

## Die Noritsu Offensive



**Schnelles  
„Inkjet-Minilab“  
D701**



**Netzwerkfähige  
QSS-37 Serie**



**Neues  
PoS-Konzept für's  
Bildergeschäft**

### 19 Neuheiten im Rahmen der Canon Frühjahrskollektion

Canon hat im Rahmen seiner Frühjahrskollektion 19 neue Kameras, Drucker und Taschenrechner vorgestellt. Darunter die DSLR Canon EOS 450D, die erstmals eine SD-Karte als Speichermedium nutzt. ...

S. 8

### Umstrukturierung sorgt bei Fujifilm für Veränderungen

Die Erschließung neuer Märkte hat bei Fujifilm zu einer deutlichen Verschiebung der Unternehmensschwerpunkte gesorgt. Consumer Imaging soll aber weiterhin ein bedeutender Teil des Portfolios bleiben. ...

S. 28

### The Phone House bietet Ringfoto Händlern Qualität

Seit Herbst 2007 arbeiten der Telekommunikations-Spezialist The Phone House und Ringfoto zusammen. The Phone House unterstützt die Fotohändler dabei mit qualitativ hochwertigen Konzepten. ...

S. 48

# EXTRAORDINARY EXILIM.



## Die EXILIM Card EX-S10 EXTRAORDINARY SLIMNESS.

- 10,1 Megapixel
- 15 mm flach
- 3fach optischer Zoom
- 6,9 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay
- Super Clear LCD-Technologie
- YouTube™ Capture Mode
- H.264 High Quality Movie mit Movie Button
- Anti Shake DSP
- Auto Shutter-Funktion
- Super Life Battery



## Die EXILIM Zoom EX-Z200 EXTRAORDINARY PERSPECTIVES.

- 10,1 Megapixel
- 28 mm Weitwinkel
- 4fach optischer Zoom
- Mechanischer Bildstabilisator
- 6,9 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay
- Super Clear LCD-Technologie
- YouTube™ Capture Mode
- H.264 High Quality Movie mit Movie Button
- Anti Shake DSP
- Auto Shutter-Funktion
- Super Life Battery



## Die EXILIM Zoom EX-Z80 EXTRAORDINARY STYLE.

- 8,1 Megapixel
- 3fach optischer Zoom
- 6,6 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay
- Sechs trendige Farbvarianten
- Easy Mode
- YouTube™ Capture Mode
- H.264 High Quality Movie mit Movie Button
- Anti Shake DSP
- Auto Shutter-Funktion
- Super Life Battery



## Die EXILIM Zoom EX-Z100 EXTRAORDINARY DISPLAY.

- 10,1 Megapixel
- 28 mm Weitwinkel
- 4fach optischer Zoom
- 6,9 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay
- Super Clear LCD-Technologie
- YouTube™ Capture Mode
- H.264 High Quality Movie mit Movie Button
- Anti Shake DSP
- Auto Shutter-Funktion
- Super Life Battery



## CeWe und Fujicolor schließen weitere Betriebe

# Wie groß ist der Bildermarkt?

Er war eigentlich paradox, der Start ins Fotojahr 2008: Einerseits freute sich die Branche darüber, dass (gegen die Erwartungen der Experten) im Jahr 2007 nochmals mehr Kameras verkauft wurden als im Vorjahr; andererseits sorgten die Ankündigungen von Labor-Schließungen durch CeWe Color und Fujicolor für negative Schlagzeilen.



Thomas Blömer, Verleger

Was ist los auf dem Bildermarkt? Die Labor-Schließungen sind ja keine einfache Kosmetik: CeWe Color Eisenach und Fujicolor Ansbach hätte man ja noch als „Flurbereinigung“ durchgehen lassen. Aber das Aus für die Traditionsbetriebe Nordcolor in Bad Schwartau (180 Mitarbeiter) und Kielcolor (120 Mitarbeiter) – das sind bittere Pillen nicht nur für die Beschäftigten, sondern für die gesamte Branche. Andererseits: Die Kapazitätsanpassungen sind zweifellos nötig, und sie sind weniger das Zeichen einer Krise der Großlabors als vielmehr die Voraussetzung, um eine

solche zu verhindern. Denn das digitale Bildergeschäft folgt anderen Gesetzen als die analoge Welt. Es gibt keinen Über-Nacht-Service mehr, für den eine flächen-deckende Labor-Infrastruktur der kurzen Wege aufgebaut wurde. Es müssen kaum noch Filme ausgepackt und sortiert werden. Immer mehr Bilddateien kommen – selbst wenn die Fotos über den Einzelhandel ausgeliefert werden – über das Internet in die Labors und werden unter Umständen erstmalig am Packtisch von einem Menschen angefasst. Das Ergebnis sind völlig andere Produktionsabläufe, und diesen Gesetzen muss sich jeder stellen, der wettbewerbsfähig bleiben will. Für die betroffenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist das bitter, aber es ist leider nicht zu ändern.

Im vergangenen Jahr produzierten die Großlabors nur noch rund halb so viele Bilder wie vor sechs oder sieben Jahren, nämlich 3,6 Milliarden Stück. Auch hier hat die Digitaltechnik die Gesetze verändert: Die GfK gibt die Zahl der 2007 verkauften Farbbilder mit fünf Milliarden an, schließt aber dabei Minilab- und Kiosk-Prints ebenso ein wie zu Hause gedruckte Fotos.

Und es ist die Frage: Was ist eigentlich ein Bild? Ein Abzug auf Fotopapier? Ein Ausdruck mit dem Inkjet-Drucker? Ein Thermosublimationsbild? Von Fotobüchern, Fotos auf Mauspads, Taschen, T-Shirts, Kalendern oder Grußkarten von virtuellen Bildern auf DVDs/CDs gar nicht zu reden. Die in der Überschrift formulierte Frage „Wie groß ist der Bildermarkt?“ bedarf dringend einer Antwort – und die fängt mit Definitionen an. In analogen Zeiten ließ sich die Größe dieses Marktsegmentes

leicht anhand der Produktionsvolumina der Großlabors, der Zahl der verkauften Filme und der Menge des verkauften Fotopapieres hochrechnen. Man konnte die Zahl der Verkaufsstellen fast bis auf die kleinste Filiale genau, und die Zahl der Bildprodukte war ebenfalls überschaubar. Das ist vorbei! Die Zahl der Bildprodukte geht in die Hunderte. Die Zahl der Vertriebsstellen ist kaum noch zu ermitteln, weil im Internet täglich neue Anbieter von Foto-Dienstleistungen oder Fotobüchern auftauchen und weil inzwischen kein Mensch mehr durchblickt, wer was wo für wen produziert.

Hier für Klarheit zu sorgen, ist Aufgabe der Marktforscher – vor allem der GfK und der beteiligten Verbände Photoindustrie-Verband und BGL.

Und was kann der Fotohandel beitragen? Er kann – und muss! – mehr tun fürs Bildergeschäft in all seinen Facetten. Dazu gehört vor allem die offensive Vermarktung in Richtung Verbraucher und die Präsentation möglichst vieler Bildprodukte im Geschäft. Dass all das nichts bringt, wenn die Kunden nicht beraten werden, wie man solche Bildprodukte herstellt und bestellt, versteht sich von selbst. Dabei geht es für den Fotohandel nicht darum, die Großlabors zu retten; es geht um das ureigenste Geschäft, ohne das der Fotohandel spätestens nach dem abzusehenden Ende des Spiegelreflex-Booms nicht überleben kann.

Th. Blömer

# Inhalt

## Zum Titelbild

Neue QSS-37er Minilabs, neuer schneller Inkjet-Printer, neues PoS-Konzept:  
Noritsu in der Offensive . . . . . 24

## Editorial

Wie groß ist der Bildermarkt? . . . . . 3

## Unternehmen

Industrie-Sektor legt bei Fujifilm  
deutlich zu: Neue Ausrichtung . . . . . 28

Kodak hat die Restrukturierung beendet:  
Kapital für die Zukunft . . . . . 37

Reparatur-Service Geissler wächst stetig . . . 52

## Bildergeschäft

Noritsu: Neue QSS-37er Minilabs, neuer  
schneller Inkjet-Printer, neues PoS-Konzept . . . 24

„Fujifilms Pearl-Papier eröffnet eine  
neue Dimension der Fotografie“ . . . . . 31

Dirk Hilburg arbeitet in Remscheid  
erfolgreich mit einem Mitsubishi Kiosk . . . . . 32

Foto Quelle Fotobuch fördert die Kreativität . . 51

## Handel

GfK Summit 2007 . . . . . 40

Traumhafte Margen: Olympia liefert  
klassisches Foto-Zubehör . . . . . 53

H. D. Lehmann: Besuch bei Busch . . . . . 63

**Wichtiges aus worldofphoto.de** . . . . . 6, 56

## Interview

Reinhard Krause, Geschäftsführer Vertrieb,  
und Dieter Koßmeier, Geschäftsbereichsleiter  
Indirekter Vertrieb, bei The Phone House . . . 48

**Neuheiten** . . . . . 19, 59, 61

Canon zeigt 19 Frühjahrs-Neuheiten . . . . . 8

Bei Sony löst die  $\alpha$ 200 die  $\alpha$ 100 ab . . . . . 12

## Noritsu in der Offensive



Mit neuen Produkten und Konzepten geht der Minilab-Hersteller Noritsu in das Jahr 2008. Die digitale Minilab-Palette wird um die netzwerkfähige QSS-37 Serie erweitert, zusätzlich bietet das Unternehmen mit dem neuen Inkjet-Modell D701 ein schnelles Gerät für die „trockene“ Bilderstellung an. Ein brandneues PoS-Konzept soll es den Noritsu-Kunden zudem ermöglichen, ihre Dienstleistungskompetenz mit klaren Werbebotschaften im Geschäft deutlich zu machen. **Seite 24**

## 19 Frühjahrs-Neuheiten von Canon

Canon hat 19 Frühjahrsneuheiten vorgestellt: Das Neuheiten-Sortiment setzt sich zusammen aus der neuen DSLR EOS 450D mit 12,2 Megapixeln, zwei EF-Objektiven, der farbenfrohen Digital Ixus 80 IS, drei PowerShot-Kameras, drei umweltfreundlichen Taschenrechnern, einem Pixma Tintenstrahldrucker, zwei Pixma All-in-One-Geräten und im i-Sensys-Bereich drei Laserdruckern, einem Laser-Multifunktionsgerät und zwei energiesparenden Laserfaxen. **Seite 8**



## Die Imaging-Welt auf der photokina

Mit einem eindeutigen Schwerpunkt auf dem Medium Bild soll die photokina 2008 ihrem Anspruch als globale Leitmesse für die Foto- und Imagingbranche gerecht werden. Das betonten Koelnmesse Geschäftsführer Oliver P. Kuhr und Helmut Rupsch, Vorsitzender des deutschen Photoindustrie-Verbandes, auf einer internationalen Pressekonferenz in Nürnberg. Führende Unternehmen werden ihre Messestände in Köln nochmals vergrößern. „Auch in diesem Jahr werden alle führenden Unternehmen der globalen Imaging-Welt in Köln vertreten sein und ein umfassendes Spektrum präsentieren, das Bildtechnik und Bildanwendungen für Consumer und Profis von der Aufnahme bis zur Ausgabe umfasst“, erklärte Kuhr. „Wir erwarten auch 2008 wieder zirka 1.600 Anbieter aus rund 50 Ländern mit einem Auslandsanteil von rund 60 Prozent.“ **Seite 42**



ZUM TITELBILD

NEUHEITEN

INTERNATIONALE MESSEN

## Interview mit Reinhard Krause, Geschäftsführer Vertrieb, und Dieter Koßmeier,

Geschäftsbereichsleiter Indirekter Vertrieb, The Phone House



Seit Herbst 2007 kooperiert der Telekommunikationsanbieter The Phone House intensiv mit Ringfoto, der größten Foto-Händlerkooperation in Europa. Im

Interview mit imaging+foto-contact erläutern Reinhard Krause, Geschäftsführer Vertrieb bei The Phone House, und Dieter Koßmeier, Geschäftsbereichsleiter Indirekter Vertrieb, welche Möglichkeiten sich für den Fachhandel aus der Zusammenarbeit ergeben und mit welchen Neuerungen in diesem Jahr zu rechnen ist. **Seite 48**

## Handybilder für ein Fotobuch

Dass Mobiltelefone mit integrierter Digitalkamera inzwischen nicht nur recht passable Ergebnisse liefern, sondern sogar professionellen



Ansprüchen genügen, hat jetzt der Schweizer Profifotograf Stephan Schacher bewiesen: In seinem 366

Seiten starken Fotobuch „Europa Road“ präsentiert er 663 Fotos, die ausschließlich mit einem Multimedia-computer Nokia N95 geschossen wurden. **Seite 46**

## Erfolg mit einem Mitsubishi Kiosk

Als Dirk Hilburg 2006 das Fotogeschäft Altstadt Foto in Remscheid-Lennep von seinem Vorgänger übernahm, galt es für ihn vorrangig zwei Probleme zu lösen: Zum einen



musste er sich mit seinem neuen Geschäft Foto Hilburg – Photoworld gegen eine Reihe billiger Bildertheken im Umfeld positionieren, zum anderen musste er digitale Bild-dienstleistungen aus dem eigenen Haus in sein Angebot aufnehmen. Gut anderthalb Jahre nach der Übernahme sind beide Probleme gelöst, „nicht zuletzt deshalb, weil ich mit Mitsubishi Electric einen zuverlässigen Partner für das Bildergeschäft habe“, so Hilburg. **Seite 32**

## GfK Imaging Summit 2007

Der internationale Imaging-Markt hat sich 2007 besser entwickelt als erwartet. Das belegten die neuesten Zahlen der GfK, die das Marktforschungsunternehmen auf dem gemeinsam mit den photokina-Veranstaltern, Koelnmesse und Photoindustrie-Verband, organisierten Imaging Summit 2007 präsentierte. Immer noch bleibt es allerdings eine Herausforderung für alle Beteiligten in Industrie und Fotohandel, Erträge aus der starken Nachfrage zu generieren. **Seite 40**

INTERVIEWS

PROFI

BILDERGESCHÄFT

HANDEL

Samsung: Neue DSLR und neue Kompakte . . . 14

Olympus stellt neue FE- und  $\mu$ -Kameras vor . . . 18

Nikon D60 löst D40x ab; neue Coolpix Modelle und neue Objektive . . . . . 20

Casio bringt die schnellste Digitalkamera der Welt – Formel Eins . . . . . 34

Sihl Inkjet Foto-Buch – Selbst gestaltet und selbst gedruckt . . . . . 55

### Internationale Messen

Die Imaging-Welt auf der photokina 2008. . . 42

### Profi

Nokia N95 liefert Bilder für ein Fotobuch . . . 46

allcop lädt Kindergarten-, Schul- und Sportfotografen zur Roadshow ein . . . . . 54

### Rubriken

#### Wirtschaftspolitische Kommentar

Feinstaub im Gehirn? Karneval 2008: Flächen-deckender Mindestlohn und Höchststunden für Minijobs – wie jeck ist Kurt Beck? . . . . . 57

### Video

Ulrich Vielmoth: Trend bei Speichersystemen (3) 58

Leserbriefe . . . . . 56

Rechtstips . . . . . 60

Literatur . . . . . 62

Foto-Aktienkurse . . . . . 66

Klein- und Personalanzeigen . . . . . 64

Impressum . . . . . 66



Immer aktuell:

[www.worldofphoto.de](http://www.worldofphoto.de)

### CeWe Color schließt vier weitere Großlabors

Im Zuge der Transformation des Unternehmens von der analogen zur digitalen Fotoentwicklung hat die CeWe Color Holding AG eine weitere Konzentration der Produktion bekanntgegeben. Jeweils zwei Betriebe in Deutschland und Frankreich sollen geschlossen werden. In Deutschland werden die CeWe Labors in Bad Schwartau und Eisenach mit derzeit insgesamt 200 Mitarbeitern den Betrieb zum 30. April einstellen. In Frankreich werden die Labors in Bordeaux und Valence im ersten Quartal 2008 geschlossen. Bis zu 70 Mitarbeiter sind nach Angaben von CeWe Color betroffen. Gespräche mit den Betriebsräten und der Gewerkschaft laufen bereits. Damit führt CeWe Color seine Aktivitäten mit jetzt fünf Großlabors in Deutschland und drei Betrieben in Frankreich fort. „Vor dem Hintergrund der Markttransformation wird die Produktion an wenigen Standorten in Europa konzentriert, die mit hohen Investitionen für die Produktion von Digitalfotos und CeWe Fotobüchern umgerüstet werden“, erklärte Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander. Für die Mitarbeiter werde eine möglichst sozialverträgliche Lösung gesucht.

### Wyser-Pratte reduziert CeWe Color Anteile

Die CeWe Color Holding hat bekanntgegeben, dass der amerikanische Investor Guy P. Wyser-Pratte den Bestand der von seinem Fond Wyser-Pratte Management Co., Inc. gehaltenen Aktien am 2. Januar auf 1,14 Prozent reduziert hat. Zuletzt hatte Wyser-Pratte am 28. März 2007 einen Anteil von 5,01 Prozent an CeWe Color gemeldet. Wyser-Pratte hatte sich im Frühjahr vergangenen Jahres den Forderungen verschiedener Investoren, darunter der amerikanische Hedgefond MarCap, nach einer kreditfinan-

### Fujifilm übernimmt IP Labs GmbH in Bonn

Die Fujifilm Corporation, Tokio, hat über ihre europäische Tochtergesellschaft Fujifilm Europe B.V., Tilburg, Niederlande, die Bonner IP Labs GmbH übernommen. IP Labs ist ein führender Anbieter von Software-Lösungen für Fotofinishing-Dienstleistungen über das Internet. Die 2003 von Frank Thelen, Georg Sommershof, Marc Sieberger und Alex Koch gegründete IP Labs GmbH beliefert inzwischen mehr als 3.000 Kunden in 26 Ländern und verarbeitet täglich deutlich über 40.000 Aufträge über ihre Plattformen. Mit dem Internet Photo System (IPS) bietet IP Labs eine umfassende Lösung zum Bestellen und Verarbeiten von digitalen Bilddienstleistungen an, die exakt auf die Ansprüche des jeweiligen

Kunden abgestimmt werden kann. Vor einigen Monaten kündigte das Unternehmen mit IPS 2.0 eine neue Version der Software-Plattform an, die sich durch besonders einfache Bedienung nach dem Drag & Drop Prinzip auszeichnet.

Neben Internet-Fotofinishing-Software bietet IP Labs auch PhotoGenie an, eine Lösung für das Erstellen von Bildprodukten am PC, und hat mit LivingRoomGenie auch eine Software-Anwendung für die Windows-Media Center Edition von Microsoft angekündigt. Mit MobileGenie will IP Labs in die Bildbestellung über mobile Plattformen einsteigen und mit Terminal Genie auch eine Anwendung für Foto-Kiosks auf den Markt bringen.

zierten Sonderausschüttung und einem Umbau des CeWe Color Managements angeschlossen. Die Mehrheit der Aktionäre stellte sich auf der Hauptversammlung, deren Beschlüsse später unter anderem von Wyser-Pratte gerichtlich angefochten wurden, aber hinter die Vorschläge der Verwaltung.

Aus der Gruppe der Hedgefonds, die seinerzeit mit ihren Attacken gegen die CeWe Color Führung großes Aufsehen erregten, ist nach Angaben von CeWe Color derzeit nur noch MarCap Investors (zuletzt gemeldeter Anteil: 10,3 Prozent) mit einem Anteil von über drei Prozent engagiert.

### Uwe Keuchel neuer Nikon General Manager

Uwe Keuchel übernimmt zum 1. April 2008 die Position des General Manager Consumer Products der Nikon GmbH. In dieser Funktion zeichnet er verantwortlich für das Consumer-Geschäft in den Ländern Deutschland, Österreich, Niederlande und Slowenien und tritt damit die Nachfolge von Albert Allbauer an, der im letzten Jahr

das Unternehmen verlassen hatte. Mit dem 44-jährigen Keuchel tritt ein erfolgreicher Manager aus der UE/IT-Branche in das Unternehmen ein, der einen reichen Erfahrungsschatz aus seinen früheren Führungspositionen im Vertrieb und Marketing namhafter Unternehmen wie zum Beispiel TDK und Electronic Arts mitbringt. Von 2003 bis heute war er bei der Alpine Deutschland GmbH tätig, zunächst als Senior Manager Sales & Marketing für Deutschland und Österreich und zuletzt als Direktor und Board Member.

### Dohm hat Mitte Januar Insolvenz angemeldet

Die Mähringer Dohm GmbH Fotolabortechnik hat am 18. Januar beim Amtsgericht Reutlingen Insolvenz angemeldet. Nach Angaben des Insolvenzverwalters soll der Geschäftsbetrieb bis auf weiteres fortgesetzt werden. Verkauf und Service sind über die gewohnten Rufnummern zu erreichen. Insolvenzverwalter Rainer Emmer (Reutlingen) erklärte der Fachzeitschrift *imaging+foto-contact*, es bestünden nach dem ersten Augenschein gute Möglichkeiten, das Unternehmen wieder zum Laufen zu bringen.

„Sony“, „like.no.other“ und „α“ sind Marken oder eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan.  
Alle anderen Marken sind eingetragene Marken ihrer jeweiligen Eigentümer.

Es ist die besondere Sicht der Dinge,  
die ein Hobby zur Leidenschaft macht.



Die neue α700 von Sony mit neuem 12.24 CMOS „Exmor“ Sensor, 3" LCD mit 921k Bildpunkten und superschnellem 11-Punkt-Autofokus mit zentralem Doppelkreuz und F2.8 Sensor. Das alles geschützt von einem robusten Metallgehäuse. [www.sony.de/dslr](http://www.sony.de/dslr)



**SONY**

α

detail like.no.other™

# Canon stellt die Frühjahrskollektion vor

# 19 neue Produkte

Canon hat im Rahmen seiner Frühjahrskollektion 19 neue Produkte vorgestellt:

Das Neuheiten-Sortiment setzt sich zusammen aus der neuen DSLR EOS 450D mit 12,2 Megapixeln, zwei EF-Objektiven, der farbenfrohen Digital Ixus 80, drei PowerShot-Kameras, drei umweltfreundlichen Taschenrechnern, einem Pixma Tintenstrahldrucker, zwei Pixma All-in-One-Geräten und im i-Sensys-Bereich drei Laserdruckern, einem Laser-Multifunktionsgerät und zwei energiesparenden Laserfaxen.

Mit der EOS 450D will der japanische Hersteller erneut Bewegung in das Marktsegment für ambitionierte Spiegelreflexfotografen bringen. Canon hat das



„Aufsteiger“ aus der Kompaktklasse können so bereits vorhandene Speicherarten weiter-

verwenden. Das Gehäuse wird ab März zum Preis von 749\* Euro erhältlich sein. Canon packt die Neue in ein Set mit dem Objektiv EF-S 18-55 mm 1:3,5-5,6 IS, das einen Bildstabilisator bietet. Der Setpreis ist 849\* Euro.

„Aufsteiger“ aus der Kompaktklasse können so bereits vorhandene Speicherarten weiterverwenden. Das Gehäuse wird ab März zum Preis von 749\* Euro erhältlich sein. Canon packt die Neue in ein Set mit dem Objektiv EF-S 18-55 mm 1:3,5-5,6 IS, das einen Bildstabilisator bietet. Der Setpreis ist 849\* Euro.

**Digital Ixus 80 IS**  
in vier Farben

### Canon EOS 450D

#### Pluspunkte

12,2-Megapixel-CMOS-Sensor mit integriertem Tiefpassfilter und selbstreinigender Sensoreinheit

#### Ausstattung

- 3,0"-Monitor mit Live-View-Modus und einblendbaren Gitternetzlinien
- Messfeldwahl (Autom./manuell)
- ISO 100-1.600
- Bracketing (Belichtung/Weißabgl.)
- 13 Individuallfunktionen mit 34 Einstellungen



neue Schwestermodell der EOS 400D dazu unter anderem mit einem 12,2-Megapixel-CMOS-Canon-Sensor ausgestattet. Das EOS-Integrated-Cleaning-System, der neue Auto-Lighting-Optimiser, ein 3,0 Zoll großer Monitor mit Livebild-Funktion und ein verbessertes 9-Punkt-Weitbereich-AF-System sind weitere Leistungsmerkmale.

Bei der EOS 450D stand die professionelle Canon-EOS-1-Serie Pate. So finden sich in ihr diverse Leistungsmerkmale aus der Profi-Serie, unter anderem der aktuelle DIGIC-III-Prozessor und eine optimierte Menüführung zum Beispiel für die direkte Steuerung des Canon Speedlite 580EX II über das Kameradisplay. Mit 13 Custom-Funktionen lässt sich die Kamera personalisieren. Zur Bildspei-

Die neue Digital Ixus 80 IS fällt zunächst durch ihr edles Gehäusematerial und die schicken Farben auf, aber auch die Technik im Inneren ist beachtenswert: Mit 8,0 Megapixeln



und optischem Bildstabilisator ausgestattet, bietet die Neue neben optimierter Gesichtserkennung jetzt auch ganz neu die Motion-Detection-Technologie. Damit werden neben dem

\* Alle in diesem Beitrag genannten Preise sind unverbindliche Verkaufspreisempfehlungen des Herstellers



Umgebungslicht auch Bewegungen der Kamera und des Motivs erkannt, mit dem Ergebnis: noch bessere Bilder, vor allem bei schwachen Lichtbedingungen. Die Digital Ixus 80 IS ist ab März 2008 in den vier Farbvarianten Klassisches Silber, Karamell, Schokoladenbraun und Candy-Pink zum Preis von 269\* Euro erhältlich.

### Drei neue PowerShots A470, A580 und A590 IS

Farbenfrohe Aussichten auch in der Einsteigerklasse: In Silbergrau, Rot, Grün und Blau, mit 7,1 Megapixeln und 3,4fach-Zoom löst die neue PowerShot A470 ihre Vorgängerin, die A460, zu einem attraktiven Preis ab. Das neue PowerShot Modell soll 139\* Euro kosten und ab März lieferbar sein. Die Geschwister A580 und A590 IS sind – bis auf die Möglichkeit des Konvertereinsatzes und den Bildstabilisator beim IS-Modell – weitestgehend baugleich. Beide sind ebenfalls ab März im Handel und sollen 179\* bzw 199\* Euro kosten. Alle drei

### Zwei neue EF-Profi-Teleobjektive mit Bildstabilisator

Neu bei Canon sind auch die beiden Profi-Objektive EF 200 mm 1:2L IS USM und EF 800 mm 1:5,6L IS USM. Beide Neuheiten sind mit einem Bildstabilisator ausgestattet, der die Einsatzmöglichkeiten bei schlechten Lichtverhältnissen um bis zu vier Belichtungsstufen erweitert. Das EF 200 mm ist ab April zum Preis von 5.499\* Euro und das EF 800 mm zum Preis von 10.999\* Euro erhältlich. Das 200 mm-Objektiv spricht vor allem Fotografen an, die für Sport-, Mode- und Porträtaufnahmen ein besonders lichtstarkes Objektiv benötigen.



Vorteile gegenüber dem EF 200 mm 1:1,8L USM sind neben dem optischen Bildstabilisator eine Fluoritlinse zur optimierten Korrektur chromatischer Aberrationen, eine kreisrunde Blende für die ansprechende Wiedergabe im



Unschärfenbereich und das deutlich leichtere, kompakte Design. Das EF 800 mm bietet die längste Brennweite aller derzeit auf dem Markt verfügbaren EF-Objektive. Es ist leicht genug für den Einsatz ohne Stativ und damit ideal für Sport-, Nachrichten- und Naturfotografen. Mit ihren UD- und Fluoritlinsen sowie innovativen Technologien im Bereich der Präzisionsoptik liefern beide Objektive eine bemerkenswerte Abbildungsqualität. Beide Objektive sind mit Dichtungen zum Schutz vor Staub, Regen und Feuchtigkeit versehen.

#### Canon Digital Ixus 80 IS

##### Pluspunkte

8-Megapixel-Kamera mit 3fach-Zoomobjektiv und DIGIC III-Bildprozessor mit iSAPS-Technologie

##### Ausstattung

- 2,5"-Monitor (230.000 Pixel)
- Gesichtserkennung
- Optischer Bildstabilisator
- ISO 80–1.600 (High ISO Auto)
- Optischer Realbild-Sucher
- 9-Punkt-AiAF verknüpft mit Gesichtserkennung



#### Canon PowerShot A470

##### Pluspunkte

7,1-Megapixel-Kamera mit 3,4fach-Zoomobjektiv und DIGIC III-Bildprozessor mit iSAPS-Technologie

##### Ausstattung

- 2,5"-Monitor (115.000 Pixel)
- Gesichtserkennung
- Super-Makro ab 1 cm
- ISO 80–1.600 (High ISO Auto)
- Serienbilder (1,9 Bilder/Sekunde)
- Rote-Augen-Korrektur bei Aufnahme und Wiedergabe



#### PowerShot A580/A590 IS

##### Pluspunkte

8-Megapixel-Kameras mit 4fach-Zoomobjektiv, Modell A590 IS mit optischem Bildstabilisator

##### Ausstattung

- 2,5"-Monitor (115.000 Pixel)
- Gesichtserkennung
- Optischer Realbild-Sucher
- ISO 80–1.600 (High ISO Auto)
- Blitz-Belichtungskorrektur
- Rote-Augen-Korrektur bei Aufnahme und Wiedergabe



## Neuheiten

Modelle unterstützen neben SD, SDHC und MMC auch die aktuellen Speicherkarten MMCplus und HC MMCplus mit bis zu 32 GB Speicherkapazität. Bei allen dreien gesellt sich zur optimierten Gesichtserkennung die Motion-Detection-Technologie. Der 2,5-Zoll große LCD-Bildschirm lässt sich dank automatischem Night-Display-Modus auch bei dunklen Lichtverhältnissen noch angenehm betrachten.

### Einsteigerdrucker in pianoschwarzem Gehäuse

Mit glänzend pianoschwarzem Gehäuse wurde der vor allem für Einsteiger interessante Canon Pixma iP2600 gestaltet. Foto- und Dokumentendruck von hoher Qualität, schnelle 10 x 15 cm große Randlos-Fotoprints, lang haltende Farbbrillanz dank Chroma-Life 100 und eine leistungsstarke Software für komfortable Druckoptimierung sind die wesentlichen Kennzeichen dieser Neuheit.

Der Pixma iP2600 ersetzt ab März den Pixma iP2500. Der Drucker ist nochmals flacher und kompakter

geworden als das Vorgängermodell und hat nun ein nach vorne ausklappbares Papierausgabefach mit Sensorüberwachung gegen möglichen Papierstau. Das edel glänzende Gehäuse ist mit silberfarbenen Akzenten abgesetzt.

