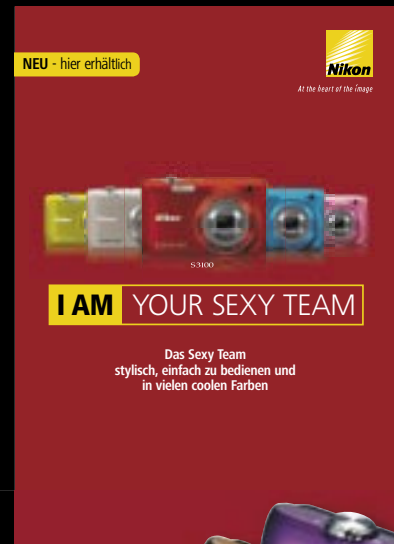


Coolpix Offensive



I AM THE NEW COLLECTION

Nikon auch 2011 mit voller Werbe-Power



Mobile World Congress, Barcelona — erstes 3D-Smartphone

Es war das Gesprächsthema Nummer eins auf dem MWC in Barcelona, der vom 14. – 17. Februar stattfand: Nokias Bekanntgabe, das eigene Betriebssystem Symbian zu den Akten zu legen und zukünftig auf das Betriebssystem Windows Phone von Microsoft zu setzen. S. 9

Cewe — großes Angebot am PoS Cewe Fotokiosk wird noch vielseitiger

Mit dem Cewe Fotokiosk kann jetzt eine noch breitere Palette von Bildprodukten bestellt und zum Teil direkt im Geschäft gedruckt werden. Das erst zur photokina ausgebaut Leistungsprofil des Kiosks soll in diesem Jahr noch einmal erweitert werden. S. 26

CP+ — Die Neuheiten der Hersteller Noch mehr Kameras

Nur wenige Wochen, nachdem auf der CES in Las Vegas, USA, mehrere Dutzend neue Kameramodelle vorgestellt worden waren, erweiterten einige Hersteller ihr Sortiment erneut. Zu sehen war dies vom 9. – 12. Februar auf der CP+ in Yokohama, Japan. S. 32

Ihr 2010
festgehalten in einem
CEWE FOTOBUCH

ab
7,95€*



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

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

Mein **CEWE FOTOBUCH**

Ihre Fotos als echtes Buch!

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



cewe
einfach schöne Fotos

www.cewe-fotobuch.de

Wenn Äpfel günstiger sind als Birnen

Preis oder Wert

Genüsslich zog unlängst der „Stern“ der Media Saturn Gruppe die Tiefstpreishosen aus: Unter der Überschrift „Wir sind wirklich nicht blöd“ berichtete Rolf-Herbert Peters über den Einsatz der iPhone App von guentiger.de im Media Markt. Da funktioniert der Preisvergleich in Sekundenschnelle: Man fotografiert den Barcode des ausgewählten Produkts, und – schwupps – zeigt das ständig vernetzte Smartphone das billigste Angebot. Das Stern-Resümee ist wenig überraschend: Media Saturn ist nicht wirklich billig, sondern tut nur so. Das hätten wir im Zweifelsfalle auch ganz ohne App schon gewusst.



Thomas Blömer, Verleger

Smart-Shopping (also das Einkaufen bei der günstigsten, pardon: der billigsten Quelle) ist immer noch, zumindest für den Stern, das Maß aller Dinge, und deshalb hat Peters auch nur Preise verglichen und keine Leistungen (lassen wir mal beiseite, welche man bei Media Saturn erwarten kann). Und die Realität scheint ihm auch Recht zu geben, denn „günstigere“ Online-Händler haben besonders im letzten Quartal des vergangenen Jahres kräftig Marktanteile gewonnen, vor allem zu Lasten der Fachmärkte. Kein Wunder, dass diese mehr oder weniger hektisch nach

Lösungen suchen, um dem ständigen Wettbewerb um den niedrigsten Preis zu entkommen. Media Saturn stellt sich offensichtlich nicht nur im Management, sondern auch in der Werbestrategie neu auf, und Konkurrent Medimax ist bereits einen Schritt weiter gegangen: Mit einer neuen Werbekampagne will die Fachmarktkette nach eigenem Bekunden seit Anfang dieses Jahres „der Tatsache Rechnung tragen, dass Konsumenten sich beim Einkauf von Fernseher, Waschmaschine, Handy und Computer mehr wünschen als reine Preisauskünfte.“

Die Medimax Kampagne kommt auf den ersten Blick pfiffig daher: Die provokative Aussage „Null Prozent Rabatt“ fällt sofort ins Auge und zielt mit der Ergänzung „Wer ständig Rabatt geben kann, war vorher zu teuer“ gekonnt auf den marktschreierischen Wettbewerb. Leider ist der selbstverordnete Abschied vom reinen Preismarketing schon unten auf der Titelseite zu Ende. Denn dort heißt es: „Bei Medimax erhalten Sie alle Produkte zum Dauertiefstpreis. Denn wenn Sie den gleichen Artikel bei gleicher Leistung

innerhalb von 14 Tagen in einem Fachmarkt Ihrer Region günstiger finden, erstatten wir die Differenz. Und weil unsere Mitarbeiter mehr als nur die Preise kennen, profitieren Sie bei Medimax zudem von kompetenter Beratung.“

Das ist ein klassischer Schuss, der nach hinten losgeht. Denn Medimax signalisiert: Man kann kompetent beraten und trotzdem der billigste sein. Wir haben zwar, anders als der Stern, keinen Preisvergleich mit der guentiger.de App bei Medimax durchgeführt, sind aber trotzdem sicher: Irgendeiner kann es billiger. Und das ist kein Wunder, denn Kaufleute wissen: Kompetente Beratung kostet Geld. Weder die Zeit der Mitarbeiter noch ihre Ausbildung gibt es umsonst. Warum, in drei Teufels Namen, sollen die Kunden sie dann umsonst bekommen? Beratung ist etwas wert! Sie steigert den Wert des verkauften Produktes, denn sie ist die Voraussetzung dafür, dass die Kunden seine volle Leistungsfähigkeit auch wirklich nutzen können.

Das sollte in der Werbung – nicht nur vom Einzelhandel, sondern auch von den Herstellern – deutlich gesagt werden. Im qualifizierten Fachhandel wird bekanntlich nicht nur ein Preis verkauft, sondern eine Leistung. Das wäre doch mal ein Slogan: „Bei uns bekommen Sie kompetente Beratung. Wir sind doch nicht blöd.“

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Nikon: Erfolgreiche I AM Werbekampagne geht in die nächste Runde 18

Editorial

Wenn Äpfel günstiger sind als Birnen – Preis oder Wert. 3

Wichtiges aus worldofphoto.de. . . . 6, 16

Handel 8

Bilora startet neue Aktion für Fotohändler: „Erleben Sie was“ 14

Internationale Messen

Gute Stimmung auf dem Mobile World Congress in Barcelona 9

Hersteller zeigen Neuheiten auf der CP+: noch mehr Kameras 32

Gute Stimmung auf dem Mobile World Congress in Barcelona



Die Meldung war zur Eröffnung des Mobile World Congress 2011 in Barcelona am 14. Februar bereits einige Tage alt, war aber dennoch das Gesprächsthema Nummer eins: Nokia hatte bekanntgegeben, zukünftig auf das Betriebssystem Windows Phone von Microsoft zu setzen und das eigene Betriebssystem Symbian zu den Akten zu legen. **Seite 9**

INTERNATIONALE MESSEN

Nikon: Erfolgreiche I AM Werbekampagne geht in die nächste Runde

Nikon will die im Frühjahr 2010 gestartete I AM Werbekampagne auch in diesem Jahr fortsetzen. Über den Erfolg der europaweiten Repositionierung des Markenauftritts sprach imaging+foto-contact mit Martin Broderick, der am 1. Dezember 2010 die neu geschaffene Position des Head of Marketing & Strategy bei der Nikon GmbH übernommen hat. Der erfahrene Markenartikler, der zuvor unter anderem für Sony Deutschland und Google Europe tätig war, will mit der Weiterentwicklung des emotionalen Werbeauftritts und einem integrativen Media-Mix die Marktposition von Nikon weiter ausbauen. **Seite 18**



ZUM TITELBILD

Bilora startet neue Aktion für Fotohändler: „Erleben Sie was“



2009 hatte die Kürbi-Otto Tönnies GmbH anlässlich des 100jährigen Firmenbestehens als Dank für die Treue der Handelspartner eine besondere Rabattaktion gestartet. Diese war so erfolgreich, dass 2010 gleich die nächsten Sonderangebote für den Handel folgten. Und 2011 ist es schon fast eine Tradition, dass sich die Partner auf etwas Besonderes aus Radevormwald freuen können. **Seite 14**

HANDEL

Ricoh CX5 mit dem neuen Hybrid-AF-System: Schnell scharfstellen



Ricoh hat die CX5 als Nachfolgemodell der CX4 vorgestellt. Zu den neuen Funktionen der CX5 gehören der Hochgeschwindigkeits-Autofokus, eine verbesserte Bildqualität sowie ein erweiterter Zoombereich (28–300 mm entsprechend Kleinbild). **Seite 12**

Neue Kompaktkamera-Generation von Nikon: Farbiges Update



Auf der japanischen Messe CP+ hat Nikon seine Coolpix Frühjahrskollektion vorgestellt. Die acht neuen Modelle sprechen unterschiedliche Zielgruppen, vom Einsteiger über Design- und Lifestyle-Fans bis zu Superzoomern (36fach!), an, die Preisklassen reichen von 79 bis 429 Euro. **Seite 21**

NEUHEITEN

Cyber-shot HX9V und HX100V von Sony: Full-HD für unterwegs



Immer mehr ehemals als klassisch bezeichnete Fotokameras bieten inzwischen die Möglichkeit, spontan Videofilme aufzuzeichnen. Sony hat mit dem Frühjahrs-Portfolio 2011 einige attraktive Cyber-shot Modelle vorgestellt, die Videoaufnahmen sogar in Full-HD-Qualität ermöglichen. Dazu gehören die Cyber-shot HX9V und die Cyber-shot HX100V. **Seite 24**

NEUHEITEN

Der Cewe Color Fotokiosk soll noch vielseitiger werden

Mit dem Cewe Fotobuch hat Cewe Color den unbestrittenen Champion unter den wertschöpfungsstarken Bildprodukten auf den Markt gebracht; aber auch dem Wachstum für schnelle Prints direkt im Geschäft trägt das Unternehmen Rechnung. Das erst zur photokina ausgebaut Leistungsprofil des Cewe Fotokiosks soll in diesem Jahr nochmals erweitert werden. **Seite 26**



Pocketbook Express von Mitsubishi Electric: Sinnvolle Ergänzung



Im Dezember 2010 hat Mitsubishi Electric mit dem neuen Pocketbook Express ein System zur Produktion von Fotobüchern im Format 10 x 15 cm direkt am Point of Sale vorgestellt. Einer der ersten Fotohändler, die das Gerät in Betrieb genommen haben, ist Gabriel Blega, seit 2003 Inhaber des alteingesessenen Fotogeschäfts Foto Leimberg in Wuppertal-Elberfeld. **Seite 30**

BILDERGESCHÄFT

Hersteller zeigen Neuheiten auf der CP+: noch mehr Kameras

Nur wenige Wochen, nachdem auf der CES in Las Vegas, USA, mehrere Dutzend neue Kameramodelle vorgestellt worden waren, ergänzten einige Hersteller ihr Sortiment weiter. Ort der Neuheitenpräsentation war diesmal die CP+ Camera & Photo Imaging Show, die vom 9. bis 12. Februar in Yokohama, Japan, stattfand. **Seite 32**



INTERN. MESSEN

Literatur 16

Neuheiten 13, 15, 17

Ricoh CX5 mit dem neuen Hybrid-AF-System. 12

Neue Kompaktkamera-Generation von Nikon: Farbiges Update 21

Cyber-shot HX9V und HX100V von Sony: Full-HD für unterwegs. 24

Bildergeschäft

Der Cewe Color Fotokiosk soll noch vielseitiger werden:

Großes Angebot am PoS 26

Pocketbook Express von Mitsubishi Electric: Sinnvolle Ergänzung. 30

PixelfotoExpress erweitert sein Angebot: 3D-Prints aus Dresden. 35

PMA Newline März 2011

Aktuelles von der PMA 38

Klein- und Personalanzeigen 36

Impressum 37



Immer aktuell:
www.worldofphoto.de

Schneider Kreuznach tritt Micro Four Thirds Standard bei

Schneider-Kreuznach schließt sich der „Micro Four Thirds System Standard Group“ an – einem Unternehmenskonsortium, das den speziell auf digitale Systemkameras abgestimmten Standard für Objektivanschlüsse, entwickelt von Olympus und Panasonic, weiter etablieren will. Die Standard-Lizenzpolitik erlaubt es jedem teilnehmenden Hersteller, Zubehör für das System auf den Markt zu bringen. Kompatible Komponenten verschiedener Hersteller lassen sich so miteinander kombinieren.

Leica meldet Rekordumsatz für das dritte Quartal

Die Leica Camera AG hat vorläufige Zahlen für die ersten neun Monate (1. April bis 31. Dezember 2010) des laufenden Geschäftsjahres bekanntgegeben. Demnach steigerte das Unternehmen seinen Umsatz in den ersten drei Quartalen um 73 Prozent gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum auf 186,4 Millionen Euro (Vorjahreszeitraum: 107,6 Millionen Euro). Der operative Gewinn (EBIT) belief sich auf 28,9 Millionen Euro, im Vorjahreszeitraum war ein Verlust von 0,3 Millionen Euro angefallen. Das dritte Quartal des laufenden Geschäftsjahres sei mit einem Konzernumsatz von 75,5 Mio. Euro (Vorjahresquartal: 48,1 Mio. Euro) das beste Quartal der Leica Camera AG seit dem Börsengang 1996 gewesen.

Nokia und Microsoft wollen Kräfte bündeln

Nokia und Microsoft haben eine umfassende strategische Partnerschaft angekündigt. Beide Unternehmen wollen laut Nokia Pressemitteilung „ihre sich ergänzenden Stärken und Kompetenzen nutzen, um ein neues globales mobiles Ökosystem zu schaffen“. Nokia und Microsoft wollen gemeinsam marktführende mobile Produkte und Dienste entwickeln, die Anwendern



V. l.: Christian Müller-Rieker, Geschäftsführer Photoindustrie-Verband, Michihiro Yamaki, Chief Executive Officer Sigma Corporation, Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer Koelnmesse.

Michihiro Yamaki erhält die Goldene photokina-Nadel

Michihiro Yamaki, Chief Executive Officer Sigma Corporation, ist Anfang Februar in Anwesenheit des Photoindustrie-Verbandes mit der Goldenen photokina-Nadel ausgezeichnet worden. Die Übergabe der Auszeichnung erfolgte durch Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Koelnmesse GmbH, im Auftrag des Oberbürgermeisters der Stadt Köln. Mit der Goldenen photokina-Nadel werden Yamakis großes Engagement für die Foto- und Imagingbranche sowie seine Verdienste um die photokina gewürdigt.

