

Pentax Chameleon Kompromisslos individuell



NEU: Mit Hinguckfunktion.
Die erste Kompaktkamera mit individualisierbarem Design.

Werbemittelpaket fürs
Weihnachtsgeschäft!

www.chameleon.pentax.eu

Pentax K5
**Das Flaggschiff
in der Praxis**
Seite 20



BGL — neuer Vorstand, positive Zahlen, Wachstum mit Fotobüchern & Co.

Auf der Mitgliederversammlung des Bundesverbandes der Großlaboratorien wurde der Vorstand um neue Mitglieder erweitert; zudem präsentierten die Großlabors positive Zahlen. Fotobücher, -kalender und Fotogeschenke trugen entscheidend dazu bei. **S. 8**

Casio — Schmuck für die Wand mit der HighSpeed Exilim EX-ZR10

Kaum ein Foto-Dienstleister hat in den vergangenen Monaten darauf verzichtet, großformatige Fotoprodukte auf neuen Materialien ins Sortiment aufzunehmen. Die HDR Art-Funktion der HighSpeed Exilim EX-ZR10 kommt da wie gerufen. **S. 16**

Panasonic — die Lumix GF2 erweitert das Lumix G-System für Einsteiger

Die Lumix GF2 ist die derzeit kleinste Systemkamera mit integriertem Blitz. Das intuitiv benutzbare Touchscreen-Display sowie die speziellen Bedienknöpfe für die Videofunktion sind weitere herausragende Features des video-orientierten Modells. **S. 22**

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



WW MICRO FOURTHIRDS



Panasonic
 ideas for life

Der Fotomarkt boomt wie noch nie Frohe Weihnachten!

Das Jahr 2010 geht mit guten Nachrichten zu Ende: Der deutsche Einzelhandel erwartet das beste Weihnachtsgeschäft seit langem; nach Erhebungen der GfK wird der Umsatz mit Weihnachtsgeschenken ein Volumen von rund 14 Milliarden Euro erreichen. Die Konsumenten sehen die deutsche Wirtschaft auch in den kommenden Monaten klar im Aufschwung und sind deshalb bereit, Geld auszugeben: Rund 93 Prozent der Deutschen beabsichtigen, für durchschnittlich 245 Euro Weihnachtsgeschenke zu kaufen.



Thomas Blömer, Verleger

Alle Zeichen deuten darauf hin, dass der Fotohandel von dieser üppigen Weihnachtsbescherung etwas abbekommen wird. Kameras und Zubehör wie Objektive, Blitzgeräte, Fototaschen oder digitale Bilderrahmen gehören ebenso wie individuell erstellte Fotobücher zu den Top 10 der Weihnachtsgeschenke 2010. Das gab der Photoindustrie-Verband rechtzeitig zur Saison in einer Pressemitteilung bekannt.

Besonders die Nachfrage nach hochwertigen Spiegelreflex- und Systemkameras mit Wechseloptik bricht alle Rekorde. Bei vorsichtiger Prognose erwartet der Verband für 2010 den

Verkauf von 950.000 Stück; das wären 50.000 mehr als im Vorjahr. Wenn es besonders gut läuft, könnte in diesem Jahr sogar erstmals die Millionengrenze geknackt werden. Die besonders gute Nachricht dabei ist, dass diese anspruchsvollen Produkte gerne im qualifizierten Fotohandel gekauft werden – und dass sie weitere Umsätze in Form von Objektiven, Blitzgeräten, Stativen und Taschen nach sich ziehen.

Bleibt zu hoffen, dass die großen Hersteller auch genug Ware liefern können, denn mit der Verfügbarkeit vieler attraktiver Systemkameras hapert es zur Zeit gewaltig. Offensichtlich haben die Manager besonders der japanischen Hersteller zu vorsichtig disponiert, weil sie sich wohl nicht vorstellen konnten, dass sich die Wirtschaft und damit die Nachfrage so schnell erholt. Solche Lieferengpässe sind für den Fotohandel ausgesprochen unangenehm, denn es ist alles andere als sicher, dass die Kunden auf ihre Kameras warten wollen. Und wenn das Geld erst einmal für ein anderes Weihnachtsgeschenk ausgegeben wird, dann ist es eben weg bzw. dann hat es jemand anders.

Keine Lieferprobleme gibt es dagegen bei den wertschöpfungsstarken Bildprodukten, allen voran das Fotobuch. Cewe Color hat schon für die ersten neun Monate eine deutlich über den Erwartungen liegende Nachfrage gemeldet, und da hatte bekanntlich das Weihnachtsgeschäft – inzwischen die Hochsaison für das Fotofinishing – noch gar nicht begonnen. Fotobücher und Fotogeschenke verdienen jedenfalls gerade jetzt eine aufmerksamkeitsstarke Platzierung, im Geschäft und möglichst sogar im Schaufenster.

Der erfreuliche Fotoboom bedeutet sicher nicht, dass in unserer Branche nunmehr das Schlaraffenland ausgebrochen ist, und wer will, kann sich jetzt natürlich erst recht Sorgen darüber machen, wo in der Zukunft das Wachstum herkommen soll. Wir möchten das an dieser Stelle allerdings nicht tun, sondern wünschen unseren Leserinnen und Lesern ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft, erholsame Feiertage und für das neue Jahr Zuversicht und Unternehmermut.

Unsere nächste Ausgabe erscheint Ende Januar 2011 – mit den aktuellen Kamera-Neuheiten von der CES. Vielleicht legen die ja schon den Grundstein für weitere Absatzrekorde im neuen Jahr.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Pentax K-5 überzeugt in der Praxis:
Auf Profi-Niveau 20

Editorial

Der Fotomarkt boomt wie noch nie:
Frohe Weihnachten 3

Wichtiges aus worldofphoto.de 6, 10, 43

Verband

BGL wählte neue Vorstandsmitglieder –
Wachstum mit Fotobüchern & Co. 8

Neuheiten 12, 18, 42

Fotos per Mail verschicken mit Eye-Fi View –
Mehr Möglichkeiten 19

Panasonic Lumix GF2 erweitert das
Lumix G-System: Zielgruppe Einsteiger 22

S+M Rehberg vertreibt Produkte von jille –
Fototaschen für Frauen 41

Internationale Messen

Business Forum Imaging Cologne 24

BGL wählte neue Vorstandsmitglieder: Wachstum mit Fotobüchern & Co



Auf der Mitgliederversammlung des Bundesverbandes der Großlaboratorien (BGL) wurde der Vorstand um neue Mitglieder erweitert; zudem präsentierten die Großlabors positive Zahlen vom deutschen und europäischen Bildermarkt. Fotobücher, Kalender und Fotogeschenke treten in immer stärkerem Maße an die Stelle des Standardbilds. Der Anteil des Fotohandels an diesem wertschöpfungsstarken Segment wächst. **Seite 8**

VERBAND

Pentax K-5 überzeugt in der Praxis: Auf Profi-Niveau



Wer die Verpackung öffnet und die über 400 Seiten umfassende Bedienungsanleitung erblickt, der ahnt bereits, dass die Pentax K-5, das neue

Spitzenmodell im Pentax „Kleinbild“-SLR-Sortiment, ziemlich viel kann. Dieser erste Eindruck bestätigt sich in der Praxis. Hier fällt eine Reihe von nützlichen Ausstattungsmerkmalen besonders positiv auf. **Seite 20**

HighSpeed Exilim EX-ZR10 macht's einfach – Schmuck für die Wand



Kaum ein Foto-Dienstleister hat in den vergangenen Monaten darauf verzichtet, großformatige Fotoprodukte auf neuen Materialien ins Sortiment aufzunehmen. Leinwand, Alu-Di-

bond oder Acryl sind nur einige der Materialien, die Fotos besonders gut zur Geltung bringen. Casio hat mit dem Modell EX-ZR10 ein Feature eingeführt, mit dem selbst Einsteiger Ergebnisse erzielen können, die sich als Schmuckstück für jede Wand eignen. **Seite 16**

Elektroschrott-Rücknahme im Handel – Droht Ungemach?



Genauere Zahlen gibt es nicht, aber nach Berechnungen des Umweltprogramms der Vereinten Nationen lag die Menge des Elektro-

Abfalls allein in den EU-Staaten im Jahr 2008 bei mindestens neun Millionen Tonnen, weltweit soll sie etwa 40 Millionen Tonnen betragen haben – mit stark steigender Tendenz. Der Präsident des Umweltbundesamtes, Prof. Dr. Andreas Troke, sagte bereits im Jahr 2006, „dass die Elektromüllberge in den vergangenen Jahren dreimal schneller wuchsen als die Menge des übrigen Siedlungsabfalls. Dies liegt vor allem an der immer kürzeren Nutzungsdauer für elektrische und elektronische Geräte“. **Seite 26**

Manfrotto soll zur „Powerbrand“ werden: Mehr für den Handel



Manfrotto Distribution baut die Marke Manfrotto zur „Powerbrand“ aus: Bisher vor allem im Profisegment für Stativ- und Köpfe bekannt, will die Marke von ihrem positiven Image profitieren und mit preis-

werteren Einsteigerprodukten nun auch verstärkt Hobbyfotografen ansprechen. Um dieses Ziel zu erreichen, wurde zum einen das Sortiment in den vergangenen Wochen ausgebaut. Zum anderen entwickelte das Unternehmen eine Shop-in-Shop-Lösung für den Fotohandel. **Seite 30**

ZUM TITELBILD

HANDEL

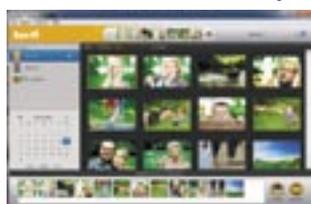
Martin Winkler beantwortet Fragen zum SPP: Streng aber eindeutig

In den vergangenen Wochen sind in der Redaktion immer wieder Mails und Anrufe eingetroffen, in denen Händler ihre Probleme mit dem Sony Partner Programm (SPP) schilderten. Um ein wenig Licht in das Dunkel zu bringen, haben wir Martin Winkler, Commercial Director der Sony Deutschland GmbH, gebeten, Antworten auf vier der am häufigsten genannten Fragen zu geben. **Seite 14**



Martin Winkler, Commercial Director der Sony Deutschland GmbH

Fotos per Mail verschicken mit Eye-Fi View



Eye-Fi hat die Funktionalität seiner SD-Karten mit integriertem WLAN ausgebaut:

Mit Eye-Fi View können Eye-Fi-Kunden ab sofort von nahezu jedem Computer oder mobilen Endgerät auf ihre Fotos und Videos zugreifen und sie auf vollkommen neue Art und Weise organisieren. Und mit der ebenfalls neuen E-Mail-Funktion können Fotos direkt und in voller Auflösung mit anderen geteilt werden, ohne dass sich der Empfänger auf Web-Portalen anmelden muss oder der Posteingang überläuft. **Seite 19**

Bilderservice am PoS stetig im Aufwind



Beim Bilderservice am PoS zeichnen sich derzeit drei Trends ab. Erstens: Viele Kunden wollen ihre Bilder sofort. Zweitens: Die analoge und die digitale Welt nähern sich auch beim Onsite-Printing immer weiter an. Drittens:

Das World Wide Web, lange Zeit von vielen Fotohändlern als Sargnagel des eigenen Bildergeschäftes gesehen, kann mehr und mehr Kunden ins Geschäft bringen bzw. die Servicemöglichkeiten vor Ort erweitern. **Seite 32**

Komplettlösungen der TIS Service GmbH – Mehrwert für Minilabs



Am 1. November feierte die TIS Service GmbH, Allmersbach i.T., ihr fünfjähriges Bestehen. In dieser Zeit hat sich der Minilab-Spezialist mit einem innovativen Service-Konzept schnell einen Namen gemacht. Inzwischen bietet das Unternehmen Komplettlösungen für Bilddienstleistungen im Fotofachhandel an, die bis zur vollautomatischen Herstellung von Fotobüchern auf echtem Fotopapier reichen. **Seite 38**

HANDEL

Handel	13
Martin Winkler beantwortet Fragen zum Sony Partner Programm: Streng, aber eindeutig .	14
Casios HighSpeed Exilim EX-ZR10 macht's einfach – Schmuck für die Wand	16
Pentax K-5 überzeugt in der Praxis: Auf Profi-Niveau	20
Elektroschrott-Rücknahme im Handel – Droht Ungemach?	26
Manfrotto soll zur „Powerbrand“ werden: Mehr für den Handel	30

NEUHEITEN

Bildergeschäft

Bilderservice am PoS stetig im Aufwind: Viele Kunden wollen nicht mehr warten . . .	32
Komplettlösungen der TIS Service GmbH: Mehrwert für Minilabs	38

Literatur	42
------------------------	----

Glosse	43
---------------------	----

PMA Newsline Dezember 2010

Aktuelles von der PMA	46
-----------------------------	----

Klein- und Personalanzeigen	44
--	----

Impressum	45
------------------------	----

BILDERGESCHÄFT



Immer aktuell:
www.worldofphoto.de

Leica Camera AG verdoppelt im ersten Halbjahr den Umsatz

Die Leica Camera AG hat im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres (1. April bis 30. September 2010) ihren Umsatz nahezu verdoppelt: Er stieg auf 110,8 Millionen Euro im Vergleich zu 59,5 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum. Besonders erfolgreich schnitt der Geschäftsbereich Foto ab. Der Umsatz mit Kameras, Objektiven und Zubehör erhöhte sich um rund 140 Prozent von 36,6 auf 87,7 Millionen Euro. Das operative Ergebnis lag mit 13,9 Millionen Euro um 21,1 Millionen Euro höher als im ersten Halbjahr des vergangenen Geschäftsjahres, als noch ein Verlust von 7,2 Millionen Euro angefallen war. Umsatztreiber waren die Mess-Sucherkamera Leica M9 und das Profisystem Leica S2. Die Kompaktkamera „Made in Germany“ Leica X1 und die kompakte Reisekamera Leica V-Lux 20 trugen ebenfalls zur positiven Entwicklung bei.

Andreas Lippert verstärkt das Loewe Vertriebsteam

Der ehemalige Kodak-Manager Andreas Lippert verstärkt das Vertriebs-Team von Loewe. Er ist seit Anfang November als Gesamtverantwortlicher für das Auslandsgeschäft (ohne Österreich) tätig. Lippert berichtet in dieser Position direkt an den Loewe Gesamtvertriebsleiter, Peter Biok. Andreas Lippert verfügt über langjährige Vertriebs- und Marketingenerfahrung in der Consumer Industrie. So arbeitete er beispielsweise auch für Onkyo und Bang & Olufsen. Zuletzt war er in der deutschen Kodak Gruppe als Geschäftsführer der Consumer Digital & Film Group tätig.

Ehemaliger Agfa-Presseschef Dr. Rolf-Hasso Ley ist gestorben

Dr. Rolf-Hasso Ley, der frühere Leiter der Öffentlichkeitsarbeit bei der Agfa-Gevaert AG, ist bereits Mitte Septem-

Gewinn pro Cewe Color Aktie soll sich 2010 verdoppeln

Die Cewe Color Holding AG hat in den ersten drei Quartalen Umsatz und Ergebnis des Vorjahres kräftig gesteigert: Während der Umsatz um 5,1 Prozent auf 296,8 Millionen Euro zugelegt hat, wuchs die Ertragskraft deutlich überproportional. Cewe Color steigerte das EBITDA um fast 15 Prozent auf 34,9, das EBIT um 133 Prozent auf 6,4 Millionen Euro und das Vorsteuerergebnis sogar um 216 Prozent auf 4,9 Millionen Euro. Zum ersten Mal seit sechs Jahren hat Cewe Color bereits im dritten Quartal kumuliert einen positiven Free Cash-Flow (11,6 Millionen Euro) erwirtschaftet (Q1–Q3 2009: -10,3 Millionen Euro). Die Eigenkapitalquote stieg um 3,2 Prozentpunkte auf 42,4 Prozent. „Auf Basis der ersten drei Quartale liegen wir voll auf Kurs, unsere Jahresziele zu erreichen und den Gewinn je Aktie auf zwei Euro zu verdoppeln“, so Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der Cewe Color Holding AG.

Bereits im dritten Quartal hat Cewe Color erheblich in Marketing investiert. Mit 9,3 Millionen Euro lagen diese Aufwendungen um 4,2 Millionen Euro über dem Vorjahreswert. Der Effekt ist eindeutig messbar: Die ungestützte Markenbekanntheit vom Cewe Fotobuch in der relevanten Zielgruppe in Deutschland stieg von 15 Prozent im April 2010 auf 22 Prozent im September 2010.

„Die gestiegene Markenbekanntheit sichert uns für das entscheidende vierte Quartal die Pole-Position. Die Zahl der marken- und qualitätsbewussten Käufer wächst in allen Märkten. Die Marke schafft zunehmend Sicherheit und Orientierung bei der Kaufentscheidung. Davon profitieren auch unsere Handelspartner“, erklärte Hollander. Im ergebnisentscheidenden vierten Quartal werde Cewe Color von den Vorleistungen des dritten Quartals profitieren und durch eine weitere Marketing-Offensive nicht nur einen deutlichen Umsatz- und Ertragsschub erreichen, sondern zugleich die Marken- und Kundenbindung für künftige Kaufentscheidungen steigern. Insgesamt wird Cewe Color 2010 voraussichtlich rund 24 bis 26 Millionen Euro ins Marketing investieren – sechs bis acht Millionen Euro mehr als im Vorjahr.

ber im Alter von 85 Jahren gestorben. Als „Pressechef“ im wahrsten Sinne des Wortes gehörte er jahrzehntelang zu den profiliertesten Persönlichkeiten der



deutschen Fotobranche. Ley leitete die Agfa Öffentlichkeitsarbeit zwei Jahrzehnte lang bis 1985 und setzte sich in dieser Zeit auch engagiert für die übergeordneten Interessen der Fotobran-

che ein. So gehörte er 20 Jahre lang dem Presseausschuss des Photoindustrie-Verbandes an und war Herausgeber, Autor bzw. Co-Autor mehrerer Fachbücher. Für seine Verdienste wurde Ley 1986 mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet.

Jörg Vetter verstärkt Hapa-Team in Norddeutschland

Jörg Vetter verstärkt seit Anfang November als Vertriebsrepräsentant Norddeutschland das Salesteam des Hapa-Teams Eching. Vetter ist ein erfahrener und im Fotofachhandel bestens etablierter Vertriebsmitarbeiter. Er bringt aus seinen bisherigen Tätigkeiten jahrelange Erfahrung und vielfältige Vertriebsfolge mit. Vetter ist in Schleswig-Holstein, Hamburg und Niedersachsen Ansprechpartner für die regionalen Handelspartner des HapaTeams.

HALTEN SIE DEN MOMENT,
DEN ORT UND DIE ZEIT FEST -
MIT HYBRID-GPS.



Paris
04.09.2010
48° 51' 32" N
2° 17' 45" O



Hybrid-GPS



Die neue EX-H20G mit Hybrid-GPS, 24 mm Weitwinkel und 10fach optischem Zoom.

- Die weltweit schnellste Digitalkamera mit Hybrid-GPS (GPS mit Motion Sensor für Ortung drinnen und draußen)



Panthéon, Paris

- Genaue und schnelle GPS-Ortung - unterstützt durch Motion Sensor
- Vorinstalliertes Weltkartenarchiv mit Informationen über ca. 10.000 Sehenswürdigkeiten
- Geringer Batterieverbrauch durch intelligentes Energiekontrollsystem



- Aktuelle Orte, Fotos und Filme werden auf der Karte im Display angezeigt
- Enthält Picasa-Software von Google, mit der Präsentationen von Fotos und Filmen zum Erlebnis werden

Compatible with Picasa™ Web Albums Google earth

- 24 mm Weitwinkel für beeindruckende Landschaftsaufnahmen



- 10 fach optischer Zoom mit mechanischer Bildstabilisation



- 14,1 Megapixel
- 7,6 cm Super Clear TFT-Farbdisplay
- Leistungsstarker Lithium-Ionen-Akku*
- H.264 HD Videoaufnahmen + HDMI-Ausgang
- 360° Panorama-Funktion
- Single Frame SR Zoom

*Bis zu 600 Fotos pro Akkuladung (CIPA Standard) bei ausgeschalteter GPS-Funktion.

Ausgestattet für die Zukunft: Die neue Generation von

EXILIM
www.exilim.de/exh20g

BGL wählte neue Vorstandsmitglieder

Wachstum mit Fotobüchern & Co.

Auf der Mitgliederversammlung des Bundesverbandes der Großlaboratorien (BGL) wurde der Vorstand um neue Mitglieder erweitert; zudem präsentierten die Großlabors positive Zahlen vom deutschen und europäischen Bildermarkt. Fotobücher, Kalender und Fotogeschenke treten in immer stärkerem Maße an die Stelle des Standardbildes. Der Anteil des Fotohandels an diesem wertschöpfungsstarken Segment wächst.

