

imaging + foto

1-2
2012

contact

Fachzeitschrift für die Fotobranche • www.worldofphoto.de

Samsung setzt auf WiFi

DIE NETZWERKER

CES-Glanzlicht:



Samsung ST200F



Samsung WB150F

Die Smart-Kamera Samsung WB850F



Samsung DV300F



Samsung QF20

BUSINESS
FORUM
IMAGING
COLOGNE
Trends · Innovations · Networking

BUSINESS FORUM IMAGING COLOGNE

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

„Memories are more...INTERACTIVE“

Programm und Anmeldeformular in dieser Ausgabe!

BUSINESS
FORUM
IMAGING
COLOGNE
Trends · Innovations · Networking

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

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by

photokina
world of imaging

„Memories are more . . . INTERACTIVE“

29. Februar – 1. März 2012 in Köln
Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
world of imaging

Der photokina Trend-Kongress

Jetzt anmelden!
Sonderkonditionen für den Fotohandel

Die Kamera der Zukunft Das Bildergeschäft der Zukunft

Am 29. Februar und 1. März 2012 präsentiert die photokina das dritte Business Forum Imaging Cologne im Congress-Centrum Nord der Koelnmesse.

Am 1. März mehrere Vorträge in deutscher Sprache. Simultanübersetzung in deutscher Sprache bei englischsprachigen Vorträgen.

Deshalb müssen Sie dabei sein:

Vortragsprogramm: Die amerikanische Designschmiede Artefact präsentiert das sensationelle Konzept der Kamera der Zukunft.

Für den Dienstleistungsbereich nehmen Manager von Internetfirmen wie Yahoo! und Blurb die kommerzielle Nutzung sozialer Netzwerke in den Blick.

Vertreter der Fotoindustrie zeigen handfeste Geschäftsmodelle für den Fotohandel.

Der Fotohandel selbst kommt ebenfalls zu Wort, unter anderem in einer Podiumsdiskussion.

Ein besonderes Highlight gibt es am 1. März: Der 17-jährige „New Media Enthusiast“ Philipp Riederle erklärt, wie die „Generation Facebook“ Bilder erlebt. Der Schüler kommt mit seinem Podcast „Mein iPhone und ich“ auf rund eine Million Abrufe pro Jahr. Als gefragter Referent erklärt er den Vorständen von Großkonzernen wie Audi, Bertelsmann, BMW, Deutsche Telekom und McDonalds, wie Jugendliche digitale Medien nutzen.

Sponsorenpräsentationen: In der Lobby werden innovative Imaging-Produkte und Dienstleistungen der Sponsoren präsentiert.

Networking: Am Abend des 29. Februar lädt die photokina zu einer Abendveranstaltung ein, bei der sich die Teilnehmer bei gutem Essen und gepflegten Getränken mit Kolleginnen und Kollegen austauschen und wichtige Lieferanten und Experten treffen können.

Gold-Sponsoren



Silber-Sponsoren



1. Tag, Mittwoch, 29. Februar 2012



Eröffnungsvortrag: Olen Ronning, Senior Designer, Artefact, Seattle



WVIL – Ein Konzept für die Zukunft der Fotografie

Die amerikanische Design-Schmiede Artefact, Seattle, WA., zählt Weltunternehmen wie Ebay, Google, HP, HTC, Lenovo, Microsoft und Panasonic zu ihren Kunden. Mit dem kabellosen Sucher- und Wechselobjektiv-System WVIL (Wireless Viewfinder Interchangeable Lens) hat Artefact ein innovatives Kamera-Konzept entwickelt, das die Vorteile digitaler Systemkameras mit dem Leistungsprofil mobiler Kommunikation verbindet.

Das einzigartige Konzept eröffnet völlig neue Möglichkeiten und basiert auf einer offenen Software-Plattform, so dass die Kamera jederzeit mit Apps an neue Anforderungen angepasst werden kann. WVIL ist ein Konzept, das einfache Bedienung und die Stärken moderner mobiler Geräte mit bester Bildqualität und Flexibilität verbindet. Ob dualer Stereo 3D Sensor, das Ultra-Weitwinkel-Panorama- oder 360° Party-Cam Objektiv – mit WVIL ist alles möglich.



Liz Cutting, Executive Director, Imaging Sector Consumer Technology, The NPD Group



Marion Knoche, Global Director, Imaging and Stationary, GfK Retail and Technology

Imaging Bestseller – mit oder ohne Netzwerke

Hier geht es um die neuesten Verkaufstrends bei Kameras, Smartphones und anderen Imaging-Produkten in Europa, den USA und der Welt. Die Referentinnen zeigen, welche Produktkategorien wachsen und welche abnehmen, diskutieren den Einfluss mobiler Geräte auf den Kamera-Umsatz und identifizieren die Bestseller von heute und morgen.



Darren Johnson, Regional Director und Vice President Retail Systems Solutions, Paper Output Systems and Film Capture EAMER, Eastman Kodak Company



Soziale Netzwerke und Fotografie – ein neues Paradigma

Die Art und Weise, wie die Konsumenten mit ihren Bildern umgehen, ändert sich rasant. Das starke Wachstum der sozialen Netzwerke bietet für Bilddienstleister große Chancen, auf neuen Wegen mit den Kunden in Kontakt zu kommen. Dazu ist es notwendig, sich auf die Veränderungen einzulassen und aktiv auf die Kunden zuzugehen. Mit aktuellen Daten stellt Johnson dar, wie Bilddienstleister in dieser neuen Welt erfolgreich sein können.



Jürgen Motz, Senior Expert Innovations Mail, Deutsche Post DHL



„Social Memories“ – so werden digitale Erinnerungen zum Buch

Mit der App „Social Memories“ bietet die Deutsche Post DHL eine neue Dienstleistung für Facebook-Nutzer an. Auf einzigartige Weise können Konsumenten ihre Facebook-Erlebnisse für immer bewahren: Aus Daten, Aktivitäten und Bildern aus Facebook wird ein ganz persönliches Buch, in dem digitale Erinnerungen in gedruckter Form für immer festgehalten sind.



Alexandra Gebhardt, Chief Social Media Strategist, Inside Media Networks, New York



Neues aus dem Netzwerk: Umsatz mit Innovationen

Wie in den Vorjahren bringt die amerikanische Netzwerk-Spezialistin die neuesten Imaging-Trends in sozialen Netzwerken mit nach Köln. Wie können Bilddienstleister und Fotohändler davon profitieren, dass immer mehr Konsumenten in sozialen Netzwerken mit Bildern kommunizieren? Diese Entwicklung bietet besondere Chancen für Unternehmer, die bereit sind, neue Wege zu gehen. Welche das sein können, zeigt Gebhardt anhand von Beispielen erfolgreicher Konzepte und populärer Apps, mit denen man das Vertrauen der Kunden für zukünftige Umsätze sichern kann.



Jim Lanahan, Senior Vice President, Mobile Story Group, Blurb



Stories. To go.

Die Blurb Mobile App ist eine Anwendung, die es möglich macht, persönliche Geschichten mit unterschiedlichen Medien wie Fotos, Videos, Tonaufnahmen und Text zu erzählen – mit Hilfe von iPhone oder iPad, Tumblr und YouTube. Seit der Einführung im Jahr 2011 haben mehrere Hunderttausend Menschen die kostenlose App heruntergeladen und genutzt, um zu jeder Zeit und von überall ihre Erlebnisse in multimediale Geschichten zu verwandeln und über Facebook, Twitter und E-Mail mit anderen Menschen zu teilen.



Mark Drasutis, Senior Director, EMEA Product Marketing, Yahoo!



Freunde und Features: Neue Chancen durch Foto-Communities

Foto-Communities im Internet sind wichtige soziale Netzwerke. Neue Apps und Technologien machen es einfacher als je zuvor, Bilder in Echtzeit mit Freunden und Verwandten zu teilen. Mark Drasutis, Senior Director, EMEA Produktmarketing bei Yahoo! zeigt, mit welchen Innovationen die Foto-Community flickr ihren Mitgliedern neue Erlebnisse vermittelt. Für Imaging-Anbieter ergeben sich neue Möglichkeiten, ihre Produkte in einer vernetzten Welt zu vermarkten.



Christian Schubert, Business Development Manager, Fujifilm Europe GmbH



„Social Retailing“ – das neue Einkaufserlebnis im Fotohandel

Ein neues Kiosk-Konzept macht es möglich, dass schon das Bestellen von Bildprodukten zu einem „Social Media“ Erlebnis wird. Mit seinem großen Multi-Touch HD-Bildschirm und innovativer 360° Foto-Software wird das Terminal zum Mittelpunkt für Familien und Gruppen, die ihre Bildprodukte und Fotobücher gemeinsam gestalten wollen. Die leichte Verbindung mit Smartphones und Tablets sowie das neuartige Design machen den Kiosk für die „Generation Digital“ attraktiv.

2. Tag, Donnerstag, 1. März 2012



Gastvortrag: Philipp Riederle, New Media Enthusiast, Phipz Media



„Meine Erinnerungen und ich“

Mit seinem wöchentlichen Podcast „Mein iPhone und ich“ führt der 17-jährige Philipp Riederle regelmäßig die Charts bei Apple iTunes an und landet zuweilen vor den Angeboten der großen Medienhäuser. Inzwischen ist aus dem Hobby des Teenagers das Unternehmen Phipz Media mit Sitz in Burgau geworden, und der Schüler erklärt regelmäßig Top-Managern großer Unternehmen die Welt der sozialen Netzwerke und wie man darin mit Jugendlichen kommunizieren kann. Zu seinen Kunden zählten bisher unter anderem Audi, Bertelsmann, BMW, Deutsche Telekom, McDonalds Deutschland, Microsoft, Telefonica O2 und die Universität St. Gallen. In seinem Gastvortrag stellt Philipp Riederle dar, wie Jugendliche ihre Erinnerungen festhalten, mit Bildern kommunizieren und welche Angebote sie von Fotohändlern und Bilddienstleistern erwarten.

Bitte umblättern

2. Tag, Donnerstag, 1. März 2012



Liz Cutting, Executive Director, Imaging Sector Consumer Technology, The NPD Group



Der interaktive Konsument

Die digitalen Technologien haben neue Wege geschaffen, wie Menschen ihre Erinnerungen festhalten und mit Bildern kommunizieren. Lösen Smartphones jetzt eine neue Revolution aus? Die Konsumentenstudien des amerikanischen Marktforschungsunternehmens NPD zeigen, wie die „vernetzte Mama“ mit Bildern kommuniziert, ihre Erinnerungen in sozialen Netzwerken nutzt und welche Angebote sie von Bilddienstleistern und Fotohändlern erwartet.



Tommy Bacherle, Category Manager Imaging Products and Services, dm-drogerie markt



Mit Innovationen Nachfrage schaffen

Als größter europäischer Einzelhändler für Bilddienstleistungen und Fotoprodukte spricht dm-drogerie markt seine Kunden auf allen etablierten Vertriebskanälen an: an der Bildertheke mit Produkten aus dem Großlabor, mit Sofortdruck im Geschäft, über das Internet und soziale Netzwerke. Mit innovativen, personalisierten Bildprodukten und zielgerichteten Marketing-Strategien zeigt dm, wie Bilddienstleistungen in der interaktiven digitalen Welt erfolgreich vermarktet werden können.



Podiumsdiskussion

Moderator: Martin Wagner, Ringfoto

Wie wird der Fotohandel „cool“?

Die Stärken des Fachhandels liegen in Faktoren wie Vertrauen, Kompetenz und persönlicher Kundenansprache. Jugendliche sehen sich aber am liebsten als „cool“ und wissen mit traditionellen Dienstleistungen wenig anzufangen. Soll der Fotohandel deshalb „cool“ werden, um diese Zielgruppe für sich zu gewinnen? Und welche Angebote können für die Generation Facebook gemeinsam mit den Lieferanten entwickelt werden. Führende Fachhändler, Lieferanten und unabhängige Experten diskutieren über „coole“ Konzepte für den Fotohandel.



Simon Faulkner, EMEA Business Director, Eye-Fi Inc.



Digitale Erinnerungen erleben

Milliarden von Bildern sind in sozialen Netzwerken gespeichert. Jetzt besteht die Herausforderung darin, es den Kunden leicht zu machen, ihre Fotoalben zu verwalten und Bildprodukte zu gestalten. Eye-Fi hat ein umfassendes Konzept entwickelt, wie Konsumenten ihre Bilder aufnehmen, speichern und teilen sowie Bildprodukte gestalten können. Diese Plattform bietet Unternehmen die Möglichkeit, neue Printdienstleistungen anzubieten, die einfach und automatisch genutzt werden können.



Dr. Hans-H. Graen, CEO, F&G Digitalspezialist



Mit alten Bildern Geld verdienen und neue Umsätze sichern

Die meisten Bilddienstleister konzentrieren sich auf gedruckte Bildprodukte und übersehen dabei andere Möglichkeiten für digitale Bilddienstleistungen. Die Digitalisierung von Super 8 und Videofilmen sowie von Milliarden analogen Bildern, die in Schuhkartons und Alben schlafen, ist nicht nur ein profitables Geschäft, sondern eröffnet auch Möglichkeiten, die so gewonnenen Bilddaten in renditeträchtige Bildprodukte wie Fotobücher, Kalender und Multimedia-Anwendungen zu verwandeln.

Mittwoch, 29. Februar 2012

8:30 – 9:30	Registrierung geöffnet / Kaffeepause / Sponsorenpräsentation
9:30 – 9:45	Begrüßung
9:45 – 10:30	Eröffnungsvortrag: Olen Ronning , Senior Designer, Artefact, Seattle WVIL – Ein Konzept für die Zukunft der Fotografie
10:30 – 11:15	Liz Cutting , Executive Director, Imaging Sector Consumer Technology, The NPD Group Marion Knoche , Global Director, Imaging and Stationary, GfK Retail and Technology Imaging Bestseller – mit und ohne Netzwerke
11:15 – 11:45	Kaffeepause / Sponsorenpräsentation
11:45 – 12:30	Darren Johnson , Regional Director and Vice President Retail Systems Solutions, Paper Output Systems and Film Capture EAMER, Eastman Kodak Company Soziale Netzwerke und Fotografie – ein neues Paradigma
12:30 – 13:15	Jürgen Motz , Senior Expert Innovations Mail, Deutsche Post DHL „Social Memories“ – so werden digitale Erinnerungen zum Buch
13:15 – 14:15	Mittagspause / Sponsorenpräsentation
14:15 – 15:00	Alexandra Gebhardt , Chief Social Media Strategist, Inside Media Networks, New York Neues aus dem Netzwerk: Umsatz mit Innovationen
15:00 – 15:45	Jim Lanahan , Senior Vice President, Mobile Story Group, Blurb Stories. To go.
15:45 – 16:15	Kaffeepause / Sponsorenpräsentation
16:15 – 17:00	Mark Drasutis , Senior Director, EMEA Product Marketing, Yahoo! Freunde und Features: Neue Chancen durch Foto-Communities
17:00 – 17:30	Christian Schubert , Business Development Manager, Fujifilm Europe GmbH „Social Retailing“ – das neue Einkaufserlebnis im Fotohandel
18:30 – 24:00	Abendveranstaltung

Donnerstag, 1. März 2012

8:30 – 9:30	Registrierung geöffnet / Kaffeepause / Sponsorenpräsentation
9:30 – 10:15	Gastvortrag: Philipp Riederle , New Media Enthusiast, Phipz Media „Meine Erinnerungen und ich“
10:15 – 11:00	Liz Cutting , Executive Director, Imaging Sector Consumer Technology, The NPD Group Der interaktive Konsument
11:00 – 11:30	Kaffeepause / Sponsorenpräsentation
11:30 – 12:15	Tommy Bacherle , Category Manager Imaging Products and Services, dm-drogie markt Mit Innovationen Nachfrage schaffen
12:15 – 13:00	Podiumsdiskussion Moderator: Martin Wagner , Ringfoto Wie wird der Fachhandel „cool“?
13:00 – 14:00	Mittagspause / Sponsorenpräsentation
14:00 – 14:45	Simon Faulkner , EMEA Business Director, Eye-Fi Inc. Digitale Erinnerungen erleben
14:45 – 15:30	Dr. Hans-H. Graen , CEO, F&G Digitalspezialist Mit alten Bildern Geld verdienen und neue Umsätze sichern
15:30 – 15:45	Schlusswort und Ausblick
15:45 – 16:15	Kaffeepause in der Lobby / Sponsorenpräsentation

Gold-Sponsoren



Silber-Sponsoren



Bitte senden Sie dieses Formular per

Fax an: +49 221 821-3995, z. Hd. Barbara Klomps
E-Mail an: bfi@photokina.de

Anmeldung

1. Dauerkarte · Beide Konferenztage 29.2.+1.3.2012

- Regulärer Preis **800,00 EUR**
- Ermäßigter Preis **600,00 EUR**
- Ermäßigter Preis deutscher Handel **395,00 EUR**
- Sonderpreis Ringfoto-Mitglieder **325,00 EUR**

2. Tageskarte · 29.2.2012 (inkl. Abendveranstaltung)

- Regulärer Preis **500,00 EUR**
- Ermäßigter Preis **350,00 EUR**
- Ermäßigter Preis deutscher Handel **195,00 EUR**
- Sonderpreis Ringfoto-Mitglieder **165,00 EUR**

3. Tageskarte · 1.3.2012 (inkl. Abendveranstaltung am 29.2.2012)

- Regulärer Preis **500,00 EUR**
- Ermäßigter Preis **350,00 EUR**
- Ermäßigter Preis deutscher Handel **195,00 EUR**
- Sonderpreis Ringfoto-Mitglieder **165,00 EUR**

4. Tageskarte · nur 1.3.2012

- Regulärer Preis **400,00 EUR**
- Ermäßigter Preis **250,00 EUR**
- Ermäßigter Preis deutscher Handel **95,00 EUR**
- Sonderpreis Ringfoto-Mitglieder **65,00 EUR**

Alle Preise zuzgl. 19 % MwSt.

Hiermit melde ich mich/melden wir uns verbindlich an.

Name: _____

Funktion im Unternehmen: _____

Firma: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

Telefax: _____

E-Mail: _____

Unterschrift: _____

Zahlungsweise: Visa MasterCard

Kartenummer: _____ Gültig bis: _____

Karteninhaber: _____

Unterschrift: _____

Bitte senden Sie eine Rechnung

Leistungen: Jede Eintrittskarte berechtigt zum Besuch aller Vorträge und der Sponsorenpräsentation, schließt Kaffeepausen und Mittagessen ein sowie die Teilnahme an der Abendveranstaltung am 29. Februar 2012 (außer Tageskarte 1. März 2012). Ebenfalls im Preis eingeschlossen ist eine CD mit allen Präsentationen (in englischer Sprache), die nach der Veranstaltung versandt wird. Kosten für Hotelzimmer und Anreise gehen zu Lasten des Teilnehmers.

Ermäßigungen: Die ermäßigten Preise gelten für Aussteller der photokina 2010/2012, Mitglieder des Photoindustrie-Verbandes, Kunden der GfK (ID Code bitte angeben) und Mehrfach-Anmeldungen von derselben Firma. Mitglieder von Ringfoto erhalten einen speziellen Sonderpreis.

Pressekarten: Eine begrenzte Anzahl von kostenlosen Pressekarten steht interessierten Journalisten zur Verfügung. Weitere Informationen: bfi@photokina.de

Rücktritt: Ein kostenloser Rücktritt von der Anmeldung ist bis zum 1. Februar 2012 möglich. Eventuell bereits bezahlte Beträge werden erstattet. Ersatzteilnehmer können jederzeit benannt werden.

Hotel-Reservierung

Bitte sofort reservieren – begrenztes Kontingent!

Es steht eine begrenzte Anzahl von Zimmern in zwei Hotels in unmittelbarer Nähe des Koelnmesse Congress-Centrums Nord zur Verfügung. Buchungen erfolgen in der Reihenfolge des Eingangs. Ein Rechtsanspruch auf eine Buchung kann über das vereinbarte Kontingent hinaus nicht eingeräumt werden.

- Radisson Blu Hotel** ★★★★★ Superior
Messe Kreisel 3, 50679 Köln

Einzelzimmer inkl. Frühstück: **125,00 EUR/Nacht**

Doppelzimmer inkl. Frühstück: **155,00 EUR/Nacht**

(inkl. zur Zeit gültiger MwSt. und Kulturförderabgabe)

- Ibis Köln City Messe Arena** ★★
Brügelmannstr. 1, 50679 Köln

Einzelzimmer inkl. Frühstück: **83,00 EUR/Nacht**

Doppelzimmer inkl. Frühstück: **93,00 EUR/Nacht**

(inkl. zur Zeit gültiger MwSt. und Kulturförderabgabe)

Bitte reservieren Sie mir:

Einzelzimmer: _____ Doppelzimmer: _____

Ankunft: _____ Abreise: _____

Für eine Zimmerreservierung mit Kreditkartenzahlung ist eine gültige E-Mail Adresse notwendig. Bitte belasten Sie folgende Kreditkarte (wenn abweichend von o. a. Kreditkarte):

Zahlungsweise: Amex Diners Visa MasterCard

Kartenummer: _____ Gültig bis: _____

Karteninhaber: _____

Unterschrift: _____

Was wir von Kodak lernen können

Digital ist nicht analog

Der Insolvenzantrag der Eastman Kodak Company brachte den ehemals gelben Riesen weltweit in die Schlagzeilen. In Tages- und Wirtschaftspresse war das Urteil schnell gefällt: Kodak ist pleite, weil das Management die digitale Revolution „verschlafen“ hat.



Thomas Blömer, Verleger

Das ist gleich doppelt falsch. Zum einen ist Kodak nicht einfach „pleite“ – nach amerikanischem Recht ermöglicht es ein Insolvenzantrag nach Chapter 11 vielmehr, das Unternehmen neu aufzustellen, ohne dass die Gläubiger ihre Forderungen vollstrecken können. Deshalb gilt für Kodak bis auf weiteres: Business as usual, und das betrifft besonders die Geschäfte in Deutschland und Europa, denn die dortigen Gesellschaften sind nicht insolvent und erfüllen ihre Verpflichtungen.

Noch falscher ist die Legende vom „Verschlafen“ der digitalen Revolution. Im Gegenteil: Kodak war oft sogar zu früh digital unterwegs, nicht nur mit der Erfindung der Digitalkamera 1975. Bereits 1995 etablierte der damalige Kodak-Chef George Fisher die „Digital & Applied Imaging Group“.

1996 kündigte Fishers damalige rechte Hand, der spätere Kodak-Chef Dan Carp, in unserer Zeitschrift das Projekt „Locket“ an: Es sollte Konsumenten ermöglichen, digitale Bilder auf zentralen Rechnern zu speichern und über die Telefonleitung (das Internet steckte in den Kinderschuhen) ihren Freunden und Bekannten zugänglich zu machen, die dann wiederum Prints bestellen konnten. Ja – Kodak hat das soziale Netzwerk mit Bildern erfunden, bevor das Internet überhaupt etabliert war.

Was ist also falsch gelaufen? Kurz gesagt: Kodak hat zwar auf digitale Technologien gesetzt, aber auf analoge Geschäftsmodelle. Diese bestehen im Ausdrucken digitaler Inhalte (Text und Bild). Geld soll verdient werden, indem Kodak die Verbrauchsmaterialien dazu liefert. Digitaldruckmaschinen, Inkjet-Printer und Bilder-Kiosks sind als Geräte nur Mittel zu diesem Zweck. Das Ergebnis: hohe Investitionen, die sich (zu) langsam amortisieren.