Yamaki hat die Bedeutung der photokina für die japanische Foto- und Imagingindustrie früh erkannt. Seit 1972 ist Sigma auf der photokina vertreten und zählt zu den Top-Ausstellern der World of Imaging. Auch mit der weltweit und in Deutschland agierenden Interessenvertretung der Foto- und Imagingindustrie, dem Photoindustrie-Verband, besteht durch die Mitgliedschaft von Sigma seit 1994 eine enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Im Alter von 28 Jahren gründete Michihiro Yamaki, der schon während seines Studiums in der optischen Industrie arbeitete, 1961 die heutige Sigma Corporation, die in diesem Jahr ihr 50jähriges Bestehen feiert. In den zurückliegenden 50 Jahren entwickelte der Unternehmer seine Firma zu einem der weltweit erfolgreichsten Hersteller der Foto- und Imagingbranche. Die Produktionsstätte in Aizu zählt zu den modernsten und arbeitnehmerfreundlichsten der Welt.

Sony legt die E-Mount Basis-Spezifikationen offen

Mit der gebührenfreien Bereitstellung der E-Mount Basis-Spezifikationen öffnet Sony Herstellern von Wechselobjektiven und Adaptern den Weg für eine effektive Entwicklung von E-Mount-kompatiblen Produkten. Damit soll eine größere Vielfalt an E-Mount-kompatiblen Digital Imaging Produkten geschaffen werden. Für alle Anfragen und Anträge ist ab 1. April diese Website zugänglich: www.sony.co.jp/e_mount/QA_Application/.

und Entwicklern neue Möglichkeiten bieten. Dabei soll sich jedes Unternehmen auf seine Kernkompetenzen konzentrieren, um die Zeitspanne zwischen Idee und marktreifem Produkt („time-to-market“) drastisch zu verkürzen. Im Rahmen der Zusammenarbeit will Nokia das Betriebssystem Windows Phone in seinen Geräten einsetzen. Außerdem sollen verschiedene Dienste wie Nokia Maps und Microsoft Bing zusammengeführt werden.



Ihr HEK unter
www.DGH.de

easyalbum

Mitsubishi Electric 1x12 EasyAlbum

Verbrauchsmaterial Kiosk, Fotoalbum.
15x23 cm. Selbstklebend. Zum Selbstge-
stalten als gute Alternative zum Fotobuch.

Bestellnr. 463148 grau
Bestellnr. 463141 beige



Ihr HEK unter
www.DGH.de

Mitsubishi Electric Kiosk Gifts mit CP9550DW-S

Kiosksystem. Geringe Investitionskosten. Hoher
Bedienkomfort. Erweiterte Umsatzmöglichkeiten durch
Erstellung von Alben, Kalendern, Grußkarten, Colla-
gen, Mosaik usw. Formate 10x15 cm bis 15x23 cm.
Inklusive Installationservice.

Bestellnr. 431368

easycalendar

Mitsubishi Electric 1x48 EasyCalendar

Verbrauchsmaterial Kiosk, Fotokalender.
10x15 cm. Selbstklebend. Monatstisch-
kalender zum Selbstgestalten.

Bestellnr. 463120



Ihr HEK unter
www.DGH.de



Mitsubishi Electric Flexilab mit MPU

DigitalMinilab/Drylab. Platzsparendes
Fotosystem individuell erweiterbar. Mas-
senproduktion in Formaten von 10x15 bis
20x30 cm.

Bestellnr. 478639

Ihr HEK unter
www.DGH.de



NEU!

**pocketbook
express**

Mitsubishi Electric Pocketbook Express

Kiosksystem. Einfach zu bedienen. Die
Fotobücher im Format 10x15 cm sind in nur
5 Min. fertig. Zwischen 10 und 30 Seiten
anwählbar, max. 70 Bilder integrierbar.

Bestellnr. 478632

Ihr HEK unter
www.DGH.de



The Phone House stattet Lifeline-Pakete mit mehr Zusatzleistungen aus

The Phone House (TPH) hat seine Lifeline Schutzpakete durch umfangreiche Zusatzleistungen zu Allround Service Paketen weiterentwickelt. Sowohl das Servicepaket Lifeline Handy Premium als auch Lifeline Notebook bieten ab sofort einen kostenlosen technischen Support, der den Kunden bei allen wichtigen Fragen zu Hard- und Software unterstützend zur Seite steht. Die Telefon-Hotline ist an 365 Tagen im Jahr rund um die Uhr erreichbar. Über eine sogenannte Remote-Verbindung sind die Lifeline Techniker auch in der Lage, direkt auf das Notebook des Kunden zuzugreifen und Probleme zu beheben. Zusätzlich haben Kunden fortan die Möglichkeit, sich kostenfrei ein spezielles Reisepaket auszuleihen. Dieses besteht aus einem universellen Reiseadapter, einem weltweit einsetzbaren Quad-Band-Handy sowie einer Broschüre mit wertvollen Tips für den Auslandsaufenthalt. Das Lifeline Notebook-Schutzpaket umfasst zusätzlich eine Ein-Jahres-Lizenz für die Internet Security Software Kaspersky im Wert von 39,95 Euro sowie einen Notfall-UMTS-USB-Stick, der unterwegs den Zugang ins Internet ermöglicht. Die Service-Pakete Lifeline Handy Premium und Lifeline Notebook sind ab sofort erhältlich.

Rollei Vertriebsteam ist jetzt für die gesamte DACH-Region zuständig

Das eigene Rollei-Vertriebsteam ist jetzt für die komplette DACH-Region zuständig. Um eine lückenlose und direkte Zusammenarbeit mit allen Handelspartnern zu hundert Prozent gewährleisten zu können, hat das von Peter Vischer geführte Team nun auch die letzten Gebiete Deutschlands übernommen.

Die RCP-Technik GmbH setzt damit auf eigene Manpower und eigenes Know-how. Das DACH-Vertriebsteam bilden nun aktuell sieben Junior Key Account

Minilabsysteme R. Saal und Hewlett-Packard informieren auf Roadshow gemeinsam über „grandiose Fotoartikel“

Um „grandiose Fotoartikel“, die Onsite-Printing-Angebote von Hewlett-Packard und die Möglichkeiten, damit zusätzliche Erträge zu erwirtschaften, geht es bei der Roadshow, zu der die Minilabsysteme R. Saal GmbH als Partner von HP-Minilabs in den kommenden Wochen Fotohändler und Bilddienstleister einlädt. An sechs Standorten informiert das Unternehmen im März und April über individuelle Lösungen für den Handel und gibt einen Einblick in die Vielfalt und hohe Qualität der produzierten individuellen und exklusiven Fotoartikel.



Die Minilabsysteme von Hewlett-Packard spielen eine entscheidende Rolle bei der Produktion individueller und exklusiver Fotoartikel.

Diese wurde bereits in mehreren Tests von Anwender-Fachzeitschriften bestätigt. Als Besonderheit stellte Saal bei der Ankündigung der Roadshow die Tatsache heraus, dass Fotobücher, Fotokalender und Fotoposter auf echtem Fotopapier hergestellt werden. Von diesem eindeutigen Wettbewerbsvorteil könne der Handel profitieren, hieß es in einer Pressemitteilung.

An diesen Standorten macht die Roadshow Station:

15. März: NH Voltaire Potsdam, Friedrich-Ebert-Straße

88, 14467 Potsdam; 17. März: Mercure Hotel Hamburg City, Amsinckstraße 53, 20097 Hamburg; 19. März: Mercure Hotel Düsseldorf Seestern, Fritz-Vomfelde Straße 38, 40547 Düsseldorf; 22. März: Commundo Tagungshotel Darmstadt, Hilpertstraße 27, 64295 Darmstadt; 31. März: Commundo Tagungshotel Ismaning, Seidl-Kreuz-Weg 11, 85737 Ismaning; 7. April: Hewlett-Packard GmbH, Gebäude B01, Eingang A, Demo-Center, Schickardstraße 32, 71034 Böblingen.

Die Ansprechpartner von Saal und HP stehen dort jeweils von 13 bis 19 Uhr bereit. Weitere Informationen zur Roadshow und Anmeldung unter E-Mail reseller@saal-group.com oder info@saal-group.com.

Manager: Nükrettin Gürçan unterstützt das bestehende Team für die DACH-Region ab sofort auch in Deutschland. Seit Januar 2011 ist er auch für Berlin und Brandenburg zuständig. Neu an Bord ist Oliver Kriegel, der den Vertrieb der Rollei Consumer Produkte für Niedersachsen, Bremen und Schleswig-Holstein verantwortet. Er bringt bereits ein hohes Maß an Handelserfahrung mit. Ebenfalls neu im Rollei-Team ist Daniele De Rosa. Der 26-jährige verantwortet ab März das Rhein-Main Gebiet. Reyhane Norouzi betreut, neben ihrer Aufgabe als PR-Managerin im Unternehmen, die Kunden in Hamburg. Unverändert seit 2009 ist Verena Heyde als Junior Key Account

Managerin für Nordrhein-Westfalen im Einsatz. Tobias Güttler, der seit 2008 den Vertrieb unterstützt, erweitert sein Zuständigkeitsgebiet Süd- und Ostdeutschland um weitere Key Kunden. Neben dem südlichen Baden-Württemberg und Österreich betreut Robert Kaurin nun auch die Schweiz.

Geführt werden die Junior Key Account Manager der DACH-Region von Peter Vischer, der als verantwortlicher Vertriebsleiter bereits seit 2008 sämtliche Rollei-Vertriebsaktivitäten steuert. Durch die konstante Investition in eigene Leute verspricht sich die RCP-Technik GmbH eine Investition in die Zukunft und einen noch kürzeren Draht zum Kunden.



Zusätzliche Software für mobile Endgeräte, auch Applikationen oder kurz Apps genannt, spielten eine große Rolle auf der Messe. So wurden gleich an zwei Stellen, in der Android Community in Halle 8 (Bild links) und im App Planet in Halle 7, umfangreiche Möglichkeiten demonstriert, Smartphones und Tablet PCs an die individuellen Nutzerbedürfnisse anzupassen.

Gute Stimmung auf dem MWC in Barcelona

Erstes 3D-Smartphone

Die Meldung war zur Eröffnung des Mobile World Congress 2011 in Barcelona am 14. Februar bereits einige Tage alt, war aber dennoch das Gesprächsthema Nummer eins: Nokia hatte bekanntgegeben, zukünftig auf das Betriebssystem Windows Phone von Microsoft zu setzen und das eigene Betriebssystem Symbian zu den Akten zu legen.

Eine Meldung, die nach dem Wechsel des ehemaligen Microsoft-Managers Stephen Elop an die Spitze des finnischen Geräteherstellers Nokia im Herbst 2010 gar nicht allzu überraschend kam, aber dennoch für Furore sorgte – und das nicht nur bei den vielen Tausend Mitarbeitern, die in der Nokia Entwicklungsabteilung mit Symbian beschäftigt sind und jetzt um ihre wirtschaftliche Zukunft bangen müssen. Es gab geteilte Meinungen dazu, was die Kooperation der beiden Unternehmen letztlich bringen wird. So versprühte Microsoft CEO Steve Ballmer in seiner Keynote auf dem MWC 2011 großen Optimismus, aber der ein oder andere Branchen-

experte äußerte Bedenken unter dem Motto „Aus zwei Lahmen wird kein Sprinter“.

Sehr gute Stimmung

Aber natürlich gab es auch andere Themen. Und einige davon sorgten bei Ausstellern und Besuchern – zugelassen war ausschließlich das Fachpublikum, für sehr gute Stimmung. Allen voran ist hier die vierte Mobilfunkgeneration zu nennen, die im Fachjargon mit 4G oder LTE (Long Term Evolution) bezeichnet wird. Sie dient zum einen dazu, bislang unter- oder nichtversorgte Regionen mit Mobilfunk zu versorgen, zum anderen verspricht sie eine deutliche Erhö-

hung der Übertragungsgeschwindigkeiten im mobilen Down- und im Upload. Beides nützt auch dem Han-



Im Embedded Mobile House wurden unterschiedliche Beispiele dafür gezeigt, wie Mobilfunk die Vernetzung von Geräten und Services beeinflusst.



Der Mobile World Congress konnte auch in diesem Jahr nicht über mangelnde Resonanz klagen. Besonders die Stände der populären Gerätehersteller, hier Halle 8 unter anderem mit Samsung, LG und Motorola, zogen die Massen an.

del. Denn während einerseits komplett neue Zielgruppen erschlossen werden, benötigen bestehende Kunden aktuelle Geräte und Verträge, um neue Möglichkeiten ausschöpfen zu können. Ruckelfreie Videos, als Stream aus dem Internet auf das Gerät geladen, grafisch aufwendige Online-Games, das Hochladen großer Bilddateien in Internetgalerien oder das Einstellen von Videobeiträgen in Soziale Netzwerke seien hier als besonders populäre Beispiele für Breitbandanwendungen genannt.

(Heim-)Vernetzung

Auch die wachsende Bedeutung des Themas (Heim-)Vernetzung für Industrie, Handel und Nutzer spiegelt sich auf dem MWC 2011 unübersehbar wider. Besonders eindrucksvoll geschah dies im „Embedded Mobile House“. Dort präsentierten at&t, Ericsson, IBM, kt, Qualcomm und Vodafone in unterschiedlichen Szenarien aus Consumer Electronics, Gesundheitswesen, Logistik etc., wie Mobilfunk die Basis für vernetztes Leben im privaten und beruflichen Umfeld schaffen kann.

Viele Aussteller unterstrichen diese Entwicklung durch die Präsentation entsprechender Geräte, die in Netzwerken genutzt werden können oder erst die Basis für ein Netzwerk schaffen. Dabei zeigen selbst Kleinigkeiten, in welche Richtung die Gedanken der Mobilfunkbranche gehen. So findet sich beispielsweise in immer mehr mobilen Endgeräten eine HDMI-



In immer mehr Smartphones, hier bei LG, finden sich HDMI-Schnittstellen.

Schnittstelle, über die die Präsentation von Fotos und Filmen aus dem Smartphone in hoher Qualität auf Computermonitoren oder TV-Geräten möglich wird.

Unzählige Apps

Eine der Ursachen dafür, dass der Smartphone-Markt in jüngster Vergangenheit so deutliche Wachstumsraten verzeichnet, ist die Möglichkeit, das eigene Gerät durch zusätz-

liche Software (kurz Apps als Abkürzung für Applikationen genannt) an seine individuellen Wünsche und Bedürfnisse anpassen zu können. Dementsprechend waren in Barcelona unzählige Apps zu sehen. Und dies nicht nur an den Ständen der Gerätehersteller, sondern auch in zwei eigens dafür eingerichteten Messebereichen, dem App Planet in Halle 7 und der Android Community in Halle 8.

Diese massive Präsenz bewies, dass Apps zu einem Wachstumstreiber der Mobilfunkbranche geworden sind und dies auch zukünftig sein werden. Zwar erfolgt der Kauf (sofern die App überhaupt kostenpflichtig ist) in der Regel online, so dass der stationäre Handel nicht von den Umsätzen und Erträgen profitiert, aber dennoch ergeben sich durch Apps große Chancen für Handel und Dienstleister. Sei es als Verkaufsargument für Geräte oder sei es durch die Entwicklung eigener Apps. Denkbar ist hier vieles, von der Fotobuch-Gestaltungs- und Bestell-App bis zu lokaler Werbung.