Neue Vorstandsmitglieder des BGL sind Heiko Mohrmann (Allcop), Bernhard Kittel (Happy Foto, Freistadt, Österreich) und Thorsten Ziehl (Fujifilm Imaging Germany); Marc Heinze (Thiele Foto-Laborbetriebe) wurde wiedergewählt. Die Amtszeit des Vorsitzenden Dr. Rolf Hollander (Cewe Color) läuft noch ein weiteres Jahr, Michael Grütering bleibt Geschäftsführer des Verbandes.

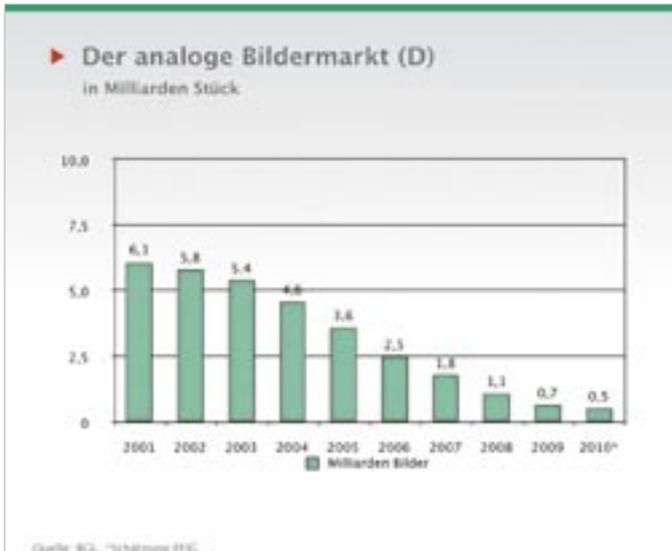
Auf einer Pressekonferenz verwies Dr. Rolf Hollander nochmals auf den Wandel der letzten Jahre, in denen die Mitgliedsunternehmen des vor 46 Jahren gegründeten BGL eine interessante Entwicklung durchge-



BGL Vorsitzender Dr. Rolf Hollander (Cewe Color) im Kreis der Vorstandsmitglieder (von rechts) Heiko Mohrmann (Allcop), Marc Heinze (Thiele Foto-Laborbetriebe), Thorsten Ziehl (Fujifilm Imaging Germany) und Geschäftsführer Michael Grütering. Nicht im Bild ist das neugewählte Vorstandsmitglied Bernhard Kittel (Happy Foto, Österreich).

macht hätten. Die Angebotsvielfalt habe sich deutlich erweitert: Mehr als 50 Prozent des Umsatzes werde inzwischen mit Produkten erzielt, die es vor wenigen Jahren noch gar nicht gab. Neben der traditionellen Entwicklung von Filmen und Fotopapier seien heute die digitalen Druckverfahren in den Betrieben selbstverständlich geworden. Das spiegele sich auch in der Mitgliederstruktur des BGL wider, erklärte Hollander. Denn neben den klassischen Fotofinischern gehören heute auch digitale Bilddienstleister dazu, die erst im Zuge der Digitalisierung der Produktionsverfahren in den Bildermarkt ein-

gestiegen sind, zum Beispiel Fotokasten, Infowerk oder PosterXXL. Über das Internet kämpft eine wachsende Zahl ausländischer Anbieter, vornehmlich aus den Benelux-Staaten, Frankreich und Großbritannien, inzwischen um Anteile am deutschen Bildermarkt, allerdings nach Einschätzung des BGL mit mäßigem Erfolg. „Die Mitgliedsfirmen unseres Verbandes stehen für mehr als 90 Prozent der in Deutschland produzierten Bilder und für über 75 Prozent der Fotobücher“, erklärte Dr. Hollander. „Der BGL hat den Transformationsprozess durch wichtige Leistungen für seine Mitglieder unterstützt“, betonte Hol-



lander. „Unser Verband bietet nicht nur eine Plattform zum Austausch über Marktentwicklungen und Produktionsverfahren, sondern auch Unterstützung bei wichtigen Themen wie zum Beispiel Produktsicherheit; denn die Vielfalt des Angebotes macht es notwendig, beispielsweise lebensmittelrechtliche Vorschriften oder Bestimmungen zur gesundheitlichen Unbedenklichkeit von Spielzeug zu beachten.“

Bei einer erwartungsgemäß fallenden Zahl von Bildern vom Film und leichten Steigerungen bei digitalen Fotos (einschließlich Bilder in Fotobüchern) ergibt sich für den deutschen Bildermarkt im Jahr 2010 ein Gesamtvolumen von drei Milliarden Prints.

Weniger Bilder, mehr Fotobücher

Auch in diesem Jahr hat sich der Trend vom Standardbild zu höherwertigen Bildprodukten, besonders Fotobüchern, fortgesetzt. So stellten die BGL Mitglieder im dritten Quartal 2010 drei Prozent mehr Digitalfotos (inklusive Fotos in Fotobüchern) her, aber 22 Prozent mehr Fotobücher und 34 Prozent mehr Fotogeschenke und Funartikel als im selben Zeitraum des Vorjahres. Unter dem Strich werde die Zahl der im Gesamtjahr produzierten digitalen Bilder von 2,4 Milliarden Stück im Jahr 2009 auf 2,5 Milliarden Prints steigen, erklärte Thorsten Ziehl (Fujifilm Imaging Germany). Die Zahl der Bilder vom Film wird erwartungsgemäß von 700 auf 500 Millionen Stück abnehmen. Das ergibt insgesamt



ein Marktvolumen von drei Milliarden Bildern, 100 Millionen weniger als im Vorjahr.

Die Zahl der in Deutschland verkauften Fotobücher wird in diesem Jahr voraussichtlich von 4,8 Millionen Stück im Jahr 2009 auf 5,7 Millionen Stück steigen. Aus der Sicht des Fotohandels ist dabei besonders erfreulich, dass der Anteil stationärer Geschäfte an diesem wachsenden Marktsegment steigt. Über ein Drittel der verkauften Fotobücher werden entweder im stationären Handel bestellt oder nach der Online-Bestellung dort abgeholt. Der Durchschnittspreis pro Fotobuch legte nach Erhebungen des britischen Marktforschungsunternehmens FutureSource geringfügig von

27,50 Euro im Jahr 2009 auf 27,90 Euro zu. Insgesamt stehen Fotobücher in Deutschland jetzt für ein Umsatzvolumen von fast 160 Millionen Euro; das ist gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 22 Prozent, bei einem Mengenwachstum von 20 Prozent. In Europa soll nach Angaben von FutureSource die Zahl der verkauften Fotobücher in diesem Jahr um fast 23 Prozent auf 17,3 Millionen Stück steigen; das wäre ein Umsatzvolumen von 512,4 Millionen Euro (+ 25,3 Prozent).

Wachstum bei Fotoprodukten

Neben dem Bestseller Fotobuch sorgt die wachsende Vielfalt von Dekora-

Verband

tionsartikeln, Fotogeschenken und weiteren neuen Bildprodukten in Deutschland für steigende Umsätze im Großfinishing. Besonders erfreulich entwickelten sich große Bilder zur Wanddekoration, deren Wert um 24 Prozent auf 47,2 Millionen Euro zulegen wird. Fotokalender stehen in diesem Jahr für ein Umsatzvolumen von 42,6 Millionen Euro (+ 20 Prozent), der Umsatz mit Grußkarten wird 9,7 Millionen Euro (+ 21 Prozent) und

der mit weiteren Fotogeschenken 22,7 Millionen Euro (+ 15 Prozent) erreichen. Damit ist der Markt für neue Bildprodukte (einschließlich Fotobücher) in Deutschland nach Ansicht von FutureSource in diesem Jahr 281,6 Millionen Euro wert (+ 21 Prozent).

Für Gesprächsstoff sorgte die Prognose von FutureSource, bei den neuen Bildprodukten sei nur noch bis zum Jahr 2012 mit Wachstum zu rechnen;

für die folgenden Jahre erwarten die britischen Marktforscher dagegen wegen einer sinkenden Zahl von Neukunden einen leichten Rückgang. „Wir glauben nicht, dass es sich bei dieser vorhergesagten Entwicklung um ein Naturgesetz handelt“, betonte Dr. Rolf Hollander. „Vielmehr sehen wir gute Chancen, mit Innovationen und neuen Produkten auch nach 2012 Wachstum für den Bildermarkt zu generieren.“

Wichtiges aus worldofphoto.de

Teilnehmerrekord beim Nikon Kolleg

Ein Jahr nach dem Relaunch der Online-Trainingsplattform für Nikon Handelspartner meldet das Unternehmen einen Teilnahmerecord. Den Angaben zufolge haben sich seither – bei nach wie vor wachsenden Teilnehmerzahlen – über 2.000 Interessenten angemeldet. Das Nikon Kolleg wurde speziell für Nikon Händler konzipiert und nutzt alle relevanten Kanäle und Technologien zur Wissensvermittlung. So besteht das Kurs- und Weiterbildungsangebot nicht nur aus klassischen Produkttrainings, sondern auch aus Video-Tutorials und Podcasts. Die Lektionen werden kontinuierlich überarbeitet und um neue Aspekte erweitert. Handelspartner, die das Weiterbildungsangebot des Nikon Kollegs annehmen, können nicht nur neue Erkenntnisse, sondern auch Preise gewinnen.

Auszeichnung für Magazin von Schneider Kreuznach

Schneider-Kreuznach hat eine Auszeichnung im Rahmen des Designpreises Rheinland-Pfalz für sein Messemagazin „Catch the light“ verliehen bekommen. Das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau des Landes ver-

gibt den Designpreis Rheinland-Pfalz jährlich und zeichnet damit hervorragend gestaltete Arbeiten aus allen Bereichen des Kommunikations- und Mediendesigns aus. „Design ist ein wichtiger Wettbewerbsfaktor. Wir freuen uns sehr über diese Auszeichnung, da sie unsere Arbeit für eine ansprechende Markenkommunikation bestätigt“, sagte Dr. Josef Staub, Geschäftsführer der Schneider-Gruppe, bei der Preisverleihung. Der Designpreis Rheinland-Pfalz ist ein Ehrenpreis. Alle ausgezeichneten Arbeiten sind automatisch für den Designpreis der Bundesrepublik nominiert und werden gemeinsam in einer Ausstellung präsentiert.

Panasonic startet Lumix Award 2010/2011

Panasonic ruft zur Teilnahme am 9. Lumix Award Digitalfotografie-Wettbewerb auf. Bis einschließlich 30. April 2011 können Amateur- und ambitionierte Fotografen passend zum Motto „Work.Life“ jeden Monat ein Bild einreichen. Die digitalen Aufnahmen sollen außergewöhnliche, extreme oder vollkommen unbekannte Jobs und Berufe in Szene setzen, die die Arbeitswelt des 21. Jahrhunderts prägen. Die herausragendsten und kreativsten Einsendungen werden mit Lumix Produkten prämiert. Darüber hinaus besteht die

Möglichkeit, hinter die Kulissen eines professionellen Fotoshootings zu blicken. Die Teilnahme ist einfach: Die Bilder werden auf der Webseite des Lumix Awards (www.lumixaward.com) hochgeladen, veröffentlicht und können von den Besuchern des Internetportals direkt bewertet werden. Die beliebtesten Motive eines jeden Monats werden an die Lumix Award Jury weitergeleitet. Die Jury wählt die jeweiligen Monatsgewinner sowie den Gesamtsieger, der am 31. Mai 2011 bekanntgegeben wird.

Folgende Preise werden für die herausragendsten Einsendungen vergeben:

- Hauptpreis: Der Gesamtsieger des Lumix Award Wettbewerbs 2010/2011 – für die beste digitale Einzel fotografie – erhält mit der Lumix DMC-GH2 das derzeitige Flaggschiff der erfolgreichen Lumix G Systemkameras mitsamt dem Objektiv Lumix G Vario HD H-VS014140 (14-140 mm) für hervorragende Full-HD-Filmaufnahmen. Außerdem kann der Gesamtsieger den Berufsalltag eines Foto-Profis erleben, indem er Lumix Award Jurymitglied Michael Lum einen ganzen Tag lang beim Shooting begleitet.
- Die beiden Zweit- und Drittplatzierten gewinnen je eine Lumix DMC-LX5 Digitalkamera.
- Jeden Monat wird außerdem der Monatsgewinner gewählt. Er erhält eine Panasonic Lumix DMC-ZX3 Digitalkamera.

Täglich neue Branchen-Nachrichten: www.worldofphoto.de

ab
7,95€*

Mein
persönliches
Geschenk



* Unverbindliche Preisempfehlung für ein CEWE FOTOBUCH „Klein“ gemäß Preisliste inkl. MwSt. zzgl. Bearbeitungsgebühr und evtl. anfallender Versandkosten.

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

Mein CEWE FOTOBUCH

Ihre Fotos als echtes Buch!

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



cewe
einfach schöne Fotos

www.cewe-fotobuch.de

Neuheiten

DxO bringt Optics Pro v6.5 Software für Mac/Windows mit neuen HDR-Features

DxO Labs hat die neue Software DxO Optics Pro v6.5 für Mac und Windows vorgestellt. Sie enthält nicht nur Weiterentwicklungen in Bedienung und Produktivität, sondern bietet Fotografen HDR (high dynamic Range = großer Dynamikumfang) Features für Einzelbilder im RAW-Format. Neu bei der DxO Optics Pro v6.5 Software sind:

- HDR Rendering für Einzelbilder im RAW-Format, um den vollen Dynamikbereich kontrastreicher Motive zu entwickeln.
- Weiterentwickelte RAW-Konvertierungen für hundertprozentige automatische Verarbeitung und hohe Produktivität, Empfindlichkeiten zwischen ISO 100 und 100.000
- Integration von Lightroom 3
- Zahlreiche Weiterentwicklungen wie ein neues großes Vorschaufenster.

DxO Optics Pro v6.5 für Windows und Mac, Standard- und Elite Edition, wird sowohl über den DxO Labs Webshop als auch über den stationären Handel vertrieben.

Verbatim Store 'n' Go Netbook USB Drive mit bis zu 32 GB Kapazität

Verbatims neuer Store 'n' Go Netbook USB Drive erlaubt es Nutzern, den Speicher ihres Netbooks dauerhaft zu vergrößern, ohne es aufzuschrauben und den eingebauten Speicher aufzustoßen. Insgesamt misst das USB-Gerät 17 x 15 x 8 mm. Weil es so winzig ist, ragt es nur fünf Millimeter aus dem Netbook heraus, wenn es an eine USB-Schnittstelle angeschlossen wird. Das bedeutet, dass es dauerhaft im Netbook stecken gelassen werden kann, ohne aufzufallen. Verbatims Netbook USB Drive arbeitet aber nicht nur im Zusammenspiel mit Netbooks, sondern kann auch an jedem anderen Computer oder Gadget mit USB-Port benutzt werden. Die unverbindlichen Verkaufsempfehlungen lauten: 17,49 Euro (8 GB), 34,99 Euro (16 GB), 69,49 Euro (32 GB).

Zubehör für iPad, iPod und iPhone von Elecom

Die Elecom GmbH erweitert ihr Zubehörsortiment für die Apple Produkte iPad, iPod und iPhone. Nachdem unlängst der Elecom Organizer & Stand für das iPad vorgestellt wurde, präsentiert Elecom nun Geräte zum Laden, Synchronisieren und zur Kabelverlängerung. Neu im Programm ist Daten-Synchronisation. Zum Laden des iPads eignet sich die Elecom Docking Station für iPad, die das iPad in aufrechter, vertikaler Position hält. So wird eine optimale Position des iPads während der Synchronisation oder z. B. auch für Foto- und Video-Shows unterstützt. Die Rückseite der Docking Station bietet eine passive Aufnahme des iPads in horizontaler Position. Zum Synchronisieren wird hierbei ein zusätzliches Kabel wie zum Beispiel das Elecom Syncro Cable for iPad/iPod/iPhone benötigt. Zum schnellen Aufladen des iPads wird das integrierte USB-Kabel der Docking Station mit dem USB-Port eines geeigneten Netzadapters mit 2.1A verbunden. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 24,99 Euro.



Ebenfalls neu ist das mit einem 1,2 m langen Spiralkabel ausgestattete universelle Kfz-Ladegerät für iPad, iPod und iPhone. Es ermöglicht ein schnelles Aufladen mit 2.1A über das 12 V bzw. 24 V Bordnetz. Der Adapter passt in nahezu jede Kfz-Zigarettenanzünder-Buchse. Eine Überlastungs- bzw. Kurzschluss-Schutzschaltung sorgen für Sicherheit während des Ladevorgangs. Die unverbindliche Verkaufsempfehlung für das Gerät lautet 19,99 Euro.



Für den weltweiten, mobilen Einsatz wurde das Elecom Reiseladegerät iPad Travel Charger zum Aufladen von iPads, iPods und iPhones mit Multipin-Anschluss (Dock Connector) konzipiert. Der iPad Travel Charger ist für Netzanschlüsse von 100 V bis 240 V bzw. 50/60 Hz geeignet. Das extra lange Kabel von zwei Metern ermöglicht einen größeren Abstand zur Stromquelle und bietet Überlastungs- und Kurzschlussschutz. Die unverbindliche Verkaufsempfehlung lautet 24,99 Euro. Zur Synchronisation von Daten beim iPad/iPod/iPhone dient das Elecom USB Syncro Cable for iPad/iPod/iPhone. Das universelle USB 2.0 High Speed Kabel ist auch als USB-Ladekabel für passende USB-Netzadapter geeignet. Das Elecom USB iPad/iPod/iPhone Syncro Cable ist einen Meter lang und in Schwarz für den empfohlenen Verkaufspreis von 12,99 Euro erhältlich.



Abgerundet werden die Neuheiten durch das zwei Meter lange Netzverlängerungskabel iPad Extension AC Cable für das original iPad 10W-USB-Netzteil. Es sorgt für einen größeren Abstand zur Stromquelle. Das Kabel ist geeignet für eine Eingangsspannung von 100 V bis 240 V, ist mit einem Eurostecker ausgestattet und für einen UVP von 9,99 Euro erhältlich.

Handel

The Phone House eröffnet im Ruhrgebiet die ersten „Wireless World“ Shops

The Phone House (TPH) hat in den vergangenen Wochen im Ruhrgebiet seine beiden ersten Shops im neuen „Wireless World“-Konzept eröffnet: Der Eröffnung des ersten Geschäfts am 30. Oktober im Oberhausener CentrO folgte am 27. November der zweite Shop am Westenhellweg in der Dortmunder Innenstadt.

In beiden neuen Shops zeigt The Phone House die Vernetzungsmöglichkeiten von Endgeräten wie Smartphones und Handys mit Computern und anderen Produkten der Unterhaltungselektronik. Innerhalb der „Wireless World“ können



Im Oberhausener Einkaufszentrum CentrO hat The Phone House seinen ersten „Wireless World“-Shop eröffnet.

die Kunden an einer Vielzahl von Live-Testgeräten und Erlebnis-Punkten einen Überblick über die Möglichkeiten der mobilen Kommunikation bekommen. Unterschiedliche Interaktions-Punkte zu den Themen „Unterwegs arbeiten“, „Unterhaltung erleben“, „Neues entdecken“ und „Erlebnisse teilen“ bieten den Kunden darüber hinaus mehr Übersichtlichkeit. „Produktkategorien nach dem „good, better, best“-Prinzip runden die Auswahl für den Kunden ab.

Das neue „Wireless World“-Konzept setzt zudem verstärkt auf eine erstklassige und nachhaltige Beratung durch die Shop-Mitarbeiter. Als zusätzliches Angebot stehen zur Unterstützung der Kunden Technik-Spezialisten – sogenannte „Geek Squad Agents“ – im Shop bereit. Sie helfen bei technischen Problemen sowie der Einrichtung und Erweiterung der Hardware der Kunden. So werden auf Kundenwunsch von den Geek Squad Agents beispielsweise Handys, Smartphones und Notebooks einsatzbereit gemacht, E-Mail Konten eingerichtet und Programme und Software auf den Geräten installiert.

The Phone House plant, in den nächsten Monaten weitere Shops im Rhein/Ruhr-Gebiet im „Wireless World“-Konzept zu eröffnen.

Zu Weihnachten gibt's von PENTAX Cashback!