Der Name Pixma garantiert Tintenstrahldruck mit hochwertigem Output



speziell beim Fotodruck, ein wichtiges Entscheidungskriterium auch im Einsteigersegment. Der preisgünstige Fotodrucker bietet mit seinem Fine-Farbdruckkopf Mikrodüsen für bis zu zwei Picoliter feine Tintentröpfchen und eine hohe Druckauflösung von bis zu 4.800 x 1.200 dpi. 10 x 15 cm große Randlos-Fotoprints sind in 55 Sekunden gedruckt und bieten eine Farbbrillanz, die bei entsprechender

Archivierung bis zu 100 Jahre anhält. Beim Dokumentendruck wartet das neue Pixma-Modell mit einem Tempo von 17 Farb- beziehungsweise 22 Schwarzweiß-Seiten pro Minute auf. Der separate Finedruckkopf mit schwarzer Pigmenttinte sorgt dabei für Textdokumente mit scharfem Schriftbild. Ein umfangreiches Softwarepaket bringt Komfort bei Druckoptionen und Druckoptimierung. Die Easy-PhotoPrint-EX-Software beinhaltet den einfachen Fotodruck in drei Schritten sowie Programme zur Erstellung von Fotoalben, Kalendern und Etiketten. Eine automatische Bildoptimierung

erfolgt auf Wunsch per Auto-Image-Fix und ist in der Software Fotodruck eingebaut. Sie arbeitet mit Face-Detection-Technologie sowie Bild-Analyse und optimiert Farbgradation, Kontrast und Sättigung. Verfügbar im Handel ist das Gerät ab März für 44\* Euro.

Über die weiteren Canon Neuheiten informieren wir Sie in der kommenden Ausgabe von *imaging+foto-contact*.

### Pixma All-in-One-Geräte als Multifunktionaltalente für Kleinbüro und Home Office

Mit dem All-in-One-Gerät Pixma MX850 hat Canon den Nachfolger des MP830 vorgestellt. Er wartet nicht nur mit zahlreichen neuen Funktionen wie Quickstart und Auto-Image-Fix auf, er bietet auch die doppelte Scanauflösung, ist schneller geworden und verfügt über eine integrierte Netzwerkkarte. Der Pixma MX850 ist ab März zum Preis von 299\* Euro erhältlich. Der Pixma MX850 punktet bei Leistung und Komfort: Auto-Image-Fix optimiert die Qualität von Fotoprints per Face-Detection-Technologie und Motivanalyse durch Anpassung von Hutton und Helligkeit in den Gesichtspartien sowie durch Korrektur von Farbschleiern bei ungünstig belichteten Aufnahmen. Die Bilddaten lassen sich von jeder kompatiblen Kamera über den Speicherkartensteckplatz übertragen, die mei-

sten gängigen Speicherkartenformate werden unterstützt. Noch mehr Flexibilität bieten der optional im Handel erhältliche Bluetooth-Adapter BU-30 oder der Druck per Pict-Bridge-Anschluss. Quickstart sorgt für die schnelle Einsatzbereitschaft nach dem Einschalten bereits nach fünf Sekunden.

Mit dem Pixma MX7600 präsentiert Canon darüber hinaus ein netzwerkfähiges Multifunktionssystem mit der innovativen Pigment-Reaktion-Technologie.

Mit dieser lassen sich hochwertige wasserabweisende Drucke auch auf preiswertem Normalpapier mit gestochen scharfer Grafik und Text herstellen. Damit ist das Gerät hervorragend für das Home Office oder kleinere und mittlere Büros geeignet. Der Pixma MX7600 ist ab April zum Preis von 399\* Euro erhältlich.





# neues pos-konzept. neue umsatzimpulse.



Bestellen Sie unsere DVD mit allen Möglichkeiten zur individuellen POS-Gestaltung.

Wenn Sie Interesse am NORITSU POS-Konzept haben, wenden Sie sich einfach direkt an uns – unter +49 (0) 21 54. 91 57-0 oder per E-Mail: [info@noritsu.de](mailto:info@noritsu.de)

Beleben Sie Ihr Geschäft – mit dem NORITSU POS-Konzept. Entdecken Sie alle Möglichkeiten unter [www.noritsu.de](http://www.noritsu.de)!

NORITSU unterstützt Sie bei Ihrer Shopgestaltung. Steigern Sie das Interesse und die Photolust Ihrer Kunden mit den attraktiven Werbemitteln aus unserem POS-Konzept.

Unser POS-Konzept enthält Paketlösungen für:

- Mehrwert-Produkte
- Kioskphotos & Sofortbilder
- Preisangebote
- Professionelle Lösungen

Und damit Sie immer aktuell bleiben, erhalten Sie zusätzlich viermal im Jahr ein POS-Konzept-Update von uns, das Sie mit saisonalen Werbemitteln versorgt.

## NORITSU

# Verbesserte Technik

## Bei Sony hat die $\alpha$ 200 die $\alpha$ 100 abgelöst

Sony hat eine weitere Spiegelreflexkamera der  $\alpha$ -Reihe ins Programm aufgenommen: Das neue 10,2-Megapixel-Modell Sony  $\alpha$ 200 löst die  $\alpha$ 100 ab, die vor gut anderthalb Jahren als erste SLR-Kamera von Sony auf den Markt gekommen war.

Mit einem Preis von 600 Euro für den Body wendet sich die neue Kamera vor allem an Einsteiger. Im Vergleich zur  $\alpha$ 100 wurden viele technische Details nach Angaben des Unternehmens deutlich verbessert. So hat Sony beispielsweise die Rauschminderung des selbstentwickelten BIONZ Bildprozessors optimiert. Mit der  $\alpha$ 200 sind jetzt Aufnahmen in schwierigen Lichtsituationen mit bis zu ISO 3.200 ohne störendes Bildrauschen möglich.

Verbessert zeigt sich auch das in das Kameragehäuse integrierte Bildstabilisierungssystem Super SteadyShot. Es beugt durch Verwacklungen hervorgerufenen Unschärfen vor und arbeitet mit allen Sony  $\alpha$ -Objektiven zusammen. Der Verwacklungsschutz erstreckt sich jetzt über einen Bereich von 2,5 bis 3,5 Lichtwerten.

Auch das Autofokussystem der neuen Kamera arbeitet schneller und präziser als das des Vorgängermodells. Die Basis dafür bilden neun AF-Messpunkte mit einem zentralen Kreuzsensor, ein neuer AF-Motor und eine verbesserte Autofokus-Kontrolle. Die AF-Messzone kann bei Bedarf mit

Hilfe eines leicht bedienbaren Knopfes gewechselt werden, wenn zum Beispiel ein zentraler Punkt fokussiert werden soll.

Durch weiter verbessertes Energiemanagement und die Verwendung des leistungsstarken InfoLithium-Akkus NP-FM500H ist der Fotograf in der Lage, mit der



Sony  $\alpha$ 200 bis zu 750 Aufnahmen mit einer Akkuladung zu schießen (nach CIPA-Standard). Wie schon bei der  $\alpha$ 700 zeigt auch die neue Kamera den verbleibenden Energievorrat als Prozentzahl an.

Eine bessere Übersicht über die und eine bessere Kontrolle der bereits gemachten Aufnahmen verspricht der im Vergleich zur  $\alpha$ 100 vergrößerte Monitor, der jetzt eine Diagonale von 2,7 Zoll (6,8 cm) hat. Ein neuer spezieller RGB-Histogramm-Modus erlaubt es dem Fotografen darüber hinaus, die Farbbalance jeder Aufnahme zu überprüfen. Beibehalten wurde das Anti-Staub-System, das auch in der Sony  $\alpha$ 200 dafür sorgt, dass sich keine Staub- und Schmutzpartikel auf dem CCD-Sensor ablagern.

Kreative Bilderergebnisse mit der neuen Sony  $\alpha$ 200 werden unterstützt durch sechs verschiedene Motivprogramme (Porträt, Landschaft, Sport/Action, Makro, Sonnenuntergang, Nachtporträt/Abendszene) und acht Kreativ-Modi (Standard, Lebhaft, Porträt, Landschaft, Abendszene, Sonnenuntergang, S/W, Adobe RGB).

Die Sony  $\alpha$ 200 wird zur Markteinführung in drei Varianten angeboten:

Gehäuse allein (UVP: 600 Euro), als Sony  $\alpha$ 200 Standard-Kit (Gehäuse plus Objektiv 18–70 mm; UVP: 700 Euro) und als Sony  $\alpha$ 200 Zoom-Kit (Gehäuse plus Objektive 18–70 mm und 75–300 mm; UVP: 900 Euro).

### Sony $\alpha$ 200

#### Pluspunkte

Bildstabilisator, Aufnahmen bis ISO 3.200, sechs Motivprogramme, acht Kreativ-Modi

#### Ausstattung

- Auflösung: 10,2 Megapixel
- BIONZ Bildprozessor
- CCD-Staubschutzsystem
- 2,7"-LCD-Farbmonitor (6,8 cm)
- verbessertes Energiemanagement/InfoLithium-Akkus



**UVP für das Gehäuse: 600,00 Euro**  
Lieferbar ab sofort

# Jetzt neu im grossen foto-katalog Online:

## Casio:

Exilim EX-F1  
Exilim EX-S10  
Exilim EX-Z80  
Exilim EX-Z100  
Exilim EX-Z200

## Olympus:

FE-310  
FE-340  
FE-350  
μ 850 SW  
μ 1030 SW

## Samsung:

Digitalkamera i8  
Digitalkamera L100  
Digitalkamera L110  
Digitalkamera L210  
Digitalkamera NV4  
Digitalkamera NV24 HD  
Digitalkamera NV30  
Digitalkamera NV40  
Digitalkamera S760  
Digitalkamera S860

## Sigma:

APO 50–150 mm/  
2,8 EX DC HSM II  
APO 70–200 mm/  
2,8 EX DG HSM II

## Sony:

DSLR α200  
Cyber-shot DSC-G1  
Cyber-shot DSC-T2  
Cyber-shot DSC-S730  
DT 55-200 mm/4,0-5,6  
DT 18-250 mm/3,5-5,6  
DT 16-105 mm/3,5-5,6



## Die umfassende Produkt-Datenbank für den Fotohandel!

Jetzt Newsletter  
und/oder aktualisierte CD  
anfordern bei [newsifc@cat-verlag.de](mailto:newsifc@cat-verlag.de)  
Für imaging+foto-contact  
Abonnenten kostenlos!

# Weiter nach vorn

## Neue DSLR und neue Kompakte bei Samsung

Mit zahlreichen neuen Produkten will Samsung Opto-Electronics 2008 den Erfolg des Vorjahres ausbauen. Besonders im Blickpunkt stehen die zwei Neuheiten: DSLR GX20, in der ein neuer, von Samsung entwickelter Bildsensor mit 14,6 Millionen Pixeln steckt, und die NV24 HD mit Ultra-Weitwinkel-Zoom und HDMI-Funktion (über optionale Basisstation).

Auch weitere Ausstattungsmerkmale der neuen Produktpalette, zum Beispiel der optische Bildstabilisator OIS, sind für Ricky L. Stewart, General Manager der Samsung Opto-Electronics GmbH, Anlass genug, zuversichtlich nach vorne zu schauen. „Wir haben 2007 unser Ziel erreicht, uns unter den großen Digitalkamera-Anbietern zu positionieren“, erklärte Stewart dem *imaging+foto-contact*. „Diese Position wollen wir 2008 ausbauen und sind sicher, dafür von unserer Konzernzentrale die richtigen Produkte zu erhalten. Ich halte es darum nicht für unrealistisch, dass Samsung im Jahr 2008 in Deutschland eine Million Kameras verkauft und sich – nach Stückzahlen – unter den ersten drei Anbietern platziert.“

Besondere Aufmerksamkeit gilt bei Samsung seit geraumer Zeit dem Spiegelreflexbereich. Dort sorgte das Unternehmen mit den bislang drei

Modellen (GX-1S, GX-1L, GX-10) seiner GX-Serie für Aufmerksamkeit. Als vierte Samsung GX-DSLR wird die bereits erwähnte GX20 Handel und Verbrauchern ab April zur Verfügung stehen. Ihr 14,6 Millionen Pixel CMOS-Sensor im APS-C-Format zählt laut Hersteller zu den derzeit leistungsstärksten Sensoren des Digitalkamera-



segments und sorgt im Zusammenspiel mit dem für die GX20 neu entwickelten Bildprozessor für extrem rauschfreie, scharfe und detailreiche Fotos bis zur Empfindlichkeit von ISO 3.200. Auch das effiziente zweifache Staubschutzsystem, der optische Bildstabilisator auf Sensorebene (der zwischen 2,5 und vier Belichtungsstufen Effizienz bringt) und das komplett gegen Regen und Schmutz abgedichtete Gehäuse unterstützen den Nutzer bei der Produktion von Fotos in Profiqualität auch unter widrigen Bedingungen.

Mit der Live-View-Bildvorschau erlaubt das neue Samsung Spitzenmodell die Motivauswahl direkt auf dem 2,7 Zoll

großen TFT-Monitor, der einen außergewöhnlich großen Betrachtungswinkel und ein 100-Prozent-Bildfeld bietet. Für besondere Aufgaben ist die GX20 mit ihrem Studioblitzanschluss und einem 1/4.000-Sek.-Verschluss ausgestattet. An Actionfotografen wendet sich die Kamera mit ihrer neuen Highspeed-Funktion Digitales Serienbild. Hier erreicht die Kamera bei geöffnetem mechanischem Verschluss und einer Auflösung von 1,5 Megapixeln eine Bildfrequenz von bis zu 15 Aufnahmen pro Sekunde.

Um Einsteigern in die SLR-Fotografie die Arbeit mit der Kamera von Beginn an so einfach und erfolgreich wie möglich zu machen, liefert die GX20 auf Wunsch vollautomatisch bestmögliche Resultate, beispielsweise im

### Samsung GX20

#### Pluspunkte

Neu entwickelter CMOS-Sensor, neue Bildverarbeitungstechnologie, Studio-Blitzanschluss, 1/4.000 Sekunde

#### Ausstattung

- 14,6 Megapixel
- 2,7"-Monitor
- optischer Bildstabilisator
- ISO 100–3.200 (manuell 6.400)
- Highspeed-Serienbilder
- Silikondichtungen für Staub und Spritzwasserschutz



Grün-Modus, der dem Fotografen sämtliche Steuerungen abnimmt. Auch nach der Aufnahme können noch in der Kamera viele Details der Bilder gezielt verändert werden. So lassen sich beispielsweise mit dem neuen Digitalfilter HDR (High Dynamic Range) mehrere Aufnahmen einer kontrastreichen Szene zu einem perfekten Resultat mit extrem hohem Dynamikumfang zusammenfügen. Weitere Digitalfilter stehen für die Erstellung von Schwarzweißaufnahmen, Tonungen, Weichzeichnung und die neue Slim-Funktion zur Verschlan-  
kung von Personen im Bild zur Auswahl. Beim Pixelmapping-Verfahren analysiert die GX20 den Bildsensor auf defekte Pixel und korrigiert diese – falls vorhanden – vollautomatisch, indem sie die fehlenden Informationen bei allen weiteren Aufnahmen automatisch kompensiert.

**Acht neue Kompakte aus der L-, NV- und i-Serie**

Neben der Spiegelreflexkamera GX20 hat Samsung auch sieben neue Kompaktkameras ins Programm genommen, darunter drei Modelle aus der L-Serie, vier Modelle aus der NV-Serie und ein Modell aus der i-Serie. Für besondere Aufmerksamkeit beim Handel dürfte die NV24 HD sorgen. Mit diesem Modell stellte Samsung eine der ersten und die (am Tag der Pressemitteilung) weltweit kleinste Digitalkamera mit 24-mm-Weitwinkelzoom vor. Mit seinem erweiterten Weitwinkelbereich erfasst das von Schneider-Kreuznach entwickelte Zoomobjektiv der NV24 HD deutlich mehr Bildwinkel als herkömmliche Zooms. Weitere Besonderheiten der Kamera sind der neue ISO-3.200-Modus für erhöhte Verwacklungssicherheit, und der 2,5"-AM-OLED-Monitor. Als erste Digitalkamera bietet

die NV24 HD darüber hinaus High Definition-Filmaufnahmen mit Stereo-Sound mit H.264-Codec. Dieses Format zeichnet sich durch überragende Filmqualität in höchster Brillanz und Farbtreue aus. Über die HDMI-Schnittstelle der optionalen Dockingstation können die Daten verlustfrei an kompatible HD-Bildschirme übertragen werden.

Besondere Aufmerksamkeit verdient auch die neue Samsung i8. Der Edel-Mini bereichert die Samsung i-Serie um neue multimediale Dimensionen, denn im edlen Hochglanz-Gehäuse vereint die 17,5 Millimeter dünne und ergonomisch abgerundete i8 eine Digitalkamera, einen Camcorder, einen MP3-Player, ein digitales Diktiergerät, ein eBook, eine mobile Festplatte und einen internationalen Reiseführer.

Die neue Samsung NV40 wartet mit einem Hochleistungszoom aus dem Hause Schneider-Kreuznach, einem hochauflösenden 10,5-Megapixel-CCD, dualer Bildstabilisation und der preisgekrönten Smart Touch-Bedienoberfläche auf. Das kleinere Schwestermodell, die neue Samsung NV30, fällt ebenfalls durch aktuelle Digitaltechnik, ein Hochleistungszoom von Schneider-Kreuznach, die Smart Touch-Bedienung sowie ihr schlankes und leichtes Metallgehäuse auf.

Die NV4 ist die kompakteste Neuerscheinung in Samsungs Premiumserie. Der Nachfolger der NV3 wiegt 142 Gramm und hat ein 17,5 mm schlankes Vollmetallgehäuse mit dem typischen blauen Ring ums Objektiv. Ebenso wie die Samsung i8 vereint auch die NV4 sieben High-Tech-Funk-

tionen auf kleinstem Raum: Digitalkamera, portabler Media-Player, MP3-Player, digitales Diktiergerät, eBook, Camcorder und mobiler Datenträger.

Vielseitig, kompakt und raffiniert ausgestattet zeigt sich die neue Samsung L210. Zu ihren typischen Erkennungsmerkmalen gehören die hohe Bildqualität, das moderne Gehäusedesign und das gute Handling. Das hohe Niveau der Neuheit lässt sich



*Sicherlich ein Hingucker: die neue Samsung NV24 HD*

beispielsweise an der Qualität ihres CCD-Sensors ablesen. Mit seiner effektiven Auflösung von 10,2 Millionen Bildpunkten garantiert er Abbildungsleistung auf Spitzenlevel im Kompaktkamerasegment.

Schlankes Design, gute Ausstattung und ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis sind von jeher die Markenzeichen der L-Serie von Samsung. Diesen Attributen passen sich auch die beiden Einstiegskameras L100 und L110 an. Beide Modelle

# Neuheiten

sind 20 Millimeter schlank und bieten in ihrem Inneren ein 8,2-Millionen-Pixel-CCD, ein hochwertiges Dreifach-zoom und ein großformatiges Display. Dies hat, ebenso wie bei allen anderen neuen Samsung Kompaktkameras, eine Diagonale von 2,5 Zoll und 230.000 Pixel Auflösung.

Fünf der Neuheiten haben die Duale Bildstabilisierung als gemeinsames Kennzeichen. Bei diesem Ausstattungsmerkmal vollziehen die optischen Bauelemente per OIS-Technologie eine Gegenbewegung zur Verwacklung und gleichen somit das Verwackeln aus. Darüber hinaus sorgen die Erweiterung der Empfindlichkeit und vor allem die neue Fast ASR-Technik für perfekte Bildergebnisse. Fast ASR basiert auf der bewährten ASR-Technik, arbeitet aber bis zu viermal so schnell.

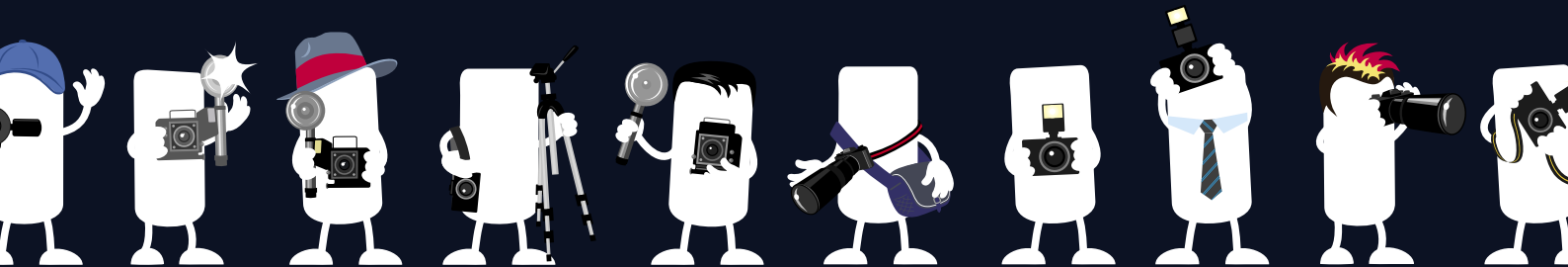
Bei dieser softwaregestützten Variante der Bildstabilisation fertigt die Kamera automatisch zwei Fotos mit identischen ISO- und Blendenwerten: eine unterbelichtete Aufnahme mit kurzer Verschlusszeit (für die Fokusinformation) und eine exakt belichtete, aber verwackelte Aufnahme mit langer Belichtungszeit (für die Farbinformation). Die anschließende Kombination beider Bilder durch die Kamerasoftware liefert dann scharfe, detailreiche und brillante Aufnahmen.

Samsung	L100	L110	L210	NV4	NV30	NV40	NV24HD	i8
<b>Sensor</b>	1/2,5 Zoll	1/2,5 Zoll	1/2,33 Zoll	1/2,5 Zoll	1/2,5 Zoll	1/2,33 Zoll	1/2,3 Zoll	1/2,5 Zoll
<b>Megapixel</b>	8,2	8,2	10,2	8,2	8,1	10,5	10,1	8,2
<b>Brennweite (KB)</b>	37-111 mm	37-111 mm	37-111 mm	38-114 mm	37-111 mm	37-111 mm	24-86,4 mm	38-114 mm
<b>Bildstabilisator</b>	digital	optisch/digital	optisch/digital	digital	optisch/digital	optisch/digital	optisch/digital	-
<b>Display</b>	2,5"/230.000 Pixel	2,5"/230.000 Pixel	2,5"/230.000 Pixel	2,5"/230.000 Pixel	2,5"/230.000 Pixel	2,5"/230.000 Pixel	2,5"/230.000 Pixel	2,5"/230.000 Pixel
<b>interner Speicher</b>	20 MB	20 MB	20 MB	20 MB	20 MB	20 MB	20 MB	195 MB
<b>Maße (mm)</b>	87,7 x 56,3 x 20	87,7 x 56,3 x 20	87,7 x 56,3 x 20,0	94,5 x 57 x 17,5	94,5 x 59 x 18,8	94,5 x 59 x 18,8	98,5 x 61 x 19	90,7 x 58 x 19,9
<b>Besonderheiten</b>	Selbst-Portrait, intelligentes Display, MJPEG VGA 30 fps, Gesichtserkennung, Foto-Assistent	Selbst-Portrait, intelligentes Display, MJPEG VGA 30 fps, Gesichtserkennung, Foto-Assistent	Selbst-Portrait, intelligentes Display, MJPEG VGA 30 fps, Gesichtserkennung, Foto-Assistent	7 in 1 Multimedia Kamera (Digital-kamera, Cam-corder, MP3-Player, PMP (Mediaplayer), eBook, Diktiergerät, mob. Datenträger)	DRIM Engine Schneider Kreuznach Objektiv, Bewegungsauslöser, Rote-Augen-Korrektur, (ACB) automatische Kontrastoptimierung	Schneider Kreuznach Objektiv, Gesichtserkennung, Video mit Ton bis maximal sechs Stunden, aktive Diashow mit Effekten und Musik	OLED-Monitor, Schneider Kreuznach Objektiv, Gesichtserkennung, drei Bildformate 4:3, 3:2, 16:9, HDMI (mit optionaler Basisstation)	Multimedialkamera mit integriertem internationalen Reiseführer, MP3-Player, eBook, Diktiergerät und Camcorder, Weltzeituhr, 20 Sprachen, Videoschnitt
<b>Gehäusefarben</b>	Silber, Schwarz, Rot, Blau, Pink	Silber, Schwarz, Rot, Blau, Pink	Silber, Schwarz, Rot, Blau, Pink	Schwarz, Silber	Schwarz, Silber	Schwarz, Silber	Schwarz, Silber	Weiß, Schwarz, Blau, Pink
<b>lieferbar ab</b>	März 2008	März 2008	März 2008	März 2008	März 2008	März 2008	März 2008	März 2008
<b>UVP (Euro)</b>	199,00	229,00	249,00	249,00	249,00	299,00	399,00	279,00



# The Phone House und RINGFOTO suchen innovative Foto- und Telekommunikations- Fachhandelspartner!

Weitere Infos unter: [www.phonehouse.de/neupartner](http://www.phonehouse.de/neupartner) | [neupartner@phonehouse.de](mailto:neupartner@phonehouse.de) | Tel.: 0 25 06/9 22 44 44



Fotografie, Multimedia und Telekommunikation wachsen zusammen. Das ist Ihre Chance als Foto-Fachhändler, Ihren wirtschaftlichen Erfolg auf eine breitere Basis zu stellen.

Mit der Kooperation zwischen RINGFOTO und The Phone House als fachhandelsorientem Telekommunikationsunternehmen hat sich eine starke Partnerschaft gebildet, die sich ganz auf die Bedürfnisse des erfolgsorientierten Foto-Fachhandels eingestellt hat.

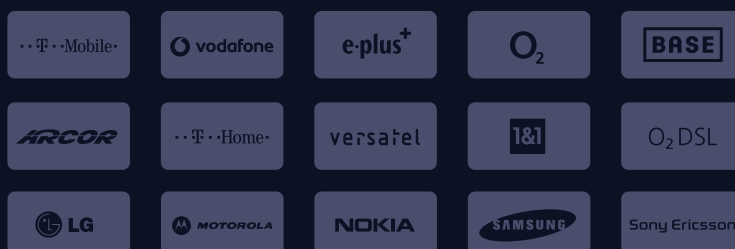
Sie profitieren von den vielen Vorteilen dieser Kooperation:

- Die gesamte Bandbreite an Telekommunikations- und Entertainmentprodukten: Mobilfunk, DSL & Festnetz, Navigation, Handyzubehör mit Schwerpunkt Foto und Musik.
- Hohe Produktverfügbarkeit, große Auswahl.
- Attraktive Provisionskonditionen und Airtimebeteiligung.

**Zusammenwachsende  
Märkte gemeinsam gestalten!**

**„Wir haben mit The Phone House einen starken Partner für den Bereich Telekommunikation gefunden, mit dem wir diesen Bereich weiter ausbauen wollen.“**

**Michael Gleich**  
Geschäftsführer RINGFOTO



**The Phone House**  
Kommunikation auf meine Art.

# Fünffacher Zuwachs

## Olympus stellt neue FE- und $\mu$ -Kameras vor

Zum Jahresanfang hat sich auch Olympus in die Riege der Unternehmen eingereiht, die zahlreiche Neuheiten vorgestellt haben. Bei Olympus waren das drei Kompaktkameras der FE-Baureihe und zwei  $\mu$ -Modelle.

Obwohl sich die farbenfrohen Neuheiten FE-310, FE-340 und FE-350 vor allem an Einsteiger wenden, sind sie mit einer Fülle von technischen Details ausgestattet. Konzipiert nach dem Prinzip „One button, one function“, sind alle Kameras des Trios ganz einfach zu bedienen. Durch eine in 38 Sprachen verfügbare Menüführung lassen sie sich Kunden aus aller Herren Länder empfehlen. Alle drei

FE-Neuheiten bieten einen Aufnahmesensor mit acht Megapixeln. Die präzisen Objektive von Olympus wenden sich an Fotografen, die mit großen Zoombrennweiten weit entfernte Motive nah heranholen wollen (FE-310, FE-340) bzw. an Nutzer, die mit einer Weitwinkelbrennweite möglichst viel auf einem Bild einfangen wollen (FE-350). Der Supermakro-Modus aller drei Modelle lädt dazu ein, detailreiche Nahaufnahmen zu machen.

Die Outdoor-Serie der stoßfesten und wasserdichten Kameras von Olympus ist um zwei Modelle reicher, die auch frostsicher sind. Wie schon ihre Vorgängermodelle überstehen auch die Olympus  $\mu$  1030 SW und  $\mu$  850 SW selbst Stürze, Wasserbäder und klirrende Kälte schadlos. Selbst bei

widrigstem Wetter und in extremen Geländesituationen lassen sich mit den Kameras anspruchsvolle Aufnahmen produzieren.

Präzise Olympus-Objektive und herausragende Technologien garantieren hervorragende Bildergebnisse. Die Auswahl mehrerer Farben macht den Verkauf mit der  $\mu$  1030 SW oder der  $\mu$  850 SW leichter. Zu den integrierten Technologien gehören die Bright Capture Technologie für bessere Ergebnisse bei schlechten Lichtverhältnissen, eine neue Panoramafunktion, der TruePic III-Bildprozessor für eine schnellere Datenverarbeitung und höhere Bildqualität sowie die Perfect Fix-Funktion zur Korrektur des Rote-Augen-Effekts.

Alle fünf Neuheiten sind ab Februar erhältlich.

FE-310	FE-340	FE-350	$\mu$ 850 SW	$\mu$ 1030 SW
<p><b>Pluspunkte</b></p> <p>Gesichtserkennung, Verwacklungsreduktion durch ISO-Einstellung</p>	<p><b>Pluspunkte</b></p> <p>Gesichtserkennung, Verwacklungsreduktion durch ISO-Einstellung</p>	<p><b>Pluspunkte</b></p> <p>Gesichtserkennung, Verwacklungsreduktion durch ISO-Einstellung</p>	<p><b>Pluspunkte</b></p> <p>Neue Panoramafunktion, Bildstabilisierung, frostsicheres Gehäuse</p>	<p><b>Pluspunkte</b></p> <p>Neue Panoramafunktion, Bildstabilisierung, frostsicheres Gehäuse</p>
<p><b>Ausstattung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 Megapixel</li> <li>• Zoom 37–185 mm</li> <li>• 6,4 cm/2,5"-Monitor</li> <li>• 16 Aufnahmeprogramme</li> <li>• Super-Makromodus</li> <li>• silberfarben/schwarz</li> </ul>	<p><b>Ausstattung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 Megapixel</li> <li>• Zoom 36–180 mm</li> <li>• 6,9 cm/2,7"-Monitor</li> <li>• TruePic III-Bildprozessor</li> <li>• schlankes Metallgehäuse</li> <li>• Perfect Fix-Funktion</li> <li>• vier Gehäusefarben</li> </ul>	<p><b>Ausstattung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 Megapixel</li> <li>• Zoom 28–112 mm</li> <li>• 7,6 cm/3,0"-Monitor</li> <li>• 16 Aufnahmeprogramme</li> <li>• Metallgehäuse</li> <li>• silberfarben/schwarz</li> </ul>	<p><b>Ausstattung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 Megapixel</li> <li>• Zoom 38–114 mm</li> <li>• 6,4 cm/2,5"-Monitor</li> <li>• Metallgehäuse in drei Farbvarianten</li> <li>• Gesichtserkennung</li> <li>• wasserdicht bis 3 m</li> </ul>	<p><b>Ausstattung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 10,1 Megapixel</li> <li>• Zoom 28–102 mm</li> <li>• 6,9 cm/2,7"-Monitor</li> <li>• kratzfestes Metallgehäuse in drei Farben</li> <li>• Gesichtserkennung</li> <li>• wasserdicht bis 10 m</li> </ul>
				

## SanDisk stellt Serie von Speicherkarten für Video vor

Besitzern von Camcordern, die anstelle von Bändern Flash-Speicherkarten verwenden, bietet SanDisk mit der ersten Video Card-Serie jetzt ein passendes Speichermedium. Die SanDisk Video HD Karten sind die ersten dieser neuen Kategorie und werden in den Formaten SDHC (hohe Kapazität) und Memory Stick PRO Duo erhältlich sein. Die



leuchtend rote Verpackung und der auffällige Hinweis auf die Aufnahmezeiten sollen den Kunden erleichtern, sich für die richtige Video-Speicherkarte zu entscheiden. Die Karten sind laut Hersteller auf Hochleistung ausgelegt und für hochauflösende Camcorder optimiert, können jedoch auch für Standardaufnahmen und in digitalen Fotokameras mit Videofunktion eingesetzt werden. Die neuen Video HD Cards sollen ab März in Nordamerika und kurz darauf in Europa erhältlich sein.