Anders als in der analogen Welt verwandelt sich Technologie nicht in Umsatz, wenn sie erst einmal da ist. Wer einen Film belichtete, musste ihn entwickeln lassen. Wer digital fotografiert, muss dagegen erst davon überzeugt werden, mit seinen Bildern etwas zu tun, das einem anderen Geld einbringt. Cewe Color hat gezeigt, wie man das macht: Mit dem Cewe Foto-buch wurde nicht nur ein attraktives

Produkt entwickelt, sondern auch ein Markenartikel positioniert, der intensiv beworben wird. Kodak dagegen konzentrierte sich darauf, Kiosks und Druckmaschinen zu installieren und stellte die direkte Ansprache des Konsumenten weitgehend ein. Kein Wunder, dass Otto Normalverbraucher mit der einstmals besten Bildermarke der Welt immer noch den Film verbindet.

Mit der Strategie, digitale Produkte analog zu vermarkten, befindet sich Kodak allerdings in guter Gesellschaft. So scheren sich die wenigsten Kamerahersteller darum, was ihre Kunden mit den Bildern tun; auch viele Fotohändler reichen immer noch die Hardware über die Ladentheke und hoffen, dass irgendwann Bilder bestellt werden. Selbst Verleger – ich nehme mich da nicht aus – betrachten ihren Internet-Auftritt und digitale Medien eher als notwendiges Übel denn als neues Geschäftsmodell.

Was wir von Kodak lernen können? Die digitale Welt braucht digitale Geschäftsmodelle. Sie werden auf dem Business Forum Imaging Cologne 2012 am 29. Februar und 1. März in Köln präsentiert. Melden Sie sich darum an. Die Investition lohnt sich. Dass Kodak zu den Gold-Sponsoren dieser Veranstaltung gehört, ist keine Ironie, sondern ein deutliches Zeichen dafür, dass sich die Fotolegende noch längst nicht aufgegeben hat.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Samsung setzt auf Kompaktkameras mit WiFi – Die Netzwerker 26

Editorial

Was wir von Kodak lernen können: Digital ist nicht analog 9

Wichtiges aus worldofphoto.de 12

Internationale Messen

Volles Haus bei der CES 2012 in Las Vegas – (Fast) alles smart 14

Neuheiten 25, 29, 42, 44, 50

Das neue Profi-Modell Nikon D4 – Die Bildermaschine 20

Die Coolpix Frühjahrskollektion – Mehr Zoom, mehr Pixel 23

Samsung setzt auf Kompaktkameras mit WiFi – Die Netzwerker 26

EasyShare Wireless M750 und Playfull Dual Kamera neu im Kodak Portfolio 28

Die neue Fujifilm Systemkamera X-Pro1 – Einstieg von oben 34

Olympus Innovationen in kompakten Gehäusen – Superzoom-Kameras 38

Volles Haus bei der CES 2012 in Las Vegas – (Fast) alles smart



Die CES 2012, die vom 10. bis 13. Januar in Las Vegas stattfand, platze aus allen Nähten. Über 3.100 Aussteller – mehr als je zuvor – präsentierten ihre Produkte auf einer Nettofläche von ca. 175.000 qm. Auch die Zahl der Besucher erreichte mit 153.000 ein neues Rekordniveau, 34.000 von ihnen kamen aus dem Ausland. Wichtigstes Thema war das vernetzte Leben zu Hause und unterwegs – Kameras, Camcorder und Bilddienstleistungen spielten dabei trotz PMA@CES nur eine Nebenrolle. **Seite 14**

INTERNATIONALE MESSEN

Samsung setzt auf Kompaktkameras mit WiFi – Die Netzwerker



Bei den internetfähigen Smart TVs ist Samsung bereits Marktführer. Mit der Vorstellung von vier Kompaktkameras und einem Camcorder mit integriertem WiFi-Modul auf der CES setzt das Unternehmen jetzt auch auf Smart Kameras. Sie können Fotos und Videos ganz einfach drahtlos ins Internet, auf den Fernseher, den Computer, den Drucker, das Smartphone und die Samsung Cloud übertragen. **Seite 26**

Das neue Profi-Modell Nikon D4 – Die Bildermaschine



Mit seiner neuen Vollformat-Spiegelreflex will Nikon die Grenzen der Fotografie verschieben und neue Maßstäbe für Profis setzen. Robustheit, Schnelligkeit, Präzision und Vielseitigkeit sind die Merkmale der Nikon D4 – und zwar bei Foto und Video. **Seite 20**

Die Coolpix Frühjahrskollektion – Mehr Zoom, mehr Pixel



Mit verbesserten Coolpix Modellen will Nikon auch 2012 im Kompaktkamera-Segment Marktanteile gewinnen. Die L-, S- und P-Serien wurden dafür in vielen Details verbessert und bieten höhere Auflösungen sowie erweiterte Zoombereiche. Den Vogel schießt dabei die neue Coolpix P510 mit einem 42-fach-Zoomobjektiv ab, das einen Brennweitenbereich von 24–1.000 mm (KB-äquivalent) bietet. **Seite 23**

Die neue Fujifilm Systemkamera X-Pro1: Einstieg von oben



Mit seiner lang erwarteten ersten spiegellosen Systemkamera richtet sich Fujifilm an ambitionierte Amateur-Fotografen und Profis: Die Fujifilm X-Pro1 zeichnet sich durch einen völlig neu entwickelten CMOS-Sensor im APS-C-Format, den neuen Bildprozessor EXR Pro und einen weiterentwickelten Hybrid-Sucher aus. Für das neue X-Bajonett stehen zunächst drei lichtstarke Wechselobjektive mit Festbrennweiten zur Verfügung. **Seite 34**

Canon zeigt neue Kameras und neue Camcorder – PowerShot Flaggschiff



Mit der G1 X hat Canon auf der CES das neue Flaggschiff der PowerShot Reihe präsentiert. In der Luxus Klasse gab es mit den beiden Modellen Ixus 500 HS und Ixus 125 HS zwei farbenfrohe Neuheiten. Und das Programm der Legria Camcorder wurde unter anderem durch drei Einstiegsmodelle erweitert. **Seite 39**

ZUM TITELBILD

NEUHEITEN

Panasonic führt neue Lumix-SZ Serie ein – Verbesserter Sensor

Panasonic bringt in den kommenden Wochen insgesamt zehn neue Lumix Kompaktkameras auf den Markt. Unter den Neuheiten befinden sich neben zwei neuen Topmodellen der TZ-Serie auch ein neues FX-Touchmodell, zwei robuste FT-Outdoorkameras, drei Einstiegskameras der FS-Serie sowie die beiden ersten Modelle der neuen SZ-Serie.



Seite 40

Die EX-ZR200 fällt durch ihre Schnelligkeit auf – Fünf neue Exilim



Casio hat fünf neue Exilim Kameras vorgestellt. Neben der schnellen, mit dem neuen Rapid Shutter ausgestatteten EX-ZR200 kommen demnächst die EX-ZS150,

EX-ZS20, EX-ZS12 und die EX-ZS6 auf den Markt. Diese wurden laut Casio so konzipiert, dass auch Einsteiger sie sofort problemlos bedienen können.

Seite 45

Noritsu kündigt neue Minilab Serie QSS-38 an: In Fotoqualität

Auf der PMA@CES stellte Noritsu die neue Minilab-Baureihe QSS-38 vor. Die Silberhalogenid-Minilabs sind technisch auf dem aktuellsten Stand, um schnell und kostengünstig Bilder auf Fotopapier zu produzieren. Zunächst gibt es zwei Modelle mit unterschiedlichem Leistungsprofil.



Seite 46

GfK Imaging Summit 2011 – Konvergenzen ohne Grenzen

„Imaging has no limits“ (Imaging hat keine Grenzen) war das Motto des Imaging Summit 2011, der vom Marktforschungsunternehmen

GfK Retail and Technology gemeinsam mit den photokina Veranstaltern Koelnmesse und Photoindustrie-Verband am 5. Dezember in Nürnberg organisiert wurde. Internationale

Experten und Vertreter der deutschen Imaging-Branche diskutierten aktuelle Trends in Technologie und Marketing.

Dabei sorgten vor allem der wachsende Absatz von Smartphones und der Einfluss sozialer Netzwerke auf den Einzelhandel für Gesprächsstoff.

Seite 30



NEUHEITEN

BILDDIENSTLEISTUNGEN

HANDEL

Canon zeigt neue Kameras und neue Camcorder – PowerShot Flaggschiff 39

Panasonic führt neue Lumix-SZ Serie ein – Verbesserter Sensor 40

Sony stellt neun neue Handycam Modelle vor – Zwei bunte Cyber-shots. 43

Die EX-ZR200 fällt durch ihre Schnelligkeit auf – Fünf neue Exilim. 45

JVC: Neun neue Camcorder im Sortiment – darunter fünf mit WLAN-Funktionalität . . . 47

Bilddienstleistungen

Noritsu kündigt neue Minilab Serie QSS-38 an: In Fotoqualität 46

Handel

GfK Imaging Summit 2011 – Konvergenzen ohne Grenzen 30

Unternehmen

Neue Olympus Spitze wird im April gewählt – Wege aus der Krise. 48

Literatur 50

Klein- und Personalanzeigen 51

Impressum 51



Immer aktuell:
www.worldofphoto.de

Metro Gruppe meldet Umsatzrückgang für 2011

Die Metro Gruppe hat die vorläufigen Umsatzzahlen für das Geschäftsjahr 2011 vorgelegt. Der Konzernumsatz sank demnach um 0,8 Prozent auf 66,7 Milliarden Euro und lag damit im Rahmen der Erwartungen. In Landeswährung erreichte der Umsatz fast genau das Niveau des Vorjahres (minus 0,2 Prozent). Media-Saturn meldete für das Berichtsjahr einen Umsatzrückgang um 0,9 Prozent auf 20,6 Mrd. Euro. Besser lief es bei der Fachmarktkette Media Markt. Sie konnte nach eigenen Angaben ihren Umsatz in Deutschland im Jahr 2011 steigern. Dieses Wachstum sei durch die Akquisition des Online-Anbieters Redcoon unterstützt worden, hieß es in einer Pressemitteilung. Darüber hinaus konnte im vierten Quartal auch der flächenbereinigte Umsatz wieder zulegen. Neben der neuen Preisstrategie bei Media Markt, die von den Kunden sehr gut angenommen wurde, habe auch der erfolgreiche Start von Saturn.de am 10. Oktober zum Umsatzanstieg beigetragen, erklärte das Unternehmen.

Ex-Agfa-Gevaert Vorstand Friedrich Hujer ist gestorben

Das frühere Vorstandsmitglied von Agfa-Gevaert und Ehrenmitglied des Photoindustrie-Verbandes, Friedrich Hujer, ist im Alter von 71 Jahren gestorben. Mit seinem Tod verliert die Foto- und Imagingbranche eine ihrer herausragenden Persönlichkeiten. Hujer studierte an der Technischen Hochschule Darmstadt Elektrotechnik und war seit 1968 für die Agfa-Gevaert Gruppe tätig, deren Vorstand er seit 1994 angehörte. Zuvor war er als Leiter der Sparte Laborgeräte einer der Väter des legendären MSP Printers. Auch die Entwicklung des Agfa CRT, des ersten Printers der Welt, der digitale Bilder auf Fotopapier belichten konnte, fiel unter seine Ägide und zeigte schon in den frühen neunziger Jahren den Weitblick, mit dem Hujer zukünftige

Panasonic führt europaweites Partnerportal ein

Mit dem neuen Partnerportal „Connect“ will sich Panasonic mit seinen registrierten Partnern und Systemintegratoren in ganz Europa verbinden. „Connect“ soll die Bereiche Marketing und Vertrieb stärken, indem es Handelspartnern einfachen Zugang zu Informationen über Panasonic Network Communication Lösungen bietet und spezielle Kampagnen, Werbematerialien und technische Informationen online zugänglich macht. Die Handelspartner erhalten außerdem Zugang zur neuen E-Learning-Plattform.

„Viele unserer Partner bedienen den Unified Communications Markt zwar schon, wir möchten aber sicherstellen, dass sie auch alle nötigen Tools erhalten, um dabei noch erfolgreicher zu sein“, so Andreas Wessel, European Category Manager Panasonic Network Communications Department. „Das Ziel sind 1.500 registrierte Partner europaweit im ersten Jahr. Wir möchten die Wiedererkennung unserer Partner vereinheitlichen und verschiedene Kategorien entsprechend der einzelnen Potenziale schaffen, um unseren Kunden gemeinsam einen besseren Service bieten zu können.“

Panasonic teilt seine Partner je nach ihren Potenzialen in die drei Kategorien „IP Alliance Partner“, „IP Solutions Partner“, „IP Business Partner“ ein. Mit „Connect“ will Panasonic seine Partner gezielt bei der Förderung von „Qualified Leads“ unterstützen und ihnen neue Möglichkeiten über Co-Marketing Programme eröffnen. Zusätzlich wird ein Zertifizierungs-Programm eingeführt, das nicht nur die Stufen der Techniker, sondern auch die der Consultants vereinheitlicht. Mit dem verbesserten Know-how über Panasonic Network Communications Systeme sollen die Partner ihren Kunden passgenaue Lösungen bieten und ihren Service verbessern. Die Registrierung für das Connect Partner Portal ist in ganz Europa möglich.

Entwicklungen der Foto- und Imaging-Technologien einzuschätzen wusste. Von 1996 bis 1999 gehörte Hujer dem Vorstand des Fachverbandes der Photochemischen Industrie (heute I&P Europe) an, von 1997 als dessen Vorsitzender. In dieser Eigenschaft war Hujer auch Mitglied des Vorstands des Photoindustrie-Verbandes und amtierte von 1999 bis 2001 als Vorsitzender.

Neuer Consumer Division Manager und Gesamtvertriebsleiter bei Olympus

Mit Wirkung zum 1. Januar hat Akihiko Murata (Bild rechts) die Position Division Manager Consumer Products bei der Olympus Deutschland GmbH übernommen. Der seit April 2010 für die DACH-Region als Head of Marketing tätige Murata kam bereits 2007 als Product Manager DI Compact zur Olympus Europa Holding nach Hamburg. Murata leitet jetzt den Bereich

Consumer Products bei Olympus Deutschland. Patrick Meß zeichnet ab sofort als Gesamtvertriebsleiter für die Bereiche Imaging und Audio in Deutschland verantwortlich. Meß, der



im März 2008 bei der Olympus Deutschland GmbH als Verkaufsleiter Fachhandel begann, war zuvor Vertriebsleiter für Imaging-Produkte.

Beide Manager kennen die Fotobranche und haben langjährige Erfahrungen in Vertrieb und Marketing. Während Murata seine Laufbahn bei Olympus in Japan begann, arbeitete Meß vor seinem Wechsel zu Olympus unter anderem bei KonicaMinolta und Foto Gregor, Köln.

Ihr persönlicher
Winterurlaub –
im **CEWE FOTOBUCH**

ab
7,95€*



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

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

Mein
CEWE FOTOBUCH
Ihre Fotos als echtes Buch!

www.cewe-fotobuch.de

 **cewe**
einfach schöne Fotos

Volles Haus bei der CES 2012 in Las Vegas

(Fast)
alles
smart



Die CES 2012, die vom 10. bis 13. Januar in Las Vegas stattfand, platzte aus allen Nähten. Über 3.100 Aussteller – mehr als je zuvor – präsentierten ihre Produkte auf einer Nettofläche von ca. 175.000 qm. Auch die Zahl der Besucher erreichte mit 153.000 ein neues Rekordniveau, 34.000 von ihnen kamen aus dem Ausland. Wichtigstes Thema war das vernetzte Leben zu Hause und unterwegs – Kameras, Camcorder und Bilddienstleistungen spielten dabei trotz PMA@CES nur eine Nebenrolle.

Die Messestände der CES standen nicht nur im vollgepfropften Las Vegas Convention Center, sondern auch in den großen Ballrooms des daneben liegenden Las Vegas Hilton und im Venetian/Sands Expo-Center ca. drei Kilometer entfernt. Dort hatte auch die PMA@CES ihr Domizil gefunden: Rund 230 Aussteller bauten im Venetian ihre überwiegend recht kleinen

Stände auf. Mit (relativ) größeren Auftritten waren Kis/Photo-Me, der amerikanische Kioskspezialist Lucidion, Noritsu, Pentax/Ricoh als einziger namhafter Kamerahersteller und Tamrac (größter Stand) vertreten. Auch die Gemeinschaftspräsentation deutscher Fotohersteller unter Federführung des Industrieverbands Spectaris belegte eine respektable Fläche.



Mit einem großen Stand war Nikon in der Central Hall vertreten.



Die PMA@CES war rund 3 km vom Las Vegas Convention Center entfernt im Venetian untergebracht und firmierte als „Tech-Zone“ der CES. Beim traditionellen „Ribbon Cutting“, der offiziellen Eröffnung, herrschte beim PMA Board gute Stimmung.



Convention Center buchstäblich die Post ab. Streckenweise konnte man meinen, alle 150.000 Besucher hielten sich gleichzeitig in den Messehallen auf, die Hälfte davon am Samsung-Stand. Dieser Andrang machte es zur Herausforderung, wirklich etwas zu



Sichtlich (und mit Erfolg) Mühe gegeben hatte sich die PMA mit dem begleitenden Seminarprogramm sowohl während der Messezeiten der PMA@CES als auch an den beiden vorhergehenden Tagen, an denen die Konferenz der Digital Imaging Marketing Association (DIMIA) rund 400 Teilnehmer verzeichnen konnte. Da die PMA@CES als „TechZone“ der CES zum Gesamtprogramm der Elektronikmesse gehörte, gibt es für diesen Bereich keine separaten Besucherzahlen. Ein Indikator für die Foto-Affinität der CES-Besucher ist die Tatsache, dass 24.000 von ihnen Foto und Imaging als primäres Interesse angaben.

Zwischen den Messeständen im Venetian – neben der PMA@CES waren hier auch andere Spezialsegmente, zum Beispiel High-End Audio angesiedelt – und dem Las Vegas Convention Center gab es regen Pendelbus-Verkehr, der die streckenweise beängstigenden Menschenmassen



Auch Kodak zeigte sich trotz der bekannten Schwierigkeiten mit einem selbstbewussten Auftritt.

relativ (!) gut bewältigte. 30 bis 45 Minuten musste man aber vorsichtshalber pro Fahrt einkalkulieren.

Der Ansturm

Während auf den Ausstellungsflächen im Venetian/Sands eher gediegene Business-Atmosphäre vorherrschte, ging im Las Vegas

sehen und zu entdecken, zumal sich eine wirkliche Struktur des Angebotes nicht erkennen ließ. Die großen Vollsortimenter der Unterhaltungselektronik wie LG, Panasonic, Samsung und Sony sind traditionell in der entsprechend überfüllten Central Hall angesiedelt. Hier stellten auch die Kameraanbieter Canon, Casio und

Internationale Messen



Anders als in den Vorjahren zeigte Fujifilm auf der CES nicht nur Kameras, sondern auch Minilab-Lösungen für den Fotohandel.

Nikon aus; Olympus begnügte sich mit einem Konferenzraum. Auch Fujifilm war in der Central Hall vertreten: Im Gegensatz zum Vorjahr, wo 3D einen relativ großen Raum einnahm,



Der japanische Hersteller Altec präsentierte auf der PMA@CES seinen besonders schnellen Thermosublimationsprinter, hier gezeigt von Hideki Kozai, Assistant Manager der Digital Printer Division von Altec. Das Gerät druckt über 1.000 Standardbilder in der Stunde und ist für ein maximales Bildformat von 152 bis 915 mm geeignet. Eine intelligente Software sorgt dafür, dass bei der gemischten Ausgabe verschiedener Bildformate nur wenig Abfall anfällt.

stand in diesem Jahr naheliegenderweise die neue Systemkamera X-Pro1 im Mittelpunkt. Zudem zeigte Fujifilm wohl als Referenz an die PMA@CES erstmals auch digitale Minilablösungen auf seinem CES-Stand. Kodak war mit einem respektablen Stand in den Südhallen angesiedelt, wo auch zahlreiche Zubehörlieferanten, darunter Tiffen und Vanguard, ausstellten.

Breites Angebot

Das Kürzel CES steht zwar für Consumer Electronics Show, aber die Organisatoren – der amerikanische Verband Consumer Electronics Association (CEA) mit seinem rührigen

für den Bereich Navigation, aber auch für ortsbezogene Mobilfunkdienste, Fahrer-Assistenz-Systeme und elektrisch betriebene Autos.

Stark war auch die Präsenz der Autoindustrie bei den CES Keynotes, einem Vortragsprogramm, in dem führende Branchenmanager Stellung zu aktuellen Themen nehmen. Dort trat zum Beispiel der Daimler Benz Vorstandsvorsitzende Dieter Zetsche auf, ebenso wie Top-Manager von AT&T, Facebook, Ford, GE, WalMart und Xerox, um einige zu nennen. Den Eröffnungsvortrag am Vorabend der CES hielt wie in den letzten Jahren Microsoft-Chef Steve Ballmer – zum vorerst letz-



Auf einem großzügigen Gemeinschaftsstand, der vom Industrieverband Spectaris organisiert und vom Bundeswirtschaftsministerium unterstützt wurde, waren zehn deutsche Hersteller auf der PMA@CES vertreten. Ansmann, Berlebach, DHV Fototechnik, foolography, Gossen, Hensel-Visit International, Metz, Minox, Novoflex und Rodenstock Photo Optics zeigten ihre Produkte. Das deutsche Generalkonsulat unterstützte den Auftritt mit einem offiziellen Empfang am 12. Januar. Die USA sind der dritt wichtigste Exportmarkt für deutsche Hersteller: In den ersten drei Quartalen 2011 erreichten die deutschen Exporte einen Rekordwert von über 160 Millionen Euro.

Chef Gary Shapiro – haben in den letzten Jahren mit Erfolg zahlreiche weitere Branchen nach Las Vegas gebracht, die in irgendeiner Weise etwas mit Netzwerktechnologien zu tun haben. Einen großen Auftritt hatte z. B. in Las Vegas die Autoindustrie, denn vernetzte Kraftfahrzeuge sind inzwischen häufiger als vernetzte Kameras. Das gilt natürlich vor allem

ten Mal, denn der IT-Gigant will sich von der CES zurückziehen. Ballmer nutzte seinen Auftritt dazu, für die nächste Generation von Windows zu werben, die im Herbst auf den Markt kommen soll. Dabei blieb fraglich, ob die Zuhörer, die zum Teil mehrere Stunden für die Ballmer Keynote angestanden hatten, wirklich damit zufrieden sein konnten, dass dem

Microsoft-Chef auf die Frage nach seiner Vision für die digitale Zukunft lediglich die drei Worte „Windows, Windows, Windows“ einfielen.

Die Trends

In dem Gemischtwarenladen CES wirkliche Trends auszumachen, ist gar nicht einfach. Dass die Digitaltechnik zur vernetzten Gesellschaft führt, ist



Polaroid als Kamera-Innovator: Das Unternehmen stellte auf der CES eine 3-fach-Zoom-Digitalkamera mit Android-Oberfläche vor, die es dank WLAN-Verbindung besonders einfach macht, Bilder sofort über digitale Medien zu versenden. Auch Apps können eingesetzt werden.



inzwischen nicht mehr neu. Ebenso wenig neu ist, dass die Kameraindustrie dem Thema Netzwerkfähigkeit zurückhaltend gegenübersteht. Foto spielt in den digitalen Zukunftsvisionen deshalb bestenfalls als Smartphone-Funktion eine Rolle. Samsung war hier mit gleich vier neuen WiFi-Kameras und einem WiFi-Camcorder die rühmliche Ausnahme, auch Kodak

führte eine netzwerkfähige Kamera ein, Polaroid sogar eine mit Android Betriebssystem. Die wichtigsten Kamera-Neuheiten von der CES stellen wir in dieser Ausgabe vor.

