergleichsweise schwergängigen Zoomring der Objektive kleine Ruckler, zum anderen ist es trotz der Bildstabilisierung nahezu unmöglich, verwacklungsfreie Aufnahmen zu

Bild oben: Alleinreisende, die ihre Kamera keinem Fremden anvertrauen wollen, um sich vor einer Sehenswürdigkeit ablichten zu lassen, können auf das 16 mm Fisheye-Objektiv zurückgreifen.

machen, da beim Drehen des Zoomrings Kräfte entstehen, die einer ruhigen Bildführung entgegenwirken.
Um dieses Problem in den Griff zu bekommen, ist der Einsatz entsprechenden Zubehörs dringend zu emp-

Wer ohne Stativ Videos drehen will, sollte sich zumindest einen stabilen Untergrund als Stütze suchen. Der allerdings zugegebenermaßen auch nichts nützt, wenn man den Film – wie der Berichterstatter in diesem Moment – im Hochformat dreht.

fehlen. Dies kann zum Beispiel der Zoomhebel DMW-ZL1 sein. Er verlängert den Zoomweg und macht dadurch sanfteres Zoomen möglich. Noch besser ist der (zusätzliche) Einsatz eines Videostativs oder gar eines Racks, das mit beiden Händen gehalten und zusätzlich am Körper abgestützt werden kann. Hier entpuppt sich der ausklappbare Kameramonitor als sehr hilfreich, der Aufnahmen aus Brusthöhe oder über Kopf extrem erleichtert.
Ein weiteres Problem ergab sich bei der beabsichtigten Betrachtung der Workshop-Ergebnisse am heimischen Rechner. 3D-Fotos werden als .MPO-Dateien gespeichert, Videofilme im AVCHD-Format aufgenommen und als .MPL-Dateien gespeichert. Beide Dateitypen konnte der Berichterstatter, der aus guten Gründen keinen Mac der neuesten Generation besitzt, nicht öffnen.
Fazit: Kunden, die eine flexible Systemkamera suchen, mit der sie auch kreative Videos in Profiqualität produzieren können, finden in der Panasonic Lumix GH2 ein absolut geeignetes Handwerkszeug. Will der Nutzer mit den Aufnahmen aber mehr machen, als sie per HDMI auf ein TV-Gerät zu übertragen, sollte der Händler keinesfalls versäumen, auf die Notwendigkeit neuester Bearbeitungssoftware hinzuweisen – und diese am besten gleich mitverkaufen. Ebenso wie Zubehör zum Dreh ruckelfreier Zoomsequenzen.

Business Forum Imaging Cologne „Memories are more ... CONNECTED“

Extra für den Fotohandel

Auf dem Business Forum Imaging Cologne, das am 1. und 2. März 2011 im Kongresszentrum Nord der Koelnmesse stattfindet, wird es ein spezielles Programm für den deutschen Fotohandel geben. Dabei werden erfolgreiche Händler und erfahrene Experten ihre Sicht von den aktuellen Trends im Imaging-Geschäft darstellen. Zusätzlich werden aktuelle Neuheiten präsentiert.

Das Business Forum Imaging Cologne wird von der photokina veranstaltet; als Organisatoren fungieren die globale Schwesterzeitschrift von imaging+foto-contact, INTERNATIONAL CONTACT, und der amerikanische Informationsdienst Photo Imaging News. Als weitere Partner unterstützen der Photoindustrie-Verband, seine Tochtergesellschaft Prophoto GmbH und das Marktforschungsunternehmen GfK Retail and Technology die Veranstaltung.

Auf der internationalen Konferenz, die von führenden Imaging-Unternehmen als Sponsoren unterstützt wird, werden internationale Spitzenmanager und unabhängige Experten Innovationen und neue Geschäftsmodelle präsentieren und diskutieren. In diesem Teil der Veranstaltung ist die Konferenzsprache Englisch; eine Simultanübersetzung wird angeboten.

Deutsches Programm

Am 2. März wird parallel zu den internationalen Vorträgen ein spezielles Programm für den deutschen Fotohandel angeboten. Dieser Teil der Veranstaltung wird besonders praxisorientierte Vorträge beinhalten und soll den Teilnehmern neue Ideen vermitteln, die unmittelbar im Geschäft umgesetzt werden können. Ergänzt wird dieses Programm durch Informationen über die neuesten Produkte für die Frühjahrssaison.

Die Eintrittskarten für das deutschsprachige Programm werden deutlich günstiger angeboten als die für die gesamte internationale Konferenz. Auf Wunsch besteht dabei die Möglichkeit, auch an der Abendveranstaltung am 1. März teilzunehmen, zu der die photokina im Rahmen des Business Forums Imaging Cologne einlädt.

Die Einzelheiten des Programms werden von den Organisatoren zur Zeit abgestimmt. Weitere Informationen veröffentlichen wir in der kommenden Ausgabe von imaging+foto-contact und auf der Internetseite www.bfi-photokina.de.

Das bietet das Business Forum Imaging Cologne:

Das photokina Event für Hersteller, Bilddienstleister und Fotohändler findet am 1. und 2. März 2011 im Kongresszentrum Nord der Koelnmesse statt.

Internationale Konferenz: Hier werden internationale Spitzenmanager und unabhängige Experten Innovationen und neue Geschäftsmodelle präsentieren und diskutieren. Konferenzsprache ist Englisch; eine Simultanübersetzung wird angeboten.

Extra für den deutschen Fotohandel: Praxisorientiertes Vortragsprogramm am 2. März 2011 in deutscher Sprache mit Präsentation wichtiger Neuheiten für die Frühjahrssaison.

Sponsoren-Präsentation: Die Lobby des Kongresszentrums Nord wird zu einer Netzwerk-Zone, in der die Sponsoren der Veranstaltung ihre Innovationen und Dienstleistungen präsentieren.

Networking: Am Abend des 1. März lädt die photokina zu einer Abendveranstaltung ein, bei der die Gelegenheit zum informellen Austausch zwischen den Besuchern und Referenten besteht.

www.bfi-photokina.de

1. – 2. März, 2011, Congress-Centrum Nord, Koelnmesse

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by photokina world of imaging

„Memories are more . . . CONNECTED“

Organisatoren: INTERNATIONAL CONTACT · Photo Imaging News
Partner: Photoindustrie-Verband e.V · Prophoto GmbH · GfK
Weitere Informationen: www.bfi-photokina.de · e-mail: bfi@photokina.de

koelnmesse

Canon Expo 2010 Paris

8.000 Quadratmeter

Innovationen für praktisch alle Bereiche der Bildkommunikation standen im Mittelpunkt der Canon Expo 2010, die vom 12. bis 14. Oktober in der beeindruckenden Grande Halle de la Villette in Paris stattfand. Auf 8.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche informierten sich rund 12.000 Besucher aus allen Teilen Europas nicht nur über die aktuellen Canon Imaging-Produkte, sondern auch über Zukunftskonzepte und neue Technologien.

Auf der Canon Expo, die alle fünf Jahre in Tokio, New York und Paris gezeigt wird, präsentiert das japanische Imaging-Unternehmen eine Leistungsshow seiner verschiedenen Geschäftsbereiche und stellt auch Produktstudien und Zukunftskonzepte vor. Auch in diesem Jahr ging es von Innovationen bei der Bilderfassung über neue Konzepte zur interaktiven „Mixed Reality" bis zu bahnbrechenden Technologien im Medizinbereich. Die Innovationskraft, die Canon dabei demonstrierte, basiert vor allem auf der Tatsache, dass das Unternehmen praktisch alle Imaging-Technologien selbst beherrscht und zu zukunftsweisenden neuen Produkten und Konzepten kombinieren und weiterentwickeln kann.

Mehr sehen

So wurden auf der Canon Expo 2010 Konzeptkameras präsentiert, deren Fähigkeiten die des menschlichen Auges deutlich übertreffen. Ein Beispiel dafür ist die ultra-hochauflösende Panorama-Kamera, deren 120 Megapixel CMOS-Sensor mehr Details sichtbar machen kann, als das menschliche Auge erfasst. So wird zum Beispiel die Videoüberwachung relativ großer Areale in Echtzeit möglich, wobei ohne Detailverlust in ausgewählte Bereiche hineingezoomt werden kann. Dazu braucht man nicht nur den ultra-hochauflösenden Sensor, sondern auch einen besonders leistungsfähigen Bildprozessor, durch den die Daten mit einer Geschwindigkeit von 2,52 Gigabit pro Sekunde rasen können. 60 Full-HD-Bilder pro

Sekunde ermöglichen dabei auch anspruchsvolle Zeitlupen.
Auch die erste „Single-Shot Multi-Band" Kamera der Welt, die Canon in Paris demonstrierte, sieht besser als der Mensch, vor allem was die Farben angeht. Sie arbeitet mit einem 50 Millionen Pixel CMOS-Sensor und sechs Farbfiltern anstelle der üblichen drei (RGB). Damit können auch Farbschattierungen, die je nach Einfallswinkel des Lichts variieren, naturgetreu reproduziert werden.
Einsatzmöglichkeiten sieht Canon zum Beispiel bei der digitalen Archivierung von Kunstwerken in Museen, im medizinischen Bereich und auch beim E-Commerce.
Ein sehr interessanter Prototyp ist die kombinierte Video- und Fotokamera, die Bilder in der Auflösung 4k auf-

Zukunft

nimmt – das ist die vierfache Auflösung des derzeitigen Full-HD-Standards. Die mit einem 2/3 Inch, 8 Megapixel CMOS-Sensor ausgestattete Kamera bringt es auf eine Geschwindigkeit von 60 Bildern pro

Der von Canon entwickelte 120 Megapixel CMOS-Sensor kann mehr Details sichtbar machen, als das menschliche Auge erfasst.

Sekunde in voller Auflösung. Das 24–480 mm (KB-äquivalent) 20fach-Zoomobjektiv bietet Anfangsöffnungen von f1,8–3,8 und verfügt über einen neuartigen, elektronisch gesteuerten Antrieb. Die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten liegen vor allem im kommerziellen und professionellen Bereich, zum Beispiel in der Produktion von Videofilmen oder in der Erzeugung virtueller Realitäten, in die sich der Betrachter sozusagen hineinbegeben und dabei Details entdekken kann, ohne dass die Auflösung beeinträchtigt wird.
Besser sehen als das menschliche Auge kann man auch mit dem von Canon bereits vor der Expo angekündigten höchstempfindlichen CMOS-Bildsensor im spektakulären Format 202 x 205 mm, der auch für die Aufnahme von Videos geeignet ist. Dieser mit 1,2 Megapixel relativ geringauflösende Chip-Sensor „sieht" auch noch bei äußerst geringer Lichtintensität von 0,3 Lux und kann so zum Beispiel in der Astronomie Sterne aufnehmen, die mit dem bloßen Auge unsichtbar sind.
Mit der Aufnahme nie gesehener Bilder ist es nicht getan – neue Bilderwelten entstehen auch durch innovative Ver- und Bearbeitungstechnologien. So erkennt intelligente Software den Inhalt von Fotos und Videos und kann so stehende und bewegte Bilder miteinander kombinieren, passende Texte und Dokumente hinzufügen und auf diese Weise aus einer Fülle von Daten Informationen und Präsentationen erzeugen, die auch dreidimensional wiedergegeben werden können. Über Netzwerke ist es möglich, dass

Globale Diversifizierung

Canon Chairman und CEO Fujio Mitarai will das Unternehmen in den nächsten Jahren zu einem noch schnelleren und vielfältigeren Global Player machen.

Mit der jetzt beginnenden Phase 4 des 1996 initiierten „Excellent Global Corporation Plans" soll Canon in den kommenden fünf Jahren zu einem noch schnelleren und vielfältigeren Global Player werden. Das erklärte Chairman und CEO Fujio Mitarai in einem Grußwort an die Besucher der Canon Expo 2010.
In den kommenden fünf Jahren setzt der Canon Chef auf die weitere Diversifizierung und Globalisierung des High-Tech-Konzerns. Wachstumsfelder sind dabei digitale Drucklösungen, der Ausbau der Führungsposition in der Fotoindustrie, medizinische Bildtechnologien, intelligente Roboter für die Produktion und Sicherheitstechnologien. In drei globalen Business Centern, die in Japan, Europa und den USA angesiedelt werden sollen, will Canon in den kommenden Jahren spezielle Produkte für die jeweiligen Regionen entwickeln und herstellen. Davon verspricht sich Mitarai mehr Stabilität durch geringere Abhängigkeit von Wechselkursen und die Nutzung der speziellen Stärken der einzelnen Regionen. In Europa soll zum Beispiel der Schwerpunkt auf neue Bürolösungen und medizinische Geräte gelegt werden. Zudem verspricht sich Mitarai einen positiven Einfluss vom hohen Umweltbewusstsein, das in Europa zu finden ist. In den USA werde Canon dagegen voraussichtlich Grundlagenforschung, zum Beispiel in der Gentechnik, betreiben, erklärte Mitarai.

Auch Designstudien für zukünftige Kameramodelle waren in Paris zu sehen.

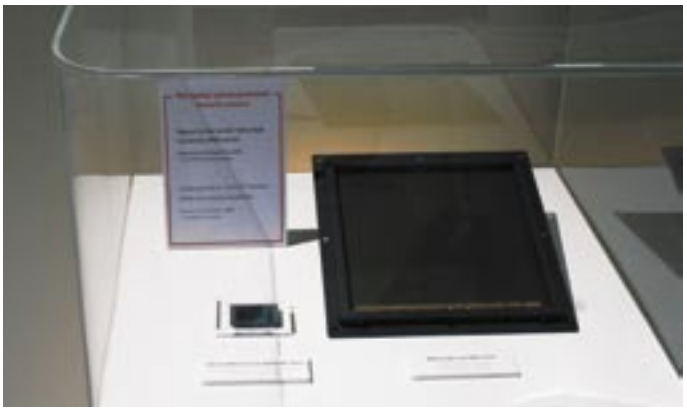
mehrere Nutzer ihre Bilder und andere Informationen in Echtzeit miteinander kombinieren, Ideen austauschen und Bildprodukte oder Präsentationen gemeinsam gestalten.

„Mixed Reality"

Ganz neue Dimensionen der Bildkommunikation ermöglicht ein Konzept, das von Canon „Mixed Reality" genannt, im englischsprachigen Raum aber auch als „Augmented Reality" bezeichnet wird. Darunter versteht man, kurz gesagt, eine „erweiterte Realität", bei der zum Beispiel eigene Bilder (Fotos oder Videos) mit weiteren Informationen und Inhalten kombiniert und dadurch neue „Realitäten" erzeugt werden. Die Anwendungen sind außerordentlich vielfältig: Sie fangen beim Spaß und bei der Unterhaltung an, indem man beispielsweise eine Comicfigur bei den eigenen Videos mitspielen lässt oder ein anderswo aufgenommenes Fußball spielendes Kind durch eine festliche Hochzeitsgesellschaft toben lässt.

Prototyp einer Mehrzweckkamera für Foto und Video, die Bilder mit vierfacher HDTV-Auflösung in hoher Geschwindigkeit aufnimmt.

Weitaus ernsthafter ist der Einsatz von „Mixed Reality" zum Beispiel bei der Informationsvermittlung: So ermöglichte es ein brillenähnliches Gerät den Besuchern der Canon Expo, sich virtuell durch das Objektiv in eine Spiegelreflexkamera hineinzubegeben und dort im wahrsten Sinne des Wortes umzusehen – denn die Bildinformationen über das Innere der Kamera folgten dem Blick und der Kopfbewegung des Nutzers. Mit anderen Systemen kann man diese Realität sogar gestalten: Ein entsprechendes Headset und elektronische Sensoren an den Händen machen es zum Beispiel möglich, manuell dreidimensionale Gegenstände zu gestalten, die ausschließlich als Datei existieren. Mögliche Anwendungen liegen hier in Design- und Produktentwicklung, aber auch in der Gestaltung virtueller Welten, zum Beispiel für animierte Filme oder Computerspiele.



Der höchstempfindliche, 202 x 205 mm große CMOS-Bildsensor mit 1,2 Megapixeln kann zum Beispiel in der Astronomie Sterne aufnehmen, die mit dem bloßen Auge unsichtbar sind.

Bilder drucken

Auf der Canon Expo gab es allerdings nicht nur Zukunftsperspektiven, sondern auch Ideen und Konzepte für das Tagesgeschäft zu sehen. Zum einen wurden natürlich die photokina-Neuheiten präsentiert, zum anderen war ein auffallend großer Teil des Foto- und Videosegmentes der Herstellung von Bildprodukten gewidmet. So zeigte Canon die Produktion von Fotobüchern mit der Digitaldruckmaschine Image Press C7000VP – für die Verarbeitung der doppelseitig bedruckten Seiten zu Fotobüchern arbeitet das Unternehmen mit dem Buchbinde-Spezialisten Fastbind zusammen. Für professionelle Alben in bestechender Qualität wurden nicht nur die Inkjet-Drucker imageProgra f IPF6350 und iPF8300 demonstriert, sondern auch die Produktstudie eines sehr schnellen Inkjet-Großformatdruckers, der mit einem neuen 12-Farben-Pigmenttinten-System arbeitet und eine Vielzahl von Druckmedien akzeptiert.

Eher für ambitionierte Fotografen ist

In der „Mixed Reality" können manuelle dreidimensionale Gegenstände gestaltet werden, die nur als Bilddatei existieren.

dagegen ein neuer Thermosublimationsprinter gedacht, der den Ausdruck von Fotos in verschiedenen Seitenverhältnissen einschließlich 13 x 19 cm ermöglicht und mit Rollenpapier arbeitet. Sozusagen für jeden Digitalkamera-Besitzer ist die ebenfalls als Prototyp gezeigte Cross Media Station geeignet. Um die Bilder (Videos und Fotos) aus der Kamera zu speichern, zu archivieren oder zum Fernseher zu übertragen, genügt es, die Kamera einfach auf die Station zu stellen. Intelligente Software erleichtert das Sortieren und Wiederfinden der Aufnahmen.

Neben den Fototechnologien stellte Canon auch zahlreiche Innovationen für den Digitaldruck, wissenschaftliche Anwendungen und die Medizintechnik vor, zum Beispiel ultra-hochauflösende Bildschirme (bis zu 8 Megapixeln) für die Beurteilung von Röntgen-Aufnahmen, neuartige Diagnose-Systeme und Geräte zur schnellen DNA-Analyse. Für alle Bereiche gilt: Was heute wie Zukunftsmusik klingt, kann morgen Stand der Technik sein. Auf der Canon Expo 2005 wurde zum Beispiel erstmals die „SmileShot-Funktion" für Canon Digitalkameras gezeigt, mit der genau in dem Moment ausgelöst wird, in der das Motiv lächelt. Darüber kann man heute tatsächlich schmunzeln.

Sanyo stellt Trio für Foto-Einsteiger vor

Dreimal 14 Megapixel

Vielseitige Ausstattung, sehr einfache leichte Bedienung und 14 Megapixel Fotoauflösung sind laut Hersteller die wichtigsten Eigenschaften der drei neuen Digitalkameras E1500TP, T1495 und S1414, mit denen Sanyo vor allem die Zielgruppe der Fotoeinsteiger erreichen will.

Außerdem bieten die Neuheiten einen Fünffach- (26–130 mm entsprechen Kleinbild; T1495) beziehungsweise Vierfach- (298–112 mm entsprechend Kleinbild; E1500TP, S1414) Zoom. Einsteigern erleichtern umfangreiche Aufnahmemodi die Erstellung gelungener Fotos. Die neuen Kameras erkennen beispielsweise im Modus „Intelligente Szene" automatisch die Umgebungsbedingungen und wählen die passenden Aufnahmeparameter aus. Neben klassischen Szene-Modi wie Sport und Nacht bieten die E1500TP und die S1414 darüber hinaus auch Kreativ-Einstellungen wie den Fischaugen-Modus oder die Lomo-Funktion, die durch übersättigte Farben und Abdunklung der Ränder den Fotos ein spezifisches Aussehen verleiht. Miniaturbilder (bei der E1500TP) oder kurze Erklärungstexte (bei der T1495) machen auf einen Blick erkennbar, wann welcher Modus gewählt werden sollte.

Abgerundete Ecken sind das Kennzeichen der Sanyo S1414.

Das drei Zoll große Touchdisplay der E1500TP erlaubt die bequeme Bedienung direkt über den Bildschirm. Bewegte Bilder halten die drei Neuen mit einer Videoauflösung von 720p fest. Darüber hinaus profitieren Einsteiger von Zusatzfunktionen wie der Smile- and Face-Detection, der Rote-Augen-Korrektur oder dem digitalen Bildstabilisator.

Die Rückseite der T1495 zeigt sich sehr übersichtlich.

Modell	Sanyo E1500TP	Sanyo T1495	Sanyo S1414
Megapixel	14,0		
Display	3,0"/7,6 cm	2,7"/6,9 cm	
Brennweite	28–112 mm	26–130 mm	28–112 mm
Wichtige Ausstattungsmerkmale	Display mit 230.000 Pixeln, kürzester Motivabstand 12 cm, kürzeste Verschlusszeit 1/2.000 Sek., USB- und AV-Schnittstelle, Video mit 30 Bildern pro Sekunde (AVI), SD/SDHC-kompatibel	Touch-Displays mit 230.000 Pixeln, Weitwinkelzoom, Video mit 30 Bildern pro Sekunde (AVI), kürzeste Verschlusszeit 1/2.000 Sek., interner Speicher 32 MB, ISO 50–6.400, SD/SDHC-kompatibel	Display mit 230.000 Pixeln, kürzester Motivabstand 12 cm, Video mit 30 Bildern pro Sekunde (AVI), interner Speicher 32 MB, ISO 100–6.400, USB- und AV-Schnittstelle, SD/SDHC-kompatibel
UVP	129 Euro	99 Euro	79 Euro
lieferbar ab	November	November	November

Mit einer UVP von 129 Euro ist die Sanyo E1500TP das Topmodell unter den drei Neuheiten.

Ihre Kunden verdienen nur das Beste!

Und Sie verdienen mit. Unsere qualitativ hochwertigen Fotoprodukte garantieren Ihnen zufriedenen Kunden.

www.fujifilm-fotowelt.net

FUJIFILM

Olympus startet Aktion für die PEN E-PL1

Geld-zurück-Garantie

Mit einer außergewöhnlichen Aktion unterstützt Olympus derzeit den Fotohandel beim Abverkauf der Olympus PEN E-PL1: Endkunden, die diese Kamera bis zum 31. Dezember kaufen, haben die Möglichkeit, sie 30 Tage lang zu testen. Entspricht die Kamera nicht den Erwartungen, kann der Kunde sie problemlos zurückgeben, und das mit Geld-zurück-Garantie.*

Das Besondere an der Aktion ist, dass sie für den Fotohändler keinerlei finanzielles Risiko birgt und für ihn auch nicht mit zusätzlichem Aufwand verbunden ist. Hat der Kunde mit seiner neuen Olympus PEN E-PL1 das Geschäft verlassen, ist die Angelegenheit für den Fotohändler abgeschlossen, denn die Rücknahme der Kameras läuft direkt über Olympus. Von dort wird den Käufern nach der Rückgabe der Kamera auch der volle Kaufpreis erstattet. So behält der Händler Umsatz und Gewinn in der eigenen Kasse, während Olympus das volle Risiko trägt.

Mit einer „Geld-zurück-Aktion" unterstützt Olympus derzeit den Handel.

„Wir haben diese Aktion gestartet, weil wir absolut von der Qualität und Zuverlässigkeit der Kamera überzeugt sind", betonte Jörgen Nimphy, Geschäftsführer Consumer Products Olympus Deutschland GmbH. „Eines der Ziele unserer Geld-zurück-Garantie-Aktion ist es, die immer noch vorhandenen ‚Berührungsängste' vieler Fotohändler mit den neuen Systemkameras abzubauen. Ich bin mir sicher, dass nur ein ganz kleiner Prozentsatz derjenigen, die die Kamera einen Monat lang auf Herz und Nieren geprüft haben, sie wieder zurückgeben wird."
Auch Akihiko Murata, Head of Marketing Olympus Deutschland GmbH, zeigte sich davon überzeugt, dass die Käufer der Olympus PEN E-PL1 schnell erkennen werden, dass es heutzutage keiner SLR-Kamera mehr bedürfe, um wirklich gute Fotoergebnisse zu erzielen. Vor allem der innovative Live Guide der Olympus PEN E-PL1 trage dank seiner vielfältigen Einstellmöglichkeiten dazu bei, auf sehr einfache Weise Spiegelreflex-Qualität zu erzielen. „Qualität und Bedienkonzept unserer neuesten

Jörgen Nimphy, Geschäftsführer Consumer Products Olympus Deutschland GmbH

Die Digital Imaging Website Association (DIWA) hat die Olympus PEN E-PL1 mit dem DIWA Gold Award ausgezeichnet. Dieser Award bestätigt laut Hersteller erneut, dass PEN Kameras das Beste aus beiden Welten bieten: Bedienerfreundlichkeit und Abmessungen einer Kompaktkamera, kombiniert mit SLR-Bildqualität.

Die aktuelle Olympus Aktion wird von umfangreichen Werbe- und Verkaufsunterstützungsmaßnahmen begleitet. So informiert beispielsweise dieser Flyer den Leser darüber, wie die Aktion funktioniert.