## Pflegepad wertet digiEtuis von S+M Rehberg auf

Die S+M Rehberg GmbH hat ihre digiEtuis durch ein Pflegepad für die LCD-Displays aufgewertet. Das LCD-Pad ist exklusiv in den digiEtuis zu finden. Es eignet sich zur sanften Pflege und Reinigung der Kameradisplays und schützt die empfindlichen LCDs durch die zusätzliche Polsterung vor Beschädigung. Das Pflegepad ist zwischen Kamera und dem Fach für die zusätzliche Speicherkarte platziert, wodurch der Druck auf das Display verringert wird. Zur Reinigung lässt sich das Pad schnell aus dem Etui entnehmen und genau so schnell wieder verstauen.

Eine leichte Reinigung erfolgt zudem bereits automatisch bei der Entnahme bzw. beim Verstauen der Kamera. digiEtuis werden aus weichem schwarzen Nappaleder hergestellt. Zur Ausstattung gehören ein antistatisches Speicherkartenfach sowie eine Gürtelschlaufe. Verschluss wird das Etui mit einem



Magnetverschluss. Die digiEtuis gibt es für eine Vielzahl von digitalen Kompaktkameramodellen. Insgesamt stehen neun Größen zur Verfügung.

## SanDisk erhöht die maximalen Kapazitäten der MP3-Player Sansa Clip und Sansa View

SanDisk hat die Spitzenkapazität des kleinen, im September 2007 vorgestellten Sansa Clip MP3-Players von 2 auf 4 Gigabyte erhöht, und der Sansa View bietet ab sofort statt 16 GB Top-Kapazität 32 GB. Auf der neuen 4-GB-Version, die im März mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 79,99 US-Dollar in Nordamerika auf den Markt kommt, können bis zu 1.000 Musiktitel gespeichert werden. Die Laufzeit des Akkus liegt bei 15 Stunden. Sansa Clip ist mit einem hellen OLED-Farbdisplay ausgestattet, über das der User direkt auf die Musik zugreifen kann. Der Sansa Clip wiegt 26 Gramm und kann mit dem Clip einfach an Kleidung, Rucksack oder Tasche befestigt werden. Bei Bedarf kann der Clip abgenommen werden, so dass das Gerät noch kleiner wird. Der vollausgestattete Sansa View, der ebenfalls im September 2007 Premiere feierte, bietet ein dynamisches



2,4"-TFT-Farbdisplay mit 320 x 240 Pixeln Auflösung für die Wiedergabe von Full-Motion-Video. Die neue 32-GB-Version, die ab März zu einem Preis von 349,99 US-Dollar ebenfalls zunächst in Nordamerika erhältlich ist, bietet Speicherplatz für bis zu 48 2-Stunden-Filme oder bis zu 8.000 Musiktitel. Der Lithium-Ionen-Akku sorgt für 35 Stunden Audio- oder sieben Stunden Videovergnügen. Der Sansa View unterstützt die Video-Formate MPEG4, WMV und H.264. Er wiegt etwa 82 Gramm, kann JPEG-Fotos anzeigen und verfügt über einen Kartensteckplatz für microSD/microSDHC. Bei Verwendung der 8 GB microSDHC-Karte von SanDisk wird die Gesamtspeicherkapazität des neuen 32 GB Sansa View auf 40 GB erhöht. Voraussetzung für die Nutzung des Sansa Clip und des Sansa View ist ein unter Windows XP oder Windows Vista laufender PC.

# Nikon D60 löst D40x ab

## Neue Coolpix-Modelle und neue Objektive

Bei Nikon löst Ende Februar die neue D-SLR-Kamera Nikon D60 das Mitte 2007 eingeführte Modell Nikon D40x ab. Als Zielgruppe für die neue Systemkamera sieht Markus Hillebrand, Manager Communication/PR bei Nikon, vor allem Umsteiger von digitalen Kompaktkameras und analogen Spiegelreflexkameras, aber auch für den Neueinstieg in das Hobby Fotografie sei die D60 hervorragend geeignet.

Neben der D60 führt Nikon im Laufe des März und April auch sieben neue Coolpix-Kompaktkameras ein: In der Life Serie sind das die Modelle Coolpix L16 und L18, die Performance Serie wird um das Modell Coolpix P60 erweitert, und in der Style Serie gibt es mit den Modellen Coolpix S210, S520, S550 und S600 gleich vier Neuheiten. Weiterhin wird das Spiegelreflexsortiment um drei neue Objektive erweitert, darunter mit dem PC-E Nikkor 24 mm 3.5D ED das erste Tilt/Shift-Objektiv des Unternehmens mit elektronischem Innenleben. Obwohl seit der Einführung des Vorgängermodells erst wenige Monate vergangen sind, weist die Nikon D60 bereits eine Vielzahl von Verbesserungen und Weiterentwicklungen sowie komplett neuer Ausstattungsmerkmale auf. So wurde zum Beispiel neben dem aus Nikon SLRs bekannten Staubentfernungssystem durch Vibration des Tiefpassfilters vor dem Aufnahmechip die zusätzliche und exklusive Nikon Airflow Control System Staubvermeidungstechnik in die Kamera integriert. Sie beeinflusst den

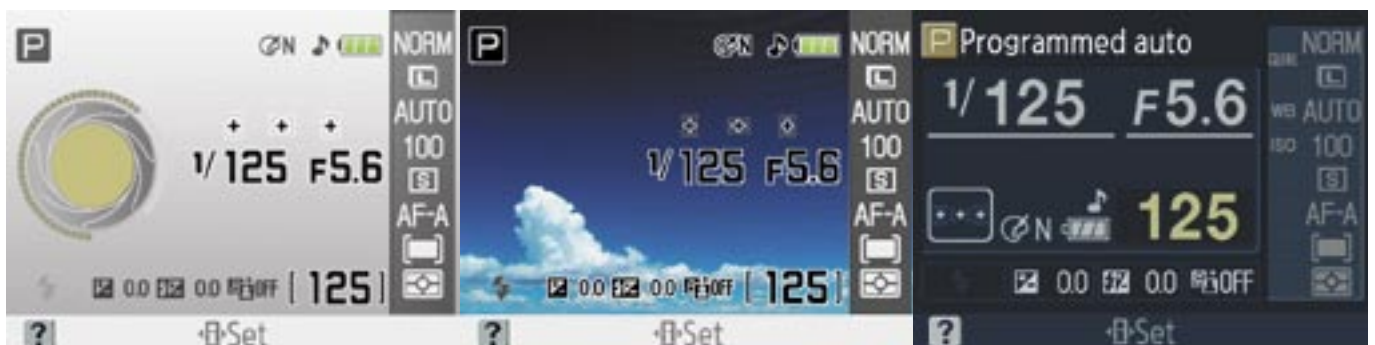


Luftstrom beim Rauf- und Runterklappen des Spiegels so, dass Staub vom CCD weggeleitet und am Boden der Kamera festgehalten wird. Dem Konzept der Kamera hinsichtlich besonders einfacher Bedienung folgend, präsentiert sich auch der 2,5-Zoll-Monitor auf vollkommen neue Art und Weise. So werden die Aufnahmeinformationen dort automatisch der Kameraposition entsprechend im Hoch- oder Querformat angezeigt. Dabei kann der Nutzer die farbliche Darstellung der Anzeige seinem eigenen Geschmack bzw. der aktuellen Lichtsituation anpassen und für den Hintergrund sogar ein eigenes Foto wählen. Ein ebenfalls neues Feature sorgt dafür, dass das LCD automatisch ausgeschaltet wird, sobald sich das Auge dem Kamerasucher nähert. Die Nikon D60 ist mit einem 10,2-Megapixel-CCD ausgestattet. Die weiterentwickelte Expeed-Technologie sorgt für höchste Bildqualität und schnelle Bildverarbeitung. Schnelligkeit beweist die Kamera auch bei Serienaufnahmen (bis zu drei Bildern

Luftstrom beim Rauf- und Runterklappen des Spiegels so, dass Staub vom CCD weggeleitet und am Boden der Kamera festgehalten wird.

Dem Konzept der Kamera hinsichtlich besonders einfacher Bedienung folgend, präsentiert sich auch der 2,5-Zoll-Monitor auf vollkommen neue Art und Weise. So werden die Aufnahmeinformationen dort automatisch der Kameraposition entsprechend im Hoch- oder Querformat angezeigt. Dabei kann der Nutzer die farbliche Darstellung der Anzeige seinem eigenen Geschmack bzw. der aktuellen Lichtsituation anpassen und für den Hintergrund sogar ein eigenes Foto wählen. Ein ebenfalls neues Feature sorgt dafür, dass das LCD automatisch ausgeschaltet wird, sobald sich das Auge dem Kamerasucher nähert.

Die Nikon D60 ist mit einem 10,2-Megapixel-CCD ausgestattet. Die weiterentwickelte Expeed-Technologie sorgt für höchste Bildqualität und schnelle Bildverarbeitung. Schnelligkeit beweist die Kamera auch bei Serienaufnahmen (bis zu drei Bildern



Die Möglichkeit, das LCD nach eigenen Vorstellungen gestalten zu können, ist nur eines der neuen Features der Nikon D60.

pro Sekunde) und der Einsatzbereitschaft nach 0,19 Sekunden. Zahlreiche Softwarefeatures sorgen darüber hinaus für eine weitere Verbesserung der Bildergebnisse.

So können beispielsweise mit der aus anderen Nikon SLR-Kameras bekannten Active D-Lighting Funktion harte Kontraste (zum Beispiel bei Gegenlichtaufnahmen) bereits vor der Aufnahme bearbeitet werden. Der Rote-Augen-Effekt bei Benutzung des eingebauten Blitzgerätes wird automatisch korrigiert. Schließlich bietet auch die Nikon D60 die Stop-Motion-Filmsequenzfunktion, mit der Benutzer problemlos eigene animierte, daumenkino-ähnliche Filmsequenzen produzieren können.

Die Nikon D60 soll dem Handel ab Ende Februar zur Verfügung stehen. Der voraussichtliche UVP bei Redaktionsschluss wurde mit etwa 750 Euro

## Drei neue Nikkor-Objektive

Neben den neuen Kameras wird Nikon in den kommenden Wochen auch drei neue Nikkor-Objektive in den Markt einführen. Dabei handelt es sich um die Modelle AF-S DX Nikkor 3,5–5,6/16–85 mm ED VR (ab Ende Februar, UVP: 679 Euro, Bild rechts), das AF-S



Micro Nikkor 2,8/60 mm G ED (ab Mitte März, UVP: 589 Euro, Bild links) und das PC-E Nikkor 3,5/24 mm D ED, das mit einem Tilt- und Shift-Verstellmechanismus ausgestattet ist (ab Mitte Februar, UVP: 2.079 Euro, Bild unten). Mit dem AF-S Micro Nikkor

2,8/60 mm G ED sind Makroaufnahmen mit einem maximalen Abbildungsmaßstab von 1:1 bei einer kürzesten Aufnahmeentfernung von 38 Zentimetern möglich. Die VR-Funktion des AF-S DX Nikkor 3,5–5,6/16–85 mm ED VR bietet bis zu vier Blendenstufen mehr Freiraum bei der Belichtungszeit.



## Profitieren Sie von der weltweiten Nr.1 für den Handel mit digitalen Lösungen:

- Globaler Marktplatz für Produktneuheiten und Trends
- Weltweiter Treffpunkt aller wichtigen Hersteller und Distributoren
- Neu: CeBIT Global Conferences - hochkarätige Keynotes, Executive Labs und über 1.200 Fachvorträge
- Aktuelle Themen: Display Technologies, Mobile & Personal Storage, Navigationshardware- und Lösungen, IP Kommunikation

WO AUS NULL UND  
EINS MILLIARDEN  
WERDEN.

CeBIT

HANNOVER  
4. – 9.3.2008  
cebit.com

### Tausende besuchten die Nikon Solutions Expo in Köln

Rund 8.000 Interessenten hatten sich zur ersten Nikon Solutions Expo Ende 2007 in Köln angemeldet, und wie die an beiden Tagen prall gefüllte Halle zeigte, waren die meisten davon auch erschienen. Unter dem Motto „Speed Up Your Creativity“ präsentierte Nikon die Welt der professionellen Fotografie und deren Einbindung in den digitalen Workflow. Im Mittelpunkt standen dabei natürlich die aktuellen Nikon DSLR-Kameras und aktuelle Nikon Objektive, aber in Zusammenarbeit mit namhaften Partnern (unter anderem Adobe, Apple, Epson, Hewlett-Packard, Intel, Hensel Studiotechnik, Nik Software,

*Interessante Vorträge und attraktive Fotomotive waren nur ein kleiner Teil der Nikon Solutions Expo in Köln, zu der sich einige tausend Besucher in der Domstadt einfanden.*



Profoto, Wacom) aus den Bereichen Studio, Bildbearbeitung, DTP, Druckvorstufe und Print wurde das gesamte Spektrum des digitalen Workflows beleuchtet.

Im Laufe des informativen und unterhaltsamen Programms gab eine Vielzahl renommierter Referenten, darunter Jens Brüggemann, Robin Preston, Florian Schulz, Mayk Azzato, Stefan Eisend und Harald Schmitt bei Live-Foto-Shootings, Profi-Seminaren und Vorträgen Einblick in ihre Arbeitsweise und Tricks aus der Praxis.

Dazu wurden Ausstellungen aus unterschiedlichen Themenbereichen wie Porträt-, Natur- und Modefotografie sowie die Nikon Galerie internationaler Top-Fotografen präsentiert. Ein Catwalk mit internationalen Models aus Mailand, Paris und New York bot zudem eine attraktive Kulisse, um die neuen Nikon DSLRs in der Praxis zu testen oder mit eigenen Kameras Erinnerungen im Bild festzuhalten.

„Die Nikon Solutions Expo ist in England und in den USA bereits ein etablierter Event für professionelle Fotografie“, sagte Markus Hillebrand, Manager Communication/PR bei Nikon, im Gespräch mit *imaging+foto-contact*. „Wir wollen mit dieser einzigartigen Mischung aus Produktpräsentationen, Workshops, Vorträgen, Fotoausstellungen mit Entertainment und Showanteilen jetzt auch in Deutschland neue Maßstäbe setzen.“ Und Wolfgang Göddertz, Marketing Manager, Nikon, ergänzte: „Die Nikon Solutions sollte unsere neuen Profikameras D3 & D300 erstmals einem breiten Fachpublikum vorstellen und die Nikon Gesamtkompetenz in der Fotografie unterstreichen. Ich bin der Meinung, das ist uns überzeugend gelungen.“

Sollte die Auswertung der Veranstaltung zu dem Ergebnis führen, dass sie ein Erfolg war, soll die Nikon Solutions Expo laut Hillebrand zu einem festen Bestandteil im Kalender des Unternehmens werden.

(Gehäuse und VR-Standardzoom) angegeben. Die Kamera soll aber auch in mehreren Varianten angeboten werden: D60 Gehäuse, D60 Kit mit DX 18–55 mm, D60 Kit mit DX 18–55 mm VR und (geplant ab März) D60 Kit mit DX 18–55 mm VR und 55–200mm VR.

### Sieben neue Coolpix-Modelle

Das Coolpix-Neuheitenportfolio für März und April umfasst wieder zahlreiche Modelle zur Umsetzung verschiedenster Fotoideen. So kommt mit der Coolpix P60 eine weitere Kamera mit vielen manuellen Einstellmöglichkeiten ins Programm, die mit ihrer maximalen Telebrennweite von 180 mm (die sie mit der neuen Coolpix S550 gemeinsam hat) vor allem dazu geeignet ist, weit entfernte Motive nah heranzuholen oder Details großformatig im Bild darzustellen.

Fotografen, die lieber mehr auf ihren Aufnahmen sehen wollen oder oft in kleinen Räumen zur Kamera greifen, spricht dagegen die Coolpix S600 an, die eine Weitwinkel-Einstiegsbrennweite von 28 mm bietet. Die moderne Formgebung der einzelnen Serien sowie die Auswahl verschiedener aktueller Gehäusefarben (die Coolpix S210 ist beispielsweise in fünf Farbvarianten zu haben) machen die neuen Coolpix-Kameras auch für Designfans interessant.

Technisch sind alle Neuheiten auf dem aktuellen Stand. „Auch die sieben neuen Coolpix-Modelle profitieren wieder sowohl hinsichtlich der optischen Qualität als auch mit Blick auf die technische Ausstattung von der Erfahrung, die Nikon vor allem bei der Entwicklung und dem Bau professioneller Spiegelreflexkameras gewonnen hat, denn viele der in den SLR-Modellen bewährten Ausstat-

tungsmerkmale wurden auf die Coolpix-Kameras übertragen und an deren spezifische Möglichkeiten angepasst“, meinte Hillebrand.

Der Einstiegsbereich bei den Neuheiten liegt bei 7,1 Megapixeln bei den L-Modellen und reicht bis zehn Megapixel bei den neuen Topkameras der Coolpix Style Serie. Die P60 weist mit dem größten Aufnahmechip unter den Neuheiten (2,5“) einen Wert von 8,1 Megapixeln auf. Bei fünf Neuheiten wurde die Auflösung des Displays im Vergleich zu früheren Generationen erhöht. Bis auf die Coolpix P60 und die Coolpix S520 (jeweils 153.000 Pixel) stellen alle Neuheiten die Bildergebnisse mit jeweils 230.000 Pixeln auf dem Kameramonitor dar.

In das Neuheitenportfolio sind darüber hinaus zahlreiche Weiterentwicklungen eingeflossen. So sind beispielsweise die automatische Verzeichnungskorrektur im gesamten Brennweitenbereich ebenso unter den Ausstattungsmerkmalen zu finden wie der neue Bildprozessor, der das Bildrauschen sichtbar reduziert. In der Funktion Porträt-Autofokus suchen und finden die Kameras (soweit im Motiv enthalten) Gesichter und stellen diese auch außerhalb der Bildmitte automatisch scharf.

Nikon hat darüber hinaus eine Rote-Augen-Korrektur in die Kameras integriert. Sie erkennt rote Augen und korrigiert die Bilder vollautomatisch. Weiterhin finden sich

neue Aufnahmemodi wie Food oder Pastell in einzelnen Kameras wieder. Neu ist schließlich ebenfalls, dass alle neuen Coolpix Modelle mit einem

Verwackungsschutz ausgestattet wurden, der entweder optisch oder elektronisch funktioniert. Das gilt auch für das Einstiegsmodell Coolpix L16.

Nikon Coolpix		L16	L18	S210	S520	S550	S600	P60
<b>Sensor</b>	1/1,25 Zoll	1/1,25 Zoll	1/1,25 Zoll	1/1,25 Zoll	1/1,25 Zoll	1/2,33 Zoll	1/2,33 Zoll	1/2,5 Zoll
<b>Megapixel</b>	7,1	8,0	8,0	8,0	8,0	10,0	10,0	8,1
<b>Brennweite (KB)</b>	35–105 mm	35–105 mm	38–114 mm	35–105 mm	36–180 mm	28–112 mm	36–180 mm	36–180 mm
<b>Bildstabilisator</b>	elektronisch	elektronisch	elektronisch	optisch	elektronisch	optisch	optisch	optisch
<b>Display (Zoll/Pixel)</b>	2,8/230.000	3/230.000	2,5/230.000	2,5/153.000	2,5/230.000	2,7/230.000	2,5/153.000	2,5/153.000
<b>interner Speicher</b>	21 MB	21 MB	52 MB	23 MB	45 MB	45 MB	12 MB	12 MB
<b>Maße (mm)</b>	95 x 61 x 29,5	95 x 61 x 29,5	90 x 55,5 x 18	94 x 53 x 22,5	90 x 53,5 x 22	88,5 x 53 x 22,5	95,5 x 63,5 x 36	95,5 x 63,5 x 36
<b>Besonderheiten</b>	14 Motivprogramme, ISO-Automatik 64 bis 1.600, Easy-Modus	14 Motivprogramme, ISO-Automatik 64 bis 1.600, Easy-Modus	Makroaufnahmen bis 10 cm, Videoaufnahmen mit Sound, ISO 64 bis 2.000	16 Motivprogramme, Video mit 30 B/s, ISO 64 bis 2.000	Smile-Modus, Empfindlichkeit bis ISO 2.000, drei Videoaufnahme-modi mit Sound; Stop-Movie	Makroaufnahmen ab 3 cm, Empfindlichkeit bis ISO 3.200, neuer Pastell-Modus	Makroaufnahmen ab 3 cm, Empfindlichkeit bis ISO 3.200, neuer Pastell-Modus	Belichtungssteuerungsmodi P, A, S und M, 15 Motivprogramme, vierfach Digital-zoomfunktion
<b>Gehäusefarben*</b>	Silber, Mattschwarz	Silber, Mattschwarz	Bright Silver, Red, Urban Black, Blue, Sakura	Light Bronze, Urban Black, Purple	Titan Silver, Urban Black, Blue	Titan Silver, Urban Black	Schwarz	Schwarz
<b>lieferbar ab</b>	März 2008	März 2008	März 2008	März 2008	März 2008	April 2008	März 2008	März 2008
<b>UVP (Euro)</b>	129,00	159,00	189,00	209,00	269,00	349,00	249,00	249,00

\* Die Angaben lagen bei einigen Modellen bei Redaktionsschluss nur auf englisch vor, die deutsche Bezeichnung kann davon abweichen

# Neue QSS-37er Minilabs, neuer schneller Inkjet-Printer, neues PoS-Konzept

## Noritsu in der Offensive

Mit neuen Produkten und Konzepten geht der Minilab-Hersteller Noritsu in das Jahr 2008. Die digitale Minilab-Palette wird um die netzwerkfähige QSS-37 Serie erweitert, zusätzlich bietet das Unternehmen mit dem neuen Inkjet-Modell D701 ein schnelles Gerät für die „trockene“ Bildherstellung an. Ein brandneues PoS-Konzept soll es den Noritsu-Kunden zudem ermöglichen, ihre Dienstleistungskompetenz mit klaren Werbebotschaften im Geschäft deutlich zu machen.

*Die neue QSS-37 Serie von Noritsu (hier das Modell QSS-3701) ist netzwerkfähig. Die Eingabestationen können getrennt vom Printer aufgestellt werden.*



Die neue QSS-37 Minilab-Serie mit den Modellen 3701, 3702 und 3703 ergänzt die bewährten Grundeigenschaften der QSS-32 Serie mit umfassender Netzwerkfähigkeit. Zudem können die einzelnen Komponenten (PC, Monitor, Scanner etc.) getrennt vom Printer aufgestellt und individuell konfiguriert werden. Mit der „AccuSmart“ Bildverarbeitungs-Technologie und Laserbelichter entstehen hervorragende Bildergebnisse bis zum maximalen „Mega-Panorama“ von 305 x 914 mm. Damit können zahlreiche unterschiedliche Formate vom Standardprint bis zum Poster angeboten werden. Die Geräte sind serienmäßig mit zwei Papier-Ladeeinheiten ausgestattet; ab Werk ist optional eine Erweiterung auf drei oder vier Ladepositionen möglich. Mit der neuen Bearbeitungssoftware „EZ Controller“ können wichtige Funktionen wie anspruchsvolle Bildkorrek-



Das „Inkjet-Minilab“ D701 (hier mit Sortiereinheit) schafft bis zu 650 Bilder im Format 10 x 15 cm pro Stunde.



turen, Auftragsmanagement usw. durchgeführt werden. Ein besonderer Vorteil der QSS-37 Serie ist ihre Netzwerkfähigkeit: Die Geräte können mit bis zu vier Eingabestationen verbunden oder auch untereinander vernetzt werden. Auf diese Weise ist zum Beispiel die Annahme von Aufträgen aus dem Internet komfortabel möglich. Zu diesem Zweck bietet Noritsu jetzt die neue Online-Bestellsoftware „High Photo Transfer“ an, die es den Kunden des Fotohandels ermöglicht, ihre Bilder bequem zu Hause auszuwählen, zu bearbeiten und ihre Bestellung direkt abzusenden.

Eine Verschlüsselung stellt dabei sicher, dass die Online-Bestellung in jedem Fall automatisch an den Minilab-Betreiber gesandt wird, der die Software ausgegeben hat.

### Schnelle Inkjet-Bilder

Brandneu im Noritsu-Sortiment ist der neue Inkjet-Printer D701, der sich durch besondere Schnelligkeit und eine neue Inkjet-Technologie auszeichnet, die hervorragende und vor allem haltbare Bildergebnisse gewährleisten soll. Mit seinem guten Preis-/Leistungsverhältnis ist der D701 besonders für Fotohändler und Fotografen geeignet, die mit einem Auftragsaufkommen von bis zu 20.000 Bildern pro Monat in die unproblematische Selbstverarbeitung einsteigen möchten.

Trotz geringer Abmessungen – das Gerät benötigt nur eine Stellfläche von weniger als einem halben Quadratmeter – können sich die Leistungsdaten sehen lassen: Mit dem Noritsu D701 können bis zu 650 Bilder im Format 10 x 15 cm oder 250 Prints 20 x 25 cm pro Stunde produziert werden. Je nach Bildformat stehen dabei



Das Noritsu PoS-Konzept kann individuell an die Gegebenheiten des Standortes angepasst werden.



Papierbreiten von 127, 152, 203 und 254 jeweils als 100 m lange Rollenware zur Verfügung, und zwar wahlweise mit seidenmatter oder glänzender Oberfläche. Auch die Verwendung von Blattware ist möglich. Das maximale Printformat beträgt 254 x 914 mm.

Der D701 arbeitet mit Tinten in vier Farben (Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz), die mit einer neuen Technologie besonders präzise aufs Papier gebracht werden. Dabei ist die Größe der Tintentröpfchen variabel, so dass pro Tropfen sechs unterschiedliche Gradationen möglich werden. Eine verbesserte Molekularstruktur der Tinte erhöht zusätzlich die Widerstandsfähigkeit der Prints gegen Licht und Ozon und ermöglicht

nach Angaben von Noritsu eine Haltbarkeit der Bilder von etwa 50 Jahren.

Der Noritsu D701 Printer ist serienmäßig mit einem RIP-PC ausgestattet. Als Zubehör gibt es einen Sorter, der Bilder von bis zu acht Aufträgen aufnehmen kann. Für höhere Bildvolumina bietet Noritsu ein praktisches Möbelstück an, das es ermöglicht, zwei D701 platzsparend übereinander aufzustellen.

### PoS-Konzept

Bei der Werbung für die komplette Palette von Bildprodukten aus dem Minilab unterstützt Noritsu jetzt seine Kunden mit einem neuen PoS-Konzept, das die Bildkompetenz des entsprechenden Betreibers im

## Bildergeschäft

Geschäft deutlich signalisiert. Dazu gibt es einen „Baukasten“ professionell gestalteter PoS-Elemente, der den Fotohändlern und Fotografen auf einer praktischen DVD mit passenden Vorlagen zur Verfügung steht. Die europaweite, einheitliche Gestaltung soll dabei einen Wiedererkennungswert gewährleisten.

Ein übergreifendes Motto bildet die Kernaussage „dein leben. deine photos“, die auf einem drei Meter langen und 40 cm breiten Fensterstreifen mit dem Logo bzw. Namen des entsprechenden Händlers kombiniert werden kann.

Noritsu stellt dabei bewusst nicht die eigene Marke, sondern die Individualität des Händlers in den Blickpunkt, der mit den von einer internationalen Werbeagentur professionell gestalteten Elementen seine eigene Kompetenz demonstrieren kann. Das gesamte Design signalisiert dabei die Wertigkeit des Bildes, das nach Ansicht von Friedrich Bernhard, Noritsu Verkaufsmanager Westeuropa, „leider viel zu oft als Billigartikel verramscht wird.“

Für die werbliche Unterstützung der verschiedensten Bildprodukte und



Marketingfachfrau Shigeko Tokunaga ist bei Noritsu für das PoS-Konzept verantwortlich.

-dienstleistungen wurde eine Reihe weiterer Slogans entwickelt, die sich sprachlich an die Kernaussage anlehnen. „große momente. große photos“ weist zum Beispiel auf Poster hin, „rasante ideen. rasante photos“ auf kurze Lieferzeiten oder „tolle produkte. tolle preise“ auf attraktive Angebote.

Mit dem Noritsu PoS-Baukasten kann an vielen Stellen im Geschäft auf Bildprodukte hingewiesen oder der ganze Shop durchgehend gestaltet

werden. Dazu gibt es Thekenaufleger, Poster, Deckenhänger und weitere Elemente in der typischen Gestaltung, mit denen zahlreiche unterschiedliche Produkte beworben werden können. „Schließlich geht es darum, das Kauf-Interesse aktiver und potentieller Konsumenten an Fotos zu wecken bzw. zu fördern“, erklärte dazu Marketing-Fachfrau Shigeko Tokunaga, die bei Noritsu für das PoS-Konzept verantwortlich ist. „Denn welcher Foto-Amateur weiß schon, wie viele unterschiedliche Bildprodukte er von seinen Aufnahmen bekommen kann oder kennt das gesamte Bilderangebot seines Portrait-Fotografen.“ Dabei betont die gesamte Gestaltung der PoS-Materialien den emotionalen Wert von Bildern, ohne die Konsumenten mit technischen Details oder aggressiven Preisen zu verunsichern.

Der Dynamik des digitalen Bildermarktes entsprechend will Noritsu den „Werbemittelbaukasten“ kontinuierlich um aktuelle Elemente erweitern. Ab Anfang April können zudem Minilab-Betreiber, die Mitglied im „Noritsu Marketing Forum“ werden, eigene Vorstellungen zur Gestaltung der Bilderwerbung einbringen.



Der Noritsu „Baukasten“ für den PoS enthält viele Motive für Aktionswerbung.