3D integriert

Natürlich gab es auch bei den Endgeräte-Herstellern viel Interessantes zu sehen. Allen voran ist hier der koreanische Produzent LG zu nennen, der mit dem LG P920 Optimus 3D und dem LG V900 Optimus Pad als weltweit erster Mobilfunkhersteller gleich zwei 3D-fähige Produkte vorführte. Hervorzuheben ist, dass beide Geräte mit zwei Kameras und einem Dual-Core-Prozessor ausgestattet sind und so „echte“ 3D-Fotos und -Videos aufnehmen und schnell verarbeiten können. Während die 3D-Aufnahmen des Pads ausschließlich über ein kompatibles Fernsehgerät betrachtet werden können, ermöglicht der spezielle

10,9 cm LCD-Touchscreen des Smartphones die 3D-Wiedergabe sogar ohne weitere Hilfsmittel.

Bilder und Videos in 2D oder 3D lassen sich mit beiden Geräten per HDMI 1.4-Verbindung und DLNA ein-



Das LG P920 Optimus 3D ist mit zwei Kameras und einem Dual-Core Prozessor ausgestattet.

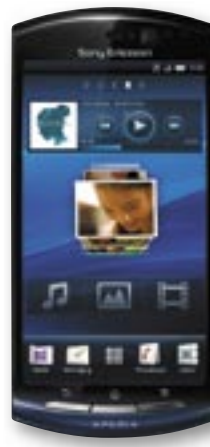
fach und komfortabel auf DLNA-kompatible Produkte übertragen. Zusätzlich können selbstgedrehte 3D-Clips im Handumdrehen auf den neuen 3D-Channel von YouTube geladen werden. Dazu gab LG in Barcelona

eine entsprechende Kooperationsvereinbarung bekannt.

Seit Kameras in Mobiltelefone integriert werden, ist Sony Ericsson einer der Vorreiter für die Nutzung hochwertiger Bildaufnahmekomponenten.

Auch auf dem MWC 2011 wurde der schwedisch-japanische Konzern dieser Rolle wieder gerecht: Mit dem Xperia neo und dem Xperia pro führte Sony Ericsson zwei Neuheiten ein, die sowohl mit einer 8,1-Megapixel-Kamera ausgestattet sind als auch auf die mobile Bravia Engine

und den preisgekrönten Exmor R-Bildsensor des Mutterkonzerns Sony zurückgreifen. Damit und mit der weiteren Ausstattung (zum Beispiel Touch-Autofokus, Gesichts- und Lächelerkennung, LED-Blitz, Bild-



Xperia neo

stabilisator) ist die Aufnahme hochwertiger Fotos und HD-Videos (720p) selbst bei schlechten Lichtverhältnissen möglich. Auch bei diesen beiden Neuheiten steht eine HDMI-Schnittstelle zur Übertragung der Bildinhalte auf andere Geräte bereit.

Die Betrachtung von Fotos und Videos wird bei einer Vielzahl der mobilen Geräte der jüngsten Generation durch erhebliche Verbesserungen der Displayqualität angenehmer. Flacher, heller, schärfer und mit weniger Energieverbrauch, so lässt sich die aktuelle Entwicklung mit wenigen Worten zusammen-

menfassen.

Und 1-GB-Prozessoren, in einigen Modellen gleich im Doppelpack eingesetzt, sorgen für ein optimiertes Verarbeitungstempo und fließendes Videovergnügen.



Nass ist besser als Trocken!



Lassen Sie sich von uns beraten! Wir stehen Ihnen gern mit unseren bewährten Marketingstrategien und Produktspezialisten zur Seite!

Im Wasenfeld 7
71 573 Allmersbach im Tal
www.tis-service.de
info@tis-service.de
Tel.: 07191/49 501 501

R!NG FOTO
Europas größter Fotoverbund
11.-13.03.2011/Erlangen

optimal
27.03.2011/Würzburg

Ricoh CX5 mit dem neuen Hybrid-AF-System

Schnell scharfstellen

Ricoh hat die CX5 als Nachfolgemodell der CX4 vorgestellt. Zu den neuen Funktionen der CX5 gehören der Hochgeschwindigkeits-Autofokus, eine verbesserte Bildqualität sowie ein erweiterter Zoombereich (28–300 mm entsprechend Kleinbild).

Auch das neue Ricoh Modell wurde nach dem Unternehmensleitsatz „Erweiterung der fotografischen Möglichkeiten“ konzipiert. Die CX5 wendet

sich – ebenso wie die bisherigen Modelle der CX-Serie – an Nutzer, die eine Digitalkamera für den, so Ricoh in einer Pressemitteilung, „perfekten Schnappschuss jederzeit und



überall (nah und fern, bei hellem Licht und in dunklen Räumen) suchen und Bildergebnisse wie erwartet erzielen wollen“.

Die CX5 ist mit Ricohs neuem Hybrid-AF-System ausgestattet. Dieses kombiniert einen Autofokussensor für eine fortwährende Messung der Entfernung zwischen Kamera und Motiv mit einem Kontrast-Autofokus und ermöglicht es der Kamera, in weniger als 0,2 Sekunden über den gesamten Brennweitenbereich hinweg scharfzustellen. Die CX4 benötigte dafür die doppelte Zeit. Aufnahmen sind (mit der Makrofunktion) ab einer Motiventfernung von einem Zentimeter möglich.

Die Hochauflöstechnologie der CX5 erkennt Konturen, Details und Tonwertstufen automatisch und bearbeitet das Foto mit den jeweils besten Einstellungen. Dadurch kann die Kamera Bilder mit höherer Auflösung als die Vorgängermodelle aufzeichnen. Für die Hochauflösung stehen die Einstellungen „aus“, „schwach“

und „stark“ bereit. Die Kamera bietet darüber hinaus die Digitalfunktion „hochauflösender Zoom“. Sie ermöglicht Teleaufnahmen bis zu 600 mm Brennweite (entsprechend Kleinbild) mit minimaler Reduzierung der Bildqualität.

Weitere Ausstattungsmerkmale der CX5 sind 14 Motivprogramme, ein rückseitig belichteter CMOS-Sensor mit 10,6 Megapixeln und das 3,0"/7,6-cm-Display mit 920.000 Leuchtpunkten.

Die Kamera ist mit den Gehäusefarben Schwarz, Silbergrün und Rosarot lieferbar.

Das Ricoh GXR-System auch mit Objektiven anderer Marken nutzen

Ricoh hat die Entwicklung eines Erweiterungsmoduls für das GXR-Kamerasystem angekündigt. Es handelt sich dabei um ein Objektivadaptermodul, mit dem Fremdobjektive mit dem GXR-System genutzt werden können. Das neue Modul ist dafür ausgelegt, die optischen Eigenschaften des angeschlossenen Objektivs optimal zu nutzen. Es ist mit einem 23,6 x 15,7 mm großen CMOS-Sensor (APS-C-Format; 12,9 Megapixel) und einem neuentwickelten Schlitzverschluss ausgestattet.

Ricoh GXR ist ein vollkommen neuartiges Wechselmodul-Kamerasystem, bei dem der Objektivaustausch durch den Wechsel von Aufnahmemodulen erfolgt, die Objektiv, Bildsensor und Bildverarbeitungsprozessor in sich vereinigen. Zur GXR-Serie gehören zur Zeit vier Aufnahmemodule.

Ricoh CX5

Pluspunkte

Gut ausgestattete „Immer-dabei“-Kamera mit schnellem AF-System und großem Zoombereich.

Ausstattung

- Auflösung: 10,6 Megapixel
- 3"/7,62 cm-Display
- Brennweite 28–300 mm
- Digitalzoomfunktion 600 mm
- Makrofotos ab 1 cm
- 14 Motivprogramme



Lieferbar ab sofort. Gehäusefarben: Schwarz, Silbergrün, Rosarot

Bei Canon gibt es neue Pixma Tintenstrahl-Multifunktionssysteme

Die drei neuen Tintenstrahl-Multifunktionssysteme Pixma MX420, Pixma MX410 und Pixma MX360 für Home-Office-Umgebungen sowie das neue Premiummodell Pixma MX885 für berufliche Anwender erweitern das Pixma Sortiment bei Canon. Die in Schwarz gehaltenen MX420 und MX410 sind WLAN-fähig. Farbdisplay, Speicherkartenslot und zusätzlich LAN zeichnen den MX420 aus. Neu ist die Möglichkeit, eingehende Faxe direkt auf USB-Stick beziehungsweise Speicherkarte im PDF-Format zu speichern, um sie so zu archivieren. Der MX420 ist zum Preis von 149 Euro*, der MX410 für 119 Euro*, der MX360 für 99 Euro* erhältlich. Alle Modelle kommen ab März in den Handel.

Der Pixma MX885 positioniert sich als neues Premium-Modell im Businessumfeld über dem MX870. Er ist schneller und mit einem neuen schwarzen Gehäuse ausgestattet. Zudem bietet er ein größeres Display und ein innovatives Bedienfeld, bei dem je nach ausgewählter Funktion nur die jeweils benötigten Tasten leuchten. LAN und WLAN für die Netzwerkintegration, automatischer Dokumenteneinzug mit Duplexfunktion für bis zu 35 Blatt, doppelseitiger Druck und zwei Papierzuführungen sind weitere Kennzeichen. Der 4-in-1-Allrounder ist ab März zum Preis von 219 Euro* erhältlich. (*alle Preise = UVPs)

Outdoor-Kamera Rollei Sportsline 60 löst die Rollei Sportsline 50 ab

Mit der Rollei Sportsline 60 hat RCP-Technik das Nachfolgemodell der Outdoor-Kamera Sportsline 50 ins Programm genommen. Auch bei der neuen Kamera handelt es sich um ein preisattraktives Modell, das bis zu drei Metern Tauchtiefe wasserdicht ist. Die Kamera ist mit einem Fünf-Megapixel-Chip und einer Festbrennweite von 64 mm (entsprechend Kleinbild) sowie achtfacher digitaler Zoomfunktion ausgestattet. Sie ermöglicht HD-Videos über und unter der Wasseroberfläche. Die Sportsline 60 ist darüber hinaus mit einem 2,5"-Display und sechs Motivprogrammen ausgestattet. Die bis zu einer Fallhöhe von einem Meter garantierte Stoßfestigkeit macht die Kamera fit für Outdoor-Aktivitäten. Durch die einfache Bedienung und das robuste Gehäuse in den knalligen Farben Pink, Gelb, Blau oder Grün eignet sich die Neuheit sehr gut für den fotografischen Nachwuchs. Die Stromversorgung der Sportsline 60 wird durch zwei AAA Alkaline Batterien sichergestellt. Mittels Speicherkarte oder USB 2.0 Anschluss erfolgt die Übertragung der Fotos und Filme auf PC/Mac. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 79,95 Euro.



Pentax stellt das erste Ultraweitwinkel-Objektiv für das Mittelformat vor

Mit einer Brennweite von 19,5 mm (entsprechend Kleinbild) ist das neue smc DFA 645 25 mm/4,0 SDM AW das erste Ultraweitwinkel-Objektiv im Pentax Mittelformatprogramm. Es ist mit zwei asphärischen Linsenelementen ausgestattet



und zeichnet sich laut Hersteller durch eine bemerkenswerte Lichtstärke bis in die Kanten bei minimalen Aberrationen aus. Die neue Aero Bright-Beschichtung sorgt für extrem hohe Lichtdurchlässigkeit und absolut reflexionsfreie Aufnahmen. Die gerundeten Blenden sorgen für ein attraktives Bokeh. Als Outdoor-Objektiv ist das smc DFA 25 mm mit elf Dichtungen gegen Staub und Spritzwasser geschützt. Die Frontlinse ist zudem mit einer SP (Super Protect) Beschichtung versehen, um Staub, Wasser und Schmutz abzuweisen. Der extra leise SDM-Ultraschallmotor garantiert ein nahezu geräuschloses Fokussieren. Ein integrierter Filterhalter rundet die Ausstattung ab.

Die Frontlinse ist zudem mit einer SP (Super Protect) Beschichtung versehen, um Staub, Wasser und Schmutz abzuweisen. Der extra leise SDM-Ultraschallmotor garantiert ein nahezu geräuschloses Fokussieren. Ein integrierter Filterhalter rundet die Ausstattung ab.

Take-away Strand?



Bilora startet neue Aktion für Fotohändler

„Erleben Sie was“

2009 hatte die Kürbi-Otto Tönnies GmbH anlässlich des 100jährigen Firmenbestehens als Dank für die Treue der Handelspartner eine besondere Rabattaktion gestartet. Diese war so erfolgreich, dass 2010 gleich die nächsten Sonderangebote für den Handel folgten. Und 2011 ist es schon fast eine Tradition, dass sich die Partner auf etwas Besonderes aus Radevormwald freuen können.

In diesem Jahr können die Kunden des bergischen Unternehmens unter dem Motto „Erleben Sie was – mit Bilora“ bei einer Angebotsaktion Erlebnisgutscheine von Jochen Schweizer sammeln und sich damit den Wunsch nach einem außergewöhnlichen Erlebnis erfüllen. Das Angebot des Eventveranstalters Jochen Schweizer bietet die unterschiedlichsten Aktivitäten. Ein Formel 1 Schnupperkurs, Fallschirmspringen oder Hubschrauber selber fliegen findet sich ebenso im Portfolio wie ein Drachen-Tandemflug oder Abseilen vom Hafenkran Hamburg.

Sechs Aktionen im Jahr 2011

Wer will, kann darüber hinaus beim Workshop eisbaden, bei der Feuerwehr oder im Drill Camp seine Grenzen testen. Abenteuerer dürfen zwei Tage lang in die Rolle eines Cowboys schlüpfen und ein Blockhaus bauen, Höhlen erkunden, goldwaschen oder fliegenfischen. Wer die kuli-



... oder das Dinner in heimeliger Unterwasser-Atmosphäre.



Mit Jochen Schweizer können sich Fotohändler ungewöhnliche Wünsche erfüllen, sei es der Tandem-Fallschirmsprung ...

narischen Sinnesfreuden bevorzugt, kann bei DFB-Koch Holger Stromberg kochen lernen, einen Braukurs besuchen oder sich einfach beim Konzert-Dinner verwöhnen lassen. So funktioniert die 2011er-Aktion: Bilora hat für dieses Jahr sechs Aktionen mit Sonderangeboten geplant, die jeweils zwei Monate gültig sind und profitable Gewinnspannen ermöglichen. In Abhängigkeit vom Bestellwert erhält der Händler zusätzlich einen oder mehrere Jochen Schweizer Wertgutscheine gratis dazu. Diese müssen spätestens nach drei Jahren eingelöst worden sein.

Jedes Aktionsangebot enthält verschiedene Produkte, aus denen der Händler wählen kann. Zum Auftakt im Januar/Februar gab es zum Beispiel die photokina-Neuheit Twister Pro Stative aus Aluminium und Carbon sowie Taschen, Ladegeräte, Card Safes und Geotagger.