* € 80,00 Rückzahlung beim Kauf eines PENTAX K-r Kits mit Objektiv. ** € 100,00 Rückzahlung beim Kauf eines PENTAX K-5 Gehäuses. Und € 150,00 Rückzahlung beim Kauf eines PENTAX K-5 Kits mit PENTAX Objektiv. Angebotszeitraum: 01.11.–31.12.2010. Vollständige Teilnahmebedingungen und Aktionsformular unter www.cashback.pentax.de, www.cashback.pentax.at oder www.cashback.pentax.ch

PENTAX

▶ P I X Y O U R L I F E

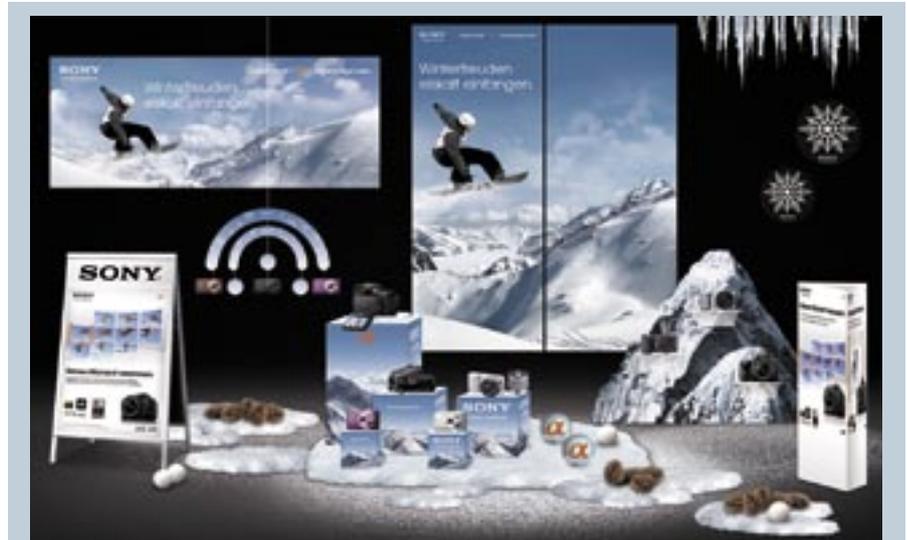
Martin Winkler beantwortet Fragen zum SPP

Streng, aber eindeutig

In den vergangenen Wochen sind in der Redaktion immer wieder Mails und Anrufe eingetroffen, in denen Händler ihre Probleme mit dem Sony Partner Programm (SPP) schilderten. Um ein wenig Licht in das Dunkel zu bringen, haben wir Martin Winkler, Commercial Director der Sony Deutschland GmbH, gebeten, Antworten auf vier der am häufigsten genannten Fragen zu geben.

Frage eins: Statt alle Konditionen direkt beim Kauf der Ware zu erhalten, muss der Händler an einem nachgelagerten, komplizierten Bonussystem teilnehmen.

Martin Winkler: Die Konditionen des Sony Partner Programms sind in manchen Punkten streng, aber immer eindeutig und in ihrer Sinnhaftigkeit nachvollziehbar. Das gilt auch für das Konditionensystem rund um die Beratungspauschale. Sony bietet zunächst einen Rabatt für den Verkauf eines Produktes aus dem SPP-Sortiment an. Stellt der Händler durch eine Beratung des Kunden einen qualitativ hochwertigen Verkauf sicher und registriert das Produkt, erhält er zusätzlich die Beratungspauschale. So werden die Händler belohnt, die sich um den Verkauf bemüht haben. Die Beratungspauschale wird an unsere Partner nachschüssig am Anfang des Folgemonats der Regi-



Um den Handel im Weihnachtsgeschäft bei der Beratung und dem Verkauf von Imaging- und CE-Produkten optimal zu unterstützen, stellt Sony Deutschland ausgewählten Partnern speziell geschultes Fachpersonal an die Seite. 500 Promotoren beantworten derzeit bei ausgewählten Sony Deutschland Partnern alle Fragen rund um die Sony Produktwelt und fördern so den Abverkauf. Vier Produktgruppen stehen im Fokus der großangelegten Sales-Promotion: Bravia und Heimkino-Produkte, Cyber-shot Fotokameras, Handycam Videokameras und Vaio Notebooks in Kooperation mit Intel. Im Vergleich zu klassischen Promotoren sind die Fachleute für die Weihnachts-Promotion nicht nur auf die einzelnen Produkte und deren Features geschult, sondern haben zusätzlich ein intensives Verkaufstraining absolviert. Natürlich erhalten Sony Händler für das verkaufstarke Jahres-Endgeschäft auch wieder aufmerksamkeitsstarke Werbe- und Verkaufunterstützung.

strierung berechnet und gutgeschrieben. Voraussetzung für die Ausschüttung ist die Registrierung des verkauften Artikels direkt beim Verkauf online auf dem Markenmehrwert-Portal oder mit dem der Ware bei-



liegenden Coupon. Die Beratungspauschale ist ein festgelegter Eurowert, der monatlich durch Sony Deutschland aktualisiert wird, eine Gültigkeit vom Monatsersten bis -letzten hat und auf dem Service- und

Informationsportal Sony1.net veröffentlicht wird. Zusätzlich können unsere Partner eine Aktionspauschale für definierte Vertragsprodukte und einen jeweils begrenzten Aktionszeitraum erhalten. Lagerkunden können darüber hinaus von der Weitergabe des Managed Partner Bonus profitieren. Darauf, ob Großhändler und Kooperationen den Managed Partner Bonus weitergeben, hat Sony allerdings keinen Einfluss.

Frage zwei: Die Registrierung am PoS ist langwierig und aufwendig.

Martin Winkler: Stichproben bei der Konsumentenbefragung haben ergeben, dass die meisten Kunden den Kauf eines Fernsehers

oder auch einer Kamera zelebrieren. Sie haben beschlossen, Geld auszugeben und erwarten vom Handel eine optimale Beratung. Wenn im Rahmen dieses Verkaufsgesprächs die Registrierung für das Sony Partner Programm durchgeführt wird, sichert der Händler dem Kunden ein Jahr zusätzliche Garantie – ein Mehrwert, der ausschließlich als sehr positiv bewertet wurde. Der Registrierungsvorgang über das Online Portal geht tatsächlich schnell von der Hand und dauert bei einem geübten Verkäufer nur wenige Minuten.

Frage drei: Für die Registrierung am PoS muss der Händler zwingend online sein und daher in neue Systeme investieren.

Martin Winkler: Die Registrierung am PoS auf dem Markenmehrwert-Portal online ist nur eine Methode. Alternativ gibt es auch die



Martin Winkler, Commercial Director der Sony Deutschland GmbH

Möglichkeit der zeitlich versetzten Registrierung – so können die tagsüber gesammelten Verkäufe abends vom Backoffice gebündelt registriert werden. Als weitere Möglichkeit bietet sich die manuelle Registrierung via

Coupon (Postkarte), die Sony aber nur in Ausnahmefällen empfiehlt.

Frage vier: Wenn der Händler bei der Registrierung einen Fehler macht, ist die Beratungspauschale futsch.

Martin Winkler: Sony will die Händler nicht gängeln. Das Partner Programm soll einzig den qualitativ hochwertigen Vertrieb fördern. Wenn es bei der Registrierung zu Problemen oder Fehlern kommt und die Beratungspauschale nicht ausgeschüttet wird, hat der betroffene Händler die Möglichkeit, sich bezüglich einer Klärung an die SPP Hotline von Sony Deutschland zu wenden. Im Zweifelsfall entscheiden wir für den Händler. Bislang waren wir in solchen Fällen sehr kulant. Der auf Beratungsqualität ausgerichtete Verkauf unserer Produkte soll Spaß machen und sich für alle Beteiligten lohnen.

Cewe Color Tochter diron bietet Firmenkunden digitalen Dokumenten-Druck ohne Mindestauflage

Die diron GmbH & Co. KG, ein Unternehmen der Cewe Color Gruppe, bietet ab sofort vor allem Firmenkunden im Online-Service ein professionelles Handling von Dokumenten in Kombination mit hochwertigem Druck, fachmännischer Bindung und einer leistungsfähigen Logistik an. „Mit unserem Service wollen wir neue Akzente und Standards im Markt für kommerziellen Digitaldruck setzen“, sagte diron Geschäftsführer Dr. Michael Fries. Im Gegensatz zu vielen Wettbewerbern sei man bereits heute in der Lage, dem Kunden 36 Stunden nach Übermittlung der Dokumente (zum Beispiel als Word-, Powerpoint- oder PDF-Datei) die fertigen Druckprodukte zeitgleich in hoher Qualität an mehrere Standorte in Deutschland zu liefern. Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der Cewe Color Holding AG,

sieht den Start des neuen Online-Services derweil als strategische Erweiterung der Unternehmensgruppe: „Dank unserer Kernkompetenzen im Digitaldruck sind wir in der Lage, für jede Auf-



diron Geschäftsführer Dr. Michael Fries

lage einen professionellen Druck zu bieten. Mit viaprinto.de präsentieren wir nun unsere Lösung für den gewerblichen Bereich“, sagt Hollander. Der Fokus liege vor allem auf hochwertigen

Druckprodukten, die sowohl für kleine und mittlere Firmen als auch für Großunternehmen in Frage kommen. Neben Druckqualität und leistungsfähiger Logistik stellt insbesondere die Benutzeroberfläche von viaprinto.de einen Mehrwert für Unternehmen dar. Mittels eines speziell entwickelten Dokumentenmanagers können jederzeit Präsentationen, Vertriebsunterlagen und andere Druckvorlagen sicher hochgeladen und bequem organisiert werden. Funktional zielt die Online-Lösung vor allem auf einen effizienten Arbeitsablauf. So können mehrere Dokumente unabhängig von Format und Ausrichtung zu einem Druck-Dokument zusammengeführt werden. Über den Dokumentenmanager lässt sich zudem die Freigabe und Distribution der Dokumente an Kollegen und Partner steuern. Auf diese Weise können betriebliche Abläufe gestrafft werden, so dass Zeit und Personal für andere Aufgaben frei werden.



Mit der HDR Art-Funktion der Exilim EX-ZR10 von Casio lassen sich auf Knopfdruck Kunstwerke (auch für die Wandgestaltung) anfertigen.

HighSpeed Exilim EX-ZR10 macht's einfach Schmuck für die Wand

Kaum ein Foto-Dienstleister hat in den vergangenen Monaten darauf verzichtet, großformatige Fotoprodukte auf neuen Materialien ins Sortiment aufzunehmen. Leinwand, Alu-Dibond oder Acryl sind nur einige der Materialien, die Fotos

Da trifft es sich gut, dass Casio mit dem Modell EX-ZR10, einem Mitglied der jüngsten, auf der photokina vorgestellten Kamerageneration, ein Feature eingeführt hat, mit dem selbst Einsteiger vom ersten Foto an Ergebnisse erzielen können, die sich als Schmuckstücke für jede Wand eignen – ohne auf eine Spiegelreflexkamera-Ausrüstung zurückgreifen oder die Bilder am Computer aufwendig nachbearbeiten zu müssen. HDR Art heißt dieses innovative Ausstattungsmerkmal, das aus jedem per HDR-Funktion aufgenommenen Foto ein individuelles Kunstwerk macht.

Bilder mit hohem Dynamikumfang

HDR steht für High Dynamic Range bzw. Bild mit hohem Dynamikumfang. Die Online Enzyklopädie Wikipedia definiert ein HDR-Foto als „digitales Bild, das die in der Natur vorkommenden großen Helligkeitsunterschiede detailgetreu speichern kann“. Nur hochspezialisierte und für besondere Anwendungen konstruierte Digitalkameras können derartige Fotos mit nur einer einzigen Auslösung auf-

besonders gut zur Geltung bringen und mehr und mehr Einzug in die Haushalte halten. Besonders Spaß machen diese Bilder, wenn sie mehr zeigen als das 08/15-Motiv vom letzten Kegelausflug.

nehmen. Handelsübliche System- und Kompaktkameras wie die Exilim EX-ZR10 wählen einen „Umweg“, um zu identischen Ergebnissen zu kommen. Sie nehmen in Sekunden-



Mit dem Multi Frame SR Zoom lässt sich die Brennweite ...

bruchteilen eine Reihe von unterschiedlich belichteten Fotos ein und desselben Motivs auf und legen diese anschließend per Software übereinander. Durch Überbelichten werden dabei Schatten hervorgehoben, durch Unterbelichten steigt die Erkennbarkeit heller Stellen (zum Beispiel dünne Wolken am Himmel).

Werke der naturalistischen Malerei

Entstehen auf diese Weise natürlich anmutende Fotos, die der Wahrnehmung des menschlichen Auges extrem nahekommen, lässt sich mit der HDR Art-Funktion der Effekt steigern: HDR Art führt bei jedem der unterschiedlichen Fotos eine genaue Analyse der entsprechenden Bildparameter durch (Farbe, Helligkeit, Kontrast etc.) und passt diese an geeigneten Stellen an, etwa durch Verringerung der Anzahl der vorhandenen Farben und „Übertreibung“ vorhandener Kontraste. So entstehen künstlerische Fotografien, die Werken naturalistischer Malerei der Kunstrichtungen Pop Art oder Fotorealismus ähneln.

Extrem schnelle Exilim Engine HS

Grundlage für die Realisierung der HDR- und HDR Art-Funktion ist der neu entwickelte, extrem schnelle Bildprozessor Exilim Engine HS (High Speed), der nicht nur in der Exilim EX-ZR10, sondern auch in der neuen Exilim EX-H20G eingesetzt wird. Er nutzt mehrere CPUs und zwei parallele Bildprozessoren, um die erweiterten Fotomöglichkeiten zu realisieren. Trotz des hohen Tempos bei der Bildverarbeitung muss bedacht werden, dass die HDR-/HDR Art-Funktion sich nur bei statischen oder sich langsam



Mit der HDR-/HDR Art-Funktion lassen sich nicht nur Fotos produzieren, die der menschlichen Wahrnehmung entsprechen, sondern auch Kunstwerke, die an naturalistische Gemälde erinnern.

bewegenden Motiven einsetzen lässt. Ein auf dem Rhein dümpelndes Binnenschiff sollte noch funktionieren, der ins Ziel rasende Formel 1-Wagen ist dagegen ungeeignet, da sich hier keine deckungsgleichen Bilder produzieren lassen.

Multi Frame Super Resolution Zoom

Die neue Engine erlaubt darüber hinaus die Integration der Multi Frame Super Resolution Technologie. Sie erweitert den Brennweitenbereich des optischen Zooms um den Faktor 1,5 ohne jeglichen Qualitätsverlust. Dazu werden mehrere Bilder gleichzeitig in höchster Präzision interpoliert, so dass selbst feinste Strukturen ohne Verlust der Nuancen oder des natürlichen Aussehens des Motivs wiedergegeben werden.



... per Software-Berechnung ohne Qualitätsverlust vergrößern.

Neuheiten

Hensel verbessert die Porty Lithium Akkugeneratoren

Der Porty Lithium von Hensel war 2008 der erste Lithium Akkugenerator seiner Leistungsklasse. Der große Erfolg dieser Serie und viele Kundenanregungen haben Hensel bewogen, die L-Linie weiter aufzuwerten. Die Geräte wurden zur photokina in drei Punkten überarbeitet.

- Design: Optisch wurde die Serie dem verwandten Nova D System angepasst. Ein komplett neu entwickelter Tragegriff, zweischalig aufgebaut, mit sehr tragfreundlichen Eigenschaften, erleichtert den Transport. Zudem beherbergt er die Funkantennen und bietet auf der Griffunterseite Platz für die einsteckbaren Ersatzsicherungen. Breite, sehr stabile Schutzleisten geben



dem Gerät nicht nur eine professionelle Optik, sondern schützen auch zuverlässig im Outdoor-Einsatz.

- Funkfernsteuerung: Porty L sind die ersten Akkugeneratoren der Welt mit drei fest eingebauten Funkempfängern. Egal ob der Fotograf mit dem Profoto Air System, dem Hensel Strobe Wizard Plus oder dem Freemask-System arbeiten möchte, das Gerät ist dafür vorbereitet. Insbesondere die Möglichkeit, herstellerübergreifend auch mit dem Profoto Air System arbeiten zu können, ist hervorzuheben. Dabei bleiben alle fernsteuerbaren Gerätefunktionen erhalten, und auch die Zubehörteile (Kamerasteuerungskabel etc.) sind kompatibel. Distanzen bis zu 300 m können überbrückt werden. Diese „Dreifachfunklösung“ findet sich derzeit in der Expert D, Nova D und Porty L Serie und soll zukünftig Standard

bei Geräteneuerscheinungen werden.

- AC-Netzteilanschub: Der Netzteilanschub ist eine vollwertige Lösung anstelle des Akkus und bietet die Möglichkeit für 100prozentigen Netzbetrieb mit allen Vorteilen. Außer den Porty-Blitzköpfen können auch die Blitzköpfe aus dem Studiobereich (230 V) mit bis zu 650 W Halogen Einstelllicht eingesetzt werden; wahlweise mit voller Einstelllicht-Leistung oder auch proportional zur Blitzleistung. Bei Bedarf können sogar Porty Heads mit 12 V und Heads mit 230 V Einstelllicht gleichzeitig an einem Gerät betrieben werden.

Hensel kündigt neue Integra 300 Mini Blitzgeräte an

Für Februar hat Hensel den Marktstart der neuen Integra 300 Mini Blitzgeräte angekündigt. Entwickelt und gefertigt in Deutschland, bieten die Geräte in einem soliden Metallgehäuse helles, proportionales 300 W Halogen-Einstelllicht, einen Leistungsregelbereich über sechs einstellbare Blenden in 1/10 Stufen und eine steckbare Blitzröhre. Dank des original EH-Reflektoranschlusses ist die Zubehörkompatibilität zu den anderen Hensel Geräten sicher-

gestellt. Der Reflektor-Wechsel gelingt dank der Schnellwechsel-Automatik innerhalb weniger Sekunden. Eine deutlich spürbare Prägung um jede Taste ermöglicht das sichere Auffinden, auch wenn sich das Bedienfeld zum



Beispiel hoch über dem Kopf des Fotografen befindet. Bei einer Leistungsreduktion wird die überschüssige Energie automatisch abgebaut. Ein Abblitzen von Hand ist unnötig. Eine hochempfindliche, schaltbare Fotozelle ist ebenso eingebaut wie ein extrem leiser Lüfter, der für die zuverlässige Kühlung der Elektronik sorgt. Die automatische Einstelllichtsparschaltung sorgt bei Nichtgebrauch des Gerätes für das automatische Dimmen der Halogenlampe. Im Geräteneiger sind vier zusätzliche Sicherungen untergebracht.

Neues für das Schnellkupplungssystem Q von Novoflex

Novoflex hat das Schnellkupplungs-System Q ausgebaut. Zu den Neuheiten gehören unter anderem die Schnellkupplungsbasen Q=Mount Mini und Q=Mount Mini D. Sie sind laut Hersteller nicht nur bestens für die Montage am neuen Multi-Media-Rack (siehe ifc 11/2010, S. 32) geeignet, sondern leisten auch bei der Befestigung an den neuen Stativhalterungen für die Novoflex QPL Kamera-Adapter Slim gute Dienste. Sie wurden speziell für kleine, schmale Kamerasysteme konzipiert und bieten einen opti-



malen, sicheren Halt für Kameras und Zubehör. Beide Schnellkupplungen haben eine Klemmbreite von 25 mm. Bei identischer Ausstattung bietet die Q=Mount Mini D zusätzlich eine doppelseitige Kupplung. Ebenfalls neu sind Schnellwechselplatten für digitale Kompaktkameras. Sie passen

sowohl zur Schnellkupplungsbasis Q=Mount Mini als auch zu allen anderen Novoflex Q-Schnellkupplungen. Die kompakten QPL Slim Kameraplatzen werden mit 25 mm und 39 mm Länge angeboten. Beide Platten sind mit einer 1/4" Kameragewindeschraube ausgestattet und haben bereits die neue Anti-Rutsch-Auflage, die ab sofort bei allen Novoflex QPL-Platten eingesetzt wird.

Fotos per Mail verschicken mit Eye-Fi View

Mehr Möglichkeiten

Eye-Fi hat die Funktionalität seiner SD-Karten mit integriertem WLAN ausgebaut: Mit Eye-Fi View können Eye-Fi-Kunden ab sofort von nahezu jedem Computer oder mobilen Endgerät auf ihre Fotos und Videos zugreifen und sie auf vollkommen neue Art und Weise organisieren. Und mit der ebenfalls neuen E-Mail-Funktion können Fotos direkt und in voller Auflösung mit anderen geteilt werden, ohne dass sich der Empfänger auf Web-Portalen anmelden muss oder der Posteingang überläuft.

Stand bei der Einführung der Eye-Fi Karten vor fünf Jahren vor allem die Archivierung im Vordergrund, rückte inzwischen die Frage, wo und wie man Bilder zeigen, anschauen und weitergeben kann, mehr und mehr in den Vordergrund. Zahlreiche Geräte, vom Netbook über Smartphones bis zu Tablet-PCs, eröffnen vollkommen neue Wege der Präsentation von Digitalfotos. Eye-Fi View bietet nun die Möglichkeit, von fast jedem internetfähigen Endgerät auf



Mit den Eye-Fi-Karten lassen sich Fotos jetzt ganz bequem in voller Auflösung per E-Mail verschicken.

alle persönlichen Fotos und Videos zuzugreifen und sie mit anderen zu teilen.