Samsung NV15

## Stellen Sie sich vor: die erste Kamera, die Sie intuitiv bedienen können.

Endlich können Sie mit Smart Touch schnell und intuitiv alle Kamerafunktionen der NV-Serie navigieren. Und dank Verwacklungsschutz, Auto Contrast Balance, Gesichtserkennung und Rauschunterdrückung gelingen Lieblingsfotos fast schon mit verbundenen Augen. Mit der Samsung NV-Serie ist eben alles vorstellbar. [imagine](#)

[www.samsungcamera.de](http://www.samsungcamera.de)

Die weiteren Kameras der NV-Serie:



NV8



NV15



NV20





*Auch Fujifilm in Düsseldorf war in jüngster Zeit von der Umstrukturierung des Gesamtunternehmens betroffen.*

# Neue Ausrichtung

## Industrie-Sektor legt bei Fujifilm deutlich zu

Die Erschließung neuer Märkte hat bei Fujifilm zu einer deutlichen Verschiebung der Unternehmensschwerpunkte geführt. Das erklärte Helmut Rupsch, Leiter German Operations, bei einem Pressegespräch in Köln. Der ehemalige Fotospezialist präsentiert sich nach weitgehend abgeschlossener Umstrukturierung heute mit einem breiten Portfolio von Technologien in Digitaltechnik, Optik und Feinchemie. Der Bereich Consumer Imaging soll aber weiterhin ein bedeutender Teil des Konzern-Portfolios bleiben.

Das Geschäft mit Foto- und Imaging-Produkten für Endverbraucher macht bei Fujifilm allerdings nur noch ein Drittel des Gesamtumsatzes aus. Neben dem traditionellen industriellen Geschäftsbereich Grafische Systeme und Medizintechnik, deren Digitalisierung vorangetrieben wurde, hat das japanische Unternehmen in den letzten Jahren neue Wachstumfelder zum Beispiel in der Biotechnologie oder bei der Herstellung hochfunktionaler Materialien erschlossen. Helmut Rupsch machte aus der Dramatik der Ereignisse keinen Hehl: „Stellen Sie

sich vor, dass VW keine Autos mehr baut, Bitburger kein Bier mehr braut oder RWE keinen Strom mehr anbietet“, erklärte der Fujifilm Geschäftsführer Deutschland. „Der fotografische Film hat bei uns heute noch einen Anteil von drei Prozent. Dafür sind wir in Bereichen aktiv, die Sie sicher überraschen werden.“

Dazu gehört im Geschäftsbereich Grafische Systeme zum Beispiel der Einstieg in die Large Format UV Inkjet-Technik, die Fujifilm mit der Übernahme des britischen Tintenspezialisten Sericol vorangetrieben hat. Zudem

übernahm das Unternehmen mit Avecia einen führenden Hersteller von Farben, Tinten und Pigmenten für die Druckindustrie. Und mit dem Einstieg bei der Kölner Colormy AG im November letzten Jahres wurden neue Vertriebswege für Druckmedien, Druckanlagen und Tinten im LFP-Markt erschlossen.

### Weitere Aktivitäten in der Medizintechnik

In der Medizintechnik hat Fujifilm nicht nur das klassische Thema „Röntgen“ durch digitale Bildgebung und Diagnoseverfahren erweitert, sondern auch durch das digitale Archiv- und Kommunikationssystem PACS, das den leichten Austausch medizinischer Dokumente und Bilder zwischen vernetzten Kliniken und Arztpraxen ermöglicht.

Eine Erfolgsgeschichte aus dem Bereich hochfunktionaler Materialien ist Fujitac – eine Triazetat-Folie, die als

Schutzfilm für LC-Displays eingesetzt wird. Dieses Material, das mit Technologien aus der Filmherstellung entwickelt wurde, dient auch als Träger für andere Beschichtungen von Flachbildschirmen, beispielsweise für die Wide-View-Beschichtung, die das

bereits, erklärte Rupsch: „Die Ertrags-situation hat sich deutlich verbessert, wie die kürzlich veröffentlichten Halbjahreszahlen zeigen. Unser Ziel in 2007 war es, den Umschwung zu erreichen. Ich denke, wir können sagen, das ist gelungen.“

Auch in Europa wurde Schritt für Schritt die Struktur einer Holding angenommen. Hier erzielte Fujifilm mit fast 6.000 Mitarbeitern in mehr als 40 Ländern im vergangenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 2,8 Milliarden Euro. Rund 70 Mitarbeiter arbeiten im Rahmen des ERP (European Restructuring Projekt) an der Einführung von SAP, die bei Fujifilm Deutschland Ende März 2008 abgeschlossen sein soll. Weitere Tochtergesellschaften werden folgen.

## „Die Ertrags-situation hat sich deutlich verbessert.“

Betrachten der Bilder auch aus großen Blickwinkeln ermöglicht. Fujifilm hält in diesem Segment einen weltweiten Marktanteil von 80 Prozent.

Im neuen Geschäftsbereich Life Science beschäftigt sich Fujifilm mit Biotechnologien und gehört zu den führenden Anbietern von Systemen zur DNA-Extraktion aus verschiedenen Materialien. Aber auch Imaging-Technologien spielen in diesem Bereich eine Rolle: Fluoreszenz-Scanner und CCD-Kamerasysteme sowie LAS-Kameras basieren auf unternehmenseigenen Technologien in den Bereichen Laser, Speicherfolien und Super CCD und werden unter anderem für Doping Kontrollen im Sport eingesetzt.

### Komplette Neuorganisation

Zu den Umstrukturierungen, die Fujifilm mit eigenen Mitteln und unter Ausnutzung von Synergien eigener Technologien bewerkstelligte, gehör-

Seit dem Frühjahr 2007 arbeiten die Unternehmen Fujifilm Holding, Fujifilm Corporation und Fuji Xerox im neuen Firmensitz in Tokio unter einem Dach.



*Helmut Rupsch, Leiter German Operations bei Fujifilm: „Wir sind heute in Bereichen aktiv, die Sie sicher überraschen werden.“*

Dabei wurden insbesondere zwischen Fujifilm und Fuji Xerox Synergien geschaffen, deren Ergebnisse sich unter anderem auf der kommenden

## Umstrukturierungen in der jüngsten Vergangenheit

te auch eine komplette Neuorganisation – mit dem Ziel beschleunigter Management-Prozesse, effizienterer Produktion und verbesserter Abläufe von Forschung und Entwicklung bis zur Distribution. Der Erfolg zeige sich

Fachmesse drupa im Mai zeigen sollen. Eine im Juli gegründete „Shared Services Company“ bietet in den Bereichen Allgemeine Verwaltung, Personal, Versicherungen usw. übergreifende Dienstleistungen an.

### Veränderungen in Deutschland

Auch in Deutschland war die jüngste Vergangenheit bei Fujifilm von Veränderungen gekennzeichnet. Mit Fujifilm Electronic Imaging in Kleve wurde ein neues Unternehmen gegründet, das seit Oktober letzten Jahres für den Vertrieb von Digitalkameras und Zubehör verantwortlich ist. Im Verantwortungsbereich der Fujifilm Deutschland in Düsseldorf geblieben ist der Bereich Photo Imaging mit digitalen Minilabs, Druckern, Papier, Film und analogen Kameras, aber auch Trendprodukte wie Fotobücher, personalisierte Funprodukte oder Large Format Printing. Auch die Bereiche Medical Systems, Life Science und Grafische Systeme werden weiterhin von Düsseldorf aus gesteuert. Das zuvor selbständige Unternehmen Fuji Hunt mit seinen Geschäftsbereichen Silberhalogenid-Materialien, Inkjet-Medien und Chemikalien für die Druckvorstufe wurde erfolgreich in die Organisation von Fujifilm Deutschland integriert.

### Consumer Imaging bleibt wichtig

Auch nach der Auslagerung des Digitalkamera-Bereiches soll das Consumer Imaging Geschäft für Fujifilm Deutschland wichtig bleiben. Für

## Unternehmen

Heinz Kuboth, Direktor der Consumer Products Division, war diese Maßnahme ein notwendiger Schritt: „Digitalkameras erfordern aufgrund der sehr kurzen Produktlebenszyklen und anhaltender Preiserosion im Markt eine andere, sehr schnelle, flexible und europäische Business-Struktur.

Diese Struktur ist von der Fujifilm Electronic Imaging GmbH in Kleve geschaffen worden und wird weiterentwickelt.“

### Fujifilm will die führende Rolle weiter ausbauen

Fujifilm Deutschland konzentriert sich auf die Bereiche Digitale Minilabs, Drucker, Papier, Film und analoge Kameras: „Hierzu gehören auch wichtige Trends wie Fotobücher, personalisierte Fun-Produkte und Large Format Printing. Fujifilm wird diesen Markt weiter aktiv mitgestalten und seine führende Rolle ausbauen“, betonte Kuboth. Auf dem Bildermarkt, so Kuboth weiter, biete Fujifilm seit langem verschiedene Wege zum Papier. Bei einem Gesamtvolumen von rund fünf Milliarden Colorbildern im Jahr 2007 setze das echte Fotopapier weiterhin den Qualitätsstand, an dem alle Fotos gemessen werden. „Inkjet-Druck ist gut geeignet für den Ad-hoc-Bedarf, nicht als Massenzugang“, erklärte Kuboth. „Das erkennen immer

starke Position im Minilab-Bereich weiter ausbauen. Zudem bietet das Unternehmen mit den Thermosublimationsdruckern der ASK-Serie preiswerte Einstiegslösungen für Sofort-

## „Die Anzahl der Bilder, die im Handel entwickelt werden, steigt.“



Heinz Kuboth, Direktor Consumer Products Division bei Fujifilm: „Fujifilm wird den Consumer Imaging Markt weiter aktiv mitgestalten.“

bild-Dienstleistungen an. Bei den Fotopapieren hat Fujifilm im vergangenen Jahr die Fujicolor Crystal Archive Produktfamilie um das neue Material „Pearl“ mit metallisch schimmernder Oberfläche erweitert. „Dieses Papier wird sehr gut akzeptiert“,

Papier aussehen kann, zeigt das Pearl Labor in Dresden, siehe rechts). Die wachsende Bedeutung der Bild-Dienstleistungen im Fotohandel zeigt sich nach Ansicht von Kuboth auch an

der immer weiteren Verbreitung digitaler Annahme-Terminals: Deren Zahl ist in Deutschland im vergangenen Jahr auf 18.250 gewachsen, 40 Prozent davon kommen von Fujifilm.

### Höherer Ertrag in diesem Geschäftsjahr

Die der Fujifilm Gruppe angeschlossenen Großlabors werden laut Kuboth 2008 besonders von den immer populärer werdenden Fun-Produkten und Fotobüchern profitieren. In den personalisierten Fotoprodukten sieht der Fujifilm Manager das „Imaging-Geschäft der Zukunft“. Fujifilm habe durch seine Kompetenz im Fotosegment gute Chancen, daran teilzuhaben. Dabei kommt auch der Image Intelligence Software eine besondere Rolle zu, denn sie sorgt in den Frontier Systemen, den Kiosks, den Thermosublimationsdruckern und den Digitalkameras für eine schnelle und unproblematische Steigerung der Bildqualität.

Mit diesem Portfolio im Consumer Bereich will Fujifilm das laufende Geschäftsjahr am 31. März zwar mit (wegen der Auslagerung des Digitalkamera-Geschäfts) weniger Umsatz, aber höherem Ertrag abschließen. Insgesamt wird Fujifilm Deutschland nach Ansicht von Helmut Rupsch in diesem Geschäftsjahr rund 210 Millionen Euro umsetzen und in allen Geschäftsbereichen profitabel abschneiden.

## Mit Pearl-Papier höhere Erträge erwirtschaften

mehr Amateurfotografen. Die Folge: Die Anzahl der Bilder, die im Handel entwickelt werden, steigt. Und es steigt auch das Bewusstsein für die exzellente Bildqualität, die man hier erhält.“

In diesem Segment will Fujifilm seine

berichtete Kuboth. „Schon mehr als 150 Fotohändler in Deutschland bieten es an und nutzen die Gelegenheit, höhere Erträge zu erwirtschaften und ihr Angebot vom Massenbild klar zu differenzieren.“ (Wie ein erfolgreiches Geschäftsmodell mit diesem

# „Fujifilms Pearl-Papier eröffnet neue Dimension der Fotografie“

Seit Mitte 2005 ist der Dresdner Unternehmer Peter Schubert mit seinem Pixelfoto Express erfolgreich. Einer der Gründe für dieses Ergebnis ist die Zusammenarbeit mit Fujifilm. So setzt man im Betrieb an der Tharandter Straße in Dresden nicht nur von Beginn an zur Produktion ein Fujifilm Frontier 570 Minilab ein, sondern auch Papiere mit allen zur Verfügung stehenden Oberflächen.

Waren dies mit den Standardpapieren Glanz und Matt sowie dem Rasterpapier (Silk) zunächst drei, so ist mit dem Fujifilm Pearl-Papier vor einigen Monaten eine weitere, ertragbringende Papiersorte hinzugekommen. Die Produktion auf diesem Material übernimmt der Schwesterbetrieb Pearllabor.de, der mit der Markteinführung des neuen Papiers als Online-Labor gegründet wurde.

„Das Pearl-Papier hat eine vollkommen neue Dimension im Bereich Fotografie eröffnet“, stellt Laborleiter Sven Russek fest. „Dieses Material ist ideal geeignet für raffinierte Porträts, elegante Architekturfotos, Studio- und Außenaufnahmen, bei denen es auf eine besondere Plastizität und räumliche Tiefenwirkung ankommt. Bei der Betrachtung der Bilder in ausreichend hellem Licht entsteht ein silbriger, perlmuttartig schimmernder Effekt, der besonders in den Lichtern zur Geltung kommt, aber auch Hauttönen einen subtilen Glanz verschafft.“ Dieser

besondere Effekt, der einzelne Farben metallisch leuchten lässt, beruht auf feinsten Glimmerpigmenten, die mit einer dünnen Titandioxidschicht unterhalb der lichtempfindlichen Emulsion eingelagert sind.

Das Pearl-Papier hat inzwischen einen hohen Anteil am Umsatz des Unter-

nehmens. Immer mehr Profifotografen, Fotostudiobetreiber und anspruchsvolle Amateure schätzen die Arbeit des Laborbetriebs. Zwar ist das Fujifilm Pearl-Papier ein sehr anspruchsvolles Material, aber nach kurzer Test- und Einstellungsphase zu Beginn der Produktion, die von Fujifilm-Mitarbeitern vor Ort begleitet wurde, sorgen die qualifizierten Mitarbeiter des Dresdener Unternehmens inzwischen für optimale Ergebnisse, „bei Stammkunden auch unter Berücksichtigung der individuellen Wünsche und Vorlieben“, so Fotomedienlaborantin Conny Haufe.



Fotomedienlaborantin Conny Haufe ist eine der Mitarbeiterinnen von Pearllabor.de/PixelfotoExpress, die für die hohe Qualität der Fotoarbeiten verantwortlich ist.

nehmen. Immer mehr Profifotografen, Fotostudiobetreiber und anspruchsvolle Amateure schätzen die Arbeit des Laborbetriebs. Zwar ist das Fujifilm Pearl-Papier ein sehr anspruchsvolles Material, aber nach kurzer Test- und Einstellungsphase zu Beginn der Produktion, die von Fujifilm-Mitarbeitern vor Ort begleitet wurde, sorgen die qualifizierten Mitarbeiter des Dresdener Unternehmens inzwischen für optimale Ergebnisse, „bei Stammkunden auch unter Berücksichtigung der individuellen Wünsche und Vorlieben“, so Fotomedienlaborantin Conny Haufe.

Das Fujifilm Frontier 570 Minilab trägt dabei zur problemlosen Verarbeitung bei. Russek: „Wir produzieren alle Bildarbeiten bis 30 x 45 cm auf der Maschine, und dank schneller Verarbeitung und einfacher Handhabung vor allem beim Papierwechsel können wir alle Aufträge, die bis 16 Uhr bei

unterschieden, noch am selben Tag an den Auftraggeber verschicken.“ Schnelle Verarbeitung, das bedeutet zum Beispiel, dass das Unternehmen mit gutem Gewissen mit der Aussage „Digitale Bilder im Ladengeschäft ab fünf Minuten“ werben kann. Die Produkt-, Qualitäts- und Serviceargumente sorgen dafür, dass das Pearllabor Bilderpreise durchsetzen kann, die über dem Marktdurchschnitt liegen. Russek: „Die steigenden Auftragszahlen beweisen, dass die Besteller dazu bereit sind, die gelieferte Qualität entsprechend zu honorieren.“

# Boomendes Geschäft

## Dirk Hilburg erfolgreich mit Mitsubishi Kiosk



Die Einführung von digitalen Bilddienstleistungen im Sofortservice hat zum wachsenden Erfolg von Foto Hilburg – Photoworld beigetragen.

Als Dirk Hilburg 2006 das alteingesessene Fotogeschäft Altstadt Foto in Remscheid-Lennep von seinem Vorgänger übernahm, galt es für ihn vorrangig zwei Probleme zu lösen: Zum einen musste er sich mit seinem neuen Geschäft Foto Hilburg – Photoworld gegen eine Reihe billiger Bildertheken im Umfeld positionieren, zum anderen musste er digitale Bilddienstleistungen aus dem eigenen Haus in sein Angebot aufnehmen. Gut anderthalb Jahre nach der Übernahme sind beide Probleme gelöst, „nicht zuletzt deshalb, weil ich mit Mitsubishi Electric einen zuverlässigen Partner für das Bildergeschäft an meiner Seite habe“, so Hilburg.

Der Einstieg ins digitale Bildergeschäft erfolgte bei Photoworld mit einem Fotokiosk Mitsubishi Click 5000, der mit einem Thermosublimationsdrucker CP9550DW-S von Mitsubishi Electric für das Standardformat 10 x 15 cm und zusätzlich mit einem Drucker CP3020DAE für Prints in der Größe 20 x 30 cm ausgestattet ist. „Da sich mein Vorgänger bis zu

seinem Ausscheiden nicht um das Thema Digitalbild gekümmert hatte, ging es zu Beginn der Bildproduktion im eigenen Haus zunächst einmal darum, die Kunden mit dem neuen Angebot und den Möglichkeiten des Kiosks vertraut zu machen“, berichtet Hilburg.

Zirka 70.000 Prints, die im vorigen Jahr im Haus produziert wurden, zei-

gen, dass beides vom Start weg gut gelungen ist. So unterstützte Mitsubishi Electric seinen neuen Handelspartner mit allen zur Verfügung stehenden Werbe- und Verkaufsförderungsmitteln, die unübersehbar im Laden platziert wurden. Bestes Verkaufsargument war allerdings der Click 5000 selbst. Mit seiner intuitiven Benutzerführung und seinen vielfältigen Möglichkeiten bietet das Gerät zahlreiche Alternativen zum Sparbild aus dem Großlabor.

„Aber erfolgreich agieren kann man mit einem solchen Angebot nur, wenn man die Kunden aktiv darauf aufmerksam macht“, sagt Hilburg. Das geschieht bei jedem Kunden, der Prints bestellen oder eine Digitalkamera kaufen will. So bietet Hilburg zwar auch ein Neun-Cent-Digitalbild aus dem Großlabor an, das sogar auf der Schaufensterscheibe beworben wird, aber dieses Angebot dient in erster Linie dazu, Kunden in das



Dirk Hilburg, Inhaber von Photoworld in Remscheid-Lennep, ist davon überzeugt, dass die Entscheidung für Mitsubishi die richtige war.



### Kompakte Exilim-Neuheiten

Neben der „Rekord-Kamera“ stellte Casio weitere neue Exilim-Modelle vor. Die Exilim Card EX-S10 im klassischen „Card-Design“ der Familie ist mit 13,8 mm fast so dünn wie die 2002 vorgestellte erste Exilim, bietet aber ein 3fach-Zoomobjektiv, eine Auflösung von zehn Megapixeln und ein Super Clear LCD Wide Screen mit einer Diagonale von 6,9 cm und einer Auflösung von 230.160 Pixeln. Die Kamera ist in Silber, Schwarz, Rot und Blau erhältlich.

Im neuen Design bietet die Exilim EX-Z80 ein 6,6 cm LCD, eine Auflösung von acht Megapixeln, einen Movie-Button und die Casio-typische „YouTube“ Funktion. Die Kamera kommt in den Farben Schwarz, Silber, Hellbau, Grün und Pink auf den Markt.

Die 10-Megapixel-Kamera Ex-Z100 bietet ein 4fach-Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 28–112 mm (KB-äquivalent), ist dabei aber nur 19,2 mm dünn und ebenfalls mit einem 6,9 cm Super Clear LCD ausgestattet. Zum Ausstattungsumfang gehört die Casio-exklusive Auto-Best Shot-Funktion. Die Kamera wird in mehreren Farbvarianten erhältlich sein. Als Schwestermodell gibt es die Exilim EX-Z200 mit der gleichen Ausstattung, aber zusätzlich mit einem CCD-Shift Bildstabilisator. Alle neuen Exilim-Modelle sind mit neuen, von Casio entwickelten Funktionen ausgestattet. Der „Auto Shutter“ sorgt zum Beispiel dafür, dass die Kamera automatisch auslöst, sobald die Hand des Fotografen bzw. das Motiv sich nicht bewegen. Diese Funktion steht im „Anti Blur“-Modus für herkömmliche Aufnahmen zur Verfügung. Im „Pan“-Modus löst die Kamera beim „Mitziehen“ bei der Aufnahme bewegter Motive genau dann aus, wenn das Motiv scharf im Sucher erscheint.

Neu in der Exilim-Familie ist auch die „Smile Detection“-Funktion, bei der die Kamera automatisch auslöst, wenn das Motiv lächelt. Schließlich hat Casio für die neuen Kameras die Selbstportrait-Funktion mit dem Auto Shutter kombiniert: Dann löst die Kamera selbständig aus, wenn alle Gesichter scharf im Sucherbild erscheinen.



Die Exilim Card EX-S10 ist nur 13,8 mm dick.



Die Exilim EX-Z80 bietet eine Auflösung von 8 Megapixeln.



Die 10 Megapixel-Kamera Exilim EX-Z100 ist mit einem 4fach-Zoomobjektiv ausgestattet.

# Casio bringt d

# Form Eins

Auf der IFA 2007 überraschte Casio mit dem Prototypen einer superschnellen Digitalkamera. Jetzt wurde das für den April geplante Serienmodell angekündigt, und die Exilim Pro EX-F1 hält, was der Prototyp versprach: 60 Bilder pro Sekunde (sechs Megapixel) und High-Speed Video mit 300 Bildern pro Sekunde. Zudem entpuppt sich die neue Super-Exilim als Full HD-Camcorder mit 12fach-Zoomobjektiv und bietet weitere Innovationen.

# Die schnellste Digitalkamera der Welt

# Formel

„Casio hat in der Geschichte der Digitalkamera von Anfang an eine wichtige Rolle gespielt,“ erklärte Susumu Takashima, Vorstandsmitglied der Casio Computer Co. Ltd. und Chef des Geschäftsbereichs Digitalkameras. „So brachten wir 1995 die erste Digitalkamera mit eingebautem LCD auf den Markt, führten 2002 das erste Modell im ultrakompakten Kartenformat ein und stellten ein Jahr später eine besonders flache Zoom-Kamera vor. Bisher



Die neue Casio Exilim Pro EX-F1 ist nicht nur superschnell...

konnten die Verbraucher die wirklichen Vorteile der Digitaltechnik noch gar nicht nutzen, denn bis-

lang haben Digitalkameras nur die konventionelle Technik ersetzt. Unsere neuen Modelle bieten jetzt völlig neue Ausstattungsmerkmale, die nur mit digitaler Technik realisiert werden können, zum Beispiel extreme Aufnahmegeschwindigkeiten.“

Die „Formel Eins Exilim“ ist mit einem neuen, besonders schnell reagierenden CMOS-Sensor mit einer Auflösung von sechs Megapixeln ausgestattet, der von dem ebenfalls ultraschnellen LSI Bildverarbeitungsprozessor unterstützt wird. Das aufwendig konstruierte 12fach-Zoomobjektiv bietet einen

... sondern bietet auch neue Ausstattungsmerkmale wie das Super Clear LCD mit besonders brillanter Farbwiedergabe und großer Helligkeit.



## Neuheiten

Brennweitenbereich von 36–420 mm (KB-äquivalent), eine Lichtstärke von  $f2,7-4,6$  und ein Filtergewinde mit 62 mm Durchmesser. Anders als der Prototyp hat das Serienmodell einen Blitzschuh für die Verwendung externer Blitzgeräte; der in die Kamera eingebaute Xenon-Blitz feuert bis zu 20mal hintereinander mit einer Geschwindigkeit von bis zu sieben Aufnahmen pro Sekunde. Zusätzlich gibt es ein Weißlicht-LED, um Serienaufnahmen mit Geschwindigkeiten von 10 bis 60 Aufnahmen pro Sekunde auszuleuchten.

Zum Schutz vor Verwacklungen ist die Kamera mit einem CCD-Shift Bildstabilisator ausgestattet. Zur Stabilisierung während einer Bildsequenz mit langen Belichtungszeiten wird zudem die Intensität der Bewegung vom Prozessor analysiert, anschließend werden die Bilder verglichen und die Position des Motivs wird entsprechend korrigiert, so dass die Sequenz keine „Wackeleffekte“ aufweist.

Ein weiteres Ausstattungsmerkmal der neuen „Formel 1“ Exilim ist das neue Super Clear LCD, das einen Betrachtungswinkel von 175° vertikal und horizontal erlaubt und sich durch besonders leuchtende Farben und hohen Detailreichtum auszeichnet. Zu einem Kontrastverhältnis von ca. 1.000:1 und einer variablen Helligkeit von bis zu 1.000 cd/qm kommt eine harte, besonders kratz feste Oberfläche, die auch robuste Behandlung nicht übernimmt.

### Videos in Full HD

Die neue Exilim Pro EX-F1 ist nicht nur eine ultraschnelle Digitalkamera, sondern auch ein Full



*Susumu Takashima, Vorstandsmitglied der Casio Computer Co. Ltd. und Chef des Geschäftsbereichs Digitalkameras: „Bislang haben Digitalkameras nur die konventionelle Technik ersetzt; unsere neuen Modelle bieten jetzt völlig neue Ausstattungsmerkmale, die nur mit digitaler Technik realisiert werden können.“*

HD-Camcorder mit 12fach-Zoomobjektiv. Die Full HD Videos (1.920 x 1.080 Pixel) werden mit einer Geschwindigkeit von 60 Halbbildern pro Sekunde aufgenommen. Zudem ist auch die Aufnahme von Videos mit VGA-Auflösung oder im HD-Modus mit 1.280 x 720 Pixeln möglich.

Zur problemlosen Übertragung auf entsprechend ausgerüstete Fernsehgeräte ist die Kamera nicht nur mit einem AV-Anschluss, sondern auch mit einer HDMI-Schnittstelle ausgestattet.

### Den entscheidenden Moment festhalten

Mit einer Aufnahmegeschwindigkeit von 60 Bildern pro Sekunde ist die neue Exilim Pro EX-F1 nicht nur die schnellste Digitalkamera

der Welt; sie bietet auch ein Bedienungskonzept, das es ermöglicht, die Vorteile der hohen Geschwindigkeit zu nutzen, um den richtigen Moment festzuhalten. So werden im PreShot Burst-Modus die Bilder bereits vor dem Druck auf den Auslöser erfasst und die letzten Aufnahmen beim Drücken des Auslösers abgespeichert, so dass auf jeden Fall der richtige Moment „im Kasten“ ist.

Bei einem „Burst Speed“ von 5 Bildern pro Sekunde beträgt diese „Pre-Recording-Zeit“ 12 Sekunden, bei 10 Bildern/s 6 Sekunden und bei 60 Bildern/s eine Sekunde. In der Serienbildfunktion „Burst-Speed“ kann die gewünschte höchste Bildfrequenz in Schritten von 1–7 Bildern/s sowie 10, 12, 15, 20, 30 und 60 Bildern/s vorgewählt werden; dann kann der Anwender die Aufnahmegeschwindigkeit mit Hilfe eines Funktionsringes am Objektiv so steuern, dass die höchste Geschwindigkeit erst dann eingesetzt wird, wenn sie auch tatsächlich gebraucht wird.

Im High-Speed Video-Modus nimmt die Exilim Pro EX-F1 bis zu 300 Bilder pro Sekunde in einer Auflösung von 512 x 384 Pixeln auf. Bei geringerer Auflösung sind sogar Geschwindigkeiten von 600 oder 1.200 Bildern pro Sekunde für Ultra-Zeitlupe möglich.

Die Exilim Pro EX-F1 soll Anfang April auf den Markt kommen; der Preis steht noch nicht fest, in den USA soll die Kamera rund 1.000 Dollar kosten.



# Kapital für die Zukunft

## Kodak hat Restrukturierung abgeschlossen

„Kodak hat die Restrukturierungsphase abgeschlossen und kann seine Aktivitäten jetzt auf einer Basis der neuen digitalen Ausrichtung weiterführen. Die vergangenen Jahre waren für das Unternehmen nicht einfach, aber ich bin sicher, dass wir die aktuellen Chancen nutzen werden, die sich uns jetzt bieten.“

Andreas Lippert, Geschäftsführer der Kodak GmbH in Stuttgart, blickte bei einem Gespräch mit Vertretern der Fachpresse optimistisch in die Zukunft.

„Wir haben im Rahmen der Umstrukturierung eine Menge alter Zöpfe abgeschnitten und Produktionsstandorte geschlossen, weil wir die dort hergestellten Produkte zukünftig nicht



Andreas Lippert

mehr für verkäuflich halten“, so Lippert. Im Gegenzug dazu habe man nicht nur neue Geschäftsfelder betreten, sondern sich dort auch innerhalb



Das neue Kodak APEX System soll dem Handel die flexible Produktion der unterschiedlichsten Bilddienstleistungen ermöglichen.

kurzer Zeit hervorragend positioniert. „Wir haben alle Zielsetzungen zur Schaffung neuer Geschäftsmodelle erfüllt und sind derzeit in acht Produktgruppen als Nummer eins bis drei erfolgreich“, führte Lippert aus. „Die Tatsache, dass es vier dieser Produktgruppen vor einigen Jahren noch gar nicht gab, beweist, dass wir uns schnell in die digitale Welt integrieren und neue Produkte zügig bis zur Marktreife entwickeln können.“

### Tote Bilddateien werden zum Leben erweckt

Als Beispiel nannte der Kodak Geschäftsführer digitale Bilderrahmen. Kodak präsentierte seine ersten Modelle auf der CeBIT 2007. „Wir haben in unseren kühnsten Träumen nicht daran gedacht, welches Umsatz-

volumen sich mit den Geräten in so kurzer Zeit erzielen lässt“, sagte Lippert. „Und neben dem Geschäftserfolg gibt es auch noch einen sehr erfreulichen Nebeneffekt: Die Menschen beschäftigen sich wieder mit ihren Bildern und erwecken auf dem PC oder anderen Speicherorten schlummernde digitale Bilddateien durch die Digitalrahmen zu neuem Leben.“

### Wissen wird zukünftig profitabel genutzt

Wichtigstes Kapital für die Zukunft sei das geistige Eigentum, das sich das Unternehmen in seiner langen Geschichte angeeignet habe. „Dieses Wissen um alle Belange des Imaging und die Bedürfnisse von Handelspartnern und Verbrauchern versetzt uns



*Auch vom Geschäft mit selbstproduzierten Fotobüchern soll der Handel profitieren.*

jetzt nicht nur in die Lage, selbst Ideen in innovative Produkte und Technologien einzubringen, sondern auch davon zu profitieren, wenn andere Hersteller dieses geistige Eigentum nutzen.“ Wie Innovationen aussehen können, zeigte Kodak im vergangenen Jahr mit der Vorstellung der High Sensitivity Matrix, die unter anderem durch den Einsatz panchromatischer Pixel und die damit verbundene höhere Lichtausbeute einen neuen Meilenstein bei Sensoren darstellt.