Außerordentlich gute Gewinnspannen

In der März-/April-Aktion finden Biloras Händler unter anderem die Stative Blue Mag Line III und das Perfect Pro Carbon C-283 inklusive Kugelkopf. Außerdem werden Shell- und Fashion-Bags, Ladegeräte, Filter-Sets und der Swing Snap-Rucksack angeboten. Allen im Rahmen der Aktionen zur Verfügung stehenden Produkten gemeinsam ist die Tatsache, dass sich durch die Aktions-Einkaufspreise außerordentlich gute Gewinne erzielen lassen. Nähere Informationen erhalten Händler vom Kürbi-Otto Tönnies Außendienst oder telefonisch unter 02195-677032.

novero stellt die Videobrille Madison vor

Unter dem Namen Madison hat novero auf dem Mobile World Congress 2011 in Barcelona eine Videobrille als jüngstes Mitglied seiner Lifestyle-Produktfamilie vorgestellt. Madison bietet ihrem Träger ein großformatiges Videoerlebnis und somit eine Alternative zu den gewohnten Abspielgeräten. Die Brille hat einen eigenen Media-player, kann aber auch an andere Abspielgeräte wie



Mobiltelefone oder iPods angeschlossen werden. Ausgestattet mit zwei OLED-Displays, bietet sie ein Videoerlebnis, das einer Betrachtung auf einem 30-Zoll-Bildschirm in zwei Metern Entfernung gleicht. Das Gerät wird intuitiv über die Tasten des Media-players und über ein On-Screen Display bedient. Im Lieferumfang ist Software für Windows und Mac-Rechner enthalten. Videodateien können mit einer leicht verständlichen Drag-and-Drop-Oberfläche importiert und verwaltet werden. Alle Videos werden zudem automatisch in ein Format umgewandelt, das für die Bildschirmgröße und Auflösung der Brille am besten geeignet ist. Die Markteinführung ist für das zweite Quartal geplant. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung wird bei rund 250 Euro liegen.

Neue Canon Speedlite 320EX und 270EX II

Canon hat sein Angebot an Blitzgeräten um die Speedlite Modelle 320EX und 270EX II (als Nachfolgemodell des Speedlite 270EX) erweitert. Die neuen Modelle unterstützen die entfernungsgekoppelte E-TTL-II-Blitzsteuerung aktueller



EOS-Kameras und können direkt an den Blitzschuh der Kamera, aber auch kabellos als Slave-Blitz eingesetzt werden. Im letzteren Fall erfolgt die Steuerung über einen separaten Hauptblitz (Master) oder bei den Modellen EOS 600D, EOS 60D oder EOS 7D über den integrierten Speedlite Transmitter. Das Speedlite 270EX II (Bild links)

ist ein Blitzgerät mit Leitzahl 27 (ISO 100/21°) und schnellem, leisem Ladevorgang. Die Blitzeinstellungen können manuell über das Kameramenü vorgenommen werden. Der nach oben schwenkbare Blitzreflektor ermöglicht indirektes Blitzen. Mit dem manuell veränderbaren Zoomreflektor lässt sich der Leuchtwinkel an das Motiv anpassen. Kreative Experimente sind durch die vielfältigen Möglichkeiten zur variab-

len Ausleuchtung des Motivs und den Einsatz als Slave-Blitz zum kreativen entfesselten Blitzen möglich. Eine neue Fernauslöser-Funktion gestattet bei kompatiblen EOS-Kameras die kabellose Aktivierung des Auslösers.

Das neue Speedlite 320EX (Bild) bietet weitergehende Funktionen und wurde als Alternative für Hobbyfotografen und Profis konzipiert, die ein Zweit-Blitzgerät suchen. Als erstes Canon-Speedlite hat das Gerät eine LED-Videoleuchte, um bei Kameras mit Movie-Funktion eine durchgängige Beleuchtung bei der Videoaufzeichnung zu gewährleisten. Das Speedlite-Blitzgerät mit Leitzahl 32 (ISO 100/21°) ermöglicht die Anpassung des Leuchtwinkels auf Brennweiten von 24 und 50 Millimetern durch manuelles Aus- oder Einfahren des Blitzreflektors. Durch Drehen beziehungsweise Schwenken des Reflektors lässt sich die Beleuchtung, beispielsweise beim indirekten Blitzen, noch flexibler gestalten. Beide Speedlite Neuheiten werden dem Handel ab April zur Verfügung stehen. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen lauten: Speedlite 270EX II: 189 Euro, Speedlite 320EX: 279 Euro.



Baby to go?



Fritz Hübener verstorben



Fritz Hübener, Seniorchef des Norderstedter Herstellers Tetenal und Ehrenmitglied des Photoindustrie-Verbandes, ist am

7. Februar 2011 im Alter von 87 Jahren gestorben. Mit seinem Tod verliert die Foto- und Imagingbranche eine herausragende Unternehmerpersönlichkeit, deren Engagement als Vordenker und Mitstreiter für die Belange der gesamten Branche jahrzehntelang prägend war.

Fritz Hübener trat 1951 als Prokurist in die Tetenal Photowerk GmbH & Co. KG ein und wurde 1960 Mehrheitsgesellschafter und alleinvertretungsberechtigter Geschäftsführer sowie Gesellschafter-Geschäftsführer weiterer Tetenal-Tochtergesellschaften im In- und Ausland. 1993 übertrug Fritz Hübener die Geschäftsführung auf seinen Sohn Matthias Hübener und übernahm den Vorsitz des Gesamtbeirates der Tetenal-Gruppe. Von

2004 bis 2005 war Fritz Hübener Aufsichtsratsvorsitzender der Tetenal AG & Co. KG.

Neben seiner unternehmerischen Tätigkeit engagierte sich Hübener jahrzehntelang für die Belange der gesamten Fotobranche und darüber hinaus. So war er von 1977 bis 1984 Vorsitzender des Fachverbandes der Photochemischen Industrie (heute I&P Europe), dessen Vorstand er bis zum Mai 1994 angehörte. Fritz Hübener zählte auch zu den Mitbegründern des europäischen Verbandes der photochemischen Industrie. Darüber hinaus war er über zehn Jahre lang Vorstandsmitglied des Photoindustrie-Verbandes und wurde danach zum Ehrenmitglied des Photoindustrie-Verbandes berufen.

Fritz Hübener gehörte zudem verschiedenen Gremien des Verbandes der Chemischen Industrie (VCI) an, so unter anderem dem Ausschuss für Mittel- und Kleinbetriebe, arbeitete viele Jahre als Mitglied im Vorstand des VCI Nord mit, z. B. in der Etatkommission und als Mitglied des Hauptausschusses. Über 20 Jahre gehörte Hübener als Mitglied der Vollversammlung der Industrie- und Handelskammer zu Lübeck an. Zehn Jahre fungierte er als Vizepräsident der Kammer

und arbeitete dort als Vorsitzender in verschiedenen Ausschüssen und Beiräten mit. Als Vorstandsmitglied der Arbeitsgemeinschaft Norderstedter Industriebetriebe hat er sich in besonderem Maße für diesen nördlichen Industriestandort eingesetzt.

Mit Fritz Hübener verliert die deutsche Fotobranche einen typischen Vertreter der Unternehmergeneration, die nach dem Krieg den Wohlstand in Deutschland sozusagen aus dem Nichts aufbaute und dabei nicht nur die eigenen Interessen verfolgte, sondern stets Verantwortung für das „große Ganze“ und das Gemeinwohl bewies. So kannte Fritz Hübener, den man mit dem Begriff „hanseatischer Kaufmann“ treffend beschreiben kann, das Wort „Nachhaltigkeit“ schon, bevor es erfunden war, denn es kam ihm darauf an, sein Unternehmen so zu führen, dass sowohl die Mitarbeiter als auch die Kunden sich wirklich darauf verlassen konnten. Dabei bewies Hübener in vorbildlicher Weise Weitblick, Stehvermögen und Mut.

Für seine ehrenamtliche Arbeit und seine erfolgreiche unternehmerische Tätigkeit wurde Fritz Hübener 1994 mit dem Verdienstkreuz am Bande des Verdienstordens der Bundesrepublik Deutschland ausgezeichnet.

Dr. Kyra Sängler/Dr. Christian Sängler: Die besten Tipps zur Digital-Fotografie



Wie oft wünscht man sich in bestimmten Fotosituationen den Rat eines Profis, der einem den entscheidenden Tipp gibt, um das Beste aus dem anvisierten Motiv herauszuholen. Dieser Wunsch kann jetzt mittels des Buches von Dr. Kyra Sängler und Dr. Christian Sängler erfüllt werden, in dem passend zur jeweiligen

Situation die besten Infos und Tricks geliefert werden. Und dies keineswegs mit langatmigen technischen Erklärungen, sondern in Form konkreter Hilfestellung für den entscheidenden Moment. Zu den faszinierendsten Gebieten gehört die Fotografie von Menschen. Wie die besten Portraitaufnahmen oder perfekt in Szene gesetzte Gruppenaufnahmen gelingen, wird in diesem Buch einfach und praxisnah erklärt.

Tiere und Natur locken den Fotografen zu jeder Jahreszeit. Wie man die Tierchen am besten positioniert oder sie überhaupt vor die Linse bekommt, welche Zeit am besten für Landschaftsaufnahmen geeignet ist und wie man eine Blüte besonders romantisch ablichten kann – all diese Fragen werden in dem Buch professionell beantwortet. Ein weiteres Thema ist die Architektur-Fotografie. Ob mittelalterliche Buranlage, Jugendstilvilla oder postmodernes Kunstmuseum: Die schönsten Perspektiven und Details von Architektur aufzunehmen, macht jede Menge Spaß. Darüber hinaus vermittelt das Buch spezielle Techniken wie Panoramaformat, HDR oder Filmaufnahmen. Und auch die Nachbearbeitung am Computer, praxisbezogene Wege und kleine Workshops finden Sie ebenfalls in diesem Buch.

Dr. Kyra Sängler, Dr. Christian Sängler: Die besten Tipps zur Digital-Fotografie. Für unverwechselbare Fotos mit dem gewissen Etwas!, 456 Seiten mit zahlr. Farbfotos, Data Becker GmbH & Co. KG, Düsseldorf 2010, 978-3-8158-3519-7, 29,95 Euro.

Foto-Funktions-Handschuhe von Kaiser Fototechnik

Kaiser Fototechnik hat Funktions-Handschuhe ins Programm aufgenommen, die speziell für Fotografen entwickelt wurden. Sie können als Fäustling oder Halbfingerhandschuh genutzt werden.



Damit wärmen sie einerseits, andererseits ermög-

lichen sie die problemlose Bedienung der Kamera. Dazu werden die Finger- und Daumenabdeckungen einfach weggeklappt und mit einem Klettverschluss am Handrücken fixiert. Der vordere Teil der Finger ist dann frei. Das Material der Handschuhe ist atmungsaktives,

hautfreundliches Fleece. Auf der Handinnenfläche ist zusätzlich eine rutschhemmende Beschichtung aufgebracht. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung beträgt 29,95 Euro.

Neue HDMI Typ D Kabel im Hama Sortiment

Vor allem in kleinen, meist mobilen Geräten ist immer häufiger ein Steckplatz für HDMI Typ D Kabel zu finden. Speziell für diesen Micro-Anschluss gibt es jetzt bei Hama Kabel, mit denen Geräte wie Smartphone, Fotokamera oder Camcorder direkt mit einem TV-Bildschirm verbunden werden können. Die 0,5-m-Variante kostet laut Verkaufspreisempfehlung 29,99 Euro, das Zwei-Meter-Kabel 39,99 Euro.

Neues Blitzgerät für Nikon und Canon Kameras bei Dörr

Dörr bietet ab sofort unter der Bezeichnung DCF 50 Wi Digital Power Zoom ein neues Kompakt-Motorzoom Blitzgerät für Nikon und Canon Kameras

an. Laut Dörr ist die Neuheit „gespickt mit der feinsten Technik“, die zum moderaten Preis angeboten wird. Zu den Ausstattungsmerkmalen zählen unter anderem W-TTL Blitzsteuerung



für entfesseltes Blitzen ohne Kabel und die flexible Multi-Slave Funktion. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 259 Euro.

Fotobücher sofort zum Mitnehmen.



pocketbook
express

Erschließen Sie neues Umsatzpotenzial mit diesem Instant-Fotosystem:

- leicht in Selbstbedienung zu erstellen
- in flotten 5 Minuten gedruckt
- preiswert
- vielseitig einsetzbar
- 10 x 15 cm; 10–30 Seiten pro Buch

Coolpix Off

Nikon: Erfolgreiche I AM

NEU - hier erhältlich

Nikon
At the heart of the image

10x Zoom 18x Zoom 7x Zoom

I AM YOUR ZOOOOOM TEAM

Das Zoom Team
smart, superkompakt und
immer nah dran

Nikon will die im Frühjahr 2010 gestartete I AM Werbekampagne auch in diesem Jahr fortsetzen. Über den Erfolg der europaweiten Repositionierung des Markenauftritts sprach imaging+foto-contact mit Martin Broderick, der am 1. Dezember 2010 die neu geschaffene Position des Head of Marketing & Strategy bei der Nikon GmbH übernommen hat. Der erfahrene Markenartikler, der zuvor unter anderem für Sony Deutschland und Google Europe tätig war, will mit der Weiterentwicklung des emotionalen Werbeauftritts und einem integrativen Media-Mix die Marktposition von Nikon weiter ausbauen.

Für den Fotohandel stehen verschiedene Deko-Materialien mit den produktbezogenen I AM Werbemotiven zur Verfügung, die das jeweils wichtigste Verkaufsargument in den Mittelpunkt der Aussage stellen.



ensive

Werbekampagne geht in die nächste Runde

imaging+foto-contact: Herr Broderick, im Frühjahr des vergangenen Jahres hat Nikon mit der I AM Kampagne einen massiven Werbeauftritt gestartet, um vor allem die Nachfrage nach Coolpix Kompaktkameras zu steigern. Was können Sie uns zum Erfolg dieser Kampagne sagen?

Martin Broderick: Die Resultate der I AM Kampagne sind ebenso beeindruckend wie ihr emotionaler Auftritt. Die breit angelegte, europaweite Aktivität hatte ja das erklärte Ziel, das große Erbe der Marke Nikon – Professionalität, Echtheit und Innovation – einem großen Publikum nahezubringen und eine breite Zielgruppe vom Einsteiger bis zum ambitionierten Fotografen für Nikon zu begeistern. Um das zu erreichen, setzte die Kampagne konsequent auf Emotionen und drang tatsächlich zum Kern dessen vor, wie und was Menschen heute fotografieren. Das führte dazu, dass sich das Publikum in den Motiven

wiedererkennen konnte. Alle wichtigen Markenindikatoren, zum Beispiel gestützte und ungestützte Bekanntheit, Kaufabsicht und die Sympathiewerte für Nikon, haben sich im Laufe des Jahres 2010 deutlich verbessert.

imaging+foto-contact: Hat sich das auch auf Ihre Marktanteile im Kompaktkamera-Segment ausgewirkt?