Dabei spielt es keine Rolle, ob Fotos auf Portale wie Facebook oder Flickr hochgeladen werden sollen oder ganze Fotoalben per Mail verschickt werden – mit Eye-Fi View organisiert der Nutzer alles problemlos. User loggen sich



Nach dem Einloggen haben Eye-Fi-Nutzer über ihren Eye-Fi-Account unmittelbaren Zugriff auf ihre komplette Fotosammlung.

dazu über ihr bevorzugtes Endgerät auf ihrem Eye-Fi-Account ein und haben sofort Zugriff auf ihre komplette Fotosammlung. Sie können Bilder bequem im Web veröffentlichen oder sie via E-Mail versenden. „Es gibt viele Webseiten, auf denen Fotos und Videos hochgeladen und ausgetauscht werden können. Aber selbst im Zeitalter von Social Media bleibt das Versenden von Bildern über E-Mail der am meisten verbreitete Weg“, sagte Jef Holove, Eye-Fi Präsident und CEO.



Jef Holove, Präsident und CEO bei Eye-Fi

Über die Eye-Fi E-Mail-Funktion versendet man ausgewählte Fotos oder ganze Alben an Empfänger aus dem eigenen Adressbuch. Der Empfänger – Eye-Fi-Nutzer oder nicht – kann diese Bilder über einen Link in voller Auflösung betrachten und herunterladen, ohne sich Gedanken über die Kapazität seines Postfaches machen zu müssen.

Eye-Fi View steht allen Nutzern einer Eye-Fi X2-Karte ab sofort zur Verfügung. Bilder und Videos, die auf Eye-Fi View hochgeladen wurden, stehen sieben Tage lang kostenfrei zur Verfügung. Mit dem Upgrade auf Eye-Fi View Premium (4,99 Euro pro Monat/49,99 Euro pro Jahr) kann Eye-Fi View in vollem Umfang und ohne Zeitbeschränkung genutzt werden. Die neue E-Mail-Funktion steht allen Eye-Fi-Nutzern kostenfrei zur Verfügung und ist nach dem Update auf die neueste Eye-Fi Center Version verfügbar.



Bild links: Eines der herausstellenden Merkmale der Pentax K-5 ist die maximale Lichtempfindlichkeit von ISO 51.200, die auch Aufnahmen bei extrem schlechten Lichtverhältnissen ermöglicht. Bild Mitte: Bereits bei der Aufnahme lassen sich optische Verzerrungen vermeiden. Bild rechts: Im Zeitalter der Digitalfotografie ist der Bilderklau zum Alltag geworden. Mit der Pentax K-5 kann man dem zwar nicht entgegenwirken, aber man kann bereits bei der Aufnahme seine Copyright-Daten mit den Bildern speichern.

Pentax K-5 überzeugt in der Praxis

Auf Profi-Niveau

Wer die Verpackung öffnet und die über 400 Seiten umfassende Bedienungsanleitung erblickt, der ahnt bereits, dass die Pentax K-5, das neue Spitzenmodell im Pentax „Kleinbild“-SLR-Sortiment, ziemlich viel kann. Dieser erste Eindruck bestätigt sich in der Praxis. Hier fällt eine Reihe von nützlichen Ausstattungsmerkmalen besonders positiv auf.

Allen voran ist die Möglichkeit zu nennen, Bilder mit einer Empfindlichkeit von bis zu ISO 51.200 aufzunehmen. Damit können Fotos auch noch bei extrem schlechten Lichtverhältnissen geschossen werden. Um den ohnehin sehr guten Bildprozessor

bei der Produktion rauscharmer Bilder in einer solchen Aufnahmesituation zu unterstützen, bietet die Kamera die Funktion „Rauschreduzierung bei hohen ISO-Werten“. Diese kann einfach und schnell über das per Knopfdruck erreichbare, für SLR-Ken-

ner intuitiv bedienbare Menü angesteuert werden.

Als weitere besondere Kennzeichen müssen die elektronische Wasserwaage, die automatische Horizontkorrektur, die HDR-Funktion und die Verzerrungskorrektur genannt werden. Sie tragen bereits bei der Aufnahme zu professionellen Ergebnissen bei und helfen dem Fotografen, Zeit zu sparen, die er ansonsten für die aufwendige Bildnachbearbeitung am Rechner aufwenden müsste.

Ein weiteres „Schmankerl“ ist die Möglichkeit, mit jedem Foto individuelle Copyright-Informationen zu speichern. In einer Zeit, in der der Dieb-

Auslieferung der Pentax 645D hat begonnen



Rechtzeitig zum umsatzstarken Jahresendgeschäft hat Pentax mit der Auslieferung der Mittelformatkamera Pentax 645D begonnen. Die digitale Nachfolgerin der analogen Pentax 645 ist unter anderem mit einem 40-Megapixel-Sensor (44 x 33 mm), dem neuen Hochgeschwindigkeitsprozessor Prime II, einer leistungsstarken 77-Zonen TTL-Mehrfeldmessung und einem 3" LCD-Monitor mit 921.000 dots mit 170°

Betrachtungswinkel und Antireflex-Beschichtung für besonders klare und helle Bildkontrolle ausgestattet.



Auch die HDR-Funktion der Pentax K-5 trägt dazu bei, professionelle Bilderergebnisse zu erzielen.

stahl digitaler Bilder zum Alltag geworden ist, kann dies unter Umständen hilfreich sein.

Die genannten Beispiele sind nur ein kleiner Ausschnitt aus den üppigen Möglichkeiten der Pentax K-5. Blickt man zudem noch auf die technischen Daten, bei denen man unter anderem einen 16,3 Megapixel CMOS-Sensor, eine maximale Geschwindigkeit von sieben Bildern pro Sekunde und einen 11-Punkt-Autofokus (neuer SAFOX IV+) findet, dann kann es nur ein Resümee geben: Diese Kamera braucht sich hinter Profimodellen wahrlich nicht zu verstecken.



Die elektronische Wasserwaage hilft zum Beispiel bei Architekturaufnahmen.

Werbemittelpaket für die Pentax Chameleon

Pentax hat für die Pentax Chameleon ein Werbemittel-Konzept erarbeitet, das sich durch eine zielgruppengerechte Kombination aus frechen Sprüchen und junger Grafik auszeichnet. Slogans wie „Sie ist einzigartig. Du bist es auch.“ oder „Gib ihr den Style, der zu Dir passt“ verdeutlichen das Wesentliche: Die Pentax Chameleon ist kompromisslos individuell. Weil sich jeder Besitzer ganz leicht sein persönliches Frontdesign kreieren und dies so oft ändern kann, wie er will.

Neben Thekenaufstellern, Postern und Fensteraufklebern beinhaltet das PoS-Material auch coole Postkarten mit immer neuen Designanregungen für die Chameleon Gestaltung. Parallel zur Unterstützung des Handels spricht Pentax die junge Kundenschaft auch direkt an. Die Website www.chameleon.pentax.eu bietet alle Optionen einer zeitgemäßen Community: Designvorlagen, Gestaltungstools für eigene Ideen einschließlich des Uploads eigener Bilder, Anbindung an Facebook und andere Social Networks zum Teilen der persönlichen Covermotive mit Freunden und vieles mehr. Bis zum 25. Dezember findet dort auch das große Pentax Chameleon Gewinnspiel statt. Europaweit küren die User die beste Designidee der Woche. Die Wochen-Gewinner erhalten eine Optio RS1000 Chameleon als Preis. Ihr Siegermotiv zielt zudem eine Woche lang als Hintergrundbild die europäische Chameleon Website.



Neben Thekenaufstellern, Postern und Fensteraufklebern beinhaltet das PoS-Material auch coole Postkarten mit immer neuen Designanregungen für die Chameleon Gestaltung. Parallel zur Unterstützung des Handels spricht Pentax die junge Kundenschaft auch direkt an. Die Website www.chameleon.pentax.eu bietet alle Optionen einer zeitgemäßen Community: Designvorlagen, Gestaltungstools für eigene Ideen einschließlich des Uploads eigener Bilder, Anbindung an Facebook und andere Social Networks zum Teilen der persönlichen Covermotive mit Freunden und vieles mehr. Bis zum 25. Dezember findet dort auch das große Pentax Chameleon Gewinnspiel statt. Europaweit küren die User die beste Designidee der Woche. Die Wochen-Gewinner erhalten eine Optio RS1000 Chameleon als Preis. Ihr Siegermotiv zielt zudem eine Woche lang als Hintergrundbild die europäische Chameleon Website.

Kurzinterview mit Sven Martens, General Manager Pentax Imaging Systems

„Wir wollen unsere Position im SLR-Markt nachhaltig ausbauen“

imaging+foto-contact: Herr Martens, auf der photokina hat Pentax speziell im SLR-Segment viele Neuheiten gezeigt. Was verbirgt sich hinter dieser Offensive?

Sven Martens: Wer dauerhaft in diesem Marktsegment bestehen will, muss als vollwertiger Systemanbieter wahrgenommen werden – auf Handelsseite und beim Verbraucher. Hier hatten wir in der letzten Zeit erheblichen Nachholbedarf. Insofern haben wir im ersten Schritt eine zentrale Anforderungslücke geschlossen.

imaging+foto-contact: Inwiefern sehen Sie diesen Rückstand nun aufgeholt?

Sven Martens: Derzeit umfasst unser SLR-Programm fünf Gehäuse, mit denen wir vom Einsteiger bis zum Profi alle Kernzielgruppen adäquat bedienen können: K-x, K-r, K-7, K-5 und die 645D bauen sozusagen logisch aufeinander auf. Jede Kamera gehört in ihrer jeweiligen Klasse zu den leistungsstärksten im Markt. Alle besitzen zudem exklusive Besonderheiten wie das Pentax Farben-



konzept oder komplett abgedichtete Gehäuse. Passend dazu ist auch unser aktuelles Objektivangebot dem eines Systemanbieters würdig.

imaging+foto-contact: Was dürfen wir von Pentax im SLR-Bereich für die Zukunft noch erwarten?

Sven Martens: Unser Ziel ist es, die Marke Pentax fest unter den Top Vier aller Anbieter zu etablieren und diese Position mittelfristig nachhaltig auszubauen. Dazu müssen wir den eingeschlagenen Weg konsequent fortsetzen. Das bedeutet: Wir werden auf Gehäuse-Seite immer eine marktkonforme Auswahl anbieten. Darüber hinaus steht der kontinuierliche Ausbau unseres Objektivsortiments im Mittelpunkt. Übrigens auch und vor allem für unser Mittelformat-Flaggschiff 645D.

Lumix GF2 erweitert das Lumix G-System Zielgruppe Einsteiger

Nur wenige Wochen, nachdem Panasonic mit der Lumix GH2 ein video-orientiertes Modell der Lumix G-Serie vorgestellt hatte, folgte Anfang November mit der GF2 ein weiteres G-Modell. Die Lumix GF2 ist die derzeit kleinste Systemkamera mit integriertem Blitz. Weitere herausragende Kennzeichen der auf die wichtigsten Funktionen reduzierten Neuheit sind das intuitiv zu bedienende Touchscreen-Display und die speziellen Bedienknöpfe für die Videofunktion und die intelligente Automatik.

Für die neue 12,1-Megapixel-Kamera Lumix GF2 sieht Hiroko Satake, Marketing Managerin Digitalkamera bei Panasonic Deutschland, vor allem drei Zielgruppen: zum einen Aufsteiger von Kompaktkameras und Systemkamera-Einsteiger, die von den Handhabungsvorteilen des um 19 Prozent größeren- und sieben Prozent gewichtsreduzierten Modells (im Vergleich zur Lumix GF1) profitieren wollen,



Für die Produktion von Videofilmen und für den Einsatz der intelligenten Automatik stehen bei der Lumix GF2 separate Bedienknöpfe bereit.



ohne bei der Bildqualität Kompromisse eingehen zu müssen. Zum anderen sind SLR-Fotografen potentielle Käufer, die ein kompaktes Zweitmodell als Ergänzung ihrer Ausrüstung suchen. Und schließlich sind es



Wie bereits andere Lumix G-Modelle, zeichnet auch die neue Lumix GF2 Full-HD-Videofilme im AVCHD-Format auf.

High-End-Filmmacher, die auf einfache Weise hochwertige Videos produzieren wollen. Diesen bietet die GF2 mit der Full-HD-Videofunktion (1.920 x 1.080/50i) im AVCHD-Format optimale Voraussetzungen dazu.

Mit einer extra Starttaste können Videos ohne weitere Voreinstellungen jederzeit aus dem Foto-Modus heraus gestartet werden. Der Ton wird vom integrierten Mikrofon in Stereo in Dolby Digital Stereo Creator-Qualität aufgezeichnet. Ein Wind-Filter unterdrückt entsprechende Störgeräusche.

Einsteiger im Fokus

„Besonders wichtig ist uns die Gruppe der Systemkamera-Einsteiger“, betonte Satake auf einer Fachpressekonferenz in Paris. „Dieses Segment hatten wir mit

Lumix GF2

Pluspunkte

Einfach zu bedienende Systemkamera für professionelle Fotos und Videos von Anfang an.

Ausstattung

- Live-Mos-Sensor mit 12,1 Megapixeln (effektiv)
- Touchscreen-LCD-Monitor, 3"/7,62 cm, 460.000 Punkte
- Full-HD-Video, AVCHD-Format
- „MyColor“-Modus



Lieferbar ab Januar in den Farben Schwarz, Silber und Rot



Das neue Quickmenü ermöglicht es dem Nutzer, mit wenigen Fingerbewegungen auf dem Touchscreen die von ihm bevorzugten Einstellungen für einen besonders schnellen Aufruf in einer individuellen Menüleiste zu speichern.

der G-Serie bislang noch nicht ausreichend im Fokus. Jetzt bin ich mir aber sicher, dass der Handel mit den inzwischen vier Lumix G-Gehäusen und unseren elf Systemobjektiven wirklich jeden Kunden zufriedenstellen kann.“

Einfache Bedienung

Dafür, dass sich Einsteiger bei der Arbeit mit der GF2 vom ersten Moment an wohlfühlen, sorgt unter anderem die sehr einfache Handhabung. Eine übersichtliche Tastenbelegung, die bewährte intelligente Automatik (für die es einen separaten Knopf gibt) und die Bedienung über den Touch-



Über die Touch-Wiedergabe kann der Nutzer schnell und bequem durch die aufgenommenen Fotos und Videofilme blättern.

screen sorgen vom Start weg für gelungene Fotos. Hervorzuheben ist beim neuen Bedienkonzept die besonders übersichtliche Benutzeroberfläche des Touchscreen-Monitors. Sie ist für Nutzer unabhängig von ihrem fotografischen Wissen gut beherrschbar. So erlaubt es der Touch-Autofokus mit einer Fingerbewegung auf den hochauflösenden LCD-Monitor mit 460.000 Bildpunk-

ten, den Autofokus intuitiv und zielgerichtet auszurichten und die Kamera auch auszulösen (Touch-Auslöser). Touch-AF erlaubt beim Filmen profifähnliche Schärfefolgerung, indem das Motivabbild auf dem Monitor mit dem Finger berührt und verfolgt wird. Bei der Wiedergabe kann die Lumix GF2 aus dem laufenden Video heraus auch einzelne Bilder als Fotos speichern. Mit einer integrierten Schnittfunktion lassen sich Videos schon in der Kamera teilen und unerwünschte Szenen löschen. Über die Touch-Wiedergabe kann der Nutzer der Lumix GF2 schnell und bequem durch die aufgenommenen Fotos und Videofilme blättern.

Neue Touchfunktionen

Ebenfalls hervorzuheben ist das neue Touch-Quickmenü. Es ermöglicht dem Nutzer, mit wenigen Fingerbewegungen seine bevorzugten oder viel genutzten Funktionen für den besonders schnellen Aufruf in einem ganz individuellen Menü anzuzeigen. Neu ist hier, dass anschließend nur noch die selbstgewählten Menüpunkte in einer gesonderten Menüleiste angezeigt werden.

Neu ist ebenfalls, dass Panasonic bei der Lumix GF2 auf das sonst physikalisch vorhandene Menürad verzichtet hat. Stattdessen wurde das Menü „virtualisiert“: Drückt der Fotograf auf das Symbol in der linken oberen Ecke des Monitors, poppt automatisch das

virtuelle Menü auf. Dessen einzelne Punkte können dann per Fingertipp ausgewählt werden.

Den Stil frei wählen

Dank ihrer zahlreichen Features kann der Fotograf mit der GF2 seinen Stil frei wählen und wechseln. Realistische, dokumentarische Aufnahmen oder effektvolle bis verfremdete Bilder – die GF2 lässt die Wahl, etwa mit dem „MyColor“-Modus. Er bietet die programmierten Effekte Expressiv, Retro, Pur, Elegant, Cinema,



Das Menürad am Kameragehäuse ist bei der Lumix GF2 einem virtuellen Menü gewichen. Dieses poppt auf, sobald der Nutzer das Symbol links oben auf dem Touchscreen berührt.

Monochrom, Dynamisch und Silhouette sowie einen manuellen Modus, in dem der Fotograf Farbe, Helligkeit, Sättigung und Kontrast nach eigenen Vorstellungen wählen kann.

Internationale Messen

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

Experten präsentieren Trends

Die neuesten Trends für das Imaging-Geschäft sind das Thema des Business Forums Imaging Cologne „Memories are more... CONNECTED“, das am 1. und 2. März in Köln stattfindet. Bereits wenige Wochen nach der Ankündigung der von der photokina veranstalteten Konferenz haben führende Imaging-Unternehmen ihre Beteiligung zugesagt. Internationale Experten werden in Köln den teilnehmenden Bilddienstleistern und Fotohändlern ihre Erkenntnisse präsentieren.

Mit Cewe Color, HP und Samsung Electronics ist bislang je ein Unternehmen aus den Bereichen Bilddienstleistung, Systemlösungen für die Herstellung von Bildprodukten und Hardware (Kameras, Kamerahandys und Unterhaltungselektronik) als Gold-Sponsor repräsentiert. Hinzu kommen die Silber-Sponsoren Felix Schoeller, Fujifilm, Imaging Solutions, Kis, Kolbus, Iocr maps, Orwo Net und Tetenal.

Diese vorläufige Liste spiegelt bereits die Schwerpunkte des Programms wider: Neben neuen Konzepten zur Vermarktung digitaler Bildprodukte wird es vor allem darum gehen, wie der Fotohandel und die Fotodienstleister die wachsende Netzwerkfähigkeit von Kameras, Fotohandys/ Smartphones und Fernsehgeräten für den Verkauf von Bilddienstleistungen nutzen können. Dabei wird auch der Einsatz von Apps eine Rolle spielen. Die populären Miniprogramme, von denen allein in diesem Jahr rund 5 Milliarden von den Konsumenten weltweit heruntergeladen werden, machen interessante Bildanwendungen möglich, zu denen auch die Bestellung von Dienstleistungen gehört. Das trifft zur Zeit besonders für die Nutzung von Kamerahandys zu,

wird aber in Kürze auch den TV-Bereich betreffen. Denn immer mehr Fernseher werden internetfähig und bieten so ihren Besitzern die Möglichkeit, auf ihre Bilder in Online-Alben zuzugreifen und gegebenenfalls Bilddienstleistungen zu bestellen.

Internationale Experten

Zu diesen Themen werden auf dem Business Forum Imaging Cologne führende Repräsentanten der Gold-Sponsoren und weitere Vertreter von Herstellern, Dienstleistern und dem Fotohandel neue Trends aufzeigen und Wege vermitteln, wie sie für konkrete Geschäfte genutzt werden können. Hinzu kommen Analysten der GfK und Kapazitäten von außerhalb

der Fotobranche. So hat die amerikanische Spezialistin für soziale Netzwerke und Online-Applikationen, Alexandra Gebhardt, ebenso ihr Erscheinen zugesagt wie Thomas Ross, Industry Leader Media and Management bei IBM Global Business Services; er wird über Plattformen für die Vermarktung digitaler Dienstleistungen über das Internet referieren. Das komplette Programm des Business Forums Imaging Cologne erscheint in wenigen Wochen auf der Internetseite www.bfi-photokina.de/com. Leserinnen und Leser, die Interesse an einer direkten Zusendung des Programms und der Anmeldeunterlagen haben, senden bitte eine kurze E-Mail an 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.