### Neue Konzepte für das Bildergeschäft

Wie bereits im Oktober auf einer internationalen Pressekonferenz angekündigt (siehe ifc 11/07, S. 22), arbeitet Kodak derzeit intensiv an der Entwicklung neuer Konzepte für das Bildergeschäft. Einige der neuen Produkte und Ideen, die in diesem Zusammenhang entwickelt wurden, zeigt Kodak auf der PMA. Ein Kernelement

der unterschiedlichen Lösungen stellt dabei das neue Kodak APEX System dar (APEX steht als Abkürzung für Adaptive Picture Exchange).

Das trocken arbeitende System zeichnet sich durch hohe Flexibilität, einfache Handhabung und modulare Bauweise aus und soll den Betreiber

in die Lage versetzen, hochprofitabile Bildprodukte im eigenen Haus zu produzieren – und dabei die Kosten im Vergleich zu existierenden Lösungen zu senken. „Die

Kunden beschäftigen sich immer intensiver mit der digitalen Fotografie und erwarten von ihrem Händler, dass er ihnen schnell unterschiedlichste Bilderservices ohne lange Wartezeiten liefert“, meinte Lipfert. „Um dies zu ermöglichen, steht der Handel vor der Herausforderung, mit möglichst geringen Investitionen

in Technik ein hohes Maß an Flexibilität zu präsentieren, damit nicht nur die Bedürfnisse von heute bedient werden können, sondern dass sich das digitale Bilderangebot auch auf die Anforderungen der Zukunft anpassen lässt. APEX ist nur ein Beispiel dafür, wie Kodak Händler aller Größenordnungen in die Lage versetzt, schnell Imagingprodukte wie Fotobücher, große Poster oder die neue Kodak Picture Movie DVD zu produzieren.“

### Neue Produkte für das Bildergeschäft

Auf der PMA zeigt Kodak auch eine neue Version des G4 Kiosks, die unter dem Namen Kodak Picture Kiosk G4x auf den Markt kommt. Das neue Gerät arbeitet schneller als sein Vorgänger und kann dazu benutzt werden, Sofortbilder und Premiumfotos zu produzieren. Schnellere Ladezeiten, schnellere Bildverarbeitung und kürzere Druckzeiten reduzieren die Wartezeit für den Kunden. Mit einem optionalen DVD-Brenner können die Kunden mit dem Gerät beispielsweise in weniger als fünf Minuten eine Kodak Picture Movie DVD für die Präsentation der Bilder mit Musik auf dem heimischen Fernseher herstellen.

Gemeinsam mit dem Binde-, Laminier- und Präsentationsspezialisten Unibind hat Kodak darüber hinaus ein Binde-system entwickelt, mit dem sich im Geschäft schnell und einfach Fotobücher und Kalender binden lassen. Das moderat bepreiste System erlaubt die Verwendung von ein- oder doppelseitig bedruckten Medien.

Mit dem Royal Luminous Paper hat Kodak schließlich eine neue Papiersorte vorgestellt. Sie fällt durch eine hochglänzende, irisierende, perlmuttartige Oberfläche auf und bietet Händlern die Möglichkeit, sich vom



*Der neue Fotokiosk Kodak G4x arbeitet erheblich schneller als sein Vorgänger.*

Wettbewerb abzuheben. Das Papier, das voraussichtlich ab Juni lieferbar sein soll, kann gleichermaßen für digitale und analoge Drucke genutzt werden. Ein höheres Gewicht als bei Standardpapieren und ein goldfarbener Rückseitendruck unterstreichen dem Kunden gegenüber den Premium-Anspruch dieses neuen Papiers.

### Neue Produkte für das Endkundengeschäft

Auch in Sachen Digitalkameras und Drucker zeigt sich Kodak weiterhin sehr rege. Auf der PMA sind, ebenso wie bereits auf der Consumer Electronics Show in Las Vegas zu Beginn des Jahres, mehrere Neuheiten aus beiden Produktbereichen zu sehen. Mit



Zahlreiche neue Kameramodelle der EasyShare C-, M- und Z-Serie erweitern derzeit bei Kodak das Sortiment der Kompaktkameras.



den neuen Kameramodellen führt das Unternehmen auch den neuen Kodak Smart Capture Modus ein. Dieses neue Feature wurde laut Kodak vor dem Hintergrund entwickelt, dass rund 70 Prozent aller Kompaktkamera-Fotografen ihre Bilder im Automatik-Modus aufnehmen. Der Grund dafür liegt vor allem darin, dass die

### Tinte sparen mit dem All-in-One-Drucker Kodak ESP 3

Neu im Kodak Programm ist auch das All-in-One-Gerät Kodak ESP 3, das nicht nur als Tintenstrahldrucker genutzt werden kann, sondern auch als Scanner und Kopierer. Das Gerät arbeitet mit einem neuen Tintensystem, das Endverbraucher in die Lage versetzt, bis zu 50 Prozent im Vergleich zu anderen Tintenstrahldruckern zu sparen. Der ESP 3 liefert einen randlosen Druck im Format 10 x 15 cm nach 30 Sekunden. Dokumente werden mit bis zu 30 Prints pro Minute in Schwarzweiß und bis zu 29 Prints pro Minute in Farbe gedruckt. Mehrteilige Bildvorlagen können in einem Durchgang gescannt werden. Die integrierte Software sorgt anschließend dafür, dass für jedes Bildelement eine eigene Datei angelegt wird. Die ebenfalls integrierte Software zur Retusche von Gesichtern analysiert Bildinhalte und optimiert diese automatisch hinsichtlich der Belichtung, der Farbe und der Kontraste.



Programmautomatik und verschiedene Aufnahmemodi miteinander kombiniert und deshalb in nahezu allen Aufnahmesituationen automatisch die optimalen Einstellungen wählt. Die Grundlage dafür liefert die Analyse des Motivs vor dem Druck auf den Auslöser. Weitere Auffälligkeiten bei den neuen Kodak Kameras sind das neue Design und die dünneren Gehäuse vieler Modelle, die auf 2,7" vergrößerten Monitore, die neue AF-Gesichtserkennung und die mechanische Bildstabilisierung, die sich in verschiedenen Modellen der Kodak M- und Kodak Z-Serie finden. Die neuen Kameras der Kodak V-Serie weisen jetzt Bluetooth-Funktionalität, eine neue Benutzeroberfläche, den Smart Capture Modus, 3"-Displays und die Videofunktion mit 30 Bildern pro Sekunde auf.

Nutzer sich nicht mit der Kameratechnik auseinandersetzen wollen und selbst die verschiedenen Motivprogramme für zu kompliziert halten. Als Folge sind die Aufnahmen jedoch oftmals verwackelt, überblitzt oder auf andere Weise fehlbelichtet. Der neue Smart Capture Modus löst dieses Problem, indem er die bekannte

# GfK Imaging Summit 2007

# Vom Wachstum profitieren

Der internationale Imaging-Markt hat sich 2007 besser entwickelt als erwartet. Das belegten die neuesten Zahlen der GfK, die das Marktforschungsunternehmen auf dem gemeinsam mit den photokina-Veranstaltern, Koelnmesse und Photoindustrie-Verband, organisierten „Imaging Summit 2007“ Anfang Dezember in Nürnberg präsentierte. Immer noch bleibt es allerdings eine Herausforderung für alle Beteiligten in Industrie und Fotohandel, Erträge aus der starken Nachfrage zu generieren.

Obwohl Experten bereits eine Marktsättigung befürchteten, ist der Weltmarkt für Digitalkameras im Jahr 2007 um fast 18 Prozent auf 126 Millionen Stück gewachsen. Rechnet man 629 Millionen Fotohandys (+17 Prozent) und 21 Millionen Camcorder (+5 Prozent) hinzu, so ergibt sich die Summe von 776 Millionen „Fotografier-Geräten“, die im vergangenen Jahr über die Ladentheken gingen.

Auch der deutsche Markt legte 2007 mit einem geschätzten Volumen von 8,6 Millionen Digitalkameras gegenüber dem Vorjahr nochmals um fast 10 Prozent zu – etwa 680.000 davon waren digitale Spiegelreflexmodelle (+36 Prozent), die weitere zusätzliche Umsätze im Zubehörgeschäft generierten. Dazu eine interessante Zahl aus den USA: Dort gibt laut Liz Cutting vom amerikanischen GfK Partnerunternehmen NPD

jeder Käufer einer digitalen Spiegelreflexkamera rund 400 Dollar (ca. 275 Euro) für Zubehör aus.

## Der Wandel im Bildergeschäft

Während die Zahl der Aufnahmegерäte so hoch ist wie noch nie – die GfK schätzt, dass einschließlich 1,5 Milliarden Fotohandys weltweit rund zwei Milliarden „Kameras“ aller Art in Gebrauch sind – hält das Wachstum der Bilder leider nicht Schritt. Zwar geht die GfK von einem Volumen von fünf Milliarden Bildern in Deutschland für das Jahr 2007 aus; darin sind aber alle Herstellungsverfahren und Vertriebswege enthalten, vom Großlabor über das Minilab bis zum Kiosk und zum Drucken zu Hause. Erfreulich entwickelt sich die Zahl der Fotobücher, die für Deutschland im Jahr 2007 auf mindestens 1,5 Millionen Stück geschätzt wird, und der sonstigen Fotogeschenke. Der amerikanische Experte Don Franz erwartet, dass dieser Produktbereich bis zum Jahr 2011 allein in den USA ein Umsatzvolumen von einer Milliarde Dollar erreichen und damit ein Sechstel des Umsatzes im Bildergeschäft ausmachen kann. Weltweit rechnet Franz mit einem Marktpotential von 80 Millionen Fotobüchern im Jahr 2010, wies aber auch auf einige Probleme dieses Marktsegmentes hin: So hat bislang noch niemand schlüssig definiert, was ein Fotobuch eigentlich ist – es gibt keine Standards und schon gar keine Erkenntnisse, wie lange zum Beispiel



Hochkarätige Marktforscher stellen auf dem Imaging Summit 2007 die Lage des internationalen Imaging-Geschäftes dar: (von links) Pascal Bollon (GfK UK), Hiraoka Takuro (GfK Japan), Liz Cutting (NPD Gruppe, USA), Don Franz (Photofinishing News, USA), Marion Knoche (Direktor der GfK Imaging Marktforschung) und Andy Zhao (GfK China).

die im Digitaldruck hergestellten Bilder halten.

Ein weiteres Produktsegment, auf das der Fotohandel nach Ansicht von Franz sein Augenmerk richten sollte, sind CDs/DVDs, auf denen Fotos mit anderen digitalen Inhalten wie Musik und Sprache kombiniert werden können. Dieses Segment befindet sich noch in den Kinderschuhen, lässt aber nach Ansicht der Experten für die nächsten Jahre hohe Wachstumsraten erwarten.

### Lebhafte Diskussionen

Zwei hochkarätig besetzte Podiumsdiskussionen rundeten das Programm des Imaging Summit 2007 ab. Über Speicherung und Ausdruck von Bildern machten sich Rainer Bauer (Imaging Solutions), Holger May (Hewlett-Packard), Harald H. Pirwitz (CeWe Color) und Jens Rubbert (Fujifilm) Gedanken. Auch hier wurde viel über Fotobücher geredet und über die Tatsache, dass viel zu wenig Bilder ausgedruckt werden. Tatsächlich sind die Erinnerungen einer ganzen Generation gefährdet, im Daten-Nirwana zu verschwinden.

Einigkeit herrschte darüber, dass es einfacher werden muss, Bilder oder gar Fotobücher zu bestellen. Und viel Zustimmung gab es für den Moderator Peter Samwell für seinen Vorschlag, mit einer Kampagne „Ihre Vergangenheit ist Ihre Zukunft“ den Konsumenten klar zu machen, dass ein Bild oder ein wichtiger Moment niemals wiederhergestellt werden kann, wenn es oder er einmal verloren ist.

### Erfolgsmodelle für den Handel?

Über die Ansprache des Verbrauchers machten sich bei einer weiteren Podiumsdiskussion Martin Bongard (Canon), Henning Ohlsson (Epson), Steve Giordano (Lucidiom), Daniel Plapp (Mami-sto) und Michael Gleich (Ringfoto)

### Technologie-Forum: „Von der Fliege lernen“

Am zweiten Tag des GfK Imaging Summits gaben Wissenschaftler aus verschiedenen Fraunhofer Instituten auf einem vom Industrieverband Spectaris organisierten Technologie-Forum Einblicke in ihre Arbeit. Frank Wippermann (Fraunhofer Institut für Angewandte Optik und Feinmechanik, Jena) zeigte zum Beispiel das Potential für die Miniaturisierung von Kamera-Komponenten, das entsteht, wenn sich das Design von Objektiven bzw. Bildsensoren am Aufbau von Insektenaugen orientiert. Mit angewandter Nanotechnologie und Mikrooptiken werden „Objektive“ möglich, die nur ein oder zwei Millimeter dick sind.

Dreidimensionale Bilder sind seit jeher ein Traum mancher Fotografen. Die Digitaltechnik macht hier zumindest auf dem Bildschirm einiges möglich. Das zumindest sagt René de la Barré vom Fraunhofer Institut für Telekommunikation in Berlin voraus: Autostereoskopische Displays (ASD) werden nicht nur neue Möglichkeiten in der Medizin oder bei der industriellen Konstruktion schaffen, sondern am Ende vielleicht das dreidimensionale Fernsehen „3DTV“ möglich machen, als, so der Wissenschaftler, „nächster natürlicher Schritt nach HDTV“. Abschließend informierten Dr. Siegfried Föbel und Herbert Thoma vom Fraunhofer Institut für Integrierte Schaltungen in Erlangen das Auditorium über die Vor- und Nachteile einiger Dateiformate für die zukünftige Speicherung von Bildern, zum Beispiel MPEG-4, AVEC, JPEG2000 und HD-Photo. Ein neuer ISO-Standard für die Kompression von Bilddaten ist in der Debatte und soll in absehbarer Zeit verabschiedet werden.



Wissenschaftler verschiedener Fraunhofer Institute gaben während des Imaging Summits auf einem Technologie-Forum Einblick in ihre Arbeit: (von links) Herbert Thoma, René de la Barré, Frank Wippermann und Dr. Siegfried Föbel.

Gedanken. Dabei spielten die Einkaufserfahrungen der Kunden und die Bedeutung des Internets als Einkaufsquelle eine wichtige Rolle. Das Internet biete mehr Auswahl und spare Zeit, dürfe aber mit einem Anteil von 15 Prozent am Gesamtmarkt auch nicht überschätzt werden, betonte zum Beispiel Martin Bongard. Michael Gleich wies deutlich darauf hin, dass der Fotohandel sich besser auf die 85 Prozent der Konsumenten konzentrieren solle, die nicht im Internet einkaufen. Dieser Zielgruppe, so ergänzte Epson Manager

Henning Ohlsson, müsse als Einkaufserlebnis mehr geboten werden als nur niedrige Preise. Wie genau diese positive Einkaufserfahrung erreicht werden soll, blieb allerdings weitgehend im Dunkeln. Ein Anhaltspunkt könnte sich aus der Veränderung der Kundenstruktur ergeben: Nicht nur Bilder, sondern auch Kameras und andere Imagingprodukte werden in immer stärkerem Maße von Frauen gekauft. Auf diese Zielgruppe, so Michael Gleich, müsse sich der qualifizierte Fotohandel besonders einstellen.



# Die Imaging-Welt auf der photokina 2008

# Globale Leitmesse

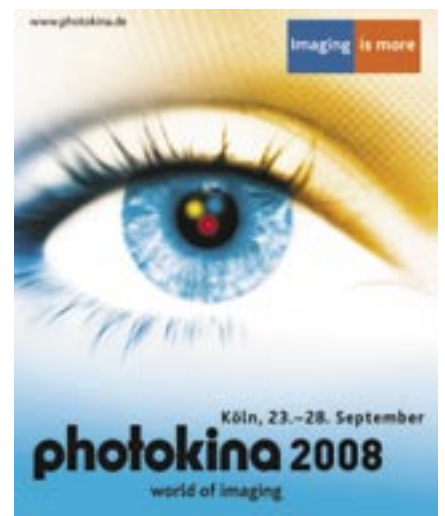


Mit einem eindeutigen Schwerpunkt auf dem Medium Bild soll die photokina 2008 ihrem Anspruch als globale Leitmesse für die Foto- und Imaging-Branche gerecht werden. Das betonten Koelnmesse Geschäftsführer Oliver P. Kuhrt und Helmut Rupsch (Fujifilm), Vorsitzender des deutschen Photoindustrie-Verbandes, auf einer internationalen Pressekonferenz in Nürnberg. Führende Unternehmen werden ihre Messestände in Köln nochmals vergrößern.

„Auch 2008 werden wieder alle führenden Unternehmen der globalen Imaging-Welt in Köln vertreten sein und ein umfassendes Spektrum präsentieren, das Bildtechnik und Bildanwendungen für Consumer und Profis von der Aufnahme bis zur Ausgabe umfasst“, erklärte Koelnmesse Geschäftsführer Oliver P. Kuhrt. „Wir erwarten auch 2008 wieder ca. 1.600 Anbieter aus rund 50 Ländern mit einem Auslandsanteil von über 60 Prozent. Dabei werden auch wieder große IT- und Telekommunikationsunternehmen nach Köln kommen, um vom

Wachstumsmotor photokina zu profitieren.“

Bereits jetzt haben namhafte Aussteller, darunter Canon, Samsung und Panasonic, größere Ausstellungsflächen gebucht als in den Vorjahren. „Das ist ein klares Signal für das Wachstum des Gesamtmarktes“, betonte Kuhrt. „Außerdem ist es uns gelungen, mit dem japanischen Unternehmen Dai Nippon einen neuen Key-Player enger an die photokina zu binden. Im Rahmen einer Asien-Reise, die die Koelnmesse Geschäftsführung gemeinsam mit dem Oberbürgermei-



ster der Stadt Köln und dem Photoindustrie-Verband unternommen hat, und bei der wir mit zahlreichen CEOs unserer wichtigsten asiatischen Aus-

steller zusammengetroffen sind, konnten wir darüber hinaus in persönlichen Gesprächen mit den Top-Managern von Canon, Nikon, Panasonic, Samsung, Olympus und anderen diese für eine noch intensivere, strategische Zusammenarbeit gewinnen.“

**„Die Kraft des Bildes“**

Als Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes betonte Helmut Rupsch (Fujifilm) die emotionale Kraft von Bildern. „Bilder prägen uns stärker als alles andere. Unsere Erinnerung an Vergangenes lebt im wesentlichen von Bildern. Bilder bleiben im Gedächtnis, weil sie unsere Emotionen ansprechen. ‚Imaging is Emotion‘ könnte man in Abwandlung unseres Mottos ebenso gut sagen.“ „Viele Industriezweige bemühen sich um ein ‚emotionales Bild‘ ihres Schaf-



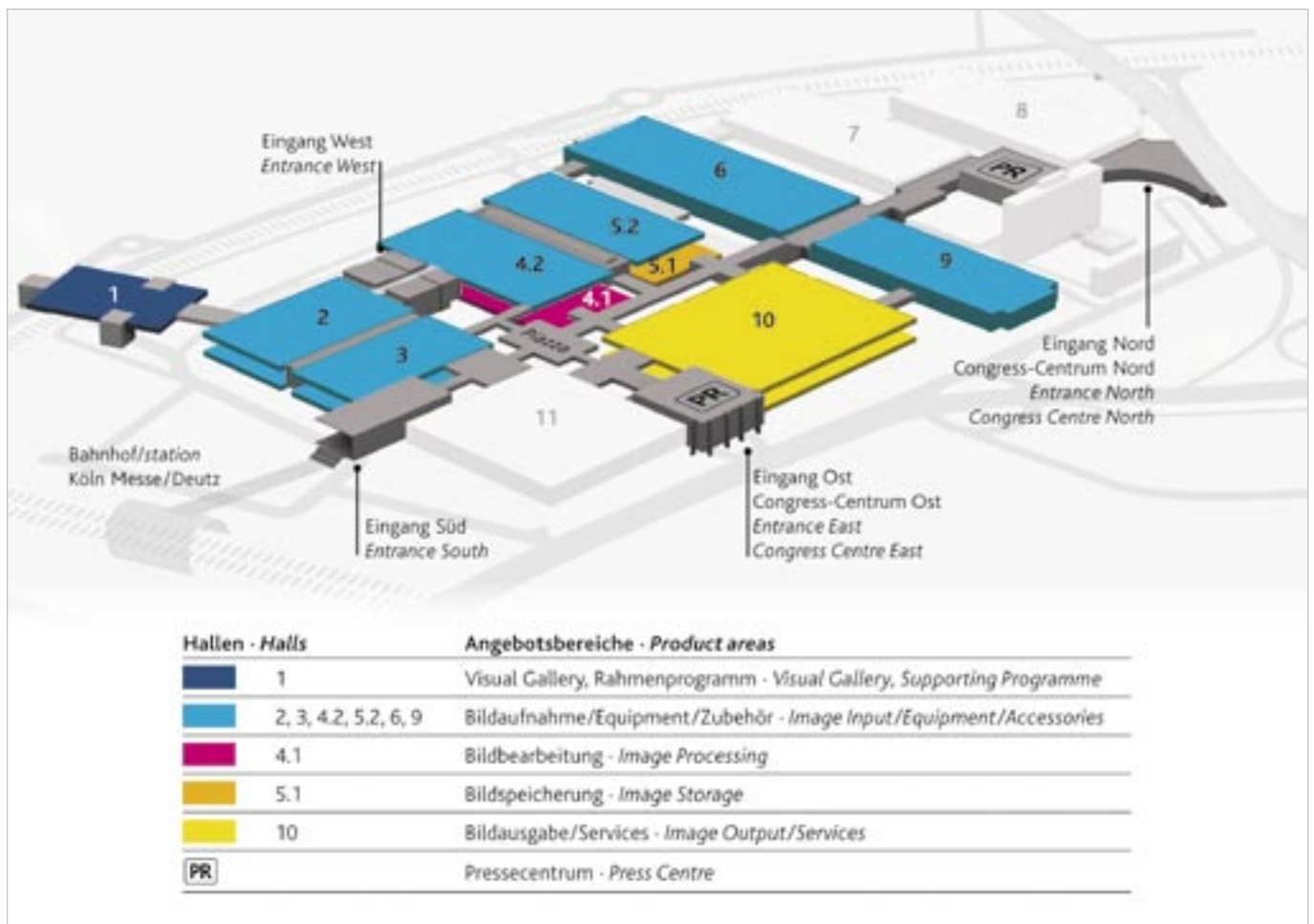
Oliver P. Kührt, Geschäftsführer der Koelnmesse GmbH

fens“, fuhr Rupsch fort. „Wir jedoch, die wir in der Imaging-Industrie arbeiten, wir halten diesen Schlüssel selbst in der Hand. Die besondere Kraft des Bildes, die Ausstrahlung dessen, was Imaging ausmacht, macht das Medi-

um Fotografie so interessant. All das macht unsere Branche so interessant.“

**Globales Wachstum**

Die aktuellen Daten vom internationalen Imaging-Markt geben den photokina-Organisatoren Rückenwind. Auf 138 Millionen Stück schätzte Rupsch die Zahl der weltweit im Jahr 2007 verkauften Kameras; davon waren 91 Prozent digitale Modelle. Europa habe dabei mit 45 Millionen verkauften Digitalkameras auch 2007 seinen Platz als größter Markt der Welt behauptet. Allein in Deutschland, fuhr Rupsch fort, dürften 2007 8,6 Millionen Digitalkameras – und damit knapp zehn Prozent mehr als 2006 – den Weg zu den Verbrauchern gefunden haben. Der Absatz von digitalen Spiegelreflexmodellen habe sich dabei um 36 Prozent auf über 680.000



Die Angebotsstruktur der photokina 2008 soll den gesamten Imaging-Workflow abbilden.



Helmut Rupsch (Fujifilm), Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes

Stück vergrößert. Das habe zu einem Wachstumsschub im Zubehör-Geschäft geführt und auch Auswirkungen auf die Nachfrage nach Papierbildern gehabt: „Auch 2007 wurden in Deutschland wieder mindestens fünf Milliarden Colorpapier-Bilder gefertigt. Mit annähernd 1,5 Millionen Stück konnte die Zahl der in Deutschland verkauften Fotobücher gegenüber 2006 sogar mehr als verdreifacht werden.“ All das führe allein in Deutschland zu einem Marktvolumen von rund neun Milliarden Euro, erklärte der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbandes.

### Der gesamte Imaging-Workflow

Auch im Jahr 2008 wird die Mehrzahl der großen Unternehmen die Hallen 2, 3, 4, 5 und 10 des Kölner Messegeländes belegen. „Das Konzept, den gesamten Imaging-Workflow auf die Hallenstruktur zu übertragen, werden wir in optimierter Form auch 2008 fortführen“, erklärte Oliver Kuhrt. „Das bedeutet, dass wir den Workflow auf der kommenden photokina nur noch in vier anstatt wie bisher in fünf Angebotsbereiche unterteilen. Dies sind die Bereiche Bildaufnahme, Bildbearbeitung, Bildspeicherung und Bildausgabe.“ Zubehör-Artikel, die 2006 noch ein eigenes Segment darstellten, sollen jetzt in die jeweiligen Angebotsbereiche integriert werden.

### Neue Trends

Neben den neuen Kameras, Objektiven, Speicherkarten, Druckern, Projektoren und vielen weiteren neuen Produkten erwartet Kuhrt von zwei Themen einen besonderen Einfluss auf die photokina 2008. Zum einen werde der Bereich Mobile Imaging mit Angeboten rund um das Fotohandy einen großen Raum einnehmen, zum anderen werden die verschiedenen Wege

zum Bild einen besonderen Schwerpunkt bilden. Dabei soll es nicht nur um gedruckte Bilder gehen, sondern auch um die neuen Möglichkeiten der digitalen Bildpräsentation: Die photokina wird darum die neuesten Technologien zum Ausbelichten und Ausdrucken von Bildern zu Hause, im Großlabor, beim Einzelhandel oder über das Internet ebenso zeigen wie innovative Technologien der Bildwiedergabe über digitale Bilderrahmen und AV-Projektion. Dem letztgenannten Thema ist auch der neue Sonderbereich „Impressions XXL – The Projection Arena“ gewidmet, auf dem die faszinierende Wirkung von Großbild-Präsentationen in höchster Auflösung demonstriert werden soll. Auf der integrierten Bühne werden dabei Vorträge über die technischen Zusammenhänge von Fotografie und Großbild informieren. In Workshops wird gezeigt, dass jeder imstande ist, seine Bilder auf diese Weise zu zeigen. Professionelle Anwender wie Berufsfotografen, Werbeagenturen, Reiseveranstalter, Museen, Architekten und Unternehmen erhalten darüber hinaus praktische Anleitungen für bedarfsgerecht zugeschnittene Lösungen. Dabei soll auch das Thema High Definition und die Möglichkeit der Projektion in

### Internationales Business Forum „Memories on demand“

Als Teil des offiziellen Rahmenprogramms der photokina unter dem Titel „Memories on demand“ wird ein internationales Business Forum während der Messe die Auswirkungen der digitalen Bild-Technologien auf den Lifestyle der Konsumenten thematisieren. Topmanager internationaler Industrie- und Handelsunternehmen werden ihre Visionen davon vorstellen, wie die Konsumenten der Zukunft ihre Erinnerungen aufnehmen, speichern, wiedergeben und mit anderen Menschen teilen können. Dabei soll es nicht nur um Technologien

gehen, sondern vor allem um Geschäftsmodelle, die der emotionalen Komponente von Erinnerungen gerecht werden. Denn die Verbindungen von Bildaufnahme und -wiedergabe mit mobilen Technologien, Unterhaltungselektronik, Telekommunikation und Online-Anwendungen definieren den Begriff „Erinnerungen“, der seit jeher fest mit der Fotografie verbunden ist, neu: Neben Fotos und bewegten Bildern gehören heute auch Musik, Tonaufnahmen und andere digitale Inhalte dazu, betont die Koelnmesse in einer Pressemitteilung.

Das internationale Business Forum „Memories on demand“ wird gemeinsam von der Koelnmesse, den globalen Publikationen Photo Imaging News und INTERNATIONAL CONTACT (der englischsprachigen globalen Schwesterzeitschrift von imaging+foto-contact) sowie dem Konferenz-Spezialisten IMI organisiert. Unterstützt wird die Veranstaltung, die am 24. und 25. September 2008 jeweils von 10.15 Uhr bis 12.30 Uhr stattfindet, vom Photoindustrie-Verband und dem Marktforschungsunternehmen GfK.

Full HD und darüber hinaus eine gewichtige Rolle spielen.

### Fachbesucher im Fokus

Die photokina 2008 soll nicht nur Angebote für Endverbraucher zeigen, sondern in ganz besonderem Maße den Ansprüchen der professionellen Anwender und des Fachhandels gerecht werden. Mit speziellen weltweiten VIP-Einladungsprogrammen, einer internationalen Buyers-Lounge, attraktiven Reiseangeboten, hochkarätigen Vortragsprogrammen und einer verstärkten Zusammenarbeit mit Einkaufskooperationen und Verbänden wollen die Organisatoren der photokina 2008 diese Zielgruppen besonders wirksam unterstützen.



Mobile Imaging soll auf der photokina 2008 eine besonders große Rolle spielen.

### Wissenschaft und Kultur

Die im Jahr 2006 erfolgreich gestartete Aktion „Academy meets photokina“ soll in diesem Jahr stärker europäisch ausgerichtet werden: Internationale Hochschulen aus ganz Europa sind aufgefordert, sich um eine Teilnahme zu bewerben. Über die endgültige Besetzung wird eine Jury mit Fachleuten aus Publizistik, Hochschulen und Verbänden entscheiden – in enger Zusammenarbeit mit der Deutschen



Auf einer Asien-Reise führte die Koelnmesse Geschäftsführung gemeinsam mit dem Oberbürgermeister der Stadt Köln und Vertretern des Photoindustrie-Verbandes intensive Gespräche mit Top-Managern großer Imaging-Unternehmen. Bei Nikon zeichnete der Kölner Oberbürgermeister Fritz Schramma (rechts) den Vorstandsvorsitzenden des Unternehmens, Michio Kariya, mit der Goldenen photokina Nadel aus.