PEN überzeugen inzwischen Profis und Nichtprofis auf der ganzen Welt. Die Erfahrungen aus den vergangenen Monaten haben gezeigt, dass jeder, der mit der PEN fotografiert oder gefilmt hat, sie nicht mehr missen wollte", so Murata. „Diese Möglichkeit, unsere Kamera und das Bedienkonzept zu testen, möchten wir nun allen bieten, die nach einer einfach zu bedienenden Kamera mit SLR-Qualität suchen."

Akihiko Murata, Head of Marketing Olympus Deutschland GmbH

Die Aktion wird von Anfang an mit einer breit angelegten Werbekampagne unterstützt. Aufmerksamkeitsstarkes Material für den Einsatz am Point of Sale, darunter zum Beispiel Flyer mit Informationen für Endkunden, Online-Aktivitäten und PR runden das Maßnahmenpaket ab.

Einfache Bedienung

Die PEN E-PL1 ist kaum größer als eine Kompaktkamera und genauso einfach zu bedienen – perfekt für alle, die Spiegelreflex zu kompliziert finden, aber keine Abstriche bei der Bildqualität machen wollen. Ob HD-Videos oder außergewöhnliche Fotos mit Art Filtern, die PEN bietet unendlich viele Möglichkeiten auf Knopfdruck.

Herausragendes Bedienungsmerkmal der PEN E-PL1 ist der Live Guide. Er ermöglicht es, bildentscheidende Einstellungen wie Farbintensität, Bewegungs- und Hintergrundunschärfe oder Helligkeit mit nur einem einzigen Klick zu verändern. So kommen auch Nutzer zu hervorragenden Bildern, denen Begriffe wie ISO, Blende oder optimale Belichtungszeit nichts sagen.

Mit dem Live Guide der Olympus PEN E-PL1 kommen auch unerfahrene Nutzer schnell zu hervorragenden Ergebnissen.

*Gilt für den Kauf einer PEN E-PL1 in verschiedenen Ausführungen zwischen dem 22.10. und dem 31.12., wenn die Kamera in Deutschland oder Österreich erworben wurde und sich Wohnsitz sowie Bankkonto des Käufers ebenfalls in Deutschland oder Österreich befinden. Rücksendung mit Original-Kaufbeleg spätestens 30 Tage nach Kauf (Datum des Poststempels) an Olympus Deutschland GmbH, c/o ICS Dialogmarketing GmbH, Obenhauptstr. 11, 22335 Hamburg.

Nikon Road Show XXL

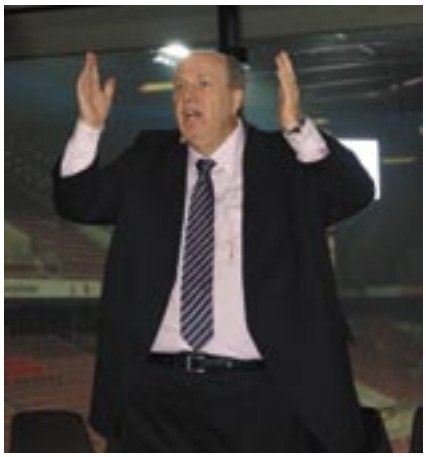
Produktpräsentation mit Stargästen

Mit einer Road Show der ganz besonderen Art läutete Nikon den Verkaufsstart der photokina Neuheiten D7000 und P7000 ein. An exponierten Orten in Köln, Berlin, Hamburg, München und am Hockenheimring konnten sich Fotohändler ein Bild von den Produktvorzügen der beiden Kameraneuheiten machen.

Oben: Motivationstrainer und Entertainer in einem: Reiner Calmund begeisterte seine Zuhörer mit einer kurzweiligen Rede. Rechts: Die beiden Highlights aus dem Nikon Kamerasortiment konnten vor Ort ausführlich getestet werden.

Gestartet wurde die außergewöhnliche Road Show im Kölner RheinEnergie-Stadion. Dort, wo sonst der 1. FC Köln auf seine Gegner trifft, empfing Nikon am Abend des 18. Oktober Fotohändler aus der Region, um ihnen den Verkaufsstart der beiden Kameraneuheiten mit zahlreichen Verkaufsargumenten zu erleichtern. An diesem Abend gab es gleich drei Stars auf dem „Spielfeld": die Kameras P7000 und D7000 sowie den ehemaligen Fußballmanager Reiner Calmund, der in seinem leidenschaftlichen Vortrag „Mit Kompetenz und Leidenschaft zum Erfolg" eine Verbindung zwischen Fußball und Wirtschaft schuf. Der Auftritt des schwergewichtigen Fußball- und Wirtschaftsexperten, der mit den Worten „Nicht die Großen fressen die Kleinen, sondern die Schnellen fressen die Langsamen" endete, wirkte bei den anwesenden Fotohändlern wie ein Motivationsschub und wurde mit großem Beifall aufgenommen.

Obwohl Calmund mit seinen Ausführungen in die Verlängerung ging, kam zu keinem Zeitpunkt Langeweile auf. Nach dem vergnüglichen Vortrag folgte ein Rundgang durch den Innen- und Außenbereich des Stadions, bei dem die Kameras auf Herz und Nieren getestet werden konnten. Bei den vorherrschenden schwachen Lichtbedingungen konnten die Kameras ihre Stärken ausspielen. Die durchweg interessante Veranstaltung fand bei einem gemütlichen Abendessen einen gelungenen Abschluss.



Gestenreich, wortgewaltig und humorvoll sprach Reiner Calmund über die Gemeinsamkeiten von Fußball und Wirtschaft und gab den anwesenden Fotohändlern in seiner unnachahmlichen Art einen kräftigen Motivationsschub mit auf den Weg.

INK JET

PHOTO IMAGING | PREPRESS | MEDICAL IMAGING

Die Kunden haben sich bereits entschieden – was ist mit Ihnen?

8.500 installierte Kodak Sofortbild-Stationen deutschlandweit belegen die hohe Akzeptanz beim Kunden. Eine **starke und emotionale Marke** sowie **neueste und leicht zu bedienende Technik für innovative und margenstarke Produkte und Dienstleistungen** – bereits ab € 1.999,- können Sie an dem Erfolgskonzept teilnehmen.

Tetenal. Pictures best friend.

Bei Interesse beraten wir Sie gerne unter **(040) 521 45-185** oder **erfolgskonzept@tetenal.com**

Kodak

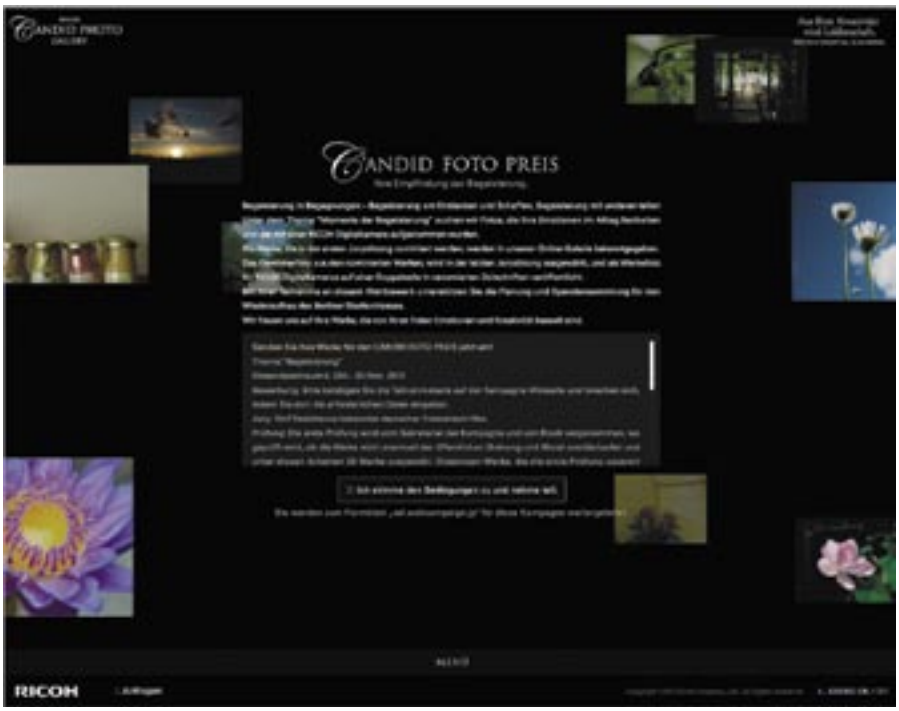
TETENAL

www.tetenal.de

Ricoh wirbt mit Top-Fotograf Michel Comte

„Candid Photo"-Kultur

Ricoh will mit einer Reihe von Aktivitäten den Bekanntheitsgrad der Marke in Deutschland steigern. Eine der ersten Maßnahmen, die dazu umgesetzt wurden, ist die Zusammenarbeit mit dem weltweit bekannten Mode- und Porträtfotografen Michel Comte.



Unter der Adresse www.ricoh.com/candid/de sind die Informationen zum Fotowettbewerb „Candid Foto Preis" zu finden, den Ricoh ausgeschrieben hat.

„Mehr als Fotografie" ist der Leitgedanke von Ricoh für das Digitalkamera-Geschäft. Die Idee hinter den Digitalkameras von Ricoh ist, dass möglichst viele Menschen jederzeit und ohne Einschränkung Spaß am Fotografieren haben sollen. Dafür hat Ricoh das Motto der „Candid-Photo"-Kultur geprägt.

Michel Comte sieht Digitalkameras als „Werkzeuge, mit denen man Freude am Fotografieren hat". Mit dieser Einstellung passt er besonders gut zur „Candid-Photo"-Kultur von Ricoh. Deshalb suchte das Unternehmen die Zusammenarbeit und fand in Comte einen werbewirksamen Fotografie-Trendsetter, mit dessen Unterstützung die Idee der „Candid Photo"-Kultur als Markenphilosophie in ganz Deutschland bekannt gemacht werden soll.

Die ersten gemeinsamen Aktivitäten mit Comte wurden bereits gestartet. So fand im September die Sonderausstellung „Ricoh Candid Photo Gallery" in Berlin statt. Dort wurden Bilder gezeigt, die Comte mit der Digitalkamera GR Digital III von Ricoh aufgenommen hat. Seit 4. Oktober sind diese Arbeiten unter der Adresse www.ricoh.com/candid/de auch online zu begutachten. Außerdem ist auf der Webseite der „Candid Foto Preis" ausgeschrieben, ein Fotowettbewerb, bei dem attraktive Preise zu gewinnen sind.

Drittes Firmware-Update für die Ricoh GR Digital III

Ricoh hat unter ftp://download.ricohpmmc.com/DC/GR_DigitalIII/Firmware/latest/ das dritte Firmware-Update für die GR Digital III zum Download bereitgestellt. Es bietet insgesamt fünf ergänzende Funktionen. Dies sind:

1. Effekt Hochkontrast-SW-Fotos: Diese Funktion erzeugt monochrome Aufnahmen mit höherem Kontrast als die normale Schwarzweiß-Funktion. Die Bilder machen einen grobkörnigen Eindruck, als wären sie auf ultra-hochempfindlichem Film aufgenommen oder beim Entwickeln „gepusht" worden.
2. Effekt Cross-Entwicklung: Bei der Cross-Entwicklung entstehen Farben, die sich erheblich von normalen Fotos unterscheiden – wie beim namensgebenden Verarbeitungsprozess von Filmmaterial.
3. Als Vergrößerungsfaktor für das Monitorbild beim manuellen Scharfstellen kann 4x gewählt werden (bisher 2x).
4. Die My Settings-Einstellungen, die für das Moduswahlrad und das My Settings-Feld registriert sind, lassen sich löschen.
5. Die im Tasten-Anpassungsmenü zugewiesenen Optionen für die Funktionstaste Fn, den Schalter ADJ. usw. lassen sich in den Ausgangszustand zurücksetzen (initialisieren).

DGH GROSSHANDEL

www.DGH.de

SanDisk®

Foto | Audio | Video/TV | Telecom | Navigation | Computer | Haushalt | Zubehör

SanDisk OFFICIAL PHOTO PARTNER

SanDisk®

Offical Photo Partner Programm

Sichern Sie sich 4% Sofortrabatt, zusätzliche Werbekostenzuschüsse und zahlreiche weitere Vorteile!

Nehmen Sie am SanDisk Official Photo Partner Programm teil. Das OPP-Konzept bietet registrierten Händlern entscheidende Vorteile:

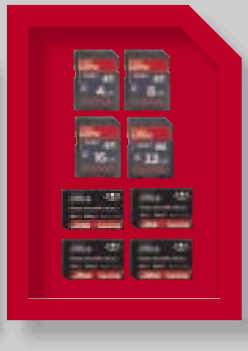
- Sonderkonditionen
- Rückvergütungen **(Werbekostenzuschüsse)**
- Produktinformationen
- Verkaufsunterstützung
- Werbemaßnahmen
- POS-Produkte

Registrieren Sie sich gleich unter: www.officalphotopartner.com und entscheiden Sie sich für DGH als Ihren Distributor.

Ordern Sie innerhalb eines der folgenden Pakete:

CompactFlash Paket

Ultra Paket



Extreme Paket

+

Auch Nicht-Partner erhalten ab einem Nettoauftragswert von 330,- € innerhalb eines Paketes 4% Sofortrabatt + zusätzlich Adobe Photoshop Elements Software* zu jeder Speicherkarte!

* Zugabe Adobe Photoshop Elements nur solange Vorrat reicht!

Mehr Info's, Bestellscheine und die Paketinhalte finden Sie unter www.dgh.de/sandisk-opp

DGH Großhandel . Postfach 5426 . 97004 Würzburg . Tel. 0931 9708-444 . Fax 0931 9708-422 . info@DGH.de . www.DGH.de

Tamracs neue „diskrete" Taschenserie Rally

Tamracs neue Schultertaschen der Rally-Serie bieten die Möglichkeit, eine Fotoausrüstung, Zubehör und sogar ein Notebook zu tragen, ohne dass dies von außen sichtbar ist, denn mit ihrem schlanken Profil und ihrem unkonventionellen, modernen Design sehen die Tamrac Neuheiten nicht wie Fototaschen aus. Sie bieten schnellen Zugriff auf Kamera und Ausrüstung, exzellenten Wetter- und Stoßschutz und erlauben dem Nutzer, seine Fotoausrüstung sicher und diskret zu tragen. Innenseitig schützt ein vollständig schaumstoffgepolstertes Fach den Inhalt. Die Modelle Rally 5 und Rally 7 zeichnen sich auch durch ein separates schaumstoffgepolstertes Fach zur Aufnahme eines Notebooks, Tablet PCs oder iPads aus. Ferner haben die Modelle der Rally Serie eine Reißverschlussvortasche mit Innenfächern, um Kleinzubehör und andere Utensilien übersichtlich geordnet aufzunehmen. Außerdem gibt es an der Rückseite ein geräumiges offenes Fach zur Unterbringung einer Bedienungsanleitung, eines Notizblocks oder einer Landkarte. Unterwegs bieten Netz-Seitentaschen bei Bedarf schnellen Zugriff auf ein Handy, eine Wasserflasche oder andere Dinge.

Sigma APO Makro 150 mm mit Bildstabilisator

Das bekannte Sigma Makro-Teleobjektiv APO Makro 150 mm F2.8 EX DG OS HSM ist jetzt mit dem Sigma-eigenen optischen Bildstabilisator ausgestattet, der die Möglichkeiten der Freihandfotografie um bis zu vier Belichtungsstufen erweitert. Der Nachfolger des APO Makro 150 mm F2.8 EX DG HSM bietet darüber hinaus nach Herstellerangaben neueste optische Technologie und ein witterungsbeständiges Design für den Einsatz unter rauen Bedingungen. Das Floating Fokussystem bewegt zwei verschiedene Linsengruppen im Strahlengang an unterschiedliche Positionen und ermöglicht dadurch die effektive Korrektur des Astigmatismus sowie der sphärischen Aberration und sorgt für eine hohe optische Leistung von unendlich bis zum Maßstab 1:1. Drei SLD-(speziell niedrige Dispersion) Glaselemente sorgen für die exzellente Korrektur aller Arten von Aberrationen, und die Super Multi Layer (SML) Vergütung reduziert Streulicht und Geisterbilder. Das Objektiv liefert scharfe und kontrastreiche Bilder bis in die Bildecken bereits bei Offenblende. Der HSM (Hyper Sonic Motor) sorgt für einen schnellen und nahezu lautlosen Autofokus, in den jederzeit manuell eingegriffen werden kann. Neun Blendenlamellen lassen außerhalb der Schärfeebene ein sehr angenehmes Bokeh entstehen.

Mit dem Multi-Media-Rack von Novoflex entstehen ruckelfreie DSLR-Videofilme

Mit dem Multi-Media-Rack-System hat Novoflex auf die Tatsache reagiert, dass Videofilmen mit DSLR-Kameras stark an Popularität gewinnt. Das Multi-Media-Rack wurde in enger Zusammenarbeit mit engagierten DSLR-Video-Filmern entwickelt und basiert auf dem präzisen und bekannten Novoflex Q-Profilsystem. Entstanden ist ein vollkommen neuartiges Haltesystem, das die filmtechnischen Einsatzmöglichkeiten des Aufnahmesystems gegenüber den bisher bekannten Lösungen extrem erweitert. Es ist komplett modular aufgebaut und kann dadurch exakt an die jeweilige Verwendung angepasst werden. Mit dem Multi-Media-Rack kann die Kamera federleicht, fast fliegend, in jeder Richtung ruckfrei bewegt werden – eine wichtige Voraussetzung für verwacklungsfreie Videoergebnisse.

Das Multi-Media-Rack-System besteht aus zwei einzelnen Systemen, dem BlueBird-Kit und dem uFly-Schwebesystem, deren einzelne Produktelemente sich miteinander kombinieren lassen. Das BlueBird-Kit des Multi-Media-Rack-Systems ist die Basis, um eine DSLR-Kamera sicher vor dem Körper zu platzieren. Mit den beiden zum Kit gehörenden Handgriffen lässt sich die Kamera präzise und bequem handhaben, und die integrierte Bruststütze verteilt das Gewicht am Körper, so dass auch lange Arbeitszeiten ermüdungsfrei möglich sind. Das Zentralgelenk, bei dem es sich um ein besonders optimiertes MagicBall-Gelenk handelt, ermöglicht dem Anwender erstmals, horizontales Schwenken mit vertikaler Kamerafahrt zu kombinieren. So können sich vollkommen neuartige Filmperspektiven ergeben. Das BlueBird-System kann individuell mit Zubehör ausgebaut und für die jeweiligen Einsatzmöglichkeiten erweitert werden. So ermöglicht beispielsweise die optional erhältliche Brust-/Schulterauflage Pistock-Q die Montage an der Zentralauflage des BlueBird-Systems.

Sony Deutschland stellt Außendienst neu auf

Neustart, Phase zwei

Exakt ein halbes Jahr, nachdem Sony Deutschland das Sony Partner Programm eingeführt hat, beginnt die zweite Phase des Neustarts: Mit Wirkung zum 1. Oktober 2010 hat Sony Deutschland die Betreuung der derzeit über 400 Sony Partner im Fotofachhandel durch ein dezidiertes Foto-Sales-Team neu geregelt.

Martin Winkler, Commercial Director der Sony Deutschland GmbH

Einhergehend mit der Implementierung des Partner Programms wurde auch die Organisationsstruktur der Sony Deutschland angepasst. Um der zentralen Rolle des Foto-Fachhandels beim Vertrieb der Digital Imaging Produkte von Sony Rechnung zu tragen, wurde eine neue Außendienst-Struktur eingeführt. Das komplette Sales Team ist direkt dem Business Manager Thilo Röhrig unterstellt, der den gesamten Digital Imaging-Markt für Sony Deutschland verantwortet. „Für die beiden großen Kooperationszentralen und unsere umsatzstärksten Kunden sind mit Walter Hasmann und Gunnar Bellstedt zwei Key Account Manager verantwortlich. Weitere circa 250 Streckenkunden werden von einem dezidierten Sales Team für den Foto-Fachhandel intensiv und fachgerecht betreut", erläutert Martin Winkler, Director Consumer Business der Sony Deutschland GmbH.

Sechsköpfiges Sales-Team

Das sechsköpfige Team setzt sich zusammen aus Andreas Bach (Südwesten), Carolin Keller (Mitte/Osten), Stephan Klapszus (Nordosten), Rene Knaup (Mitte/Westen), Christoph Maevus (ebenfalls Mitte/Westen), und Kathrin Stetter (Südosten). Alle sechs sind ehemalige Sony Imaging Professionals (SIPs), die dank ihrer langjährigen Branchenerfahrung mit den Bedürfnissen der Fachhändler bestens vertraut sind. „Diese Foto-Spezialisten sollen zusätzliches Potential durch eine qualitativ hochwertige sowie individuelle Beratung und Betreuung des Fotofachhandels erschließen", erklärt Winkler.

Key Account Manager betreuen Top-Kunden

Aufgabe der Key Account Manager ist es, die Zentralen von europa-foto und Ringfoto sowie die Top 50 Kunden direkt zu betreuen. In den vergangenen Wochen wurden zwischen den Handelspartnern und Sony Deutschland individuelle Aktionspläne vereinbart. Darin wurden sowohl klar definierte Ziele als auch gemeinsame Aktivitäten festgeschrieben. Dazu gehören unter anderem vielfältige Unterstützungsmaßnahmen wie beispielsweise Produktschulungen und Verkaufstrainings, Promotionaktivitäten, die auch die Beteiligung an Hausmessen umfassen, und Promotionmaterialien für den PoS sowie Serviceverbesserungen.

Sony Partner werden durch dieses Logo gekennzeichnet.

Anlaufschwierigkeiten behoben

Dass das Sony Partner Programm grundsätzlich angenommen wird und auch die Anlaufschwierigkeiten größtenteils behoben sind, zeigen die positiven Feedbacks aus dem Handel, die wachsende Zahl der Partner und die mehr als 100.000 Produktregistrierungen in den letzten sechs Monaten, die direkt am PoS vorgenommen wurden. Ziel ist es, bis Frühjahr 2011 mit mehr als 700 Partnern allein im Foto-Fachhandel zusammenzuarbeiten. Auch in den nächsten Monaten sind weitere Optimierungen der Abwicklungsprozesse geplant.

Albenserie Treasure von Hama im Teenie-Look

Hama hat die neue Albenserie Treasure auf den Markt gebracht. Sie soll mit ihrem Design vor allem Teenager ansprechen. Entwickelt wurde die Optik der neuen Produkte durch Befragung der Hama Auszubildenden, die ihre Vorstellungen von einem zeitgemäßen Design kundtun durften. Die beiden Einsteckalben für einhundert Bilder im Format 10 x 15 cm kommen in den Trendfarben Türkis und Violett und sind mit angesagten Tribal-Ornamenten versehen. Statt aus Karton ist der Einband aus satiniertem PP-Kunststoff, die Spiralbindung sowie das zusätzliche Gummiband haben die Grundfarbe des Albums. Das Muster des Covers wiederholt sich auf den Innenseiten, die zur individuellen Gestaltung zusätzlich ein Beschriftungsfeld enthalten. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 6,99 Euro.

CF Ultimate von Kingston Digital schreibt jetzt 600x

Kingston Digital hat die Schreibgeschwindigkeit der CompactFlash Ultimate Speicher-Karte auf 600x gesteigert. Die Karte ist das jüngste Mitglied der Kingston CompactFlash Familie und reiht sich in die 266x Ultimate- und die 133x Elite Pro-Karten ein. Das maximale Lese- und Schreibtempo beträgt bis zu 90 MB pro Sekunde und hat sich im Vergleich zum Vorgänger-Modell mehr als verdoppelt. Die CF Ultimate

600x Karte wird in Kapazitäten von 16 GB und 32 GB zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 118 Euro bzw. 206 Euro angeboten. Die Karten werden mit einem kostenlosen Bonus-Download der Data Recovery Software MediaRecover zur Wiederherstellung verlorener, gelöschter oder beschädigter Bild-Daten ausgeliefert.

Kenko Stativ lässt sich am Autofenster befestigen

HaPa Team hat das Kenko Sortiment um ein kleines und handliches Stativ zur Befestigung an Autoscheiben ergänzt. Das Autofensterstativ eignet sich für Ferngläser, Kameras oder Camcorder mit Stativbefestigung. Es hat die Abmessungen 125 x 75 x 190 mm (H x B x T) und wiegt 550 Gramm. Die Tragfähigkeit reicht für Geräte bis zu einem Gewicht von 1,5 Kilogramm.