TV-Innovationen

Im vernetzten Haushalt soll der Fernseher eine Schlüsselrolle spielen. Zwar geht es allen großen Spielern darum, Inhalte zu jeder Zeit und überall auch auf Smartphones, Tablets, PCs und Notebooks zugänglich zu machen (Kameras fallen ja größtenteils dafür leider aus), das Tor zur digitalen Unterhaltung und Information soll dabei aber das TV-Gerät sein. In der neuen TV-Generation erhöht sich darum die Rechenleistung der eingebauten Prozessoren dramatisch: DualCore Rechner gehören bereits bei verschiedenen Herstellern zur Ausstattung. Samsung kündigte sogar einen TV-Rechner mit vier Kernen an. Damit werden die Voraussetzungen geschaffen, dass die Konsumenten von ihrem Fernseher aus nicht nur Programme und Filme schnell abrufen, sondern auch soziale Netz-



Smart TVs bieten – wie hier bei Samsung – immer mehr interaktive Anwendungen. Einige Modelle können mit Sprache und Gesten gesteuert werden. Deshalb gehört auch eine eingebaute Kamera zum Gerät.



werke besuchen, ihre Erinnerungen anschauen und mit anderen teilen sowie rasante Spielerlebnisse verwirklichen können. Dabei wird die gute alte Fernbedienung in Zukunft durch neue Steuerungsmethoden abgelöst. Dafür werden zum einen Smartphones und Tablets eingesetzt, zum anderen geht es aber auch ganz ohne zusätzliche



Mit einem 45" großen OLED-TV setzte LG auf der CES einen deutlichen Akzent auf das Thema Bildqualität.

Internationale Messen



Auch Samsung stellte auf der CES einen 55" großen OLED-TV vor. Die Samsung Geräte kommen ohne vorgeschaltete Farbfilter aus und sollen nach Aussage des Herstellers noch schärfere und farbreinere Bilder liefern als herkömmliche OLED-Bildschirme.

Geräte: Denn die Fernseher der Zukunft werden auf Zuruf reagieren oder mit Gesten gesteuert und deshalb mit eingebauten Kameras und Mikrofonen ausgestattet.

3D war in Las Vegas kein großes Thema mehr – es gehört heute zur Standard-Ausstattung eines Smart TV, und die Hersteller dieser Geräte sorgen selbst dafür, dass immer mehr Programme zur Verfügung stehen, egal, ob die Sender mitspielen wollen oder nicht. Bei der Auflösung ist mit HDTV längst nicht das letzte Wort gesprochen: Toshiba zeigte an seinem Stand „Super HDTV“ mit vierfacher Full-HD-Auflösung von 3.840 x 2.160 Pixeln, Sharp präsentierte ein 85"-Display mit 36-facher HDTV-Auflösung. Mit solchen Bildschirmen lassen sich, entsprechenden Input vor-

ausgesetzt, nicht nur ganz neue Qualitäten der Filmwiedergabe realisieren; sie sind auch zur brillanten Präsentation hochaufgelöster Fotos bestens geeignet, auch wenn es nur wenige Menschen geben wird, die für einen digitalen Bilderrahmen im Großformat zur Zeit fünfstellige Beträge ausgeben möchten.

Eine weitere faszinierende TV-Innovation heißt OLED: Die organischen Leuchtdioden bieten auch im HDTV-Standard eine Farbbrillanz und Schärfe, die es bislang so nicht gab. LG und Samsung zeigten OLED-TVs in der bislang utopischen Bildschirmgröße von 55", die wohl noch in diesem Jahr auf den Markt kommen werden.

Samsung nennt seine Technologie beim „Ultimate TV“ Super-OLED, weil diese Technologie ohne vorgeschaltete Farbfilter auskommt; denn jedes Pixel kann in den Grundfarben RGB leuchten. Das führt nach Aussage des Herstellers zu deutlich besseren Bildern als bei herkömmlichen OLED-Displays.

Netzwerkfähiger als viele Kameras: Haushaltsgeräte

Im Bereich Haushaltsgeräte ging es auch in Las Vegas vornehmlich um das Thema Energieeffizienz, aber auch um Netzwerkfähigkeit. Die Steuerung von Waschmaschine, Trockner, Kaffeeautomat oder Herd via Smartphone und Tablet ist dank einschlägiger Apps keine Zukunftsmusik mehr. Das vernetzte Heim reicht längst bis in den Waschkeller, auch wenn manches Großgerät inzwischen so schick ist, dass man es auch im Wohnzimmer aufstellen könnte. Eine besonders praktische Innovation, die ganz ohne WLAN und Apps auskommt, sei herausgegriffen: LG stellte einen neuen Kühlschrank vor, der in einem speziellen Fach eine Dose Bier innerhalb von fünf Minuten auf die passende Trinktemperatur herunterkühlt. Das ist doch mal eine lebensnahe Weiterentwicklung, die dem Chronisten noch besser

Kis/Photo-Me zeigte nicht nur das neue analoge Minilab DKS4, sondern auch den neuen Sofortdruck-Kiosk, der in Minuten schnelle nicht nur Prints und ID-Fotos ausgibt, sondern auch komplett gebundene Fotobücher im Taschenformat. Ivan Semenoff, Corporate Vice President International Business Development bei Photo-Me (links), und Kis/Photo-Me Vertriebschef Pierre Buendia stellten das Gerät dem Chronisten vor.



gefallen würde, wenn das Fach groß genug für eine Flasche Weißwein wäre.

Quo vadis CES?

Die CES 2012 war ohne Zweifel eine beeindruckende Veranstaltung. Allerdings müssen die Verantwortlichen aufpassen, dass die schiere Größe nicht zum Problem wird. Es ist nicht jedermanns Sache, eine Dreiviertelstunde auf den Shuttle-Bus warten zu müssen und anschließend weitere zwei Stunden zu benötigen, um einen Platz im Restaurant zu ergattern. Auch die Themenvielfalt sollte überdacht werden: Autos, Fernseher, Waschmaschinen, Kameras, Geräte für Wellness und Gesundheit, Solarzellen und Erdwärme mögen gemeinsam haben,

dass in den entsprechenden Systemen Chips und Sensoren verbaut werden. Anwendungen, Vertriebswege und Geschäftsmodelle gehen aber weit auseinander.

Darunter litt auch der Bereich Foto und Imaging: Dienstleistungen und Zubehör gab es vornehmlich (und leider lückenhaft) auf der PMA@CES im Venetian zu sehen, die großen Kamera-Hersteller und wichtige Zubehörlieferanten residierten verstreut in den überfüllten Messehallen, und dann gab es noch „Zaungäste“ mit Suiten in diversen Las Vegas Hotels. Dieses Durcheinander ließ wehmütige Erinnerungen an die gute alte PMA aufkommen, wo sich die Branche einst übersichtlicher in einer Halle präsentierte. Mal sehen, wie es im nächsten



Sabine Rehberg, Geschäftsführerin von S+M Rehberg, informierte am Tiffen Stand ihre Kunden über das hochwertige Taschen-sortiment des amerikanischen Herstellers Domke, unterstützt von Tiffen International Sales Manager Daniel Waite.

Jahr aussieht: Dann findet die CES inklusive PMA@CES vom 8. bis 11. Januar in Las Vegas statt.

Komplettes 3D-System

Veteranen der Fotobranche kennen noch die Gebrüder Lo, die in den späten 70er und 80er Jahren mit ihrer Firma Nimslo praktisch auf jeder photokina mit einer neuen Generation nunmehr wirklich funktionierender 35 mm 3D-Kameras erschienen. Jetzt war auf der CES ein kompaktes digitales 3D-System zu sehen, entwickelt von Allen Lo und der Firma Lo3D.

Das Lo3D-System umfasst nicht nur Kameras, sondern auch einen (photochemischen) 3D-Printer, das nötige Material und das Angebot von Fotofinishing-Dienstleistungen. Für die Aufnahme hat Lo3D eine preisgünstige Digitalkamera mit drei Objektiven für Amateure und eine etwas teurere mit sechs Objektiven entwickelt. Geprintet werden die



3D für Amateure (links) und Profis...

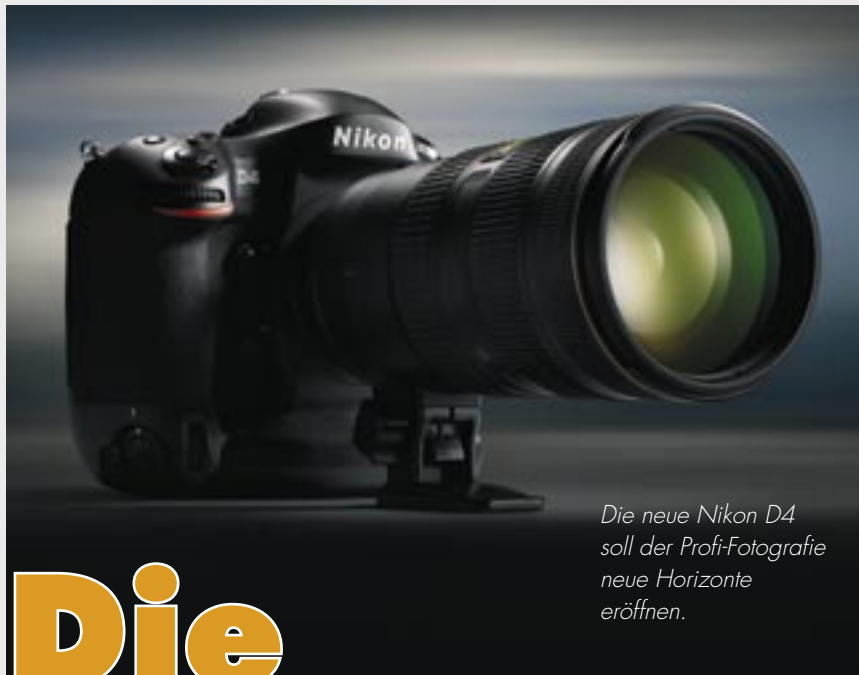
dreidimensionalen Fotos mit einem digitalen Minilab aus chinesischer Herstellung. Zum Einsatz kommt dabei ein spezielles Fotopapier, in das Technologien amerikanischer und chinesischer Unternehmen eingeflossen sind. Das Resultat ist innovativ: Das HD Optical 3D-Papier wird schon während der Herstellung mit einer durchlässigen Lentikular-Folie beschichtet. Die 3D-Fotos kommen also fertig aus dem Printer und müssen nicht wie bei herkömmlichen Systemen erst noch laminiert werden. Die in Hongkong ansässige Lo3D Co. Ltd. will mit die-



sem System noch in diesem Jahr auf den Markt kommen und wird sich im ersten Ansatz voraussichtlich an Eventfotografen und natürlich 3D-begeisterte Amateure richten.



...und für Bilddienstleister



Die neue Nikon D4 soll der Profi-Fotografie neue Horizonte eröffnen.

Das neue Profi-Modell Nikon D4

Mit seiner neuen Vollformat-Spiegelreflex will Nikon die Grenzen der Fotografie verschieben und neue Maßstäbe für Profis setzen. Robustheit, Schnelligkeit, Präzision und Vielseitigkeit sind die Merkmale der Nikon D4 – und zwar bei Foto und Video.

Die Bilder-Maschine

Mit ihrem robusten Gehäuse macht die Nikon D4 auf den ersten Blick und beim ersten Anfassen deutlich, dass sie für den harten Einsatz in der Reportage-Fotografie konstruiert wurde. Deshalb hat Nikon zum Beispiel den neuen, besonders widerstandsfähigen Verschluss-Mechanismus auf einen Standard-Lebenszyklus von 400.000 Auslösevorgängen ausge-

legt. Gegenüber dem Vorgängermodell D3S wurde die Auflösung des Vollformat (Nikon FX 36 x 23,9 mm) CMOS-Sensors auf 16,2 Megapixel gesteigert.

Für besonders schnelle Bildverarbeitung sorgt der neue Prozessor Expeed 3, der viele rechenintensive Aufgaben gleichzeitig bewältigen kann. Auf die 14-Bit-A/D-Umwand-

lung folgt eine Highspeed-16-Bit Bildverarbeitung, die es möglich machen soll, die so entstandenen JPEG-Dateien ohne weitere Nachbearbeitung an den Auftraggeber zu liefern. Selbstverständlich ist auch die Abspeicherung im NEF (RAW)- und TIFF-Format möglich. NEF- und JPEG-Dateien können auf Wunsch simultan gespeichert werden. Zwei Laufwerke (XQD



◀ Das robuste Gehäuse wurde nach neuesten ergonomischen Gesichtspunkten gestaltet. ▶

und CF-Karten) machen die Verwaltung der Bilddaten komfortabel. Die Leistungsfähigkeit des Prozessors zeigt sich nicht nur in hoher Farbtreue, natürlicher Farbsättigung und Tiefe der Bilder, sondern auch in effizienter Rauschunterdrückung auch bei Aufnahmen, die bei wenig Licht und mit hoher ISO-Empfindlichkeit gemacht wurden. Tatsächlich bietet die Nikon D4 einen Empfindlichkeitsbereich von acht Lichtwertstufen (ISO 100 bis 12.800), der sich für spezielle Aufnahmebedingungen um einen Wert nach unten (ISO 50) und um vier Lichtwertstufen nach oben erweitern lässt. Damit ist im Extremfall eine maximale Lichtempfindlichkeit bis ISO 204.800 verfügbar – ein wohl eher theoretischer Wert, denn in Dunkelkammern wird selten fotografiert.

Besonders schnell

Die schnelle Datenauslesung des 16,2 Megapixel CMOS-Bildsensors erlaubt in Zusammenarbeit mit dem neuen Bildprozessor eine Aufnahmegeschwindigkeit von bis zu elf Bildern pro Sekunde im Vollformat und bei allen Bildfeldausschnitten – damit ist die D4 die schnellste Nikon DSLR-Kamera. Auch bei der Einschaltzeit



(0,12 Sekunden) und Auslöseverzögerung (0,042 Sekunden) macht das neue Profi-Modell Tempo. Dazu trägt auch das AF-System bei: Für die D4 hat Nikon das Multi-CAM3500FX Modul nochmals überarbeitet, um eine schnellere Motiverfassung zu ermöglichen. Das wirkt sich vor allem bei wenig Licht aus: Die Empfindlichkeit wurde deutlich gesteigert; alle 51 AF-Sensoren, darunter 15 Kreuzsensoren, bieten volle Leistung in Kombination mit sämtlichen AF-Nikkor-Objektiven mit einer Mindestlichtstärke von 1:5,6. Elf zentrale AF-Sensoren arbeiten ungebremst, wenn die Lichtstärke einer Objektiv-Konverter-Kombination nur 1:8 beträgt. Das werden besonders Sport- und Naturfotografen zu schätzen wissen, wenn sie beispielsweise das 600 mm 1:4 AF Nikkor mit einem 2,0-fach-Telekonverter einsetzen. Liegt die Lichtstärke zwischen 1:5,6 und 1:8, werden sogar 15 zentrale AF-Sensoren für die Scharfstellung eingesetzt; davon fungieren neun als Kreuzsensoren.

Überarbeitet hat Nikon auch die Belichtungssteuerung. Das erweiterte Motiverkennungssystem umfasst jetzt einen 91.000 Pixel RGB-Sensor, der die Motive noch präziser analysiert. So konnte besonders die 3D-Verfolgung kleinerer Motive deutlich verbessert werden. Gesichter erkennt die Nikon D4 selbst beim Fotografieren über den optischen Sucher mit hoher Zuverlässigkeit und nutzt die Daten der Motivanalyse für größere Genauigkeit der Autofokus- und Belichtungsautomatik auch unter schwierigen Lichtverhältnissen.

Professionelle Videofilme

Die Nikon D4 wurde nicht nur für erstklassige Fotos konstruiert, sondern soll nach Aussage des Herstellers auch

Kompaktes Portrait-Objektiv



Das neue AF-S Nikkor 85 mm 1:1,8G ist ein kompaktes, lichtstarkes Portrait-Objektiv.

Mit dem AF-S Nikkor 85 mm 1:1,8G bringt Nikon ein neues kompaktes Portrait-Objektiv mit hoher Lichtstärke auf den Markt. Die optische Konstruktion des neuentwickelten Objektivs besteht aus neun Linsen in neun Gruppen. Mit einer Länge von 7,3 cm und 350 Gramm Gewicht ist das neue Objektiv sehr kompakt. Es wurde auf den Einsatz mit Nikon Spiegelreflexkameras im FX-Format abgestimmt; beim Einsatz mit DX-Modellen ergibt sich eine praktische Brennweite von 127,5 mm. Da das Objektiv mit einem Silent-Wave-Motor ausgestattet ist, kann es auch an Einsteiger-Modellen genutzt werden, die nicht über einen integrierten Autofokus-Motor verfügen. Im Lieferumfang sind die Gegenlichtblende HB-62 und der Objektivbeutel CL-1015 enthalten. Das neue Portrait-Objektiv ist ab Mitte März zu einem Preis von 529 Euro (UVP) erhältlich.

„Videoaufnahmen in Sendequalität“ liefern. Full-HD-Filme (1.080p) können mit 30, 25 oder 24fps aufgenommen werden. Bei HD-Auflösung (720p) stehen die Optionen 60, 50, 30 und 25fps zur Verfügung. Die maximale Länge der Filmsequenzen beträgt in jedem Format 29 Minuten und 59

Neuheiten



Das duale Laufwerk ermöglicht die komfortable Verwaltung der Bilddaten.

Sekunden. Da einzeln aufgenommene Bilder auch als Film abgespeichert werden können, sind interessante Zeitraffer-Effekte möglich.

Die Nikon D4 erlaubt die Aufnahme von Full-HD-Aufnahmen sowohl im FX- als auch im DX- sowie im nativen Full-HD-Format (16:9, 1.920 x 1.080). In der letztgenannten Variante ergibt sich eine praktische Brennweitenverlängerung um den Faktor 2,7.

Als erste Spiegelreflexkamera überhaupt ermöglicht die Nikon D4 die Ausgabe von unkomprimierten Live-View Videobildern an externe Aufnahmegeräte und Monitore zur professionellen Bearbeitung. Die Daten werden in 1.080i mit der eingestellten Bildgröße und Bildrate ausgegeben, und zwar ohne die auf dem Kameramonitor sichtbaren Funktionsanzeigen.

Intuitive Bedienung

Als echtes Profiwerkzeug wurde die Nikon D4 nach ergonomischen Gesichtspunkten konstruiert. Für das Fotografieren im Quer- und Hochformat stehen identisch angeordnete

Bedienelemente zur Verfügung, die so positioniert sind, dass in beiden Formaten eine intuitive Bedienung der Kamera möglich wird. Im Video-Betrieb ermöglichen Tasten für die motorische Blendensteuerung ein feinstufiges Auf- und Abblenden in 1/8-Stufen. Einzelbilder eines Films können einfach mit Index-Markierungen versehen werden.

Der 8 cm (3,2") große TFT-Monitor mit 921.000 Bildpunkten (VGA) bietet einen großen Betrachtungswinkel von 170° und ca. 100 Prozent Bildfeldabdeckung. Mit Hilfe eines Sensors wird die Helligkeit des Monitors automatisch an das Umgebungslicht angepasst; Bilder können bei der Wiedergabe bis zu 46-fach vergrößert werden.

Der optische Glasprismensucher bietet ebenfalls ca. 100 Prozent Bildfeldabdeckung und erlaubt durch den großen Austrittspupillenabstand ein komfortables Arbeiten. Ein elektronischer, virtueller Horizont mit zwei Achsen macht es möglich, die Kameraposition sowohl in Bezug auf die horizontale Ebene als auch ihre Nei-

gung (Verkipfung nach vorne und hinten) zu überprüfen.

Reichhaltiges Zubehör

Um die Nikon D4 für den gewünschten Einsatzzweck aus- und aufzurüsten, bietet der Hersteller eine reichhaltige Zubehöropalette an. Dazu gehört der kompakte Wireless-LAN-Adapter WT-5 für die drahtlose Übertragung der Bilddaten in WLAN-Umgebungen. Er unterstützt HTTP- und FTP-Verbindungsmodi und ermöglicht auch das gleichzeitige Auslösen mehrerer mit einem Adapter ausgestatteter Kameras. Der WT-5 kann gleichzeitig mit dem GPS-Empfänger GP-1 betrieben werden, der den Längen- und Breitengrad sowie die Höhe des Aufnahmeortes und den Zeitpunkt der Aufnahme in den Exif-Bilddaten abspeichert.

Für die Ausleuchtung bietet Nikon das i-TTL-Systemblitzgerät SB-910 an, das sowohl als Aufsteckblitz als auch zur Steuerung eines kabellosen Blitzsystems eingesetzt werden kann. Das Gerät mit Leitzahl 34 ermöglicht mit Hilfe fester Farbfilter für Kunstlicht und Leuchtstofflampen den sofortigen automatischen Weißabgleich der Kamera. Für guten Ton bei Videoaufnahmen gibt es das kompakte Stereomikrofon ME-1.

Zu den angebotenen Softwarepaketen gehören Capture NX2 für schnelle Bildverarbeitung (64-Bit-kompatibel), Camera Control Pro 2 für die umfassende Fernsteuerung der Kamerafunktionen und ViewNX2 (im Lieferumfang enthalten) für das Sichten, Bearbeiten und Weiterleiten von Bildmaterial.

Die Nikon D4 ist ab Mitte Februar erhältlich und wird von ausgewählten Nikon Partnern vertrieben. Die unverbindliche Preisempfehlung für das Gehäuse liegt bei 5.929 Euro.

Die Coolpix Frühjahrskollektion

Mehr Zoom, mehr Pixel



Die neuen Coolpix Einstiegermodelle (von links) L25, L26 und L810



Mit verbesserten Coolpix Modellen will Nikon auch 2012 im Kompaktkamera-Segment Marktanteile gewinnen. Die L-, S- und P-Serien wurden dafür in vielen Details verbessert und bieten höhere Auflösungen sowie erweiterte Zoombereiche. Den Vogel schießt dabei die neue Coolpix P510 mit einem 42-fach-Zoomobjektiv ab, das einen Brennweitenbereich von 24–1.000 mm (KB-äquivalent) bietet.

16-Megapixel-Kamera soll 249 Euro (UVP) kosten.

In der S-Serie gibt es drei neue designorientierte Modelle. Brot- und But-

In das Nikon Coolpix Sortiment kann man bereits ab 79 Euro (UVP) einsteigen. Für diesen Preis bietet die Coolpix L25 als Nachfolgerin der L23 ein 5-fach-Zoomobjektiv (28–140 KB-äquivalent) und 10-Megapixel-Auflösung. Zum Lieferumfang gehören eine 2 GB SD-Karte und eine Tasche.

Einen gegenüber dem Vorgängermodell L24 erweiterten Zoombereich

von 26–130 mm bietet die neue Coolpix L26 mit 16 Megapixeln. Im UVP von 109 Euro ist eine 4 GB SD-Karte inbegriffen.

Den Einstieg in die Superzoom-Klasse bietet die neue Coolpix L810, die die L120 ablöst. Bei einfacher Bedienung bietet sie ein 26-fach-Zoomobjektiv mit einem Brennweitenbereich von 22,5–585 mm (KB-äquivalent) und den optischen VR-Bildstabilisator. Die



Die neue Coolpix P310 bietet jetzt 16 Megapixel.



Die drei Coolpix Neuheiten der designorientierten S-Linie: (von links) S2600, S3300 und S4300

Neuheiten

terkamera ist die neue Coolpix 3300, die Europas bestverkaufte Kompaktkamera, die S3100, ablöst. Das 6-fach-Zoomobjektiv hat einen Brennweitenbereich von 26–146 mm, die Auflösung wurde auf 16 Megapixel gesteigert. Der LCD-Monitor ist 6,7 cm groß. UVP: 139 Euro.