Gesellschaft für Photographie (DGPh). Darüber hinaus wollen Koelnmesse und Photoindustrie-Verband ihr Engagement bei der Nachwuchsförderung gemeinsam mit der DGPh weiter verstärken und auf der photokina 2008 erstmalig an drei der ausstellenden Hochschulen Preise für besondere Leistungen vergeben. Sie waren zum Zeitpunkt der Pressekonferenz mit insgesamt 6.000 Euro dotiert – plus einem individuellen Förderpreis in Höhe von 3.000 Euro für die beste Arbeit eines Studierenden. Aufgrund des spontanen Engagements der deutschen Fachhandelskooperation Ringfoto und der GfK, die während der Pressekonferenz weitere Mittel zusagten, dürfte dieser Betrag bis zur photokina noch wesentlich aufge-

stockt werden, zumal auch andere Marktteilnehmer zusätzliche Unterstützung signalisiert haben. Als kulturelles Zentrum der photokina soll auch im Jahr 2008 die Visual Gallery Spitzenwerke international bekannter Fotografen und die Arbeiten preisgekrönter Nachwuchskünstler präsentieren. Sie ist Teil des kreativen Treffpunktes von Profis für Profis in der Halle 1, wo auch die Bereiche „Meet the Professionals“ und „Academy meets photokina“ angesiedelt sein werden. „Die photokina steht nicht still, sie entwickelt sich mit und für die Branche, treibt Themen voran, gibt Impulse und sorgt für Umsatz“, resümierte Oliver Kuhrt. „Und bei alledem verliert sie eines nie aus dem Auge: den Spaß am Bild.“



Erläuterten das photokina Konzept auf der internationalen Pressekonferenz anlässlich des GfK Imaging Summits in Nürnberg: v. l. Rainer Schmidt, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes, Helmut Rupsch (Fujifilm), Vorsitzender, Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer Koelnmesse, und Markus Oster, Leiter des Geschäftsbereichs Kommunikation und Medien.

# 663 Fotos vom Handy

## Nokia N95 liefert die Bilder für ein Fotobuch

Dass Mobiltelefone mit integrierter Digitalkamera inzwischen nicht nur recht passable Ergebnisse liefern, sondern sogar professionellen Ansprüchen genügen, hat jetzt der Schweizer Profifotograf Stephan Schacher bewiesen: In seinem 366 Seiten starken Fotobuch „Europa Road“ präsentiert er 663 Fotos, die ausschließlich mit einem Multimediacomputer Nokia N95 geschossen wurden.

Das Buch ist das Ergebnis einer Reise, die den passionierten Harley Davidson Fahrer Mitte 2007 gemeinsam mit seinem Begleiter Christof Schweizer 66 Tage lang über 23.547 Kilometer entlang der europäischen Küste von Istanbul bis zum nördlichsten Punkt Europas, dem Nordkap, führte. Die Erlebnisse dieser langen Reise dokumentierte Schacher per Foto und Video mit der eingebauten Fünf-Megapixel-Kamera des Nokia N95. Insgesamt entstanden während der Reise über 9.000 Aufnahmen, von denen sich nur ein Bruchteil in dem neuen Buch wiederfindet.

### Blogfunktion genutzt

Die Bilder und Filme wurden aber nicht erst nach der Rückkehr für das Buch genutzt, sondern bereits während der Fahrt: Auf ihrem Blog [www.true-spirit.vox.com](http://www.true-spirit.vox.com) veröffentlichten Stephan und Chris regelmäßig ihre Erlebnisse und schrieben dort



*Stephan Schacher und Christof Schweizer reisten 66 Tage lang auf ihren Motorrädern an der europäischen Küste entlang und hielten die Eindrücke mit einem Nokia N95 fest.*

ihre ganz persönlichen Texte direkt über die Blogfunktion des Nokia N95 nieder. Der Multimedia-Computer diente so unterwegs auch als Kommunikationsmittel zu Familienangehörigen und Freunden zu Hause. Ebenso wurde das Gerät als GPS-Navigationsgerät genutzt, um den Fotos die exakten Standortdaten zuordnen zu können, und die mobilen Entertainmentfunktionen für Musik, Videos und Games sorgten immer wieder für Ablenkung und Entspannung.

### Persönliches Tagebuch

„Europa Road ist kein klassisches Fotobuch zu einer klassischen Motorradtour, sondern stellt vielmehr mein ganz persönliches Reisetagebuch dar“, stellte Schacher im Rahmen der Buchpräsentation in Zürich fest. „Ein Tagebuch, das mich immer an eine

nicht ganz unproblematische Reise erinnern wird.“ So regnete es beispielsweise trotz des bewusst in den Sommer gelegten Termins während der neunwöchigen Tour „gefühlte sechs Wochen lang“, meinte Schacher. Auch das zu Beginn sehr freundschaftliche Verhältnis zu seinem Mitfahrer wurde laut Schacher einige Male auf die Probe gestellt. „Man kann sich vorstellen, wie oft man ungeplant anhalten muss, um 9.000 Fotos aufzunehmen“, so Schacher. „Und man kann sich vorstellen, dass das dem Begleiter, der in dieser Zeit auf die Motorräder aufpassen muss, schon recht schnell auf die Nerven geht.“ Doch trotz der Wetterunbilden und der anfänglichen zwischenmenschlichen Spannungen verlief die Reise letztlich reibungslos, „und ab Italien stellte sich sogar eine gewisse Lockerheit ein“.



Zwei Beispielfotos mit den im Nokia N95 gespeicherten Metadaten. Bild links wurde im Landschaftsmodus mit Blende 1:2,8, 1/110 Sekunde Belichtungszeit, automatischem Weißabgleich bei ISO 100 aufgenommen. Bild rechts im Sportmodus mit Blende 1:2,8, 1/21.474 Sekunde, automatischem Weißabgleich und ISO 100.

### Hohe Bildqualität

Stephan Schacher ist einer der etabliertesten Fotografen der Schweiz und hat weltweit für Magazine wie Vanity Fair, GQ oder Esquire gearbeitet und zahlreiche Prominente fotografiert. Gewohnt, mit einer großen Fotoausrüstung seiner Arbeit nachzugehen, zeigte sich Schacher von den fotografischen Qualitäten des Nokia N95 begeistert.

„Anfangs dachte ich, worauf habe ich mich nur eingelassen, es handelt sich doch nur um ein Handy, aber mit der Zeit bin ich zu der Erkenntnis gelangt, dass man damit richtig gute Bilder machen kann, insbesondere wenn es

um Reportagefotografie geht“, meinte Schacher im Gespräch mit imaging+foto-contact. Die wichtigsten Regeln bei der Benutzung des Nokia N95 seien, das Gerät beim Fotografieren mit beiden Händen festzuhalten und sich vor der Aufnahme, sofern das möglich ist, den idealen Standort auszusuchen. „Dann“, so Schacher, „ist die integrierte Kamera auch extremen Anforderungen wie schnellen Bewegungen gewachsen.“

Zur deutlichen Steigerung der Bildqualität trugen nach Schachers Ausführungen auch die verschiedenen Motivprogramme des Nokia N95 bei. „Natürlich lassen sich auch in der Automatik-Einstellung akzeptable Bil-

der machen, aber richtig gut hinsichtlich Schärfe, Farbsättigung oder Kontrast werden die Aufnahmen erst durch die Wahl des richtigen Programms. Zusätzlich kann man die Fotos durch die manuelle Wahl des Weißabgleichs und durch die manuelle Blendenkorrektur optimieren. Ich war positiv überrascht, wie einfach Bildverbesserungen möglich waren.“

### Das Buch

Europa Road ist beim Schweizer Verlag C. F. Portmann, Seestraße 17, CH-8703 Erlenbach, info@cfportmann.ch, erschienen. Es kostet 48 Schweizer Franken (28,90 Euro) zuzüglich Porto und Versandkosten.



Zwei weitere Beispielfotos: Bild links wurde im Makromodus mit Blende 1:2,8, 1/25 Sekunde Belichtungszeit und automatischem Weißabgleich bei ISO 100 aufgenommen. Bild rechts entstand im Nachtaufnahmemodus mit Blende 1:2,8, 1/15 Sekunde und automatischem Weißabgleich bei ISO 100.

# „Für Fachhändler ist Qualität wieder wichtig“

## Interview mit Reinhard Krause, Geschäftsführer Vertrieb, und Dieter Koßmeier, Geschäftsbereichsleiter Indirekter Vertrieb, bei The Phone House

Seit Herbst 2007 kooperiert der Telekommunikationsanbieter The Phone House intensiv mit Ringfoto, der größten Foto-Händlerkooperation in Europa. Im Interview mit *imaging+foto-contact* erläutern Reinhard Krause, Geschäftsführer Vertrieb bei The Phone House, und Dieter Koßmeier, Geschäftsbereichsleiter Indirekter Vertrieb, welche Möglichkeiten sich für den Fachhandel aus der Zusammenarbeit ergeben und mit welchen Neuerungen in diesem Jahr zu rechnen ist.

**imaging+foto-contact:** Herr Krause, seit einigen Monaten können Ringfoto-Händler auf Festnetz- und Mobilfunkprodukte von The Phone House zurückgreifen. Wie wurde das Angebot bislang angenommen?

**Reinhard Krause:** Wir sind mit der Kooperation bislang sehr zufrieden. Mittlerweile haben wir über 20 Ringfoto-Händler für den Vertrieb unserer Produkte gewonnen. Wir rechnen mit einer Vielzahl weiterer Partnerschaften im laufenden Jahr, da eine Reihe von Händlern zunächst noch das Auslaufen bestehender Verträge abwarten musste.

**imaging+foto-contact:** Worin lagen die Gründe für die Kooperation?

**Reinhard Krause:** The Phone House ist ein wachstumsorientiertes Unternehmen. Wir waren auf der

Suche nach einem Kooperationspartner, der unsere Vertriebsaktivitäten unterstützt und es gewohnt ist, erklärungsbedürftige Produkte zu vermarkten. The Phone House und Ringfoto passen sehr gut zusammen, da Kameras und Telekommunikationsprodukte ähnlich komplex sind und sich aufgrund des technologischen Fortschritts zahlreiche Überschneidungen zwischen den Branchen ergeben.

**imaging+foto-contact:** Inwieweit profitiert Ringfoto aus Ihrer Sicht von der Kooperation?

**Reinhard Krause:** Ein bedeutender Vorteil liegt darin, dass Ringfoto mit The Phone House einen starken Partner gewonnen hat. Unsere Muttergesellschaft Carphone Warehouse ist ein international agierender Konzern und der weltweit größte unabhängige Mobilfunk-Reseller.



Reinhard Krause

Dementsprechend verfügt die Carphone Warehouse-Gruppe über eine enorme Einkaufsmacht. Das jährliche Einkaufsvolumen liegt bei zirka 18 Millionen Mobilfunkgeräten. Durch diese hohe Abnahmemenge kann Carphone Warehouse die besten Preise mit den Endgeräteherstellern verhandeln, von denen natürlich auch unsere Ringfoto-Partner profitieren.

**imaging+foto-contact:** Herr Koßmeier, als Geschäftsbereichsleiter Indirekter Vertrieb kennen Sie das operative Geschäft sehr gut. Welche Vorteile haben Ringfoto-Händler noch von der Kooperation?

**Dieter Koßmeier:** Ringfoto-Händler wissen das umfangreiche Produktportfolio von The Phone House zu schätzen. Als unabhängiger Komplettanbieter für Telekommunikation und Entertainment haben wir alle

großen Marken im Programm – egal, ob es sich um Festnetz/DSL-, Mobilfunk oder Multimediaprodukte handelt. Bei uns findet der Kunde die Produkte, die er abends in der TV-Werbung gesehen hat. Als Kooperationspartner hat Ringfoto Zugriff auf das gesamte Portfolio von The Phone House. Mit der Erweiterung um Festnetz- und Mobilfunkprodukte kann der Händler neue Kundengruppen gewinnen und auf diesem Wege zusätzliches Umsatzpotential erschließen.

### **imaging+foto-contact:**

*Heißt das, dass Kunden sowohl in Geschäften von The Phone House als auch bei Ringfoto-Händlern ein identisches Produktportfolio finden?*

**Dieter Koßmeier:** Wir stellen Ringfoto zwar unser gesamtes Portfolio zur Verfügung, aber letztendlich können die Ringfoto-Zentrale bzw. der einzelne Ringfoto-Händler frei entscheiden, welche Produkte aus dem The Phone House-Sortiment sie übernehmen. Uns war wichtig, dass beide Kooperationspartner ihre unternehmerischen Freiheiten behalten. Unabhängig davon gibt es aber gemeinsame Angebotsschwerpunkte. Auf diese Weise profitieren Ringfoto-Händler auch von den Vermarktungsaktivitäten von The Phone House.

**imaging+foto-contact:** *Wo liegen die Angebotsschwerpunkte in diesem Jahr?*

**Reinhard Krause:** Ein Schwerpunkt wird in diesem Jahr die Vermarktung von DSL- und Festnetzprodukten sein. The Phone House hat mit T-Home, Arcor, Versatel, 1&1 und O<sub>2</sub> die wichtigsten Anbieter im Portfolio. In der Summe decken diese den deutschen Markt nahezu vollständig

ab. Damit sind wir in der Lage – DSL-Verfügbarkeit vorausgesetzt – bei nahezu jedem interessierten Kunden ein für ihn optimales Angebot zu unterbreiten. Hinzu kommt, dass die Vermarktung dieser Produkte im deutschen Fotohandel bis heute nicht in nennenswertem Umfang stattgefunden hat. Der DSL-Markt zählt nach



Dieter Koßmeier

wie vor zu den wachstumsstärksten Märkten, so dass insbesondere hier das Argument des zusätzlichen Umsatzpotentials greift.

**imaging+foto-contact:** *Vor kurzem hat The Phone House den Einstieg ins Stromgeschäft bekanntgegeben. Wird dieser Aspekt auch ein Angebotsschwerpunkt sein?*

**Reinhard Krause:** Wir sehen im Stromgeschäft sehr gute Entwicklungschancen, von denen auch unsere Kooperationspartner profitieren können. Sowohl The Phone House als auch Ringfoto stehen für Beratungs-

kompetenz – und das seit vielen Jahren. Dementsprechend hoch ist das Vertrauen von Kunden in die Beratungsqualität beider Unternehmen. Diesen Vertrauensvorschuss können und wollen wir nutzen, um auch in anderen Bereichen für unsere Kunden als kompetenter Ansprechpartner zu gelten. Das ist zum Beispiel bei der Vermarktung von Stromtarifen der Fall. Seit Ende des vergangenen Jahres bieten wir Strom der RWE-Tochter eprimo an.

Wir beobachten den Strommarkt sehr intensiv und werden schon bald mit weiteren Anbietern in die Vermarktung einsteigen. Wir legen auch in diesem Segment viel Wert darauf, Komplettanbieter zu sein. Ich stelle mir vor, dass demnächst auch Ringfoto-Händler, die in dem ertragstarken Stromgeschäft eine sinnvolle Erweiterung ihres Portfolios sehen, von diesem Angebot profitieren können.

### **imaging+foto-contact:**

*The Phone House hat 2007 einen Geschäftsmodellwechsel eingeläutet. Das Unternehmen will künftig schwer-*

*punktmäßig keine eigenen Tarife und Produkte mehr entwickeln, sondern sich auf die Vermarktung der Originalprodukte und -tarife der Netzbetreiber konzentrieren. Was bedeutet das konkret für die Kooperation mit Ringfoto?*

**Reinhard Krause:** Wir haben im vergangenen Jahr unsere Zusammenarbeit mit T-Mobile grundlegend neu geregelt. Kern der Vereinbarung ist, dass wir im Netz von T-Mobile nur noch Originaltarife und -optionen anbieten, de facto also als Reseller agieren. Das bedeutet für den Händler, dass er auf die millionenschweren Marketingkampagnen des Bonner



## Interview

Netzbetreibers aufsetzen kann. Ähnliche Geschäftsmodelle wollen wir auch mit anderen Mobilfunk-Netzbetreibern etablieren. Im Festnetz- und DSL-Bereich sind wir von Anfang an als reiner Reseller aufgetreten – mit beachtlichem Erfolg.



Auf der Ringfoto-Herbstmesse in Erlangen zeigte The Phone House starke Präsenz.

**imaging+foto-contact:** Herr Koßmeier, gibt es darüber hinaus weitere Trends, die für den Fachhändler in Zukunft eine Rolle spielen werden?

**Dieter Koßmeier:** Wir erleben auf unterschiedlichsten Gebieten ein Zusammenwachsen von Branchen. Als Beispiel seien hier Mobilfunk und Musik oder auch Mobilfunk und Gaming genannt. Auch in der Festnetzwelt sind wir schon lange der Einzelvermarktung entwachsen und bieten hier erfolgreich Triple-Produkte an, sprich Produkte aus Telefonie, Internet und Internet-Fernsehen. Bei denen spielt auch der Unterhaltungsfaktor eine große Rolle. Selbstverständlich werden wir auch weiterhin Trends beobachten und – eine Marktreife vorausgesetzt – mit starken Marken in die Vermarktung einsteigen.

**imaging+foto-contact:** Welche Unterstützung bekommt der Fachhändler bei der Ausstattung seiner Filiale?

**Dieter Koßmeier:** Wir haben festgestellt, dass Fachhändler wieder Wert auf Qualität legen. Das gilt vor allem mit Blick auf die Art der Warenpräsentation. Wir bieten deshalb sehr hochwertige Einrichtungssysteme an, respektive Shop-in-Shop-Konzepte, und bekommen dafür von Händlern und Kunden regelmäßig positives Feedback. Mittlerweile gibt es innerhalb der Ringfoto-Gruppe eine beachtliche Zahl an Fachhändlern, die wesentlich auf Telekommunikationsprodukte setzen. Diese unterstützen wir mit dem vollständigen Mobiliar, das wir auch unseren eigenen Handelspartnern zur Verfügung stellen. Ringfoto-Händler, die Telekommunikations- und Foto-Produkte in ihrem Sortiment haben, profitieren von unseren individuellen Themenwelten. Sie können zwischen aufwendig gestalteten Präsentations-Themenwänden wie „Festnetz“ oder „Zubehör“ auswählen. Auf das Interieur des Point of Sale legen wir größten Wert. Deshalb arbeiten wir ständig an der Verfeinerung unserer Shopkonzepte. Ende 2007 wurden wir dafür auf der weltweit führenden Immobilienmesse Mopic in Cannes mit dem Mopic Award ausgezeichnet.

Für diesen Preis nominiert werden Unternehmen, die durch besondere Konzepte und Strategien im Bereich „Handel/Retail“ von sich reden machen. Kriterien für die Entscheidung der Jury sind unter anderem die Dynamik der Expansion, die Einzigartigkeit der Storekonzepte und die Produkt- und Servicequalität, die die Unternehmen ihren Kunden bieten.

**imaging+foto-contact:** Zur Zeit werden ausschließlich The Phone House-Produkte bei Ringfoto angeboten. Wird es in Zukunft auch andersherum Ringfoto-Produkte bei The Phone House geben?

**Reinhard Krause:** Die Kooperation mit Ringfoto ist so angelegt, dass wir nicht nur unsere Vertriebsaktivitäten ausweiten, sondern auch unsere eigene Produktpalette stetig ausbauen wollen. Daher werden wir in naher Zukunft auch Unterhaltungselektronik wie zum Beispiel Spielekonsolen bei Ringfoto einkaufen und über das Shop-Netz von The Phone House vertreiben können.

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

### Porsche Design-Handy exklusiv bei The Phone House

The Phone House hat seine Produktpalette an exklusiven Mobiltelefonen um das Porsche Design-Handy P'9521 erweitert. Das neue Mobiltelefon vereint puristisches Design mit qualitativ hochwertigen Materialien wie Aluminium und Mineralglas. Das Gehäuse wird aus einem massiven Aluminiumblock gefräst – eine einzigartige Produktionsmethode für Mobiltelefone. Zusätzlich zur Multimedia-Ausstattung wie einer 3,2-Megapixel-Kamera und einem MP3-Player bietet das P'9521 einen biometrischen Fingerabdruck-Scanner, der die sonst übliche PIN-Eingabe ersetzt. Das silber-schwarze Luxus-Handy ist mit Vertrag bei The Phone House ab 998 Euro erhältlich. Ohne Vertrag kostet es 1.198 Euro.



# Für Windows-Nutzer

## Foto Quelle Fotobuch fördert die Kreativität

Foto Quelle hat auf seiner Homepage eine neue Software zur Gestaltung von Fotobüchern zum kostenlosen Download bereitgestellt. Mit dem neuen Programm, das in enger Zusammenarbeit mit Microsoft entwickelt wurde, können die Benutzer eines Windows-Rechners mit dem Betriebssystem XP oder Vista jetzt noch kreativer und einfacher ihr persönliches Buch zusammenstellen als bisher.

„Wir freuen uns, mit einem renommierten Unternehmen wie Microsoft zusammenzuarbeiten. Bei der Entwicklung der neuen Fotobuch-Software haben wir sehr auf intuitive Benutzerfreundlichkeit und realitätsnahe Eindrücke bei der Gestaltung und Erstellung von Fotobüchern geachtet“, meinte Stefan Hagemann, Geschäftsführer von Foto Quelle. „Wir sind überzeugt, dass wir so einen ‚Wow-Effekt‘ beim Nutzer erzeugen werden.“

Die Handhabung der Software ist auch für ungeübte Anwender leicht zu erlernen. Vielfältige Gestaltungsvarianten unterstützen kreative Ideen. So können die Bilder beispielsweise verkleinert, beschriftet oder nach Belieben

### Leinwandbilder bis 120 x 120 cm

Foto Quelle hat seine Palette um die Möglichkeit erweitert, Fotos auf Leinwand zu drucken. Dazu müssen das gewünschte Motiv auf die Seite [www.fotoquelle.de](http://www.fotoquelle.de) hochgeladen und das gewünschte Format ausgesucht werden. Als Hilfestellung werden alle Größen angezeigt, die dem Seitenverhältnis des hochgeladenen Bildes entsprechen. Die Leinwand, die aus einem Polyester-Baumwollgemisch besteht, wird nach dem Printen auf einen Rahmen aus stabilem Holz gespannt. Das fertige Bild erhalten Kunden entweder in einer Sicherheitsfolie eingeschweißt in einem stabilen Karton verpackt per Post oder im nächstliegenden Foto Quelle Shop. Die Bilder sind in verschiedenen Formaten und zu unterschiedlichen Preisen erhältlich. So kostet die Leinwand in der Größe 30 x 40 cm beispielsweise 39,95 Euro, während der Kunde für das quadratische Format 40 x 40 cm 49,95 Euro zahlen muss. Leinwandbilder können bis zu einer Größe von 120 x 120 cm bestellt werden.



Die Fotobuch-Software steht auf der Foto Quelle Homepage für die Benutzer eines Windows-Betriebssystems XP oder Vista bereit.

auf den Seiten angeordnet werden. Darüber hinaus stehen verschiedene Layouts, unterschiedliche Hintergründe und neue Effekte wie Schattierungen und Spiegelungen bereit. Wer weitere Motive benötigt, kann durch die Einbindung von Windows Live Search online nach gewünschten Bildern suchen und diese ins Fotobuch importieren.

Mit der Assistentenfunktion können Kunden die automatische Erstellung des Fotobuchs nutzen und erhalten eine Übersicht über die Anzahl der belegten Seiten. Die Windows-Fotogalerie hilft dabei, Fotos zu bearbeiten und zu verwalten. Ebenso ist die plastische Darstellung durch die 3D-Animation von Vorteil: So können Nutzer ihr Buch von der Produktauswahl bis zur Liefervorschau am Bildschirm detailgetreu betrachten.

Das fertige Fotobuch mit festem Einband oder Spiralbindung kann online oder mit einer CD-ROM per Post bestellt werden. Je nach Format und Umfang kostet das Produkt ab 6,95 Euro. Etwa sieben Werktage nach Auftragseingang erhalten die Kunden ihr Exemplar per Post, oder sie können es in einem FotoQuelle-Shop, einem Quelle Technik-Center oder in einem Karstadt-Warenhaus abholen.

# 25 Jahre Canon Partner

## Reparatur-Service Geissler wächst stetig

Viele Hersteller hat der Reparatur-Service Geissler im Laufe seiner 35jährigen Geschichte betreut – etliche davon sind inzwischen vom Markt verschwunden. Andere gehören seit vielen Jahren zu den Partnern des Reutlinger Familienunternehmens. Einer davon ist Canon: Im November 2007 sind genau 25 Jahre vergangen, seit der Vertrag mit dem japanischen Konzern unterzeichnet wurde.

Seitdem ist Firmenchef Herbert Geissler mit seinem Team einer der wenigen Experten in Deutschland, dem Canon sämtliche Foto- und Video-produkte zur Reparatur anvertraut. „Begonnen hat unsere Zusammenarbeit mit den Canon Klassikern A1 und AE1 und einigen Sucherkameras“, erinnert sich Geissler. „Doch im Laufe der 25 Jahre ist das Sortiment, das wir in Reutlingen oder unserem zweiten Betrieb in Nürnberg-Feucht reparieren, auf viele Dutzend verschiedene Gerätetypen angewachsen.“

Ständige Schulungen durch die Industriepartner, permanente Investitionen in die notwendige Technik und die Einstellung hochqualifizierter Mitarbeiter stellen dabei sicher, dass sämtliche Reparaturaufträge schnell und zuverlässig abgewickelt werden. Durchschnittlich vergehen ein bis zwei Wochen, bis der Endkunde sein defektes Gerät wieder in Händen halten kann.

Seinen Betrieb aufgenommen hat das Unternehmen 1973. Seinerzeit standen vor allem Kameras von deutschen Traditionsherstellern wie Agfa und Dacora im Mittelpunkt, die heute nur noch Erinnerung sind. Schnell erkannten aber auch andere Produzenten,



Der Reparatur Service Geissler blickt in diesem Jahr auf sein 35jähriges Bestehen zurück. Mehrere Dutzend Techniker, unter ihnen Peter Tress (Bild links) sorgen dort für kompetente und schnelle Abwicklung der Reparaturaufträge. Für die 25jährige Partnerschaft mit Canon wurde Firmenchef Herbert Geissler mit einer Urkunde ausgezeichnet (Bild unten).

zum Beispiel Kodak, und die Hersteller von Super 8- und später Videokameras, hier ist etwa Bosch Bauer zu nennen, die Qualitäten des Reparaturunternehmens. Auch Fotokonzerne aus Fernost suchten die Partnerschaft mit dem Reparatur-Service Geissler, ebenso wie Handelshäuser oder Fotohandels-Kooperationen.

Mit dem wachsenden Zuspruch durch die Industrie war der stetige Ausbau des Unternehmens verbunden. Aus den anfänglich vier Mitarbeitern ist heute ein Team (inklusive der Aushilfskräfte) von zirka 100 Angestellten geworden.

2008 steht dem Unternehmen eine wichtige Veränderung ins Haus: Geissler will die Verantwortung an seine Enkelin übergeben. Die heute



29jährige hat einen Meisterbrief im Fach Informationstechniker und ist außerdem Betriebswirtin. „Damit sind die Bedingungen ideal“, meint Geissler. „Und ich kann mich nun mit 70 Jahren beruhigt darauf konzentrieren, mein Wissen und meine Erfahrung beratend zur Verfügung zu stellen.“

# Traumhafte Margen

## Olympia liefert klassisches Foto-Zubehör

Zubehör erlebt derzeit im Fotohandel einen Boom. Aber nicht in allen Bereichen, denn während vor allem Aufnahmezubehör sowie digitale Bildbearbeitung und -präsentation im Fokus stehen, wird das Segment der analogen Bildbearbeitung kaum mehr gepflegt. Dabei bietet dieser Produktbereich Margen mindestens in zweistelliger, oftmals sogar dreistelliger Größenordnung. Jedenfalls dann, wenn der Hersteller Olympia heißt.

Wenn hier von analoger Bildbearbeitung die Rede ist, dann ist damit nicht das gute alte Fotolabor mit Vergrößerer, Chemikalien und Trockenpresse gemeint, sondern nützliche Accessoires wie Schneidemaschinen und Laminiergeräte. „Dass mit diesen Produkten mehr Geld zu verdienen ist als mit so manchem High-Tech-Gerät, haben Branchen wie der Bürofachhandel längst erkannt. Um einen Fotohändler zu finden, der über ein entsprechendes Angebot verfügt, muss man aber lange suchen“, meint Karl Heinz Gaugel, Vertriebsleiter bei der Olympia Business Systems Vertriebs GmbH (OBS), die in Deutschland für den Vertrieb

der Olympia Geräte verantwortlich ist. Dabei spräche einiges dafür, Trimmer, Guillotinen und Laminiergeräte ins Portfolio aufzunehmen. „Abgesehen davon, dass laminierte Fotos wesentlich länger ihre

*Auch im Digitalzeitalter haben Schneidegeräte ihre Existenzberechtigung nicht verloren.*



mechanische Beschädigungen, Schmutz und Fingerabdrücke“, so Gaugel. So lassen sich vor allem Bilder schützen, die viel herumgereicht werden. Und darüber zu philosophieren, dass Schneidegeräte auch im Digitalzeitalter ihre Existenz-

Farben behalten, schützt eine Folie gegen mechanische Beschädigungen, Schmutz und Fingerabdrücke“, so Gaugel. So lassen sich vor allem Bilder schützen, die viel herumgereicht werden. Und darüber zu philosophieren, dass Schneidegeräte auch im Digitalzeitalter ihre Existenz-



*Schneide- und Laminiergeräte von Olympia versprechen hohe Margen.*

berechtigung haben, hieße Eulen nach Athen tragen.

„OBS ist ein kunden- und fachhandelsfreundliches Unternehmen“, betont Gaugel. „Was sich nicht nur in überdurchschnittlichen Margen bei vielen Produkten zeigt, sondern auch darin, dass wir dem Fachhandel eine Mindestmarge von 20 Prozent garantieren – auch bei Produkten, die in anderen Vertriebskanälen als Aktionsware verkauft werden.“ Die Fachhandelsorientierung zeigt sich aber auch in der hohen Produktqualität.

Dafür sorgt OBS-Inhaber Heinz Prygoda, der seit 1977 als Vertriebspartner von Olympia agiert und seinen Erfolg unter anderem der Tatsache verdankt, dass er nur Produkte in sein Sortiment aufnimmt, von denen er selbst überzeugt ist.

Das sind nicht nur die bereits genannten Schneidemaschinen und Laminiergeräte, sondern auch Aktenvernichter, Kopiergeräte, Internetradios und IT-Produkte, Schreibmaschinen, Kassen, Waagen sowie Produkte für die Telekommunikation, Haus und Heim. Dass vieles aus diesem Sortiment auch für den Fotohandel interessant ist, hat beispielsweise Ringfoto bereits erkannt und OBS in die Liste der Lieferanten aufgenommen.

Infos zu Produkten und Möglichkeiten der Zusammenarbeit erhalten Fotohändler von Carmen Bösebeck und Björn Slotta (Telefon 02324/6801-35 bzw. -37, E-Mail [cboesebeck@olympia-vertrieb.de](mailto:cboesebeck@olympia-vertrieb.de) bzw. [slotta@olympia-vertrieb.de](mailto:slotta@olympia-vertrieb.de)).