Sigmas All-in-one-Zoom mit 18–250 mm Brennweite

Mit dem neuen 18–250 mm F3,5–6,3 DC OS HSM hat Sigma ein All-in-one-Objektiv präsentiert, mit dem die meisten Fotoaufgaben des Alltags zu lösen sind. Das neue Zoom passt an Sigma SLRs und ist mit Canon-, Nikon-, Pentax- und Sony-Anschluss zu haben. Besonders markant an diesem leichten

Neues Lensbaby Effektobjektiv Composer Front Fokus mit Tilt Transformer

Von Lensbaby gibt es das neue kreative Effektobjektiv Composer Front Fokus mit Tilt Transformer. Es ermöglicht Tilt Fotografie mit 12,5 Grad Neigung. Das Ergebnis ist ein fokussierter Schärfeebene-Schnitt, umfasst von unscharfen Kanten. Der neue „Tilt-Transfomer" bietet einen Nikon Anschluss. So können alle Nikon Objektive mit dem Adapter verwendet werden. Dieser bildet die Grundlage für den Composer Front Fokus für den Gebrauch an Panasonic Lumix G Micro Kameras, Olympus PEN und Sony NEX Kameras. Bei Verwendung mit allen Objektiven mit Nikon Anschluss wird ein Schärfeebenen-Schnitt kreiert anstelle des klassischen Lensbaby Sweet-Spot (Schärfekreis). Die Breite des Schärfeebenen-Schnitts ist abhängig von der Blendenöffnung; f/1.4 produziert einen sehr schmalen Schnitt mit viel Unschärfe, während f/22 einen breiten Schnitt mit kleinen Spitzen an Unschärfe produziert. Extreme Neigung mit einer sehr hohen Blendenöffnung lässt den Schnitt noch dünner aussehen. Mit der Möglichkeit, das Objektiv bis zu 12,5 Grad zu neigen, bietet das neue Lensbaby Produkt eine zweimal höhere Neigungsstrecke als herkömmliche Tilt-und-Shift-Objektive. Eine hochwertige Metallschwenkkugel sorgt für weiche, flüssige Neigung. Zur Justierung der Neigung steht ein Easy-grip-Metall-Verschlussring zur Verfügung. Aufnahmen sind ab einer Mindestentfernung von 30 cm möglich.

Objektiv ist die Superweitwinkel-Fähigkeit von 18 mm. Sie eignet sich vor allem für digitale Spiegelreflexkameras mit kleinem Bildsensor, die besonders kurze Brennweiten brauchen, um echte Weitwinkel-Motive darstellen zu können. Beim Einsatz des Objektivs wer-

den Kamerabewegungen, die zu Verwacklungsunschärfen führen können, dank des optischen Stabilisators (OS) kompensiert. So kann der Fotograf bis zu drei Verschlusszeiten länger aus der Hand fotografieren. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für das Sigma 18–250 mm F3,5–6,3 DC OS HSM lautet 649 Euro.

SDHC- und SDXC-Karten von Lupus Imaging & Media

Lupus Imaging & Media hat die neue überarbeitete AgfaPhoto Professional High Speed Serie in den Kapazitäten 4, 8 und 16 GB vorgestellt. Diese Speicherkartenserie wurde speziell für professionelle und semi-professionelle Anwendungen konzipiert.

Die Karten zeichnen sich durch extrem lange Haltbarkeit und Zuverlässigkeit aus und sind auf bis zu 100.000 Schreib-Lesezyklen ausgerichtet. Hervorzuheben ist die Datentransferrate von ca. 20 MB pro Sekunde Schreib- und Lesegeschwindigkeit. Alle AgfaPhoto SDHC Professional High Speed Speicherkarten sind mit einer Garantie von fünf

Jahren ausgestattet. Ebenfalls neu bei Lupus Imaging & Media ist die AgfaPhoto SDXC 64 GB mit dem Ultra High Speed Standard 1 (UHS 1). Sie gehört zur neuesten Generation von SD-Karten und erfüllt die Spezifikationen der Version 3.00 (UHS 104). Die maximale Schreibgeschwindigkeit der AgfaPhoto SDXC 64 GB beträgt bis zu 35 MB pro Sekunde, die Lesegeschwindigkeit bis zu 60 MB pro Sekunde. Auch für diese Karte beträgt die Garantiezeit fünf Jahre.

Für die steigende Zahl der Kamerahandys wurde schließlich die neue AgfaPhoto Micro SDHC 16 GB konzipiert. Sie ermöglicht den Datentransfer mit bis zu 10 MB Lesegeschwindigkeit pro Sekunde und 5 MB Schreibgeschwindigkeit pro Sekunde.

Novoflex Kugelkopf in Niedrigbauweise

Novoflex hat mit dem Ball NQ einen neuen Kugelkopf in Niedrigbauweise vorgestellt. Er zeichnet sich durch hohe Präzision und Stabilität aus, die durch die Verlagerung des Kameraschwerpunktes noch erhöht wird. Die leichtgängige Kugel bietet eine 360°-Drehung. Mittels einer Flügelschraube kann die Kugel in jeder gewünschten Position fixiert werden. Zudem erleichtert eine integrierte Wasserwaage das präzise Ausrichten der Kamera. Der Kugelkopf eignet sich für Ausrüstungen bis 7 kg. Die UVP lautet 189,00 Euro.

Mit den beiden Modellen Exilim EX-ZR10 (l.) und Exilim EX-H20G erweitert Casio einmal mehr den Funktionsumfang von Digitalkameras.

Casio führt neuartige Funktionen ein

Mehr Fotovergnügen

Casio hat auf der photokina mit der Exilim EX-ZR10 und der Exilim EX-H20G zwei neue Kompaktkameras eingeführt, die das Fotovergnügen „über das herkömmliche Maß hinaus mit weiteren Funktionen bereichern", wie Hiroshi Nakamura, Managing Director Casio Computer, auf der photokina-Pressekonferenz des Unternehmens ausführte. So ermöglicht die Exilim EX-ZR10 unter anderem vollkommen neuartige kreative Aufnahmen mit Hilfe der HDR-Funktion, während die Exilim EX-H20G als weltweit erste Kamera mit einem Hybrid-GPS-System auf den Markt kommt.

Das Herz der EX-ZR10 ist die neue Exilim Engine HS mit Highspeed-Aufnahme und schneller Bildverarbeitung. Ausgestattet mit mehreren CPUs, einem rekonfigurierbaren Prozessor, der höchste Flexibilität plus Hochgeschwindigkeitsprozessorleistung und dualen Bildverarbeitungsprozessen bietet, ermöglicht Casios neue Engine Funktionen wie HDR Art und gleichzeitig Aufnahme von Videos und Fotos. Dank der präzisen Bildanalyse und -verarbeitung entstehen in Bruchteilen von Sekunden detailreiche Bilder ohne Verlust von Kontrast, Schärfe und Farbe.

Die HDR-Technologie erstellt bei Betätigen des Auslösers mehrere Aufnahmen mit unterschiedlichen Belichtungsstärken und kombiniert diese

Mit ihrer HDR Art-Funktion spricht die Exilim EX-ZR10 vor allem Fotografen an, die besonders kreative Bilder produzieren wollen.

Die neue Exilim EX-ZR10 setzte Highspeed-HDR-Aufnahmetechnik ein, um auch bei Motiven mit schwierigen Belichtungsbedingungen optimale Bildergebnisse zu erzielen (Bilder links) und um per HDR ART-Funktion künstlerisch wirkende Aufnahmen zu erzeugen.

Aufnahmen zu einem einzigen, brillanten Foto mit hoher Kontrasttiefe. Auf diese Weise werden sowohl helle als auch dunkle Flächen gleichmäßig betont, grelle oder zu dunkle Bereiche dagegen abgeschwächt. Es entsteht eine Reproduktion der Szene, wie sie auch vom menschlichen Auge wahrgenommen wurde. Die EX-ZR10 bedient sich neu entwickelter Algorithmen, mit denen eine hohe Kontrasttiefe sogar bei Motiven mit schwierigen Bedingungen erhalten bleibt.

HDR Art kombiniert die Aufnahmen mit unterschiedlicher Belichtung, führt eine präzise Bildanalyse durch und passt an den geeigneten Stellen den Kontrast und die Sättigung an. Diese Funktion erschafft künstlerische Fotografien, die sich wesentlich von herkömmlichen mit Digitalkameras erstellten Fotos unterscheiden und fast an gemalte Fotorealismus-Bilder denken lassen.

Mit dem 28–196 mm Weitwinkelobjektiv und siebenfach optischem Zoom ist sogar ein Zoombereich möglich, der einem 14fach optischen Zoom entspricht, ohne die Qualität des Bildes zu beeinträchtigen. Möglich wird dies dank der Multi Frame SR-Technologie, die mehrere Bilder zu einem Foto kombiniert. Die EX-ZR10 kann dank der Highspeed-Serienbildfunktion 30 hochauflösende Fotos mit je zehn Megapixeln bei einer Bildrate von 40 Bildern/Sekunde aufnehmen.

In der EX-ZR10 setzt Casio einen „High-Sensitivity CMOS Sensor" mit 12 Megapixeln und Shift Bildstabilisierung ein. Er ermöglicht selbst bei schwachem Lichteinfall hochauflösende Aufnahmen mit geringem Rauschen.

Fortsetzung auf S. 38

Die HDR-Technologie erstellt mehrere Aufnahmen mit unterschiedlichen Belichtungsstärken und kombiniert diese Bilder zu einem einzigen, brillanten Foto mit hoher Kontrasttiefe.

Fortsetzung von S. 37

Die gespeicherten Standortdaten können mit entsprechenden Computerprogrammen oder in entsprechend ausgestatteten Online-Portalen – hier ist es Picasa – auf einer Karte angezeigt werden. Zu jeder Aufnahme gibt es dabei eine ganze Reihe von Informationen, und auch ein Bewegungsprofil lässt sich, sogar bei ausgeschalteter Kamera, erzeugen.

Exilim EX-H20G mit dem weltweit ersten Hybrid-GPS-System

Die Exilim EX-H20G, Nummer zwei von sechs photokina-Neuheiten von Casio, ist die weltweit erste Kamera mit einem Hybrid-GPS System. Dieses verbindet die Standortbestimmung per Satellit (GPS) mit einer automatischen Positionsbestimmung mittels eines Dreiwege-Beschleunigungssensors und eines Dreiwege-Richtungssensors. Dadurch wird es möglich, auch innerhalb von Gebäuden, in denen es keinen Satellitenempfang gibt, die exakte Position des Fotografen zu bestimmen und in den Exif-Daten der Fotos zu speichern. Zurück im Freien aktualisiert das System die Positionsinformationen basierend auf der präzisen Standortbestimmung durch das GPS-Signal.

Mit den Positionsdaten können der eigene Standort sowie der Standort des Fotografen bei jedem erstellten Foto und Film auf einer Karte dargestellt werden. Dies funktioniert sowohl auf dem 3"/7,6 cm großen TFT-Farbdisplay (Super Clear LCD) mit einer Auflösung von 460.800 Pixeln der Kamera als auch mit entsprechenden Computerprogrammen am Notebook oder am heimischen Rechner. Geeignete Programme finden sich beispielsweise beim Online-Portal Picasa oder bei Google Earth. Auf der Karte werden die aktuelle Position mit Längen- und Breitengrad, mögliche Zielorte, Foto-Standorte, Fotowinkel und die zurückgelegte Route dargestellt. Das Bewegungsprofil wird dabei selbst bei ausgeschalteter Kamera kontinuierlich aufgezeichnet.

Um dies möglichst präzise machen zu können, sind in der Kamera ein Weltatlas mit detaillierten Karten von 140 Metropolen und zwölf japanischen Städten sowie circa eine Million Ortsnamen gespeichert. Außerdem enthält der interne Speicher etwa 10.000 Fotos von Sehenswürdigkeiten rund um den Globus. Die Kamera kann die direkte Entfernung von der aktuellen Position zur Sehenswürdigkeit bestimmen und auf der Karte anzeigen.

Die neue Exilim EX-H20G ist die weltweit erste Kamera, die auch eine genaue Standortbestimmung in Gebäuden ermöglicht.

Als komfortabel für Reisende erweist sich die Möglichkeit, Ortsnamen und weitere Informationen bei der Aufnahme in das Foto einbetten zu können. Zu Hause lässt sich über die HDMI-Schnittstelle eine Slide-Show der Urlaubsfotos auf einem geeigneten TV-Gerät anzeigen. Weitere für den Urlaub nützliche Funktionen wie Slide Panorama zum Aufnehmen von 360-Grad-Fotos und die automatische Zeiteinstellung gehören ebenfalls zur Ausstattung.
Darüber hinaus bietet die Neuheit die Exilim Engine HS und weitere wichtige Funktionen, die anspruchsvolle Anwender von einer kompakten Digitalkamera erwarten. Gemeinsam mit dem Single Frame SR Zoom von Casio ermöglicht das 24–240 mm Weitwinkelobjektiv einen 15fachen

Schon während der Reise lassen sich auf dem Monitor der EX-H20G vielfältige Standortinformationen einblenden.

Zoom, der die benötigte Bildqualität für 14,1 Megapixel liefert. Das ergibt das 1,5fache des optischen Zooms, ohne dass größere Qualitätsverluste zu sehen sind. Die EX-H20G ist darüber hinaus mit der vollautomatischen Premium Auto-Funktion von Casio ausgestattet, mit der unter anderem optimale Landschafts- und Porträtaufnahmen allein durch Betätigen des Auslösers erstellt werden können.

Die Exilim EX-H20G ist ab Ende November lieferbar, die EX-ZR10 folgt im Dezember. Erwartete Ladenverkaufspreise: 300 Euro/ 270 Euro (EX-H20G/EX-ZR10).

Exilim EX-Z2300 mit neuem Casio Single Frame SR Zoom

Als dritte Exilim Neuheit hat Casio auf der photokina das Modell EX-Z2300 vorgestellt. Die Kamera bietet ein elegantes Gehäuse, eine Auflösung von 14,1 Megapixeln und integriert zahlreiche Funktionen für anspruchsvolle und besonders kreative Fotografen. Dazu zählt beispielsweise der neue Casio Single Frame SR Zoom. Er erweitert den maximalen Teleobjektivbereich des 26–130 mm Zooms um das 1,5fache ohne größere Qualitätsverluste. So wird aus der regulären maximalen Brennweite von 160 mm die Telebrennweite 195 mm (alle Angaben entsprechend KB).
Die EX-Z2300 ist außerdem mit der Exilim Engine 5.0 und Single Frame SR Quality Funktion ausgestatttet, der Super Resolution Technologie, mit der außergewöhnlich realistische Fotos erstellt werden können.

Weiterhin bietet die EX-Z2300 die erweiterte Premium Auto-Funktion. Diese erkennt automatisch die zu fotografierende Umgebung für Nachtaufnahmen, Gegenlicht und Sonnenuntergänge, erfasst Gesichter und nichtmenschliche Motive und nimmt die erforderlichen Korrekturen vor, um die Bildqualität für jedes Motiv zu optimieren. Darüber hinaus gehören ein 3"/7,6 cm TFT-Farbdisplay (460.800 Pixel), die Casio CCD-Shift Bildstabilisierung zur Reduzierung von Verwacklungsunschärfe bei Aufnahmen, HD-Videoaufnahme und ein Highspeed-Autofokus zu den technischen Kennzeichen der Exilim EX-Z2300.

Die Casio Dynamic Photo-Funktion zum Erstellen von zusammengesetzten bewegten Bildern gehört ebenfalls zum Funktionsumfang.
Mit dieser Funktion können mehrere bewegte, voneinander unabhängige Motive mit einem bis zu 20 Sekunden langen bewegten Hintergrund kombiniert werden. Die Art Effect Funktion verwandelt erstellte Fotos in Bilder, die Kunstwerken ähneln.
Die EX-Z2300 ist ab sofot in den Farben Gold, Schwarz, Pink, Lila und Türkis zu haben. Casio erwartet einen Ladenverkaufspreis von ca. 200 Euro.

Zwei neue Stative in der Cullmann Nanomax Familie

Cullmann präsentiert zwei neue Stative in der Nanomax Familie. Das neue Reisestativ Nanomax 200T inklusive Kugelkopf CB5.1 eignet sich mit 28 cm

Packmaß und 700 g Gewicht vor allem für den mobilen Outdoor-Einsatz. Die zweite Nanomax Stativneuheit ist das Modell Nanomax 260 inklusive Kugelkopf CB6.3 der Cullmann CX-Serie. Der Aluminium-Kugelkopf CB5.1 des Nanomax 200T sorgt bei Kompakt-, System- und mittleren DSLR-Kameras für einen sicheren Stand. Er lässt sich bei Bedarf von der Mittelsäule abschrauben. Zum Lieferumfang des Nanomax 200T gehört ein weicher Schutzbeutel aus abriebfestem Fleece. Mit dem Dreibeinstativ Nanomax 260 inklusive Kugelkopf CB6.3 erweitert Cullmann die Nanomax-Stativserie um ein neues Modell mit Kugelkopf. Der aus der CX-Serie entnommene Kugelkopf erhielt für das Nanomax 260 die bekannte Cullmann SK-Einheit, die ebenfalls aus Aluminium gefertigt ist.

Erno liefert jetzt auch quadratische Bilderrahmen

Quadratische Bildformate liegen im Trend. Die Erno Warenvertriebs GmbH bietet deshalb in ihrem aktuellen Rahmenprogramm zahlreiche Modelle für quadratische Fotos in unterschiedlichen Ausführungen und Größen an: Das Modell Dielsdorf ist ein schlichter, aber dennoch eleganter Silberrahmen, der durch seine schmale hochglänzende Rahmenleiste besticht und für nahezu jedes Motiv in Schwarzweiß oder Farbe geeignet ist. Er ist in den Größen 13 x 13 cm und 15 x 15 cm erhältlich und kostet 14,75 Euro bzw. 18,50 Euro (alle Preisangaben sind unverbindlich empfohlene Verkaufspreise). Neben den quadratischen Formaten ist der Rahmen auch in den gängigen Fotoformaten bis DIN-A4 erhältlich.

Ein ausgefallenes Design bietet der Rahmen Sölden (Bild unten). Hochglänzende, diagonal zum Bild verlaufende Wellenlinien akzentuieren die matte, ca. 3,5 cm breite Rahmenleiste und betonen das gerahmte Bild. Der Rahmen eignet sich für verträumte Porträts und romantische Hochzeitsfotos ebenso wie für einen Schnappschuss vom Nachwuchs. Den versilberten Rahmen gibt es in den Größen 13 x 13 cm und 15 x 15 cm. Preise: 17,50 Euro bzw. 22,50 Euro.

Drittes Beispiel für das quadratische Format ist der Holzrahmen Kittilä. Seine drei Zentimeter breite matte Holzleiste hat eine natürliche Maserung und stellt einen ausgefallenen Akzent in nahezu jeder Wohnungseinrichtung dar. Die Holzleiste im Farbton Espresso betont das gerahmte Bild und bietet Raum für vielerlei Motive. Besonders farbige Porträts, Landschaftsaufnahmen und Kinderbilder kommen gut zur Geltung. Kittilä gibt es quadratisch im Format 13 x 13 cm für 16,50 Euro sowie in den rechteckigen Formaten 10 x 15 cm (16,50 Euro) und 13 x 18 cm (18,75 Euro).

Alle Rahmen sind aus hochwertigen Materialien gefertigt und sehr sorgfältig verarbeitet. Zudem hat der Hersteller sie mit einer stabilen Rückwand mit Aufsteller sowie einer Aufhängevorrichtung ausgestattet.

Bei Dörr gibt's neue Southbull Camp Taschen

Dörr hat die neuen Southbull Camp Fototaschen ins Programm aufgenommen. Sie sind mit einem Schnellklettverschluss, einer geräumigen Fronttasche und einem Regenschutzcape ausgestattet. Die DuPont-Imprägnierung sorgt dafür, dass die Taschen auch bei rauen Umgebungsbedingungen problemlos benutzt werden können. Durch das helle Soft Clean Innenfutter sind die verstauten Gegenstände besser zu erkennen. Der rutschfeste Bodenschmutz-Schutz und der Safety Deckel, der den Inhalt vor Staub und Sand schützt, trägt zur angenehmen Handhabung der Taschenneuheiten bei. Eine dicke Polsterung, die variable Inneneinteilung, Metallkarabiner und die extra gepolsterte und rutschfeste Schulterauflage aus Leder sind weitere Ausstattungsmerkmale. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen lauten für das Modell Camp S (mit Gürtelschlaufe): 39,90 Euro; für das Modell Camp M (mit Gürtelschlaufe, Schultergurt, flexiblem Handgurt und Schnelleingriff von oben): 59,90 Euro; für das Modell Camp L (mit Trolley Schlaufe, Schultergurt, flexiblem Handgurt und Schnelleingriff von oben): 79,90 Euro.

Julia SHOOTER

HOCHWERTIGER UND ROBUSTER FOTO-RUCKSACK/SLINGTASCHE

JULIA SHOOTER

Konsequent und ausschließlich an den Bedürfnissen des Fotografen orientiert, zeichnet sich dieser Fotorucksack aus dem Hause BHS Binkert durch durchdachte Aufteilung, überzeugende Qualität und einfaches Handling – z. B. als Rucksack oder Slingtasche – aus. Erhältlich in 2 Größen.

Produktvideos unter www.bhsbinkert.de

SHOOTER FAMILY-FOTOTASCHENKOLLEKTION: EBENFALLS ERHÄLTLICH IN JE 2 GRÖSSEN

Mary Shooter für Kompaktkameras

Steve Shooter Schultertasche für Spiegelreflexkameras

WWW.BHSBINKERT. DE

UNTER TELEFON 07763-928-0 STEHEN WIR IHNEN GERNE PERSÖNLICH ZUR VERFÜGUNG.

BHS Binkert GmbH | Dr.-Rudolf-Eberle-Str. 12 | D-79725 Laufenburg | E-Mail: vertrieb@bhsbinkert.de

Alle Preise freibleibend und netto zzgl. MwSt. und Versandkosten. Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Irrtum und Änderung vorbehalten.

BHS BINKERT DISTRIBUTION

Pentax erhöht die Zahl der SLR-Modelle

Breiteres Sortiment

Nachdem Pentax bereits wenige Tage vor der photokina mit der K-r eine neue SLR-Kamera im mittleren Preissegment vorgestellt hatte, präsentierte das Unternehmen auf der Kölner Messe auch noch ein Modell für das obere Ende des Sortiments: Die neue Pentax K-5 erfüllt in vielen technischen Details professionelle Wünsche und richtet sich daher an eine besonders anspruchsvolle Zielgruppe.

„Zählt man die Mittelformatkamera dazu, haben wir mit den beiden photokina-Neuheiten fünf SLR-Kameras für die unterschiedlichsten Ansprüche im Angebot. Die Tatsache, dass die Neuheiten zusätzlich ins Sortiment kommen und nicht bereits existierende Modelle ersetzen, zeigt klar, dass wir unsere Position im SLR-Markt weiterhin behaupten bzw. noch ausbauen wollen", erklärte Sven Martens, General Manager DACH bei Pentax, im Gespräch mit imaging+foto-contact. Viel zum gegenwärtigen Erfolg des Unternehmens im SLR-Markt hätten verschiedene Aktionen mit dem Fachhandel beigetragen. Dadurch sei der Marktanteil in Deutschland inzwischen wieder auf fünf Prozent gestiegen.

Aber auch im Kompaktkamerabereich bleibe Pentax weiter aktiv, betonte Martens. „Hier werden wir auch zukünftig zeigen, dass Pentax ein etwas anderes Unternehmen ist als andere Kamerahersteller – verrückter und bunter." Wie sich dieser selbstgestellte Anspruch in der Produkt-politik äußert, beweist Pentax derzeit unter anderem mit dem Modell Optio „Chamäleon" (offiziell Optio RS1000), dessen Optik der Käufer nach eigenen Vorstellungen gestalten kann.

16,3 Megapixel und sieben Bilder/Sekunde

Das neue Spitzenmodell Pentax K-5 zeichnet sich unter anderem durch einen 16,3 Megapixel CMOS APS-C-Sensor und eine Bildfolge von maximal sieben Aufnahmen pro Sekunde aus. Ein neuer präziser und noch schnellerer Autofokus Safox IX+ sowie die verbesserte Bildverarbeitung durch Prime II sorgen in Verbindung mit dem Empfindlichkeitsbereich von ISO 80 bis ISO 51.200, Verschlusszeiten von 1/8.000 Sekunde bis 30 Sekunden und 77 Gehäusedichtungen dafür, dass die Kamera unter nahezu allen Einsatzbedingungen sehr schnell arbeitet. Die Optomagnetische Shake Reduction (SR), das Dust Removal System (DR II), die Live-View Funktion und die HDR-Automatik tragen zur Verbesserung von Handhabung und Bildqualität bei. Motivauswahl und Bildkontrolle erfolgen über den 3,0"/7,6 cm großen Weitwinkelmonitor mit 921.000 dots und ca. 170° Betrachtungswinkel.

Die Pentax K-5 ist seit Ende Oktober als reiner Body, im Kit mit dem smc DA 18–55 mm WR oder als Kit mit dem neuen smc DA 18–135 mm WR ab 1.459 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) zu haben.

Pentax K-5

Pluspunkte

Kompakte und robuste SLR-Kamera, die in vielen Details professionelle Ansprüche erfüllt

Ausstattung

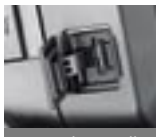
- Auflösung: 16,3 Megapixel, APS-C-Sensor
- 3"/7,62 cm-Display
- maximal sieben Bilder/Sek.
- 77 Gehäusedichtungen
- schneller Safox IX+ Autofokus

UVP (Gehäuse): 1.459 Euro

Erstklassige Brillanz dank Zweitreflektor.