Nach unten abgerundet wird die Coolpix S Palette durch die S2600, hinter der sich im Grunde eine modifizierte S3100 mit 14 Megapixeln und 5-fach-Zoomobjektiv (26–130 mm KB-äquivalent) zum UVP von 109 Euro versteckt. Im oberen Bereich bietet die Coolpix S4300 (ersetzt die S4150) wie die S3300 ein neues 6-fach-Zoomobjektiv (26–56 mm KB-äquivalent) mit optischem Bildstabilisator, 16 Megapixel und ein 7,6 cm großes, berührungsempfindliches Display. UVP: 169 Euro.

Die Zoomer

In der zoombetonten S-Serie ersetzt die neue Coolpix S9300 die S9100.



Die Coolpix S6300 (oben) und S9300 (unten) stehen für die zoomorientierte S-Klasse.



Superzoomer mit 24–1.000 mm Brennweite: die neue Coolpix P510

Sie ist flacher und schneller als das Vorgängermodell; das 18-fach-Zoomobjektiv (25–450 mm) wurde neu konstruiert und bietet den optischen VR Bildstabilisator. Die Kamera ist mit einem berührungsempfindlichen 7,5 cm großen TFT-LCD ausgestattet und soll 329 Euro kosten.

Für 199 Euro gibt es jetzt die Coolpix S6300, die die S6200 ablöst. Mit einem Brennweitenbereich von 25–250 mm und Full-HD-Videoaufnahmen bietet sie eine reichhaltige Ausstattung.

Für Ambitionierte

Auch in der Coolpix P Familie gibt es neue Modelle. Als Superzoomer kommt die Coolpix P510, die die P500 ersetzt, mit einem rekordverdächtigen 42-fach-Zoomobjektiv daher, das einen Brennweitenbereich von 24–1.000 mm (KB) bietet und dankenswerterweise mit einem verbesserten Bildstabilisator ausgestattet ist. Die Auflösung wurde gegenüber dem Vorgängermodell von 12 auf 16 Megapixel gesteigert. Die P510 nimmt Videos im Full-HD-Standard auf und ist mit einem neigbaren 7,5 cm großen TFT-

LCD-Monitor sowie einem GPS-Modul ausgestattet. UVP: 429 Euro.

Mit ihrem 24–100 mm (KB) Objektiv bietet die neue Coolpix P310 (löst die P300 ab) das gleiche Leistungsprofil wie ihre Vorgängerin, dies aber mit 16 Megapixeln und einem verbesserten Innenleben. Preis: 329 Euro.

Für die ganze Familie

Mit ihrer robusten Bauweise und großen Tasten soll die neue Coolpix S30 (nicht nur) Kindern Freude machen. Die 3-fach-Zoomkamera (29–87 mm KB) ist wasserdicht bis 3 m und stoßfest bei einem Fall aus bis zu 0,8 m Höhe. 10-Megapixel-Auflösung und eingebaute Sonderfunktionen stehen für unbeschwerten Fotospaß, der 109 Euro (UVP) kosten soll.

Netzwerkfähig mit Eye-fi

Zwar beinhaltet die neue Coolpix Familie keine WLAN-fähige Kamera, auf Netzwerkfähigkeit brauchen die Anwender trotzdem nicht zu verzichten. Alle neuen Modelle sind kompatibel mit den Eye-fi Speicherkarten, deren spezielle Bauweise die Kommunikation mit drahtlosen Netzwerken und die einfache Nutzung von Cloud-Dienstleistungen ermöglicht.



Die robuste Coolpix S30 soll nicht nur Kindern Spaß machen.

Neuheiten

Neues Stativ und neuer Schnellklemmkopf von Cullmann

Mit dem Nanomax 250 CB10 Stativ und dem neuen Schnellklemmkopf Cross CB10 wendet sich Cullmann besonders an Action- und Sportfotografen. Beide Neuheiten erweitern die bestehende Nanomax Produktreihe des Unternehmens. Durch die solide Verarbeitung, eloxierte Aluminiumrohre, die Schaumstoffummantelung der oberen Stativbeine und den robusten Gummifuß eignet sich das Nanomax 250 CB10 auch für den Einsatz in rauer Umgebung. Der stabile Schnellklemmkopf Cross CB10 ist mit der integrierten Kameraschnellkupplung Cross CX470 ausgestattet und lässt sich schnell verstellen. Im Griff des Cross CB10 ist eine ergonomische Verriegelungstaste eingebaut, die mit einem Druck alle Verstellbereiche öffnet. Die sichere und schnelle Kugelarretierung funktioniert einfach nur durch Loslassen der Drucktaste. Der Cross CB10 bietet drei integrierte Wasserwaagen und eine zusätzliche 360 Grad Horizontal-Skala. Um Makroaufnahmen zu unterstützen, ist die Mittelsäule des Nanomax Stativs teilbar. Der Stativbeinwinkel ist zweifach verstellbar und erlaubt damit bodennahe Aufnahmen. Das Nanomax 250 CB10 wird mit einer Stativtasche geliefert und bietet zehn Jahre Garantie. Fotografen, die



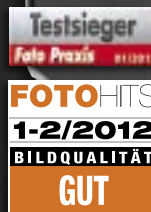
bereits ein Cullmann Stativ oder ein Stativ eines Fremdherstellers besitzen, können den Schnellklemmkopf CB10 auch separat kaufen und mittels 1/4-Zoll-Standard-Anschlussgewinde montieren. Das Nanomax 250 CB10 und der Schnellklemmkopf Cross CB10 sind ab Anfang Februar erhältlich. Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten 69,99 Euro für das Nanomax 250 CB10 und 39,99 für den Cross CB10.

Lexar stellt neuen USB 3.0-Stick Lexar JumpDrive Triton vor

Lexar hat den USB 3.0-Stick Lexar JumpDrive Triton vorgestellt. Der mit 16 GB, 32 GB und 64 GB erhältliche neue JumpDrive Triton ist verschiedenen Tests zufolge mehr als zwanzigmal schneller als herkömmliche USB 2.0-Sticks und liefert Lese- und Schreibgeschwindigkeiten von 155 MB/s und 150 MB/s. In der Praxis benötigt der JumpDrive Triton für den Kopiervorgang eines HD-Films mit 4 GB nur 35 Sekunden. Darüber hinaus ist er dank seines kompakten Formats einer der kleinsten derzeit verfügbaren Hochleistungs-USB-3.0-Sticks. Des weiteren zeichnet sich der JumpDrive Triton durch ein schickes Metallic-Design mit hochglänzender Spiegelausführung aus. Zusätzlich zum JumpDrive Triton führt Lexar auch den neuen USB 3.0-Stick JumpDrive S73 ein. Der mit 8 GB, 16 GB, 32 GB und 64 GB und entsprechend der Kapazität in unterschiedlichen Farben erhältliche JumpDrive S73 bietet dem Anwender die Zweckmäßigkeit und Zuverlässigkeit der JumpDrive-Produkte, ergänzt diese jedoch um die zusätzliche Geschwindigkeit und Leistung der USB 3.0-Technologie. Die beiden neuen USB 3.0-Sticks sind sowohl mit Mac als auch PC-Systemen kompatibel. Der JumpDrive Triton USB 3.0 ist mit einer eingeschränkten zehnjährigen Garantie ausgestattet und ab sofort mit Kapazitäten von 16 GB und 32 GB erhältlich. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen betragen 59,90 Euro bzw. 89,90 Euro. Der JumpDrive Triton mit 64 GB wird ab Februar mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 179,90 Euro angeboten. Der JumpDrive S73 ist mit einer dreijährigen eingeschränkten Garantie versehen und ebenfalls ab Februar mit den folgenden unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen erhältlich: 15,90 Euro (8 GB), 27,90 Euro (16 GB), 44,90 Euro (32 GB) und 94,90 Euro (64 GB).



Rollei
since 1920



PhotoDiaFilmScanner

PDF-S 330 pro

- inkl. 1 Diahalter (35 mm) und 2 Filmhalter für Filmstreifen (35 mm und 120 mm)
- 9 Megapixel Sensor
- 2.7" TFT-LCD-Panel (6,85 cm)
- Scan-Auflösung bis 3600 dpi (interpoliert), max. 4032 x 2712 Pixel
- MAGIC TOUCH Technologie – auf Infrarot-Technologie basierende Staub- und Kratzerentfernung für Dias und Negative



gefällt mir – auf
[facebook.com/rollei](https://www.facebook.com/rollei)

www.rollei.com

Samsung setzt auf Kompaktkameras mit WiFi

Die Netzwerker



Das neue Samsung Kompaktkamera-Flaggschiff WB850F bietet im handlichen Gehäuse nicht nur volle Netzwerkfähigkeit, sondern auch ein 21-fach-Zoomobjektiv, 16 Megapixel Auflösung und Full-HD-Video. Auf der Rückseite leuchtet ein 7,6 cm großes AMOLED-Display.



Mit den WiFi-fähigen Samsung Kameras können Bilder direkt in soziale Netzwerke wie Facebook, flickr oder YouTube hochgeladen bzw. in der Samsung Cloud gespeichert, gesammelt und gesichert sowie von anderen Samsung Geräten abgerufen werden. Das funktioniert nicht nur im heimischen WLAN oder an einem der weltweit über 100.000 WiFi Hotspots, sondern, über ein geeignetes Smartphone wie das Samsung Galaxy, praktisch von überall aus. Zudem kann das Smartphone auch als externer Sucher und Fernsteuerung für die Kamera bzw. den Camcorder eingesetzt werden.

„2009 hat Samsung mit der SD1000 die erste WiFi-Kamera auf den Markt gebracht und diese innovative Kameraklasse seither kontinuierlich ausgebaut“, kommentierte Andreas Wahlich, Senior Manager Marketing Digital Imaging bei Samsung Electronics. „Die Ausweitung dieser Techno-

logie auf über zwei Drittel der Produkte unseres Sortiments für das Jahr 2012 stellt einen richtungsweisenden Innovationsfortschritt auf dem Digital Imaging Markt dar.“

Das Flaggschiff: Die Samsung WB850F

Das Flaggschiff der WiFi-fähigen Samsung Kompaktkamera-Palette ist die neue WB850F; das F steht bei allen Modellen für die WiFi-Ausstattung. Die Kamera ist mit einem 16 Megapixel Hochgeschwindigkeits-CMOS-Sensor ausgestattet; das 21-fach-Zoomobjektiv bietet einen Brennweitenbereich von 23–483 mm (KB-äquivalent) bei einer Anfangslichtstärke von F2.8. Videos nimmt die Samsung WB850F im Full-HD-Standard auf.

Mit Hilfe des integrierten GPS-Moduls können Fotos und Videos direkt bei der Aufnahme mit dem entsprechenden Ort verknüpft werden. Eine integrierte Landkarten-Funktion gibt Aus-

Bei den internetfähigen Smart TVs ist Samsung bereits Marktführer. Mit der Vorstellung von vier Kompaktkameras und einem Camcorder mit integriertem WiFi-Modul auf der CES setzt das Unternehmen jetzt auch auf Smart Kameras. Sie können Fotos und Videos ganz einfach drahtlos ins Internet, auf den Fernseher, den Computer, den Drucker, das Smartphone und die Samsung Cloud übertragen.

kunft über den Schauplatz und weist auch auf interessante Sehenswürdigkeiten in der Umgebung hin. Eine Kompass-Funktion hilft zusätzlich bei der Orientierung.

Als Sucher und Wiedergabemonitor dient das 7,6 cm große AMOLED-Display mit besonders leuchtenden Farben.

Trotz ihrer reichhaltigen Ausstattung ist die WB850F mit 24,9 mm Tiefe durchaus kompakt. Die Kamera ist ab April zum UVP von 349 Euro lieferbar.

Kompakte Reisekamera

Bereits ab März können Fotografen mit der neuen Kompaktkamera Samsung ST200F ins Internet gehen. Wie die WB850F bietet sie das kom-



Die Samsung ST200F ist eine besonders schlanke Reisekamera mit 10-fach-Zoomobjektiv.

plette WiFi-Leistungsprofil. Die 16-Megapixel-Kamera ist mit einem 10-fach-Zoomobjektiv (27–270 mm KB-äquivalent) ausgestattet, bietet eine Funktion zur Erstellung von 3D-Bildern und 3D-Panoramaaufnahmen und ermöglicht wie das Schwestermodell mit der Samsung Allshare Funktion in den eigenen vier Wänden

den Zugriff auf Fotos und Videos mit beliebigen kompatiblen Geräten. Das kompakte Modell ist in den Farben Rot, Schwarz und Violett zum Preis von 199 Euro erhältlich.

High-Zoom-Kamera WB150F

Auch die Zoom-Kamera Samsung

WB150F ist für die drahtlose Vernetzung mit dem Internet geeignet. Das neue Modell ist mit einem 14 Megapixel CCD-Sensor und einem 18-fach-Zoomobjektiv mit einem Brennweitenbereich von 24–432 mm (KB-äquivalent) und einem 3 Zoll großen LC-Display ausgestattet. Neben der Programmautomatik können geübte

Kampagne für NX-Systemkameras

„Du kannst etwas auslösen“ ist die Botschaft einer neuen crossmedialen Kampagne, mit der Samsung Digital Imaging jetzt die Systemkamera NX200 bewirbt. Statt konventionell neue technische Features, innovative Funktionen und verbesserte Bildqualität hervorzuheben, rückt Samsung das Bild in den Mittelpunkt des Auftritts. Die ungewöhnlichen Motive sollen beim Fotografen und beim Betrachter der Bilder Reaktionen und Emotionen auslösen.

Für die Kampagne waren die Berliner Fotografen Marie Galinsky und Guido Steenkamp im Auftrag von Samsung ein Wochenende in der Hauptstadt unterwegs und haben zahlreiche besondere Momente mit der Samsung NX200 festgehalten und anschließend mit den Mitgliedern des Fotonetzwerks Flickr geteilt.

Die zentrale Botschaft der Werbemoti-

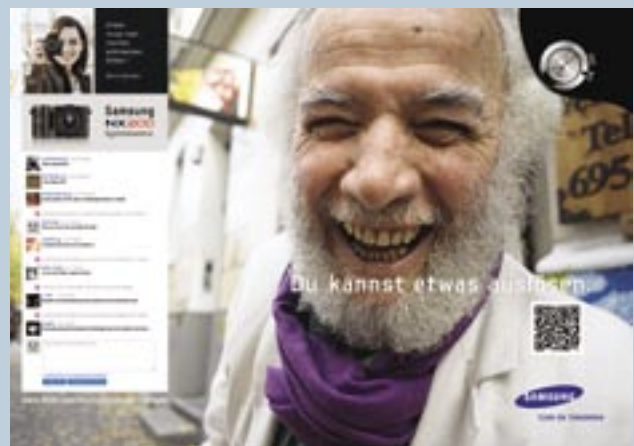
ve „Du kannst etwas auslösen“ findet ihre Bestätigung in den kurzen, von Betrachtern der Fotos geposteten Flickr-Kommentaren zum Motiv, die mit abgebildet werden. So lächelt zum Beispiel ein freundlicher Weißbart, fotografiert mit der NX200, Reisenden von Plakatwänden aus, die an deutschen Hauptbahnhöfen zu finden sind, zu. Auch der Fotograf, ein kurzes Statement zum Bild sowie die Samsung NX200 sind zu sehen.

Die Kampagne setzt auf Interaktion, denn die Betrachter sind aufgerufen, aktiv zu werden. Den Schlüssel dazu

bietet der zentral im Motiv platzierte QR-Code. Via Smartphone direkt vom Plakat oder dem Printmotiv abgelesen, führt er unmittelbar zum Originalfoto auf Flickr. Hier können Live-Kommentare gelesen und auch eigene Statements abgegeben werden.

Wie Mechanik und Auslösepart der Werbung funktionieren, zeigt ein Spot, den Samsung parallel zur Plakatwerbung auf den Infoscreens vieler deutscher U- und S-Bahnhöfe schaltet. Die Kombination von Außenwerbung, Online- und Print-Werbung sowie PoS-Präsenz sorgt für einen aufmerk-

Die Werbemotive werden mit kurzen Flickr-Kommentaren zum Motiv ergänzt.



„Du kannst etwas auslösen“ ist die Botschaft der neuen crossmedialen Kampagne für die Systemkamera NX200.

samkeitsstarken Auftritt. Eine weitere Plattform ist die Kampagnenwebseite www.samsung.de/ausloesen: Die Menü-Aktivierung „On“ führt den Betrachter zur digitalen Bildergalerie mit Kommentaren zu allen Kampagnenbildern. Das Umschalten auf „Off“ bietet weiterführende Informationen zum beworbenen Kameramodelle Samsung NX200.

Neuheiten



Die mit einem 18-fach-Zoomobjektiv ausgestattete Samsung WB150F lässt sich auf Wunsch auch voll manuell bedienen.

Fotografen auch auf manuelle Kamera-Steuerung zurückgreifen. Die Samsung WB150F ist ab Februar in Schwarz zum Preis von 219 Euro (UVP) verfügbar.

Dual View mit WiFi

Auch in der Familie der Samsung Kompaktkameras mit zusätzlichem Frontdisplay gibt es jetzt ein Modell mit eingebauter WiFi-Funktion: Die Samsung DV300F ist mit einem 16 Megapixel CMOS-Sensor und einem 5-fach-Zoomobjektiv mit einer Anfangsbrennweite von 25 mm (KB-äquivalent) und Lichtstärke F2.5 ausgestattet. Mit Hilfe des fast 4 cm großen zusätzlichen Frontdisplays kann der Anwender auch von einer Position vor der Kamera aus genau feststellen, ob die Aufnahme perfekt arrangiert ist. Zudem spielt die Kamera im „Kinder Modus“ auf dem zusätzlichen Display lustige Animationen ab, um die Aufmerksamkeit der Kleinen zu fesseln. Die Samsung DV300F ist ab März 2012 in den Farben



Mit der Samsung DV300F gibt es jetzt auch in der Kamera-Familie mit zusätzlichem Frontdisplay ein WiFi-Modell.

Schwarz, Rot und Blau zum Preis von 199 Euro (UVP) erhältlich.

Filmen und Hochladen

Die Samsung Camcorder Familie wird ebenfalls um ein WiFi-Modell erweitert: Neben umfassender Netzwerkfähigkeit bietet der neue Samsung QF20 durch die innovative Switch Grip 2 Technik besondere Flexibilität beim Filmen, denn er kann wahlweise in der rechten oder linken Hand gehalten werden. Der interne Sensor erkennt automatisch den Aufnahme-winkel und rotiert entsprechend den LC-Bildschirm, so dass das Motiv immer korrekt ausgerichtet wird.



Der neue Camcorder Samsung QF20 ist nicht nur netzwerkfähig, sondern bietet mit der innovativen Switch Grip 2 Technik auch besondere Flexibilität beim Filmen.

Zudem können mit dem neuen Camcorder auch Videoaufnahmen in der 90-Grad-Vertikalen gemacht werden: Vertikale Bewegungsabläufe oder hohe Gebäude kommen mit dem senkrecht nach oben aufgeklappten Camcorder-Display komfortabel und flüssig ins Bild. Der Full-HD-Camcorder ist mit einem 5-Megapixel BSI-CMOS-Sensor und einem 20-fach-Zoomobjektiv sowie dem optischen Bildstabilisator DUOplus ausgestattet. Das Gerät kommt im März zum UVP von 299 Euro auf den Markt; für 249 Euro wird dann auch ein Schwestermodell ohne integriertes WiFi-Modul erhältlich sein.

EasyShare Wireless M750 und Playfull Dual Kamera neu im Kodak Portfolio

Kodak hat auf der CES zahlreiche vernetzte Produkte und Lösungen vorgestellt. Zu den Neuheiten gehören zwei Kameras, eine davon mit WLAN-Funktionalität, und eine Facebook-App. Die neue WLAN-fähige



Kodak EasyShare Wireless Kamera M750 ermöglicht eine direkte Verbindung zwischen der Kamera und einem WLAN-Netzwerk. Die Neuheit ist mit einem 16-Megapixel-Aufnahmechip, einem Fünffach-Zoomobjektiv (26–130 mm) und einem 3"/7,6 cm großen Touchscreen-Monitor (230.000 Punkte) ausgestattet. Videofilme können mit der Kamera in HD-Qualität (1.280 x 720p, H.264, AAC, MP4) und mit Ton aufgenommen werden. Die Kamera bietet zudem einen Filmsimulationsmodus (Kodacolor, Kodachrome, Ektachrome, T-Max, Tri-X) und eine Auto-Panoramafunktion. Sie kommt im April auf den Markt.

Die ebenfalls auf der CES präsentierte neue Kodak PlayFull Dual Kamera vereint eine 1.080p/60 fps HD-Video-Kamera mit einer 12-Megapixel BSI CMOS-Digitalkamera in einem Gerät. Sie bietet eine externe Mikrofonbuchse, einen integrierten Xenon-Blitz und die Kodak Share-Taste, mit der sich Aufnahmen zum Beispiel auf Facebook, YouTube und der Kodak Gallery teilen lassen oder per E-Mail weitergegeben werden können.

Mit der optional erhältlichen WLAN-fähigen Eye-Fi-Speicherkarte ermöglicht Kodak drahtloses Teilen von Fotos und Videos bei vier weiteren Kodak Kameras: EasyShare Sport C135, EasyShare M215, EasyShare M565 und EasyShare Z5120.

Foto Walser nimmt Videoleuchten von Aputure ins Programm

Foto Walser bietet jetzt auch Videoleuchten der Marke Aputure an, zunächst drei Modelle mit 126, 160 oder 198 LEDs. Alle Geräte sind mit Narrow-Angles- und Weitwinkel-LEDs ausgestattet. Die Lichtintensität der flimmerfreien Leuchten lässt sich per Dimmer stufenlos regulieren. Jede der drei Videoleuchten ist mit unterschiedlichen LEDs ausgestattet und kombiniert dadurch Leuchtkraft und -weite. Die Narrow-Angles-LEDs in der Mitte der Geräte sorgen für eine starke Lichtausbeute. Die Weitwinkel-LEDs bieten hingegen einen größeren Leuchtwinkel. Dank des 16:9-Breitbild-Designs bieten die Videoleuchten eine Lichtcharakteristik im Kinoformat.



Wer eine großflächigere Beleuchtung benötigt, kann bis zu neun LED-Panels mit einer Verbindungsklemme aneinander stecken. Da die LEDs der Leuchten rahmenlos sind, erscheinen keine schwarzen Rahmen in reflektierenden Flächen, und es gibt keine Farbstiche, weil die Farbtemperatur stabil ist. Die Videoleuchten werden mit Hilfe eines Blitzhalters am Zubehörschuh der Kamera angeschlossen. Neben der Videoleuchte sind im Lieferumfang ein leistungsstarker Weiß-Akku, ein Diffusorfilter sowie orangefarbener Color-Filter, eine Verbindungsklemme und ein Blitzhalter enthalten. Die Aputure Amaran LED Videoleuchte mit 126 LEDs bietet Foto Walser für

Photobücher in 10 Minuten!

Startklar ab €450,00

- Prints aus Ihrem Minilab
- Seiten verdoppeln
- Bindelochungen anbringen
- Seiten einfügen - Fertig!



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

PROMAXX

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

89,99 Euro an, die Leuchte mit 160 LEDs gibt es für 109,99 Euro und die mit 198 LEDs für 129,99 Euro (alle Preisangaben sind unverbindlich empfohlene Verkaufspreise). Foto Walser hält die exklusiven Vertriebsrechte der Marke Aputure für den deutschsprachigen Raum.