# „cool kids“ on Tour

## Konzept für Kindergarten-, Schul- und Sportfotografie

allcop lädt alle an Kindergarten-, Schul- und Sportfotografie interessierten Profifotografen zum Besuch seiner Roadshow ein. An drei Terminen im Februar stellt das Laborunternehmen dort seine bewährte Produktlinie „cool kids“ und deren Weiterentwicklungen vor.

„Wir kommen zu Ihnen“ lautet die Devise von allcop. Deshalb finden außer einem Termin am 10. Februar in Lindenberg zwei weitere in Darmstadt (17. Februar) und Köln (24. Februar) statt. Die Roadshow soll darüber hinaus auch dem Austausch unter Kollegen dienen. Gelegenheit hierzu bietet sich gleich zu Beginn der Veranstaltungen bei einem ausgiebigen Brunch in lockerer Atmosphäre.

Anschließend geht es dann beispielsweise um das Thema „Höhere Umsätze dank cleverer Produkte“. allcop zeigt Wege und Möglichkeiten zur Umsatzsteigerung auf und verrät, wie Fotografen mit einfachen „Tricks“ und kleinen „Kniffen“ bei Schulen, Kindergärten, Sporteinrichtungen Eltern und den Kindern in Erinnerung bleiben. Ergänzend zum etablierten Produktsortiment hat allcop einen umfangreichen Nachbestellshop platziert, der auf die kundeneigene Homepage übernommen werden kann. Mit einem vielfältigen Produkt-

spektrum, hoher Qualität und kürzesten Lieferzeiten bietet allcop die beste Grundlage für eine gute, erfolgreiche Partnerschaft.

### Arbeiterleichterung

Für den Fotografen bedeutet die „cool kids“-Bilderlinie große Arbeiterleichterung und Zeitersparnis. Kein stundenlanges, zeitraubendes

*Zahlreiche Tools erleichtern den Kindergarten-, Schul- und Sportfotografen die Arbeit mit den und die Vermarktung der Aufnahmen.*

Zusortieren der Bilder mehr: allcop übernimmt diese Arbeit und sortiert die Fotos gruppenspezifisch vor. Für alle, die sich auf das Wesentliche konzentrieren möchten, bietet allcop die kostenlose Software „cool kids picture pro“ mit „Rundum-Sorglos-Paket“. Ob Retusche-, Bildkorrektur-Service oder viele weitere Vorteile – mit „cool kids picture pro“ geht es laut allcop leichter. Die umfangreichen

Bearbeitungsmöglichkeiten werden auf der Roadshow anschaulich präsentiert und erläutert.

Kunden, die mit „cool kids picture pro“ arbeiten, erhalten attraktive Konditionen. „Ich habe noch nie so effizient Kindergärten bearbeitet“ oder „durch allcop habe ich wieder mehr Zeit für Akquise und kann mich voll auf das Wesentliche vor Ort konzentrieren“, sind nur einige Stimmen zufriedener allcop Kunden.

### Aus der Praxis – für die Praxis

Mit dieser Zielsetzung aus der Praxis für die Praxis will allcop zum Erfolg der Profi-Fotografen beitragen. Um sich vom Wettbewerb abzuheben, sind Individualität und Kreativität eines jeden Fotografen gefragt. Tips und Tricks hierfür zeigt Eric Berger, Adobe Photoshop Trainer aus Österreich.



Schattenbilder, Stapelverarbeitung, Gruppenbilder kreativ gestalten und weitere Highlights rund um eine effiziente Bildbearbeitung speziell für Schul- und Kindergartenfotografen stehen auf der Agenda.

Anmeldungen für die Roadshow: 086381/82267 bzw. per Mail an [info@coolkids.de](mailto:info@coolkids.de).

# Sihl Inkjet Foto-Buch

## Selbst gestaltet und selbst gedruckt

Unter der Bezeichnung „X-Inkjet“ stellt der Dürener Inkjet-Spezialist Sihl eine neue Consumer-Marke vor, die die kreativen Möglichkeiten des Homeprintings in den Fokus des Verbrauchers rücken soll. Im Mittelpunkt der neuen Marke steht das „X-Inkjet Photo Book“, mit dem sich einfach und effektiv Fotobücher in eigener Regie anfertigen lassen – ohne Uploads umfangreicher Bilddateien, lange Lieferzeiten oder zusätzliche Transportkosten.



Geschäftsführer Heiner Kayser (links) und Verkaufsleiter Dieter Meyer präsentierten im Werk Düren das neue Inkjet Foto-Buch.

Das Fotobuch-Set besteht aus einem edlen, professionell wirkenden Hardcover im Format DIN-A4 quer, zwei durchsichtigen Deckblättern sowie zehn Blatt doppelseitig bedruckbarem Premium Fotopapier 325 g/qm mit seidenglänzenden Oberflächen. Das Fotobuch ist ab sofort mit weißem oder schwarzem Hardcover erhältlich und kostet 17,85 Euro (UVP). Die Anfertigung des Fotobuchs ist einfach und in wenigen Schritten zu realisieren: die Seiten mit den Bildern gestal-

ten und auf dem Fotopapier ausdrucken, die gedruckten Seiten zwischen die durchsichtigen Deckblätter legen, zusammenheften und anschließend in den Buchrücken legen. Mit Hilfe der Klebestreifen erfolgt blitzschnell die exakte und langlebige Bindung des Fotobuchs. Bei der Gestaltung der einzelnen Seiten sind der Kreativität des Anwenders keine Grenzen gesetzt. Ob Urlaub, Hochzeit, Geburtstag oder andere Ereignisse, das Fotobuch hält

Erinnerungen lebendig und eignet sich ideal als Geschenk für vielerlei Gelegenheiten. Aber auch im gewerblichen Bereich leistet das Fotobuch unschätzbare Dienste. So können zum Beispiel Fotografen, Maler, Designer, Architekten etc. das Buch zur Präsentation ihrer Arbeiten einsetzen.

Das verwendete Premium Fotopapier garantiert optimale Bildergebnisse. Es überzeugt durch einen hohen Weißgrad, tiefe Schwärzen, großen

Kontrastumfang, exakte Graubalance, natürliche Hauttonwiedergabe sowie eine gute Detailzeichnung in den Lichtern und Schatten.

Des Weiteren sorgt die Super-Dry-Beschichtung für eine schnelle Trocknung der Tinte. Selbst bei hohen Tintenmengen bleibt das Premium Papier stabil und aufgrund der Papierbasis absolut wellenfrei. *ig*



Auffällige Photo Book Verpackungen (oben) und ansprechende Theken-Displays (rechts) unterstützen den Verkauf der Foto-Bücher und Inkjet-Materialien.



## Leserbriefe

Zum Editorial „Muss der UE-Fachhandel das Kamera-Geschäft retten? Spiegelreflex ohne Fotohandel?“ von Thomas Blömer in Ausgabe 12/2007 haben uns diese beiden Leserbriefe erreicht:

### **Fotohandel/UE-Handel?? Fachhandel!!!**

Meine Herren Journalisten, mäßigt Euch, legt die Waffen nieder und beendet diese Auseinandersetzung. Sie nützt nicht, sie schadet!

Ob nun der UE-Handel mehr Kameras verkaufen will oder aber der Fotohandel, interessiert doch gar nicht, solange wir ZUSAMMEN mehr bewegen als unsere natürlichen Feinde: MSH und Internetpreisverreiber gilt es auszustechen, zu übertrumpfen; der Fachhandel muss die Schlacht dominieren und gewinnen. WIR müssen in der Fläche stark vertreten sein. Wo ein Fotohändler aus Altersgründen sein Geschäft aufgibt,

muss ein UE-Kollege das Medium Fotografie übernehmen (wenn er sich denn die Fachkompetenz erarbeitet hat), bevor die Umsätze an die Media Krake fallen. Und umgekehrt.....

Also: Lasst uns gemeinsam beweisen, dass WIR die echten Könner und Kenner sind. Basta!

**Martin Achatzi, 57334 Bad Laasphe**

### **Lebenszeichen aus Augsburg**

Sehr geehrte Damen und Herren, zunächst glaubten wir, dass es nicht so schlimm ist, von der Presse übersehen worden zu sein. Hauptsache, unsere Kunden wissen, wer und wo wir sind. Nach den zahlreichen Berichten in der Fachpresse über den „fotofachhandelsleeren Großraum Augsburg“ möchten wir uns doch zu Wort melden. Wir leben noch:

Foto Behrbohm GmbH

Wir sind im Augsburger Stadtteil Lechhausen, Neuburger Str. 4-6, direkt an der Lechbrücke zu finden.

Es gibt das Geschäft schon ab 1900 (1901). Im Behrbohmschen Familienbesitz ist es seit 1905. Wir sind ein reiner Familienbetrieb. Vater, Sohn und Tochter sind Kieler Hauptschüler und Fotografenmeister, und die Seele des Betriebs, Mutter Aloisia, ebenfalls ausgebildete Fotografin.

Mit sieben Mitarbeitern betreiben wir einen klassischen Fotohandel, ein Labor und ein Fotostudio. Als aktives Mitglied von europa-foto sind wir innerhalb der Branche bekannt. Unsere Kunden schätzen unsere Leistung.

Deshalb hoffen wir, als Augsburgs ältestes Fotofachgeschäft im Großraum Augsburg weiterhin mitmischen zu können. Gerne sind wir zu einer weiteren Berichterstattung bereit. Es freut uns, wenn Sie diese Zeilen in Ihrer Fachpresse veröffentlichen, damit wenigstens unsere Freunde und Kollegen sehen: Die Behrbohms sind noch da.

**Rudolf Behrbohm, 86165 Augsburg**

## **Wichtiges aus worldofphoto.de**

### **Peter Dalitz hat sich in den Ruhestand verabschiedet**

Nach mehr als 40jähriger Berufstätigkeit in der Fotobranche ist Peter Dalitz, zuletzt Vertriebsleiter Deutschland von Bogen Imaging, zum 31. Dezember in den Ruhestand getreten.

Als „Urgestein“ der Fotobranche ist er bei zahlreichen Fachhändlern, Profis und Kollegen als sachkundiger und fairer Partner bekannt. Nach seiner langjährigen Tätigkeit bei Multiblitz war Peter Dalitz maßgeblich am Aufbau von Bogen Imaging beteiligt. Zudem engagierte er sich in der beruflichen Weiterbildung für

professionelle Fotografen und übte Lehrtätigkeiten für die Fotowerkstatt Belz aus. „Der Name Peter Dalitz wird immer mit dem Aufbau der Marken Multiblitz und Manfrotto in Deutschland verbunden sein“, kommentierte Marcus Kunkel, Geschäftsführer von Bogen Imaging. „Dafür danken wir ihm sehr und wünschen ihm für seinen neuen Lebensweg alles Gute.“

Die Mitarbeiter des C.A.T.-Verlages schließen sich diesen guten Wünschen von Herzen an. Wir haben immer gerne mit Peter Dalitz zusammengearbeitet. Auch im Ruhestand wird Dalitz Bogen Imaging bei Messen und anderen Veranstaltungen unterstützen.

**Täglich neue Branchen-Nachrichten: [www.worldofphoto.de](http://www.worldofphoto.de)**

### **Anfechtungsklagen gegen Übernahme der Leica Aktien**

Leica hat Anfang Januar bekanntgegeben, dass 15 Aktionäre beim Landgericht Frankfurt am Main Anfechtungsklage gegen den Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung über die Übertragung der Aktien der Minderheitsaktionäre auf die ACM Projektentwicklung GmbH gegen eine Barabfindung erhoben haben. Leica hält sämtliche Klagen für offensichtlich unbegründet und wird unverzüglich einen Antrag auf Erlass eines Freigabebeschlusses vorbereiten, demzufolge die Erhebung der Anfechtungsklagen der Eintragung des Beschlusses in das Handelsregister der Gesellschaft nicht entgegensteht.

# Feinstaub im Gehirn?

## Karneval 2008: Flächendeckender Mindestlohn und Höchststunden für Minijobs – wie jeck ist Kurt Beck?

Bei diesem Wirtschaftspolitischen Kommentar möchte ich mir die Sache recht einfach machen. Ich zitiere möglichst viele Finanz- und Wirtschafts-Experten, die sich zum flächendeckenden Mindestlohn geäußert haben. Erfahrene Fachleute also, die ihren Beruf bzw. ihr Geschäft verstehen und die es nicht nötig haben, attraktive Scheinziele zu propagieren, um möglichst viele Stimmen bei den nächsten Landtagswahlen zu bekommen.

Ich glaube, dass die große Mehrheit der Arbeitnehmer nicht so dumm ist, wenn es um ihr Geld bzw. um ihre berufliche Stellung geht, um einfach das zu glauben, was der SPD-Vorsitzende Kurt Beck oder auch sein Finanzminister Peer Steinbrück zu den schmackhaften Zielen ihrer Partei von sich geben. Dazu gehört zum Beispiel die Frage, ob jeder Vollzeitjob in unserem Lande auch so bezahlt werden muss, dass man eine Familie davon ernähren kann, oder dass wir nicht hinnehmen wollen, dass Arbeitnehmer mit Hungerlöhnen ausgebeutet werden (wer will das überhaupt?). Berühmte Philosophen haben uns gelehrt, dass jede Philosophie ein Körnchen Wahrheit hat. Solche Körnchen dienen vielen Politikern dazu, unbefangene, gutmütige Bürger über schwierige wirtschaftliche oder ökologische Themen zu befragen, in der Hoffnung, dass es durch die „aus dem Bauch heraus gesagten Ergebnisse“ zu vielen Wählerstimmen für ihre Partei kommt.

Bekannte Wirtschaftsexperten stellen heute sofort die Frage: „Wieso muss

jeder Vollzeitjob ausreichen, um eine ganze Familie zu ernähren?“, was einfach allgemein unterstellt wird.

Hier möchte ich eine eigene Begehenheit einschalten: Kurz vor Weihnachten treffe ich vor meiner Haustüre einen Verteiler von Werbezeitschriften und sage zu ihm: „Na, Sie werden sich jetzt freuen, wenn es in Zukunft einen relativ hohen Mindestlohn gibt.“ Seine Antwort war: „Ich freue mich darüber gar nicht, ich bin 67 Jahre und Rentner, und ich freue mich, dass ich diese Zeitschriften verteilen kann. Dadurch habe ich jeden Monat einen schönen Betrag, den ich für zusätzlichen Konsum ausgeben kann. Ich bin sicher, dass ich meinen Posten verlieren werden, wenn es zu einem relativ hohen flächendeckenden Mindestlohn kommt.“

H. J. Blömer

### Aktuelle Zitate aus der Wirtschaftspresse

**FAZ, ank. Frankfurt, 5.1.2008** – Graf Lambsdorff: „Schafft den Sachverständigenrat ab – Die Haltung zum Mindestlohn beschädigt die Glaubwürdigkeit.“

**Rheinische Post, (loz) Düsseldorf, 5.1.2008** – Schwarzarbeit nimmt wieder zu. „Da das Thema Mindestlohn auf Wunsch des Finanzministeriums Priorität habe, müsste die Bekämpfung der illegalen Beschäftigung zurückstehen, warnt Klaus Leprich.“

**Welt am Sonntag, 6.1.2008** – „Der Mindestlohn ist eine bewusste Volksverdummung. Margaret Heckel zeigt, dass die von SPD und DGB geforderte Untergrenze das wahre Problem nicht lösen kann (7,50 Euro Mindestlohn je Stunde fordern SPD und DGB).

... Wer den Mindestlohn als Lösung anbietet, macht gerade jenen Menschen etwas vor, denen zu helfen er vorgibt.“

**FAZ, 2.1.2008** – Horst Siebert: „Der Mindestlohn kostet viele Arbeitsplätze. Der Mindestlohn wird in der aktuellen deutschen Debatte damit begründet, dass jeder aus dem Lohn seiner Arbeit auch seine Existenz sichern können muss. ...Es wird darauf verwiesen, dass andere Länder Mindestlöhne haben. Das ist zwar richtig, aber man sollte genauer hinschauen. So bezieht sich der Mindestlohn in Großbritannien nach Angaben von Eurostat lediglich auf 1,4 Prozent der Vollzeitbeschäftigten, in den häufiger bemühten Vereinigten Staaten sind es sogar nur 1,3 Prozent ....“

**FAZ, 7.1.2008, ppl. Frankfurt** – Friedrich Schneider: „Mindestlohn lässt die Schwarzarbeit steigen – Schattenwirtschaftsexperte rechnet mit einem Anstieg bis zu 15 Milliarden Euro.“

**FAZ, 2.1.2008 Hannover** – Hubertus Schmoldt: „Wer einen einheitlichen Mindestlohn fordert, beschädigt die Tarifautonomie.“

**Welt am Sonntag, 6.1.2008, von Martin Dowideit in New York** – „Die Gewerkschaften kämpfen mit irreführendem Roosevelt-Zitat für den Mindestlohn. Arbeitnehmerlobby datiert Ausspruch falsch – und verschweigt, dass der US-Präsident eine Lohnuntergrenze von umgerechnet nur 2,40 Euro durchsetzte.“

**FAZ, 8.1.08, ami./km./mas./mmue. Berlin** – „Schwarz-rote Staatsgläubigkeit“: „Der von SPD, Linken und Grünen verlangte allgemeine gesetzliche Mindestlohn ist dann der nächste, weitergehende staatliche Eingriff zur Begrenzung der Tariffreiheit.“



# Trend bei Speichersystemen (3)



Ulrich Vielmuth

Wenn man nun die Leistungsfähigkeit der vier verschiedenen Speichersysteme – Band, Scheibe, Karte, Festplatte – miteinander vergleicht, darf auch die Frage nach der Archivierung im Systemvergleich nicht unbeantwortet bleiben. Bei der Magnetbandaufzeichnung ist das bekanntlich kein wirkliches Problem, weil die Kamerakassette, also die Originalbandaufzeichnung, einfach im Schrank aufbe-

wahrt werden kann, ebenso die Masterkassette des fertigen Films. Über die Haltbarkeit von Magnetbandaufzeichnungen ist schon viel geschrieben worden.

Auch wenn Fachleute schon davon gesprochen haben, dass in ferner Zukunft unsere Videoaufnahmen auf Band nicht mehr abspielbar sein werden, kann sich das nur auf die Abspielgeräte beziehen – und nicht unbedingt auf den Zustand der Videoaufnahmen.

Ich habe in meinem Filmarchiv alles auf VHS gespeichert, seit 1983. Und diese Bänder sind noch ohne Effekte zu betrachten. Hingegen hat man inzwischen feststellen müssen, dass auch die DVD als Datenträger nicht unbedingt die perfekte Lösung des Langzeitarchivierungsproblems ist. Denn selbstgebrannte DVDs haben vereinzelt Verlusteffekte bei den Daten gezeigt. Das Kardinalproblem in Zukunft wird jedoch sein, dass keine VHS-Recorder mehr vorhanden sind, auf denen die Videokassetten abgespielt bzw. auf ein aktuelles Format überspielt werden können.

## Archivierung

Wenn heute von sagenhaften Speicherkapazitäten der Festplattencamcorder gesprochen wird, die bis zu 100 Gigabyte(!) speichern können, muss man gleichwohl auch die Archivierung im Auge behalten. Denn irgendwann ist auch die Festplatte voll, und es ergibt sich zwangsläufig die Frage, auf welches Medium die Daten überspielt werden sollen. Sicherlich kann zunächst einmal das eine oder andere gelöscht werden, um so die Spreu vom Weizen zu trennen.

Einige Wege bieten sich zur Archivierung an: über den PC, die entsprechende Software liegt den Festplatten-Camcordern in der Regel schon bei, oder über den analogen Ausgang (S-Video-Ausgang) hin zum DVD-Recorder. Wenn Festplatten-Camcorder mit der MPEG-2-Kompression arbeiten, kann verlustfrei und ohne Neukompression auf DVD-Scheibe gebrannt werden. Die arbeitet ja auch mit MPEG-2-Datenkompression.

Sony bietet mit dem VRD-MC5 ein Gerät an, mit dem über die USB-Schnittstelle direkt vom Festplatten-Camcorder auf Scheibe digital und ohne Wandlung gebrannt werden kann.

Der bekannte Fachautor Wilfried Strauß in der BDFA-Zeitschrift

„film & video“ 4/07: „HDV bietet zur Zeit die einfachste und beste Lösung auch hinsichtlich der Archivierung. Das System ist gut verbreitet, und die Videos lassen sich problemlos editieren. Die fertigen Filme, egal ob Sie in HDV oder vorübergehend mit MiniDV in Standard-Qualität gefilmt haben, können zusätzlich auf ein Band gespielt werden und stehen damit als Sicherung auch für spätere Kopiervorgänge zur Verfügung. Mit der SDHC-Karte (Secure Digital High Capacity) und wahrscheinlich auch mit den anderen Festspeichern kann ebenso verfahren werden, denn die fertigen Filme sind Dateien, die kopiert werden können.

Allerdings sind die Speichermedien im Preis noch nicht vergleichbar mit den HDV-Bändern. Festplattenaufnahmen sollten weder im Camcorder noch im PC auf Dauer verbleiben. Auch hier müssen Sie sich ein Sicherungsmedium suchen. Externe Festplatten bieten sich zum Beispiel für die Sicherung an.

Dass die HD-Ausgabe im Moment noch beim HDV-Band am besten gelöst ist, wird wohl nur vorübergehend sein. Denn auch bei AVCHD mit seinen Medien Festspeicher und DVD sowie bei der HD-Festplatte werden die Softwareanbieter bald schon verbesserte Speichermöglichkeiten für Blu-ray und HD-DVD-Scheiben bieten.“

## Fazit

Der Trend bei den Speichersystemen der Zukunft geht eindeutig zu bandlosen Medien. Da ist die Speicherkarte mein Favorit. Denn in dieser Datenspeichertechnologie steckt ein enormes Entwicklungspotential. Gute Erfahrungen bei verschiedenen Fernsehanstalten haben gezeigt, dass die Karte im rauen Drehalltag zuverlässig zu gebrauchen ist. Das anfängliche Problem der begrenzten Kapazität hat sich inzwischen erledigt. 16 Gigabyte oder gar 32 GB Speicherkapazität auf SDHC-Karte sind da wirklich ein Wort. Jedoch der Preis muss noch freundlicher werden!

Darüber hinaus kann man davon ausgehen, dass die zukünftigen Aufnahmesysteme in sehr kurzer Zeit ohne größeren Aufwand (um)kopiert werden können.

Bei aller Euphorie über die sagenhaften Speichermöglichkeiten auf einer Festplatte im Camcorder darf aber nicht unberücksichtigt bleiben, dass hier im Gegensatz zu einem Camcorder mit Speicherkarte ein erschütterungsempfindliches, mechanisches Laufwerk existiert. Das bedeutet in der Praxis: Bei defekter Platte liegt der Camcorder brach, ist also nicht zu gebrauchen.

Auf der anderen Seite kann man von immer wieder neuartigen Innovationen der marktbeherrschenden Camcorderproduzenten Sony, Panasonic, Canon und JVC ausgehen. Aber egal wie zukünftige, neue Aufnahmesysteme konfiguriert sein werden: Letztendlich werden die Videodaten in der Regel zur Nachbearbeitung in den PC, Casablanca oder Mac überspielt. Da spielt es prinzipiell eine untergeordnete Rolle, mit welchem Aufnahmesystem gedreht worden ist.

## Neue Dörr Ladegeräte für NiMH- und Lithium-Akkus

Dörr hat neue Ladegeräte für Nickelmetallhydrid- und Lithium-Ionen-Akkus ins Programm genommen. Bei dem Dörr C-421 handelt es sich um ein Schnellladegerät für NiMH-Zellen, das inklusive zwei aufgeladenen Akkus geliefert wird. Das Gerät kann weltweit eingesetzt werden. Es hält für den Ladevorgang zwei einzelne Ladekanäle bereit und kann einen Akku einzeln oder zwei Akkus der Typen Mignon und Micro (AA und AAA) gleichzeitig laden. Schutz vor Falschpolung ist ebenso gewährleistet wie die automatische Abschaltung nach beendetem Ladevorgang zur Verhinderung von Überladung. Pulsladung verhindert den „Memory-Effekt“ und senkt die Akkutemperatur während des Ladevorgangs. Die Akkus können mit dem Gerät bis zu 1.000mal aufgeladen werden.

Das neue doppelseitige Dörr Ladegerät für Lithium-Akkus von Digitalkameras und digitalen Camcordern eignet sich gleichermaßen für Li-Ionen und Li-Polymer-Zellen. Das mikroprozessorgesteuerte Gerät schaltet ebenfalls

automatisch auf Erhaltungsladung um, um die Akkus zu schonen. Der Überhitzungsschutz und der Schutz vor Falschpolung sorgen für hohe Sicherheit bei der Anwendung. Für die Akkus der gängigsten Kamera-/Camcorderhersteller gibt es jeweils eine eigene Gerätevariante.

## Olympus SP-560 UZ jetzt mit kabelloser Blitzsteuerung

Olympus hält für die leistungsfähige 18fach-Ultrazoom-Kamera Olympus SP-560 UZ das Firmware Update 3.1 bereit. Dieses erlaubt der SP-560 UZ den Einsatz der neuen kabellosen Blitzgeräte FL-50R und FL-36R, die mit der professionellen D-SLR Olympus E-3 eingeführt wurden. Vier Kanäle stehen für die Steuerung der externen Blitzgeräte zur Verfügung und sorgen so für zahlreiche Ausleuchtungsoptionen in allen Situationen. Der integrierte Blitz der SP-560 UZ fungiert einzig als Kontrolleinheit und hat keinen Einfluss auf die Belichtung. Das Firmware Update wird über die im Lieferumfang enthaltene Olympus Master Software installiert. Dafür genügen der Anschluss der Kamera an den Computer via USB-

Kabel und eine Internetverbindung. Wird danach die Update Kamera-Funktion im Online-Service-Menü der Olympus Master Software ausgewählt, startet das Update direkt.

## Kodak verbessert seine Professional Portra Filme

Kodak hat eine verbesserte Version seiner Kodak Professional Portra 400 NC und 400 VC Filme auf den Markt gebracht. Die neueste Weiterentwicklung des preisgekrönten Kodak Professional Portra Films baut auf der erfolgreichen Einführung der verbesserten Portra Filme 2006 auf. Die neuen Materialien zeichnen sich nach Angaben des Unternehmens aus durch:

- noch feineres Korn durch die erweiterte Verwendung der „Antenna Dye-Technology“
- hervorragende Scan-Eigenschaften dank des feineren Korns und einer Oberflächenbeschichtung, die speziell für Scanner entwickelt wurde
- ihre weiterhin weiche und natürliche Hauttonwiedergabe. Die neueste Generation der Kodak Professional Portra 400 NC und 400 VC Filme ist ab sofort lieferbar.

## Jobo AG nimmt digitalen Bilderrahmen mit 38,1 cm (15“) Diagonale ins Programm

Nach der Produkteinführung zweier Modelle mit 7 Zoll und zweier digitaler Bilderrahmen mit 10,4 Zoll hat die Jobo AG ihr Produktsortiment an digitalen Bilderrahmen jetzt mit einem Photo Display in der Größe von 15 Zoll erweitert. Das Gerät bietet den Angaben zufolge hochqualitative und kontrastreiche Bilddarstellung auf einer 38,1 cm großen Bildschirm-diagonale sowie zahlreiche benutzerfreundliche Betrachtungsfunktionen. Um die Bilder zu betrachten, muss lediglich eine Speicherkarte in den entsprechenden Kartenslot des Photo Displays gesteckt werden. Das Gerät ist mit CF, SD, MMC, MS, MS Pro sowie xD kompatibel und bietet darüber hinaus eine USB-2.0-Verbindung. Für scharfe und kontrastreiche Darstellung sorgen die Auflösung von 1.024 x 768 Pixeln sowie ein Kontrastverhältnis von 400:1. Der interne Speicher hat eine Kapazität von

1 GB und bietet damit Platz für bis zu 4.000 Bilder in optimaler Bildschirmauflösung. Bilder lassen sich wahlweise als Vollbild, als Miniatur oder aber in einer Diashow mit verschiedenen Übergangseffekten darstellen. Darüber hinaus bietet das Photo Display eine Kopier-, Lösch- und Drehfunktion sowie eine Vierfach-Zoomfunktion für die Darstellung besonderer Bilddetails. Außerdem lassen sich Kalender und Uhrzeit auf dem Display anzeigen. Die Funktionen können auch ferngesteuert werden. Dank eines abnehmbaren Acrylfußes in Klarglas-Optik und einer Wandhalterung für Hoch- wie auch Querformat lässt sich der Bilderrahmen auf Wunsch auch an der Wand platzieren.



Das Jobo Photo Display PDJ151 ist ab sofort lieferbar. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 359 Euro.

### Abfindungen

...sind für Arbeitgeber ein rotes Tuch. Sie können sich damit allerdings über § 1a KSchG von einem Kündigungsrechtsstreit freikaufen. Die gesetzliche Abfindungshöhe beträgt nach § 1a Abs. 2 KSchG „0,5 Monatsverdienste für jedes Jahr des Bestehens des Arbeitsverhältnisses“. Fällt die vom Arbeitgeber angebotene Abfindung niedriger aus, kann der Mitarbeiter trotzdem auf eine Kündigungsschutzklage verzichten – und den Rest nachfordern (BAG – Urteil vom 13.12.2007 – 2 AZR 807/06).

### Klageverzicht

...ist nach § 1a KSchG die unerlässliche Voraussetzung für die vom Arbeitgeber versprochene Abfindung. Nun wollen viele Arbeitnehmer nach ihrer Kündigung zunächst auf Nummer sicher gehen und klagen – trotz Abfindungsangebot. Nachdem sie sich die Sache dann gründlich überlegt haben, nehmen sie die Klage wieder zurück. Und verlieren damit ihren Anspruch auf die Abfindung nach § 1a KSchG: Klageverzicht heißt eben Klageverzicht (BAG – Urteil vom 13.12.2007 – 2 AZR 971/06).

### Krankheitszeiten

...von Mitarbeitern sind bisweilen eine hohe Belastung. An eine personenbedingte Kündigung trauen sich viele Arbeitgeber oft nicht heran. Sie suchen einen anderen Weg – und wollen die Krankheitszeiten anlässlich einer betriebsbedingten Kündigung bei der Sozialauswahl berücksichtigt wissen. Das geht nicht, sagt das BAG. Sie rechtfertigen es nicht, einen nicht so häufig kranken, aber sozial weniger schutzwürdigen Arbeitnehmer zu bevorzugen (BAG – Urteil vom 31.5.2007 – 2 AZR 306/06).

### PC-Drucker

...helfen kräftig dabei mit, fremdes geistiges Eigentum zu verbreiten. Das rückt sie in die Nähe von Kopierern, für die eine Abgabe an die VG Wort zu zahlen ist. Bei Scannern mag das noch in Ordnung sein, aber bei Druckern? Entwarnung: PC, Scanner und Drucker sind eine Gerätekombination, für die – nach heutiger Rechtslage – nur einmal eine Vergütungs-

## Im Fokus: Wenn's mal wieder nicht okay geht...

Der **Gesetzgeber** gibt Kindern und Jugendlichen auch zivilrechtlich Schutz. Die §§ 104 ff. BGB sehen für ihre Geschäftsfähigkeit besondere Regeln vor. Das dämpft bisweilen die Umsatzerwartung, ist aber geltendes Recht.