Martin Broderick: Hinter der I AM Kampagne stand von Anfang an unsere Strategie, durch das Ansprechen eines großen Publikums besonders die Nikon-Position im Kompaktkamera-Segment zu verbessern und den Verkauf unserer Coolpix Modelle nachhaltig zu unterstützen. Das ist in vollem Umfang gelungen: Unser Marktanteil bei den Kompaktkameras hat sich über die letzten Monate hin sehr kontinuierlich nach oben entwickelt und liegt nun in Menge und Wert bei deutlich über 9 Pro-

zent. Damit haben wir unseren Marktanteil weit mehr als verdoppelt.

imaging+foto-contact: Welchen Modellen ist das zu verdanken?

Martin Broderick: Im Sog der Kampagne hat sich unsere gesamte Produktpalette sehr positiv entwickelt. Besonders erfolgreich waren wir mit der Coolpix S3000, die in Europa zur meistverkauften Digitalkamera des Jahres 2010 avancierte und auch in Deutschland in den GfK-Hitlisten ganz weit oben landete. Besonders zu erwähnen sind auch das Einstiegsmodell L21 und die Coolpix S5100, die dem mittleren Preissegment zuzuordnen ist. In der Oberklasse hat der Vollausstattungsbolide Coolpix P100 selbst die positivsten Erwartungen übertroffen.

imaging+foto-contact: Konnte davon auch der qualifizierte Fotohandel profitieren?



Die neue Coolpix Collection spricht mit einem kompletten Sortiment vom Einsteiger-Modell L23 bis zur Superzoom-Kamera P500 praktisch jede relevante Zielgruppe an.

Interview

Martin Broderick: Der Fotofachhandel hat nicht nur auch, sondern vor allem von der I AM Werbekampagne profitiert, die durch ihr integratives Konzept eine klare Linie vom TV-Auftritt bis zu wiedererkennbaren Elementen für den PoS realisiert. Deshalb haben unsere Handelspartner die Kampagne auch sehr gut aufgenommen und das von uns entwickelte PoS-Material erfolgreich eingesetzt. Im Ergebnis konnten wir unseren Marktanteil im Fotofachhandel besonders deutlich ausbauen.

imaging+foto-contact: Wie geht es mit der I AM Kampagne in diesem Jahr weiter?

Martin Broderick: Nach dem bisherigen Erfolg ist es ein logischer Schritt, dass wir die I AM Kampagne in diesem Jahr fortsetzen und den eingeleiteten positiven Trend weiter verstärken. Dafür haben wir die Kampagne weiterentwickelt: Sie spielt jetzt noch stärker mit emotionalen Momenten und den erlebten Reaktionen von Menschen, die fotografieren. Dabei werden erneut starke TV-Spots im Mittelpunkt des Media-Mix stehen, der sich auch auf Printmedien und Online-Auftritte erstrecken wird.

imaging+foto-contact: Und auf Auftritte am PoS?

Martin Broderick: Selbstverständlich werden wir dem Fotofachhandel wie im letzten Jahr professionell gestaltete PoS-Materialien zur Verfügung stellen, die Motive der Kampagne aufgreifen. Zusätzlich unterstützen wir unsere Handelspartner mit unserer neuen Produktpalette: Die neuen Coolpix Modelle zeichnen sich durch echte Innovationen und wichtige Allein-



Martin Broderick ist seit dem 1. Dezember 2010 als Head of Marketing & Strategy der Nikon GmbH für die Positionierung des Markenauftritts von Nikon verantwortlich.

stellungsmerkmale aus, und sie bieten tolles Design in vielen Trendfarben. Einen besonderen Schwerpunkt legen wir dabei auf Kameras mit

hohem Zoomfaktor, zum Beispiel die Coolpix S9100, und auf weitere Verbesserung der Bilderergebnisse, zum Beispiel durch Steigerung der Leistung in der Available Light Fotografie. Diese Produktvorteile unterstreichen wir sowohl in der Kampagne als auch auf den PoS-Materialien durch passende Aussagen wie „I AM the master of light“, „I AM the master of zoom“ oder auch bei den designorientierten Modellen durch „I AM your sexy team“.

Die neue Coolpix-Palette spricht über alle Segmente, vom preiswerten Einsteiger-Modell bis zur vollausgestatteten Superzoom-Kamera, praktisch jede Zielgruppe an. Das ist ein entscheidender Vorteil für unsere Handelspartner, die auf diese Weise in allen Marktsegmenten von der Stärke der Marke Nikon profitieren können.

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



Neue Kompaktkamera-Generation von Nikon



Farbiges Update

Auf der japanischen Messe CP+ hat Nikon seine Coolpix Frühjahrskollektion vorgestellt. Die acht neuen Modelle sprechen unterschiedliche Zielgruppen, vom Einsteiger über Design- und Lifestyle-Fans bis zu Superzoomern (36fach!), an, die Preisklassen reichen von 79 bis 429 Euro.

Farbig geht es bei den neuen Modellen der style-orientierten Coolpix S-Serie zu. Die Einsteigerkamera Coolpix S3100 wird in sieben Trendfarben zu haben sein, die von den Nikon-Designern in Zusammenarbeit mit der Mode-Industrie festgelegt wurden. Von violett bis blau und von rot bis gelb reicht die Palette. Vom Vorgängermodell S3000 unterscheidet sich die S3100 unter anderem durch einen größeren Zoomfaktor (26–130 mm), das mit 18,4 mm ultraflache Gehäuse und die Möglichkeit, HD-Videos (720p) aufzunehmen. Die Helligkeit des 6,7 cm (2,7") großen TFT-LCD-Monitors mit 230.000 Bildpunkten wurde gesteigert; die Lichtempfindlichkeit des 14,0-Megapixel-Modells reicht im Automa-

tik-Modus von ISO 80 bis 1.600. Dabei kann eine Obergrenze (ISO 400 oder 800) festgelegt werden. Die Kamera ist ab sofort zu einem UVP von 139 Euro im Handel erhältlich. Ebenso wie die S3100 wird die neue Coolpix S4100 mit dem Slogan „I am sexy“ beworben. Sie unterscheidet sich vom Einsteigermodell durch ein berührungsempfindliches Display (7,5 cm/3") mit 460.000 Bildpunkten; zur Bedienung gehört ein StylusPen zum Lieferumfang, mit dem auch einfache Bildbearbeitungen direkt in der Kamera vorgenommen werden können. Zur Ausstattung gehören auch Motiv-Verfolgung und Gesichtserkennung. Die Coolpix S4100 ist in den Farben Violett, Rot, Schwarz, Bronze und Silber

ab sofort erhältlich; der UVP beträgt 159 Euro.

Zoom-Team

Das „Zoom-Team“ der Coolpix S-Familie wird neben der bereits auf der photokina vorgestellten und seit Januar erhältlichen Coolpix S8100 (12,1 Megapixel, 10fach-Zoom, 30–300 mm) um die Coolpix S6100 erweitert. Sie ist mit einem 16-Megapixel-Bildsensor ausgestattet und bietet ein 28–196 mm 7fach-Zoomobjektiv, ein 7,5 cm/3" großes berührungsempfindliches Display, HD-Video-Funktion (720p) und einen optischen Bildstabilisator. Zur leichten Übertragung der Videoaufnahmen (mit Stereoton) zum Fernseher gibt es eine HDMI-Schnittstelle. Die Coolpix S6100 kommt Mitte März zum UVP von 219 Euro auf den Markt. Mit einem 25–450 mm 18fach-Zoomobjektiv bietet die neue Coolpix S9100 einen sehr großen Brennwei-

Neuheiten

Die neuen Coolpix Modelle auf einen Blick				
Modellbezeichnung	Coolpix L23 Kit	Coolpix L120	Coolpix P300	Coolpix P500
Bildsensor / Auflösung	1/2,9-Zoll-CCD / 10,1 MP	1/2,3-Zoll-CCD / 14,1 MP	1/2,3-Zoll-CMOS / 12,2 MP	1/2,3-Zoll-CMOS / 12,1 MP
Objektiv (Blende/Brennweite)	2,7–6,8/28–140 mm	3,1–5,8/25–525 mm	1,8–4,9/24–100 mm	3,4–5,7/22,5–810 mm
Objektiv (Linsen/Gruppen)	6/5 (eine ED-Glaslinse)	12/9	7/6 (eine HRI-Linse)	14/9 (eine ED-Glaslinse)
Fokus ab / Makro ab	30 cm / 3 cm (Weitwinkel)	50 cm / 1 cm (Weitwinkel)	30 cm / 3 cm (Weitwinkel)	50 cm / 1 cm (Weitwinkel)
Monitor (Größe/Auflösung)	2,7 Zoll / 230.000 Pixel	3,0 Zoll / 921.000 Pixel	3,0 Zoll / 921.000 Pixel	
ISO-Empfindlichkeit	80 – 1.600	80 – 1.600 / 3.200 und 6.400 durch Pixel-Addition	160 – 3.200	
Bildstabilisator	digital	Bildsensor und digital	optisch	optisch und elektronisch
Interner Speicher	22 MB	102 MB	90 MB	120 MB
Stromversorgung	2 x AA Batterien / Akkus	4 x AA Batterien / Akkus	Lithium-Ionen-Akku EN-EL12	Lithium-Ionen-Akku EN-EL5
Abmessungen (H x B x T)	59,9 x 96,7 x 29,3 mm	76,5 x 109,9 x 78,4 mm	103,0 x 58,3 x 32,0 mm	115,5 x 83,5 x 102,5 mm
Gewicht (betriebsbereit)	170 Gramm	431 Gramm	190 Gramm	494 Gramm
Farbvarianten	Blau, Schwarz, Silber, Rot, Pink	Rot, Schwarz	Schwarz	Schwarz
UVP	79,- Euro	269,- Euro	329,- Euro	429,- Euro
Verkaufsstart (voraussichtlich)	April 2011	Februar 2011	März 2011	

tenbereich im außerordentlich kompakten Gehäuse (104,8 x 62,0 x 34,6 mm). Das 12,1-Megapixel-Modell (rückwärtig belichteter CMOS-Sensor) ist mit einem 7,5 cm/3" großen LCD mit 921.000 Bildpunkten ausgestattet, der sich durch besondere Helligkeit auszeichnet. Der optische Bildstabilisator wird durch ein digitales System unterstützt. Das Modell nimmt Full-HD-Videos (1.080p) auf und überträgt sie mit Hilfe einer HDMI-Schnittstelle problemlos zum Fernsehgerät; für Bewegungsstudien gibt es eine Highspeed-Videofunktion mit 240 Bildern pro Sekunde. Wie die Coolpix S8100 ist die S9100 besonders gut für Aufnahmen bei schlechten Lichtverhältnissen ausgerüstet. Für Fotos bei Nacht gibt es eine HDR-Funktion, bei der die Kamera acht Aufnahmen rasch hintereinander belichtet und daraus ein ausgewogenes Bild errechnet. Ähnlich funktioniert die Nacht-Portrait-Funktion: Hier werden sieben aufeinander folgende Aufnahmen mit einer achten bei zugeschaltetem Blitz

ergänzt. Auch die Coolpix S9100 ist ab Mitte März erhältlich, und zwar in den Farben Schwarz, Rubinrot und Silber. Der UVP beträgt 329 Euro.

High-End mit 36fach-Zoom

Die neuen Coolpix Modelle für anspruchsvolle Fotografen, die wissen, was sie tun, heißen P300 und

P500. Sie bieten nicht nur alle Möglichkeiten der manuellen Einstellung, sondern zeichnen sich vor allem durch ihre anspruchsvoll konstruierten Objektive aus. Dabei setzt Nikon zwei ganz unterschiedliche Schwerpunkte.

So bietet die Coolpix P300 ein 4,2fach-Zoomobjektiv mit einem Brennweitenbereich von 24–100 mm

Die Coolpix P500 bietet rekordverdächtige Ausstattungsmerkmale. Dazu gehören unter anderem: 36facher Brennweitenbereich (22,5–810 mm), Full-HD-Video, 2,1-MP-CMOS-Sensor sowie ein schwenkbarer, hochauflösender 3,0-Zoll-Monitor (921.000 Bildpunkte) mit Antireflexbeschichtung und einstellbarer Helligkeit.



Die neuen Coolpix Modelle auf einen Blick								
	Coolpix S3100		Coolpix S4100		Coolpix S6100		Coolpix S9100	
	Bildsensor / Auflösung		1/2,3-Zoll-CCD / 14,0 MP		1/2,3-Zoll-CCD / 16,0 MP		1/2,3-Zoll-CMOS / 12,1 MP	
	Objektiv (Blende/Brennweite)		3,2–6,5/26–130 mm		3,7–5,6/28–196 mm		3,5–5,9/24–450 mm	
	Objektiv (Linsen/Gruppen)		6/5		9/7 (keine ED-Glaslinse)		12/11 (asphärische Linsen: 7 Oberflächen, 4 Elemente)	
Fokus ab / Makro ab	50 cm / 10 cm (Weitwinkel)				50 cm / 3 cm (Weitwinkel)		50 cm / 4 cm (Weitwinkel)	
Monitor (Größe/Auflösung)	2,7 Zoll / 230.000 Pixel		3,0 Zoll / 460.000 Pixel		3,0 Zoll / 460.000 Pixel		3,0 Zoll / 921.000 Pixel	
ISO-Empfindlichkeit	80 – 3.200, ISO-Automatik mit definierbarer Obergrenze				80 – 3.200* (*Pixel-Addition)		160 – 3.200	
Bildstabilisator	digital				optisch		Bildsensor und elektronisch	
Interner Speicher	45 MB		20 MB		64 MB		74 MB	
Stromversorgung	Lithium-Ionen-Akku EN-EL19				Lithium-Ionen-Akku EN-EL12a		Lithium-Ionen-Akku EN-EL12	
Abmessungen (H x B x T)	57,5 x 93,5 x 18,4 mm		56,8 x 95,0 x 19,9 mm		97,9 x 58,0 x 26,6 mm		104,8 x 62,0 x 34,6 mm	
Gewicht (betriebsbereit)	118 Gramm		131 Gramm		175 Gramm		214 Gramm	
Farbvarianten	Schwarz, Silber, Zitrusgelb, Rot, Pink, Violett, Lagunenblau		Schwarz, Silber, Bronze, Violett, Rot		Schwarz, Silber, Pink, Violett, Rot		Nachtschwarz, Rubinrot, Graphitsilber	
UVP	139,- Euro		159,- Euro		219,- Euro		329,- Euro	
Verkaufsstart (voraussichtlich)	Februar 2011				März 2011			

und einer bemerkenswert großen Lichtstärke von f1,8–4,9. Die Kamera ist mit einem rückwärtig belichteten 12,2-Megapixel CMOS-Bildsensor ausgestattet, dessen Empfindlichkeitsbereich im Automatik-Modus von ISO 160 bis 1.600 reicht. Full-HD-Videofunktion (1.080p), HDMI-Schnittstelle und ein besonders helles 7,5 cm/3" großes Display mit 921.000 Bildpunkten runden die Ausstattung ab. Die Coolpix P300 kommt Mitte März zum UVP von 329 Euro auf den Markt und ist in der Gehäusefarbe Schwarz erhältlich.