ERHÄLTLICH FÜR
CANON
NIKON
OLYMPUS
PANASONIC
PENTAX
SONY

Für anspruchsvolle Blitzfotografie ist der Metz mecablitz 58 AF-2 digital die perfekte Wahl: Modernste Zweitreflektortechnik sorgt in Verbindung mit der hohen Leitzahl 58 bei ISO 100 für höchste Brillanz – auch beim indirekten Blitzen. Losgelöst von der Kamera bietet das Blitzgerät im drahtlosen Betrieb viel Spielraum für eine kreative Lichtgestaltung. Über die integrierte USB-Schnittstelle sind bequeme Updates mit Firmware per Computer und Internet möglich.


USB-Schnittstelle

Schwenkreflektor

Ausziehbare Reflektorkarte

Einfache Bedienbarkeit

Metallfuß*

Ausstattung und Lieferfähigkeit modellabhängig
*außer Sony Version

Made in Germany

PLUS X AWARD
BESTES PRODUKT
Blitzgerät des Jahres 2010

PLUS X AWARD
ausgezeichnet für:
Innovation
High Quality
Bedienkomfort

Technische Perfektion • Sicher in die Zukunft • Bedienfreundlichkeit • Ausgezeichnete Qualität • Bequemer Service

Metz – immer erstklassig.

www.metz.de

Auf der Webseite www.ringfoto.de ist jetzt der langerwartete Online-Fotoservice „Ringfoto Bilder & Mehr" freigeschaltet.

Gute Stimmung Herbstmesse

Wieder einmal gut besucht war die Ringfoto Herbstmesse, die vom 15. bis 17. Oktober 2010 in Erlangen stattfand. An den Ständen der Aussteller standen vor allem die photokina-Neuheiten und die Bestellungen fürs Weihnachtsgeschäft im Mittelpunkt. Rechtzeitig zur umsatzstärksten Zeit des Jahres sorgt die Ringfoto Zentrale zudem mit neuen und verbesserten Online-Aktivitäten für mehr Präsenz ihrer Mitglieder im Internet.

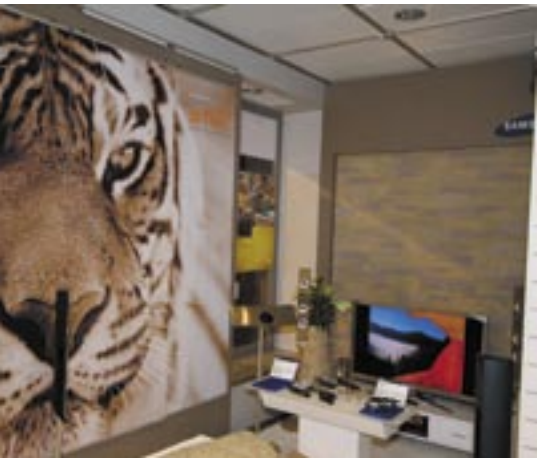
Neues im Online-Geschäft

So startete mit der Ringfoto Herbstmesse auf der Webseite www.ringfoto.de der langerwartete Online-Fotoservice „Ringfoto Bilder & Mehr". Damit bietet Europas größte Fotokooperation erstmals ein übergreifendes Portal, in dem Endkunden alle wesentlichen Bildprodukte wie Prints, Fotobücher, Fotokalender und Fotogeschenke online bestellen können. Am Ende des Bestellvorgangs entscheiden sich die Kunden für ihren Ringfoto-Händ-

In klarem, weißem Design präsentiert sich der neue Musterladen. Die Samsung Lounge ermöglicht die Demonstration der Verbindung von Kamera und TV.

auf der Ringfoto

ler und holen später dort die bestellten Produkte ab. Ein direkter Postversand an die Konsumenten durch Ringfoto findet nicht statt.
Technisch basiert das neue Ringfoto Portal auf der Online-Plattform von Cewe Color. Im Hintergrund sind jedoch auch die Labore von Fujifilm und Allcop angeschlossen, so dass die Online-Bestellungen für jeden Händler bei seinem Vertragslabor produziert und ausgeliefert werden. Das führt in manchen Fällen sogar zu einer Sortimentsausweitung: Bestellt ein Kunde über das Ringfoto Portal ein Bildprodukt, das vom Labor des ausgewählten Händlers nicht geführt wird, produziert das anbietende Labor dieses Produkt und liefert es an das entsprechende Vertragslabor, von dem aus die Auslieferung an den Händler erfolgt.
„Mehr als 50 Prozent aller Digitalfotos werden bereits jetzt über das Internet bestellt. Bei Fotobüchern und Fotogeschenken liegt der Anteil sogar noch höher", erklärte Ringfoto Geschäftsführer Michael Gleich. „Mit unserem neuen Online-Fotoservice können Ringfoto Mitglieder an diesem Wachstum teilhaben und zusätzliche Umsätze über das Internet erzielen, ohne dafür eigene Aktivitäten starten zu müssen."



Samsung machts möglich
Der Ringfoto Verkaufsmarathon

Mit einem spektakulären Event will Ringfoto in das Jahr 2011 starten: Am 30. Januar findet in der Stadthalle Neuss von 10.00 Uhr bis 22.00 Uhr der erste Ringfoto Verkaufsmarathon statt. Um die Ringfoto Mitglieder herauszufordern, hat der mehrfach ausgezeichnete Verkaufstrainer Hans-Uwe L. Köhler ein unvergleichliches Programm konzipiert: 12 Stunden intensives Training voller Power, Bühnenwitz, Motivation und fachlichem Input. Abgerundet wird das Programm durch prominente Gäste wie den Triathleten Slatco Sterzenbach, die Sängerin Deborah Woodson und die ZDF-Moderatorin Stefanie Mau.
Der außergewöhnliche Trainingstag soll das ganze Jahr über Folgen haben: Bis zum Weihnachtsgeschäft erhalten die Teilnehmer jede Woche einen konkreten Verkaufsimpuls und können so die Inhalte des Seminars Schritt für Schritt in die Tat umsetzen. Das bedeutet 42 Marathon-Etappen für mehr Verkaufserfolg.
Die Seminargebühr ist mit 199 Euro so günstig, dass sie keinen Händler überfordert. Allerdings ist die Teilnahme aufgrund der räumlichen Gegebenheiten auf 300 Plätze beschränkt. Die Zuteilung der Eintrittskarten wird darum nach Eingang der Buchung erfolgen. Jeder Teilnehmer erhält eine persönliche Startnummer; wer schnell ist, sichert sich damit auch einen der besten Plätze.
Möglich wurde das Angebot des Ringfoto Verkaufsmarathons durch die Firma Samsung, die diesen Event als Alleinsponsor unterstützt. „Ohne das große finanzielle Engagement dieses Partners wäre diese spektakuläre Veranstaltung für uns nicht realisierbar", betonte Michael Gleich.

Verbesserte Ringfoto Webworld

Bereits eine Woche vor der Ringfoto Messe ging die neue Version der Ringfoto Webworld ans Netz. Auf dieser Plattform können sich Händler auf der Basis einer einheitlichen Software ihren eigenen individuellen Internet-Auftritt gestalten. Dabei stehen sowohl die Markenprofile von Ringfoto und Photo Porst als auch Möglichkeiten zur neutralen Gestaltung zur Verfügung. Die neue Platt-

form ist deutlich schneller als ihre Vorgängerin, bietet eine verbesserte Suchmaschine und eine komplett neugestaltete moderne Navigation. Das ansprechende Layout bietet zahlreiche neue Möglichkeiten zur Individualisierung; umfangreiche Muster-Layouts machen die Bearbeitung durch den Ringfoto-Händler einfach. Auch eine Anbindung an Google Maps steht zur Verfügung.

Die Webworld umfasst ein komplettes Shop-System, das von Ringfoto zentral gepflegt wird. Alle Online-Bestellungen werden dabei im Auftrag des Händlers über das Ringfoto-Lager abgewickelt. Je nach seinem Sortiment und seiner Geschäftspolitik kann der Ringfoto-Händler die von der Zentrale vorgeschlagenen Angebote eliminieren, ergänzen oder die Preise verändern. „Auch hier wollen wir nicht als Ringfoto Zentrale direkte Angebote für die Konsumenten machen, sondern unsere Händler in die Lage versetzen, ein profitables Online-Geschäft zu betreiben", erklärte Michael Gleich. Die Ringfoto Webworld steht den Mitgliedern zu einem pauschalen Preis von 79 Euro im Monat zur Verfügung.

Voll: die Stände am Samstag.

Apple bei Ringfoto

Zur Herbstmesse stellte Ringfoto auch das neue exklusive Apple-Ringfoto-Partnerprogramm vor. Die Kooperation ist nicht nur „autorisierter Apple Händler", sondern wird ausgewählte Mitglieder beim Verkauf der Sortimente der legendären IT-Designmarke nachhaltig unterstützen. Jedes Mitglied kann sich für dieses Partnerprogramm bewerben und nach einer Zertifizierung durch Apple und Ringfoto von den Vorteilen profitieren. Zu diesen gehören regelmäßige attraktive Angebotsflyer, umfangreiche Dekopakete, werbliche Unterstützung, Schulungsangebote mit exklusivem Zugang zum Apple Online-Training, attraktive Rabatte für Demoware, subventionierte Ladenbaumodule, ein interessantes Kickback-Programm und die Integration in den umfassenden Apple-Service. In der Ringfoto Zentrale selbst stehen kompetente, zertifizierte Ansprechpartner für das Apple Sortiment zur Verfügung. Voraussetzung für eine Zertifizierung als Apple Partner sind erste Erfahrungen mit den Produkten der Marke, ein persönlicher Apple Ansprechpartner am PoS, die Teilnahme an regelmäßigen Schulungen, der Einsatz der aktuellen Deko-Elemente im Geschäft, die Live-Präsentation der subventionierten Demogeräte und die Präsenz eines Apple Grundsortiments.

Telekommunikation ganz einfach

Ab sofort haben Ringfoto Mitglieder die Möglichkeit, mit den Produkten Fonic und O2 des neues Partners O2 ohne großen Aufwand in das Geschäft mit Telekommunikationsprodukten einzusteigen. Dabei gibt es keinerlei Vertragslaufzeiten, Grundgebühren oder Mindestumsätze; die Kunden haben aber zahlreiche, gut

Auch voll: die Trend-Präsentationen von Ringfoto-Verkaufsleiter Martin Wagner, bei denen es auch um 3D ging.

Hoch her ging es wieder auf der großen Party am Samstagabend, auf der sich in diesem Jahr die Teilnehmer in Sträflinge verwandelten. Das machte auch Ringfoto Verkaufsleiter Martin Wagner und Marketingleiterin Claudia Endres Spaß. Inzwischen sind sie wieder aus dem Gefängnis entlassen.

verfügbare Möglichkeiten zur Guthabenaufladung, von der der Ringfoto Händler profitiert. Zu den günstigen Tarifen (bei Fonic nur 9 Cent pro Minute) und interessanten Margen gesellt sich ein weiterer Vorteil: Zu den Starterkarten von O2 kann der Ringfoto Händler jedes beliebige „freie" Handy verkaufen.

Neuer Musterladen

Zur Herbstmesse präsentierte Ringfoto seinen Mitgliedern einen komplett neu gestalteten Musterladen. Er wurde von grauen Möbeln auf ein frisches Erscheinungsbild in Weiß umgestellt und bietet gute Möglichkeiten, für noch emotionalere Gestaltung am PoS. Die neue Samsung Lounge bietet die Möglichkeit, die Verbindung von Digitalkamera, Video und HD- bzw. 3D-Fernsehen live zu demonstrieren. An der Bildertheke des Musterladens wird die Aufmerksamkeit für neue margenstarke Bildprodukte noch verstärkt.

Die Ringfoto Geschäftsführung sieht unter diesen Vorzeichen die Herbstmesse als Startschuss für ein gutes Weihnachtsgeschäft: „Nachdem das letzte Geschäftsjahr mit 20 Prozent Umsatzsteigerung extrem erfolgreich war, konnte dieses hohe Niveau im laufenden Jahr noch nicht ganz erreicht werden", erklärte Michael Gleich. „Nach der gut besuchten und rundum erfolgreichen photokina 2010 und der lebhaften Herbstmesse rechnen wir für das Weihnachtsgeschäft aber mit zusätzlichen Verkaufsimpulsen."

Neuheiten

Leica V-Lux 2 mit Superzoomobjektiv

Mit der Leica V-Lux 2 hat Leica eine universell einsetzbare Kompaktkamera vorgestellt. Herausragendes Ausstattungsmerkmal ist das 24fach Supertelezoom-Objektiv Leica DC Vario-Elmarit 1:2,8–5,2/ 4,5–108 mm ASPH. mit einer Brennweitenspanne von 25 bis 600 Mil-

limetern (entsprechend Kleinbild). Ein nahezu in alle Richtungen dreh- und schwenkbarer 3"-LCD-Monitor (460.000 Pixel) erleichtert dem Fotografen die Bildkontrolle selbst bei ungewöhnlichen Kameraperspektiven. Zusätzliche Einsatzmöglichkeiten für die V-Lux 2 ergeben sich durch ihre umfangreichen Videofunktionen und die Möglichkeit, Filme in 1080i-AVCHD-Full-HD aufzunehmen. Während der Aufzeichnung steht der gesamte 24fach Zoom-Bereich zur Verfügung, und das integrierte Stereo-Mikrofon sorgt mit seinem elektronischen Windgeräuschfilter für einen klaren Ton. Hervorzuheben ist weiterhin die schnelle Serienbildgeschwindigkeit. Sie beträgt elf Bilder pro Sekunde bei voller Auflösung von 14,1 Megapixeln sowie 60 Bildern pro Sekunde bei einer Auflösung von 2,8 Megapixeln. Im Lieferumfang der Leica V-Lux 2 ist ein umfangreiches Softwarepaket zum Anzeigen, Organisieren, Verwalten und Bearbeiten der geschossenen Fotos enthalten. Die Leica V-Lux 2 ist ab sofort für eine unverbindliche Verkaufspreisempfehlung von 749 Euro erhältlich.

Es gibt viele Gründe für den Einsatz externer Blitzgeräte, zum Beispiel bei Aufnahmen mit extremem Gegenlicht.

Viele Metz Neuheiten auf der photokina

Blitz-Innovationen

Mit neuen Blitzgeräten hat Metz auf der photokina seine Produktpalette erweitert und damit seinen Anspruch unterstrichen, auch bei der Digitalfotografie weiterhin für gutes Licht zu sorgen. Neben praktischen Verbesserungen und größerer Lichtleistung wurde bei der Entwicklung der Neuheiten auch auf Zukunftssicherheit Wert gelegt: Mit Hilfe einer USB-Schnittstelle kann die Software der neuen Blitze aktualisiert werden.

„Wir sind ein Unikum." Mit diesen Worten stellte Metz Geschäftsführer Dr. Norbert Kotzbauer auf einer internationalen Pressekonferenz in Köln das deutsche Traditionsunternehmen vor. Tatsächlich ist Metz weltweit der einzige Hersteller, der Blitzgeräte in Europa entwickelt und produziert. Die Marke Metz, betonte Kotzbauer, stehe dabei seit Jahrzehnten für Qualität, Innovation und ein Vollsortiment, das für jeden Anspruch und jede Anwendung eine passende Lösung biete.

Metz Geschäftsführer Dr. Norbert Kotzbauer

In den vergangenen Jahren hat Metz besonders von der rasanten Entwicklung der Nachfrage nach Systemkameras profitiert. Von 2005 bis 2010 stieg der Absatz von Digitalkameras insgesamt um 53,3 Prozent, digitale Spiegelreflex-Kameras legten im selben Zeitraum um 281 Prozent zu.

Dabei stieg der Verkauf von Blitzgeräten in den vergangenen fünf Jahren um 65 Prozent; Metz verzeichnete sogar eine Wachstumsrate von 75 Prozent und entwickelte sich damit deutlich schneller als der Markt. Auf 26 bis 27 Prozent schätzt Kotzbauer den Marktanteil von Metz am deutschen Blitzgeräte-Geschäft. Damit belegt das Unternehmen im Wettbewerb mit den Originalmarken der Kamerahersteller den zweiten Platz. Vom wachsenden Erfolg digitaler Systemkameras ohne Spiegel versprechen sich die Zirndorfer Blitzgeräte-Spezialisten in den kommenden Jahren weitere Marktimpulse.

Der schnellen Weiterentwicklung der Kameramodelle entsprechend kommt es auch bei Blitzgeräten auf innova-

tive Entwicklungen an, die den Trends auf dem Markt entsprechen. So bieten die Metz Spitzenmodelle zum Beispiel einen zweiten Blitzreflektor, der eine Kombination von frontaler und indirekter Beleuchtung ermöglicht. Durch das kabellose Zusammenspiel mehrerer Blitzgeräte können auch große Räume gleichmäßig ausgeleuchtet oder interessante Lichteffekte erzielt werden. „Die Einführung der neuen Blitztypen bedeutet, dass wir mit allen Varianten 25 neue Blitzgeräte auf den Markt bringen", erklärte Günter Kiener, Vertriebsleiter

Günter Kiener, Metz Vertriebsleiter Fotoelektronik

Fotoelektronik bei Metz. „Damit haben wir zur photokina 80 Prozent unseres Sortiments erneuert."

photokina-Neuheiten

Nachdem Metz bereits vor der photokina mit dem mecablitz 50 AF-1 digital und dem mecablitz 58 AF-2 digital zwei neue Modelle an die Spitze des Sortiments gesetzt hatte (siehe ifc 9/2010, S. 46), folgten auf

Die drei auf der photokina vorgestellten Neuheiten: (v. r.) mecablitz 44 AF-1 digital, mecablitz 36 AF-5 digital und mecablitz 24 AF-1.

der photokina mit dem mecablitz 44 AF-1 digital, dem mecablitz 36 AF-5 digital und dem mecablitz 24 AF-1 digital drei weitere neue Blitzgeräte für das mittlere und das Einstiegssegment.

Der mecablitz 44 AF-1 digital bietet eine Leitzahl 44 (bei ISO 100/21° und 105 mm), ein elegantes Design und individuelle Eingriffsmöglichkeiten bei der Lichtgestaltung. Er ermöglicht hohe Blitzzahlen (zum Beispiel 270 Vollblitze mit NiMH-Akkus 2.100 mAh) und Blitzfolgezeiten von 0,1 bis drei Sekunden (je nach Energiequelle und Blitzleistung). Ein übersichtliches Bedienfeld mit beleuchteten Tasten auf der Geräterückseite sorgt für einfache Bedienbarkeit. Zu den vielfältigen Ausstattungsmerkmalen gehören der vollautomatische Zoom, die integrierte Weitwinkelstreuscheibe für zwölf Millimeter Ausleuchtung, eine ausziehbare Reflektorkarte und eine USB-Schnittstelle für Software-Updates. Weiterhin bietet das neue Systemblitzgerät Dauerlicht zur Prüfung der Ausleuchtung vor der Aufnahme (kameraabhängig), einen integrierten Autofokus-Messblitz und, ebenfalls kameraabhängig, eine Blitzbereitschafts- und Belichtungskontrollanzeige in Kamerasucher.

Schwenkreflektoren eröffnen vielfältige Möglichkeiten für indirektes Blitzen.

Mit dem mecablitz 36 AF-5 digital ist die nächste Generation des kompakten Systemblitzgerätes mecablitz 36 AF-4 digital erschienen. Er bietet eine Leitzahl von 36 (bei ISO 100/21° und 85 mm). Mit einem Satz neuer Alkali-Mangan-Batterien können bis zu 450 Vollblitze erzeugt werden, und zwar mit Blitzfolgezeiten von 0,3 bis drei Sekunden. Zur Ausstattung gehören ein vertikaler Schwenkreflektor +90°, LED-Anzeigen, ein manueller Zoomreflektor für 28–85 mm Ausleuchtung, ein integrierter Autofokus-Messblitz

Bild links: Die Software des mecablitz 44 AF-1 digital lässt sich über eine integrierte USB-Schnittstelle schnell aktualisieren. Bild rechts: Mit einem Satz Akkus sind bei diesem Gerät bis zu 270 Vollblitze möglich.

und die Blitzbereitschafts- und Belichtungskontrollanzeige auf der Rückseite und (kameraabhängig) im Kamerasucher. Zudem enthält das neue Modell eine Weitwinkelstreuscheibe, die sich für eine Ausleuchtung von Weitwinkelbrennweiten ab 18 mm (Kleinbild) eignet.

Nummer drei des Neuheiten-Trios, der mecablitz 24 AF-1 digital, eignet sich als idealer Einstieg in das Metz Systemblitzgeräte-Sortiment. Durch seine kompakte, schlanke Erscheinung

Mit Hilfe der integrierten Streuscheiben können auch extreme Weitwinkelaufnahmen optimal ausgeleuchtet werden

und sein geringes Gewicht lässt er sich problemlos transportieren. Das kleinste Systemblitzgerät von Metz bietet eine Leitzahl 24 (bei ISO 100/21° und 35 mm Brennweite). Es ermöglicht mit einem Satz neuer Alkali-Mangan-Batterien bis zu 150 Vollblitze mit Blitzfolgezeiten von 0,3 bis acht Sekunden. Es ist mit einem vertikalen Schwenkreflektor +90°, LED-Anzeigen, einem integrierten Autofokus-Messblitz sowie Blitzbereitschafts- und Belichtungskontrollanzeige auf der Blitzgeräte-Rückseite und im Kamerasucher (kameraabhängig) ausgestattet.

Alle drei photokina Neuheiten sind optimal auf Kameras der Marken Canon, Nikon, Olympus/Panasonic, Pentax und Sony abgestimmt. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen lauten: mecablitz 44 AF-1 digital: 179,90 Euro; mecablitz 36 AF-5 digital: 99,90 Euro; mecablitz 24 AF-1: 69,90 Euro.

Argumente für den Einsatz externer Blitzgeräte

Obwohl die meisten Kameraneuheiten heutzutage mit einem integrierten Blitzgerät ausgeliefert werden, und obwohl sich mit der stetigen Weiterentwicklung der Digitalfotografie die Lichtempfindlichkeit vieler Kameramodelle in früher kaum vorstellbaren Dimensionen bewegt, gibt es nach wie vor gute Gründe, ein externes Blitzgerät zu benutzen. Denn künstliches Licht dient nicht nur dazu, unzureichende Umgebungsbedingungen aufzuhellen, sondern kann auch zur Realisierung kreativer Motivideen oder zur Vermeidung fotografischer Fehler genutzt werden. Außerdem gilt: Wenn der Fotograf schon bei der Aufnahme das Licht richtig setzt, spart er später bei der Bildbearbeitung viel Zeit, um Korrekturen durchzuführen. Hier einige der wichtigsten Argumente für das Beratungsgespräch am Point of Sale.

Argument 1: Externe Blitzgeräte mit hoher Leitzahl können große Räume viel besser ausleuchten als dies zum Beispiel Kameras mit integriertem Blitzgerät können.

Argument 2: Nur mit externen Blitzgeräten kann „entfesselt" geblitzt werden. So lassen sich zum Beispiel Motivbereiche aufhellen, die sich nicht frontal vor dem Objektiv befinden.

Argument 3: Durch indirektes Blitzen werden unangenehme Schlagschatten vermieden, und der Hintergrund erscheint natürlicher.

Argument 4: Der Klassiker; je weiter das Blitzgerät vom Objektiv entfernt ist, desto sicherer lässt sich der Rote-Augen-Effekt vermeiden.

di support schaltet Online-Fotolabor frei

www.genialdigital.de

In Zusammenarbeit mit europa-foto hat di support Ende Oktober unter der Adresse www.genialdigital.de ein neues Online-Fotolabor ins Internet gestellt. Kunden können dort neben Standardbildern viele hundert verschiedene Fotoprodukte bestellen und diese entweder zu sich nach Hause oder zur Abholung zu einem europa-foto-Händler schicken lassen.

Der Online-Shop ist übersichtlich gestaltet und einfach zu bedienen. Die Kunden werden so durch das Angebot geführt, dass sie ihren Einkauf schnell und leicht abschließen können. Die Gestaltungssoftware für Fotobücher von genialdigital.de ist laut di support eine der modernsten und innovativsten Fotobuch-Anwendungen, die es im Internet

Kunden, die bei www.genialdigital.de Fotos und andere Produkte bestellen, können sich diese auch zu einem europa-foto-Händler schicken lassen – versandkostenfrei und ohne Mindestbestellwert.

gibt. Mit dem Gestalten eines Fotobuchs kann sofort auf der Internetseite begonnen werden. Das Herunterladen und Installieren von zusätzlicher Software ist nicht nötig.

Unter der Adresse www.genialdigital.de empfängt eine übersichtlich gestaltete Startseite Kunden und Interessenten.

Zur Bezahlung der gewünschten Artikel stehen den Kunden verschiedene, sichere Zahlungsoptionen zur Verfügung. Die Bezahlung kann per Sofortüberweisung, EC- oder Kreditkarte erfolgen. Nach erfolgreicher Bestellung werden die Kunden detailliert über den aktuellen Status ihrer Bestellung informiert. So erhält jeder Kunde eine Auftragsnummer, mit der er den Status seiner Bestellung bis an die eigene Haustür verfolgen kann.