Die **BGB-Vorschriften** unterscheiden zwischen Geschäftsunfähigkeit, beschränkter und voller Geschäftsfähigkeit. Das hat Bedeutung für die rechtliche Wirksamkeit von Willenserklärungen Kinder und Jugendlicher. Der Gesetzgeber geht nämlich davon aus, dass sie noch nicht wissen, was sie tun.

Das **Abgrenzungsmerkmal** ist das Alter. Der Minderjährige, der das siebte Lebensjahr noch nicht vollendet hat, ist geschäftsunfähig. Die Gruppe der 7- bis 17jährigen ist beschränkt geschäftsfähig. Kinder und Jugendliche dieser Altersstufe dürfen zwar schon einiges selbst regeln. Bei den wichtigen Geschäften des Lebens brauchen sie jedoch die Einwilligung ihres gesetzlichen Vertreters.

Der „Taschengeldparagraf“ – § 110 BGB – gibt 7- bis 17jährigen ein wenig Handlungsfreiheit. Die ohne Zustimmung des gesetzlichen Vertreters geschlossenen Verträge gelten danach als „von Anfang an wirksam, wenn der Minderjährige die vertragsmäßige Leistung mit Mitteln bewirkt, die ihm zu diesem Zweck oder zur freien Verfügung von dem Vertreter oder mit dessen Zustimmung von einem Dritten überlassen worden sind.“ Das ist meistens das Taschengeld.

Die **Einwilligung** des gesetzlichen Vertreters ist nach § 107 BGB Voraussetzung für eine wirksame Willenserklärung beschränkter geschäftsfähiger Minderjähriger. Das Okay des Erziehungsberechtigten muss vor Abgabe der Willenserklärung erteilt sein. Der Erziehungsberechtigte kann einen ohne seine Einwilligung geschlossenen Vertrag allerdings im nachhinein genehmigen. Ein einseitiges Rechtsgeschäft, das der Minderjährige ohne die erforderliche Einwilligung vornimmt, ist unwirksam. Hier ist keine rückwirkende Genehmigung möglich.

Das **Recht** der beschränkten Geschäftsfähigkeit Minderjähriger hat seinen Schwerpunkt bei Verträgen. Der Vertragspartner von Kindern und Jugendlichen muss sich darauf einstellen. Die typischen Fälle sind Dienstleistungs-, Kauf- und Werkverträge. Interessant ist aber auch Folgendes: Wer das Foto eines anderen veröffentlichen will, braucht dazu nach § 22 Satz 1 KunstUrhG dessen Einwilligung. Da ein beschränkt geschäftsfähiger Minderjähriger diese Einwilligung selbst nicht rechtswirksam geben kann, muss sie von seinem Erziehungsberechtigten kommen. Wer Ärger vermeiden will, lässt sie sich in jedem Fall schriftlich geben.

pfligt entsteht. Zudem kann mit einem Drucker allein ohnehin nichts vervielfältigt werden (BGH – Urteil vom 6.12.2007 – I ZR 94/05).

### Umsatzsteuer

...ist ein Konsumkiller, sagen viele. Und die 3 Prozent, die ab dem 01.01.2007 auf die bis dahin geltenden 16 hinzugekommen sind, sorgten in etlichen Bereichen für kräftige Kaufzurückhaltung. Die Teuerung betrifft besonders sozial Schwache und Familien mit vielen Kindern. Ein Elternpaar stritt sich deswegen bis vors Bundesverfassungsgericht hoch – und scheiterte. Ihre Beschwerde wurde nicht mal zur Entscheidung angenommen (Beschluss vom 6.12.2007 – 1 BvR 2129/07).

### Zukunft

...zu gestalten, ist okay. Juristisch gibt es dabei jedoch oft kleine Dämpfer. Verlangt ein „Promi“ von einer Zeitschrift, es zukünftig zu unterlassen, von ihm Bildnisse zu verbreiten, die ihn in seinem privaten Alltag zeigen, geht so eine Forderung zu weit. Bei der Veröffentlichung von „Promi“-Bildern ist in jedem Einzelfall eine Abwägung zwischen dem Informationsinteresse der Öffentlichkeit und dem Schutz der Privatsphäre des Abgebildeten erforderlich (BGH – Urteil vom 13.11.2007 – VI 265/06).

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

## Rollei stellt zum Jahresbeginn zwei Digitalkameras vor

Rollei hat sein Digitalkamerasortiment zum Jahresbeginn um zwei neue Kompaktkameras erweitert: die RCP-7325XS und die RCP-8325X. Die 7325XS ist mit einem 19 mm tiefen matt-schwarzen Slim-Aluminiumgehäuse ausgestattet. Die Bildqualität wird durch einen 1/2,5"-CCD-Aufnahmesensor mit sieben Megapixeln gewährleistet. Videos können in VGA-Auflösung mit 640 x 480 Bildpunkten aufgezeichnet werden. Die Aufnahmen können auf einem 2,5" großen Farb-LC-Display mit 230.000 Pixeln kontrolliert werden. Detailgenaue Bildausschnitte liefert zudem das Dreifach-Zoomobjektiv Rollei Apogon 2,8–4,8/34–102 mm. Für kreative Fotos stehen 19 Motiv-Programme inklusive Night-Shot-Mode und Sport bereit. Durch die Serienbild-Funktion mit drei Bildern pro Sekunde lassen sich zudem komplette Bewegungsabläufe festhalten. Die Energie wird durch einen effizienten Lithium-Ionen-Akku (650 mAh) bereitgestellt. Die Kamera ist in der

## Alu-Rahmen von NielsenBainbridge in fünf neuen Farben

Dank seines modernen Designs hat sich der Aluminium-Wechselrahmen C2 zur festen Größe im Sortiment von NielsenBainbridge entwickelt. Jetzt wurde die Serie durch Rahmen in fünf neuen aktuellen Farben erweitert: Cyber-Grün, Flash-Orange, Reflex-Silber, Galactic-Blau und Tornado-Rot. Der Hersteller folgt mit dieser Programmerweiterung dem Trend zu kräftigen Farben, der immer häufiger in modernen Büro- und Wohnbereichen anzutreffen ist. Das minimalistische, zeitlose Design harmonisiert mit den unterschiedlichsten Einrichtungstrends. Auch die neuen schillernden Farben fangen spontan die Blicke des Betrachters ein, ohne jedoch zu dominieren oder vom Wesentlichen abzulenken. Die zehn Millimeter breite, hochwertig verarbeitete Aluminiumleiste passt ausgezeichnet zu Fotografien, Radierungen, Drucken, Zeichnungen und anderen modernen Kunstwerken. Die fünf neuen Farben sind in den Formaten 21 x 29,7 cm, 24 x 30 cm, 30 x 40 cm, 40 x 50 cm, 50 x 60 cm, 50 x 70 cm und 60 x 80 cm lieferbar. Der C2 ist damit ab sofort in insgesamt zwölf Farbvarianten erhältlich.



### Rollei RCP-7325XS

#### Pluspunkte

Sehr flaches Aluminiumgehäuse (19 mm), Videos in VGA-Auflösung, 19 Motiv-Programme

#### Ausstattung

- Auflösung: 7,0 Megapixel
- Rollei Apogon Zoomobjektiv 2,8–4,8/34–102 mm
- Serienbilder
- 2,5"-LCD-Farbmonitor
- Lithium-Ionen-Akku



UVP: 99,95 Euro  
Lieferbar ab sofort

### Rollei RCP-8325X

#### Pluspunkte

Einsteigerkamera mit Gesichtserkennung und Verwacklungsschutz, Gehäuse in zwei Farben

#### Ausstattung

- Auflösung: 7 Megapixel
- Rollei Apogon Zoomobjektiv 2,8–5,1/35–105 mm
- Rollei Anti Shake Function
- VGA-Videoaufnahme
- 2,5-Zoll-TFT-Monitor



UVP: 119,95 Euro  
Lieferbar ab sofort

Farbe Schwarz erhältlich. Unverbindliche Verkaufspreisempfehlung: 99,95 Euro.

Im kompakten Aluminium-Gehäuse der Rollei RCP-8325X befindet sich ein 1/2,5"-CCD-Sensor, der Fotos mit acht Megapixeln aufnimmt. Nahezu verwacklungsfreie Aufnahmen ermöglicht die „Rollei Anti Shake Function“. Darüber hinaus bieten fünf Motiv-Programme umfangreiche Einstellungsmöglichkeiten. Die Serienbild-Funktion mit drei Bildern pro Sekunde hält Bewegungsabläufe fest. Die „Rollei Face Detection“ erkennt Gesichter, stellt diese scharf und sorgt für deren optimale Belichtung. Wie beim Schwestermodell können auch mit dieser Kamera Videoclips in VGA-Qualität aufgenommen werden, und auch die Rollei RCP-8325X ist mit einem 2,5"-Farb-LC-Display sowie einem Dreifach-Zoomobjektiv Rollei Apogon 2,8–5,1/35–105 mm ausgestattet. Dank einer gummierten, ergonomischen Wölbung liegt die Kamera sicher in der Hand. Die Kamera ist in Schwarz und Silber zu haben. Der UVP beträgt 119,95 Euro.

## Literatur

### Mario Porten (Hrsg.): Was Führungskräfte und Mitarbeiter vom Spitzen- sport lernen können

Die Parallelen zwischen Spitzensport und Unternehmen sind offenkundig: In beiden „Disziplinen“ geht es ums Gewinnen, besser zu sein als der Gegner oder Mitbewerber und die Fangemeinde beziehungsweise Kunden immer wieder neu zu begeistern. Voraussetzung für diesen Erfolg sind fitte und hochmotivierte Sportler/Mitarbeiter.

Durch diesen Vergleich zwischen Sport und beruflichem Alltag ergeben sich ganz neue und spannende Impulse und zahlreiche Denkanstöße auf die Frage, was Führungskräfte und Mitarbeiter vom Spitzensport lernen können.



Ausgewählte Autoren haben diese außergewöhnliche Perspektive gewählt, um neue Herangehensweisen im unternehmerischen Alltag vorzustellen.

Aus dem Inhalt: 1. Unternehmenstelemetrie, Alfred J. Kremer; 2. Geld alleine schießt keine Tore – Oder: Was und wer wirklich motiviert, Roland Patzke; 3. Erfolgs- und Leistungsziele als Schlüsselaufgabe wirksamer Führung, Markus Weise; 4. Lust durch Leitung – Leistung durch Lust. Was Spitzenteams nach vorne bringt, Bernd Nolte; 5. Teamwork – Regeln aus dem Spitzensport für erfolgreiche Führungs-

arbeit, Hansi Müller; 6. Erfolg durch Coaching – Anforderungen und Erfolgskriterien für das ergebnisorientierte Coaching, Jürgen Schrade; 7. Erfolg beginnt im Kopf, Thomas Baschab; 8. Erfolge werden mit der richtigen Einstellung errungen – auch im Sport – und in Zukunft noch mehr als jetzt, Eberhard Gienger; 9. Fitness als wesentliche Basis für erfolgreiche Führungsarbeit oder „Was können Führungskräfte mit Fitnesssport erreichen“, Carsten Kupferberg.

Mario Porten (Hrsg.): Was Führungskräfte und Mitarbeiter vom Spitzensport lernen können. Impulse für persönliche und unternehmerische Bestleistungen. 192 Seiten, Deutscher Sparkassen Verlag GmbH, Stuttgart, Lizenzausgabe für den Gabal Verlag GmbH, Offenbach 2007, ISBN 3-89749-653-4, 32,90 Euro.

### Neue Fachwörterbücher Kompakt Technik für Französisch und Spanisch von Langenscheidt

In zweiter, bearbeiteter und erweiterter Auflage sind Langenscheidts Fachwörterbücher Kompakt Technik Französisch und Spanisch Ende letzten Jahres erschienen. Sie umfassen Tausende neuer Fachbegriffe, sowohl aus den traditionellen Gebieten als auch aus innovativen Bereichen.

Gleichzeitig wurden überalterte Begriffe gestrichen, Definitionen und Begleitinformationen aktualisiert sowie neue Hinweise und Ergänzungen eingearbeitet. Das Ergebnis sind zwei hochaktuelle Begleiter durch den fremdsprachlichen Technik-Alltag und eine fundierte und kompakte Unterstützung für Theorie und Praxis.

Das Fachwörterbuch Spanisch verfügt über rund 58.000 Fachtermini, rund 5.000 mehr als bisher, und circa 100.000 Übersetzungen. Das



französische Pendant wurde um 4.000 Einträge erweitert und zählt damit insgesamt ungefähr 53.000 Fachbegriffe und sorgt mit 85.000 Übersetzungen für (sprach-)technisches Verständnis.

Zielgruppe der Fachwörterbücher Kompakt Technik sind sowohl Lehrende und Studenten als auch Ingenieure, Techniker oder Fachjournalisten.

Langenscheidt Fachwörterbuch Kompakt Technik Französisch-Deutsch/Deutsch-Französisch von Dr. Aribert Schlegelmich, zusammengestellt von Karin Klepsch. 2. bearbeitete und erweiterte Auflage 2007, insgesamt rund 53.000 Fachbegriffe und mehr als 85.000 Übersetzungen, 952 Seiten, 10,5 x 15,1 cm, Kunststoffeinband, Langenscheidt Fachverlag München, ISBN 978-3-86117-277-2, 49,90 Euro.

Langenscheidt Fachwörterbuch Kompakt Technik Spanisch-Deutsch/Deutsch-Spanisch von Karl-Heinz Radde, 2. überarbeitete Auflage 2007, insgesamt rund 58.000 Fachbegriffe und mehr als 100.000 Übersetzungen, 1.104 Seiten, 10,5 x 15,1 cm, Kunststoffeinband, Langenscheidt Fachverlag München, ISBN 978-3-86117-276-5, 49,90 Euro.



Horst Dieter Lehmann

# Besuch bei Busch

Wenige Tage nach Weihnachten fiel auch bei uns ein wenig Schnee. Immerhin genug, um die im Garten stehenden, mit Lichterketten reich behängten Tannen mit der neuen digitalen Kamera „einzufrieren“ – ein Spitzenmodell, das so viele Möglichkeiten

bietet, dass selbst ein beinahe „alter Hase“ erst einmal einige Haken schlagen musste, um nicht auf der Strecke zu bleiben – um es einmal in der Jägersprache auszudrücken. Die Gebrauchsanweisung sollte hilfreich sein, ist zugleich aber auch verwirrend. Darüber hinaus kann man sie kaum immer dabei haben, wenn sich Probleme ergeben. Die Bedienung muss so sicher sein, dass keine technischen Fehler entstehen und man sich im Schlaf auf das Motiv einstellen kann – ob als Amateur oder Fachmann.

Der Unterschied von analog zu digital ist gewaltig! So kann man zur analogen Fotografie sagen, sie ist für die Erinnerung, die digitale Fotografie eher vergänglich, dabei aber viel variabler. Hat man irgendwelche Zweifel an der Technik, drückt man eben mehrfach auf den Auslöser in unterschiedlichen Einstellungen – es kostet ja nichts! Was später nicht gefällt, wird gelöscht! Von den besten Aufnahmen, das sage ich nun als Amateur und Atelierhändler, sollte man vom Fachmann und auf echtem Fotopapier Abzüge machen lassen und sie dann in altbewährter Methode einkleben und beschriften, um sie dann mit Stolz jederzeit präsentieren zu können. Eine andere Möglichkeit ist das Fotobuch, das immer beliebter wird und beim Fotohändler für Umsatz sorgt.

Aber zurück zu meiner neuen Kamera und dabei hin zu Wilhelm Busch, besser gesagt zu seinem Geburtsort Wiedensahl. Das 750 Jahre alte Hagenhufendorf bietet viele Motive, alle dicht beieinander, um den Dorfsee herum. In ihm spiegeln sich einige Bauernhäuser mit ihren dort typischen Rundwalmgiebeln – im Volksmund Schaumburger Mützen genannt. Gegenüber, neben der Kirche, befindet sich das alte Pfarrhaus mit seinem Museum, in dem Busch gelebt und gewirkt hat. In seinem Geburtshaus im romantischen Keller betreibt die Urnichte des Dichters, Malers und Denkers ein Café. Ihr Mann ist ein sehr guter Fotoamateur und immer gerne zu einem Fotoplausch bereit. Das Wetter war an diesem Tag eher etwas trübe, aber ich hatte die markanten Punkte ja schon des öfteren bei Sonnenschein fotografiert. Heute war also interessant, was die neue Kamera so leisten konnte – und

das war erstaunlich! Die Kamera machte aus dem trüben Tag einen fast sonnigen.

Der versierte Fotograf kann und muss zum Beispiel bei Hochzeitsaufnahmen im Freien selbst bei Regen Fotos machen, bei denen man später höchstens an der Nässe am Boden sehen sollte, wie das Wetter eigentlich war. Dabei ist auch zu bemerken, dass Trauungen in historischer Umgebung auf der Diele in Wiedensahl natürlich gerne vollzogen werden. In der mittelalterlichen St. Nicolaikirche probierte ich den eingebauten Blitz und war erstaunt, was für eine Kraft dieser Winzling doch hatte.

Zu der sehr schönen, alten Kirche wäre noch zu sagen, dass sie im Gegensatz zu den meisten Kirchen fast immer geöffnet ist. Aber warum sind diese wohl verschlossen? Weil es nur ehrliche Menschen gibt?! Wilhelm Busch war so einer. Aber er musste auch leben. Viel lieber wäre ihm das mit seinen Gemälden als ernster Maler gewesen. Aber es sollte mit seinen Karikaturen aus seiner Münchener Studienzeit sein, die er für die „fliegenden Blätter“ und den „Münchner Bilderbogen“ lieferte. Der Erfinder der gezeichneten Bildergeschichten, damals auch schon in den Archiven von Walt Disney zu finden, die gerne von ihm lernten, gewann mit „Max und Moritz“ in allen Ländern und Sprachen unvergänglichen Weltruhm.

Bei meinem letzten Besuch im neu errichteten Anbau des Geburtshauses, wo sich jetzt ein modern eingerichtetes Museum befindet, fiel mir bei den Gemälden kleineren Formates etwas auf. Der Meister aus Wiedensahl bevorzugte vor allem dunklere, in warmen, meist braunen Tönen gemalte Farben. Dabei vergaß er aber eines nicht: den „Hingucker“ als rotes, kleines Element; sei es nun ein Ärmel, Kopftuch, Pullover oder sonst etwas.

Wir Fotografen kennen das zur Genüge, zum Beispiel die Winterlandschaft im eintönigen Weiß – wäre da nicht der rote Skipullover oder irgendein anderes rotes Element.

Am Stammtisch im urigen Café der Urnichte des vielseitigen Meisters wurde dann mit ihrem fotobegeisterten Mann über die Vor- und Nachteile der sich wandelnden Welt und der Fotografie diskutiert – immer das große Bild der Witwe Bolte mit erhobenem Holzlöffel im Hintergrund.

Ob es nun der erhobene Holzlöffel der Witwe war oder der Zeigefinger vom Lehrer Lämpel, immer hatte uns Wilhelm Busch etwas zu sagen. Mitunter hatte der Dichter, Maler und Philosoph, der weitgereiste Einsiedler, ja auch manch grausamen Scherz im Programm. Nicht jedermanns Sache, aber von der Wirklichkeit nicht allzu weit entfernt.

# 6.428 Abonnenten (IVW 4/2007)

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

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 7.500 Exemplaren bundesweit (IVW 4/2007). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 7.500 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 645,- €, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 323,- €. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 35 v. 01.01.2008) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

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

### Fotofachgeschäft

in einer norddeutschen Stadt  
mit 70.000 Einwohnern, große  
Industrieansiedlung, gute Lage,  
aus persönlichen Gründen zu  
verkaufen.

Tel. 0 00/00 00 00

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

### Fotografen/-in

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

**Foto Studio • Mustermannstr. 30 • 60000 Bilderberg**

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

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

zum

**mm-Preis von**

**1,61 € x 85 mm hoch =**

**136,85 €**

**zzgl. gesetzl. MwSt.**



## Auftrag

## Klein- und Personalanzeigen

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

- einmal in der nächstmöglichen Ausgabe  
 in den Ausgaben .....

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

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

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

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

## Gelegenheits- und Stellenanzeigen

### Mein Anzeigentext lautet:

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

i+fc 1-2/2008

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

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

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel  
mit genauer Anschrift

Ihr Reparatur-Service  
für Foto, Film, Video,  
AV und Hightech  
sämtlicher Hersteller



FOTO-, VIDEO-, HIFI-  
REPARATUREN  
HERBERT GEISSLER  
Lichtensteinstraße 75  
72770 REUTLINGEN-GÖNNINGEN  
Telefon 0 70 72/92 97-0  
Telefax 0 70 72/20 69  
E-mail: Geissler-Reutlingen@t-online.de  
www.geissler-service.de

Autorisierte  
Vertragswerkstatt

**Canon**  
**Panasonic**  
Service-Center  
Reutlingen

**Rollei**  
**Kodak**



**reflecta**



**Saeco**  
Kaffeeautomaten



**SOLIGOR**

**HARMAN/BECKER**  
AUTOMOTIVE SYSTEMS

**Erfolg im Studio-Geschäft.  
Zeigen Sie Fachkompetenz.  
--Jetzt!**

**300 Wis**

Chamäleon D-300.  
Regelbar stufenlos  
über 5 Blenden.  
Digitale Anzeige.  
Studio-Kofferset  
ab 649,-

**€ 229,-**  
LVP

Photo-Video  
Technik www.cf-photo-video.de 02203 16262

**...die bandlose Zeit ist eingeläutet!**  
Sie besitzen jetzt auch einen DVD-Player? – Super!  
Und was können Sie damit?  
Nur gekaufte Filme abspielen – schlecht!  
Gönnen Sie sich Ihr persönliches DVD Erlebnis und  
lassen Sie von uns Ihre Dias, Filme oder Videos auf  
DVD brennen.

Seit 1978  
**Viernheimer Video Transfer**  
Schultheißen Str. 9, 68519 Viernheim  
Tel.: 06204/71984

# Reseller gesucht für die artido! Fotoleinwand!

**artido!**<sup>®</sup>

Mein Foto auf Leinwand  
www.artido.de

- Von jedem Foto herstellbar
- Hängefertig auf Keilrahmen
- Brilliante matte Optik
- Lösemittelfrei und damit gesundheits- und umweltverträglich
- Als einziger Fotoleinwandhersteller von Öko-TEX zertifiziert
- Absolut kratzfest und UV-beständig
- Garantiert kein Kantenbruch



- Mit unserem Reseller - Angebot bieten Sie Ihren Kunden eine neue Form der Fotodienstleistung an. Sie sind durch uns in der Lage, die zu verkaufenden Fotos nicht nur wie bisher auf Fotopapier, sondern auch in beliebig großen Formaten auf Leinwand gedruckt, anzubieten.
- Sie haben dabei nicht den geringsten Mehraufwand und profitieren von unseren einmaligen Einkaufskonditionen.
- Außerdem stehen Ihnen weitere Maßnahmen zur Präsentation und Verkaufsförderung zur Verfügung.

Jetzt müssen Sie nur noch eins tun:  
Registrieren Sie sich absolut kostenlos und unverbindlich unter:

**www.artido-partner.com**

Dieses und weitere Produkte bieten Sie Ihren Kunden zu Topp-Preisen an:







**Zentraler Reparatur - Service  
GEDDERT**

**Edixa – Voigtländer – Porst –  
Samsung – Service**

**Camcorder – Computer – Service**

**Film – Foto – Elektronik – Hifi – Video – TV**

**Benno-Strauß-Straße 39  
90763 Fürth  
Postfach 22 41, 90712 Fürth  
Telefon 09 11/65 85 184  
Fax 09 11/65 85 144  
www.zrs-geddert.de  
e-mail: info@zrs-geddert.de**

**SPEZIAL REPARATUREN FÜR:**  
Alfo – Braun – Carena – Chinon  
Cosina – Exakta – Haking – Noris – Nalcom  
Petri – Porst – Revue – Ricoh – Samsung  
Projektoren – Objektive – Blitzgeräte  
u.v.a. Geräte

**CCS FORM UND LICHT**

----- Neu Mini-Hintergrund-Abroller -----  
Tel. 04265/8772 – www.ccs-licht.de

**Foto-Aktienkurse**

		15.01.2008	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	4.650	5.570	4.630	7.450
Casio	YEN	1.265	1.316	1.071	2.740
CeWe Color	EUR	25,26	26	24,62	45,48
Du Pont	USD	45,60	45,37	42,25	53,90
Eastman Kodak	USD	19,27	24,13	18,64	30,20
Epson	YEN	409	566	403	1.064
Fujifilm	YEN	4.340	4.910	4.290	5.710
Hewlett-Packard	USD	46,25	48,90	38,15	53,47
Hitachi	YEN	761	733	675	947
ICI	GBP	667	664	442	671
Imation	USD	22,26	19,84	17,64	48,96
Jenoptik	EUR	5,39	6,12	5,20	8,24
Leica	EUR	11,87	12,18	11,30	13
Metro	EUR	54,24	62,42	50,50	68,46
Olympus	YEN	4.100	4.310	3.590	5.320
Samsung	KRW	532.000	557.000	500.000	687.000
Sharp	YEN	1.964	1.742	1.690	2.445
Sony	YEN	5.910	5.350	5.050	7.190
Spector	EUR	1,10	1,13	1,01	1,58
Toshiba	YEN	756	855	705	1.185

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

*Gute und preiswerte Color-Chrom-*  
**Farb-ANSICHTSKARTEN**

**Auflagendruck: -Standard-**

1.000er Aufl. = € 95,00 p. 1.000 Stück  
1.500er Aufl. = € 70,00 p. 1.000 Stück  
3.000er Aufl. = € 55,00 p. 1.000 Stück

**Auflagendruck: -EXPRESS- (10 Tage)**

2.000er Aufl. = € 95,00 p. 1.000 Stück  
+ MwSt. u. Versandkosten.

Bei Anlieferung druckreifer PDF-Dateien KEINE Kosten mehr für Druckträger!

Fordern Sie die Unterlagen an:

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

**Versteigerung**

**Wer:** UNOMAT GmbH & Co. KG

**Wann:** 21. Februar 2008, 11.00 Uhr

**Wo:** 72766 Reutlingen



Zum Verkauf kommen über **350** Einzelpositionen wie:  
Handelswaren-/Materiallager; Werkstatt-/Prüflaboraus-  
stattung; Gabelstapler; Regalanlagen; Büroausstattung;  
EDV-Geräte; der Markenname; Patente; Namensrechte  
u.v.a.m. (aus dem Bereich Handel u. Eigenfertigung  
von digitalem Fotografie-/Video-Zubehör).

Änderungen und Zwischenverkauf vorbehalten

**MEHR INFOS AUF WWW.BARTUSCHAT.COM  
ODER TEL.: 040-736 76 69-0**

**Ankauf – Verkauf  
gebrauchter Fotogeräte,  
Minilabs und Laborgeräte.  
Fotoservice Jungkuz**

Tel. 0 89/6 51 99 75, Fax 6 51 99 81,

Mobil 01 71/2 68 83 30

**Der Verband für  
Journalisten**

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

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

**Inserenten-Verzeichnis**

Brückner .....	19	Noritsu .....	11
C.A.T.-Verlag .....	13	The Phone House .....	17
Canon .....	4. U.	Samsung .....	27
Casio .....	2. U.	Sony .....	7
Deutsche Messe AG .....	21	Kleinanzeigen .....	64–66
PlusXAward .....	3. U.		

Beilage: Allcop

**IMPRESSUM**

**imaging+foto-contact**

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildver-  
arbeitung, Video, Labor- und Studientechnik

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

**Herausgeber:**

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

**Redaktion:**

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)  
Dipl. Kfm. Andreas Blömer  
Jürgen Günther

Lidija Mizdrak, M.A.  
Dr. Herbert Päge  
Jutta Ramlow  
Dipl.rer.pol. Karla Schulze

**Neuheitenredaktion:**

Jürgen Günther

**Text- und Bildbeiträge:**

Hans Joseph Blömer, Horst-Dieter Lehmann,  
Heinz Jörg Meyerhoff, Ulrich Vielmuth

**Anzeigen:**

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)  
Ralf Gruna  
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste  
Nr. 35 v. 1. Januar 2008

**Layout und Herstellung:**

Susanne Blum, Detlef Gruss,  
Albert Willmann

**Vertrieb:**

Silke Gräßel

**Satz- und Repro:**

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

**Druck:**

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

**Erfüllungsort und Gerichtsstand:**

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

**Erscheinungsweise:**

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



ISSN: 1430-1121



Reichweitenstarke Medienkooperationen, hochkarätige Messepräsenzen und ein Marketingetat von über vier Millionen Euro garantieren die erfolgreiche Kommunikation aller ausgezeichneten Produkte. Markenhersteller können ihre Produkte noch bis zum 29. Februar 2008 unter [www.plusxaward.de](http://www.plusxaward.de) anmelden.

**Der Plus X Award - Für ausgezeichnete Technologie**



## Digital IXUS 80 IS

# Bringen Sie Farbe ins Spiel!

Mit der neuen Canon Digital IXUS 80 IS kommt Farbe ins Spiel. Ultrakompaktes Design, hochwertiges Material und tolle Technik zeichnen auch die neue Digital IXUS aus. Mit vier Farbvarianten setzt sie zudem sichtbare Akzente: Weil die Welt bunt ist und Farbe ein ganz individuelles Statement.



**„Seit Canon die neue Digital IXUS 80 IS im Programm hat ...**

*... kommen mir bei der Arbeit die verrücktesten Ideen!“*

### Ab März kommt Farbe in den Handel!

Mit der neuen Digital IXUS 80 IS haben Sie vier starke Farben auf Ihrer Seite – und die überzeugenden Eigenschaften einer echten Canon Digital IXUS.

- 8,0 Megapixel
- 3fach opt. Zoom
- DIGIC III Prozessor
- Gesichtserkennung
- 2,5-Zoll PureColor-Display
- opt. IS-Bildstabilisator



**Pink** – zeigen Sie die feminine Seite der neuen Digital IXUS 80 IS! Neben der topmodischen Farbe zieht das 2,5 Zoll große PureColor-Display die Kundenblicke auf sich.



**Silber** – für Kunden, die den klassischen IXUS-Look lieben! In der edlen Schale liefert ein starker Kern gute Argumente: 3fach Zoom, 8,0 Megapixel und DIGIC III sorgen für Leistung und Qualität.



**Caramel** – die Variante für alle, die einen eleganten Auftritt schätzen! Dabei macht die neue IXUS auch im UW-Gehäuse eine gute Figur – und regt so den Umsatz beim Zubehör an.



**Mokka** – starke Farbe für stilbewusste Natur(ton)freunde! Mit der Funktion Gesichtserkennung punkten Sie bei allen Kunden, die Komfort schätzen – auch beim Fotografieren.

you can  
**Canon**