Für die neue Coolpix P500 hat Nikon den Werbeslogan „I am the Master of Zoom“ vorgesehen, und das zu Recht: Denn der Brennweitenbereich von 22,5–810 mm (36fach) ist rekordverdächtig. Dabei steht die Zoomfunktion auch im Full-HD-Videomodus zur Verfügung.

Auch dieses Modell ist mit dem 12,1-Megapixel CMOS-Sensor ausgestattet, verwacklungsarmes Fotografieren mit dem extremen Brennweitenbe-

reich wird durch einen Hybrid-VR Bildstabilisator (beweglicher Sensor und digitale Unterstützung) erleichtert. Der 7,5 cm/3" große helle LCD-Monitor ist schwenkbar; mit einer Serienaufnahmetaste kann schnell zwischen Einzelbild und Serienaufnahmen hin und her geschaltet werden.

Die Coolpix P500 ist in der Gehäusefarbe Schwarz ab Anfang März 2011 erhältlich; die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 429 Euro.

Für Einsteiger

Für Fotografen, die es am liebsten einfach haben, bringt Nikon zwei neue Modelle der Coolpix L-Serie. Mit einem 21fach-Zoomobjektiv (25–525 mm) ist die Coolpix L120 ein Allround-Talent, das auch die Aufnahme von HD-Videos (720p) ermöglicht. Mit Hilfe des seitlichen Zoomschalters kann stufenlos durch den gesamten Brennweitenbereich gezoomt werden. Die Übertragung zum Fernseher ist durch den integrierten HDMI-Mini-

anschluss besonders einfach. Die Coolpix L120 ist ab sofort in den Farben Rot und Schwarz erhältlich; die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 269 Euro.

Ein Einsteigermodell für die ganze Familie ist die Coolpix L23. Für ganze 79 Euro bietet sie ein 5fach-Zoomobjektiv (28–140 mm), 10 Megapixel und digitalen Bildstabilisator mit Motion Detection. Das SmartPortrait System bietet Funktionen wie Lächeln-Auslöser und Hautweichzeichnung für gelungene Portrait-Aufnahmen. „Mit der Coolpix L23 bieten wir Einsteigern die Möglichkeit, ein echtes Markenprodukt zu einem sehr günstigen Preis zu erwerben“, erklärte Jens Gutzeit, Produktmanager Consumer Digitalkameras bei der Nikon GmbH. „Damit haben Einsteiger die Möglichkeit, sich selbst in dieser Klasse auf den Service der Weltmarke Nikon verlassen zu können.“

Die Coolpix L23 ist ab sofort in den Farben Blau, Rot, Schwarz, Pink und Silber erhältlich.

Cyber-shot HX9V und HX100V von Sony

Full-HD für unterwegs

Immer mehr ehemals als klassisch bezeichnete Fotokameras bieten inzwischen die Möglichkeit, spontan Videofilme aufzuzeichnen. Sony hat mit dem Frühjahrs-Portfolio 2011 einige attraktive Cyber-shot Modelle vorgestellt, die Videoaufnahmen sogar in Full-HD-Qualität ermöglichen. Dazu gehören die Cyber-shot HX9V und die Cyber-shot HX100V.

Sie weisen schon äußerlich darauf hin, dass sie nicht nur Fotografen ansprechen, sondern auch Videofilmer: Ein auffälliger roter „Movie“-Knopf ermöglicht den sofortigen Start der Filmaufnahme in Full-HD im AVCHD-Format mit 50 Vollbildern pro Sekunde (1.920 x 1.080 Pixel, 50p). Für eine optimale Bildqualität beim Filmen ist unter anderem der optische Bildstabilisator mit Aktiv-Modus verantwortlich. Er zeich-



Die kompakten „Immer-dabei“ Cyber-shot Kameras von Sony eignen sich für spontane Fotos und Filmaufnahmen in Full-HD.

net sich dadurch aus, dass er auch dann für verwacklungsfreie Aufnahmen sorgt, wenn der Film im Gehen aufgenommen wird. Dabei werden sowohl horizontale als auch vertikale und die durch die Drehbewegung der Kamerahand entstehenden Verwacklungen ausgeglichen.

Mit verschiedenen Funktionen werden die beiden Cyber-shot-Kameras zudem dem aktuellen 3D-Trend gerecht. So nehmen die Kame-

ras zum Beispiel im 3D-Panorama-Modus während eines Schwenks mehrere Fotos auf und erstellen aus einer Vielzahl von Aufnahmen ein stereoskopisches Panorama. Im 3D-Fotomodus fertigen die Kameras zwei Aufnahmen mit unterschiedlichen Fokuspunkten an und erzeugen so verschiedene Bildtiefen für das rechte und das linke Auge, damit der 3D-Effekt entsteht.

Einen dem 3D-Bild sehr ähnlichen Effekt bieten Aufnahmen im Multi-Winkel-Schwenkmodus. Hierbei wird ein Motiv automatisch aus bis zu 15 verschiedenen Perspektiven fotografiert und lässt sich später auf dem Display betrachten. Um die Perspektiven zu wechseln, muss die Kamera beim Betrachten nur hin- und herbewegt werden.

Auch durch den integrierten GPS-Recorder mit Kompass zeigen die beiden Neuheiten, dass sie technisch auf



Mit ihrem Zoomobjektiv aus dem Hause Carl Zeiss, dem beweglichen Display und der Fähigkeit, Videofilme in Full-HD-Qualität zu drehen, bietet die Cyber-shot HX100V von Sony Eigenschaften, die auch in Profikameras zu finden sind.

dem aktuellsten Stand sind. Dank der GPS-Funktionalität lässt sich jede Aufnahme in Verbindung mit der mitgelieferten Software und einer bestehenden Internet-Verbindung über Google Maps exakt lokalisieren.

Weiterhin hervorzuheben ist bei beiden neuen Cyber-shot Modellen die Tatsache, dass sie dem Fotografen trotz ihrer kompakten Bauweise die Arbeit in einem großen Brennweitenbereich ermöglichen. Die HX9V ist mit einem G-Objektiv von Sony mit 16fach-Zoom (24–384 mm entsprechend Kleinbild) ausgerüstet. Die



Die Cyber-shot HX9V kommt in den Varianten Schwarz und Gold auf den Markt.



DSC-HX100V bietet mit ihrem lichtstarken (F2,8–5,6) 30fach Carl Zeiss Vario Sonnar T* einen fast doppelt so hohen Vergrößerungsfaktor und erlaubt Fotos im Brennweitenbereich von 27 bis 810 mm (entsprechend Kleinbild). Zu den weiteren Vorzügen der HX100V gehört dabei die Möglichkeit, manuell zu fokussieren. Dies ist insbesondere bei Makroaufnahmen hilfreich, bei denen der Tiefenschärfebereich sehr klein ist.

Beide Kameras sind ab Ende April verfügbar. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen lauten für die Cyber-shot HX9V 369 Euro und für die Cyber-shot HX100V 469 Euro.



Die HDR-PJ10E Handycam von Sony kann nicht nur Fotos und Filme aufnehmen, sondern diese auch über den integrierten Mini-Beamer sofort nach der Aufnahme projizieren.

Filmvorführung sofort

Nicht immer reichen die Möglichkeiten einer Fotokamera aus, um beim Filmen das gewünschte Ergebnis zu erzielen. Deshalb bietet Sony als Alternative ein breites Handycam-Portfolio für ambitionierte und Hobbyfilmer an. Sie weisen viele Ausstattungsmerkmale auf, die speziell auf die Bedürfnisse von Videofilmen zugeschnitten sind. Zwei Full-HD-Camcorder im aktuellen Programm sind die HDR-PJ10E, die über einen integrierten Beamer die sofortige Filmvorführung ermöglicht, und die HDR-TD10E, die für Filmaufnahmen in 3D optimiert ist.

Bei dem kompakten LED-Videoprojektor, der bei der HDR-PJ10E ins Display integriert wurde, handelt es sich um ein sogenanntes Digital Micromirror Device (DMD) mit einer Auflösung von 640 x 360 (16:9-Format). Die zur Projektion verwendete Technologie wird bereits in DLP-Beamern (Digital Light Processing) verwendet. Er ermöglicht die Projektion von Bildern mit einer maximalen Bilddiagonale von 60"/150 cm, sehr guter Farbwiedergabe dank RGB LED und einem starken Kontrastverhältnis von bis zu 1.500:1. Das Gerät zeichnet Full-HD-Videos (1.920 x 1.080 Pixel) im AVCHD-Format mit 50 Vollbildern auf. Darüber hinaus bietet die HDR-PJ10E ein 30fach-Zoomobjektiv (ca. 30–900 mm entsprechend Kleinbild), die Funktion iAuto, die Motive und Szenen automatisch erkennt, und neun Belichtungsautomatiken. Gemeinsam mit der Handycam HDR-TD10E ist sie zudem mit der optischen Bildstabilisierung mit neuem Aktiv-Modus mit Anti Roll ausgestattet. Sie

sorgt für ruckelarme Aufnahmen auch im Gehen. Ebenfalls gemeinsam haben beide Modelle die Funktion Golf Shot

zur Aufnahme und Analyse schneller Bewegungsabläufe.

Herausragendes Kennzeichen der HDR-TD10E ist allerdings die Fähigkeit, Videos in Double Full-HD zu



machen. Dazu bietet die Handycam zwei Zoomobjektive im Abstand von 31 mm (ca. 34,4–344 mm bei 3D bzw. 29,8–357,6 mm bei 2D, jeweils entsprechend Kleinbild), zwei Exmor R CMOS-Sensoren mit jeweils 4,2 Megapixeln und zwei Bionz Hochgeschwindigkeits-Bildprozessoren. Die HDR-PJ10E (UVP: 649 Euro) kommt Mitte März, die HDR-TD10E (UVP: 1.599 Euro) Mitte April auf den Markt.

Der Cewe Color Fotokiosk soll noch vielseitiger Großes Angebot am

Mit dem Cewe Fotobuch hat Cewe Color den unbestrittenen Champion unter den wertschöpfungsstarken Bildprodukten auf den Markt gebracht; aber auch dem Wachstum für schnelle Prints direkt im Geschäft trägt das Unternehmen Rechnung. Das erst zur photokina ausgebaut Leistungsprofil des Cewe Fotokiosks soll in diesem Jahr nochmals erweitert werden.

Der bereits 2006 von Cewe eingeführte Fotokiosk bietet ein breites Leistungsspektrum. Zum einen dient er – wie Cewes erfolgreicher Digi-Foto Maker ohne Sofortdruck-Funktion – als Annahme-Terminal für Aufträge, die in den Betrieben des

Bilddienstleisters verarbeitet und dann über den Handelspartner ausgeliefert werden. Die derzeitige Software ermöglicht bereits die Bestellung einer breiten Produktpalette; dazu gehören zum Beispiel Fotos und Poster in Standard- und



Mit Hilfe einer Farbmarkierung können die Kunden sofort erkennen, welche Produkte im Großlabor (roter Rahmen) produziert oder sofort gedruckt (gelber Rahmen) werden.



Das Gestalten einer Grußkarte ist denkbar einfach: Foto auswählen, persönlichen Text eingeben, drucken.

Premiumqualität in allen populären Formaten, Poster-Collagen, das auf der photokina vorgestellte handliche Smartalbum und das Cewe Fotobuch Light. Auch ein großes Sortiment von Dekoartikeln wie Fotoleinwänden, Poster auf Alu-Dibond und hinter Acryl sowie Fotogeschenken wie Mauspads, Tassen, Bierkrügen und Puzzles sowie Textilien kann über den Cewe Fotokiosk bestellt werden.

Zusätzlich bietet der Kiosk seinen Betreibern die Möglichkeit, von der wachsenden Nachfrage nach Bildern und Bildprodukten zu profitieren, die direkt im Geschäft hergestellt werden. Denn er ist mit bis zu zwei Druckern ausgestattet und er-

iger werden PoS

möglicht so den sofortigen Ausdruck von Prints in den Formaten 10 x 15 cm, 15 x 20 cm (auch als 13 x 18 cm Foto mit Rand) und 20 x 30 cm. Dabei haben die Kunden bereits jetzt eine große Auswahl: Neben Fotos können an den Fotokiosks ganz einfach Collagen und Fotogrußkarten (274 Vorlagen in 12 Kategorien wie Baby, Hochzeit, Urlaub) mit Text gestaltet und sofort ausgedruckt, Archiv-CDs/-DVDs erstellt sowie biometrische Passbilder und Fotosets produziert werden. Vielfältige Bildbearbeitungsfunktionen stehen dabei zur Verfügung, zum Beispiel automatische Bildverbesserung und Rote-Augen-Korrektur für Labor- und Sofortdruckprodukte, frei wählbarer Bildausschnitt und die Umwandlung von Farbfotos in Sepia- oder Schwarzweißbilder.

Einfache Bedienung

Wie alle Software-Produkte von Cewe zeichnet sich auch die Bedie-



Mit dem Cewe Fotokiosk kann jetzt eine noch breitere Palette von Bildprodukten bestellt und zum Teil direkt im Geschäft gedruckt werden.

neroberfläche des Cewe Fotokiosks durch eine besonders einfache Handhabung aus, deren Konzept

mit Unterstützung einer Hamburger Usability Agentur entwickelt wurde. Bereits die Start-Animation auf dem berührungsempfindlichen Display macht den Kunden sozusagen Appetit auf Bilder und Bildprodukte. Bei deren Auswahl können sie anhand eines einfachen Farb-Codes auf einen Blick zwischen Laborprodukten (roter Rahmen) und Sofortdruck-Artikeln (gelber Rahmen) unterscheiden.

Das Infrarot-Touchscreen ist sehr berührungsempfindlich und ermöglicht kinetisches Scrollen, zum Beispiel bei der Auswahl von Fotos und Grußkarten-Vorlagen.

Auch dem Verkaufspersonal macht der Cewe Fotokiosk das Leben leicht. Das Linux Betriebssystem ermöglicht einen schnellen und sicheren Systemstart und zeichnet sich zudem durch praktische Resistenz gegen Viren aus. Die Thermotransfer-Drucker der neuesten Generation produzieren nicht nur eine hervorragende Bildqualität, sondern sind durch Frontbeladung auch einfach mit Verbrauchsmaterial zu bestücken und zeichnen sich durch geringe Störanfälligkeit und besonders lange Lebensdauer des Druckkopfes aus.

Ein Softwaretool veranschaulicht das Einlegen von Thermopapier und Folie und visualisiert einfache Handgriffe zum laufenden Betrieb.