Bei genialdigital.de zahlt der Kunde für den Versand der bestellten Produkte nur, wenn er sich diese nach Hause schicken lässt. Anders als bei anderen Online-Shops, gibt es bei genialdigital.de auch die Möglichkeit, sich die Ware versandkostenfrei in eine der vielen bundesweit angeschlossenen Abholfilialen senden zu lassen – und dies ohne jeden Mindestbestellwert.

Noritsu unterstreicht Führungsanspruch

Wertschöpfung „in einer Stunde"

Mit einem selbstbewussten Auftritt unterstrich Noritsu auf der photokina seinen Führungsanspruch bei schnellen Bilddienstleistungen im Fotogeschäft. Dabei stellte das Unternehmen mit dem neuen Drylab D1005 HR ein Printsystem vor, das eine besonders hohe Bildqualität ermöglicht. imaging+foto-contact hat mit Thomas Mümken, Noritsu Verkaufsdirektor Westeuropa, über die Perspektiven für das Bildergeschäft am PoS gesprochen.

Thomas Mümken: „Imaging-Systeme stehen bei Noritsu für 95 Prozent des Umsatzes."

imaging+foto-contact: *Herr Mümken, wie würden Sie die wichtigste Botschaft des photokina Auftritts von Noritsu zusammenfassen?*

Thomas Mümken: Die Vielfalt unseres Angebotes auf der photokina zeigt deutlich, dass wir unsere Position als Markt- und Technologieführer für Bilddienstleistungen im Fotogeschäft ausbauen wollen. Denn wir bieten Lösungen für unterschiedliche Geschäftsmodelle, Kapazitäten und Kundenansprüche – vom hochproduktiven QSS-Minilab für große Bildervolumina bis zum besonders bedienungs- und wartungsfreundlichen Drylab, mit dem ganz einfach zahlreiche unterschiedliche Bildprodukte hergestellt werden können. Hinzu kommen die von Noritsu selbst entwickelten HPT-Module mit intuitiver Bedienoberfläche, mit denen es den Kunden einfach gemacht wird, diese Bildprodukte zu gestalten und zu bestellen.

Natürlich möchte ich auch auf unsere wichtige Neuheit hinweisen: Das neue Duplex Drylab D1005 HR, das mit einer maximalen Auflösung von 1.440 dpi eine geradezu spektakuläre Bildqualität bietet.

imaging+foto-contact: Kann man daraus schließen, dass Noritsu nach einer Zeit der Umstrukturierung und Diversifizierung wieder das Bildergeschäft in den Blick nimmt?

Thomas Mümken: Nein, denn wir haben den Blick auf das Bildergeschäft nie verloren. Alles andere wäre auch unsinnig, denn Imaging-Systeme stehen bei Noritsu für 95 Prozent des Umsatzes. Deshalb haben wir das digitale Bildergeschäft von Anfang an mit unseren Innovationen gestaltet. So waren wir die ersten, die bereits vor acht Jahren ein Inkjet-Minilab auf den Markt gebracht haben, und wir haben sowohl die trockenen Technologien als auch unsere fotochemischen Geräte konsequent weiterentwickelt, um unsere Führungsposition auszubauen.

imaging+foto-contact: *Ist denn das schnelle Bildergeschäft für den Fotohandel überhaupt noch ein Thema? Die Zahl der Minilabs hat ja bekanntlich deutlich abgenommen, nachdem im Zuge der digitalen Entwicklung die Nachfrage nach Standardbildern und damit die Auslastung der Geräte zurückgegangen ist. Personalisierte Bildprodukte werden ja bekanntlich meist im Internet bestellt und von zentralen Bilddienstleistern geliefert.*

Thomas Mümken: Natürlich hat die Entwicklung des digitalen Bildergeschäfts auch Auswirkungen auf das Minilabsegment gezeigt und den einen oder anderen Betreiber auch zur Aufgabe veranlasst. Allein in Deutschland sind aber derzeit 1.800 Minilabs in Betrieb, und es kommen sozusagen täglich neue hinzu, besonders im Bereich der Drylabs. Die rasant wachsende Nachfrage nach personalisierten Bildprodukten bietet gerade dem Fotohandel eine große Chance, durch persönliche kundennahe Dienstleistungen die Konsumenten an sein Geschäft zu binden, und vor allem damit wirklich Geld zu ver-

dienen. Denn die personalisierten Bildprodukte bieten ja eine viel höhere Wertschöpfung als das klassische 10 x 15-Foto. Zudem ist die Investition für ein modernes Drylab deutlich kleiner als für ein herkömmliches Minilab. Damit wird es möglich, ein solches Gerät auch an Standorten zu betreiben, deren Auftragsvolumen die Installation eines teuren Gerätes nicht rechtfertigen würde. Da Drylabs ausgesprochen einfach zu bedienen sind, halten sich übrigens auch die Personalkosten im Rahmen.

imaging+foto-contact: *Kann man denn mit einem Inkjet-Minilab personalisierte Bildprodukte wie Fotobücher, Kalender oder Grußkarten so herstellen, dass man im Wettbewerb mit den großen Anbietern mithalten kann?*

Thomas Mümken: Unbedingt. Ich würde sogar sagen, dass unsere Geräte ihren Betreibern im Vergleich zu zentralen Anbietern einen Wettbewerbsvorteil bieten. Denn wenn wir von personalisierten Bildprodukten reden, dann ist der persönliche Service durch nichts zu ersetzen – und genau den kann man mit einem Noritsu Drylab bieten. So ermöglicht unser Duplex Drylab D1005, ebenso wie das in Kürze lieferbare D1005 HR, die Produktion doppelseitiger Fotobuchseiten und Kalenderblätter in einer Vielfalt von Formaten bis zu 30 x 91 cm – und das in einer Qualität, die der des von zentralen Bilddienstleistern meistens eingesetzten Digitaldrucks um Längen überlegen ist. Zudem kann man mit unseren Systemen praktisch alle Dateiformate verarbeiten, einschließlich RAW- und PDF-Dateien. Ersteres ist besonders für sehr anspruchsvolle Kunden wie ambitionierte Hobbyfotografen und Profis interessant. Die Verarbeitung von PDFs hingegen ermöglicht ganz neue Geschäftsfelder, denn eine Vielzahl von Druckprodukten, von der Speisekarte bis zum Schaufensterplakat, basiert normalerweise auf diesem Dateiformat. Dabei ist wichtig, dass alle unsere Printsysteme mit anderen Druckoptionen, z. B. Großformat-Printern, vernetzt werden können. Noritsu bietet deshalb seinen Kunden die Möglichkeit, ein besonders umfassendes Sortiment personalisierter Bildprodukte anzubieten.

imaging+foto-contact: *Aber dazu braucht man bekanntlich nicht nur Drucksysteme, sondern auch Zusatzgeräte zum Binden von Fotobüchern und Kalendern und vor allem Software, mit denen digitale Bildprodukte einfach gestaltet und bestellt werden können. Was bietet Noritsu hier an?*

Neu: Noritsu D1005 HR

Mit dem neuen D1005 HR Dry Duplex Minilab stellte Noritsu auf der photokina ein neues Inkjet-Gerät vor, das sich durch die besonders hohe Auflösung von bis zu 1.440 dpi auszeichnet. In seinen sonstigen Leistungsmerkmalen gleicht es dem bekannten D1005 und arbeitet mit dem von Noritsu entwickelten Vierfarb-Tintensystem mit sechs Gradationen pro Bildpunkt und einer speziell entwickelten Tinte, die sich durch besondere Widerstandsfähigkeit gegen äußere Einflüsse auszeichnet. Die Noritsu AccuSmart Bildverarbeitungstechnologie sorgt mit automatischer Bildkorrektur für hervorragende Resultate.

Das neue D1005 HR Dry Duplex Minilab bietet eine besonders hohe Auflösung von bis zu 1.440 dpi und arbeitet mit dem von Noritsu entwickelten Vierfarb-Tintensystem mit sechs Gradationen pro Bildpunkt.

Das D1005 HR kann sowohl mit Rollenpapier (Noritsu Inkjet-Papier mit glänzender oder halbglänzender Oberfläche) als auch mit Blattware mit verschiedenen Oberflächen und unterschiedlichen Papiergewichten und -dicken betrieben werden. Die Bild- bzw. Seitenformate reichen von 210 x 305 mm bis zu 306 x 635 mm bei Blattware und von allen gängigen Printformaten bis zum Super-Panoramabild im Format 30 x 91 cm bei Rollenware.

Mit Hilfe des EZ-Kontrollers kann jederzeit zwischen verschiedenen Auflösungen (720 dpi oder 1.440 dpi) umgeschaltet werden, je nachdem, ob schnelle Produktion oder höchste Bildqualität Priorität hat. Zudem ist der Wechsel zwischen verschiedenen Ausgabeprofilen möglich, so dass wahlweise Bilder mit dem Eindruck fotochemisch verarbeiteter Fotos oder besonders kontrastreiche Drucke mit ausgesprochenem Inkjet-Charakter ausgegeben werden können. Damit ist es möglich, individuellen Kundenansprüchen gerecht zu werden. Zwei duale Papiermagazine ermöglichen die Bevorratung von bis zu vier Papierrollen. Optional kann das D1005 HR mit einer Sortiereinheit (bis zu 12 Aufträge) ausgestattet werden.

Die Kapazität des neuen Drylabs beträgt bis zu 950 Bilder (10 x 15 cm) pro Stunde; dabei können bis zu 3.800 Bilder ohne Papierwechsel gedruckt werden. Das Noritsu D1005 HR ist ab Dezember 2010 erhältlich und wird dann das D1005 ablösen. Ein Upgrade-Kit für bereits installierte D1005 Drylabs wird zum selben Zeitpunkt angeboten.

Thomas Mümken: Wir bieten unseren Kunden hier Lösungen aus einer Hand, sowohl zur physischen Herstellung der Bildprodukte als auch im Softwarebereich. So können mit unseren HTP-Modulen Bildprodukte am Kiosk und auch online gestaltet und bestellt werden. Durch die Offenheit unserer Systeme ist es aber auch kein Problem, Bestellsoftware von anderen Herstellern einzusetzen. Hier sind wir gerne bereit, gemeinsam mit unseren Kunden maßgeschneiderte Lösungen für das entsprechende Geschäft zu entwickeln.

imaging+foto-contact: *Andere Anbieter für Printsysteme im Fotohandel setzen auf eigene Shop-Konzepte und ihre bekannten Marken und statten ihre Kunden auch mit entsprechenden Werbematerialien aus. Die Marke Noritsu ist dagegen bei den Konsumenten sozusagen unbekannt. Ist das nicht ein Nachteil?*

Thomas Mümken: Nein, denn gerade beim qualifizierten Fotohandel geht es ja um persönlichen Service, es geht um das Vertrauen der Kunden zu einem ganz bestimmten Fotohändler. Deshalb ist es unserer Ansicht nach konsequent, personalisierte Bilddienstleistungen auch unter dem Namen und der „Marke" dieses Fotohändlers anzubieten. Dabei unterstützen wir unsere Kunden auf vielfältige Weise, z. B. mit Shop-Konzepten, Werbematerialien und Promotionaktionen, die genau für unseren Partner personalisiert werden. Noritsu-Kunden bewahren damit ihre eigene Identität und sprechen die Konsumenten nicht unter einer mehr oder weniger anonymen Marke, sondern mit ihrem eigenen guten Namen an. Das halte ich eher für einen Wettbewerbsvorteil als für einen Nachteil.

imaging+foto-contact: *Herr Mümken, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.*

Neuheiten

Leica X1 jetzt auch in einer schwarzen Ausführung

Die Leica X1 ist ab sofort auch in einer eleganten schwarzen Ausführung erhältlich, die sich neben der Farbgebung außerdem durch eine grobe Belederungsstruktur von der stahlgrauen Version der Kamera unterscheidet. Die technischen Spezifikationen sowie der Lieferumfang entsprechen dem bisherigen Modell.

Die Leica X1 ist mit einem CMOS-Bildsensor im APS-C-Format mit 12,2 Megapixeln ausgestattet. Zusammen mit dem universell einsetzbaren Objektiv Leica Elmarit 1:2,8/24 mm ASPH. (36 mm entsprechend Kleinbild) bietet der für diese Kameraklasse besonders große Sensor eine hohe Bildqualität, die den Vergleich mit einer Profi-Kamera nicht zu scheuen braucht. Dank der maximalen Empfindlichkeit von ISO 3.200 und der hohen Lichtstärke des Objektivs ist die Leica X1 auch für den Einsatz in der Available Light Fotografie geeignet.

Exklusive Sonderserie Leica M9 Titan

Leica hat auf der photokina eine neue Kamera-Edition vorgestellt: die Leica M9 Titan. Die exklusive Sonderserie ist in Zusammenarbeit mit dem Automobildesigner Walter de'Silva entstanden. Verantwortlich für richtungsweisende Designkonzepte der aktuellen Modelle des Volkswagen Konzerns, hat der Chefdesigner mit seinem Audi Design-Team die Leica M9 nach seinen Vorstellungen gestaltet. Entstanden ist eine Kamera, die, so eine Pressemitteilung, „die charakteristischen Merkmale des Leica Messsuchersystems neu interpretiert und diese unter Verwendung von massivem Titan in eine außergewöhnliche Formensprache bringt". Die Sonderedition ist auf eine Stückzahl von nur 500 Kameras weltweit limitiert und wird im Set zusammen mit dem Objektiv Leica Summilux-M 1:1,4/35 mm ASPH. geliefert, dessen Metall-Außenteile ebenfalls aus massivem Titan gefertigt sind.

Neue Fernglasserie Leica Silverline

„Elegant im silbern eloxierten Design mit schwarzer Belederung, herausragend in der optischen Leistung", so beschreibt Leica die neue Fernglaslinie Leica Silverline. Die Leica Silverline umfasst eine vollständige Modellreihe vom Monokular über zwei Kompaktmodelle bis zu zwei Fullsize-Ferngläsern. Im einzelnen sind dies die Modelle Leica Silverline 8 x 20 Mono, Leica Silverline 8 x 20 und 10 x 25 sowie die größeren Fernglasmodelle Leica Silverline 8 x 42 und Leica Silverline 10 x 42.
Technisch basieren die Ferngläser auf den bestehenden Leica Sportoptiken: dem monokularen Leica Monovid 8 x 20 sowie den Leica Ultravid BL-Ferngläsern, die für ihre extreme Robustheit, höchste Bildbrillanz und Schärfe bekannt sind. Die Produkte der Leica Silverline sind seit November im Leica Fachhandel erhältlich und kosten, abhängig vom Modell zwischen 420 Euro und 1.700 Euro.

Großes Interesse an Binkerts Shooter Family

Neues Erfolgskapitel

„Damit, dass unsere Shooter Taschen beim Fotohandel gut ankommen, haben wir gerechnet. Dass Shooter aber vom Start weg eine solche Erfolgsgeschichte werden würde, hat uns doch ziemlich überrascht." Dieses Fazit zieht Michael Binkert, Geschäftsführer von BHS Binkert Distribution, der vor einigen Monaten seine eigene Fototaschen-Kollektion Shooter Family auf den Markt gebracht hat.

Auf der photokina wurde die junge Erfolgsgeschichte der Taschen um ein weiteres Kapitel ergänzt. Klar im Fokus des Messeauftritts, überzeugten die einzelnen Shooter Modelle viele der Besucher, die die Chance nutzten, sich die zahlreichen Vorteile der Taschen live demonstrieren zu lassen. Und auch das nächste Kapitel ist bereits geplant: Jetzt peilt BHS Binkert die Platzierung der Shooter Taschen in der Fläche an. Dabei sollen alle Vertriebskanäle intensiv genutzt werden.

Aus dem Fotohandel verzeichnet der Spezialdistributor für Digital Imaging, Unterhaltungselektronik und IT außergewöhnlich viele Anfragen. Um die Betreuung dieser Handelspartner weiter zu verbessern, hat BHS Binkert mit Sammy Abbo einen branchenbekannten Spezialisten an Bord geholt. Abbo war zuvor fünf Jahre lang im Vertrieb von Crumpler beschäftigt. Seine ersten Eindrücke zur Shooter Family fasst er so zusammen: „Die hohe Qualität der Taschen ist auf den ersten Blick ersichtlich, was mir Händler und Endkunden immer wieder bestätigen. Die Präferenzen sind je nach Region ganz unterschiedlich; insgesamt erfreuen sich alle Varianten einer konstant guten Nachfrage." Zur Shooter Family gehören derzeit drei Modelle: Mary Shooter für kleinformatige Kompaktkameras, Steve Shooter für SLR-Kameras mit Standard-Zoom und Julia Shooter, als Rucksack oder Slingtasche einsetzbar und für gehobene Ausrüstungen (zu denen beispielsweise Wechselobjektive, Blitzgeräte und weiteres Zubehör gehören) gedacht.

Informationen zu den Taschen der Shooter-Familie finden sich im Internet in Wort und (Bewegt-)Bild unter www.shooterfamily.de.

„Immer wieder positives Feedback bekommen wir zum Platzangebot und Handling der Taschen", betonte Abbo. „Zum Beispiel wird als äußerst praktisch bewertet, dass sich die beiden größeren Modelle, Julia und Steve, vom Körper weg öffnen lassen und man deshalb schnell an die benötigte Ausrüstung herankommt. Es sind gerade solche Kleinigkeiten, die die Händler und Kunden schnell von der Marke überzeugen und dafür sorgen, dass sie sich in sehr kurzer Zeit schon als ernsthafte Konkurrenz für die etablierten Hersteller positioniert hat."

Händler und Anwender, die nicht in Köln waren oder dort den Besuch des BHS Binkert Standes versäumt haben, können sich auf einer eigens für die Shooter Family eingerichteten Homepage über die Taschenkollektion informieren. Dort stehen ausführliche Informationen in Wort und (bewegten) Bildern bereit.

Wachstum durch Kodaks APEX-System

Ins Schwarze getroffen

Im Düsseldorfer Stadtteil Oberkassel befindet sich seit August der weltweit erste Kodak Express Store im neuen Kodak Express Design. Das neue Ladenkonzept wartet auf rund 150 m² mit verschiedenen Aktionsräumen auf: von der gemütlichen Lounge-Ecke, die bei der Erstellung der Fotoprodukte inspiriert, über den Kreationsbereich, in dem Bilder bestellt und Fotogeschenke gestaltet werden können, bis zum Printbereich, in dem die Produkte gefertigt werden.

Der weltweit erste Kodak Express Store im neuen Kodak Express Design befindet sich im Düsseldorfer Stadtteil Oberkassel.

Soweit die nüchternen Fakten. Hinter denen sich eine weitere Erfolgsgeschichte eines Kodak Express Partners verbirgt. Denn Dieter Wagner,

Hat mit seiner unternehmerischen Entscheidung ins Schwarze getroffen: Dieter Wagner (l.), Inhaber des Kodak Express Stores in Düsseldorf-Oberkassel.

der das Geschäft an der Luegallee 106 gemeinsam mit Frau Marion, Tochter Stephanie, einem Auszubildenden und einer Aushilfe betreibt, hat mit der Umrüstung auf das neue Kodak Express Konzept zwei weitere wichtige unternehmerische Entscheidungen getroffen: Er ist in ein neues, größeres Ladenlokal umgezogen und hat dort ein Kodak APEX-System installiert. Vier Eingabeterminals, die Ausgabestation für Bilder in Standardgrößen und ein Großformatdrucker arbeiten jetzt im Netzwerk zusammen. Sie ergänzen den Vor-Ort-Bilderservice, der nach wie vor auch noch über weitere Eingabeterminals und ein klassisches Minilab realisiert wird.

Das Kodak APEX-System sorgt beim Bilderexpress für Umsatz- und Kundenplus.

Das Sortiment, das über das APEX-System angeboten wird, umfasst Prints in Formaten zwischen 10 x 15 cm und 20 x 30 cm, Poster von 30 x 40 cm bis 60 x 90 cm, (Klapp)-Grußkarten und Einladungen, Jahreskalender, Collagen, Fotos hinter Acryl und Leinendruck auf Keilrahmen. Zusätzlich gibt es im eigenen Studio hergestellte Pass- und Bewerbungsbilder, die Kodak Picture CD/Movie DVD und weitere Großformate, für die ein weiterer Large Format Printer mit einer Papierbreite von 110 cm bereitsteht.

„Sowohl mit dem Umzug als auch mit der Entscheidung für das APEX-Sy-

Das neue Kodak Express Store Konzept teilt das Geschäft in mehrere Bereiche. Hier zu sehen sind der Kreationsbereich mit den vier APEX-Eingabeterminals und (r.) ein Teil des Produktionsbereichs.

stem habe ich ins Schwarze getroffen, das kann ich schon nach wenigen Wochen sagen", erklärt Wagner im Gespräch mit imaging+foto-contact. „Wir verzeichnen von Tag zu Tag mehr Umsatz und mehr Kunden, und ich kann jetzt schon absehen, dass wir das Weihnachtsgeschäft nicht ohne zusätzliche Mitarbeiter schaffen werden."

Dieser Erfolg überrasche ihn selbst am meisten, stellt Wagner fest, denn noch vor wenigen Monaten habe er dem APEX-System skeptisch gegenübergestanden. Grundlegend geändert hat sich die Meinung dann bei einer Reise, zu der Kodak und das Kodak Express Partnerunternehmen Tetenal die deutschen Kodak Express Händler im Frühjahr nach Oslo eingeladen hatte. Dort wurde das APEX-System ausführlich demonstriert. „Ich war begeistert von der hohen Qualität der Bilder, von den vielfältigen Produkten, die sich realisieren lassen, und der neuen Softwaregeneration 4.0, die nicht nur selbsterklärend und ausgesprochen bedienungsfreundlich ist, sondern auch wesentliche Verbesserungen gegenüber der Vorgängerversion aufweist", stellt Wagner fest.

Viele Kunden informieren sich zunächst im „Leerlauf" über die Angebote und lassen sich von den Möglichkeiten inspirieren.

Dass sich diese Vorteile auch bei ihm im Geschäft zeigen, wurde schon kurz nach Inbetriebnahme des APEX-Systems deutlich. Wagner: „Vor allem die Gesichtsretusche-Funktion und die Möglichkeit, eigene Bilder aus Online-Portalen zu drucken, hat bei unseren Kunden schnell Anklang gefunden." Und auch an der Qualität gibt es keinen Zweifel. „Selbst Kunden, die mit eigenen Drucken zu Hause schlechte Erfahrungen ge-

macht haben, sind hochzufrieden, wenn sie die Bilder in der Hand halten und feststellen, welch tolle Qualität wir auch ohne fotochemischen Prozeß erzielen können", sagt Wagner.

Als absolut positiv hat Wagner während des gesamten Umzugs- und Installationsprozesses die Kooperation mit Tetenal erlebt. „Das Team dort, stellvertretend für alle möchte ich hier Marketingleiterin Petra Roll nennen, hat mich schon zu einem Zeitpunkt begleitet, als die neuen Räumlichkeiten noch einer Ruine glichen. Man hat mit mir immer wieder neue Möglichkeiten zur Einrichtung diskutiert und viele eigene Ideen eingebracht", beschreibt Wagner das Vorgehen. „Als das Geschäft dann in der Theorie fertig war, hat Tetenal einen Bauplan erstellt, an dem sich Ladenbauer und Techniker orientieren konnten. Der war viel exakter als das üblicherweise bei Standardansichten aus einem Prospekt üblich ist."

Dieser Bauplan wurde in Zusammenarbeit mit Tetenal entwickelt und umgesetzt.

Auch die Installation der Geräte, das Einrichten des Netzwerks und die Einweisung des Personals in das neue System habe vollkommen reibungslos funktioniert. „Gab es anfangs mal ein Problem, dann konnte ich sicher sein, bei Tetenal in Norderstedt sofort einen Ansprechpartner zu finden, der das Problem schon am Telefon lösen konnte, oder der umgehend einen Techniker zu mir geschickt hat", schwärmt Wagner.

Tetenal Marketingleiterin Petra Roll

Kodaks Pynk Smart Print System verbindet Fotocollagen und Bilderrahmen

Mit dem neuen Pynk Smart Print System hat Kodak auf der photokina ein vollkommen neuartiges Konzept für Premium-Fotoprodukte vorgestellt: Die Technologie verknüpft Fotos und Bilderrahmen, so dass der Kunde gerahmte Fotocollagen schon nach wenigen Schritten mit nach Hause nehmen kann. Pynk formatiert und erstellt in wenigen Sekunden an jedem kompatiblen Kodak Picture Kiosk professionell aussehende gerahmte Fotocollagen passend für das jeweilige Rahmen-Layout. Den Kunden bleibt dadurch viel Aufwand wie Zuschneiden, Anordnen und Festkleben von Bildern erspart.

Mit dem neuen Pynk Smart Print System von Kodak lassen sich ganz einfach Collagen für entsprechende Fotorahmen drucken.

Die Handhabung des Kodak Pynk Smart Print Systems ist einfach und erfolgt in drei Schritten:

- Der Kunde bringt seine digitalen Aufnahmen in das Geschäft und sucht sich einen Pynk Smart Print-fähigen Bilderrahmen oder Passepartout aus.
- Anschließend gibt er die dazugehörige sechsstellige Pynk Smart Print Produkt-ID-Nummer am Pynk-fähigen Kodak Picture Kiosk ein. Das Gerät ordnet die Bilder automatisch an und schneidet sie zu. Gefällt dem Kunden der Vorschlag, kann er die Collage drucken. Gefällt ihm der Vorschlag nicht, kann er die einzelnen Bilder (Platzierung, Ausschnitt etc.) vor dem Druck manuell verändern.
- Zuletzt setzt der Kunde die gedruckte Collage in den Rahmen ein.