Ringblitz Nissin MF18 Makro sorgt für schattenfreie Makroaufnahmen

Nissin stellt mit dem neuen Ringblitz MF18 ein Zubehör speziell für die Makrofotografie vor. Er ist mit Objektiven von bis zu 82 mm Durchmesser kompatibel und wird mit zwei Adaptern in den Größen 52 bis 77 mm geliefert. Das Steuergerät des Ringblitz MF18 wird auf dem Blitzschuh befestigt, am Objektiv erfolgt die Befestigung mittels Adapterring, der drehbar mit der Blitzeinheit verbunden ist. Der Nissin MF18 ist mit den TTL-Systemen von Canon (E-TTL) und Nikon (iTTL) kompatibel und hat auf ISO 100 bezogen eine Leitzahl von 16. Das Gerät bietet zwei einzeln steuerbare Blitzröhren und vier eingebaute LED-Einstelllichter. Die Kombination mit weiteren Systemblitzgeräten ist möglich, denn der MF18 kann auch als Steuergerät für die drahtlose Blitzsteuerung von Nikon- oder Canon-Kameras eingesetzt werden. Jede Funktion wird deutlich über die farbigen Icons auf dem LC-Display dargestellt und gesteuert. Auf Wunsch lässt



sich beim indirekten Blitzen ein kleiner Zweitblitz mit manueller Leistungseinstellung zuschalten. Die Blitzleistung kann feinstufig bis zu einem Wert von 1/1.024 heruntergeregt werden. Die Blitzröhre des Nissin MF18 ist über ein Synchronkabel mit dem auf dem Metall-Blitzschuh montierten Steuergerät verbunden und kann auch von der Kamera abgenommen und frei von Hand positioniert werden. Damit genug Energie zur Verfügung steht, kann am Nissin MF18 alternativ zu den vier eingelegten Batterien eine externe Stromversorgung angeschlossen werden. Über eine integrierte USB-Schnittstelle kann der Nissin MF18 zudem immer mit den neuesten Service-Updates aktualisiert werden. Der Nissin MF18 Ringblitz wird in Deutschland exklusiv von HapaTeam vertrieben. Seine unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 349,99 Euro.

GfK Imaging Summit 2011

Konvergenzen ohne Grenzen

„Imaging has no limits“ (Imaging hat keine Grenzen) war das Motto des Imaging Summit 2011, der vom Marktforschungsunternehmen GfK Retail and Technology gemeinsam mit den photokina Veranstaltern Koelnmesse und Photoindustrie-Verband am 5. Dezember in Nürnberg organisiert wurde. Internationale Experten und Vertreter der deutschen Imaging-Branche diskutierten aktuelle Trends in Technologie und Marketing. Dabei sorgten vor allem der wachsende Absatz von Smartphones und der Einfluss sozialer Netzwerke auf den Einzelhandel für Gesprächsstoff.

Der Gesamtmarkt für technische Konsumgüter ist in den ersten neun Monaten 2011 nach Erhebungen der GfK weltweit um 4 Prozent gewachsen. Dazu hat vor allem das Segment

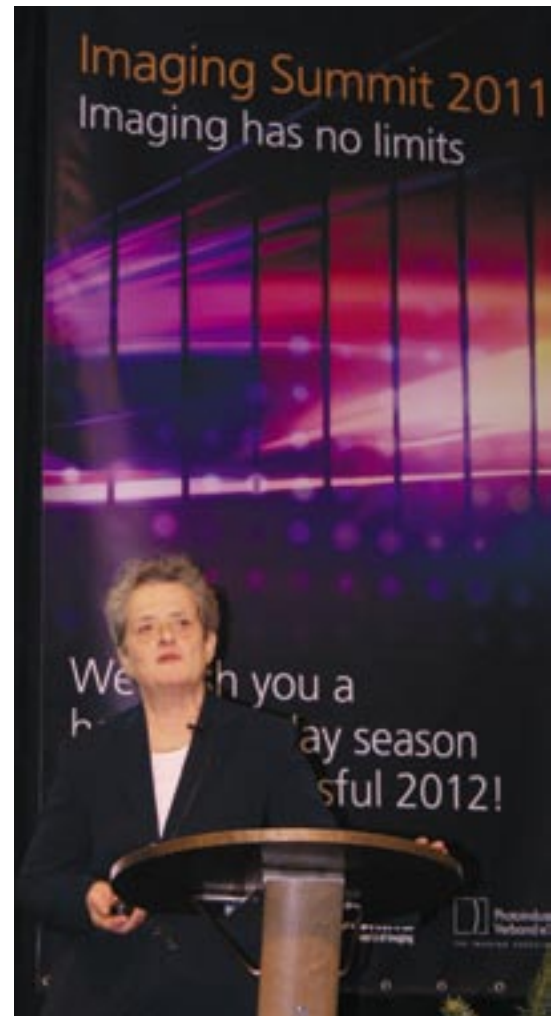


Der frühere Minolta Europa-Chef Akio Miyabayashi rechnet damit, dass in Zukunft nicht die Entwicklung von Geräten, sondern die Software ausschlaggebend für den Erfolg eines Herstellers ist.

Information Technology/Telekom beigetragen, in dem der Boom bei Smartphones und Tablet Computern für ein Umsatzwachstum um 17 Prozent sorgte. Dieses fand allerdings weniger in Westeuropa (plus 2 Prozent) statt als vielmehr in den Regionen Lateinamerika (plus 14 Prozent), Asia-Pacific (Wachstumsrate ohne Japan und China plus 44 Prozent), China (plus 31 Prozent) und Indien (plus 10 Prozent). Auch einige osteuropäische Länder und Staaten der ehemaligen Sowjetunion entwickelten sich erfreulich.

Bei den klassischen Consumer Electronics Produkten sorgten vor allem zurückgehende Preise für Fernsehgeräte für einen weltweiten Umsatzrückgang um 5 Prozent, in Westeuropa sogar um 13 Prozent.

In diesem Umfeld ist der Imaging-Markt (nur Hardware) mit einem weltweiten Umsatzrückgang von 2 Prozent noch gut davongekommen. Negative Zahlen aus West- (minus 4 Prozent) und Osteuropa (minus 3 Prozent), China (minus 6 Prozent) und Japan



Marion Knoche, Global Director Imaging GfK Retail and Technology: „Das Ausstattungsmerkmal Netzwerkfähigkeit existiert bei Kameras praktisch nicht.“

(minus 17 Prozent) standen Wachstumsraten von 16 Prozent in Lateinamerika und 7 Prozent in Indien gegenüber. Auch in einigen afrikanischen Ländern und im Mittleren Osten steigt die Nachfrage nach Kameras.

Über vier Milliarden Aufnahmeggeräte

Mehr als 4,4 Milliarden Bildaufnahmeggeräte sind nach Erhebungen der GfK weltweit in Gebrauch, mehr als 900 Millionen davon in Europa. Ein Blick auf die Kategorien zeigt die drastisch verschobenen Schwerpunkte: So belief sich die Zahl der im Einsatz befindlichen Digitalkameras auf 413 Millionen (Europa: 135 Millio-

nen), die der Camcorder auf 51 Millionen (Europa: 13 Millionen) und die der fotofähigen Smartphones auf 3,96 Milliarden (Europa: 780 Millionen).

Kompaktkameras unter Druck

Der weltweite Kameramarkt zeigt sich 2011 mit Licht und Schatten. Nach der Erholung im Jahr 2010 dürfte 2011 bei einem weltweiten Gesamtvolumen von 140 Millionen Stück nur noch eine Wachstumsrate von 1 Prozent erreicht worden sein. Sie ist vor allem der weiterhin steigenden Nachfrage nach Systemkameras zu verdanken, deren Anteil am Gesamtmarkt 2011 auf 13 Prozent stieg (2010: 11 Prozent). Um 17 Prozent ist der Umsatz in diesem Segment in 2011 gewachsen, vornehmlich durch die steigende Nachfrage nach kompakten Systemkameras ohne Spiegel, die allerdings nicht zu einem Rückgang bei den klassischen Spiegelreflexmodellen führte. Dagegen nahm der Verkauf digitaler Kompaktkameras in den ersten neun Monaten 2011 weltweit um 2 Prozent ab.

Ein Blick auf einzelne Märkte legt dabei nahe, dass der wachsende Absatz fotofähiger Mobiltelefone sich

auf den Verkauf von Kompaktkameras auszuwirken beginnt: So ging in China der Absatz von digitalen Kompaktkameras in den ersten neun Monaten 2011 um 11 Prozent zurück. Die Nachfrage nach kompakten Systemkameras verdoppelte sich, und auch Spiegelreflexmodelle erreichten ein Wachstum von 16 Prozent. Bei den Smartphones rechnen die Analysten in China für 2011 mit einer Wachstumsrate von 19 Prozent.

Der Kameramarkt in Amerika dürfte 2011 nach Stück um 4 Prozent zurückgegangen sein; Smartphones legten dagegen um 9 Prozent zu. In der Summe stehen den mäßigen Wachstumsraten bzw. Rückgängen im Kameramarkt weltweit 127 Prozent Wachstum bei Smartphones gegenüber. Dass diese Geräte der wachsenden Bedeutung sozialer Netzwerke besonders gut gerecht werden, ist nach Ansicht von Marion Knoche, Global Director Imaging bei GfK Retail and Technology, nicht weiter erstaunlich. „Das Ausstattungsmerkmal Netzwerkfähigkeit existiert bei Kameras praktisch nicht.“ Dabei werden in wachsenden Märkten wie Russland mehr Kameras in Telekom-Shops verkauft werden als beim Fotohandel, ist ein weiteres interessantes Detail.

Was tut der Konsument?

Interessante Zahlen zum US-Markt und zum Konsumenten-Verhalten präsentierte Liz Cutting vom GfK-Partnerunternehmen NPD. So nahm die Haushaltsabdeckung mit digitalen Kompaktkameras zwischen 2009 und 2011 von 75 Prozent auf 71 Prozent ab; dagegen stieg die Zahl der US-Haushalte mit digitalen Systemkameras von 12 Prozent auf 17 Prozent. Smartphones gibt es bereits in 27 Prozent aller US-Haushalte; 11 Prozent besitzen ein iPhone. Dabei setzen in den USA auch junge Mütter – eine für die Imaging-Branche besonders wichtige Zielgruppe – verstärkt auf die neuen Aufnahmegерäte: Ein Drittel von ihnen fotografiert nach der NPD Konsumentenforschung auch mit Smartphones, und 25 Prozent drucken die damit aufgenommenen Bilder auch aus bzw. lassen sie ausdrucken. Das dürften nach Ansicht von Don Franz (Photo Imaging News) in Zukunft noch mehr werden. Denn Mobile Imaging birgt seiner Ansicht nach große Möglichkeiten für das Bilder-geschäft, auch wenn der Anteil am Gesamtvolumen gedruckter Bilder zur Zeit noch klein ist. Viele Smartphones bringen jedenfalls die technischen



Rund 4,4 Milliarden Aufnahmegерäte für Fotos sind weltweit in Gebrauch. Fast 4 Milliarden davon sind Mobiltelefone.



Während die Verkaufszahlen von Smartphones explodieren, geht der Absatz von Kompaktkameras zurück.

Handel

Voraussetzungen mit Fotobücher direkt im Gerät zu gestalten.

Bedrohung für den Kameramarkt?

Ob Smartphones die Nachfrage nach Kameras beeinträchtigen kön-

nen, war das Thema einer Podiumsdiskussion mit Vertretern aus Fotohandel, Industrie und Marktforschung. Die Kamerahersteller hätten an Innovationstempo verloren, stellte Andreas Wahlich, Marketingleiter von Samsung Digital Imaging, selbst-

kritisch fest, erwartet aber einen drastischen Anstieg netzwerkfähiger Digitalkameramodelle innerhalb der nächsten zwei Jahre. Dagegen wollte Nikon Vertriebschef Uwe Keuchel solche Entwicklungen von der Nachfrage durch die Konsumenten abhängig

Der Fotohandel und das Netz

Wie sieht in der vernetzten Zukunft erfolgreicher Fotohandel aus? Das war auf dem GfK Imaging Summit das Thema einer Podiumsdiskussion, an der Michael Gleich, CEO der Retailing Group Ringfoto, Uwe Keuchel, Vertriebschef Nikon, Dr. Herwig Henseler, CTO des Software-Unternehmens Ecce Terram, und Ernst Thürnaeu, Head of Retail bei Code-no.com, teilnahmen.

Zwei Faktoren der digitalen Welt setzen die Renditen des Einzelhandels unter Druck: zum einen die sinkende Bedeutung von Hardware und steigende Wichtigkeit von Software sowie zum anderen die aggressiven Angebote von Online-Anbietern, die mit sehr geringen Margen zufrieden sind. Damit zurechtzukommen, sei eine Herausforderung, erklärte Michael Gleich, könne aber auch Spaß machen. Denn die zunehmende Komplexität der multifunktionalen Geräte mache fachkundige Beratung notwendig, und die, so Gleich, gebe

es nicht im Internet. Allerdings, ergänzte der Chef der größten deutschen Fotohandelskooperation, müssten von den Herstellern Konditionen angeboten werden, mit denen die Leistung des Fachhandels honoriert werde. Dem stimmte Nikon Vertreter Uwe Keuchel ausdrücklich zu und ergänzte, Online-Anbieter profilierten sich, anders als der Fotohandel, im Wettbewerb ausschließlich über den Preis.

Zusätzliche Umsätze lassen sich nach Ansicht von Ernst Thürnaeu, Code-no.com, mit wertschöpfungsstarken Zubehörprodukten und Dienstleistungen generieren. So bietet Code-no.com ein System zum Schutz vor Verlust und Diebstahl an, das dem Kunden praktisch zu jedem hochwertigen Produkt angeboten werden kann.

Der bei dieser Debatte vorausgesetzte Gegensatz zwischen stationärem Einzelhandel und Online-Anbietern stieß nicht auf ungeteilte Zustimmung,

sondern auch auf den Widerspruch von Dr. Herwig Henseler von Ecce Terram, einem auf Software für Bild-dienstleistungen aus dem Internet und sozialen Netzwerken spezialisierten Unternehmen aus Deutschland mit Niederlassungen in den USA und Neuseeland. Es gehe für Fachhändler nicht darum, den Online-Vertrieb zu bekämpfen, sondern diesen für das eigene Geschäft zu nutzen, erklärte Henseler. Vor zehn Jahren hätten es Experten für unmöglich gehalten, dass viele Menschen ihre Kameras online erwerben. „Heute steht der Fachhandel aber im Wettbewerb mit einem Buchhändler, nur weil dieser Buchhändler sich früh genug entschlossen hat, das Online-Geschäft professionell zu betreiben und dabei auch Kameras anzubieten“, stellte Henseler fest. Ähnliches könne sich auf Facebook wiederholen, denn das Potenzial der sozialen Netzwerke für den Vertrieb werde von vielen Einzelhändlern unterschätzt. „Soziale Netzwerke dienen nicht der Werbung, sondern der Kundenbeziehung“, erklärte Henseler und ermutigte die Fotohändler, auf diesen Plattformen ihre Dienstleistungen anzubieten und auf diese Weise Kunden an ihr Geschäft zu binden. Das sei die Voraussetzung dafür, die eigentlichen Stärken des Fachgeschäfts auszuspielen zu können. Über diese Stärken waren sich alle Teilnehmer der Podiumsdiskussion einig: Sie bestehen vor allem in den gut ausgebildeten Menschen, die die Kunden beim Kauf von technischen Konsumgütern beraten können.



Von links: Ringfoto Geschäftsführer Michael Gleich, Nikon Vertriebschef Uwe Keuchel, Dr. Herwig Henseler, CTO des Software-Unternehmens Ecce Terram, und Ernst Thürnaeu von code-no.com diskutierten Konzepte für einen erfolgreichen Einzelhandel in der vernetzten Welt.

machen. Die Kamera, so der Nikon Manager, sei nur eines der vielen Ausstattungsmerkmale von Smartphones. Dagegen könnten sich Kamerahersteller bei ihren Geräten voll auf die Bildqualität konzentrieren.

Diese Qualität, konterte Don Franz, lasse sich allerdings heute auch durch Software verbessern. Dabei, so ergänzte JP Wollersheim, Group Product Manager Windows Phone bei der Microsoft Inc., komme es besonders auf intuitiv zu bedienende Nutzeroberflächen an, die der Microsoft Manager wenig überraschend vor allem bei Windows 7 und Windows Phone lokalisierte. Die Entwicklung von Apps wird nach Einschätzung von Wollersheim nicht nur das Kommunizieren mit Bildern einfacher und interessanter machen, sondern auch neue Möglichkeiten eröffnen, die wachsende Bilderflut in Dienstleistungsumsätze zu verwandeln.

Für Panasonic richtete Sven Dabelstein, Senior Manager Product Marketing Digitalkameras bei Panasonic Europe, noch einmal den Blick auf den Konsumenten, denn die Bedürfnisse sind seiner Ansicht nach je nach Zielgruppe unterschiedlich. Panasonic werde sich im Smartphone-Segment zurückmelden und auch für die Vernetzung von Smartphones und Digitalkameras sorgen, versprach Dabelstein.

Multifunktionale Geräte

Die digitale Revolution werde dazu führen, dass multifunktionale Geräte den Technikmarkt dominieren. Das sagte der frühere Europa-Chef von Minolta, Akio Miyabayashi, in einem Gastvortrag voraus. Japan habe sich in den 80er Jahren des vorherigen Jahrhunderts mit Konzepten wie unbedingter Qualitätsorientierung in der

Produktion, vertikaler Integration der Unternehmen, lebenslanger Beschäftigung der Mitarbeiter und der konsequenten Verfolgung langfristiger Ziele an die Weltspitze katapultiert, erklärte der ehemalige Topmanager, der inzwischen ein gefragter Berater ist. In den 90er Jahren sei die Nation dann aufgrund derselben Faktoren in Schwierigkeiten geraten, weil man zu lange an alten Konzepten festgehalten habe.

Globalisierung und Digitalisierung hätten die Welt grundlegend verändert; Tablet Computer und Smartphones seien die besten Beispiele für multifunktionale Produkte, die das Konsumentenverhalten und die Kommunikationsgewohnheiten beeinflussen. Eine besondere Rolle werden dabei nach Ansicht von Miyabayashi soziale Medien und der universelle Zugriff auf Inhalte über die Cloud spielen. Anstelle von Hardware entscheide sich der Erfolg eines Unternehmens in Zukunft in seiner Software-Kompetenz; es werde vor allem darum gehen, die richtigen Anwendungen zu ermöglichen, sagte Miyabayashi voraus.

Soziale Netzwerke als Chance für Händler

Was bedeutet all das für den Bildermarkt? Mit dieser Frage beschäftigte sich Darren Johnson, Regional Director & Vice President EAMER bei Kodak. Seiner Ansicht nach ist gerade die steigende Bedeutung sozialer Netzwerke eine Chance für den Einzelhandel, wenn sich die stationären Geschäfte intelligent mit den digitalen Plattformen vernetzen. Im Bildergeschäft sei zwar mit einer sinkenden Bedeutung von Standardprints zu rechnen, erklärte Johnson, die Nachfrage nach Fotobüchern und wert-

schöpfungsstarken Bildprodukten werde aber zunehmen. Und diese Bildprodukte, so der Kodak Manager, werden in Zukunft verstärkt im Einzelhandel hergestellt. Möglich wird das durch Kiosks, die direkt mit digitalen Plattformen wie Facebook verbunden sind. 53 Prozent der Digitalkamera-Besitzer nutzen nach Erhebungen von Kodak soziale Netzwerke, bei den jungen Zielgruppen sind es sogar noch mehr, denn 80 Prozent der europäischen Teenager nutzen Plattformen wie Facebook. Aber auch Mütter wüssten digitale Netzwerke zu schätzen und könnten sich für mobile Geräte wie Smartphones und Tablets begeistern, bestätigte Johnson die Marktforschungserkenntnisse von NPD.

Bilder würden vor allem auf soziale Netzwerke hochgeladen, um sie anderen Menschen zu zeigen, erklärte Johnson. Dann gehe es um die Frage, wie man diese Bilder für Dienstleistungen und Bildprodukte aktivieren könne. Die Voraussetzung dafür, so der Kodak Manager, sei zunächst, diese Dienstleistung direkt auf der entsprechenden Plattform anzubieten. Dabei könnten auch Apps für mobile Geräte helfen, und natürlich die direkte Verbindung von Sofortdruck-Kiosks mit sozialen Netzwerken wie Facebook.

Kodak hat die entsprechende Technologie inzwischen auf den Markt gebracht: In Deutschland beispielsweise sind 40 Prozent der insgesamt 10.000 installierten Kodak Kiosks facebookfähig; bis zum Ende des ersten Quartals 2012 sollen es 70 Prozent werden. Und die sollen nicht nur Standardprints drucken. 50 Prozent der Umsätze im Bildergeschäft, so ist Johnson sicher, werden im Jahr 2014 mit Premium-Produkten gemacht.

Neuheiten

19 neue Kompaktmodelle

Außer der neuen Systemkamera X-Pro1 und einer streng limitierten schwarzen Variante der im vergangenen Jahr eingeführten Fujifilm X100 hat Fujifilm 19 neue Finepix Kompaktkameras vorgestellt. Hier die wichtigsten Kennzeichen der neuen Modelle:

- HS30EXR: 16 Megapixel EXR CMOS-Sensor, Fujinon Objektiv 24–720 mm*, 3"/7,6 cm High Contrast LCD mit 460.000 Pixeln, elektronischer Sucher (920.000 Pixel), mechanische Bildstabilisierung, Serienbilder mit bis zu acht Bildern pro Sekunde, RAW-Format, Full-HD-Video (1.080p), Makro bis ein Zenti-



meter, Filmsimulationsmodi, Motion Panorama 360°, TTL-Blitzschuh, 449 Euro**, lieferbar ab Ende März, Farbe: Schwarz.

- F770EXR/F750EXR: 16 Megapixel EXR CMOS-Sensor (BSI), Fujinon Objektiv 25–500 mm*, (äquivalent zu KB), 3"/7,6 cm High Contrast LCD, Full-HD-Video (1.080p), mecha-



nischer Bildstabilisator, Motion Panorama 360°, manuelle Einstellmöglichkeiten, EXR AUTO Modus, RAW-Format (nur F770EXR), Filmsimulationsmodi, Metallgehäuse, GPS-Funktion (nur F770EXR), 329/299 Euro**, lieferbar ab März,



Die neue Fujifilm X-Pro1 zeichnet sich durch ein klassisches, zeitlos schönes Design, hochwertige Materialien und sorgfältige Verarbeitung aus.

Einstieg

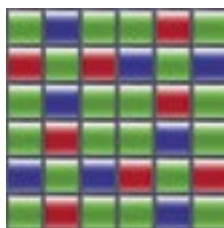
Genau 40 Jahre nach Einführung der ersten Fujifilm Kleinbild-Spiegelreflex, der Fujica ST 801, haben sich die Entwickler für ein klassisches, zeitlos schönes Kameradesign entschieden, mit hochwertigen Materialien und einer hervorragenden Qualitätsanmutung. Die obere und untere Abdeckung sind aus einer Magnesium-Legierung gegossen, der Produktname und die Marke vornehm auf der oberen Platte eingraviert. Hand-emaillierte Buchstaben auf den Objektiven und das Qualitätssiegel

„Made in Japan“ unterstreichen den hohen Qualitätsanspruch, den Fujifilm mit der X-Pro1 verbindet.

Dieser Anspruch gilt natürlich vor allem für die Bildqualität: Für die X-Pro1 hat Fujifilm den X-Trans CMOS-Sensor mit einer Auflösung von 16,3 Megapixeln völlig neu entwickelt. Dank seiner neuartigen Struktur soll der Chip im Format APS-C ein Leistungsprofil wie ein herkömmlicher Vollformat-Sensor aufweisen.