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“

Goldspensoren



Silbersponsoren



Organisatoren: INTERNATIONAL CONTACT · Photo Imaging News

Partner: Photoindustrie-Verband e.V. · Prophoto GmbH · GfK Retail and Technology

Informationen: www.bfi-photokina.de · e-mail: bfi@photokina.de · Fax: +49 221 821-3995

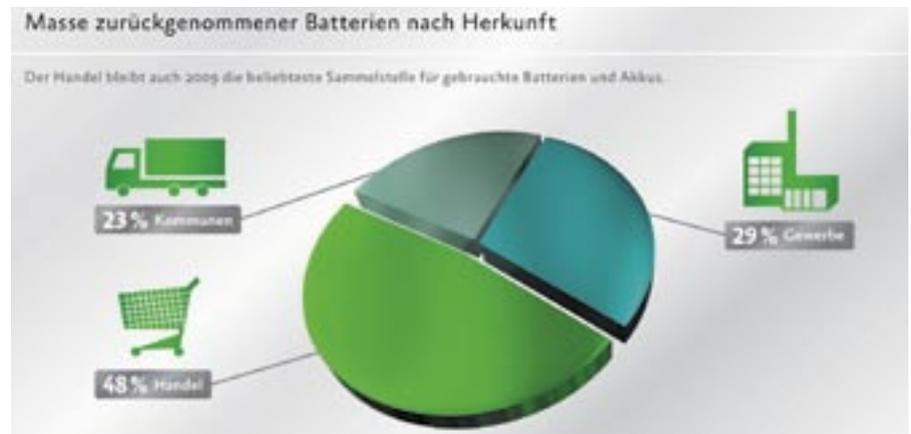


Elektroschrott-Rücknahme im Handel Droht Ungemach?

Genau Zahlen gibt es nicht, aber nach Berechnungen des Umweltprogramms der Vereinten Nationen¹ lag die Menge des Elektro-Abfalls allein in den EU-Staaten im Jahr 2008 bei mindestens neun Millionen Tonnen², weltweit soll sie etwa 40 Millionen Tonnen betragen haben – mit stark steigender Tendenz. Der Präsident des Umweltbundesamtes, Prof. Dr. Andreas Troge, sagte bereits im Jahr 2006, „dass die Elektromüllberge in den vergangenen Jahren dreimal schneller wuchsen als die Menge des übrigen Siedlungsabfalls. Dies liegt vor allem an der immer kürzeren Nutzungsdauer für elektrische und elektronische Geräte“.³

Nur ein geringer Teil davon wird eingesammelt, um wiederverwertet zu werden. Der größere Teil davon verschwindet in der grauen Restmülltonne oder wird illegal ins Ausland ausgeführt. So gab beispielsweise das Umweltbundesamt im März 2010 bekannt⁴, „dass über 155.000 Tonnen zum Teil gefährlichen Elektroschrotts jährlich aus Deutschland ins außereuropäische Ausland exportiert werden, darunter allein rund 50.000 Tonnen PC- und Fernseh-Bildschirme. Selbst defekte Geräte werden, zum Teil als ‚noch funktionstüchtig‘ umdeklariert, meist nach Asien und Afrika verschifft und dort nur selten umweltgerecht recycelt.“

Dabei besteht gar kein Zweifel, dass sowohl die Entsorgung von Elektroschrott – die offizielle Bezeichnung



Bei Batterien funktionieren Einsammeln, Wiederverwerten und gegebenenfalls ordnungsgemäßes Entsorgen inzwischen sehr gut. Eine wichtige Rolle kommt dabei dem Handel zu: Jede zweite Batterie wurde 2009 dort eingesammelt. Quelle: GRS-Batterien

lautet Elektro- und Elektronikalt- bzw. Schrottgeräte⁴ – in der Restmülltonne als auch dessen Verschiffung ins Ausland gegen geltendes Recht verstoßen bzw. zumindest nicht den Zielen des Gesetzes entsprechen. Gesetzliche Grundlage für den Umgang mit



Elektro- und Elektronikgeräte, die unter die Richtlinien des ElektroG fallen, sind seit 24. März 2006 mit diesem Symbol gekennzeichnet.

Elektroschrott bildet in Deutschland das ElektroG⁵, das am 24.3.2006 in Kraft trat und die WEEE-Richtlinie⁶ 2002/96/EC der Europäischen Union in nationales Recht umsetzte.

Das Elektroggesetz regelt die Entsorgung und Verwertung von Elektro- und Elektronikgeräten. Deutlich stärker als zuvor sind seit Inkrafttreten die Hersteller, Importeure (und u. U. auch Wiederverkäufer) solcher Produkte verantwortlich für den gesamten Lebenszyklus der von ihnen produzierten und in Verkehr gebrachten Geräte. Sie müssen diese sowohl von gewerblichen als auch über die

¹ United Nations Environment Programme, UNEP

² UNEP-Studie „Recycling – From E-Waste to Resources“, Juli 2009

³ Pressemitteilung 18/2006 des Umweltbundesamtes vom 24.3.2006

⁴ Pressemitteilung 12/2010 des Umweltbundesamtes vom 4.3.2010

⁵ Elektro- und Elektronikgerätegesetz (Gesetz über das Inverkehrbringen, die Rücknahme und die umweltverträgliche Entsorgung von Elektro- und Elektronikgeräten)

⁶ englisch: Waste Electrical and Electronic Equipment, WEEE

öffentlich-rechtlichen Entsorgungsträger) von privaten Kunden auf eigene Kosten zurücknehmen bzw. entsorgen lassen. Gleichzeitig wurde den Verbrauchern das Recht zugestanden, alle seit dem 13. August 2005 gekauften und vom Elektrogesetz abgedeckten Elektro- und Elektronikgeräte ab dem 24. März 2006 kostenlos beim nächstgelegenen öffentlich-rechtlichen Entsorger (das sind zum Beispiel die Wertstoff-Aannahmestellen der Kommunen) abzugeben.

Hersteller, Importeure und Wiederverkäufer der vom ElektroG betroffenen Geräte müssen sich bei der im Jahr 2004 gegründeten Stiftung Elektro-Altgeräte Register (EAR) registrieren. Durch die Registrierung und Inanspruchnahme der Hersteller, Importeure und Wiederverkäufer soll eine zusätzliche, indirekte finanzielle Belastung (z. B. über erhöhte Gerätepreise oder die kommunalen Abfallgebühren) vermieden werden. Als eines der Ziele des ElektroG wurde genannt, dass „jede Kommune seit 2006 pro Einwohner eine Mindestquote von vier Kilogramm an Altgeräten entsorgen muss“.

Theorie und Praxis

Wie ein gut organisierter Wertstoff-Kreislauf aussehen kann, zeigt sich bei den Batterien. Hier hat die von Batterieherstellern und dem ZVEI (Zentralverband der Elektrotechnik und Elektronikindustrie) gegründete Stiftung Gemeinsames Rücknahmesystem Batterien (GRS Batterien) seit Inkrafttreten der Batterieverordnung im Oktober 1998 in Deutschland die unentgeltliche Batterierücknahme und

-entsorgung übernommen. Gemeinsam mit dem Handel (Anteil laut GRS Batterien 48 Prozent), dem Gewerbe (29 Prozent) und den Kommunen (23 Prozent) werden seitdem jährlich viele tausend Tonnen alter Batterien (2009: 14.404 Tonnen Alt-Gerätebatterien und -akkus; dies entspricht einer Sammelquote von 44 Prozent) eingesam-

Darin heißt es unter anderem auf Seite 37: „Die Mitgliedsstaaten stellen sicher, dass die Hersteller mindestens die Sammlung, Behandlung, Verwertung und umweltgerechte Beseitigung ... finanzieren. Gegebenenfalls stellen die Mitgliedsstaaten darüber hinaus sicher, dass zur Verbesserung der Sammlung von Elektro- und Elek-

Eine kompakte GE für Jeden.

Digitalkameras der Weltmarke GE
www.general-imaging.de



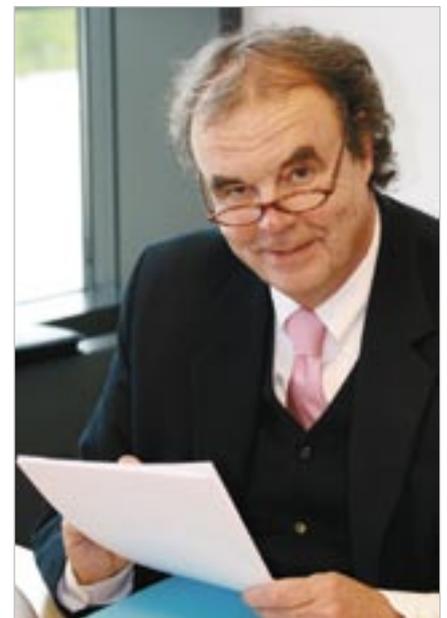
digital cameras



melt und der Wiederverwertung bzw. ordnungsgemäßen Entsorgung zugeführt.

Bericht aus Brüssel

Beim Elektroschrott funktioniert das Sammel- und Verwertungssystem dagegen, vor allem international betrachtet, deutlich schlechter. Deshalb haben sich die Europapolitiker in Brüssel in den vergangenen Monaten wieder häufiger mit dem Thema Elektroschrott beschäftigt. Eines der absehbaren Ergebnisse ist, den Einzelhandel stärker als bisher in das System einzubinden. Vordenker in dieser Richtung ist der deutsche CDU-Politiker Karl-Heinz Florenz, dessen Wahlkreis sich am Niederrhein befindet. Er hat als Berichterstatter des Europaparlaments am 8. September einen „Bericht über den Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über Elektro- und Elektronik-Altgeräte“ vorgelegt.



Der Europa-Parlamentarier Karl-Heinz Florenz will den Einzelhandel stärker in die Rücknahme von Elektroschrott einbeziehen.

tronik-Altgeräten unter Anwendung des Verursacherprinzips (wobei als Verursacher die Einzelhändler, Verbraucher und Hersteller gelten, nicht jedoch die Steuerzahler) beim Verkauf neuer Elektro- und Elektronikge-

Handel

räte ausreichende Finanzmittel aufgebracht werden, um die Sammlung der Elektro- und Elektronik-Altgeräte aus privaten Haushalten zu finanzieren, einschließlich der Kosten für den Betrieb der Rücknahmestellen und entsprechende Sensibilisierungskampagnen im Zusammenhang mit der Entsorgung von Elektro- und Elektronik-Altgeräten.“ Und auf Seite 42: „Die Mitgliedsstaaten tragen dafür Sorge, dass im Interesse einer stärkeren Sensibilisierung der Nutzer alle Vertreiber geeignete Sammel- und Informationssysteme für sehr kleine Altgeräte einrichten. Diese Sammelsysteme ... b) schreiben den Einzelhändlern vor, sehr kleine Elektro- und Elektronik-Altgeräte unentgeltlich anzunehmen, wenn sie derartige Elektro- und Elektronikgeräte anbieten.“

Aus dem Brüsseler Büro von Karl-Heinz Florenz wurde imaging+foto-contact per E-Mail am 23. November mitgeteilt, dass „im Bericht des ENVI⁷ ein Vorschlag angenommen wurde, der vorsieht, dass Händler KLEINST-Geräte auf jeden Fall zurücknehmen sollen“. Allerdings fehlt es bislang sowohl an einer Definition für das Wort „Kleinstgeräte“ als auch an

Angaben dazu, inwieweit der deutsche Einzelhandel betroffen sein wird; denn durch die bereits jetzt vorhandene hohe Zahl möglicher Rückgabestellen sind für Deutschland Ausnahmeregelungen denkbar.

Verbands-Reaktionen

Um eine Stellungnahme zu den Aktivitäten in Brüssel gebeten, antwortete Hans-Joachim Kamp, ZVEI-Vizepräsident und Vorsitzender Fachverband Consumer Electronics: „Wir sehen in einer gesetzlichen Verpflichtung des Handels keinen zusätzlichen Umweltnutzen, aber gegebenenfalls steigende Aufwände für alle Seiten. Wenn Händler individuell eine Rücknahme anbieten – sei es im Zusammenhang mit temporären Marketingaktionen wie ‚Alt gegen Neu‘ oder langfristig als Serviceleistung – sind dies eigenverantwortliche Maßnahmen in Richtung der Kunden. Gleichzeitig bieten die Kommunen den Verbrauchern gut erreichbare Sammelstellen für Elektroaltgeräte. Deren Potentiale gilt es auszuschöpfen, bevor der Handel als die Annahmestelle für Altprodukte aller Art in Betracht gezogen wird.“

Und der Hauptverband des Deut-

schen Einzelhandels (HDE) schickte diese Stellungnahme: „Eine Rücknahmeverpflichtung für den Handel von Elektrokleingeräten auf gesetzlicher Basis wird vom HDE abgelehnt. In Deutschland gibt es bereits jetzt ein funktionierendes Rücknahmesystem für Elektrogeräte. Es ist einfach und kostenlos für den Bürger. Der kann sein Altgerät kostenlos bei einer kommunalen Sammelstelle abgeben. Der öffentlich-rechtliche Entsorgungsträger ist dann verpflichtet, die von den Herstellern abzuholenden Geräte in Behältnissen bereitzustellen. Um eine effiziente Entsorgung und Schadstoffbeseitigung zu gewährleisten, sind die Altgeräte in sechs Gruppen unterteilt. Die Hersteller finanzieren und stellen die Behälter bereit. Der Handel hat und kann auf freiwilliger Basis kostenlose Rückgabemöglichkeiten für seine Kunden schaffen, er ist dazu aber nicht verpflichtet. Nimmt der Handel von seinen Kunden kostenlos Altgeräte zurück, so kann er diese ebenfalls bei den kommunalen Sammelstellen abgeben.“

⁷ EU-Ausschuss für Umweltfragen, Volksgesundheit und Lebensmittelsicherheit

HP startet zusammen mit Camara Education Projekt für das Recycling von IT-Müll in Kenia

Hewlett-Packard (HP) unterstützt die Einführung von „East African Computer Recycling“ (EACR) durch die irische Freiwilligenorganisation Camara Education. Diese unterrichtet unter Einsatz modernster Technik Menschen in abgelegenen und benachteiligten Gemeinden in Afrika. EACR wird Ende 2010 Kenias erstes Recycling-Center für elektronischen Computermüll eröffnen. Ziel ist eine gesündere, sicherere Entsorgung, die Verbesserung von Recycling-Standards und der Aufbau einer lokalen, nachhaltigen IT-Recycling-Industrie.

Das EACR Recycling-Center für IT-Müll erhält alte Geräte von Schulen, die von Camara betrieben werden, von Unternehmen, aus der Verwaltung und von Privatleuten. Der IT-Müll wird nach Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltstandards getrennt, die von HP

überwacht werden: Noch funktionierende Geräte werden für die Wiederverwendung aufbereitet, defekte Computer werden zerlegt und die verschiedenen Komponenten wie Plastik und Metall voneinander getrennt. Teile, die einen komplexeren Recyclingprozess durchlaufen müssen, werden an Einrichtungen gegeben, die dafür die notwendigen Technologien besitzen. Das langfristige Ziel ist, bis zu 20 Prozent des kenianischen IT-Mülls in dieser Anlage zu verwerten.

„Es ist ein logischer Schritt, dass wir das Recyclen von IT-Müll anbieten, da wir Schulen in Kenia mit Computern versorgen. Durch die Kooperation mit HP können wir alte Geräte aus unseren Schulen entsorgen und einen örtlichen Recycling-Service anbieten, den es sonst nicht geben würde“, sagt Eoghan Crosby, der technische Direktor von Camara Education.



Schnell und zuverlässig!

Ihr HEK unter www.DGH.de

Neu im Sortiment!

Lexar

Lexar SDHC Card 16 GB 133x Professional SD-Card

- Hochleistungsgeschwindigkeit – 133x (20 MB/s) durchgängige Mindestschreibgeschwindigkeit
- Optimal für HD Videos, DSLR-Aufnahmen und hochauflösende Kompaktkameras
- Leistung, Zuverlässigkeit und Kompatibilität

Bestellnr. 455672



SAMSUNG

TURN ON TOMORROW

Neu im Sortiment!

Samsung SDHC Karte 16 GB Class 6 „Plus“ SD-Card

- Schnelle Lesegeschwindigkeit: 17 MB/s und Schreibgeschwindigkeit: 12-13 MB/s
- Class 6
- Robuste und innovative Speicherkarte für lange und sichere Datenspeicherung mit 16 GB Kapazität
- Sicher bei Röntgen- und Magnetbestrahlung, beispielsweise am Flughafen

Bestellnr. 464534



Ihr HEK unter www.DGH.de

SanDisk

SanDisk Extreme Pro CF 16 GB 90 MB/s SDCFXP-016G-X46 Compact-Flash-Card

- Extrem hohe Lese-/Schreibgeschwindigkeit: bis zu 90 MB/s für eine deutliche Leistungssteigerung
- Optimal für Serienaufnahmen und HD-Videos
- 16 GB Kapazität bieten ausreichend Speicherplatz für RAW + JPEG und High Definition-Videoaufnahmen
- UDMA 6-fähig
- Nutzt das volle Potenzial professioneller D-SLR-Kameras
- Besonders schnelle und effiziente Datenverteilung

Bestellnr. 437150

Ihr HEK unter www.DGH.de



DGH – Ihr Spezialist im Bereich Speichermedien!
Noch mehr Speicherkarten finden Sie unter www.DGH.de



Die neue Manfrotto Shop-in-Shop-Lösung steht für den Handel in verschiedenen Varianten bereit.

Manfrotto soll zur „Powerbrand“ werden Mehr für den Handel

Manfrotto Distribution baut die Marke Manfrotto zur „Powerbrand“ aus: Bisher vor allem im Profisegment für Stativ- und Köpfe bekannt, will die Marke von ihrem positiven Image profitieren und mit preiswerteren Einsteigerprodukten nun auch verstärkt Hobbyfotografen ansprechen. Um dieses Ziel zu erreichen, wurde zum einen das Sortiment in den vergangenen Wochen ausgebaut. Zum anderen entwickelte das Unternehmen eine Shop-in-Shop-Lösung für den Fotohandel.

Die bislang vor allem im Kreise der Profifotografen bekannte Marke Manfrotto will mit dem neuartigen und erweiterten Produktsortiment eine neue Zielgruppe ansprechen, die sogenannten „Social Recorders“. Dabei handelt es sich um Hobbyfotografen, die mit ihrer DSLR besondere Momente im Bild festhalten und diese mit Freunden und ihrer Familie – beispielsweise über Social Media – teilen wollen. Hier sieht Manfrotto großes Wachstumspotential und bietet künftig, neben hochfunktionalem Profi-Equipment, speziell auf die neue Zielgruppe ausgerichtete Produktneu-

heiten. Dazu gehören beispielsweise kompakte Stativ- ebenso wie passende Stativköpfe und modische Taschen oder praktische LED-Leuchten.

Über das erweiterte Sortiment hinaus will Manfrotto Distribution seine Zusammenarbeit mit dem Fotohandel weiter intensivieren, um die „Powerbrand“ gemeinsam zu stärken. Dafür



Auf einer Veranstaltung speziell für Fotohändler informierte Manfrotto Distribution exklusiv über das neue Manfrotto-Markenkonzept sowie Produkt- und Service-Neuheiten.

bietet die Kölner Vertriebsgesellschaft ausgewählten Händlern eine neue Shop-in-Shop-Lösung für die aktuelle Produktpalette an. Diese soll für einen einheitlichen Markenauftritt sorgen, die Bekanntheit und den Wiedererkennungswert beim Kunden und letztlich den Umsatz steigern. Je nach Wünschen und Möglichkeiten des Händlers gibt es das Shop-in-Shop-System in verschiedenen Varianten.

Neues E-Commerce-Tool

Der Verbesserung der Zusammenarbeit mit dem Fotohandel soll darüber hinaus auch das neue E-Commerce-Tool Shopatron dienen. Mithilfe dieses Online-Shops können künftig alle Produkte zum UVP direkt auf der Webseite www.manfrotto.de gekauft werden. Shopatron funktioniert wie folgt: Die auf der Homepage einge-



Das neue E-Commerce-Tool Shopatron soll die Zusammenarbeit zwischen Manfrotto Distribution und dem Fotohandel verbessern.

henden Kaufanfragen macht Manfrotto Distribution allen registrierten Händlern online über die E-Com-

merce-Plattform zugänglich. Die Händler können sich dann um die Ausführung des Auftrags bewerben. Der geografisch nächstgelegene Händler, der das entsprechende Produkt auf Lager hat, erhält den Auftrag und versendet das Produkt an den Käufer. Die Bezahlung erfolgt über Shopatron. So können Händler ihren Umsatz steigern und neue Zielgruppen erreichen. Weitere Informationen und Registrierung unter www.manfrottodistribution.de/shopatron.

Infos für den Handel

Um den Handel frühzeitig ins Boot zu holen und umfassend über das neue „Powerbrand“-Konzept zu informieren, hatte Manfrotto Distribution vor einigen Wochen eine Reihe von Händlern zu einer Informationsveranstaltung eingeladen. „Diese Veranstaltung war eine gute Gelegenheit, direktes Feedback zu bekommen. Insgesamt war die Resonanz sehr erfreulich“, erklärte Marcus Kunkel, Geschäftsführer Manfrotto Distribution Deutschland und European Regional Director.