Mehr Auswahl

Auf der photokina 2010 wurde bereits das nochmals erweiterte Leistungsspektrum des Cewe Fotokiosks vorgestellt. So wird jetzt sowohl mit den DigiFoto Maker Annahmeterminals als auch mit den

Sofortdruck-Kiosks der Zugriff auf Bilder möglich, die in Online-Alben, zum Beispiel bei Facebook, abge-

speichert sind. Mit diesen Fotos können dann sofort Bildprodukte gestaltet und entweder im Cewe

Color Betrieb produziert oder direkt vom Kiosk ausgedruckt werden. Umgekehrt können am Kiosk erstell-

Cewe Color kürt Europas beste Fotos

Der von Cewe Color ins Leben gerufene Fotowettbewerb „Europe is beautiful“ ist jetzt mit der Ermittlung der Sieger abgeschlossen. Innerhalb von sieben Monaten hatten die 14.000 Teilnehmer an Europas größtem Online-Fotowettbewerb rund 30.000 Fotos hochgeladen.

Den ersten Platz belegte ein Foto aus Rumänien. Károly Pató aus Budapest gewann mit einer Aufnahme, die nach Meinung der Jury durch einen unverstellten Blick auf das Leben besticht. Zu sehen ist ein tanzendes Paar, das eine unvergleichliche Fröhlichkeit und Glückseligkeit ausstrahlt. Den zweiten Platz belegte Noel Plaszkó aus Ungarn mit einem lebendigen Foto, das sich durch das raffinierte Spiel von Licht und Schatten, die ungewöhnliche Perspektive und die Vielzahl von Details auszeichnet. Der dritte Platz ging nach Deutschland: Denise S. überzeugte mit ihrem Foto von einem Mann und einem Kind bei der Jagd auf einen Fußball durch eine besonders geschickte Bildkomposition.

Der Hauptgewinner darf sich über eine zweiwöchige Luxus-Kreuzfahrt zu zweit von Amsterdam bis zum Nordkap und zurück freuen. Die Zweit- und Drittplatzierten erhalten eine mehrtägige Reise nach Paris bzw. London für jeweils zwei Personen. Die Plätze vier bis zehn gewinnen je eine Lumix DMC-FZ38 aus dem Hause Panasonic. Auch für die Preisträger der Plätze elf bis 25 gibt es eine Panasonic-Digitalkamera: die DMC-ZX3. Insgesamt hat Cewe Color für den Wettbewerb 500 Preise im Gesamtwert von über 35.000 Euro vergeben.

In der Jury waren namhafte Vertreter der Fotografie- und Kunstszene zusammengekommen, um die besten Fotos des Wettbewerbs zu küren: Susanne Merbold von Getty Images, Kathrin Müller von National Geographic Deutschland, Dr. Jürgen Reiche, Ausstellungsdirektor der Stiftung Haus der Geschichte der BRD, Kai Müller, Her-

ausgeber des Blogs StyleSpion.de sowie Wolfgang Heinen vom Fachmagazin Photopresse.

„Als größter europäischer Foto-Dienstleister ist es uns ein Anliegen, das Kulturgut Fotografie zu bewahren. Mit seiner enormen Beteiligung ist der Wettbewerb für uns ein voller Erfolg“, sagte Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender von Cewe Color. „Auch unsere fachkundig besetzte Jury zeigte sich von Umfang und Vielfalt der Einsendungen beeindruckt.“

Wir werden im Anschluss an den Wettbewerb einen Europa-Bildband als Cewe Fotobuch herausgeben, den auch alle Preisträger als Geschenk erhalten werden. Ich gratuliere den Gewinnern ganz herzlich.“



Das Siegerbild von Károly Pató aus Budapest besticht nach Meinung der Jury durch einen unverstellten Blick auf das Leben.



Auch Bildprodukte wie das handliche Smart Album oder Fotoleinwände können am Cewe Kiosk bestellt werden.

te Bildprodukte wie Grußkarten direkt zu Facebook hochgeladen werden. Dies ist natürlich nur möglich, weil alle neuen Geräte nun online geschaltet werden.

Zudem erhalten die Kunden eine noch größere Auswahl und können auch Fotos mit Text, Postkarten und Standbilder von Videofilmen bestellen. Auch doppelseitig bedruckte Grußkarten, Poster oder Fotobuchseiten können in naher Zukunft mit dem Cewe Fotokiosk produziert werden. Zudem wird die Netzwerkfähigkeit der Geräte erweitert: Bereits jetzt ist der Anschluss von Inkjet-Druckern für größere Formate möglich.

In Zukunft besteht auch die Option des Zusammenspiels mit weiteren Ausgabegeräten wie zum Beispiel Duplexdruckern mit Hologramm-druck.

Auch das Einkaufserlebnis am Touchscreen und die Bedienung werden weiter verbessert. So bietet der Cewe Fotokiosk zum Beispiel die Möglichkeit der Sortierung der Fotos nach Name und Datum. Die Visualisierung der Bildprodukte wird durch dreidimensionale Darstellungen noch anschaulicher.

Nicht zuletzt hat sich Cewe auf den

aktuellen Trend der Connectivity und die wachsende Bedeutung mobiler Geräte eingestellt. So ist die Bestellung der schnellen Fotos für die Besitzer von iPhones durch eine „Fotos Sofort“ App besonders komfortabel. Auch die Verbindung zum Business Gerät BlackBerry ist vorhanden.

„Als führender Bilddienstleister hat Cewe Color den digitalen Bildermarkt von Anfang an gestaltet und wegweisende Produkte eingeführt“, betont Wolfgang Abendroth,

Geschäftsführer On-Site Finishing bei Cewe. „Mit unserer großen Kompetenz in der eigenen Software-Entwicklung haben wir die besten Möglichkeiten, auch die aktuellen Trends in wertschöpfungsstarke Produkte umzusetzen und damit unseren Kunden zu ermöglichen, dem Konsumenten eine noch größere Vielfalt anzubieten – und zwar nicht nur von unseren leistungsfähigen Betrieben aus, sondern auch im schnellen Service direkt im Geschäft.“



Wolfgang Abendroth, Geschäftsführer On-Site Finishing bei Cewe Color, und Peter Schütz, Bereichsleiter Fotokiosk, sehen im erweiterten Angebot gute Renditechancen für den Fotohandel.

Pocketbook Express von Mitsubishi Electric

Sinnvolle Ergänzung

Im Dezember 2010 hat Mitsubishi Electric mit dem neuen Pocketbook Express ein System zur Produktion von Fotobüchern im Format 10 x 15 cm direkt am Point of Sale vorgestellt. Einer der ersten Fotohändler, die das Gerät in Betrieb genommen haben, ist Gabriel Blega, seit 2003 Inhaber des alteingesessenen Fotogeschäfts Foto Leimberg in Wuppertal-Elberfeld.

Schon nach wenigen Tagen war für Blega klar, dass sich die Investition in das Gerät auszahlt. „Wir haben dank der guten Zusammenarbeit mit Mitsubishi Electric und der Limitech GmbH den Kiosk rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft in Betrieb nehmen können“, berichtet Blega im Gespräch mit ifc. „Und haben vom ersten Tag an eine ausgezeichnete Resonanz bei den Kunden erzielt.“ Als Distributor zeichnet sich Limitech dabei sowohl für die Auslieferung von Geräten und Verbrauchsmaterial als auch für den Service und die Einarbeitung der Mitarbeiter in Kooperation mit Mitsubishi Electric aus.

Einfache Handhabung

Dabei bezieht sich ausgezeichnete Resonanz nicht nur darauf, dass die Kunden das Angebot wahrnehmen, sondern auch darauf, dass sie mit dem System und den Ergebnissen



Zentral in der Wuppertaler Innenstadt, mit einer hochfrequentierten Bushaltestelle direkt vor der Eingangstür, befindet sich Foto Leimberg.

sehr zufrieden sind. Vor allem die einfache Handhabung, die selbst für computerunerfahrene Nutzer schon nach einer kurzen Einweisung zu den gewünschten Ergebnissen führt, wird von den Kunden immer wieder gelobt. Die Mini-Fotobücher sind so gut, dass es bislang nicht eine Reklamation gegeben hat.

Bewährte Bildqualität

Die Kunden von Foto Leimberg sind seit über 100 Jahren eine ausgezeich-

nete Bildqualität gewohnt. Die Umstellung von analog zu digital hat das alteingesessene Unternehmen problemlos vollzogen. Heute werden – mit Ausnahme aufwendig verarbeiteter Fotobücher und Diafilme – alle Bilddienstleistungen im Haus produziert. Dazu gehören Prints bis zum Format 60 x 220 cm ebenso wie Bildvom-Bild und andere Digitalisierungsarbeiten und die Produktion von Foto-CDs und DVDs. Auch die Aufnahmen aus dem eigenen Studio werden im Hause geprintet.

Elf Varianten

Dazu steht dem Team von Foto Leimberg ein Netzwerk aus fünf Annahmeterminals, einem digitalen Minilab, einem Großformatdrucker und dem neuen Mitsubishi Electric Pocketbook Express zur Verfügung. „Das neue Fotobuchsystem hat sich inzwischen als sinnvolle Ergänzung des bestehenden Angebotes bestätigt“, sagt Blega. Möglich ist bei Foto Leimberg



Die Funktionen des Pocketbook Express sind auf ein Minimum reduziert und werden übersichtlich am Bildschirm angezeigt.

die Produktion von elf verschiedenen Fotobuch-Varianten am Pocketbook Express. Das Angebot beginnt bei der zehnsseitigen Variante für mindestens acht und maximal 15 Fotos zum Verkaufspreis von 5,99 Euro und endet mit der 30seitigen Variante für mindestens 44 und maximal 70 Fotos zum Preis von 15,99 Euro.

„Interessanterweise liegt die Mehrzahl der Bestellungen im Mittelfeld, und sogar Kunden, die das neue System zum ersten Mal nutzen, wählen nur äußerst selten die billigste Möglichkeit“, so Blega. Auffällig sei darüber hinaus, dass die Mehrzahl der Kunden gleich mehrere Fotobücher bestellt. Blega: „Zwei bis drei kommt besonders häufig vor, aber sogar acht Stück auf einmal hatten wir bereits.“

Beliebteste Motive sind, wie überall in der Fotografie, Kinder und Urlaub. Aber auch das Interesse von Geschäftskunden, die das kleine Fotobuch zur Imagewerbung einsetzen, wächst.

Aktives Verkaufen

Der Erfolg hat sich natürlich nicht von selbst eingestellt. Alle Mitarbeiter haben es sich zur Pflicht gemacht, das neue Fotobuch aktiv zu verkaufen und jeden Bilderkunden auf das neue Angebot aufmerksam zu machen.



Für das Team von Foto Leimberg, (v. l.) Inhaber Gabriel Blega und seine Mitarbeiter Kornelia Lusebrink und Dirk Steinke, ist die neue Fotobuch-Maschine von Mitsubishi Electric eine sinnvolle Ergänzung des bestehenden Bilddienstleistungs-Portfolios.

Zusätzlich lenken Poster im Laden und Hinweisschilder an den Annahmeterminals ebenso wie Musterbücher die Aufmerksamkeit der Kunden auf den Pocketbook Express Kiosk. Darüber hinaus werden Gutscheine verteilt, und Inhaber Gabriel Blega nutzt auch Treffen mit Wuppertaler Kaufmannskollegen dazu, um für das Angebot Werbung zu machen.

„Das Engagement lohnt sich“, hat Blega festgestellt, „denn die Zahl der Kunden, die aufgrund unserer Aktivitäten oder durch Mund-zu-Mund-Propaganda zu uns kommen, um ein Fotobuch zu gestalten, steigt stetig.“

Pocketbook Express

Pocketbook Express von Mitsubishi Electric ist ein Kiosk-System, mit dem Kunden Fotobücher im Taschenformat 10 x 15 cm in wenigen Minuten selbst gestalten, automatisch produzieren lassen und gleich mitnehmen können. Dazu stellt ihnen das für die automatische Produktion konzipierte System eine auf wesentliche Funktionen reduzierte Software zur Verfügung. So können Kunden beispielsweise aus verschiedenen Hintergründen wählen, die automatisch auf den Seiten platzierten Fotos bei Bedarf tauschen und kurze Texte ergänzen. Das Pocketbook wird auf einem standardmäßig in den Fotokiosks von Mitsubishi Electric eingesetzten Thermosublimationsdrucker produziert. Es ist fortlaufend bedruckt, wird automatisch zusammengefügt, gefalzt und verklebt. Die Anzahl der Seiten lässt sich in Zweierschritten zwischen zehn und 30 variieren. Orientiert sich der Betreiber an den Verkaufspreisempfehlungen des Herstellers, lässt sich mit jedem Pocketbook eine Marge von mindestens 50 Prozent realisieren.



Mit Postern, Hinweisschildern an den Annahmeterminals und Musterbüchern macht Foto Leimberg seine Bilderkunden auf das neue Angebot „Fotobücher in 10 x 15 sofort“ aufmerksam.

Hersteller zeigen Neuheiten auf der CP+ Noch mehr Kameras

Nur wenige Wochen, nachdem auf der CES in Las Vegas, USA, mehrere Dutzend neue Kameramodelle vorgestellt worden waren, ergänzten einige Hersteller ihr Sortiment weiter. Ort der Neuheitenpräsentation war diesmal die CP+ Camera & Photo Imaging Show, die vom 9. bis 12. Februar in Yokohama, Japan, stattfand.

Neben mehr als einem Dutzend neuer Kompaktkameras wichtiger Hersteller wie Canon, Nikon (siehe an anderer Stelle dieser Ausgabe), Olympus, Pentax und Samsung waren auch zwei neue EOS SLR-Modelle von Canon und eine limitierte Sonderauflage der Pentax K-5 mit silberfarbenem Gehäuse zu sehen.

Zwei neue EOS-Modelle

Mit der EOS 600D und der EOS 1100D hat Canon seine Verbundenheit mit dem digitalen SLR-System erneut unterstrichen. Bei der EOS 600D handelt es sich um eine kompakte, leichte 18-Megapixel-Kamera mit APS-C-Sensor und dreh- und schwenkbarem Monitor. DIGIC-4-Bildprozessor mit 14-Bit-Bildverarbeitung und der große ISO-Bereich von ISO 100 bis ISO 6.400, der auf ISO 12.800 erweitert werden kann, ermöglichen Fotos auch bei schlechten Lichtverhältnissen. Sie führt ab sofort die Riege der Einstiegskameras

bei Canon an und richtet sich an ambitionierte Hobbyfotografen, die Wert auf Bildqualität und Komfort legen.