Verbraucher können für ihre Fotocollagen unter einer Vielzahl von Rahmen wählen und auch bereits vorhandene Rahmen mit Passepartouts ergänzen. Das Pynk Smart Print System ermöglicht es einfach, Passepartouts und Rahmen immer wieder neu zu bestücken, weil zu jedem Produkt eine eigene ID-Karte gehört. Zum Nachbestellen oder zur Produktion neuer Collagen bringt der Benutzer lediglich die Produkt-ID-Nummer mit und gibt sie am Pynk-fähigen Kodak Picture Kiosk ein. Der Kiosk erkennt die Nummer, ordnet sie einem Rahmen oder Passepartout zu und druckt die Fotos passend für das Layout aus.

Foto Walser informiert über Eigenmarken

Neues Online-Portal

Foto Walser hat ein neues Online-Portal mit umfangreichen Informationen zu den Eigenmarken walimex und walimex pro gestartet. Unter www.walimex.com bietet das Unternehmen mit Sitz im bayerischen Burgheim umfassende Praxistips und Wissenswertes rund um die (Profi-)Produkte der Marken walimex und walimex pro.

„Über unser neues Herstellerportal erhalten die Besucher Einblicke in die Arbeit von Profifotografen. Zusätzlich gibt es herstellerunabhängige Anregungen zur Bildgestaltung und Aufnahmetechnik", erläuterte Foto Walser Geschäftsführer Niclas Walser. Konzipiert wurde das Portal vor allem für Fotografen, die immer häufiger im Netz nach Ideen für eine kreative Bildgestaltung oder technischen Anleitungen für die Blitzfotografie suchen. Walser zufolge zeichnet sich das neue Online-Portal vor allem durch die aktuelle und regelmäßige Bereitstellung von Informationen, durch die Vorstellung neuer Produkte und durch die hohe Benutzerfreundlichkeit in Kombination mit einem klaren und übersichtlichen Design aus.

Das Portal ist hinsichtlich der Produkte in die drei Bereiche Licht, Ausstattung und Foto unterteilt und bietet unter diesen Punkten weitergehende Informationen. So finden sich zum Beispiel die Themen Studioblitz und Lichtwürfel ebenso wie Aufnahmetische, Requisiten und Hintergrundzubehör oder Stative, Kugelköpfe und Filter. Unter einem weiteren Unterpunkt kann ein Newsletter bestellt, Kontakt zum Unternehmen aufgenommen und ein Blick ins Impressum getan werden. Links zu Foto Walser in sozialen Netzwerken runden das Angebot der Startseite ab.

Umfangreiche Informationen zu walimex und walimex pro Produkten gibt es unter www.walimex.com.

Im Online-Portal von Foto Walser ist auch zu sehen, wie Firmenchef Niclas Walser (l.) und Ulrich Quasten, Verkaufsleiter Inland, auf der photokina den Startschuss für den neuen Webauftritt gaben.

Ein wichtiger Bereich innerhalb des Portals ist ein Blog, in dem Profifotografen ihre Arbeit erläutern. Im Mittelpunkt stehen dabei praxisnahe Tips rund um die Themen Bildgestaltung und Aufnahmetechnik. Eine Galerie veranschaulicht alle Tips in Bildern, während unabhängige Testberichte der Fotografen zu den Produkten aus den Reihen walimex und walimex pro die Einträge abrunden. Zudem erhalten die User fortlaufend aktuelle Informationen und technische Details zu neuen Artikeln von walimex und walimex pro.

Gestartet hat den Blog der Münchner Profifotograf Marcus Carlson. Er berichtet über ein Fotoshooting auf der schwäbischen Burg Harburg. Eine entsprechende Fotogalerie dokumentiert auf walimex.com sowohl die einzelnen Produktionsschritte als auch die Endergebnisse des Shootings in zahlreichen Bildern.

Für engagierte und professionelle Studiofotografen gibt das neue Herstellerportal zudem umfassende Informationen zur Ausstattung von Fotostudios. Jedes aktuelle Produkt wird daher mit detaillierten Beschreibungen sowie übersichtlichen technischen Daten dargestellt. Über eine „Händlersuche" können interessierte User zudem europaweit die Fachhändler in ihrer Nähe ermitteln.

Witzige Anzeigen- und Plakatmotive mit dem Slogan „Kann passieren…" demonstrieren alltägliche Unglücke und sollen die Kunden auf die Dienstleistungen von Wertgarantie aufmerksam machen.

Interview mit Wertgarantie Managern

„Die Kasse klingelt"

„Einfach. Gut. Geschützt. Die Garantie-Lösung Nr. 1 in Deutschland." So lautet das Credo, mit dem der Hannoveraner Garantie-Dienstleister Wertgarantie seit geraumer Zeit auch im Fotohandel vertreten ist. Die neue Verbundenheit mit der Imagingbranche dokumentierte Wertgarantie im September mit dem ersten Auftritt als Aussteller auf der photokina. Wir sprachen mit Wertgarantie-Geschäftsführer Hartmut Waldmann und Marketingleiter Konrad Lehmann über den aktuellen Stand der Beziehungen zum Fotohandel.

imaging+foto-contact: *Wertgarantie kommt aus der Braunen und Weißen Ware – welche Bedeutung hat der Fotohandel für Sie?*

Hartmut Waldmann: Im Fotobereich sind wir bereits absolut angekommen. Bei der erfolgreichen Vermarktung von Wertgarantie geht es nicht um die Qualität der Produkte wie Kameras oder Camcorder, sondern um das Nutzungsverhalten der Kunden. Schutz vor Reparaturkosten gibt Kunden aller Gerätegruppen ein gutes Gefühl – ob es nun Kosten infolge Verkalkung bei einer Waschmaschine, Sturzschäden bei einem Handy oder ein Displaybruch an ihrer Kamera ist. In der Fotobranche arbeiten wir bereits länger mit Pentax und Nikon zusammen, im neuen Brenner Fotokatalog Herbst/Winter wird unser Cambook Schutzbrief ebenfalls als Zubehör für Kameras und Camcorder empfohlen *(siehe Kasten rechts, der Verf.)*.

imaging+foto-contact: *Was hat der Fotohändler von einer Zusammenarbeit mit Wertgarantie?*

Hartmut Waldmann: Eine Kooperation mit Wertgarantie bedeutet vor allem ein Serviceplus, das von den Kunden auch erwartet wird und ein entscheidender Faktor zur Bindung an das Fachgeschäft ist. 96 Prozent aller Wert-

Hartmut Waldmann

garantie-Kunden kehren zu „ihrem" Fachhändler zurück, um Reparaturen durchführen zu lassen oder weitere Käufe zu tätigen. Diese Kundenbindung bedeutet zusätzliche Ertragschancen, für die der Fotohändler weder Kapital einsetzen oder langfristig binden muss, noch Stell-

fläche in seinem Ladenlokal benötigt. Daneben gibt es für jeden Wertgarantie-Vertrag eine Grundprovision und zusätzlich Bonusprogramme, Sonderprovisionen und Aktionen – für die Fachhändler eine „sichere Bank".

imaging+foto-contact: *Wie sollte sich ein Händler marketingmäßig mit Wertgarantie aufstellen?*

Konrad Lehmann: Grundsätzlich sollten im Ladengeschäft bzw. den Verkaufsräumen entsprechende Plakate und Flyer dekoriert oder greifbar sein, die zum Beispiel den Unterschied zwischen Gewährleistung, Garantie und Wertgarantie darstellen. Dazu gehört in erster Linie die Garantie-Urkunde oder der Schutzbrief selbst. Für Dekozwecke im Laden haben wir eine Reihe aufmerksamkeitsstarker Plakate gestaltet, auf denen alltägliche Unglücke dargestellt werden. Der durchschlagende Erfolg der Wertgarantie Produkte lebt allerdings ausschließlich von der persönlichen Kundenansprache. Alle Werbemittel, die wir kostenfrei zur Verfügung stellen, sind in diesem Falle nur unterstützende „Garnierung". Erfolg wird derjenige haben, der jeden Kunden anspricht und aufklärt.

Konrad Lehmann

imaging+foto-contact: *Welche Unterstützung kann der Handel am PoS von der Wertgarantie erhalten?*

Konrad Lehmann: Wir bieten unseren Handelspartnern fünf Kernwerbeinstrumente für jedes unserer Produkte. Diese wirken nicht nur für sich selbst, sondern erinnern den Verkäufer dauerhaft an das Thema und unterstützen seine Argumentation im Verkaufsgespräch. Konsequente Kundenansprache in Verbindung mit den Werbemitteln zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Platz „garantieren" in der Regel ein erfolgreiches Verkaufsgespräch rund um das Thema Garantiedienstleistung. Dass dabei die Kasse zusätzlich noch klingelt, ist selbstverständlich.

imaging+foto-contact: *Herr Waldmann, Herr Lehmann, vielen Dank für das Gespräch.*

Interview mit Leonhard Brenner, Inhaber Fotoversand Brenner

„Maßgeschneidertes Produkt für unsere Kunden"

Mit Start der photokina hat Wertgarantie mit dem Brenner Fotoversand einen weiteren großen Handelspartner gewonnen. Der Brenner Fotokatalog Herbst/Winter 2010/2011 weist erstmals den CamBook Schutzbrief als Zubehör für alle Kameras und Camcorder aus. Wir fragten Firmenchef Leonhard Brenner nach den Hintergründen der Zusammenarbeit.

imaging+foto-contact: *Warum haben Sie sich für eine Zusammenarbeit mit Wertgarantie entschieden?*

Leonhard Brenner: Mit Wertgarantie haben wir einen Partner gefunden, der mit dem Kameraschutzbrief ein maßgeschneidertes Produkt für unsere Kunden anbietet und der für uns eine unkomplizierte Abwicklung sowohl bei Vertragsabschluß als auch im Schadensfall gewährleistet.

imaging+foto-contact: Was bedeutet für Ihr Unternehmen die Zusammenarbeit mit der Wertgarantie?

Leonhard Brenner: Wir können unseren Kunden mit dem CamBook Schutzbrief 24 bzw. 36 einen wirklichen Mehrwert anbieten, einen preiswerten Versicherungsschutz, der weit mehr Risiken abdeckt, als z. B. die gesetzliche Gewährleistung.

imaging+foto-contact: *Auf welchem Wege bieten Sie die Dienstleistungen der Wertgarantie an?*

Leonhard Brenner: Wir bieten unseren Kunden den Schutzbrief sowohl in unserem „Brenner Foto Katalog" als auch in unserem Online Shop „www.fotobrenner.de" an, wobei der Online Versicherungsabschluss, durch eine direkte Verknüpfung mit den jeweiligen Kameras, für den Kunden besonders einfach ist. Und natürlich wird der Schutzbrief auch in unserem Ladengeschäft in Weiden angeboten.

Leonhard Brenner

imaging+foto-contact: *Wie nehmen Ihre Kunden dieses neue Produkt an?*

Leonhard Brenner: Die Resonanz der Kunden ist sehr positiv. Viele haben sich wohl aus schlechten Erfahrungen bei Schadensfällen in der Vergangenheit ein solches Produkt gewünscht.

imaging+foto-contact: *Welche Ihrer Zielgruppen interessieren sich für die Wertgarantie-Produkte?*

Leonhard Brenner: Der Schutzbrief wird sowohl von Fotoamateuren als auch von Semi-Profis angenommen.

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

In fünf Schritten ist das Fotobuch bestellt:

1: Datenträger einlegen

2: Fotos auswählen

3:Titelbild wählen

4: Den Titel des Fotobuchs eingeben

5: ein Layout wählen und bestellen

Fotofix bietet vollautomati

Fotobücher in Minuten

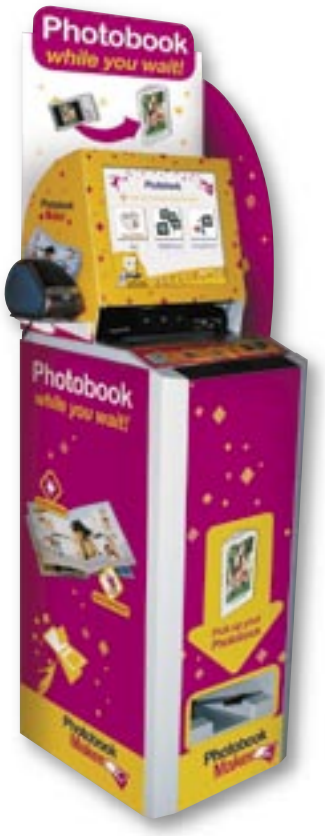
Die Nachfrage nach Fotobüchern steigt rasant – das gilt nicht nur für die aufwendigen Formate. Handliche Fotobücher mit Softcover sind eine gute Alternative zum Standardprint und bieten eine hohe Wertschöpfung. Fotofix bietet dem Fotohandel mit den vollautomatischen Systemen von Kis die Möglichkeit, ohne große Investitionen und zusätzlichen Personalaufwand Fotobücher direkt im Geschäft herzustellen.

Damit stößt das Unternehmen in eine Marktlücke, denn die schnelle Herstellung von Fotobüchern im Geschäft erforderte bisher viel Handarbeit und entsprechende Personalkosten. Die Lösung: Vollautomatische Systeme, die auf Knopfdruck in wenigen Minuten fertige Fotobücher und Grußkarten produzieren. „Damit bieten wir dem Fotohandel eine hervorragende Möglichkeit für zusätzliche Wertschöpfung", erklärte Fotofix Geschäftsführer Rudolf Naumann dem imaging+foto-contact. „Denn die schnell und unkompliziert am PoS produzierten Fotobücher erweitern den Markt. Aktuelle Untersuchungen zeigen, dass immer noch eine nicht unerhebliche Zahl von Kunden den Bestellvorgang für ein Fotobuch am heimischen PC abbricht, weil ihnen die Sache zu kompliziert ist oder zu lange dauert. Genau für diese Kunden bieten wir mit unseren automatischen Systemen eine praktische Lösung."

Fotobücher aus dem Kiosk

Der Kiosk „Express Fotobuch", zum Beispiel, ist nichts anderes als ein Fotobuch-Automat, an dem die Kunden sogar in Selbstbedienung ein Fotobuch herstellen können, denn in nur fünf Schritten ist es fertig:

- Datenträger einlegen
- Fotos auswählen
- Titelbild wählen
- Den Titel des Fotobuchs eingeben
- Ein Layout wählen und (nach Voransicht und ggf. Korrektur) das Fotobuch bestellen



Der Kiosk „Express Fotobuch" ist ein Fotobuch-Automat, an dem die Kunden sogar in Selbstbedienung ein Fotobuch herstellen können.

sche Lösungen

Rudolf Naumann, Geschäftsführer der Fotofix GmbH

Die intuitiv zu bedienende Software sortiert die Fotos automatisch chronologisch und gruppiert sie nach Inhalten, die eingebaute Perfectly Clear Technologie verbessert automatisch die Bildqualität. Ist der Auftrag erteilt, druckt der Fotobuch Express Kiosk die Fotobuchseiten im Thermosublimationsverfahren und bindet sie vollautomatisch ohne jeden Personaleinsatz zu fertigen Büchern, die nach wenigen Minuten dem Gerät entnommen werden können. Die Herstellung eines kompletten Fotobuchs im Format 14,5 x 20 cm (ca. DIN A5) mit 20 Seiten dauert ungefähr sechseinhalb Minuten.

Die Praxis zeigt, dass das Konzept funktioniert. Mehr als 1.500 Fotobuch-Automaten wurden seit der Einführung des Produkts auf der photokina 2008 weltweit aufgestellt. Mit der einzigartigen Technologie gewann Kis den DIMA Award für das innovativste Produkt auf der PMA 2009 und 2010 und wurde von der europäischen Fachpresse-Vereinigung TIPA im vergangenen Jahr zum besten Foto-Kiosk gewählt. In diesem Jahr wurde der Fotobuch-Automat auf der internationalen Erfindermesse in Genf mit einer Goldmedaille ausgezeichnet.

„Die Erstellung eines Fotobuchs mit dem Express Fotobuch ist so einfach, dass viele Kunden ihren Auftrag in Selbstbedienung abwickeln", betonte Rudolf Naumann. „Besonders erfolgreich mit dem Kiosk sind aber Fotohändler, die ihre Kunden aktiv ansprechen und ihnen in einer kurzen Einweisung zeigen, wie leicht der Express Fotobuch Kiosk zu bedienen ist. Das dauert in der Regel nicht länger als zwei Minuten – und die Kunden kommen gerne wieder." Später können sie dann ganz einfach weitere Exemplare ihres Fotobuchs bestellen: Der Kassenbon enthält einen Code, mit dem die Datei einfach für den erneuten Ausdruck wieder abgerufen werden kann. Zu diesem Zweck werden die Auftragsdaten automatisch 30 Tage gespeichert.

Ganz neu im Fotofix-Sortiment ist seit der photokina ein Kombi-Kiosk, der sowohl normale Prints als auch Fotobücher im Format 10 x 15 cm ausgeben kann.

Neu: Fotobücher automatisch aus dem Minilab

Auf der photokina stellte Kis den neuen Photobook Builder vor, der automatisch Fotobücher (Format 14,5 x 20 cm) produziert, deren Seiten zuvor in einem Minilab ausbelichtet wurden. „Mit diesem Gerät können wir jedem Betreiber eines RA-4 Minilabs eine vollautomatische Lösung zur Herstellung von Fotobüchern und Grußkarten anbieten", erklärte Rudolf Naumann. „Auf Wunsch bieten wir dafür ein komplettes System mit einer Bestellstation an, die ebenso einfach zu bedienen ist wie der Fotobuch Express." Der Photobook Builder ist mit einem vollautomatischen Bindemodul ausgestattet, dessen Kaltbindesystem mit Acryl-Klebemittel deutliche Vorteile gegenüber Kautschuk-Produkten aufweist. Das Ergebnis sind langlebige Fotobücher im Umfang von 10 bis 30 Seiten in echter Fotoqualität.

Auch hier ist der Arbeitsaufwand auf ein Minimum reduziert: Der Stapel mit den ausbelichteten Seiten wird einfach in den Photobook Builder eingelegt und der Auftrag gestartet. Nach zwei bis fünf Minuten (je nach Umfang) wird das fertige Fotobuch ausgeworfen. „Abhängig von der Preisstellung sind dabei sehr hohe Brutto-Margen möglich", betonte Rudolf Naumann. „Besonders interessant ist beim Photobook Builder zudem die Möglichkeit, gefaltete Grußkarten herzustellen, und zwar bis zu 52 Karten in der Stunde."

Mit seinen einzigartigen Leistungsmerkmalen bietet der Photobook Builder erstmalig die Chance, Fotobücher im minilabgerechten Schnellservice herzustellen. Zudem kann er einen Beitrag dazu leisten, existierende Geräte besser auszulasten und besonders profitable Marktsegmente zu erschließen.

Der neue Photobook Builder von Kis macht es möglich, mit jedem RA-4 Minilab automatisch Fotobücher zu produzieren.

Geräte und Systeme für Vor-Ort-Produzenten

Do it yourself am PoS

Mit der zunehmenden Zahl der Fotokioske im Fotohandel steigt nicht nur die Möglichkeit, mit Sofortbildern Umsatz zu generieren, sondern auch die Chance, ertragstarke Fotoprodukte selbst am PoS zu produzieren. Traditionell haben in der Vorweihnachtszeit Kalender und – seit einigen Jahren – Fotobücher Hochkonjunktur. Stellt der Fotohändler diese sogar noch als „Last-Minute-Geschenk" am 24. Dezember her, ist dies ein hervorragendes Instrument zur Differenzierung im Wettbewerb und zur Kundenbindung.

Mit dem Unibind HardCoverMaker 650M lassen sich im Fotogeschäft personalisierte Fotobücher mit Hardcover fertigen.

Auf der photokina gab es an verschiedenen Ständen Geräte zu begutachten, die sich für die Produktion von Foto-Mehrwertprodukten im Geschäft eignen. Beachtenswert ist dabei, dass zum Beispiel mit Binderflex erstmals ein Unternehmen auf der photokina vertreten war, das seine Wurzeln im Druckereibereich bzw. im Bereich der Produktion von On-Demand-Büchern mit einer Auflage von 1+ hat, den Imagingmarkt aber inzwischen als wichtiges neues Betätigungsfeld sieht.

Unibind

Ein alter Bekannter in der Fotobranche ist dagegen das in Belgien ansässige Unternehmen Unibind, Spezialist für Bindesysteme für Digitalausdrucke und Personalisierungslösungen für Fotobücher. Viele Fotohändler in Deutschland arbeiten inzwischen mit Geräten und Systemen aus dem Hause Unibind, um beispielsweise Kalender oder Fotobücher zu fertigen. Im Mittelpunkt der Unibind Neuheiten auf der photokina stand das neue Photos & Sounds, ein Fotobuch, das Bilder mit Musik- und Sprachaufzeichnungen kombiniert und dem Fotobuchmarkt neue Impulse verleihen soll. Das hochwertige Produkt kombiniert die innovative Heftklammerbinde-Technologie von Unibind mit der preisgekrönten, „sprechenden Technologie" des US-amerikanischen Anbieters Dinotalk. Photos & Sounds ist das erste Fotobuch, bei dem Anwender eine persönliche Nachricht, etwa einen Glückwunsch zum Geburtstag, aufsprechen oder auch Musik wie Weihnachtssongs und Geburtstagsmelodien integrieren können.

„Photos & Sounds berücksichtigt den wachsenden Trend zur Personalisierung und verleiht den Fotobüchern eine zusätzliche persönliche Note. Wir erwarten vor allem zum Jahresende ein starkes Interesse an dieser Technologie, da sie grenzenlose Möglichkeiten bietet und von den Endkunden einfach handzuhaben ist", erklärte Esmeralda Peleman, CEO von Unibind.

Das neue Produkt Photo & Sounds von Unibind kombiniert erstmals Töne und Bilder in einem Fotobuch.

Ein weiteres von Unibind auf der photokina gezeigtes Produkt war der HardCoverMaker 650M. Dabei handelt es sich laut Unibind um ein bedienerfreundliches und kostengünstiges System für den Einsatz im Ladengeschäft, mit dem das belgische Unternehmen auf die wachsende Nachfrage nach personalisierten Hardcover Fotobüchern reagiert. Mit dem patentierten CasePlano beinhaltet das System einen vorgefertigten und vom FSC zertifizierten Einband von Unibind, der zusammen mit dem Foto auf den Bucheinband aufgebracht wird.

Hierbei handelt es sich um eine vollkommen trockene Technologie, die ohne flüssige Chemikalien oder Kleber auskommt. Diese umweltfreundliche Lösung ist laut Unibind äußerst wartungsarm und unterstützt die Unter-

nehmen bei der Kostensenkung, da kein ausgebildeter Bediener benötigt wird.

„Der HardCoverMaker 650M befriedigt die wachsende Nachfrage nach Fotobüchern mit personalisierten Einbänden", ergänzte Peleman. „Er erweitert die Möglichkeiten von kleinen Trockenlaboren und ermöglicht Einzelhändlern und Fotografen die schnelle, bedienerfreundliche und preiswerte Vor-Ort-Erstellung von personalisierten Hardcover-Büchern."

Renz

Bereits zum zweiten Mal war Renz aus Heubach auf der photokina vertreten. Die erste Teilnahme 2008 war nach Angaben des Unternehmens sehr erfolgreich. Seitdem ist Renz zu einem wichtigen Systemlieferanten der Fotobranche avanciert. Auch in diesem Jahr zeigte Renz auf der photokina ein breites Produktspektrum rund um das Binden und Laminieren von Fotoprodukten. Besonders im Fokus stand dabei das Binden mit der Renz Ring Wire Drahtkammbindung.

Aus der Office Line zeigte Renz das Kalenderset. Es besteht aus der Drahtkamm-Bindemaschine SRW 360 und der Daumenlochstanze TC 20 sowie aus Drahtkamm-Bindeelementen und Kalenderaufhängern. Dieses Paket eignet sich besonders für Anwender, die flexibel und unabhängig mit wenigen Handgriffen Einzelauflagen binden wollen.

Renz demonstrierte auf der photokina unter anderem die Arbeit mit der Renz Ring Wire Bindung.

Der HT 330 P, ein neuer und leistungsstarker Taschenlaminator, rundete das Ausstellungsprogramm im Bereich Office Line ab. Dieser laminiert verschiedene Materialien und setzt insbesondere die Farben von laminierten Fotos perfekt in Szene.

Aus der Semi-Professional Line zeigte Renz flexible und produktive Stanz- und Bindemaschinen: Mit diesen Systemen können schon mittlere Mengen in kurzer Zeit teils halbautomatisch gestanzt und gebunden werden. Auf dem Messestand in Halle 4 waren aus dieser Sparte die halbautomatische Stanzmaschine DTP 340 A, die elektrische Schließmaschine ECL 360 und der automatische Spender für geschnittene Bindeelemente WP 300 zu sehen.