Bei der Manfrotto Weihnachtsaktion freuen sich Anwender über Prozente und Händler über hohe Margen

Nach dem Erfolg der Weihnachtsaktion 2009 bietet Manfrotto dem Fotohandel auch zum diesjährigen Weihnachtsgeschäft wieder eine attraktive Stativ-Aktion: Bis zum 31. Januar 2011 senkt der Hersteller seine Preise für zwei Stativ-Kits, die sowohl bei Hobbyfotografen als auch bei Einsteigern gut unter den Weihnachtsbaum passen. So bietet Manfrotto das Einsteigermodell der 190er Serie, das 190XDB, mit Kugelkopf für 129,90 Euro* (statt 214,90 Euro*) an. Das 7301YB mit integriertem Drei-Wege-Neiger (Bild) gibt es im Aktionszeitraum für 99 Euro* (statt 169 Euro*). Der Käufer spart gegenüber dem regulären Preis bis zu 40 Prozent und erhält dafür ein bewährtes und qualitativ hochwertiges Stativ. Der Handel erzielt wiederum attraktive Margen: Bei Bestellung eines Maxi-Pakets mit jeweils drei der beiden Kits beispielsweise erhält der Händler eine erhöhte Gewinnmarge. Damit die Kits auch als Geschenk unter dem Weihnachtsbaum landen, hat Manfrotto ein PoS-Paket für den Fachhandel zusammengestellt: Unter dem Bestell-Code „Poster MA“ erhalten Händler kostenloses PoS-Material, das ein weihnachtliches Poster in den Größen A1, A2 und A4 enthält. Alle Bestellcodes und Preise der Weihnachts-Aktion finden Händler in der aktuellen Ausgabe der „Trends & Angebote“, die unter www.manfrottodistribution.de im Händlerbereich in der Rubrik „Angebote“ als Download zur Verfügung steht. Dort können Händler sich zudem kostenlose Web Banner herunterladen, um auch auf ihrer Internetseite oder in ihrem Online Shop auf die Manfrotto Weihnachts-Aktion aufmerksam zu machen. (*unverbindliche Verkaufspreisempfehlung)



Bilderservice am PoS im Aufwind

Viele Kunden wollen nicht mehr warten

Beim Bilderservice am PoS zeichnen sich derzeit drei Trends ab. Erstens: Viele Kunden wollen ihre Bilder sofort. Zweitens: Die analoge und die digitale Welt nähern sich auch beim Onsite-Printing immer weiter an. Drittens: Das World Wide Web, lange Zeit von vielen Fotohändlern als Sargnagel des eigenen Bildergeschäftes gesehen, kann mehr und mehr Kunden ins Geschäft bringen bzw. die Servicemöglichkeiten vor Ort erweitern.

Gleichzeitig bewahrheitet sich auch in diesem Bereich wieder einmal der alte Spruch „Totgesagte leben länger“. In diesem Fall ist es das Minilab auf Chemiebasis, dessen Zukunft in den vergangenen Monaten als rabenschwarz vorausgesagt wurde. Doch ein Ende dieser Geräteart ist nicht absehbar. Im Gegenteil: Neue Maschinen und neue Lösungen, die beispielsweise auf der photokina gezeigt wurden, widerlegen die Skeptiker. „Nasse“ Minilabs haben als „Arbeitstiere“ mit hohem Output und hervorragender Qualität nach wie vor eine Existenzberechtigung, sei es als Stand-alone-Lösung oder,

wie derzeit am häufigsten zu sehen, als Teil eines In-House-Netzwerkes.

Unmittelbar verfügbar

Einer der wesentlichen Vorteile der Fotokiosks liegt in der unmittelbaren Verfügbarkeit der dort produzierten Bilder. In vielen Händlerporträts, die imaging+foto-contact in den vergan-

Auch der Erfolg der von den beiden großen Handelskooperationen Ringfoto und europa-foto angebotenen Kiosk-Lösungen (lfc berichtete mehrfach) zeigt, dass damit ins Schwarze getroffen wurde. Ebenso ablesbar ist der Siegeszug der Fotokiosks bei Kodak: Das Unternehmen gab vor einigen Wochen nicht nur die Zahl von 100.000 weltweit installierten



Fotokiosks werden bei den Kunden des Fotohandels immer beliebter, lassen sich daran doch vielfältige Fotoprodukte in kurzer Zeit erstellen.

genen Jahren veröffentlicht hat, war dies eines der Hauptargumente, wenn es um die Frage ging, warum Fotokiosks eingeführt wurden. Nicht ohne Grund bieten auch Großfinisher wie Cewe Color erfolgreich solche Geräte an.

Geräten (Kodak Picture Kiosk und Adaptive Picture Exchange; APEX) bekannt, sondern auch weitere Vertragsabschlüsse mit großen Handelsketten. Zu den Kodak Kunden gehören neben vielen Fotohändlern unter anderem Carrefour, dm, Wal-



Das Kodak Pynk System erstellt ganz einfach Fotocollagen.

das Gegenteil ist der Fall: Die stetig wachsende Zahl digitaler Möglichkeiten führt zu immer neuen Produkten. Beispielhaft genannt sei hier das auf GPS-Basis und mit Hilfe von Geotagging-Informationen gestaltete Foto-Reisealbum, das über Datenbanken mit Zusatzinformationen garniert wird.

Aber auch Alltägliches ergänzt das Sortiment. Hier fällt beispielsweise ein von Kodak auf der photokina präsentiertes Angebot auf. Kodak Pynk verknüpft Digitalfotos und klassische Bilderrahmen, über deren Zukunft sich auch schon so mancher den Kopf zerbrochen hat. Mit dem Kodak Pynk System, das im Frühjahr in Deutschland eingeführt werden soll, können Kunden selbständig in wenigen Arbeitsschritten am Kiosk gerahmte Fotocollagen herstellen. Pynk formatiert und erstellt sekundenschnell an

mart und Rossmann. Ein weiterer Pluspunkt der neuen Kiosk-Generation ist die Vielfalt der Produkte. Längst ist die Zeit vorbei, in der dort nur Standardbilder in ein oder zwei Formaten zu haben waren. Heute sind Foto-Mehrwertprodukte die Normalität. Ob es Gruß- oder Einladungskarten, Collagen oder Poster, Kalender oder Fotobücher sind, der Kunde kann mittlerweile aus einem Sortiment von vielen

hundert Artikeln wählen, von denen ein Großteil direkt vor Ort produziert wird. Am Kiosk selbst, auf anderen Geräten im Netzwerk oder über Partnerunternehmen – in diesem Fall dient der Fotokiosk als Bestellterminal.

Neue Möglichkeiten

Erfreulicherweise ist das Ende der Vielfalt noch lange nicht erreicht. Eher

**Photobook
Builder**



vollauto-
matisch

Fotobuchformat:
14,5 x 20 cm



Sie haben ein Minilab? Dann haben wir die perfekte Fotobuchlösung für Sie!

- > Brillante Fotobücher und Grußkarten sofort zum Mitnehmen
- > 2 bis 5 Minuten für ein Fotobuch, ca. 1 Minute pro Grußkarte
- > Keine zusätzlichen Personalkosten
- > Hohe Profitabilität

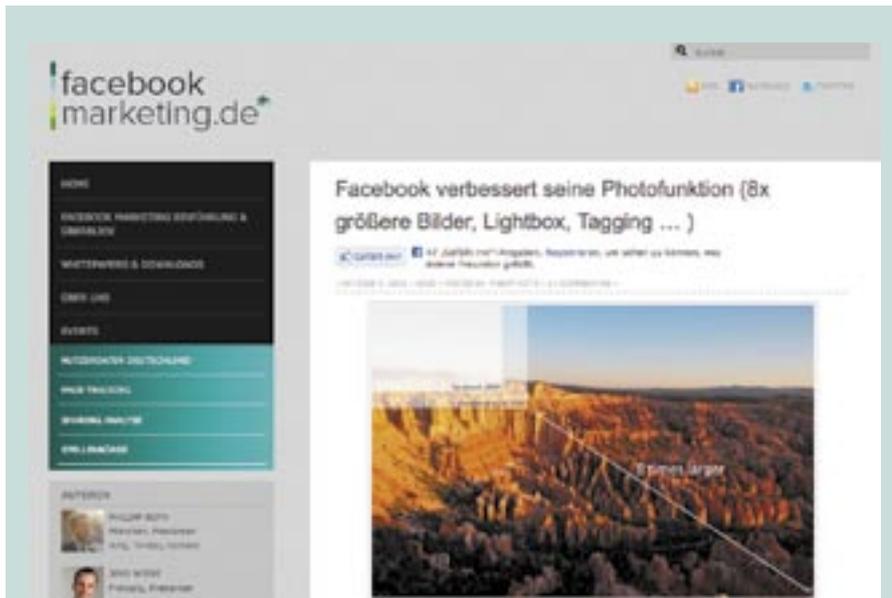
Ausgezeichnete Technologie von Profis für Profis:



Informieren Sie sich jetzt: 02151 - 83 98 31

FOTO.FIX
Photo-Me International Group

Viersener Str. 47, 47805 Krefeld
Tel.: 02151/8398 0, Fax: 02151/8398 27
info@fotofix.info, www.fotofix.info



Facebook erlaubt das Hochladen von Fotos in Printqualität

Facebook erlaubt jetzt auch das Hochladen von Fotos in Printqualität: Die maximale Größe wurde von 720 Pixel auf 2.048 Pixel erweitert und ermöglicht so den Upload von achtmal größeren Bildern. Zur neuen größeren Auflösung gehört auch ein neuer Photoviewer, mit dem die Bilder größer betrachtet werden können. Dabei öffnen sich die Bilder in einer Lightbox, die auch eine einfachere Navigation ermöglicht. Zusätzlich wurde der Photouploader vereinfacht und um ein besseres Tagging erweitert. Ab sofort können mehrere Fotos gleichzeitig getaggt werden.

jedem kompatiblen Kodak Picture Kiosk die entsprechenden Fotos. Den Kunden bleibt dadurch viel Aufwand wie Zuschneiden, Anordnen und Festkleben von Bildern erspart.

Möglich wird dieses Serviceangebot durch die speziell für das Kodak Pynk System entwickelten Bilderrahmen. Diese sind mit einer sechsstelligen Pynk Smart Print Produkt-ID Nummer versehen, die am Kiosk eingescannt wird. Anhand dieser Nummer identifiziert der Kiosk das Produkt und schlägt die möglichen Collagen vor. Hat sich der Kunde für eine Variante und die entsprechenden Bilder entschieden, erstellt das System automatisch einen Layoutvorschlag. Diesen kann der Kunde annehmen oder nach eigenen Vorstellungen verändern. Ist die Gestaltung zur Zufriedenheit gelungen, erteilt der Kunde den Druckbefehl, und der

Kiosk printet eine passgenaue Collage.

Die Produkt-ID ist auf der Verpackung des Rahmens zu finden. Das hat den Vorteil, dass der Kunde später, wenn er eine neue Collage haben möchte, nicht mit dem Rahmen zum Fotohändler gehen, sondern lediglich das Blatt mit der Identifikationsnummer bei sich haben muss.

Online-Galerien

Verbinden sich in Kodak Pynk traditionelle Arten der Fotografie und Präsentation mit der Digitaltechnik, so stammen das World Wide Web und die dort entstandenen Online-Galerien aus der zukunftsorientierten High-Tech-Welt. Zur Freude des Handels, und entgegen früherer Befürchtungen, entwickelt sich das Internet dabei mehr und mehr zu einem Umsatzbringer am Point of Sale. So können bei-

spielsweise Nutzer der im Oktober freigeschalteten neuen Bilderdienste genialdigital.de und ringfoto.de (siehe ifc 11/2010) ihre bestellten Fotoprodukte auf Wunsch in einem der Partnergeschäfte abholen. Als Anreiz für den Gang zum Händler dient hier das Angebot, keine Versandkosten bezahlen zu müssen.

Eine weitere Möglichkeit, direkt von Online-Galerien zu profitieren, hat Kodak mit der Einführung seiner Kiosksoftware in der Version 4.0 geschaffen. Diese bietet über Kiosks mit Internetzugang einen direkten Zugriff auf die eigenen Fotos in den Online-Communities Facebook und Picasa und in der Kodak Gallery. Mit Hilfe einer virtuellen Tastatur können die Fotoseiten angesteuert und die Fotos zum Drucken ausgewählt wer-



Mit der aktuellen Kiosksoftware 4.0 ermöglicht Kodak den Zugriff auf die eigenen Bilder bei Facebook, Picasa und der Kodak Gallery.

den. Erfreulich für die Mitglieder des sozialen Netzwerkes Facebook, dessen Entstehungsgeschichte derzeit in dem sehenswerten Kino-Spielfilm „The Social Network“ beleuchtet wird, ist die Tatsache, dass die maximale Größe der dort speicherbaren Bilder vor kurzem deutlich erhöht wurde

Mitsubishi Electric Kiosksystem produziert Fotokalender und -alben sofort

Wer in das Bildergeschäft der Zukunft investieren will, ist gut beraten, sich Kiosk Gifts von Mitsubishi Electric einmal genauer anzusehen. Der Kiosk bietet verschiedene Zusatzvorteile: Erstmals können Kunden an einem Selbstbedienungskiosk des



japanischen Herstellers neben Fotos auch Grußkarten mit individuellem Text erstellen, Jahreskalender mit eigenen Aufnahmen kreieren und sogar, als Alternative zum Fotobuch, Alben auf echtem Fotopapier gestalten. Das vorgefertigte Album mit stabilem Umschlag im praktischen Schubler wird gleich mitverkauft. Unterstützt werden Formate zwischen 10 x 15 und 15 x 23 cm, im regulären Fotodruck auch bis zum Format A4. Die intuitive Benutzerführung am Touchscreen-Monitor

leitet den Kunden sicher auf seinem Bestellweg – ohne Personaleinsatz. Das kompakte Gerät – inklusive der kostenlosen Gestaltungssoftware – ist schnell und einfach installiert, was einen kurzfristigen Einsatz möglich macht. Betriebs- und Wartungskosten sind gering, da das verwendete Thermosublimationsverfahren ohne Chemie auskommt. Verbrauchte Druckerrollen werden im Hausmüll entsorgt. Die Anschaffung (Mitsubishi Electric zeigt auch günstige Finanzierungsmodelle auf) hat sich erfahrungsgemäß oft schon nach wenigen Monaten amortisiert.

Selbst Photobücher produzieren!

Investition < € 400,00
www.clixpixx.com

• Auch Kalender!
 • Software für Ihre Kunden verfügbar!

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

zepts ist, dass der Handel nicht die finanziellen Vorleistungen/Finanzierungen bringen muss, sondern der Anbieter“, erläuterte Naruhn. „So verhält es sich auch im Falle des Angebots von FotoToGo.“

Im Rahmen des di support-Jubiläumsangebotes kann der Fachhändler beliebig viele Systeme (Terminal mit Drucker) abrufen. Er bekommt diese kostenlos überlassen, sofern er einen Mindesteinkaufsumsatz von 1.000 Euro pro Monat erreicht. Sollte er in

(siehe Kasten). So können auch Bilder in größeren als dem 10er-Standardformat in hervorragender Qualität direkt am Kiosk produziert werden.

Kostenfreie Fotokiosks

Ein Unternehmen, das spürbar vom Erfolg der Sofortbilder am Point of Sale profitiert hat, ist die Eschborner di support GmbH. „Ohne den Fachhandel wäre das Wachstum der vergangenen zehn Jahre nicht realisierbar gewesen“, betonte di support-Geschäftsführer Ralph Naruhn. „Aus diesem Grund – und anlässlich unseres zehnjährigen Bestehens – möchten wir uns bei den Fotohändlern mit einem Angebot bedanken, das es meines Wissens nach bislang noch nie in der Branche gegeben hat.“ „Kostenfreie Fotokiosk Systeme für alle“ lautet das Motto für diejenigen, die an dem neuen Modell teilnehmen möchten. Das Geschäftsmodell wur-

de angelehnt an das anbieterseitig geförderte Modell bei vielen Drogerie- und anderen Handelsketten, das dort zu einem rasanten Wachstum an installierten Kiosk Systemen führte. „Wichtigstes Merkmal dieses Kon-

FotoToGo

10 Jahre
 Wir feiern Geburtstag
 Sie bekommen die Geschenke*

Das Geburtstagsgeschenk beinhaltet:

- ✓ 17" Touch Terminal
- ✓ Fotodrucker CXC 52140
- ✓ Softwarelizenzen
- ✓ Materialkosten von 0€
- ✓ Service
- ✓ Werkzeuggestaltung

Bei di support gibt es derzeit ein Kiosk-Sonderangebot für Fotohändler.

Bildergeschäft



Die vierte Version der FotoToGo Kiosksoftware zeigt sich bedienungsfreundlicher als die Vorgängerinnen und ermöglicht die genauere dreidimensionale Darstellung der gewünschten Produkte.

einem Monat diesen nicht erreichen, so erhält er für die Überlassung des Systems eine Rechnung in Höhe von 49 Euro. Zum Mindestumsatz gehören sämtliche Sofortprints mit dem überlassenen Drucker als auch Laborartikel.

Wie sehr solche fast risikofreien Angebote im Trend liegen, zeigt auch der

durchschlagende Erfolg des Kiosk-Systems, mit dem Ringfoto viele Mitglieder für die schnellen Bilder am PoS fit machte.

Schnell und unkompliziert: Inkjet Dry Labs

Eine Art „Zwischenstufe“ zwischen Sofortdruck-Kiosks und klassischen

Minilabs sind die neuen Inkjet-Geräte, die von Fujifilm, HP und Noritsu angeboten werden. Sie können in der Lieferzeit fast mit Sofortdruck-Kiosks konkurrieren, bieten aber eine deutlich höhere Kapazität und viel größere Formatvielfalt. So stellte Fujifilm mit dem Frontier Dry Minilab DL600 auf der photokina ein Gerät mit einer neuen Fünffarben-Technik vor, bei der die klassischen Töne Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz durch eine Tinte in der Farbe „leichtes Blau“ ergänzt werden. Die Standardauflösung von 720 dpi kann im High Quality Modus auf 1.440 dpi gesteigert werden. Das neue Frontier DL600 druckt Bilder in den Formaten von 9 x 13 cm bis 25 x 122 cm auf einem neuentwickelten Inkjet-Papier aus, das wahlweise mit glänzender oder matter Oberfläche zu haben ist.

Das neue HP Photosmart ML1000D Minilab bietet mit einer Kapazität von 1.600 Bildern pro Stunde (10 x 15 cm) in bis zu 16 verschiedenen einseitigen Druckgrößen und zwei doppelseitig bedruckbaren Fotobuch-Formaten eine große Flexibilität. Das System verwendet speziell entwickelte Tinten und Papiere, um wisch- und wasserfeste Ausdrücke zu produzieren, die nach Herstellerangaben über 200 Jahre halten sollen.

Doppelseitigen Inkjet-Druck bietet auch das D1005 Dry Duplex Minilab von Noritsu – in der auf der photokina vorgestellten HR Version sogar bis zu einer maximalen Auflösung von 1.440 dpi. Damit können Fotos und Fotobuch- oder Kalenderseiten in Formaten bis zu 306 x 635 mm hergestellt werden.

„Nasse“ Minilabs

Auch die Zeit der „nassen“ Minilabs, die Bilder auf Silberhalogenidbasis produzieren, ist noch lange nicht vor-

Schnelle Fotobücher mit dem Photobook Builder von Kis

Für das attraktive und stetig wachsende Geschäft mit Fotobüchern am PoS hat Kis den Photobook Builder entwickelt. Mit ihm können automatisch Fotobücher mit einem Umfang von zehn bis 30 Seiten im Format 14,5 x 20 cm produziert werden, deren Seiten zuvor in einem RA-4 Minilab belichtet wurden. Dazu ist das Gerät mit einem vollautomatischen Binde- modul mit Acryl-Klebstoff ausgestattet. Die Herstellung eines Fotobuches dauert – abhängig vom Umfang – etwa zwei bis fünf Minuten, da lediglich der Stapel mit den ausbelichteten Seiten in das Gerät eingelegt und der Auftrag gestartet werden muss.



bei. Unter anderem auf der photokina und der Ringfoto-Herbstmesse konnte man sich zum Beispiel bei Fujifilm und Noritsu vom aktuellen Stand der Technik und der nach wie vor beispiellosen Qualität von Bildern auf echtem Fotopapier überzeugen. Stellvertretend für das aktuelle Sortiment stellen wir hier abschließend zwei dieser Minilabs vor.