Neuer Sensor-Aufbau

Für den X-Trans CMOS-Sensor hat Fujifilm eine neue Anordnung der Farbfilter entwickelt und dabei auf seine Erfahrungen mit Film-Emulsionen zurückgegriffen. Der neue Chip kommt ohne Tiefpassfilter aus, der bei herkömmlichen Sensoren zur Vermeidung von unerwünschten Moiré-Effekten und Farbsäumen eingesetzt wird, aber auch die Auflösung und den



Die neue Anordnung der Farbfilter in 6 x 6 RGB Pixeleinheiten

macht beim neuen X-Trans CMOS-Sensor einen Tiefpassfilter überflüssig, da in jeder Reihe des Sensors alle Farbinformationen (RGB) enthalten sind.

Die neue Fujifilm Systemkamera X-Pro1

Mit seiner lang erwarteten ersten spiegellosen Systemkamera richtet sich Fujifilm an ambitionierte Amateur-Fotografen und Profis: Die Fujifilm X-Pro1 zeichnet sich durch einen völlig neuentwickelten CMOS-Sensor im APS-C-Format, den neuen Bildprozessor EXR Pro und einen weiterentwickelten Hybrid-Sucher aus. Für das neue X-Bajonett stehen zunächst drei lichtstarke Wechselobjektive mit Festbrennweiten zur Verfügung.

von oben

Detailreichtum der Bilder beeinträchtigt. Anstelle der normalerweise regelmäßig angeordneten Elemente nach dem Bayer-Muster (2 x 2 Pixel) setzt Fujifilm auf eine unregelmäßige Anordnung der Farbfilter, die sich an der zufälligen Verteilung der Silberkristalle bei Filmen orientiert. Deshalb besteht der Farbfilter des neuen X-Trans CMOS-Sensors aus 6 x 6 RGB-Pixeln, bei denen in jeder Reihe des Sensors alle Farbinforma-

tionen (RGB) enthalten sind. Das soll die Entstehung von Moiré-Effekten zuverlässig verhindern und gleichzeitig eine verbesserte Farbwiedergabe gewährleisten. Zur Verarbeitung der Bilddaten setzt Fujifilm bei der X-Pro1 den ebenfalls neu entwickelten EXR Prozessor Pro ein, der nicht nur schnell und präzise arbeitet, sondern durch seine wirksame Rauschunterdrückung auch die hohe Lichtempfindlichkeit des Bildsensors (bis ISO 1.600) unter-



Ein Blick auf die Rückseite der X-Pro1 mit dem 3" großen, besonders leuchtstarken LCD-Monitor (1,23 Millionen Bildpunkte) bestätigt den hochwertigen Eindruck des Kameragehäuses.

Farben Schwarz, Champagner, Rot, Weiß bzw. Schwarz, Rot, Weiß.

- F660EXR: 16 Megapixel EXR CMOS-Sensor (BSII), EXR AUTO Modus, Fujinon Objektiv 24–360 mm*, 3"/7,6 cm High Contrast LCD, Full-HD-Video (1.080p), mechanischer Bildstabilisator, Motion Pano-



rama 360°, Filmsimulationsmodi, Metallgehäuse mit gummierter Oberfläche, 249 Euro**, lieferbar ab Anfang März, Farben Schwarz, Champagner, Rot.

- XP150/XP100/XP50: wasserdicht bis 10 m (XP50: 5 m), stoßfest bis 2 m Fallhöhe (XP50 1,5 m), frostbeständig, staubgeschützt, 14,4 Megapixel CMOS-Sensor, Fujinon Objektiv 28–140 mm*, GPS-Funktion (nur XP150), 2,7"/6,9 cm LCD mit Anti-Reflex-Beschichtung, mechani-



scher Bildstabilisator, Full-HD-Video (1.080p), Motion Panorama 360°, 249/229/179 Euro**, lieferbar ab Mitte Februar, Farben Silber, Schwarz, Blau, Grün, Orange.

- SL300/SL260: Fujinon Objektiv 24–720 mm*/24–624 mm* (SL300/SL260), 14-Megapixel-CCD, 3"/7,6 cm LCD, elektronischer Sucher (200.000 Pixel), zusätzliche Zoomtaste am Objektiv, mechanische Bildstabilisierung, HD-Video (720p), TTL-Blitzschuh, ISO-Empfindlichkeit bis 6.400, automatische Motiverkennung SR AUTO, manuelle Ein-

Neuheiten



stellmöglichkeiten, 279/259 Euro**,
lieferbar ab Anfang März, Farbe
Schwarz.

• S4500/S4300/S4200/S2980: Fuji-
non Objektiv 24–720 mm*/24–624
mm*, 24–576 mm*/28–504 mm*
(S4500/S4300/S4200/S2980),
14-Megapixel-CCD 3"/7,6 cm LCD,



elektronischer Sucher (200.000
Pixel), mechanische Bildstabilisie-
rung, HD-Video, ISO-Empfindlichke-
it bis 6.400, automatische Motiverken-
nung SR AUTO, manuelle Einstell-
möglichkeiten, Tracking AF, Gesichts-
erkennung, 239/219/199/179 Euro**,
lieferbar ab Mitte Februar, Farbe
Schwarz.

• Z1000EXR: 16 Megapixel EXR
CMOS-Sensor, Fujinon Objektiv
28–140 mm*, Wireless Image Trans-



fer (für Android Smartphones/Tablet
PCs oder iPhone/iPad), 3,5"/8,9 cm
Touchscreen, Full-HD-Video (1.080p),

stützt. Die maximale Aufnahmege-
schwindigkeit beträgt 3 Bilder pro
Sekunde in voller Auflösung bzw.
6 Bilder pro Sekunde mit reduzierter
Datenmenge.

Neuer Hybrid-Sucher

Für die X-Pro1 hat Fujifilm den bereits
aus der Premium-Kompaktkamera
X100 bekannten neuartigen Hybrid-
Optischen-Sucher weiter verbessert.
Diese Kombination aus optischem
und elektronischem Sucher macht es
möglich, digitale Bildinformationen in
das optische Sucherbild einzublenden.
Auf Wunsch kann das Sucher-
system auch als hochwertiger elek-
tronischer Sucher mit 1,44 Millionen
Bildpunkten und 100 Prozent Ab-
deckung verwendet werden. Für die
X-Pro1 wurde das Multi-Hybrid-Su-
chersystem für den Einsatz der
Wechselobjektive abgestimmt: Ein
bewegliches Linsenelement macht es
möglich, dass sich das Sucherbild bei
der Verwendung bestimmter Objek-
tive der neuen Fujinon XF Serie auto-
matisch vergrößert.

Viele Funktionen

Neben verschiedenen Automatik-
Optionen und voller manueller Kon-
trolle bietet die Fujifilm X-Pro1 zahl-
reiche Funktionen für anspruchsvolle
Fotografen. So besteht die Möglich-
keit der Mehrfach-Belichtung, bei der
das endgültige Bild bewusst kom-
poniert werden kann: Denn die erste
Aufnahme wird im hybriden Sucher
eingespiegelt, so dass der Fotograf
den Ausschnitt für das zweite Foto
entsprechend wählen kann.
Die Fujifilm X-Pro1 bietet verschiedene
Möglichkeiten, die charakteristischen
Farbwiedergaben von analogen Film-
typen zu simulieren. Besonders für
Studio-Fotografen gedacht sind die
Modi „ProNeg. S“ (Standard) und
„ProNeg. H“ (High Contrast), die das



*Zur Markteinführung bietet Fujifilm drei licht-
starke Objektive mit Festbrennweiten (27,
53 und 91 mm KB-äquivalent) an.*

Verhalten entsprechender Farbnegati-
vfilme simulieren. Darüber hinaus
können die besonderen Merkmale
der Diafilme Velvia, Provia und
Astia auf Knopfdruck abgerufen
werden.

Auch für die Schwarzweißfotografie
bietet die X-Pro1 besondere Aus-
drucksmöglichkeiten. Der Ye (Gelb)
Filter verstärkt den Kontrast, der G
(Grün) Filter betont Grün, und der
R (Rot) Filter verstärkt die Rottöne.

Full-HD-Video

Neben den Fotofunktionen bietet die X-Pro1 die Möglichkeit, Videos im Full-HD-Standard (1.080p) aufzunehmen. Durch die Blendenvorwahl kann die Schärfentiefe präzise bestimmt werden. Die Übertragung zum HD-Fernseher erfolgt mit Hilfe einer eingebauten HDMI-Schnittstelle.

Neues Bajonett

Für die X-Pro1 hat Fujifilm das neue X-Bajonett entwickelt, das mit einem Aufmaß von lediglich 17,7 mm die Rücklinse des Objektivs sehr nahe an den Sensor heranrückt. Das steigert nicht nur die Lichtausbeute, sondern bewirkt auch, dass die Lichtstrahlen gradlinig auf den Sensor fallen, was das Auflösungsvermögen erhöht. Über eine neu entwickelte Schnittstelle im Bajonett werden bestimmte Objektivdaten wie zum Beispiel Brennweite und Suchereinstellung schnell zum Kamera-Prozessor übertragen.

Zur Markteinführung bietet Fujifilm drei besonders lichtstarke und hochauflösende Fujinon XF-Wechselobjektive mit Festbrennweiten an: das Weitwinkelobjektiv XF18mm F2.0 R (27 mm KB-äquivalent), das Standard-Objektiv XF35mm F1.4 R (53 mm KB-äquivalent) und das Tele-Makro-Objektiv XF60mm F2.4 R Macro (91 mm KB-äquivalent). Die Blendenlamellen dieser drei Objektive sind so geformt, dass sich eine nahezu kreisrunde Öffnung ergibt. Damit will

Fujifilm ein besonders harmonisches „Bokeh“ über den gesamten Blendenbereich sicherstellen. Die aufwändig konstruierten Optiken mit asphärischen Elementen und ED-Gläsern wurden für besonders hohe Auflösung, Farbbrillanz und Schärfe entwickelt. Innerhalb der nächsten zwei Jahre will Fujifilm neun weitere Objektive für das neue X-Bajonett auf den Markt bringen.

Reichhaltiges Zubehör

Der anspruchsvollen Zielgruppe der neuen X-Pro1 entsprechend bietet Fujifilm für die neue Systemkamera ein umfangreiches Zubehör-Sortiment an. Dazu gehören nicht weniger als drei externe Blitzgeräte: der neue Blitz EF-X20 (Leitzahl 18) sowie die bekannten Blitzgeräte EF-20 (Leitzahl 20) und EF-42 (Leitzahl 42). Zudem gibt es den Handgriff HG-XPro1, die exklusive Ledertasche LC-XPro1 und Schutzfilter mit 39 bzw. 52 mm Durchmesser, bei denen eine „Super EBC Vergütung“ Reflexen entgegenwirkt.

Die Fujifilm X-Pro1 sowie die drei Objektive und das Blitzgerät EF-X20 sind ab Mitte März 2012 lieferbar. Die Preise wurden noch nicht bekanntgegeben; während der Pressekonferenz auf der CES in Las Vegas wurden als vorläufige Anhaltspunkte Preise in der Größenordnung von 1.700 US-\$ (ca. 1.330 Euro) für den Body und ca. 650 US-\$ (508 Euro) pro Objektiv genannt.



Speziell für die X-Pro1 entwickelt wurde das neue Blitzgerät EF-X20 mit Leitzahl 18.

Filmsimulationsmodi, mechanischer Bildstabilisator, 249 Euro**, lieferbar ab Anfang März, Farben Champagner, Grün, Pink, Weiß.

• JZ100: 14-Megapixel-CCD, Fujinon Objektiv 25–200 mm*, 2,7"/6,9 cm



LCD, SR AUTO Modus, mechanischer Bildstabilisator, HD-Video (720p), Empfindlichkeit bis ISO 3.200, verbesserte Einschaltzeit und Auslöseverzögerung, 119 Euro**, lieferbar ab Ende März, Farben Silber, Schwarz, Rot.

• JX700/JX500: 16/15-Megapixel-CCD (JX700/JX500), 14-Megapixel-CCD, 2,7"/6,9 cm LCD, Fujinon Objektiv 26–130 mm*, SR AUTO Modus, HD-Video (720p), verbesserte Einschaltzeit und Auslöseverzögerung, 119/89 Euro** lieferbar ab Mitte Februar, Farben: Schwarz bzw. Silber, Schwarz, Blau, Rot, Pink, Violett.

• T400/T350: 16/14-Megapixel-CCD (T400/T350), Fujinon Objektiv 28–280 mm*, 3"/7,6 cm LCD, mechanischer Bildstabilisator, HD-Video



(720p), Panorama-Modus, Lächel- und Blinzelerkennung, Empfindlichkeit bis ISO 3.200, verbesserte Einschaltzeit und Auslöseverzögerung, 149/139 Euro**, lieferbar ab Anfang März, Farben Silber, Schwarz.

* alle Brennweitenangaben entsprechend Kleinbild

** alle Preise sind unverbindliche Verkaufspreisempfehlungen

Olympus Innovationen in kompakten Gehäusen

Superzoom-Kameras

Olympus startet mit der SH-21 mit 16-Megapixel-Backlight-CMOS-Sensor und Touchscreen Monitor, der SZ-14 mit 25–600 mm Zoom, zwei neuen SP-Superzoom-Kameras und einem neuen Modell in der Serie der robusten Tough-Kameras ins Jahr 2012.

Der 16-Megapixel-Backlight-CMOS-Sensor der Olympus SH-21 ermöglicht gute Bildresultate auch bei wenig Licht. Die Kamera ist mit einem 12,5fach-Superweitwinkel-Zoomobjektiv (24–300 mm*) ausgestattet



und erlaubt die Aufnahme von Videos in Full-HD-Qualität. Multi-Motion Movie IS verhindert dabei unscharfe Aufnahmen, die beispielsweise durch Bewegungen des Filmemachers hervorgerufen werden. Mit Hilfe des integrierten Live Guides können für die Bildqualität relevante Parameter in Echtzeit über den berührungsempfindlichen 3"/7,62 cm großen LCD-Monitor angepasst werden. Am Monitor lassen sich auch einzelne Motivelemente gezielt scharfstellen, und die Aufnahme kann ausgelöst werden. Die Olympus SH-21 kommt in den Farben Schwarz, Gold und Rot

mit einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 249 Euro auf den Markt.

Mit den neuen Modellen SP-620UZ (21fach-Zoom 25–525 mm*) und SP-720UZ (26fach-Zoom 26–676 mm*) erweitert Olympus die SP-Serie. Die



Optiken werden durch einige der besten Automaten und Bauteile von Olympus ergänzt,

darunter Multi-Motion Movie IS (SP-620UZ), ein 14-Megapixel-CMOS-Sensor (SP-720UZ) und HDR Backlight Adjustment (SP-720UZ). Letzteres sorgt für perfekte Belichtung bei

Gegenlichtaufnahmen. Die SP-720UZ ist ab März für 279 Euro (UVP), die SP-620UZ ab Februar für 199 Euro (UVP) erhältlich.

Abgerundet werden die Kamera-Neuheiten von Olympus durch die kompakte Reisekamera SZ-14, die vor



allem durch ihren großen Brennweitenbereich 25–600 mm* (die Naheinstellgrenze beträgt 30 cm) auffällt. Weitere Kennzeichen sind der 14-Megapixel-Sensor, der 3"/7,62 cm große LCD-Monitor und Multi-Motion Movie Image Stabilisation für Videos in HD-Qualität. Die SZ-14 ist ab sofort für 249 Euro (UVP) erhältlich.

* alle Brennweitenangaben entsprechend Kleinbild

Olympus Tough TG-320 bietet erweiterte 3D-Filmfunktion

TG-320 heißt das neueste stoßfeste, wasserdichte und frostsichere Tough Modell. Neu ist die erweiterte 3D-Funktion für Filme, die auch Unterwasseraufnahmen ermöglicht. Das 3,6fach-Zoomobjektiv (28–102 mm*) und das 2,7"/6,9 cm große LCD sind besonders kratzfest.

Dual Image Stabilisation (Dual IS) sowie zahlreiche elektronische Assistenten sorgen automatisch für gelungene Fotos. Für Kreative stehen acht Magic Filter bereit – auch beim Filmen. Die Kamera ist ab Mitte Februar in Blau und Rot für 169 Euro (UVP) verfügbar.



Canon zeigt neue Kameras und neue Camcorder

PowerShot Flaggschiff

Mit der G1 X hat Canon auf der CES das neue Flaggschiff der PowerShot Reihe präsentiert. In der Ixus Klasse gab es mit den beiden Modellen Ixus 500 HS und Ixus 125 HS zwei farbenfrohe Neuheiten. Und das Programm der Legria Camcorder wurde unter anderem durch drei Einstiegsmodelle erweitert.

Die PowerShot G1 X ist Canons erste Kompaktkamera mit einem 14,3 Megapixel CMOS-Sensor im Seitenverhältnis 4:3 (18,7 x 14,3 mm). Die On-Chip-Rauschunterdrückung und das HS System, die Kombination aus großem, hochempfindlichem Sensor und leistungsstarkem Digic 5 Prozessor, sichern eine brillante Bildqualität sogar bei Aufnahmen mit hoher ISO-Einstellung (maximal ISO 12.800). Der Sensor wird über vier Kanäle ausgelesen. Dieses Verfahren sorgt für schnelle



Signalweiterleitung und ein schnelles Ansprechverhalten. Das 28–112 mm Objektiv (entsprechend Kleinbild) ist in ein robust konstruiertes schwarzes Metallgehäuse integriert. Der optische Bildstabilisator sichert eine hohe Qualität bei Fotos und Full-HD-

Filmen mit bis zu vier Stufen längeren Verschlusszeiten. Unterstützend wirkt die innovative Canon Bildstabilisierung Intelligent IS. Zusätzlich kompensiert die Hybrid IS Technologie unbeabsichtigte Schwenk- und Seitwärtsbewegungen der Kamera. Die Canon G1 X soll ab Ende Februar erhältlich sein. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 749 Euro.

Das Canon HS System mit 10,1 Megapixeln bei der Ixus 500 HS (Brennweite 28–336 mm entsprechend Kleinbild) und 16,1 Megapixeln bei der Ixus 125 HS (Brennweite 24–120 mm entsprechend Kleinbild, Bild unten) sorgt auch bei den beiden Ixus Neuheiten für hohe Bildqualität. Beide Kameras

Neue Legria Einstiegs-Camcorder von Canon

Canon hat in der Legria Camcorder-Serie die drei Neuheiten Legria HF R38, Legria HF R36 und Legria HF R306 vorgestellt. Die Geräte wenden sich vor allem an Einsteiger und zeichnen sich laut Canon besonders durch ihre kompakt-leichte Konstruktion, hohen Anwenderkomfort und viele Neuheiten aus. Neue Funktionen, ein original Canon HD Videoobjektiv mit 32-fach-Zoom (38,5–1.232 mm entsprechend Kleinbild) und ein optischer Bildstabilisator mit innovativem Intelligent IS unterstützen den Nutzer bei der Produktion von Video-



filmen in Full-HD im AVCHD/MP4-Format. Die Funktion Story Creator unterstützt den Filmer mit Aufnahmetipps und integrierten Drehbuchvorlagen bei der einfachen Produktion von Filmen. Legria HF R38 und Legria HF R36 sind WLAN-Camcorder mit MP4-Unterstützung. Die neuen Legria Modelle sind ab April zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 549 Euro (HF R38), 449 Euro (HF R36) und 349 Euro (HF R306) erhältlich.



haben einen Modus mit Zoomfunktion für 1.080p-Full-HD-Movies. Die Ixus 500 HS zeichnet Filme mit Stereoton auf.

Die Ixus 125 HS kommt Ende Februar mit einer UVP von 249 Euro auf den Markt, die Ixus 500 HS Anfang März mit einer UVP von 329 Euro. Die Ixus 500 HS wird es in den Farben Rot, Blau, Schwarz und Silber geben, die Ixus 125 HS wird in den Farben Pink, Rot, Silber, Grün oder Blau erhältlich sein.

Panasonic führt neue Lumix-SZ Serie ein

Verbesserter Sensor

Panasonic bringt in den kommenden Wochen insgesamt zehn neue Lumix Kompaktkameras auf den Markt. Unter den Neuheiten befinden sich neben zwei neuen Topmodellen der TZ-Serie auch ein neues FX-Touchmodell, zwei robuste FT-Outdoorkameras, drei Einstiegskameras der FS-Serie sowie die beiden ersten Modelle der neuen SZ-Serie.

Mit der Lumix TZ31 und der Lumix TZ25 als Nachfolger der TZ18 und TZ22 hat Panasonic zwei neue Flaggschiffe der Travelzoom-Reihe vorgestellt. Sie unterscheiden sich von ihren Vorgängern vor allem durch das deut-



„Tierisch nah dran“ lautet das Motto im Tropen Aquarium im Tierpark Hagenbeck in Hamburg. Wem der ohnehin kurze Abstand zu den Tieren noch nicht nah genug ist, der kann sie zum Beispiel mit der neuen Lumix TZ31 und ihrem 20fach-Zoom noch näher heranholen (diese Aufnahme entstand mit einem Vorserien-Testmodell!).

Sensitivity MOS-Sensors und eines weiterentwickelten Venus Engine Bildprozessors erzielt. Neu sind bei beiden Modellen – ebenso wie in der Lumix SZ7 (siehe unten – die HDR-

Funktion und die Möglichkeit, die Kamera über ein (im Lieferumfang enthaltenes) USB-Kabel zu laden. Außerdem bietet die TZ31 jetzt ein 20fach-Zoom (24–480 mm entspre-



Lumix TZ31 (oben) und Lumix TZ25



lich verbesserte Rauschverhalten bei Aufnahmen unter schlechten Lichtbedingungen und mit hohen ISO-Empfindlichkeiten. Dieser Fortschritt wurde durch den Einsatz eines neuen High-

Neue Lumix SZ-Serie mit Leica Zehnfach-Zoom

Die Lumix SZ7 und die Lumix SZ1 (SZ = Stylish Zoom) sind die beiden ersten Modelle einer neuen Serie, die sich durch schlanke, elegante und modische Gehäuse auszeichnet und mit einem Leica Zehnfach-Zoom (25–250 mm entsprechend Kleinbild) ausgestattet ist. Als Sensor kommt in der Lumix SZ7 ein im Rauschverhalten deutlich verbesserter High Sensitivity-MOS-Sensor mit 14 Megapixeln zum Einsatz, der Full HD-Videos mit 1.920 x 1.080 Pixel im AVCHD- oder MP4-Format in Stereo ermöglicht. Die SZ1 arbeitet mit einem 16-Megapixel-CCD-Sensor und kann Filme in HD Video (720p) im MP4-Format aufnehmen. Beide Neuheiten sind zudem mit einem 7,5 cm großen LCD-Monitor mit automatisch geregelter Hintergrundbeleuchtung ausgestattet (SZ7: 460.000 Bildpunkte).ur weiteren Ausstattung gehören Schwenkpanorama, Miniatureffekt und Auto-Retusche, 3D Foto-Modus (SZ7). Beide Kameras können nicht nur über eine Steckdose geladen werden, sondern auch über einen USB-Anschluss.



chend Kleinbild) und eine GPS-Funktion, die mit Hilfe der auf DVD gelieferten Foto-Landkarten auch zur Navigation genutzt werden kann. Zusätzlich zu den bekannten Farbvarianten gibt es das Topmodell Lumix TZ31 jetzt auch mit einem weißen Gehäuse.

Die neue Lumix FX80 zeichnet sich unter anderem durch ihr Fünffach-Zoom Leica DC Vario-Summarit 24–120 mm (entsprechend Kleinbild), ihren 12,1-Megapixel Highspeed-CCD-Sensor, Full-HD-Video im AVCHD- und (neu) MP4-Format sowie ihre USB-Lademöglichkeit aus. Außerdem ermöglicht sie Serienaufnahmen mit



bis zu 3,7 Bildern pro Sekunde bei voller Auflösung, 3D Fotos, und Schwenk-Panoramen bis maximal 360°. Eine Retusche-Funktion und der 6,7-cm-LCD-Touchscreen-Monitor sind weitere Kennzeichen.