Herzstück des Messeauftritts war die halbautomatische Bindemaschine Mobi 500 aus der Professional Line. Sie eignet sich besonders für die Fotobuch- und Fotokalenderproduktion mit häufig wechselnden Formaten. Nicht zuletzt dank der kurzen Rüstzeiten lassen sich mit diesem System digital gedruckte Produkte reibungslos weiterverarbeiten. Durch die intuitive Einstellung über einen Touchscreen kann auch angelerntes Personal das System schnell und sicher bedienen.

Damit sich die Besucher von allen Arbeitsabläufen der Kalender- und Fotobuchproduktion bequem ein Bild machen konnten, demonstrierte Renz auf der photokina in Zusammenarbeit mit dem auf dem Nachbarstand vertretenen Unternehmen Hewlett-Packard die Produktion eines Wandkalenders live.

Für Einsteiger in die Vor-Ort-Bindung liefert Renz komplette Pakete mit allem notwendigen Zubehör.

Binderflex

„Einer für alle(s)". Diesen Slogan hatte Binderflex, Komplettanbieter (Maschinen und Materialien) für die Industrie-

Bei Binderflex gibt es unterschiedliche Bindesysteme für Fotobuch-Anbieter mit hohem Auftragsvolumen.

buchbinderei und die gesamte Druckweiterverarbeitung, für seinen ersten Auftritt auf der photokina gewählt. Diese Premiere zeigte erneut die strukturellen Veränderungen in der Druckbranche und unterstrich das Zusammenwachsen von digitalem Buchdruck und Imaging, das seit einigen Jahren zu den Megatrends der Fotoindustrie gehört.

Auf den Grund angesprochen, der Binderflex veranlasste, an einer für das Unternehmen neuen, zusätzlichen Messe teilzunehmen, antwortete Geschäftsführer Jürgen Herzer: „Das sind ganz eindeutig die aktuellen Veränderungen am Markt, der Strukturwandel im grafischen Bereich, der natürlich auch uns rät, uns um neue Märkte zu kümmern."

Man sei allerdings nicht unvorbereitet zur photokina gegangen. Herzer: „Im Gegenteil. Wir beschäftigen uns bereits seit vielen Jahren mit dem Fotobuch und mit dem Bereich Buchproduktion on demand, also der Herstellung von Klein- und Kleinstauflagen ab der Menge ein Stück. Als Komplettanbieter bieten wir auch für diesen Bereich eine entsprechende Beratung und zwar über alle Maschinentechnologien und vernetzt hierzu auch über die gesamten Materialien. Die Interessenten, und das ist vor allem auch für Quereinsteiger wichtig, erhalten somit eine ganzheitliche Beratung und Lösungen aus einer Hand. Das kann in dieser Form sonst niemand bieten."

Mit der Teilnahme an der Messe löse man außerdem das Versprechen ein, in Zukunft noch näher vor Ort zu sein, damit die Binderflex Kunden sich schneller und auf kurzen Wegen über die aktuellen Entwicklungen am Markt informieren können.

Binderflex bietet für alle Bindearten die passenden Maschinen. Klebebindung, Heftung, Drahtkammbindung und jetzt auch eine Maschine, mit der Fotopapiere (Flat – book) zu einem Buchblock verklebt werden können. In Köln wurden aus dem Sortiment live gezeigt:

Für die Herstellung von Wand- und Tischkalendern mit Drahtkammbindung im Fotogeschäft gibt es verschiedene Lösungen.

Für die Klebebindung hat Binderflex den Pur-Klebebinder von NewBind im Programm. Er ist mit seinem geschlossenen Düsensystem nicht nur handhabbar und produktionssicher, sondern auch preisgünstig. Mit diesem können sowohl Broschüren (mit Softcover-Umschlag) als auch klassische Buchblöcke mit Hardcoverbindung hergestellt werden.

Für die Drahtkammbindung steht die neue WB 360 von Rilecart bereit, die laut Hersteller „die optimale Maschine für den Bereich ‚binding on demand' ist". Sie zeichnet sich durch einfache Bedienung, schnelle Umrüstung ohne Werkzeuge und den besten Preis am Markt aus.

Für das Buch aus Fotopapier gibt es die Flat – book von CMC, eine halbautomatische Maschine für das Nuten und Verkleben von Fotopapier. Darüber hinaus waren am Binderflex Stand verschiedene Produkte für die Herstellung der Buchdecken zu sehen – die sich vor allem durch ihren Automatisierungsgrad unterscheiden.

Und schließlich zeigte Binderflex auch alle sonstigen Maschinen, die zu einer kompletten Produktionslinie notwendig sind. Dazu gehören zum Beispiel Schneid- und Einhängemaschinen, Buchpressen sowie Falzeinbrenn- und Stanzmaschinen.

Kompaktdrucker von Mitsubishi Electric

Volumen reduziert

Mitsubishi Electric hat auf der photokina neue, kompakte Sofortdrucker für professionelle Fotosysteme vorgestellt. Im Mittelpunkt des Besucherinteresses stand dabei die Printer-Innovation mit der Modellbezeichnung CP-D70. Das Gerät hat die Abmessungen 446 x 170 x 275 mm. Dies entspricht nur etwa 40 Prozent des Volumens eines vergleichbaren Vorgängermodells.

Beim zweiten Modell der neuen Printer-Serie handelt es sich um einen Doppeldeck-Drucker für den Parallelbetrieb: Der CP-D707 ist – bei sonst identischen Außenmaßen – mit 340 mm zwar doppelt so hoch, liegt damit aber immer noch unter der Gesamtgröße vergleichbarer Single-Modelle dieser Leistungsklasse.

Die neue Printer-Reihe wurde speziell für Ladenräume entwickelt, in denen aufgrund von Platzmangel bisher auf die Anschaffung eines Fotosystems oder Druckers verzichtet werden musste.

Bei beiden Geräten handelt es sich um platzsparende Frontlader, die sich durch einfaches Herausziehen der Befüllungseinheit schnell bestücken lassen. Trotz ihrer geringen Abmessungen können die Minis unter den Systemdruckern reichlich Fotopapier bevorraten, genug beispielsweise für etwa 400 bzw. 800 Prints (abhängig vom Modell) im Format 10 x 15 cm.

Eine Besonderheit des „Doppeldeckers" CP-D707 ist die Tatsache, dass kein anderer Fotosystemprinter dieser Größe laut Mitsubishi Electric derzeit mit zwei unterschiedlichen Papiersorten befüllt werden und damit drei verschiedene Formate ausgeben kann. Die Druckgeschwindigkeit im Parallelbetrieb beträgt bei diesem Gerät unter sechs Sekunden pro Bild im Format 10 x 15 cm.

Mitsubishi Electric betonte in einer Pressemitteilung, dass wegen der geringen Größe keine Kompromisse in Qualität oder Performance gemacht werden müssen. So kommt beispielsweise ein neuer Bildverarbeitungsalgorithmus für eine besonders natürliche Schärfe zum Einsatz, der die Ausgabequalität von Fotos weiter verbessert. Die Druckkopfauflösung beträgt 300 dpi. Bei den Ausgabeformaten reicht die Bandbreite von 10 x 15 cm bis 15 x 20 cm.

Weitere Besonderheiten sind die staubdichte Gehäusekonstruktion, die das Eindringen von Schmutzpartikeln verhindert, und das besondere Kühlsystem, das den neuen Printer vor Überhitzung selbst bei hohem Durchsatz schützt. Die praktische Frontbedienung stellt das schnelle und einfache Auswechseln von Fotopapier und Farbfolie sicher. Wie alle Drucker von Mitsubishi Electric arbeiten auch die neuen nach dem Thermosublimationsverfahren ohne Chemie.

Mitsubishi Electrics neue Kompaktdrucker: CP-D70 (l.) und das Doppeldeck-Modell CP-D707

Für Energieeinsparung sorgt ein spezieller Eco-Ruhemodus mit einem Stromverbrauch von unter einem Watt. Dorthin schalten die Geräte vom Standard-Stand-by-Modus nach einer gewissen Zeit der Inaktivität automatisch um. Der Drukker ist sofort wieder einsatzbereit, sobald ein USB-Kommando erfolgt.

Der CP-D70 und der Doppeldecker-Drucker CP-D707 existieren jeweils als Fotosystem- und als PC-Modell. Alle vier Gerätevarianten sind ab sofort verfügbar.

Cewe Color zündet Neuheiten-Feuerwerk

Frohes Fest!

Cewe Color hat auf der photokina mit zahlreichen Neuheiten, Weiterentwicklungen und Ergänzungen seiner Produktpalette seine Führungsposition auf dem europäischen Fotomarkt eindrucksvoll unterstrichen. Im Mittelpunkt der Innovationen stand die Einführung der Bestellsoftware in der Version 4.7. Sie beinhaltet nicht nur Weiterentwicklungen beim Bestseller Cewe Fotobuch, sondern auch zahlreiche Möglichkeiten zur Gestaltung von Bildprodukten für edle Präsentationsformen wie Fotos hinter Acryl und auf Alu-Dibond-Platte, bei Foto-Wandkalendern und Grußkarten sowie bei unzähligen Fotogeschenken. Darüber hinaus wurden dem Cewe Color Sortiment mit dem Cewe Phonebook als iPhone App, dekorativen Acryl-Fotos mit Aufsteller und dem handlichen SmartAlbum ganz neue Produkte hinzugefügt.

Informierten die Pressevertreter auf einer photokina-Pressekonferenz über die Neuheiten: Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender von Cewe Color (M.), Thomas Grunau, Geschäftsführer Marketing bei Cewe Color (l.), und Cewe Color Vorstandsmitglied Dr. Reiner Fageth, verantwortlich für Technik, Forschung und Entwicklung. Der Konferenzraum war im Hinblick auf die umsatzstärkste Zeit des Jahres weihnachtlich dekoriert.

Einen Überblick über die zahlreichen photokina Neuheiten gaben Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender von Cewe Color, Thomas Grunau, Geschäftsführer Marketing bei Cewe Color, und Dr. Reiner Fageth, im Cewe Color Vorstand für Technik, Forschung und Entwicklung verantwortlich, auf einer gut besuchten Pressekonferenz. Im Hinblick auf das kommende Weihnachtsgeschäft war der Konferenzraum in Köln bereits festlich dekoriert – denn die Hauptsaison bei Bilddienstleistungen hat sich ja bekanntlich in das vierte Quartal verschoben. „Wir freuen uns, mit dem Cewe Fotobuch die führende europäische Fotobuchmarke aufgebaut und weiterentwickelt zu haben", sagte Hollander. Zahlreiche Auszeichnungen bestätigten immer wieder die hohe Qualität und die vielseitigen Gestaltungsmöglichkeiten des Cewe Fotobuchs, von dem kurz vor der photokina das zehnmillionste Exemplar ausgeliefert wurde.

Neue Bestellsoftware

Um das Cewe Fotobuch für Händler und Endkunden noch attraktiver zu machen, wurde die Bestellsoftware in der neuen Version nicht nur noch bedienerfreundlicher, sondern bietet auch mehr Möglichkeiten zur kreativen Gestaltung von Fotoprodukten. So stehen für das Cewe Fotobuch jetzt 50 weitere (themenbezogene) Vorlagen zur Verfügung, darunter Vorlagen für wichtige familiäre Ereignisse wie Geburt oder Taufe, Einschulung oder Hochzeit.

Eine weitere Innovation ist die optionale Hochglanzveredelung der im Digitaldruck produzierten Cewe Fotobücher. Dadurch erscheinen die Farben intensiver und brillanter, das Produkt wirkt noch hochwertiger. Diese Option ist für die Formate Groß, Panorama und XL verfügbar.
Dem Bedürfnis nach mehr Bildern in einem Fotobuch kommt die Erweiterung der Seitenanzahl für das Cewe Fotobuch entgegen: Der maximale Umfang beträgt jetzt 154 Seiten. „Mit der Seitenzahlerweiterung dringt das Cewe Fotobuch noch deutlicher in die Dimensionen vor, die klassische Bildbände im Buchhandel einnehmen", betonte Hollander.

Neue Software für den Cewe Color Fotokiosk

Mit der verbesserten Software für den Foto-Kiosk hat Cewe Color auf der photokina auch Innovationen für das Geschäft mit dem schnellen Bild am Point of Sale vorgestellt. Sie bietet Kunden zum einen die Möglichkeit, Fotos in verschiedenen Formaten sofort zu drucken, zum anderen kann auch eine breite Palette personalisierter Fotoprodukte über das Gerät bestellt werden. Der Cewe Foto-Kombikiosk wird in einem modernen Design geliefert und stellt optisch das Thema „Fotos sofort" in den Mittelpunkt. Das Terminal ist 1,60 m hoch und mit zwei beleuchteten Druckerschächten ausgestattet. Optional bietet der Kombi-Kiosk einen eingebauten Scanner, der Scans bis zu einer Größe von 20 x 30 cm ermöglicht.

Neuer Design-Service

Ganz neu ist das Angebot, das persönliche Cewe Fotobuch von professionellen Designern gestalten zu lassen. Die Cewe Mitarbeiter wählen dazu auf Wunsch die besten Fotos aus und gestalten Seite für Seite in ansprechenden, professionellen Layouts. Dabei ist es möglich, den Stil des Buches vorher auszusuchen und die Wichtigkeit der Fotos zu markieren. Vor dem Druck bekommt der Kunde das fertige Cewe Fotobuch als Datei zugesandt, um es zu begutachten und bei Bedarf zu korrigieren. „Der neue Design-Service ist nicht nur ein attraktives Angebot für Endkunden, die auf besonders komfortable Weise ihr Cewe Fotobuch erhalten wollen", erklärte Thomas Grunau. „Wir geben mit dieser Dienstleistung auch beispielsweise Hochzeits- und Portrait-Fotografen die Möglichkeit, ihren Kunden ein professionell gestaltetes Cewe Fotobuch als eigene Dienstleistung anzubieten, denn die Qualität der von gut ausgebildeten Designern erstellten Bücher ist wirklich außerordentlich gut und kann sich mit dem Niveau hochpreisiger Bildbände messen." Aber auch die eigene Gestaltung wird mit der neuen Bestellsoftware von Cewe Color noch komfortabler: So wurden bei der optimierten Bildbearbeitung die bekannten Funktionen spürbar beschleunigt und neue Effekte integriert. Die verbesserte Layoutfunktion erleichtert unter anderem per Gesichtserkennung die Platzierung von Fotos, die Textbox-Erstellung für Bildunterschriften oder -überschriften kann jetzt ähnlich wie in PowerPoint-Präsentationen vorgenommen werden. Darüber hinaus wurde die Möglichkeit verbessert, immer wieder neue Designs herunterzuladen.
„Intuitive Bedienbarkeit ist ein Muss für alle, die ein so individuelles Produkt wie das Cewe Fotobuch erstellen", sagte Cewe Vorstandsmitglied Dr. Reiner Fageth auf der Pressekonferenz. „Unsere Herausforderung liegt darin, den Konsumenten eine immer größere Bandbreite an Optionen zur Verfügung zu stellen und zugleich die Handhabung zu vereinfachen. Dies ist uns mit der neuen Bestellsoftware 4.7 eindrucksvoll gelungen."

Für Nachwuchsfotografen gibt es bei Cewe Color Freundebücher, die mit typischen Jungen- bzw. Mädchenmotiven versehen sind.

Fotos mit Landkarte

Neu ist ebenfalls ein Geotagging für Fotos, bei dem sich Landkarten integrieren lassen: So wird die im Foto festgehaltene Erinnerung mit dem entsprechenden Ort der Aufnahme zielgenau verbunden. So können die eigenen Fotos mit dekorativen Landkarten zu eindrucksvollen Postern kombiniert werden.

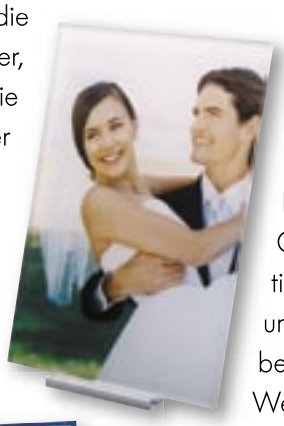
Freunde bei Facebook

Ein weiteres Highlight der neuen Bestellsoftware ist die Möglichkeit, ein selbst gestaltetes und bestelltes Cewe Fotobuch direkt in den persönlichen Facebook-Account hochzuladen, um es Freunden und Verwandten zugänglich zu machen. Facebook-Freunde können dieses Fotobuch online in ihrem Account anschauen und gegebenenfalls auch bestellen.

Kompakt: das Smartalbum

Ein wichtiges neues Bildprodukt für den Massenmarkt ist das neue Smartalbum von Cewe Color. Es umfasst 18 bis 154 Seiten im Format 10 x 15 cm, die mit jeweils einem Foto bedruckt werden. Für das Titelbild kann der Kunde ein besonders gelungenes Foto auswählen und mit einem kurzen Text versehen. Das Smartalbum wird im Digitaldruck hergestellt; die hochglänzenden Seiten vermitteln eine hochwertige Qualität.

Auch bei „normalen" Fotos gibt es Neues: Ab sofort können Cewe Color Kunden ihre Bilder in den Formaten 9 x 13 cm, 10 x 15 cm, 11 x 17 cm sowie 13 x 18 cm mit einem farbigen Rand bestellen. Damit wirken die Abzüge noch hochwertiger, wenn zum Beispiel die dominierende Farbe einer ganzen Serie als Farbton für den Rand gewählt wird.



Fotos mit farbigem Rand und Bilder hinter Acrylglas im Format 10 x 15 cm sind ebenfalls neu.

Um sich selbst oder andere mit einem hochwertigen Fotoprodukt beschenken zu können, bietet Cewe Color nun ein Acryl-Foto an: Das Foto im Format 10 x 15 cm wird auf Fotopapier gedruckt und hinter Acrylglas aufgezogen. Ein kleiner Aufsteller gehört zum Lieferumfang, damit das Foto in der Wohnung oder im Büro entsprechend platziert werden kann.

Nicht nur zu Weihnachten

Deutlich erweitert hat Cewe Color zur photokina das Sortiment von individuellen Gruß- und Glückwunschkarten, die besonders, aber nicht nur, zu Weihnachten Saison haben. Klappkarten sind ab sofort auch auf 350 g/m² Premiumpapier erhältlich, und zwar mit über 3.000 neuen Designs, die ebenfalls in die neue Bestellsoftware integriert wurden. Diese Designvorlagen, die z. B. bei Familienfesten nicht nur für Einladungen, sondern auch für individuell gestaltete Tisch- und Menükarten genutzt werden können, sind in neun Formaten passgenau für jeden Anlass und alle Festtage verfügbar.

Der Trend: Wanddekoration

Abgerundet wurden die Neuheiten durch Innovationen für die Fotopräsentation an der Wand. So versprechen beispielsweise über 600 neue Designs eine große Auswahl bei Kalendern. Neben den XXL-Formaten A2 und A3 sowie dem XL A4 Wand-Schmuckkalender im Hoch- oder Querformat sind Termin-, Küchen- und Tischkalender in vielen Varianten im Sortiment.

Poster gibt es bei Cewe Color jetzt in XXL-Formaten bis zu 150 cm Breite, und auch die professionelle Veredelung der Poster durch Acryl-Glas, Leinwand oder den Druck auf der drei Millimeter starken Verbundplatte Alu-Dibond wurde durch weitere Formate (20 x 30 cm und 30 x 45 cm) ausgebaut.

Cewe Phonebook direkt vom iPhone bestellen

Für mobile Nutzer des Apple iPhone bietet Cewe Color jetzt die erste App an: das Cewe Phonebook im Leporello-Format, das iPhone-User sofort nach der Installation der App bestellen können. Optisch orientiert sich das 6,2 x 11,5 cm große Cewe Phonebook mit der Darstellung von Rahmen und Display an Apples Kult-Smartphone. Um das Produkt zu bestellen, platziert der Kunde zunächst die gewünschten Fotos auf wahlweise zwölf, 20 oder 28 Seiten und wählt ein Foto für das Cover aus; wer möchte, kann auf dem Titelbild einen Text hinzufügen. Die Bestellung kann direkt auf dem iPhone abgeschlossen werden.

Das fertige Cewe Phonebook besteht aus einseitig bedrucktem Fotopapier, auf dem die Bilder und ein Inhaltsverzeichnis mit allen Fotos in Form eines Leporellos angeordnet sind. „So ist im Handumdrehen ein Wochenendausflug, der Junggesellenabschied oder die Geburtstagsparty in einem Cewe Phonebook festgehalten und kann mit beliebig vielen Freunden geteilt werden", erklärte Thomas Grunau, Geschäftsführer Marketing bei Cewe Color. „Natürlich auch mit denen, die nicht dabei waren oder kein iPhone besitzen."

Neue Fotoalben von Erno Imaging

Erno Imaging hat auf der photokina eine Vielzahl neuer Fotoalben vorgestellt. Aus dem breitgefächerten Produktportfolio stehen stellvertretend die beiden folgenden Neuheiten:
Das Hochzeitsalbum Honeymoon ist ein schlichtes, elegantes Fotobuch. Der stabile, mit weißem Satin bezogene Einband ist mit einem 7 x 10 cm großen Ausschnitt ausgestattet, der einen Blick auf das erste Foto oder einen selbstgestalteten Titel ermöglicht. Die 30 cremefarbenen Innenseiten bieten Platz für rund 60 Bilder im Format 10 x 15 cm, die sich mit herkömmlichem Fotokleber

oder Fotoecken einkleben lassen. Das Album gibt es in zwei Größen: 24,5 x 24,5 cm für 22,90 Euro, bzw. 23 x 31 cm zum Preis von 29,90 Euro (jeweils unverbindliche Verkaufspreisempfehlung).
Ebenfalls neu im Sortiment ist das Colours-Schraubalbum, das von dem renommierten französischen Hersteller Exacompta gefertigt und exklusiv von Erno vertrieben wird. Das einzigartige Album ist in den Farben Schwarz, Blau, Rot und Pink erhältlich. Der matte Hardcover-Einband strahlt eine hohe Wertigkeit und Exklusivität aus, die durch eine Ornament-Stanzung auf der Vorderseite betont wird. Die 40 Innenseiten aus schwarzem Karton bieten Platz für ca. 160 Bilder im Format 10 x 15 cm. Aber auch großformatige Fotos lassen sich in dem 37 x 29 cm (B x H) großen Album hervorragend präsentieren. Zwischenblätter aus leicht strukturiertem Pergamin schützen die Bilder wirkungsvoll vor Beschädigung. Das Colour-Schraubalbum ist ab sofort verfügbar und kostet 39,90 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung).

Neuer Kodak ESP 9250 Inkjet-Drucker

Kodak hat auf der photokina den WLAN-fähigen Kodak ESP 9250 vorgestellt. Mit der Einführung des Gerätes bietet Kodak ein einzigartiges Drucksystem für alle, die Dokumente und Fotos in Laborqualität drucken wollen, ohne Kompromisse eingehen zu müssen. Wie andere Modelle aus der Kodak Multifunktionsdrucker-Reihe hat auch der Kodak ESP 9250 ein intelligentes Barcodesystem, das automatisch das Papier erkennt und jeweils die optimale Druckeinstellung wählt. Bei der Verwendung von Kodak Fotopapier wird gewährleistet, dass genau die richtige Tintenmenge genutzt wird. Kodak Drucker sind zudem die einzigen für den Heimgebrauch, die ständig die verbleibende Tinten- und Papiermenge überwachen und anzeigen, sowohl auf dem Druckerdisplay als auch am PC. Das intelligente Papierfach bietet ein automatisch einrückendes Fotopapierfach für drei Formate. Dank WLAN- und Netzwerkfähigkeit kann man mit dem Kodak ESP 9250 von überall zu Hause oder sogar vom iPhone, iPod touch oder iPad drucken. Ein intuitives Bedienfeld und integrierte Vorlagen vereinfachen

es, eine Vielzahl von Formularen zu drucken, einschließlich Millimeterpapier, liniertes Papier, To-do-Liste, Einkaufszettel und Notenpapier. Um den Papierverbrauch zu reduzieren, kann mit dem Kodak ESP 9250 auch automatisch beidseitig gedruckt werden. Der Kodak ESP 9250 mit Faxfunktion ist ab sofort zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 249 Euro erhältlich.

Der Sigma EF-610 DG Standard blitzt mit Leitzahl 61

Sigma hat mit dem EF-610 DG Standard einen neuen Blitz mit Leitzahl 61 vorgestellt. Er unterstützt die neuesten automatischen TTL-Belichtungssysteme der bekannten SLR- und DSLR-Kamerahersteller. Die Autozoom-Funktion wählt automatisch den optimalen Ausleuchtwinkel zur eingesetzten Objektivbrennweite in einem Bereich von 24 mm bis 105 mm. Beim Einsatz der eingebauten Weitwinkelstreuscheibe lässt sich der Ausleuchtwinkel bis auf den Bildwinkel eines 17-mm-Objektivs erweitern. Für indirektes Blitzen lässt sich der Blitzkopf um 90° nach oben, 90° nach rechts und 180° nach links schwenken. Für die bequeme Ausleuchtung von Nahaufnahmen kann er auch um sieben Grad nach unten geneigt werden. Neben der automatischen Belichtungskontrolle bietet der EF-610 DG ST die manuelle Bedienung, die es ermöglicht, auch mit voller oder 1/16 Leistung zu blitzen. Die Blitzbelichtungskontrolle kann im Sucher der Kamera erfolgen. Das Erreichen der Blitzbereitschaft wird durch eine Kontrolllampe signalisiert. Unter den weiteren Ausstattungsmerkmalen des Blitzgerätes findet sich auch die Abschaltautomatik, die das Gerät bei Nichtgebrauch zur Schonung der Batterien ausschaltet. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 219 Euro.