Fujifilm Frontier

Als Ergänzung zum bestehenden Frontier Minilab Sortiment hat Fujifilm die Digital Minilabs Frontier LP5700R und LP5500R für Prints bis zum Format 12 x 15 Zoll (30,5 x 45,7 cm) eingeführt. Diese beiden kompakten, hochauflösenden Modelle erstellen Fotos in sehr hoher Geschwindigkeit bei einfacher Bedienung. Dank ihrer kompakten Abmessungen haben beide Minilabs einen Platzbedarf von lediglich 1,2 m². Mit einem Durchsatz von maximal 2.040 Blatt pro Stunde und der Ultrahochgeschwindigkeits-Verarbeitung (Dry-to-Dry in nur 82 Sekunden), sprechen sie vor allem Bildproduzenten mit großen Auftragsvolumina an. Durch das einfach zu bedienende Boxensystem ist die Handhabung der Chemikalien sehr einfach. Die neuen Modelle sind



Das neue Fujifilm Digital Minilab Frontier LP5700R.

darüber hinaus mit der MS Software von Fujifilm ausgestattet, einer Workflow Management Software, mit der Systemerweiterungen möglich sind, sowie mit der von Fujifilm entwickelten Bildverarbeitungstechnologie Image Intelligence. Die MS Software ermöglicht Fotofachhändlern eine einfache Annahme der Aufträge vom Filmscanner und von mehreren Bestellterminals sowie das Übertragen von Aufträgen zu den jeweiligen Ausgabegeräten. Dieser vereinfachte Verarbeitungsprozess ermöglicht dem Fachhändler eine effiziente Auftragsverwaltung. Ein zusätzlicher Vorteil ist, dass die Ausgaben nicht nur auf die Frontier Minilabs begrenzt zu sein brauchen, sondern auch auf anderen Ausgabegeräten wie z. B. großformatigen Inkjetdruckern ausgeführt werden können.

Noritsu QSS-37HD

Bei Noritsu gibt es mit der QSS-37HD-Serie Maschinen, die Bilder in einer noch höheren Auflösung und feineren Farbabstufung produzieren als die Vorgänger. Das QSS-37HD arbeitet mit einem neu entwickelten Laserbelichter, mit dem man Bilder in einer bemerkenswerten Auflösung von 640 dpi scannen und vorscannen kann. Die dadurch entstehenden Dateien enthalten fünfmal soviel Pixel wie vergleichbare Dateien bisheriger Minilabs. Eine Besonderheit des Gerätes ist die automatische Ver-

Das neue QSS-37HD von Noritsu arbeitet mit bis zu 640 dpi.



arbeitung von RAW-Bilddaten ohne ein spezielles zusätzliches Verfahren. Das bedeutet, dass Aufträge mit RAW-Bilddateien genauso einfach verarbeitet werden können wie andere Aufträge, denn RAW-Bilddaten werden vom QSS-37HD automatisch in DNG-Dateiformate umgewandelt und anschließend mit der AccuSmart-Bildverarbeitungstechnologie von Noritsu verbessert.

Auch der ins Minilab integrierte EZ-Controller optimiert die Produktion. Er kümmert sich um alles, vom Auftragsmanagement bis zu den Farbkorrekturen einzelner Bilder. Dank EZLAB unterstützt die QSS-37HD-Serie eine Vielzahl von Netzwerken. EZLAB ist eine Lösung für die Nutzung mehrerer Printer und/oder mehrerer Computer in einem Netzwerk. Mit ihr ist es möglich, alle Auftragsdaten in einem Netzwerk parallel zu verwalten. Das vielseitige Netzwerksystem deckt die unterschiedlichen Anforderungen der Einzelhandelsgeschäfte, Fotostudios und Labors ab.

Die benutzerfreundliche Bildverarbeitungstechnologie liefert zusammen mit den vielfältigen Sonderfunktionen der QSS-37HD hochwertige Fotos, die alle Kunden unabhängig vom individuellen Geschmack zufriedenstellen können.

Komplettlösungen der TIS Service GmbH

Mehrwert für Mi

Am 1. November feierte die TIS Service GmbH, Allmersbach i.T., ihr fünfjähriges Bestehen. In dieser Zeit hat sich der Minilab-Spezialist mit einem innovativen Service-Konzept schnell einen Namen gemacht. Inzwischen bietet das Unternehmen Komplettlösungen für Bilddienstleistungen im Fotofachhandel an, die bis zur vollautomatischen Herstellung von Fotobüchern auf echtem Fotopapier reichen.

Der schnelle Erfolg der TIS Service GmbH (die Abkürzung steht für Top In Service) unter Führung ihres Gründers und Geschäftsführers Bernd Braun basierte zunächst auf einer guten

Idee: Tauschen statt Reparieren. Von Anfang an sah das innovative Service-Konzept des Unternehmens vor, defekte Baugruppen eines Minilabs vor Ort beim Kunden komplett zu ersetzen und damit reparaturbedingte Standzeiten bei den Kunden drastisch zu reduzieren. Das klingt einfacher als es ist. Denn zu diesem Zweck müssen die Baugruppen zum einen beim Dienstleister vorrätig sein, und zum anderen schnell zum Kunden gebracht werden. Genau dafür hat die TIS Service GmbH mit der Errichtung einer 3.500 Quadratmeter großen Betriebsstätte mit Logistik-Zentrum und der Etablierung eines kompetenten Spezialisten-Teams die Voraussetzungen geschaffen. „Wir wissen, dass der Erfolg des Geschäfts mit Bilddienstleistungen im Fotohandel entscheidend davon abhängt, dass Minilabs und Kiosks störungsfrei lau-

fen“, erklärt Bernd Braun, der 25 Jahre Erfahrung im Servicegeschäft hat. „Deshalb lag es nahe, auf den schnellen Austausch kompletter Baugruppen zu setzen, anstatt diese zeitaufwendig vor Ort zu reparieren.“ Repariert werden sie vielmehr in der modernen Werkstätte in Allmersbach und gelangen von dort wieder in den Kreislauf. Zum Dienstleistungsumfang gehört auch die Fernwartung der Geräte über Remote Diagnosis mit sofortiger Fehlererkennung. „Auf diese Weise wird den Kunden nicht nur besonders schnell geholfen, sondern es werden auch Kosten gespart“, betont Braun. „Denn dadurch werden oft unnötige Service-Einsätze vor Ort vermieden.“

Um die Kosten für die Kunden kalkulierbar zu halten, bietet die TIS Service GmbH Service-Vereinbarungen in verschiedenen Stufen von „Small“ für die Basis-Dienstleistungen über „Medium“, „Large“ bis zum Rundum-Sorglos-Paket „XLarge“ an.

Die TIS Service GmbH bietet nicht nur Dienstleistungen für Minilabs der Fabrikate Agfa, Gretag, Kis, Kodak und SMI an, sondern seit 2007 auch die Reparatur sowie Hardware Upgrades von digitalen Kiosksystemen; dazu gehört z.B. die Aufrüstung der Kodak Foto Terminal Generation G3 mit einem DVD Laufwerk inklusive einer Speichererweiterung sowie dem Prozessortausch und der Installation einer schnelleren Festplatte. Eine besondere Stärke des Unternehmens liegt in der professionellen Vernetzung von Kiosks und Minilabs (z. B.



Firmengründer Bernd Braun (2. v. l.) kann sich auf ein kompetentes und kundenorientiert arbeitendes Team verlassen.

nilabs

Kis-System 80, 88, 89 und DKS750, Noritsu, Gretag und SMI), sowohl innerhalb eines Geschäfts als auch über mehrere Filialen hinweg. Zudem steht das Unternehmen seinen Kunden nicht nur mit technischen Dienstleistungen, sondern auch mit der Entwicklung kompletter Geschäfts- und Marketingmodelle für die Herstellung und den Vertrieb von Bildprodukten im Fotohandel zur Seite. Darüber hinaus hat die TIS Service GmbH eigene Produkte entwickelt, z. B. einen Picture CD Spender direkt am Fototerminal und einen Monitor Sichtschutz, der gewährleistet, dass die Privatsphäre des Kunden beim Umgang mit seinen persönlichen Bildern am Fototerminal nicht verletzt wird. „Untersuchungen haben gezeigt, dass auf diese Weise die bei vielen Kunden vorhandene Hemmschwelle, persönliche Bilder bzw. Bildprodukte in der Öffentlichkeit zu bestellen, deutlich gesenkt werden kann“, erläutert Braun.

Modernes Demo-Center

„Unsere Beratung beginnt im Geschäft des Kunden“, betont Braun. „Dort analysieren wir die besonderen Stärken und die Kundenstruktur des jeweiligen Händlers und erstellen einen individuellen Geschäftsplan, für den wir dann alle notwendigen Geräte und Systeme sowie auf Wunsch auch Ladenbauelemente anbieten.“ Die Ausbildung der Mitarbeiter kann dann im firmeneigenen Demo- und Trainings-Center erfolgen, das die TIS Service GmbH an ihrem Firmensitz

eingrichtet und mit einem modernen Geräte-Park ausgestattet hat. Trainee Heike Fieseler kennt sich in der Praxis des Bildergeschäfts bestens aus, denn sie verfügt über langjährige Erfahrung als Fotolaborantin in den Bereichen Qualitätssicherung, Papier und Chemie. In der TIS Trainings-Offensive 2011 können die Kunden zwischen den Modulen „Vision Day“ oder „Picture Days“ wählen. „In jedem Fall geht es darum, vorhandene Potentiale in den Mitarbeitern zu aktivieren und Stärken weiterzuentwickeln“, macht Braun deutlich. Einzelheiten zu den Trainings (und allen Produkten der TIS Service GmbH) gibt es auf der Homepage des Unternehmens unter www.tis-service.de.

Fotobüchern – die nunmehr dritte Generation der erfolgreichen DKS Minilabs, die mit ihrem einzigartigen LED-LCD-Belichtungssystem auf der PMA mehrfach den begehrten DIMA-Award für beste Printqualität gewonnen haben. „Die Kis DKS Minilabs bieten ein besonders gutes Preis-/Leistungsverhältnis“, betont Braun. „Zum Preis eines handelsüblichen Dry-Labs erhält der Kunde heute ein komplettes digitales Minilab, mit dem er eine Vielzahl von unterschiedlichen Bildformaten und wertschöpfungsstarken Bildprodukten auf echtem Fotopapier in bester Fotoqualität anbieten kann. Gerade für den Fotofachhandel ist die echte Fotoqualität ein hervorragendes Argument, um

In der 3.500 Quadratmeter großen Betriebsstätte mit Logistik-Zentrum gibt es ein großes Ersatzteillager.



Lösungen von Kis

Seit 2009 ist TIS Service GmbH offizieller Deutschland-Distributor von Minilab- und Kiosk-Systemen des französischen Herstellers Kis. Zu dessen Produktpalette gehört neben Kiosk-Systemen – neuerdings auch zur vollautomatischen Herstellung von

sich von anderen Anbietern zu unterscheiden, die vornehmlich auf digitale Druckverfahren setzen. Denn die Qualität von echtem Fotopapier ist immer noch der entscheidende Maßstab im Bildergeschäft. Das gilt übrigens nicht nur für Prints, sondern auch für wertschöpfungsstarke Bildprodukte wie Grußkarten, Fotobücher und Mehrwert-Produkte. Auch Industriekunden nutzen Fotobücher immer häufiger für Firmenpräsentationen in echter Fotoqualität.“ Deshalb bietet TIS auch individualisierte Bestell-Soft-



Auf Wunsch berät die Tis Service GmbH bei der Gestaltung des Geschäfts und bietet entsprechende Ladenbauelemente an.

warelösungen an, die Minilab-Betreiber ihren Kunden online oder auf CD zur Verfügung stellen können. „Diese Software ist ein hervorragendes Instrument zur Kundenbindung, denn sie kann ausschließlich zur Bestellung beim ausgehenden Minilab-Betreiber verwendet werden“, erklärt Braun.

Die TIS Service GmbH hält für die Kaufinteressenten dieser Maschinen sehr interessante Miet-, Leasing- und Kaufmodelle bereit. Altgeräte werden selbstverständlich in den Angeboten

berücksichtigt, denn Recycling spart Energie und schont die Umwelt.

Neu: Photobook Builder

Die bislang zeit- und personalaufwendige Herstellung von Fotobüchern direkt im Geschäft ist seit der photokina auch vollautomatisch möglich – und zwar mit dem Photobook Builder von Kis, der mit jedem digitalen Minilab betrieben werden kann. „Dieser Automat macht es extrem einfach, Fotobücher auf echtem Fotopapier direkt im Geschäft herzustellen“, erklärt Braun. „Zudem kann der Photobook Builder auch gefaltete Grußkarten mit einer Geschwindigkeit von bis zu 52 Stück/Stunde in der Stapelverarbeitung produzieren.“

Dabei erfordert das einzigartige Gerät praktisch keinen zusätzlichen Personaleinsatz. Wenn die Fotobuchseiten (Format 14,5 x 20 cm) mit dem Minilab ausbelichtet sind, wird der Stapel einfach in den Photobook Builder eingelegt und der Auftrag gestartet. Je nach Umfang (10 bis 30 Seiten) dauert es 2 bis 5 Minuten, bis

das fertig gebundene Fotobuch ausgeworfen wird. Dann kann es dem

Kunden direkt über die Bildertheke gereicht werden.

„Der Photobook Builder ist tatsächlich eine Revolution für das schnelle Bildergeschäft im Fotohandel“, erklärt Braun. „Denn er ermöglicht eine besonders hohe Wertschöpfung auf ganz unkomplizierte Weise. Außer ein wenig Klebstoff von der Rolle ist kein weiterer Materialeinsatz notwendig, um aus den belichteten Fotopapier-Seiten ein komplettes Fotobuch herzustellen – und das in einer Qualität, die deutlich höher ist als der meistens übliche Digitaldruck.“

Kein Wunder, dass sich die Verantwortlichen bei der TIS Service GmbH gerade vom Photobook Builder ein weiteres Kapitel in der Erfolgsgeschichte des Unternehmens versprechen. Denn fünf Jahre nach seiner Gründung zählt das Unternehmen nicht weniger als 2.400 Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu seinem Portfolio. Und die Zahl der inzwischen 31 Mitarbeiter wird in 2011 kurzfristig weiter aufgestockt werden.



Die dritte Generation der Kis DKS Minilabs bietet ein besonders gutes Preis-/Leistungsverhältnis.



Der neue Kis Photobook Builder stellt vollautomatisch Fotobücher und Grußkarten aus echtem Fotopapier her.

S+M Rehberg vertreibt Produkte von jill-e

Fototaschen für Frauen

Nicht erst seit der Einführung der kompakten spiegellosen Systemkameras – aber doch dadurch beeinflusst – steigt die Zahl der Frauen, die mit Systemkameras fotografieren. Sie fanden aber im breiten Angebot von Fototaschen kaum Produkte, die den spezifisch weiblichen Bedürfnissen entsprachen. Das soll sich jetzt mit den Produkten aus dem Hause des vor zwei Jahren gegründeten US-Unternehmens jill-e designs ändern.

In Deutschland exklusiv von der S+M Rehberg GmbH, Hamburg, vertrieben, fallen die jill-e Taschen durch ihr schickes und für Fototaschen ungewöhnliches Äußeres auf. Modische Applikationen und verspielte Muster treffen den derzeiti-



Einige Beispiele aus der US-Kollektion von jill-e. Ob diese Modelle auch in Deutschland zu haben sein werden, stand bei Redaktionsschluss nicht fest.

gen Trend auf den Punkt. Die eleganten Taschen sind aus hochwertigem Leder gefertigt, bieten eine außergewöhnliche Haptik und sind vielseitig einsetzbar. Ob Freizeit, Business, Stadtbummel oder Opernbesuch – im Sortiment der jill-e Taschen finden Frauen das passende Produkt für jede Gelegenheit. Und für die Nutzerinnen, die es sportlicher mögen, stehen Taschen aus widerstandsfähigem Segeltuch bereit.

jill-e Taschen gibt es auch in unterschiedlichen Uni-Farben: vom klassischen Schwarz oder eleganten Rot über zeitloses Crème bis zum modischen Mocca. Für junge und jung gebliebene Fotografinnen hat jill-e die Serie Beans mit trendigen Farben und verspielten Accessoires im Programm.

Aber die Taschen des US-amerikanischen Herstellers überzeugen nicht nur durch ihr Äußeres, sondern halten

auch innen das, was von einer guten Fototasche erwartet wird. Eine gepolsterte Inneneinteilung mit verstellbaren und ebenfalls gepolsterten Trennwänden schützt die Ausrüstung vor Beschädigung, und das wasserabweisende Material der Tasche hält auch kräftigen Regenschauern stand.

Abgerundet wird die Ausstattung durch zahlreiche Innen- und Außentaschen für Zubehör oder Dinge des persönlichen Bedarfs, die „Frau“ braucht oder mit sich herumträgt. „Die Taschen werden mit Sicherheit neidische Blicke auf sich ziehen, aber bestimmt nicht von Langfingern. Denn die Taschen sehen nicht aus wie Fototaschen und lassen somit auch keine Rückschlüsse auf den wertvollen Inhalt zu“, sagt Sabine Rehberg.

jill-e Taschen werden in verschiedenen Ausführungen und Größen angeboten – von der Kompaktkameratasche bis zum Modell für komplette Systemkamera-Ausrüstungen.

jill-e designs

Gründerin und Präsidentin des Unternehmens ist Jill Wight. Vor kurzem hat jill-e designs seinen Firmensitz von Rochester, US-Bundesstaat New York, nach Orlando, Florida, USA, verlegt. Weitere Infos gibt es unter www.jill-e.com.

Neuheiten

Neues Profilux Eco Blitzsystem bei Multiblitz

Multiblitz hat mit dem Profilux Eco System einen seiner Klassiker neu aufgelegt: Als Nachfolger des Profilux Classic positioniert sich das in Köln entwickelte und produzierte Profilux Eco als Bindeglied zwischen den Systemen Compact Plus – das auf die Bedürfnisse von ambitionierten Hobby-



Fotografen ausgelegt ist – und der Profi-Variante Profilux Plus. Das neue Kompaktblitzgerät ist mit top-aktueller Technik ausgestattet. Es basiert auf der Technologie und Bedienoberfläche des Profilux Plus, das 2010 als bestes Blitzsystem auf dem Markt mit dem TIPA Award ausgezeichnet wurde. Preislich ist das neue Profilux Eco sogar günstiger als die Profilux Classic Ausführung und bietet darüber hinaus eine bessere Ausstattung.

Kata bringt 22 Neuheiten in drei Kollektionen

Kata hat das Sortiment der D-Light-, Pro-Light- und Ultra-Light-Kollektion um weitere Rucksäcke, Halfter und Torso-Taschen ausgebaut und insgesamt 22 neue Modelle auf den Markt gebracht. Mit verschiedenen Taschenarten und



Kata
Bug 255

Ausführungen innerhalb der Kollektionen will Kata den unterschiedlichsten Ansprüchen gerecht werden. Neu im Sortiment sind die kompakten Halftertaschen, die wahlweise mit Schultergurt getragen oder am Gürtel befestigt werden können. Kata bietet neun Modelle in verschiedenen Ausführungen ab 32,90 Euro*. Neben den Halftern bringt Kata auch Torso-Taschen auf den Markt. Diese können nicht nur auf dem Rücken, sondern auch komfortabel vor dem Körper getragen werden, so dass die Kamera auch bei Schnappschüssen schnell zur Hand ist. Darüber hinaus schützt das Tragen auf der Vorderseite vor Diebstahl. Die neue LighTri-Serie bietet Modelle innerhalb aller drei Kollektionen ab 49,90 Euro*.

Weiterhin hat der Taschenspezialist fünf neue Rucksäcke im Programm. Darunter findet sich auch der Nachfolger der GDC R-Serie: das Modell Bug mit seinem speziellen Schnellzugriffssystem. Eine kleine Klappe auf der Vorderseite ermöglicht direkten Zugriff auf das Kamerafach, ohne den gesamten Rucksack öffnen zu müssen. Über eine zweite größere Reißverschlussöffnung wird das gesamte Hauptfach und somit auch das Zubehör zugänglich. Als Ultra-Light-Modell ist dieser Rucksack auf Basis neuester Technik die High-End-Lösung im Produktportfolio. Er ist für 419,90 Euro* zu haben. Weitere Modellvarianten werden zu niedrigeren Preisen angeboten (*unverbindliche Verkaufspreisempfehlung)

Der Varta-Führer 2011

Anfang Oktober ist die mittlerweile 54. Auflage des renommierten Varta-Führers mit mehr als 8.300 empfohlenen Hotels und Restaurants in Deutschland, Österreich und Südtirol erschienen. Insgesamt 5.024 Hotels und 2.516 Restaurants in Deutschland wurden von den kritischen Experten unter die Lupe genommen, geprüft, kommentiert und bewertet. Dabei hat sich das Redaktionsteam bemüht, ein weitgehend flächendeckendes Angebot der besten Adressen in allen Kategorien und Preisklassen zusammenzustellen.