Die Modelle Lumix FS45, Lumix FS40 und Lumix FS28 aktualisieren Panasonics Lumix FS Serie, die sich vor allem an Einsteiger wendet. Die FS45 und FS 40 sind mit dem lichtstarken Fünffach-Zoom Leica DC Vario-Summarit (24–120 mm entsprechend Kleinbild) ausgestattet, die FS28 deckt den Brennweitenbereich 28–112 mm ab. Der Aufnahmesensor dieser Neuheiten bietet 16 (FS45) bzw. 14 Megapixel. HD-Videos nehmen alle mit 720p auf, die FS45 im MP4-Format, die FS40 und die FS28 als Motion-JPEG. Die Bildkontrolle erfolgt über einen LCD-Monitor mit 230.000 Bildpunkten, in der FS45 mit 3"/7,5 cm-



Die neuen Panasonic Lumix Modelle FS40 und FS45 gibt es in vielen Farbvarianten.

Diagonale, in der FS40 und FS28 2,6"/6,7 cm. Der iA-Modus mit Funktionen wie OIS-Bildstabilisator, AF-Verfolgung (FS45), intelligenter ISO-Kontrolle, Gesichtserkennung, automatischer Motivprogramm-Wahl und intelligenter Belichtung sorgt wie bei Lumix Kameras üblich für problemlos gelungene Bilder.

Mit der neuen Lumix FT4 wendet sich Panasonic an Outdoor-Aktive, die ihre Kamera auch beim Segeln, Skifahren, Schnorcheln ect. immer dabei haben wollen. Die Lumix FT20 wurde dagegen als Familien-Tough-Modell konzipiert, das auch kleineren Kindern ohne Bedenken anvertraut werden



Lumix FT4 (oben) und Lumix FT20



kann. Neu bei der FT4 ist zum Beispiel die Möglichkeit, Videos in MP4 aufzunehmen. Darüber hinaus bietet die Kamera ein 28–130 mm Leica Objektiv (entsprechend Kleinbild), GPS und verschiedene weitere neue Funktionen. Die Lumix FT20 ist mit einem 25 mm Weitwinkelobjektiv (entsprechend Kleinbild) ausgestattet.

Preise, Farben und Verfügbarkeit

Lumix FS28: 119 Euro*; Schwarz, Silber, Pink; Ende März. **Lumix FS45:** 159 Euro*; Schwarz, Champagner, Rot, Violett; Ende Februar. **Lumix FS40:** 139 Euro*; Schwarz, Silber, Pink, Limone, Aktiv-Blau; Mitte Februar. **Lumix SZ1:** 219 Euro*, Schwarz, Silber, Blau, Rot, Aubergine; Ende Februar. **Lumix SZ7:** 269 Euro*; Schwarz, Perlmutterweiß, Chocolate; Ende Februar. **Lumix TZ25:** 329 Euro*; Silber, Rot, Schwarz, Februar. **Lumix TZ31:** 369 Euro*; Silber, Schwarz, Rot, Perlmutter-Weiss, Chocolate; März. **Lumix FX80:** 269 Euro*; Schwarz. **Lumix FT4:** 399 Euro*; Silber, Aktiv-Blau, Orange. **Lumix FT20:** 219 Euro*; Schwarz, Blau, Rot.

* alle Preise sind unverbindliche Verkaufspreisempfehlungen

Neuheiten

Rollei erweitert die Serie der Designline Bilderrahmen mit zwei neuen Modellen

Zum Jahresauftakt hat Rollei in der Designline Familie die beiden neuen digitalen Bilderrahmen Designline 5130 und Designline 5160 angekündigt. Beide Modelle können außer Fotos auch Full-HD-Videos wiedergeben und bieten laut Hersteller eine ausgezeichnete Farbwiedergabe, eine hohe Kontrastdarstellung und eine präzise Detailabbildung. Sie sind mit einem glatten, schwarzen Rahmen eingefasst.

Der Designline 5160 zeigt Aufnahmen im 16:9-Seitenverhältnis auf einer Bilddiagonalen von 15,6"/39,62 cm. Zum Funktionsumfang gehören die automatische Bildrotation, die automatische Diashow mit zehn verschiedenen Übergängen und Hintergrundmusik (MP3) sowie die Einstellmöglichkeit von Geschwindigkeit,

Helligkeit, Kontrast und Sättigung. Zudem stellt der Designline 5160 die Hintergrundbeleuchtung anhand der Umgebungshelligkeit automatisch ein. Der Rollei Designline 5130 ist mit einem 13,3"/33,78 cm großen LED-Bildschirm



im 16:9-Format mit 1.280 x 800 Pixeln ausgestattet. Mit der Lichtsensor-Funktion werden ein automatischer Start unter Licht und eine automatische Abschaltung im

Dunkeln gewährleistet. Das Gerät bietet neben zahlreichen Diashow-Funktionen auch Zusatzfunktionen wie Uhrzeit, Kalender oder Wecker. Zudem lassen sich im Menü Helligkeit, Kontrast, Farbsättigung und Farbton individuell einstellen. Integrierte

Stereo-Lautsprecher (2 x 1W) sorgen für den Ton.

Dank eines drehbaren Standfußes können beide Rahmen vertikal und horizontal genutzt werden. Sie kommen mit Fernbedienung und 2 GB integriertem Speicher auf den Markt. Einsetzbare Speichermedien sind SD, SDHC, MMC und MS-Karten.

Beide Bilderrahmen sollen ab Ende März lieferbar sein. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen lauten: Designline 5130: 149,90 Euro; Designline 5160: 199,90 Euro.

General Imaging stellt eine neue GE Bridgekamera und ein neues GE Outdoormodell vor

General Imaging, Lizenznehmer des US-Konzerns General Electric (GE), hat auf der CES zwei neue Kameras der Marke GE vorgestellt: die neue Superzoom-Kamera X600 und die stoß-, wasser- und frostfeste DV2. Die X600 ist mit einem 14,4 Megapixel CMOS-Sensor ausgestattet und erweitert die Produktpalette der Bridgekameras um ein Modell in professionellem Design und mit leicht verständlicher, intuitiver Bedienung. Optische Bildstabilisierung, ein hochauflösendes 2,7"/6,9 cm LC-Display und ein 25fach-Zoomobjektiv (26–650 mm entsprechend Kleinbild) sind weitere Ausstattungsmerkmale. Die Kamera ermöglicht High-Speed-Aufnahmen mit bis zu zehn Bildern pro Sekunde und Videoaufnahmen in Full-HD (1.080p). Für die korrekte Belichtung stehen neben der Programm-, Blenden- und Zeitautomatik auch manuelle Einstellmöglichkeiten bereit. Darüber hinaus bietet die Neuheit eine

360-Grad-Panoramafunktion, HDR Pro, Mehrfachbelichtung, Dynamische Motiverkennung, ISO 80–3200, automatische Szenenerkennung, 20 individuelle Motivprogramme, einen elektronischen Sucher mit 200.000 Pixeln und weitere Features. Ein Termin für die Markteinführung stand bei Redaktionsschluss



ebenso wenig fest wie die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung. Die DV2 von General Electric zeichnet sich vor allem durch ihr kompaktes und robustes Gehäuse aus. Sie ist wasserdicht bis fünf Meter, staubdicht,

stoßfest bis zu einer Fallhöhe von 1,5 m und frostfest bis minus zehn Grad. Sie lässt sich dank der Tastenanordnung im Gehäuse mit einer Hand bedienen. Das Dreifach-Zoomobjektiv und der 14,4 Megapixel CMOS-Sensor sorgen für klare, rauscharme Bilder und Full-HD-Videos.

Zur weiteren Ausstattung gehören die Auto Panorama Funktion sowie Gesichts-, Lächel- und Zwinkererkennung. Der 2,5"/6,3 cm große LCD-Monitor erleichtert mit automatischer Helligkeitsanpassung die schnelle Beurteilung der Aufnahmen, die sich über den HDMI-Anschluss auch problemlos auf einem Full-HD-fähigen Fernseher präsentieren lassen. Zur Verbindung mit einem Computer steht ein ausklappbarer USB Anschluss bereit. Auch für dieses Modell gab es bis Redaktionsschluss keine Informationen zum Datum der Markteinführung und zum Preis.



Sonys neue Cyber-shot DSC-W630 gibt es in den Farben Silber, Schwarz, Pink, Violett und Gold.

Sony stellt neun neue Handycam Modelle vor

Zwei bunte Cyber-shots

Mit den neuen Cyber-shot Modellen DSC-W630 und W610 wendet sich Sony vor allem an Einsteiger, die von Beginn an zu gelungenen Fotos kommen wollen. Dazu bieten die Neuheiten hervorragende Optiken, schnelle Bildprozessoren, eine Reihe von Kreativprogrammen und hochentwickelte Automatikfunktionen.

Die DSC-W630 ist das Modell für den gehobenen Anspruch innerhalb der Cyber-shot W-Serie. Sie bietet unter anderem einen erweiterten optischen Bildstabilisator und kann High Definition (HD) Videos aufzeichnen. Der intelligente Automatikmodus erkennt und unterscheidet bis zu 33 Aufnahmesituationen und passt die Kameraeinstellungen automatisch den gegebenen Bedingungen an. Zur Umsetzung kreativer Ideen bei der Aufnahme stehen unterschiedliche Bildeffekte bereit.

Die Bildauflösung beträgt bei den beiden Neuheiten effektiv 14,1 (DSC-W610) bzw. 16,1 Megapixel (DSC-W630). Die W610 bietet ein Vierfach-Zoomobjektiv (26–105 mm), die W630 ein Carl Zeiss Vario-Tessar-

Objektiv (25–125 mm, jeweils entsprechend Kleinbild). Beide Neuheiten sind mit einem 2,7-Zoll-Display (6,7 Zentimeter) ausgerüstet. Die Videoaufnahme im 720p-HD-Format (MPEG4 AVC/H.264) und der verbesserte Bionz-Bildprozessor bleiben allein der W630 vorbehalten. Schwenkpanorama-Funktion und die PlayMemories Home Software sind

in beiden neuen Kameras zu finden. Die DSC-W630 wird in den Farben Silber, Schwarz, Gold, Violett und Pink angeboten. Die DSC-W610 in Silber, Schwarz, Pink, Grün und Blau. Beide Kameras sind ab Februar erhältlich. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen lauten für die Cyber-shot DSC-W630: 149 Euro, Cyber-shot DSC-W610 109 Euro.

Handycams mit weiterentwickelten und neuen Funktionen

Sony hat neue Handycams vorgestellt, die sich alle durch mindestens eine Besonderheit auszeichnen. So bietet beispielsweise die HDR-CX730E den weltweit ersten Balanced Optical SteadyShot. Dieser sorgt selbst bei starken Bewegungen für ein stabiles Bild. Der HDR-PJ260VE ist mit einem Projektor ausgestattet, der die Präsentation der Filme sogar in heller Umgebung ermöglicht. Außerdem ist in diesem Modell eine GPS-Einheit eingebaut. Und der HDR-TD20VE ist laut Sony der derzeit kleinste und leichteste Full-HD 3D-Camcorder der Welt. Der Verwacklungsschutz in den neuen Premium-Camcordern HDR-CX730E und HDR-PJ740VE arbeitet im Standardmodus 13-mal effizienter als bei den Vorgängermodellen. Auch seinen 3D-Camcorder hat Sony weiterentwickelt:



Im Vergleich zum im vergangenen Jahr vorgestellten 3D-Full-HD-Camcorder fällt der neue HDR-TD20VE um ein Drittel kompakter aus. Dennoch bietet er jede Menge Technik, unter anderem zwei G-Objektive, zwei Exmor R CMOS-Bildsensoren und zwei Bionz-Bildprozessoren. Alle neuen Handycams zeichnen den Ton im Dolby Surround 5.1-Format auf. Verfügbarkeit und unverbindliche Verkaufspreisempfehlungen: HDR-TD20VE: März, 1.599 Euro; HDR-PJ740VE: April, 1.399 Euro; HDR-PJ260VE/HDR-PJ200E: Februar, 629/399 Euro; HDR-CX730E: April, 999 Euro; HDR-CX570E/HDR-CX250E/-W/-B/HDR-CX200E/-S/-R/-L/-B: Februar, 629/449/319 Euro; HDR-XR260VE: Februar, 699 Euro.

Neuheiten

Olympus stellt neues 12-50 mm-Zoomobjektiv für die Olympus PEN vor

Olympus hat mit dem M.Zuiko Digital ED 12-50 mm 1:3.5-6.3 EZ (24-100 mm lensprechend Kleinbild) ein neues Standard-Zoomobjektiv für PEN-Kame-



ras vorgestellt. Es eignet sich dank des nahezu geräuschlos und schnell arbeitenden Zooms auch für Videoauf-

nahmen. Das Objektiv ermöglicht ein besonders sanftes sowie leises Zoomen zur Vermeidung von Verwacklungsunschärfen, die durch Betätigung des Zoomrings entstehen können. Es stehen drei Zoomgeschwindigkeiten bereit. In Kombination mit der Olympus MSC-Technologie (Movie and Still Compatible) im linearen Motorenantrieb kommt ein schneller und nahezu geräuschloser Autofokus hinzu. Für die hohe Abbildungsqualität sorgen unter anderem mehrfachbeschichtete sowie zwei asphärische Linsen. Erstmals befindet sich eine L-Fn-Taste an einem PEN-Objektiv. Das Objektiv ist für eine unverbindliche Verkaufspreisempfehlung von 449 Euro erhältlich.

Adapter für Nikons G- und F-Objektive auf Nikon 1 von Foto Walser

Wenige Wochen nach der Vorstellung der neuen Nikon 1-Modelle ermöglicht Foto Walser den Einsatz von Nikon G-

und F-Objektiven an den neuen Kameras. Dafür bietet das Unternehmen ab sofort zwei Adapter für alle Nikon 1-Kameras. Die präzise gefertigten Adapter rasten sicher im Bajonettanschluss der Kamera ein. Der Anschluss zwischen Adapter, Kamera und Objektiv ist dabei rein mechanisch, so dass keine elektronische Datenübertragung erfolgt. Die Adapter für Nikon 1-Kameras



bietet Foto Walser für F-Objektive zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 89,99 Euro an, für G-Objektive zum UVP von 99,99 Euro.

Drei neue Bullet Modelle erweitern das Rollei Action Camcorder-Sortiment

Rollei bringt mit der Rollei Bullet HD Pro 1.080p, der Rollei Bullet HD 2 und der Rollei Bullet HD Lite 2 drei weitere Bullet HD Action Camcorder auf den Markt. Der kleine High-Definition Camcorder Rollei Bullet HD Pro 1.080p bietet erstmalig eine Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln, 20 Megapixel Fotoqualität sowie 30 Bilder pro Sekunde bei Full-HD (1.080p) oder 60 Bilder pro Sekunde bei HD sowie ein 170 Grad Fisheye-Objektiv. Die Bedienung erfolgt per Tastendruck des Power-Buttons mit Leuchtdiode sowie Vibration als Eingabebestätigung. Im Photo Capture Mode nimmt die Kamera automatisch alle zwei Sekunden ein Foto auf. Die Kamera ist bis zu zehn Metern wasserdicht. Eine spezielle Sound Cap für den Ton und ein digitaler Video-Verwacklungsschutz tragen zur hohen Qualität der Videofilme bei. Der Lithium-Ionen-Akku hält bis zu zwei Stunden. Neben dem mitgelieferten Zubehörpaket und Travelcase wird professionelles Zubehör optional erhältlich sein. Dazu gehört zum Beispiel das Rollei Bullet Remote Kit, mit dem Nutzer ihre Bullets auf einer Distanz bis zu zehn Metern per Funkfernbedienung steuern können. Für die Produkteinführung im Sommer ist das Rollei



Bullet Watch Kit geplant. Dieses ermöglicht, Videos auf einer Armbanduhr im Display anzusehen.

Die Bullet HD 2 kommt als Nachfolgerin der Bullet HD auf den Markt. Ihre Ausstattung ist weitgehend mit der Rollei Bullet HD Pro 1.080p identisch, allerdings bietet sie lediglich zwölf Megapixel und HD-Video-Auflösung 720p (1.280 x 720) mit 30 Bildern pro Sekunde.

Die Rollei Bullet HD Lite 2 präsentiert sich in den drei frischen Farben Silber, Rot und Blau. Sie ist ebenfalls wasserdicht bis zu zehn Metern. Ein integriertes Mikrofon sowie eine wasserdichte Soundkappe erlauben Tonaufnahmen über und unter der Wasseroberfläche. Die Cam nimmt nun alle zwei Sekunden ein Foto auf (Vorgängermodell: alle drei Sekunden), und die Vibration dient zur

Eingabebestätigung. Auch dieses Modell bietet HD-Auflösung mit 30 Bildern pro Sekunde. Das Objektiv erfasst einen Bildwinkel von 135 Grad.

Alle drei neuen Bullet HD-Camcorder werden ab April erhältlich sein. Die Rollei Bullet HD Pro 1.080p wird es im schwarzen Aluminiumgehäuse zu einer unverbindlichen Verkaufspreisempfehlung von 199,95 Euro geben. Die Rollei Bullet HD 2 kommt ebenfalls im schwarzen Aluminiumgehäuse zu einem UVP von 149,95 Euro. Und die Rollei Bullet HD Lite 2 wird in den Farben Silber, Rot und Blau zum UVP von 99,95 Euro angeboten.

Die EX-ZR200 fällt durch ihre Schnelligkeit auf

Fünf neue Exilims

Casio hat fünf neue Exilim Kameras vorgestellt. Neben der schnellen, mit dem neuen Rapid Shutter ausgestatteten EX-ZR200 kommen demnächst die EX-ZS150, EX-ZS20, EX-ZS12 und die EX-ZS6 auf den Markt. Diese wurden laut Casio so konzipiert, dass auch Einsteiger sie sofort problemlos bedienen können.

Dank des neuen Schnellverschlusses Rapid Shutter ist die Exilim EX-ZR200 in 0,98 Sekunden startbereit und fokussiert in 0,13 Sekunden. Die Zeit zwischen den einzelnen Aufnahmen beträgt nur 0,27 Sekunden. Der Rapid Shutter funktioniert auch in Programmen, die komplexe Bildverarbeitungsprozesse erfordern, etwa HDR, HDR-ART und Premium Auto Pro. Mit Premium Auto Pro verschmilzt die Kamera automatisch mit Highspeed-Serienbildaufnahme aufgenommene Bilder, um die Bildqualität in schwierigen Situationen zu steigern.

Neben den zahlreichen Automatikprogrammen bietet die EX-ZR200 auch die Möglichkeit für manuelle Einstellungen. Die Kamera ist darüber hinaus mit einem 24–300 mm Zoomobjektiv (entsprechend Kleinbild) plus 25facher Digitalzoomfunktion ausgestattet. Die Nahaufnahmegrenze beträgt nur einen Zentimeter. Mit der Wide Shot-Funktion sind Weitwinkelaufnahmen bis zu 14 mm

(entsprechend Kleinbild) möglich. Die Exilim EX-ZR200 ist ab Februar/März in den Farben Schwarz, Weiß, Rot



Exilim EX-ZR200

und Blau zu einer unverbindlichen Verkaufspreisempfehlung von 279 Euro erhältlich.

Die neuen Exilim Modelle EX-ZS150, EX-ZS20, EX-ZS12 und EX-ZS6 sind mit einem 16.1-Megapixel-Sensor ausgestattet. Bei allen vier neuen Modellen sind den Grundfunktionen Aufnahme, Bildwiedergabe und Löschen spezielle Tasten zugeordnet, und die Easy Mode-Schnittstelle stellt häufig benutzte Funktionen in gro-



ßen Buchstaben und Icons dar. Folgt der Nutzer den Anleitungen auf dem Display, entstehen Fotos mit optimalen Einstellungen. Darüber hinaus fokussieren die neuen Modelle – wenn sie einfach nur auf das Motiv gerichtet werden – Gesichter oder Landschaften.

Die EX-ZS150 bietet ein 24–300 mm

Weitwinkelobjektiv, die EX-ZS20 ein 26–156 mm-Weitwinkelzoom, die EX-ZS12 und die EX-ZS6 sind jeweils mit einem 26–130 mm Weitwinkelzoom ausgerüstet (alle Angaben entsprechend Kleinbild). Die beiden letztgenannten Modelle sind zudem mit Premium Auto Lite ausgestattet. Diese Funktion analysiert das Motiv und wählt automatisch die besten Einstellungen. Die EX-ZS20 und die EX-ZS12 haben zudem ein Edelstahlgehäuse. Alle vier Modelle werden in großer Farbvielfalt angeboten und sind mit zahlreichen Best Shot Automaten ausgestattet. Sie bieten zusätzlich eine Funktion für Selbstporträts, nehmen Videos in HD-Qualität (1.280 x 720) auf und können per USB aufgeladen werden.



Exilim EX-ZS20 (l.) und EX-ZS150

Die EX-ZS150 ist in den Farben Schwarz, Gold, Pink und Grün zu einer unverbindlichen Verkaufspreisempfehlung von 159 Euro und die EX-ZS20 in Silber, Schwarz, Weiß, Rot, Blau und Pink zu einem UVP von 139 Euro erhältlich. Die EX-ZS12 ist in Silber, Schwarz, Rot und Blau zum UVP von 119 Euro und die EX-ZS6 in Schwarz, Silber, Pink und Rot zum UVP von 99 Euro ab Februar/März erhältlich.

Noritsu kündigt neue Minilab Serie QSS-38 an In Fotoqualität

Auf der PMA@CES stellte Noritsu die neue Minilab-Baureihe QSS-38 vor. Die Silberhalogenid-Minilabs sind technisch auf dem aktuellsten Stand, um schnell und kostengünstig Bilder auf Fotopapier zu produzieren. Zunächst gibt es zwei Modelle mit unterschiedlichem Leistungsprofil.

Das Noritsu QSS-3800 ist ein günstiges Einstiegsmodell mit 300-dpi-Laser-Belichtungseinheit, das es Selbstverarbeitern wie Fotohändlern und Fotografen leicht macht, sich in ihrem speziellen Marktsegment zu positionieren. Das QSS-3801HD zeichnet sich gegenüber dem QSS-3800 durch erweiterten Funktionsumfang, ein hochauflösendes 640-dpi-Laser-Belichtungssystem, einen 12er-Sorter und ein präzises Colorimeter fürs tägliche Setup aus. Anders als ihre Vorgänger können die neuen QSS-Minilabs der 38er-Serie auch 160 Mikrometer „dünnere“ Fotopapier verarbeiten. Dieses Material eignet sich besonders für die Herstellung von Foto-Mehrwert-Produkten wie „Layflat“-Fotobüchern auf echtem Fotopapier.