S+M Rehberg stellt Steadicam fürs iPhone vor

S+M Rehberg GmbH hat das Steadicam Smoothee vorgestellt, mit dem sich verwacklungsfreie Fotos und Videos mit einem iPhone anfertigen lassen. Smoothee hat eine Befestigung, die speziell für das iPhone und baugleiche Smartphones konzipiert wurde. Dort lässt sich das Telefon schnell und mit wenigen Handgriffen anbringen und wieder entfernen. Ein gut ausbalancierter, ergonomischer Handgriff hält das Handy verwacklungsfrei in der gewünschten Position und sorgt bei Videoaufnahmen für ruckelfreie, sanft fließende Ergebnisse. Selbst Motivverfolgungen, Sportaufnahmen oder Kameraschwenks für Panoramaaufnahmen sind mit dem Tool problemlos zu realisieren. Auch für die Videotelefonie lässt sich Smoothee nutzen. Smoothee

ist kompakt und kann zusammengelegt zum ständigen Begleiter werden. Die Handy-Halterung lässt sich schnell und bequem demontierten und auf jedem Stativ mit einem 1/4"-Standardgewinde befestigen bzw. für Table-Top-Aufnahmen einsetzen. Zum Lieferumfang eines Steadicam Smoothee gehören ein Tragegurt sowie eine DVD mit zahlreichen Tips und Anwendungsbeispielen. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für Steadicam Smoothee lautet 199 Euro.

S+M Rehberg digiCover jetzt auch für das iPad

Die S+M Rehberg GmbH hat zur photokina ihr Sortiment der beliebten digiCover Displayschutzfolien um eine passgenaue Variante für das Apple iPad ausgebaut. Die passgenaue Folie lässt sich mit wenigen Handgriffen auf dem Display positionieren und mit dem beiliegenden Rakel blasenfrei befestigen. Bei Bedarf kann sie jederzeit rückstandsfrei entfernt werden. Die digiCover-Folie ist so beschaffen, dass die Touchscreen-Bedienung des iPad ohne Beeinträchtigung erhalten bleibt. Die Folie zeichnet sich durch hohe optische Eigenschaften aus, ohne dass Farb- oder Kontrastverfälschungen auftreten, und mindert Blendungen und Spiegelungen bei hellem Licht. Die extrem klaren Schutzfolien haben eine „selbstheilende" Oberfläche und sind hieb-, stoß- sowie kratzfest. Sie sind außerdem resistent gegen Säuren und Laugen. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für das digiCover beträgt 29,90 Euro.

Pentax ergänzt das Objektivprogramm um zwei Modelle

Zur photokina hat Pentax mit dem Pentax smc DA 35 mm/2,4 AL und dem smc DA 18–135 mm WR zwei besondere Objektiv-Neuheiten für das SLR-Programm herausgebracht. Das neue Objektiv mit 35 mm Standard-Festbrennweite (53,5 mm entsprechend KB-Format) zeigt sich leicht, kompakt und lichtstark. Es eignet sich für eine Vielzahl von gängigen Aufnahmesituationen, vom Schnappschuss über Landschaftsfotos bis zum Portrait. Kurze Verschlusszeiten und ungünstige Lichtverhältnisse sind kein Problem. Hohe Schärfeleistungen bis zu den Rändern, sehr gute Kontraste und minimale Aberration gewährleisten unter allen normalen Umständen eine hervorragende Abbildungsleistung. Zur hohen Abbildungsqualität trägt auch die SP (Super Protect) Vergütung der Linsen bei. Ein spezieller Schutz verhindert Verschmutzungen auf der Frontlinse bzw. erleichtert die Reinigung. Das neue smc DA 35 mm/2,4 AL wiegt 124 Gramm, die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 229 Euro.

Beim neuen Pentax Standard-Zoom DA 18–135 mm WR steht das „WR" für „Weather Resistant". Damit werden die Pentax Objektive mit speziellen Dichtungen gegen Spritzwasser, Staub und Feuchtigkeit gekennzeichnet. Das neue DA 18–135 mm WR deckt mit seiner Brennweite 27,5–207 mm (entsprechend Kleinbild) zahlreiche gängige Aufnahmesituationen ab. Das Zoom zeichnet sich zudem durch seine kompakte und leichte Bauweise aus und bietet ED-Vergütung (Extra-low Dispersion) und einen leisen AF-Motor.

Das smc DA 18–135 mm WR ist zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 799 Euro zu haben.

Fotobücher und Fotogeschenke von Fujifilm

G(l)anz persönlich

Rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft baut Fujifilm das Dienstleistungsangebot für seine Partner im Bildergeschäft aus. In Kürze gibt es mit dem Fujifilm Fotobuch Brillant Glanz das erste Fotobuch auf hochglänzendem Fotopapier auf dem Markt. Zudem setzt das Unternehmen für das Weihnachtsgeschäft auf ganz persönliche Fotogeschenke.

Sowohl für das Fujifilm Fotobuch Brillant Glanz als auch für ganz persönliche Fotogeschenke stellt Fujifilm seinen Kunden passendes Werbe- und PoS-Material zur Verfügung.

Das neue hochglänzende Fotopapier Fujicolor Crystal Archive Album HD richtet sich an anspruchsvolle Kunden, die besonderen Wert auf eine exzellente Wiedergabe ihrer Fotos in Fotobüchern legen. Es ermöglicht eine nuancenreiche Darstellung sowohl heller als auch dunkler Bildteile: Selbst kleine Unterschiede in der Schattierung einfarbiger Flächen werden präzise wiedergegeben. Satte Schwärzen und strahlend helle Weißen sorgen für kontrastreiche Bildergebnisse.

Damit die Betrachter im neuen Fotobuch Brillant Glanz nach Herzenslust blättern können, schützt eine Spezialbeschichtung die glänzenden Seiten vor Fingerabdrücken und verhindert ein Zusammenkleben einzelner Blätter. Das Fotopapier ist stabil und griffig, gleichzeitig aber so dünn und flexibel, dass sich die Seiten leicht umblättern lassen.

Mit einer Gestaltungsfläche, die bis zu 90 cm breit ist, sind die Fotobücher Brillant bestens für Panorama-Aufnahmen und doppelseitige Bilder geeignet. Die verwendete Leporellobindung macht es möglich, dass das aufgeschlagene Fotobuch völlig plan liegt, ohne dass der Bildeindruck wie bei herkömmlich gebundenen Büchern durch einen markanten Falz in der Mitte beeinträchtigt wird.

Im Trend: Fotogeschenke

Mit neuen PoS-Materialien für die Kunden im Fotohandel trägt Fujifilm zum Weihnachtsgeschäft dem Trend zu personalisierten Fotogeschenken Rechnung. Unter dem Motto „Schenken Sie etwas ganz Persönliches" werden individuelle Bildprodukte und das große Sortiment von Fotokalendern in den Mittelpunkt gestellt. Die Palette umfasst attraktive Wandkalender in den Formaten 20 x 30 cm und 30 x 45 cm auf echtem Fotopapier, Tischkalender im Format 13 x 13 cm ebenso wie den praktischen Jahresplaner in den Formaten 31 x 43 cm und 51 x 72 cm sowie individuelle Küchenkalender (Formate: 9 x 38 cm und 13 x 38 cm) aus dem einzigartigen beschreibbaren Fujicolor Fotopapier Matt.

Zusätzlich stellte Fujifilm auf der photokina ein neues Portfolio von Dekorationsartikeln zum Wandschmuck im XXL-Format vor; dieses wird Anfang nächsten Jahres in die Fujifilm Terminals und die Bestellsoftware integriert. Dann wird es attraktive Formate bis 100 x 100 cm auch auf Aluminium, Acrylglas und Hartschaum geben. Ein UV-Direktdruck-Verfahren bringt die Bilder unmittelbar auf die neuen Träger auf, so dass die Struktur des Materials erhalten bleibt und die Wirkung des Motivs verstärkt wird.

Neue Fototaschen und -rucksäcke von Cullmann

Für das sichere Mitführen von kleinen bis mittelgroßen Kamera-Ausrüstungen erweitert Cullmann die Fotorucksack-Serie Lima um zwei DayPack Modelle. Die beiden Rucksäcke Lima DayPack 400 und Lima DayPack 600+ sind durch eine abtrenn- und herausnehmbare Durchgangsklappe in zwei separate Bereiche unterteilt, um Reisegepäck und Kameraausrüstung getrennt

voneinander unterzubringen. Nimmt man die Durchgangsklappe heraus, entsteht ein Hauptfach, das für große Fotoausrüstungen oder als Trekking-Rucksack genutzt werden kann. Eine passgenaue Aufbewahrung der Ausrüstung ermöglicht die flexible und robuste Inneneinteilung mit weichem, abriebfestem Innenfutter, die bei Bedarf ebenfalls vollständig herausgenommen werden kann. Das Ventilation System mit luftdurchlässigem Meshgewebe und integrierten Belüftungskanälen sorgt für angenehmes Klima am Rükken. Ein körpergerechtes, komfortables Tragen, besonders bei langen Touren, gewährleistet die individuelle Einstellung der Schultergurte sowie des Brust- und Hüftgurtes. Einen schnellen und direkten Zugriff auf die Kamera garantiert eine seitliche Öffnung mit Reißverschluss zum Hauptfach. Praktische Staumöglichkeiten für Foto- und Reiseutensilien bieten ein zusätzliches Außenfach sowie der integrierte Organizer.

Die Lima DayPack Rucksäcke werden in zwei Varianten angeboten, die sich lediglich in der Größe sowie dem integrierten und gut gepolsterten Notebookfach für Geräte bis 15,6" (Modell 600+) unterscheiden. Lima DayPack 400 und Lima DayPack 600+ sind in klassischem Schwarz erhältlich.

In der Trendfarbe Petrol zeigt sich ab sofort die Cullmann Lagos Compact Hardcase-Serie, die sich vor allem für die sichere Aufbewahrung und den Transport von Kompaktkameras, Mobiltelefonen und MP3-Playern eignet. Lagos bietet ein weich gepolstertes

Innenfutter mit integriertem Innenfach für Speicherkarten, seitliche Stegbänder verhindern das Herausfallen der Kamera beim Öffnen des Etuis. Lagos ist darüber hinaus mit einem modischen Trageriemen und mit dem Quick+Safe System, einer diebstahlsicheren Gürtelschlaufe, ausgerüstet.

Martin Zurmühle: Die große Fotoschule – Digitale Fotografie

Die digitale Fotografie erschließt im Vergleich zur analogen ganz neue Möglichkeiten und Chancen. Viele Schwierigkeiten, mit denen der Fotograf in früheren Zeiten zu kämpfen hatte, lassen sich mit der neuen Technologie ganz einfach lösen – beispielsweise der Weißabgleich. Andererseits erfordert die Bildbearbeitung viel Wissen und Können.

Das Buch von Martin Zurmühle ist ein informativer Begleiter auf dem Weg durch die Welt der digitalen Fotografie, der zu beeindruckenden und ausdrucksstarken Bildern führt. Von der Kameratechnik bis zur Bildgestaltung thematisiert die komplett überarbeitete Ausgabe der großen digitalen Fotoschule nicht nur die gestalterischen Aspekte der digitalen Fotografie, sondern vermittelt auch in Theorie und Praxis das ganze Know-how, um zu Top-Bildern zu gelangen. Schritt für Schritt wird dem Leser mittels praxisnaher Profianleitungen, Bildkritiken und Analysen gezeigt, wie er mit seiner Digitalkamera bestmögliche Ergebnisse erzielen kann. Beginnend mit einer Einführung in die Welt der digitalen Fotografie wird die richtige Belichtung als Voraussetzung für ein gutes Bild behandelt. Tips für den täglichen Umgang mit der Kamera und die Gestaltung sind weitere Themen des Ratgebers. Das Fotografieren von Menschen, Tieren und Bewegungen, die Kunst der Architekturfotografie, die Landschafts- und Naturfotografie werden ebenfalls ausgiebig dargestellt. Abgerundet wird das Buch durch interessante Tips, wie besondere Aufnahmesituationen gemeistert werden können; so zum Beispiel Aufnahmen in der Dämmerung oder bei Nacht, Panoramaaufnahmen, bessere Blitzfotos, Mehrfachbelichtung mit Stativ und Montage verschiedener Bilder.

Martin Zurmühle, Die große Fotoschule – Digitale Fotografie. Mit professioneller Bildanalyse und fotografischem Know-how zu digitalen Top-Bildern. Digital ProLine, Data Becker, Düsseldorf 2010, ISBN 783-3-8158-3512-8, 29,95 Euro.

Jetzt bestellen!

Die Auflage ist erfahrungsgemäß schnell vergriffen.

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 2010/2011

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 2010/2011
Postfach 1229
40832 Ratingen

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

Foto-Winter 2010/2011

Ab 1.000 Exemplaren besteht die Möglichkeit des individuellen Firmeneindruckes. 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: ❑

5.956 zahlende Abonnenten (IVW 3/2010)

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 3/2010). 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. 37 v. 01.01.2010) 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 norddeutschen 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 • 20000 Bilderberg

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

1/9 Seite Kleinanzeige (56 x 85 mm)

zum

mm-Preis von

1,61 € x 85 mm hoch

= 136,85 €

zzgl. gesetzl. MwSt.

imaging·foto contact

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

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

ifc 11/2010

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

FILM- u. VIDEOSERVICE

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

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

S8, N8, 16mm, Dias, Negative auf DVD!
Profitieren Sie von unserer langjährigen Erfahrung! Gönnen Sie sich Ihr persönliches DVD Erlebnis und lassen Sie sich Ihre Dias, Negative, Filme oder Videos digitalisieren.
Seit 1978
Videotransfer Michael Richter
Tel. 06201 / 1 88 23 11
E-Mail: videotransfer@arcor.de

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+ IMPOSSIBLE Filme
www.nordfoto.de

Foto-Aktienkurse

		20.10.2010	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	3.760	3.550	3.180	4.520
Casio	YEN	597	563	525	758
CeWe Color	EUR	28,25	26,48	21,57	30,00
Du Pont	USD	45,98	42,39	31,02	47,23
Eastman Kodak	USD	3,96	3,74	2,87	9,08
Fujifilm	YEN	2.759	2.644	2.285	3.345
Hewlett-Packard	USD	42,83	38,81	37,97	54,75
Hitachi	YEN	351	350	227	424
Imation	USD	10,34	8,86	7,95	12,59
Jenoptik	EUR	4,39	4,46	3,53	5,18
Leica	EUR	13,70	11,75	5,85	14,00
Metro	EUR	48,14	43,15	37,13	49,15
Olympus	YEN	2.208	2.114	2.004	3.100
Samsung	KRW	745.000	756.000	42.550	875.000
Seiko Epson	YEN	1.278	1.164	1.052	1.715
Sharp	YEN	831	811	788	1.260
Sony	YEN	2.675	2.482	2.250	3.645
Spector	EUR	0,66	0,65	0,58	0,97
Toshiba	YEN	417	388	380	572

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

Inserenten-Verzeichnis

BHS Binkert 41
C.A.T.-Verlag 19, 75
Canon ..... 4. U.
DGH 31
Dörr 35
Fotofix 23
Fujifilm Electronic Imaging 7
Fujifilm Imaging Systems 25
General Imaging 65
Kürbi 57
Metz 43
Noritsu 11
RCP 15
Panasonic ..... 2. U.
Tetenal 29
Walser 51
Kleinanzeigen 76, 77

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

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

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. 37 v. 1. Januar 2010

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

PMA NEWSLINE
FÜR DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DIE SCHWEIZ

Büro für Europa: Hiltenspergerstr. 9
80798 München
Tel.: 0 89 271 8671
Fax: 0 89 273 0291
E-Mail: pmaeurope@pmai.org
www.pmai.org

Zentrale: 3000 Picture Place • Jackson
Michigan 49201 USA
Tel.: 1 517 788 8100
Fax: 1 517 788 7809

November 2010

Jetzt schon den Besuch der PMA 2011 in Las Vegas planen

Die PMA 2011 International Convention and Trade Show kehrt nach Las Vegas, Nevada, USA, zurück: Vom 8.–10. September 2011 wird die Veranstaltung im Las Vegas Convention Center mit einem erweiterten Bildungsprogramm und einer Messe stattfinden. Die PMA 2011 will vor allem Händler ansprechen, die in Las Vegas erfahren, wie sie das Know-how ihrer Mitarbeiter steigern können, um Produkte effektiver am Point of Sale zu verkaufen.

„Die PMA Convention soll zur größten Bildungsveranstaltung der Fotobranche werden, und alles beginnt mit den Mitgliedern", sagte Skip Cohen, Industrie-Veteran und PMA-Berater. „Die PMA Mitglieder können sich nicht nur an der interaktivsten Messe der PMA Geschichte beteiligen, sie können auch an Dutzenden von Seminaren und Vorträgen teilnehmen, um Neues über effektives Marketing zu erfahren und ihr Können in der Fotografie zu erweitern."

Die Convention wird zahlreiche Praxisseminare anbieten, die den Teilnehmern zeigen, wie sie das Beste aus Kamera, Drucker und sogar Computer herausholen. Außerdem sind Foto-Safari Exkursionen mit Branchenexperten und führenden Fotografen geplant, darunter eine Fotosession auf dem Las Vegas Strip.

Eines der spannendsten Themen der PMA 2011 wird laut Cohen das Networking sein. „Vernetzung ist weit mehr als das Sammeln von Visitenkarten", erklärte Cohen. „Deshalb wird die PMA 2011 auch zum Austauschen mit Kollegen und Kunden anregen. Dabei geht es um die Entwicklung eines Netzwerks als Ressource für die Lösung der Herausforderungen der Unternehmen in der Zukunft. Die PMA wird mit besonderen Veranstaltungen, Referenten und exklusivem Programm dazu beitragen, dieses Netz aufzubauen."

Seit 20 Jahren photokina-Aussteller

Auf der photokina 2010 hat die PMA ein Jubiläum feiern können: Seit 20 Jahren gehört der US-amerikanische Verband nun schon zur Riege der Kölner Aussteller. Als Ansprechpartner am PMA Stand fungierte in diesem Jahr neben Vertretern der US-amerikanischen PMA Zentrale wie gewohnt Karen Petersen-Gyöngyösi, allerdings in einer neuen Position: Anfang 2010 hat sie von ihrem Vater Dr. Klaus Petersen das Amt des PMA Director European Activities übernommen, nachdem sie zuvor als Direktor für die PMA Aktivitäten in Mittel- und Osteuropa zuständig war.

PMA Retail Business Development Forum 2010 in Birmingham

Mehr als 60 Einzelhändler und Lieferanten sind der Einladung zum PMA Retail Business Development Forum 2010 gefolgt, das im September im Holiday Inn in Birmingham, Großbritannien, stattfand. Die Veranstaltung begann mit einem zweistündigen Workshop zum Thema „Mein Geschäft, meine Zukunft", der vom britischen Einzelhandels-Guru Mary Portas konzipiert worden war. Im Rahmen der Master-Klasse sollten die Teilnehmer zunächst wie Händler einer anderen Branche denken, zum Beispiel wie die Inhaber eines Schuhgeschäft oder eines Garten-Centers, ihre Fähig-

keiten dann nutzen, um diesen Shop zu gestalten und sich schließlich fragen, ob sie aufgrund der gewonnenen Erkenntnisse in ihrem eigenen Geschäft etwas ändern würden.

Es folgten Präsentationen, in denen Einzelhändler über ihre Erfahrungen mit dem neuen Kodak Pynk System für Bilderrahmen am Fotokiosk und den Markt für Bilder von Facebook berichteten. Photo Me gab eine Vorschau von „My Pocketbook", das auf der photokina gestartet wurde, und Polaroid sprach über die Wiedergeburt der Marke, die wieder Spaß in die Fotografie bringen soll. Die Nachmittagssitzung startete mit einem Vortrag der GfK über aktuelle Imaging-Trends, bevor man in einem Round Table nach Möglichkeiten suchte, die frischen Ideen in die Tat umzusetzen. Sponsoren der Veranstaltung waren 2M Druck, Elanders, Fujifilm, Kodak, Lucidiom, Nikon, Photo Me und The Magic Touch.

Round Table des Moskauer PMA Büros

Das Moskauer PMA Büro hat Mitte Oktober ein Round Table für Top-Manager der führenden Imaging-Unternehmen Russlands organisiert. Ort des Treffens war das Büro von Sojus Foto, einem Unternehmen, das seit vielen Jahren PMA Mitglied ist. Als Moderator des Round Table fungierte PMA Past Trustee-at-Large Sergej Savenko, der 17 Vertreter lokaler Einzelhandelsketten, Großhändler, Fotofinisher und Fachzeitschriften als Gäste begrüßte.

Im Mittelpunkt der Veranstaltung stand eine Präsentation von Wolfgang Abendroth, Cewe Color AG, der extra für diesen Anlass in die russische Metropole gereist war. Er informierte die Zuhörer über aktuelle Marktzahlen aus dem Bereich Bildproduktion und beantwortete anschließend Fragen über das Unternehmen Cewe Color und den westeuropäischen Fotomarkt.

Zuvor hatte Savenko den Round Table mit einer kurzen Vorstellung der PMA und ihrer bisherigen Aktivitäten als Verband eröffnet. Er unterstrich dabei die bedeutende Rolle der PMA als größten internationalem Fachverband der Imaging-Branche.

In der zweiten Hälfte des Runden Tisches diskutierten die Teilnehmer über den russischen Fotomarkt und tauschten ihre Erfahrungen und Ideen aus.

Die Veranstaltung endete mit einem Vortrag von Vera Tsyban, PMA Direktor für russische Aktivitäten, die neue Produkte der PMA sowie die Annual Conference PMA 2011 vorstellte.

Aktuell aus PMA Newsline International

Eastman Kodak Co., Rochester, NY, USA, hat Antoinette „Ann" P. McCorvey, bislang Direktorin im Unternehmen, zum neuen CFO ernannt. Sie tritt die neue Stelle am 5. November an und berichtet an Antonio M. Perez, Kodak Chairman und CEO. McCorvey folgt Frank S. Sklarsky, der Kodak verlassen wird, um die Position des CFO bei Tyco International zu übernehmen. McCorvey arbeitet seit elf Jahren bei Kodak und bringt mehr als 30 Jahre Erfahrung im Finanzmanagement mit.

Anfang November beginnt in Kanada der Verkauf der digitalen Mittelformat-Spiegelreflexkamera Pentax 645D. Das Modell, das zunächst nur in begrenzter Stückzahl zur Verfügung stehen wird, soll mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 10.500 Euro (bei Redaktionsschluss ca 14.930 kanadische Dollar) verkauft werden.

Steven J. Sasson, pensionierter Forscher in Diensten der Eastman Kodak Company und Erfinder der Digitalkamera, ist einer der drei Empfänger der National Medal of Technology and Innovation, der höchsten Auszeichnung, die die US-Regierung Wissenschaftlern, Ingenieuren und Erfindern verleiht. US-Präsident Barack Obama benannte zehn Forscher als Empfänger der National Medal of Science, und drei Personen und ein Team als Empfänger der National Medal of Technology and Innovation. Die Empfänger erhalten ihre Preise anlässlich einer Zeremonie im Weißen Haus noch in diesem Jahr.

Eine bekannte Persönlichkeit der nordamerikanischen Foto- und Digital Lab Branche, Ilgvars Broks, ist Mitte Oktober im Alter von 77 Jahren gestorben. Broks war bis zu seinem Eintritt in den Ruhestand vir einigen Jahren Executive Vice President von BGM Colour Laboratories in Toronto, Ontario, Kanada, bevor er seine langjähigen Erfahrungen als Berater weitergab. Er war ein ehemaliger Präsident der Association of Professional Color Labs (APCL) und erhielt im Jahr 2001 den PMA Distinguished Service Award.

Der Vorstand von Hewlett-Packard, Palo Alto, Californien, USA, hat Léo Apotheker zum CEO und President gewählt. Apotheker, der 20 Jahre lang bei SAP tätig war, zuletzt ebenfalls als CEO, wird Nachfolger von Cathie Lesjak. Sie war im August zum einstweiligen CEO ernannt worden, nachdem Mark Hurd diesen Posten aufgegeben hatte. Apotheker tritt sein neues Amt am 1. November an.

PMA Newsline International bietet montags bis freitags ab 16.00 Uhr MEZ tagesaktuelle Informationen über den weltweiten Foto- und Imagingmarkt. Die Seite ist unter der Adresse http://www.pmanewsline.com zu erreichen.

Sie wird Ihnen
den Kopf verdrehen
EOS
60D
Mehr kreativer Freiraum – mit der leistungsstarken neuen EOS 60D. Der dreh- und schwenkbare LCD-Monitor und die innovativen Gestaltungsmöglichkeiten mit Basic+ bieten beste Voraussetzungen für die Umsetzung Ihrer Ideen. Dazu kommen RAW-Verarbeitung und Kreativ-Filter direkt in der Kamera.
canon.de/EOS60D
Canon
you can