Insgesamt haben die Tester das Resümee gezogen, dass insbesondere die Restaurants eine konstant hohe Küchenleistung bieten. Im aktuellen Varta-Führer erhalten 23 Hotels und zwölf Restaurants die Höchstbewertung von fünf „Varta-Diamanten“, 716 außergewöhnliche Häuser können sich über mindestens einen „Varta-Tipp“ freuen. Dieser Varta-Tipp wird in den Kategorien Küche, Service und Ambiente vergeben, wobei 52 Hotels und Restaurants die begehrte Auszeichnung zum ersten Mal erhalten haben. Bei den von den Varta-Experten empfohlenen Häusern handelt es sich aber nicht nur um Betriebe der Spitzengastronomie und -hotellerie, sondern gleichermaßen um Hotels und Restaurants im immer beliebteren Low-Budget-Segment. 618 Hotels und 158 Restaurants sind in der Kategorie „Gut & Günstig“ eingestuft worden. Neu in dieser Ausgabe des Varta-Führers ist das als Special gestaltete Thema „Winzer und Weine in Deutschland“, in dem zehn ausgewählte deutsche Weingüter präsentiert werden.

Im alphabetisch nach Orten gegliederten Hauptteil findet der Reisende zahlreiche und häufig bebilderte Informationen über die aufgeführten Häuser. Hier ist alles Wissenswerte von der Anschrift über die Varta-Bewertung bis zu Ausstattungsmerkmalen und Kurzbeschreibungen aufgeführt.

Der Varta-Führer 2011, www.varta-guide.de, Hotels & Restaurants in Deutschland, Österreich und Südtirol. Mehr als 8.000 Betriebe getestet und bewertet. Mit umfangreicher Reisekarte und den wichtigsten Cityplänen. Hrgb. Varta-Führer GmbH, Mairdumont Verlag, Ostfildern 2010, 1.350 Seiten, ISBN 978-3-8297-3533-9, 29,95 Euro.

Chip macht's lieber ohne

Die Kollegen von Chip Foto-Video digital lieben es leicht – jedenfalls in der Januar-Ausgabe ihres Magazins, die bereits Ende November fertig war. Beim Aufschlagen des wie stets gewichtigen und professionell gestalteten Heftes gibt es Anlass zum Staunen: Einer doppelseitigen Anzeige für eine Nikon Systemkamera folgt auf dem Fuße der Leitartikel mit der Überschrift: „Mehrere Objektive? Viel zu lästig!“

Chefredakteur Florian Schuster plädiert vehement für das Reisen mit „kleinem Gepäck“ und kommt zu dem Schluss: Eine große Fototasche für Systemkameras und mehrere Objektive? Besser nicht! Immerhin hat er nach eigenem Bekunden für seinen Trip nach New York noch zwei Linsen für seine Nikon D300S im Gepäck gehabt, ein Ultraweitwinkel und ein 18–105 mm Zoom.

Kollege Mario Wüstenberg ging noch einen Schritt weiter und machte sich mit einem einzigen Objektiv (Tokina 11–16 mm) auf Städtetour. Seine in derselben Ausgabe veröffentlichten Bilder beweisen nach Einschätzung von

Schuster, „dass nicht unbedingt mehrere Objektive nötig sind“.

Der Fotohandel sollte dies beherzigen: Raus mit dem ganzen Optik-Gerümpel aus den Regalen und hinein in den fotografischen Minimalismus! Warum dann eigentlich noch Systemkameras? Ebenfalls raus damit! Schließlich tut es eine mehr oder weniger gute Kompaktkamera (möglichst mit kleinem oder gar keinem Zoom) auch. Auf das bisschen Umsatz mit den teuren Kameras und Objektiven werden Sie – zur im wahrsten Sinne des Wortes Entlastung Ihrer Kunden – doch wohl verzichten können.

imaging+foto-contact hat noch einen weiteren Vorschlag zur allgemeinen Erleichterung: weniger Seiten bei Chip Foto-Video digital! Denn das 124seitige Heft ist mit 312 Gramm viel zu dick und zu schwer. Vier Seiten hätten es doch auch getan: zum Beispiel auf Seite 1 der Titel, dann die Nikon Doppelseite und zum Schluss ein kluges Editorial: Chip Foto-Video digital lesen? Viel zu lästig!

Wichtiges aus worldofphoto.de

Carl Zeiss sucht historische Ferngläser und Zielfernrohre

Carl Zeiss sucht sein ältestes Fernglas und Jagd-Zielfernrohr und startet dazu einen Wettbewerb, bei dem es ein modernes Fernglas zu gewinnen gibt. Jeder, der ein Zeiss Fernglas und Jagd-Zielfernrohr besitzt, das 100 Jahre oder älter sein sollte, kann an dem Wettbewerb teilnehmen. Für die Teilnahme reichen Fotos vom Produkt aus; auf einem sollte die Numerierung und beim Zielfernrohr zusätzlich die Bezeichnung GZ erkennbar sein. Ausschließlich Bildnachweise mit den Kontaktdaten des Einsenders können unter dem Stichwort „Fernoptik gesucht“ direkt per E-Mail an info.sportsoptics@zeiss.de oder auf dem Postweg an die Carl Zeiss Sports Optics eingesendet werden. Für eventuell eingesandte Ferngläser und Zielfernrohre wird keine Haftung übernom-

men. Die Einsender mit den ältesten Produkten wird Carl Zeiss um Ausleihe bitten, da das Unternehmen die Ferngläser und Zielloptiken auf verschiedenen Veranstaltungen ausstellen möchte. Der Rechtsweg ist ausge-



schlossen. Der Wettbewerb läuft bis zum 28. Februar 2011. Unter allen Einsendungen wird ein Fernglas Victory 8 x 32 T* FL verlost. Der Besitzer der ältesten Fernoptik erhält eine persönliche

Einladung zu einem Besuch und einer Werksführung bei Carl Zeiss in Wetzlar, wo Ferngläser und Zielfernrohre der Marke Zeiss entwickelt und gefertigt werden. Weitere Informationen unter www.zeiss.de/fernoptikgesucht.

Firmware Update für die Rollei Compactline 390 SE

Rollei hat für die Digitalkamera Compactline 390 SE eine neue Firmware aufgelegt. Diese steht ab sofort als kostenloser Download unter www.rollei.com bereit. Rolleis 14-Megapixel Kamera Compactline 390 SE ist mit einem 2,7 Zoll großen LC-Display und einem Fünffach-Zoom ausgestattet. Weitere Kennzeichen der Kamera sind der optische Bildstabilisator, HD-Auflösung (1.280 x 720) bei Videoaufnahmen sowie die PanCapture Panoramafunktion. Anlässlich des 90jährigen Bestehens der Marke präsentiert Rollei die Compactline 390 SE als Jubiläumsedition in Kombination mit einer Ledertasche im Nostalgie-Look, einem Ersatzakku und einer 1 GB SD-Karte.

Täglich neue Branchen-Nachrichten: www.worldofphoto.de

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

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 Jungkuz
 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



„Gibt es heute noch Helden? Für mich schon. Alle, die sich für Arme einsetzen.“
 Tanja Mairhofer, Moderatorin

Werden Sie ein Held!
www.misereor50.de

Mit Zorn und Zärtlichkeit an der Seite der Armen

50 MISEREOR
 IHR HILFSWERK

Foto-Aktienkurse

		25.11.2010	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	4.010	3.760	3.180	4.520
Casio	YEN	624	597	525	758
CeWe Color	EUR	33,64	28,25	21,69	33,60
Du Pont	USD	47,08	45,98	31,02	48,58
Eastman Kodak	USD	4,84	3,96	2,87	9,08
Fujifilm	YEN	2.839	2.759	2.285	3.345
Hewlett-Packard	USD	43,75	42,83	37,97	54,75
Hitachi	YEN	402	351	227	424
Imation	USD	9,68	10,34	7,95	12,59
Jenoptik	EUR	5,26	4,39	3,70	5,49
Leica	EUR	12,80	13,70	6,00	14,00
Metro	EUR	55,65	48,14	37,28	55,48
Olympus	YEN	2.402	2.208	2.004	3.100
Samsung	KRW	845.000	745.000	39.500	875.000
Seiko Epson	YEN	1.386	1.278	1.052	1.715
Sharp	YEN	812	831	748	1.260
Sony	YEN	2.894	2.675	2.250	3.645
Spector	EUR	0,66	0,66	0,58	0,90
Toshiba	YEN	423	417	380	556

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

Kaufe Fotoausrüstungen Leica, Contarex, Rolleiflex, Hasselblad, Sinar etc. Bitte alles anbieten! Rufe auch gerne zurück: 01704700028 oder email an leicasammler@web.de

Anzeigenschluss für Kleinanzeigen

in der Ausgabe 1-2/2011 ist der 18. Januar 2011.
 Senden Sie uns einfach ein Fax an: 0 21 02 / 20 27 90

Inserenten-Verzeichnis

Casio	7	Pentax	13
Cewe	11	Promaxx	35
DGH	29	Panasonic	2. U.
Fotofix	33	Samsung	4. U.
General Imaging	27	Kleinanzeigen	44 – 45
Business Forum Imaging	25		

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

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

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
 Postfach 12 29, 40832 Ratingen,
 Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
 Telefon: 0 21 02/20 27-0
 Telefax: 0 21 02/20 27-90
 Online: <http://www.worl dofphoto.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

6Sight Konferenz: Forum für Ideen

Mit guter Beteiligung hat die 6Sight Konferenz am 16. und 17. November in San Jose, Kalifornien, USA, ein interessantes Forum für Ideen geboten. Bereits am Vortag diskutierten zahlreiche Teilnehmer auf der Konferenz der Association of Imaging Executives (AIE) aktuelle Marktentwicklungen. Dabei standen Veränderungen im Verbraucherverhalten im Mittelpunkt; sie drücken sich insbesondere durch die immer häufigere Nutzung in sozialen Netzwerken aus.

„Erweiterte Realität“. Die 6Sight Konferenz selbst bot einen interessanten Einblick in zahlreiche neue Konzepte und Technologien. Die „erweiterte Realität“ oder Augmented Reality, bei der beispielsweise Bildern automatisch Informationen oder virtuelle Elemente hinzugefügt wurden, findet bereits heute zahlreiche Anwendungen in der Medizin, Konstruktion und Verkaufsförderung. So können einem Mechaniker auf einem

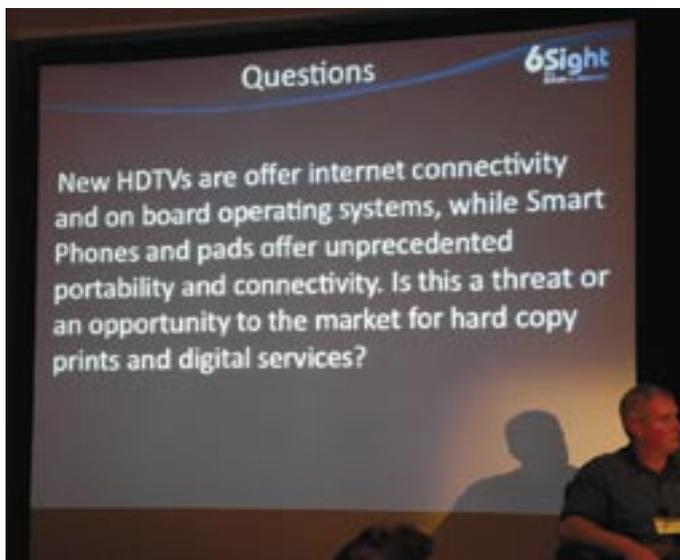
Bildschirm die notwendigen Handgriffe für die Reparatur angezeigt werden oder Bilder von Möbelstücken in Aufnahmen des Zimmers integriert werden, in dem sie aufgestellt werden sollen. Eine Anwendung aus dem Bildergeschäft besteht zum Beispiel darin, auf dem Bildschirm Fotogeschenke mit den Originalaufnahmen des Kunden zu zeigen. Weitere Anwendungen für die Foto- und Imagingbranche zeichneten sich auf der Konferenz nicht ab.

Neue Technologien. Neben aktuellen Marktentwicklungen im Kamera- und Camcorder-Geschäft und den neuesten Trends bei Kamerahandys wurden verschiedene neue Technologien präsentiert; die Palette reichte von Sensor-Chips über Software zur Bildbearbeitung und Verbesserung bis zu neuartigen 3D-Aufnahme-Verfahren und -Bildprodukten.

„Franken-Kamera“. Ein besonderer Höhepunkt war ein Vortrag von Professor Marc Levoy von der Stanford University. Er stellte das Konzept der „Franken-Kamera“ vor: Dabei handelt es sich um

ein vollkommen neues Kamera-Konzept, bei dem die wichtigsten Leistungsmerkmale vor allem durch die Software erzeugt werden. Die Voraussetzung dafür wären „offene“ Kamerasysteme, die den Einsatz von Apps erlauben, um spezielle Aufnahme-Verfahren oder auch Archivierungsmöglichkeiten für die Bilder zu ermöglichen. Dieser Ansatz sorgte für viel Diskussionsstoff, denn die Kamera-Industrie sperrt sich gegen solche Ideen, während Fotohandys bekanntlich bereits heute mit Apps auf- und umgerüstet werden können. Dafür wurden auf der 6Sight Konferenz mehrere faszinierende Software-Ideen, die bereits heute verfügbar sind, vorgestellt. Sie ermöglichen beispielsweise die nachträgliche Festlegung der Schärfe oder Aufnahmen bei extrem schlechten Lichtverhältnissen oder 360° Panoramabilder.

Die nächste 6Sight Konferenz findet vom 20. bis 22. Juni 2011 wieder in San Jose, Kalifornien, statt.



Die steigende Bedeutung von Apps und die Effekte der zunehmenden Internet-Anbindung von Fernsehgeräten auf den Imaging-Markt waren wichtige Themen auf der 6Sight Konferenz.

F. George Olsen zum COO ernannt

Die PMA hat ihren bisherigen Finanzchef F. George Olsen zum Chief Operating Officer (COO) ernannt. Olsen wird dieses Amt parallel zu seiner Tätigkeit als Chief Financial Officer (CFO) ausüben. „George Olsen gehört der PMA seit über 25 Jahren an und hatte in dieser Zeit die unterschiedlichsten Funktionen inne“, sagte Ted Fox, Executive Director der PMA. „Der Verband hat vor kurzem eine Reihe interner Abläufe optimiert, um die Kommunikation mit den Mitgliedern zu verbessern und schneller auf Veränderungen in der Imagingbranche reagieren zu können. In seiner neuen Position wird Olsen sich dafür einsetzen, die angestrebten Ziele zu erreichen.“ Und Olsen meinte: „Die PMA hat in den vergangenen Monaten eine schlanke und flexible Organisationsstruktur geschaffen, die ihr Kapital aus Wachstumschancen in der Branche und kürzeren Reaktionszeiten ziehen wird. Unsere Antriebskraft für die Zukunft ist, kontinuierlich den Wert einer PMA-Mitgliedschaft zu erhöhen.“

PMA Round Table in Düsseldorf

Nach der erfolgreichen Premiere am 8. Juni in Köln hatte das PMA Büro für Europa am 24. November zum 2. PMA Round Table nach Düsseldorf eingeladen. Direktorin Karen Petersen-Gyöngyösi begrüßte mehrere Fachhändler und Fotodienstleister, die sich vor allem über die Ergebnisse der photokina austauschten. Dabei flossen auch Erkenntnisse aus der 6Sight Konferenz ein (siehe links).

Diskutiert wurde unter anderem die Frage, wie die auf der photokina sichtbar gewordene Vielfalt den Konsumenten vermittelt werden könnte. Dabei wurde zum einen erwähnt, dass nach der Digitalisierung der Fotografie in den klassischen Medien deutlich weniger für das Fotografieren geworben wird als früher,



Karen Petersen-Gyöngyösi, Direktorin des PMA Büros für Europa (2. v. r.) begrüßte in Düsseldorf zum 2. PMA Round Table (v. l.) Martin Wagner (Ringfoto), Wolfgang Abendroth (Cewe Color), Rainer Schorcht (Foto Schorcht), Thomas Blömer (imaging+foto-contact), Birthe Erhardt (Foto Erhardt), Andreas Leistenschneider (Foto Leistenschneider) und Jürgen Schuster (Boys & Girls Fotografie).

denn die Aktivitäten der großen Filmhersteller fehlen. Andererseits ist das Internet zu einer wichtigen Informationsquelle für die Konsumenten geworden. Ein wesentlicher Teil der Gespräche drehte sich um neue Technologien, die in den kommenden Jahren das Verhältnis zwischen Digitalkameras und Mobiltelefonen mit Kameramodul neu definieren könnten. Denn den von Natur aus netzwerkfähigen Mobiltelefonen stehen Digitalkameras als geschlossene Systeme gegenüber. Da in den nächsten Jahren mit immer besseren Kamerahandys zu rechnen ist und die Nutzung von Bildern im Internet nicht zuletzt durch die wachsende Internetfähigkeit von Fernsehgeräten deutlich zunehmen wird, könnten sich spürbare Auswirkungen auf die Nachfrage nach Kompaktkameras ergeben, wenn die Hersteller die Netzwerkfähigkeit ihrer Modelle nicht deutlich ausbauen und Möglichkeiten zur individuellen Nutzung der Kameras durch Apps schaffen.

Das gerade angelaufene Weihnachtsgeschäft wurde von den anwesenden Händlern als positiv bewertet. Lediglich Lieferengpässe wichtiger Hersteller machten den Anwesenden Sorgen. Der nächste PMA Round Table für den Fotohandel ist unmittelbar vor Beginn

des Business Forums Imaging Cologne am 28. Februar in Köln geplant. Informationen über die Möglichkeit der Teilnahme gibt es bei Karen Petersen-Gyöngyösi, PMA Büro für Europa, Telefon 0176-62463020, E-Mail: pmaeurope@pmai.org.

GoingPro Bootcamp Teil der PMA 2011

Die PMA hat drei der führenden Köpfe der US-amerikanischen Profifotografie – Scott Bourne, Skip Cohen und Tony Corbell – davon überzeugen können, ihr GoingPro Bootcamp im Rahmen der PMA 2011 zu veranstalten. Das GoingPro Bootcamp gehört den zu renommiertesten Marketingveranstaltungen der Imagingbranche und ergänzt am 10. und 11. September 2011 das Schulungs- und Weiterbildungsprogramm der PMA Convention in Las Vegas, Nevada, USA. „In Verbindung mit der Photoshop World zu Beginn der Convention und unserem sehr ambitionierten übrigen Programm wird die PMA 2011 eine perfekte Gelegenheit für angehende und gestandene Fotografen sein, ihr eigenes Geschäft auf- und auszubauen“, erklärte Skip Cohen, President, International Marketing Essentials, bei der PMA.

MIT DER I-GENERATION IN EINE NEUE ÄRA DER FOTOGRAFIE



INNOVATIONEN

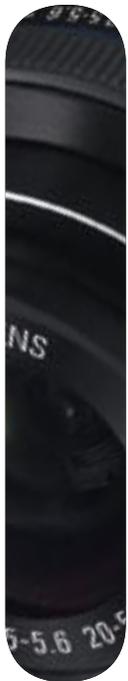
versetzen den Menschen in die Lage, revolutionär neue Produkte zu entwickeln. Eine neue Ära steht an. Teilten sich die Welt der Fotos bislang Digital- und Spiegelreflexkameras, sorgt nun eine zukunftsweisende Generation für Aufsehen: Systemkameras wie die Samsung NX100. Sie sind stylisch, handlich und verfügen über die Sensorqualität von Spiegelreflexkameras.



NX100

**DIE KAMERAGENERATION VON MORGEN
FÜR FOTOPROFIS UND EINSTEIGER.**

- Inkl. 20-50 mm i-Function-Objektiv
- CMOS-Sensor im APS-C-Format
- 14,6 Millionen Pixel
- 7,6 cm (3,0 Zoll) AMOLED-Display
- Videos in HD-Qualität
- Speichermöglichkeit im RAW-Format
- Volle manuelle Steuerung A/S/M



INTUITION

wiederum ist die Fähigkeit, automatisch die richtige Entscheidung zu treffen, um so immer bereit zu sein, den Augenblick einzufangen. Durch das intuitive Bedienkonzept der NX100 wird der Blick frei auf den Kosmos fotografischer Perspektiven, der uns motiviert, das Leben neu zu sehen. Die NX100 lässt uns Aufnahmen kreieren, die die Welt nicht nur abbilden.

INSPIRATION ist das Grundelixier eines jeden Fotografen. Und er bekommt sie. Die NX100 haucht seiner Kreativität Leben ein und befähigt Fotografen, in immer neue Dimensionen der Fantasie vorzudringen.

I-FUNCTION

ist einzigartig. Die NX100 führt Profi- wie Amateurfotografen spielerisch leicht zum perfekten Bild. Mit i-Function wählt man die wichtigsten Bildparameter (z. B. Verschlusszeit, Blendenwert, Belichtungskorrektur und ISO-Empfindlichkeit) mit einer Hand direkt am Objektiv aus. Die Werte lassen sich am Display ablesen. Das Motiv bleibt immer im Blick.

◀ 10 ▶

1/2000 ▶

M F S EV ISO WB

iFn

◀ 2,8 ▶

16 ▶

www.samsung.de



SAMSUNG

TURN ON TOMORROW