Platzsparende Bauweise

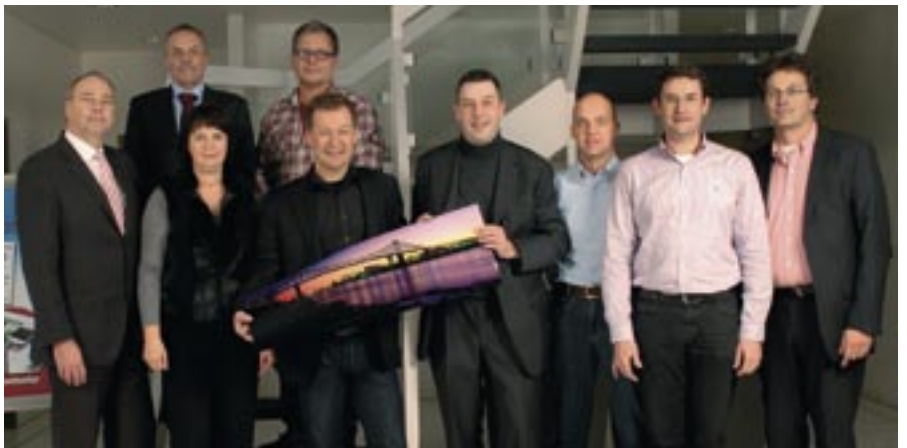
Die neuen Noritsu Minilabs zeichnen sich durch eine besonders platzsparende Bauweise aus. Ihre breite, flache Oberfläche eignet sich gut zur Aufnahme des „EZ-Controllers“. Durch diese Anordnung benötigt das System 40 Prozent weniger Platz als bei Positionierung des „EZ-Controllers“ auf einem separaten Arbeitstisch. Das QSS-3801HD bietet eine Kapazität



Das neue QSS-3801HD ist mit einem hochauflösenden 640-dpi-Laserbelichter ausgestattet.

von bis zu 1.480 Fotos im Format 10 x 15 cm pro Stunde, das QSS-3800 schafft bis zu 740 Prints im gleichen Format. Bei den größeren Bildformaten kommen beide Modelle auf bis zu 420 Fotos im Format 20 x 25 cm und 200 Großbilder in 30 x 45 cm pro Stunde. Die größtmögliche Papierbreite der neuen Noritsu Labs beträgt 305 mm, die maximale Bildlänge 914 mm. Auf diese Weise können Betreiber der 38er-Geräte auch beeindruckende Panoramaprints schnell selbst ausarbeiten.

Ein bekanntes Merkmal früherer Noritsu-Gerätegenerationen findet sich auch beim neuen QSS-3801HD. Dank der „EZ-Controller“-Software (optional) ist es möglich, eine gerade laufende Fotoproduktion zu unterbrechen, um einen anderen Auftrag, beispielsweise Passbilder, vorrangig zu fertigen. Farbige LED-Leuchten an den Sorter-Tablets signalisieren zweifelsfrei, welche Fotos zum unterbrochenen und welche zum zwischen geschobenen Auftrag gehören. Bestandteil der neuen 38er ist die



Nach einem erfolgreichen ersten Jahr geht die DITMS-Mannschaft zuversichtlich und hoch motiviert ins Jahr 2012 (v. l.): Lex Engel (o.), Ralf Paulsen (o.); untere Reihe: Frank Pohlmann, Heike Borges, Thomas Mümken, Majo König, Dieter Neus, Ralph Berg und Mirko Wild.

Bildverbesserungstechnologie „AccuSmart“. Sie führt automatisch Bildkorrekturen durch und bietet Werkzeuge zur Farbkorrektur, zur Rauschunterdrückung sowie zum Entfernen „roter Augen“. In Kombination mit dem „EZ-Controller“ ermöglicht es „AccuSmart“, auch Fotos von RAW-Bilddateien mit den neuen 38ern auszuarbeiten.

Beim QSS-3801HD gehört ein Colorimeter zum Papierprozessor. Sobald die Testprints der täglichen Testroutine den Trockner verlassen haben, werden sie dem Colorimeter automatisch zugeführt und „ausgemessen“, was dem Operator das „Setup“ wesentlich erleichtert.

Optional können die 38er-Geräte mit einem Dual-Magazin versehen werden, um längere Zeit ohne Nachladen produzieren oder verschiedene Formate ohne lästige Magazinwechsel verarbeiten zu können.

Trotz der steigenden Popularität „trockener“ Minilabs sieht Thomas Mümken, Geschäftsführer des Noritsu Distributors Dipl.-Ing. Thomas Mümken Sales GmbH, einen nicht zu unterschätzenden Bedarf an Nassgeräten: „Silberhalogenidlabs liefern Fotos in ganz ausgezeichnete Qualität – und zwar zu nach wie vor unschlagbar niedrigen Herstellungskosten. Das macht sie für Anbieter mit hohem Ausarbeitungsaufkommen sowie für speziell ausgerichtete Betriebe wie Fotogroßlabore, Fachlabore, Schulfotolabore oder Online-Dienstleister durchaus attraktiv.“

Die neuen 38er-Modelle – vom Einstiegsgerät QSS-3800 bis zur Hochleistungsmaschine QSS-3801HD – werden ab März 2012 in Europa lieferbar sein. Sie ersetzen die QSS-Geräte 3701 bis 3703. Das Hochkapazitätslab QSS-3704HD bleibt unverändert im Programm.

JVC nimmt neun neue Camcorder ins Sortiment – darunter fünf mit WLAN-Funktionalität

JVC startet mit neun neuen HD Everio Camcorder-Modellen im Preisbereich zwischen 249 Euro und 699 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlungen) ins Jahr 2012. Darunter befinden sich fünf Modelle der E-Serie, je zwei Modelle der EX- und VX-Serie sowie das Spitzenmodell aus der GX-Serie. Fünf der neuen Camcorder sind WLAN-fähig. Alle Neuheiten kommen im Februar oder März auf den Markt. Ihnen allen gemeinsam sind die Bildqualität in Full-HD (1.920 x

(bei allen anderen digital). Die beiden preiswertesten Modelle GZ-E10 und GZ-E15 kommen mit einem 2,7"/6,9 cm LC-Display auf den Markt, das Topmodell ist mit einem 3,5"/8,9 cm großen Touchmonitor ausgestattet, und die übrigen Neuheiten haben ein berührungsempfindliches 3"/7,6 cm großes Touchscreen-LCD.

Topgerät mit 10 MP

Herausragendes Gerät unter den Neuheiten ist das Topmodell GZ-GX1. Dieses bietet über die bereits erwähn-



1.080/50p) sowie die Funktionen Zeitrafferaufnahme, Gesichtserkennung, Auto-REC, Intelligent AUTO und Super LoLux für Aufnahmen bei extrem wenig Licht, die K2 Technologie und das Zoom-Mikrofon. Alle Modelle speichern die Filme im AVCHD-Format und in Standard Definition (das Einstiegsmodell GZ-E10 nur im AVCHD-Format).

Bis auf die beiden Einstiegsmodelle bieten die Camcorder darüber hinaus die Funktion Lächel-Erkennung und Lächel-Aufnahme. Außerdem sind diese sieben Modelle mit einer Fotofunktion ausgestattet, die Fotos mit zwei, drei oder beim Topmodell GZ-GX1 fünf Megapixeln ermöglicht. Allen Neuheiten gemeinsam ist weiterhin die Bildstabilisierung, die bei den drei Modellen im oberen Preisbereich optisch erfolgt

ten Ausstattungsmerkmale hinaus ein lichtstarkes (F1:1,2) Zehnfach-Zoomobjektiv und einen 10 Megapixel CMOS-Sensor. Hervorzuheben sind hier außerdem das Filtergewinde, Mikrofon-Eingang und Zubehörschuh sowie der Kopfhörer-Ausgang. Der GZ-GX1 lässt sich außerdem per Fernbedienung steuern.

Neues Zubehör

Mit den neuen Camcordern bringt JVC auch neues Zubehör auf den Markt. Dabei handelt es sich um zwei HDMI-Kabel, mit denen sich die Aufnahmen in hoher Qualität auf kompatiblen TV-Geräten und Monitoren präsentieren lassen, Ladegeräte, Akkus und Bereitschaftstaschen. Letzgenannte werden auch gemeinsam in zwei sogenannten Starter Kits angeboten.

Neue Olympus Spitze wird im April gewählt

Wege aus der Krise

Die Olympus Krise ist nicht mehr in den Schlagzeilen, der Geschäftsbetrieb läuft normal. Wirklich bewältigt ist der Skandal, dass das Unternehmen jahrzehntelang seine Bilanzen manipuliert und Verluste in Höhe von 1,5 Milliarden US-\$ ver-

schleiert hat, aber noch nicht. Denn es gilt, die entstandene Kapitulallücke zu schließen, und auf einer außerordentlichen Hauptversammlung im April sollen ein neuer Beirat und ein neues Management bestimmt werden.

Der drohenden automatischen Auslistung der Aktie von der Tokioter Börse ist Olympus entgangen. Das Unternehmen reichte am 14. Dezember gerade noch rechtzeitig vor Ablauf der Nachfrist den Bericht über das 2. Quartal des laufenden Geschäftsjahres ein. Für das erste Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres wurde ein Nettoverlust von 32,3 Milliarden Yen (318 Millionen Euro) ausgewiesen, der nach Aussagen des amtierenden Präsidenten Shuichi Takayama im Wesentlichen auf die Folgen der Naturkatastrophen im März zurückzuführen ist. In derselben Periode des Vorjahres hatte Olympus einen Gewinn von 38,1 Milliarden Yen (375,1 Millionen Euro) gemeldet. Zudem musste das Unternehmen seine Bilanzen für die vergangenen fünf Geschäftsjahre korrigieren.

Verluste aus Spekulationen

Zwischenzeitlich hatte die von Olympus eingesetzte, unabhängige Untersuchungskommission in einem voluminösen Bericht festgestellt, dass die verschleierte Verluste auf spekulative Anlagen zurückgehen, die das Unternehmen seit Mitte der 80er Jahre getätigt hat. Hier eine notwendigerweise vereinfachte Darstellung der Ereignisse:

Unter der Ägide des damaligen Präsi-

denten Toshiro Shimoyama ging der Unternehmensgewinn von Olympus Mitte der 80er Jahre durch den rasant steigenden Kurs des japanischen Yen deutlich zurück. Shimoyama setzte darum auf spekulative Finanzanlagen, um die fehlenden Erträge auszugleichen. Als in den 90er Jahren die japanische Wirtschaftsblase platzte, war dieser Plan hinfällig – anstelle von Gewinnen waren hohe Verluste entstanden, die das damalige Olympus Management durch Investitionen in weitere hochspekulative Finanzprodukte zu kompensieren versuchte. Der Schuss ging nach hinten los: die Verluste erhöhten sich nunmehr auf umgerechnet fast 1,3 Milliarden US-\$.



Der neue Olympus President Shuichi Takayama will den Finanzskandal restlos aufklären und eine neue Management-Kultur bei Olympus vorbereiten.

In der Bilanz von Olympus fielen diese Verluste deshalb nicht auf, weil es in Japan zu diesem Zeitpunkt nicht unüblich war, Finanzanlagen mit dem Wert in die Bilanz einzustellen, den sie zum Zeitpunkt ihres Erwerbs gehabt hatten. Nachdem Ende der 90er Jahre die Bilanzierungsrichtlinien für börsennotierte Unternehmen verändert wurden, waren diese Finanzanlagen zu ihrem aktuellen Kurs zu bewerten. Olympus hatte also ein Problem.

Noch unter der Führung des damaligen Präsidenten Masatoshi Kishimoto arbeiteten die Manager Hisashi Mori, Hideo Yamada, Makoko Nakatsuka und der zwischenzeitlich zum Finanzgeschäftsführer ernannte spätere Präsident und Chairman Tsuyoshi Kikukawa einen Plan aus, um die Verluste zu verschleiern. Dazu kauften unabhängige Investoren, darunter die später mit einer Firma auf den Cayman Inseln in Verbindung gebrachten japanischen Finanzmanager, die faulen Wertpapiere zum überhöhten Buchwert auf. Finanziert wurden die Transaktionen von verschiedenen europäischen und asiatischen Banken mit Krediten, die Olympus mit guten Wertpapieren, darunter japanische Staatsanleihen, absicherte.

Unter Führung des inzwischen zum Präsidenten und Chairman ernannten Tsuyoshi Kikukawa dienten der Erwerb dreier japanischer Firmen zu weit über-

höhten Preisen, die anschließende rasante Abschreibung dieser Unternehmenswerte sowie die astronomisch hohen Provisionszahlungen im Zusammenhang mit der Übernahme des britischen Medizintechnik-Herstellers Gyros im Anschluss dazu, diese Kredite zurückzuzahlen.

Ohne dass es im Bericht ausdrücklich erwähnt wird, sind diese Transaktionen dem gefeuerten Olympus Chef Michael Woodford im Spätsommer dieses Jahres ausgerechnet zu dem Zeitpunkt aufgefallen, wo das Bilanzproblem aus Sicht seiner Verursacher praktisch gelöst war.

Investoren besorgt über Kapitallücke

Der Bericht der Untersuchungskommission stellt klar, dass sich die zeitweise munter ins Kraut schießenden Spekulationen über Verbindungen zur japanischen Mafia-Organisation Yakuza nicht bestätigt haben. Aber die nunmehr in die Bilanzen eingestellten Verluste von rund 1,5 Milliarden US-\$ rissen eine bedenkliche Lücke ins Eigenkapital des Unternehmens, die vielen Investoren und Analysten Sor-



Michael Woodford wurde vom Olympus Board am 14. Oktober als Präsident/CEO einstimmig entlassen, kämpft jetzt um finanziellen Ausgleich.

genfallen auf die Stirn schreibt. So war die Eigenkapitalquote Ende September von 11,9 Prozent im Vorjahr auf nur noch 4,5 Prozent gesunken; zum selben Termin waren die Vermögenswerte von 225 Mrd. Yen (2,2 Mrd. Euro) im Vorjahr auf 46 Mrd. Yen (453 Mio. Euro) geschrumpft. Auf einer Pressekonferenz kündigte Präsident Shuichi Takayama an, Olympus werde seinen Cashflow nutzen, um die Kapitaldecke zu stärken. Darüber hinaus wurde auch der Einstieg anderer Unternehmen nicht ausgeschlossen – seither werden in diesem Zusammenhang immer wieder Fujifilm, Hoya und Sony genannt. Dazu gibt es aber keine offiziellen Aussagen – Olympus erklärte wiederholt zu entsprechenden Presseberichten, diese gingen nicht auf Erklärungen des Unternehmens zurück; Fujifilm bezeichnete Diskussionen über eine mögliche Beteiligung Ende Dezember als „verfrüht“.

Wer kommt an die Spitze?

Olympus hat inzwischen mehrere Ausschüsse eingesetzt, um neue Regeln der Unternehmensführung zu erarbeiten und die Management-Kultur drastisch zu verändern. Für April dieses Jahres kündigte Takayama den Rücktritt des derzeitigen Managements an; eine außerordentliche Aktionärsversammlung soll dann eine neue Führungsspitze wählen. Ob dabei alle Direktoren ersetzt werden, ist noch offen.

Genau das wäre nach Ansicht von Michael Woodford aber die richtige Reaktion. Der 51jährige Brite, der am 1. Dezember auch seinen Platz im Olympus Beirat aufgab, versuchte zeitweise, sich als Kandidat für den Chefsessel bei Olympus ins Gespräch zu bringen. Wichtige japanische Investoren hielten die Rückkehr des „Whistleblowers“, der den Skandal bei



Der langjährige Chef und Beiratsvorsitzende Tsuyoshi Kikukawa war tief in die Bilanzfälschungen bei Olympus verstrickt und wird zusammen mit anderen Managern auf Schadensersatz verklagt.

Olympus erst ins Rollen gebracht hatte, für eine weniger gute Idee. Nachdem Woodford seine Chancenlosigkeit erkannt hatte, gab er das Rennen auf und will sich jetzt darauf konzentrieren, eine Entschädigung für die durch seine Entlassung entstandenen finanziellen Verluste zu erstreiten.

Um Entschädigung geht es auch bei den Klagen, die Olympus gegen mehrere ehemalige Top-Manager, darunter die früheren Präsidenten Shimoyama, Kishimoto und Kikukawa, eingereicht hat. Allerdings gibt es in dem Bericht der Untersuchungskommission keine Anzeichen dafür, dass sich die Herren bei den Manipulationen bereichert hätten. Vielleicht ist das der Grund dafür, dass die geforderten Entschädigungssummen mit einer Gesamtsumme von rund 35 Mio. Euro angesichts des Milliardenschadens eher moderat erscheinen.

Man darf gespannt sein, wie die „neue Olympus Corporation“ nach Aufarbeitung des Skandals aussehen wird. Eines scheint sich abzuzeichnen: die Affäre hat das Unternehmen zwar kräftig erschüttert, das „Große Erdbeben“ und ein nachfolgender Zusammenbruch sind aber glücklicherweise ausgeblieben.

Fujifilm bringt die X100 als limitierte Sonderedition komplett in Schwarz heraus

Die Fujifilm X100 wird in wenigen Tagen in einer weltweit auf 10.000 Exemplare limitierten Black Premium Edition erhältlich sein. Diese wird als umfangreiches Gesamtpaket angeboten: Neben der Kamera in einem komplett schwarzen Gehäuse beinhaltet das Paket eine schwarze Bereitschaftstasche aus Leder, eine schwarze Objektivkappe, eine schwarze Sonnenblende, einen schwarzen



Adapterring und einen Schutzfilter. Zudem liegt jeweils ein Zertifikat mit der individuellen Nummer des Exemplars bei. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für die Fujifilm X100 Black Premium Edition lautet 1.499 Euro.

RCP-Technik stellt zwei neue Rollei Powerflex Modelle vor

RCP-Technik erweitert mit der Powerflex 400 und der Powerflex 600 die Rollei Powerflex Serie. Die Powerflex 400 kommt als Einsteiger-Modell auf den Markt. Sie bietet ein Fünffach-Zoom (25–125 mm entsprechend Kleinbild) und einen 2,7"/6,9 cm großen LCD-Monitor (230.000 Pixel). 720p HD-Videos (1.280 x 720) können mit Autofokus und Zoom aufge-



nommen werden. Zudem stehen 32 Motivprogramme für unterschiedliche Aufnahmesituationen bereit. Die Powerflex 600 bietet 14 Megapixel, ein 3"/7,6 cm großes LC-Display, ein Achtfach-Zoom (25–200 mm entsprechend Kleinbild), einen optischen Bildstabilisator und 35 Motivprogramme. Die Drei-Sekunden-Pre-

Varta-Führer 2012 in der 55. Auflage erschienen



Der Varta-Führer, der zu den wenigen unabhängigen Hotel- und Restaurantführern in Deutschland gehört, ist in der 55. Auflage erschienen. Empfohlen werden in diesem Jahr mehr als 8.000 Hotels und Restaurants in Deutschland, Österreich und Südtirol, die mit Varta-Diamanten und Varta-Tipps ausgezeichnet wurden. Dabei haben die Experten 4.927 Hotels und 2.514 Restaurants unter die Lupe genommen.

Im diesjährigen Varta-Führer erhalten 23 Hotels sowie zwölf Restaurants die Höchstbewertung von fünf Varta-Diamanten. 710 außergewöhnliche Häuser können sich über mindestens einen Varta-Tipp freuen, der in den Kategorien Küche, Service und Ambiente vergeben wird. Aber auch im immer beliebter werdenden Low-Budget-Segment empfiehlt der Varta-Führer nahezu 750 Hotel- und Restaurant-Adressen in der Kategorie „Gut & Günstig“.

Neu in dieser Ausgabe ist die Bewertung der besten Hotelbars in Deutschland, und zwar nach den Kriterien Ambiente, Angebot und Servicequalität. Im Daten- und Faktenteil werden alle wichtigen Informationen über die genannten Betriebe aufgeführt – von der Anschrift über die Ausstattungsmerkmale bis zu Kurzbeschreibungen, Reisekarte und Ortsindex.

Online zeigt der Varta-Führer unter www.varta-guide.de über einen aktuellen Vergleich der Anbieter HRS, Hotel.de sowie Booking.com in Echtzeit den günstigsten buchbaren Zimmerpreis an. Und durch die Kooperation mit Livebookings, dem weltweit größten Online-Marketing- und Reservierungsservice für die Gastronomie, lassen sich auf der Internetseite des Varta-Führers zur Zeit über 1.600 Restaurants online reservieren.

Der Varta-Führer, 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. 2012. 55. Auflage, 1.332 Seiten, Varta-Führer GmbH, Mairdumont Verlag, Ostfildern 2011, ISBN 978-3-8297-3534-6, 29,99 Euro.

Record-Funktion und HD-Video-Funktionalität runden die Ausstattung ab. Die Powerflex 400 wird in den Farben Silber, Rot und Schwarz zu einer unverbindlichen Verkaufspreisempfehlung von 79,90 Euro angeboten.



Die Powerflex 600 gibt es in den Farben Schwarz, Silber und Rot. Ihr unverbindlich empfohlener Verkaufspreis beträgt 129,90 Euro.

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

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

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

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

Anzeigenschluss für Kleinanzeigen in der Ausgabe 3/2012 ist der 15. Februar 2012.
 Senden Sie uns einfach ein Fax an: 0 21 02 / 20 27 90
 oder per e-Mail an: r.gruna@cat-verlag.de

Foto-Aktienkurse

		18.01.2012	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	3.280	3.305	3.220	4.240
Casio	YEN	440	441	427	742
CeWe Color	EUR	32,50	26,48	24,50	35,98
Du Pont	USD	48,97	44,08	37,11	57,00
Eastman Kodak	USD	0,57	1,15	0,36	5,55
Fujifilm	YEN	1.842	1.732	1.659	3.125
Hewlett-Packard	USD	26,72	25,78	21,50	49,38
Hitachi	YEN	410	408	334	523
Imation	USD	5,87	5,46	5,40	12,35
Jenoptik	EUR	4,86	4,71	3,91	6,65
Leica	EUR	25,20	25,00	12,00	28,00
Metro	EUR	28,24	33,91	26,78	55,93
Olympus	YEN	1.181	869	424	2.835
Samsung	KRW	1.036.000	943.000	672.000	1.110.000
Seiko Epson	YEN	933	997	881	1.538
Sharp	YEN	637	772	567	959
Sony	YEN	1.297	1.305	1.253	3.105
Spector	EUR	0,36	0,36	0,320	0,86
Toshiba	YEN	305	327	289	553

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

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

Deu Zert
 Deutsche Zertifizierung
 DIN EN ISO 9001:2008

GEISSLER

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

Autorisierte Vertragswerkstatt

BRAUN PHOTO TECHNIK
Canon
CPS
Metz
Panasonic Service-Center Reutlingen
Pioneer
reflecta
Saeco Kaffeeautomaten
SAMSUNG Cameras
SONY Authorized Service Center
TAMRON

Inserenten-Verzeichnis

Business Forum Imaging .2. U.	Promaxx..... 29
Cewe 13	RCP..... 25
Kürbi.....4. U.	Kleinanzeigen.....3. U.

IMPRESSUM
imaging+foto-contact

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

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
 Postfach 12 29, 40832 Ratingen
 Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
 Telefon: 0 21 02/20 27-0
 Telefax: 0 21 02/20 27-90
 Online: <http://www.worldofphoto.de>
 Bankverbindung: Postbank Essen
 Kto. 164 565 438, BLZ 360 100 43
 IBAN: DE35 360100430164565438
 BIC: PBNK DE FF

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

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

Neuheitenredaktion:
 Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:
 Hans Joseph Blömer

Anzeigen:
 Thomas Blömer (verantwortlich)
 Ralf Gruna
 Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
 Nr. 39 v. 1. Januar 2012

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

Vertrieb:
 Silke Gräfel

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

Februar 2012



BILORA präsentiert das

Top-Angebot im Februar:

Filter-Set

52 mm Art.Nr.7000-52

58 mm Art.Nr.7000-58

je ein UV-, CPL, NDx4- und Sternfilter im Etui

solange Vorrat reicht

Limitierte Menge: 2000 Sets



2012
jeden
Monat
ein Top-
Angebot

Möchten Sie jeden Monat automatisch über unsere aktuellen Angebote informiert werden, dann schicken Sie einfach eine Email an info@bilora.de.

Mehr Infos

Kürbi-Otto Tönnies GmbH

Tel: 02195 67 70 32

Fax: 02195 67 70 38

Email: info@bilora.de

www.bilora.de