Die neue EOS 1100D kommt als Nachfolgerin der EOS 1000D auf den Markt



und soll den Ein- und Umstieg in die SLR-Fotografie erleichtern. Sie ist nach Angaben Canons mit vielen innovativen Technologien aus den höherwertigen

Canon EOS 1100D

Pluspunkte

Gut ausgestattete Spiegelreflexkamera mit Live View für den Einstieg in Canons EOS-SLR-System

Ausstattung

- Auflösung: 12,2 Megapixel
- DIGIC 4-Bildprozessor
- 2,7"/6,9 cm Display
- USB Hi-Speed- und HDMI-Ausgang
- HD-Video (1.280 x 720)
- zehn Custom-Funktionen



UVP: 549 Euro

Canon EOS 600D

Pluspunkte

Kompakte SLR-Kamera mit dreh- und schwenkbarem Monitor für Fotos aus ungewöhnlicher Perspektive

Ausstattung

- Auflösung: 18,0 Megapixel
- DIGIC 4-Bildprozessor
- 3,0"/7,6 cm Display
- ISO-Bereich bis 12.800
- Live View Modus
- elf Custom-Funktionen



UVP: 849 Euro

Pentax K-5 Silver

Pluspunkte

Semiprofessionelle SLR-Kamera, die nur in begrenzter Stückzahl zu haben ist

Ausstattung

- Auflösung: 16,2 Megapixel
- bis zu sieben Bilder pro Sekunde
- 3,0/7,6 cm Display
- Full HD Video (1.920 x 1.080)
- Live View Funktion
- HDMI-Schnittstelle



UVP: 1.499 Euro

Dichtungen bleibt erhalten. Die Pentax K-5 Silver Limited Edition kommt mit der gleichen Ausstattung und zum gleichen Preis auf den Markt wie die K-5. Passend dazu werden auch die drei Limited Festbrennweiten smc DA 40 mm f/2,8 Limited Silver, smc DA 21 mm f/3,2 AL Limited Silver und smc DA 70 mm f/2,4 Limited Silver als Silver-Edition eingeführt.



Neue Kompaktkameras

Wie bereits bei den Neuheiten der CES fällt auch bei den auf der CP+ gezeigten neuen Kompaktkameras auf, dass die Einstiegsbrennweite (entsprechend Kleinbild) bei allen Modellen unter 30 mm liegt und selbst Megazoomkameras mit gro-

noch bedauert, dass die Zahl der GPS-fähigen Kameras zur CES sich nicht wesentlich erhöht hatte, so wurden auf der CP+ weitere Modelle mit GPS-Funktionalität vorgestellt. Hier sind beispielhaft die Canon Powershot SX 230 HS, Canons erste Powershot Kamera mit GPS, sowie die Pentax WG-1 GPS zu nennen.

Pentax bestätigt mit diesem Modell, das es als WG-1 auch ohne GPS-Modul gibt, seinen Ruf als Spezialist

EOS-Modellen und interessanten Komfort-Funktionen ausgestattet. Zu den technischen Merkmalen gehören unter anderem der APS-C-CMOS-Sensor mit 12,2 Megapixeln, der 720p-HD-Videomodus und der große ISO-Bereich von ISO 100 bis ISO 6.400.

Limitierte Pentax K-5

Im Herbst 2010 hat Pentax mit der K-5 eine semiprofessionelle SLR-Kamera mit klassisch-schwarzem Gehäuse vorgestellt. Diesem Modell wurde zur CP+ eine Limited Edition Version zur Seite gestellt. Deren silberfarbene Frontpartie verleiht der Kamera ein hohes Maß an Eleganz und Ästhetik. Die volle Funktionalität hinsichtlich Staub- und Spritzwasserschutz des Gehäuses mit seinen 70

ßen Telebereich (wie zum Beispiel die Olympus SZ-10 mit 504 mm) als Einstieg eine Weitwinkelbrennweite bieten. Hinsichtlich der Auflösung setzen sich 12- und 14-Megapixel-Sensoren weiter durch. Hier ist sogar der Einstiegspreis mit Kameras für 89 Euro bzw. 99 Euro mit 12- bzw. 14-Megapixeln vertreten. Hatten wir in der vorigen Ausgabe

für robuste Outdoor-Kameras. Mit ihrem ungewöhnlichen Formfaktor sprechen die Neuheiten dabei aber nicht nur Outdoor-Aktivisten an, sondern auch Design-Liebhaber.

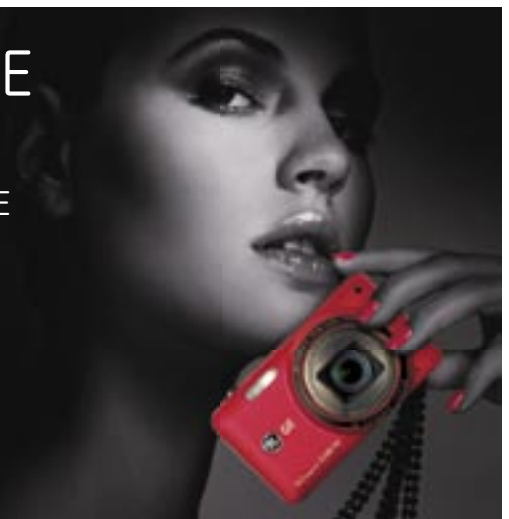
Auf der kommenden Seite geben wir einen tabellarischen Überblick über die neuen Kompaktkameras von der CP+ mit ihren wichtigsten Ausstattungsdetails.

Eine kompakte GE für Jeden.

Digitalkameras der Weltmarke GE
www.general-imaging.de



GE
digital cameras



Die wichtigsten Kompaktkameras von der CP+

Modell		Brennweite (in mm entsprechend Kleinbild)	Megapixel	Display (Zoll/cm)	Farben	Preis in Euro (unverbindliche Verkaufspreis- empfehlung)
Canon						
Ixus 115 HS		28–112	12,1	3,0/7,6	Silber, Grau, Blau, Pink	189,00
Ixus 220 HS		24–120	12,1	2,7/6,9	Schwarz, Rot, Silber	219,00
Ixus 310 HS		24–105	12,1	3,2/8,0 Touchfunktion	Silber, Braun, Gold, Pink	329,00
Powershot SX 220 HS		28–392	12,1	3,0/7,6	Purpur, Grau	299,00
Powershot SX 230 HS		28–392	12,1	3,0/7,6	Pink, Blau, Schwarz	329,00
Olympus						
VG-110		27–108	12,0	2,7/6,9	Schwarz, Rot, Silber	89,00
SZ-10		28–504	14,0	3,0/7,6	Silber, Schwarz	249,00
VR-330		24–300	14,0	3,0/7,6	Schwarz, Blau, Rot, Silber	169,00
Pentax						
WG-1		28–140	14,0	2,7/6,9	Schwarzblau, Purpur	329,00
WG-1 GPS		28–140	14,0	2,7/6,9	Grün, Grau	369,00
Samsung						
ES80		27–135	12,0	2,4/6,0	Schwarz, Rot, Silber, Pink	119,00
PL20		27–135	14,0	2,7/6,9	Schwarz, Rot, Silber, Pink	99,00

PixelfotoExpress erweitert sein Angebot

3D-Prints aus Dresden

Das Dresdner Fotofachlabor PixelfotoExpress produziert als erster Anbieter in Deutschland individuelle 3D-Aufnahmen in 24 Stunden. Die Bilder werden mit dem Fujifilm 3D-Printer DPR-1 im Lentikular-Druckverfahren produziert. Das Gerät ist in der Lage, eine Aufnahme in nur dreieinhalb Minuten im Direktdruck auf einen 15 x 22 cm großen Lentikularbogen aufzubringen.

Idealerweise sollten die 3D-Aufnahmen als MPO-Datei vorliegen. Aber auch die Erstellung von 3D-Bildern unter Verwendung „normaler“ Aufnahmen ist bei PixelfotoExpress möglich. Mittels eines speziellen Templates können aus diesen Daten Vorder- und Hintergrund separiert werden, damit ein räumlicher Effekt entsteht.

Bestellt werden können die 3D-Aufnahmen über das Portal www.pixelfoto-express.de/3dfotolabor. Unentschlossene haben dort auch zunächst



Das Team von PixelfotoExpress in Dresden produziert jetzt auch 3D-Fotos.

die Gelegenheit, nur ein Testbild zu bestellen, um sich von der Art und Weise und der Qualität der produzierten Fotos zu überzeugen.

Idealer Drucker für die Eventfotografie

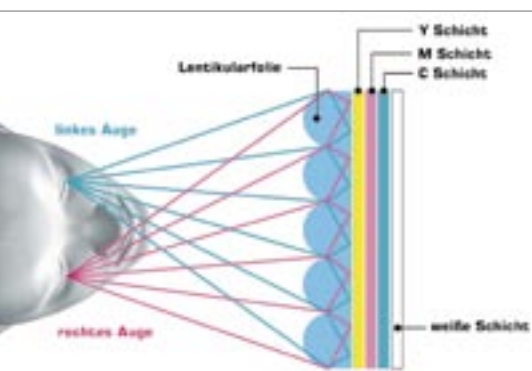
Davon, dass sich der Fujifilm Printer hinsichtlich Druckqualität, Zuverlässigkeit und Tempo in der Praxis bewährt, konnte sich das Team von PixelfotoExpress im Januar im Rahmen des SemperOpenballs ebenso überzeugen wie von der Tatsache, dass das Gerät sich ideal für die Eventfotografie eignet. Insgesamt fertigte das zehnköpfige Team um PixelfotoExpress-Inhaber Peter Schubert an diesem Abend rund 6.300 Fotos an, viele davon mit der 3D-Kamera Fujifilm Real 3D W3.

Die Anziehungskraft des portablen 3D-Studios und der Erfolg der 3D-Aktion bestätigte Schubert in seiner Auffassung: „3D ist kein vorüber-

gehender Trend, sondern setzt neue richtungsweisende Standards in der Fotografie. Und gerade im Eventbereich werden professionelle 3D-Fotos schon sehr bald unverzichtbarer Bestandteil des Angebots sein.“



Der Fujifilm 3D-Printer Typ DPR-1 druckt 3D-Fotos im Format 15 x 22 cm in dreieinhalb Minuten.



Ein 3D-Foto wird aus mehreren Farbschichten und der Lentikularfolie produziert.

5.947 zahlende Abonnenten (IVW 4/2010)

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

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 7.400 Exemplaren bundesweit (IVW 4/2010). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 7.400 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 645,- €, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 323,- €. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 38 v. 01.01.2011) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

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

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

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

Fotografen/-in

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

Foto Studio • Mustermannstr. 70 • 04000 Bilderberg

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

**1/9 Seite
Kleinanzeige
(56 x 85 mm)
zum
mm-Preis von
1,61 € x 85 mm hoch
= 136,85 €
zzgl. gesetzl. MwSt.**



Auftrag

Klein- und Personalanzeigen

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

- ☐ einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
☐ in den Ausgaben

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

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

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

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

ifc 3/2011

Einzugsermächtigung: Ich/wir ermächtige/n Sie, den Rechnungsbetrag von meinem/unserem Konto-Nr.:,
Bankverbindung:,
BLZ:, abzubuchen.
Für Bestellungen aus der Europäischen Union: Geben Sie hier bitte unbedingt Ihre Umsatzsteuer-Identifikations-Nr. an:

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift

Wir sind Entwickler und Hersteller eines Photobuch Systems, mit dem Photohändler/Minilab Besitzer mit minimalem Kapitaleinsatz Album-Books produzieren und anbieten können. Unsere aktuelle Range umfasst mehr als 15 Alben-Formate in insgesamt 50 Varianten. Dazu bieten wir eine ausgereifte, professionelle Gestaltungs-Software an, die der Händler kostenlos an seine Kunden verteilen kann.

Für die Erweiterung unserer Kundenbetreuung im Foto-Einzelhandel suchen wir einen etablierten Vertriebsprofi oder freien Handelsvertreter mit Branchenerfahrung für die Bereiche PLZ 4,5 6 & 7 oder auch bundesweit.

Für weitere Fragen wenden Sie sich bitte an:



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

Der Verband für Journalisten

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

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

Ankauf – Verkauf gebrauchter Fotogeräte, Minilabs und Laborgeräte. Fotoservice Jungkunz

Tel. 0 89/6 51 99 75, Fax 6 51 99 81, Mobil 01 71/2 68 83 30

POLAROID+ IMPOSSIBLE Filme
www.nordfoto.de

S8, N8, 16mm, Dias, Negative auf DVD!

Profitieren Sie von unserer langjährigen Erfahrung! Gönnen Sie sich Ihr persönliches DVD Erlebnis und lassen Sie sich Ihre Dias, Negative, Filme oder Videos digitalisieren.

Seit 1978

Videotransfer Michael Richter

Tel. 06201 / 1 88 23 11

E-Mail: videotransfer@arcor.de

Foto-Aktienkurse

		16.02.2011	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	3.950	4.060	3.205	4.520
Casio	YEN	709	646	525	745
CeWe Color	EUR	33,38	34,77	23,40	35,65
Du Pont	USD	54,11	48,12	32,24	54,75
Eastman Kodak	USD	3,59	5,25	3,48	9,08
Fujifilm	YEN	2.948	3.015	2.490	3.345
Hewlett-Packard	USD	47,99	46,78	37,97	54,75
Hitachi	YEN	510	444	292	507
Imation	USD	11,21	10,18	8,41	12,59
Jenoptik	EUR	5,88	5,78	3,86	6,07
Leica	EUR	17,49	12,30	6,90	17,49
Metro	EUR	55,00	53,04	37,28	58,64
Olympus	YEN	2.502	2.344	2.004	3.080
Samsung	KRW	945.000	971.000	945.000	1.014.000
Seiko Epson	YEN	1.374	1.490	1.052	1.700
Sharp	YEN	936	859	748	1.260
Sony	YEN	2.981	2.827	2.258	3.645
Spector	EUR	0,62	0,63	0,58	0,79
Toshiba	YEN	549	480	380	556

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf



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

Werden Sie ein Held!
www.misereor50.de

Mit Zorn und Zärtlichkeit an der Seite der Armen

50 MISEREOR
 IHR HILFSWERK

Inserenten-Verzeichnis

DGH Großhandel 7 Saal 4. U.
 CeWe 2. U. TIS 11
 General Imaging 33
 Mitsubishi 13, 15, 17 Kleinanzeigen 36 – 37

IMPRESSUM imaging+foto-contact

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

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

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

Neuheitenredaktion:

Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Hans Joseph Blömer

Anzeigen:

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Albert Willmann

Vertrieb:

Silke Gräfel

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

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



ISSN: 1430-1121

CliQ bietet attraktive Vorträge und Workshops

Wenn sich am 6. September die Pforten zur ersten CliQ (der ehemaligen PMA 2011) in Las Vegas öffnen, dann erwartet die Besucher nicht nur die gewohnte Messe der Fotoindustrie, sondern auch ein attraktives Vortrags- und Workshopprogramm. Dem neuen Konzept folgend, das einen deutlicheren Schwerpunkt auf Aus- und Weiterbildung für Fotohändler und Fotografen legt und mehr Möglichkeiten zur Pflege des Netzwerks und zum Aufbau neuer Kontakte bieten will, haben die Organisatoren bereits jetzt einige Top-Redner verpflichten können. Dazu gehören Clay Blackmore, Scott Bourne, Tracey Clark, Vincent Laforet, Stacy Pearsall und Jasmine Star.

- **Clay Blackmore** ist einer der bekanntesten US-Fotografen und ein Vorreiter in Sachen Hochzeits- und Porträtfotografie. Blackmore lebt und arbeitet im

Umland der Hauptstadt Washington. Sein Stil verbindet die Schönheit und Zeitlosigkeit der klassischen Porträtfotografie mit Spontaneität und Attraktivität des Fotojournalismus. Informationen zur Person unter www.clayblackmore.com.

- **Scott Bourne** ist einer der Pioniere der Digitalfotografie. In 35 Berufsjahren hat er zahlreiche Preise gewonnen. Seine Arbeiten finden sich in mehr als 200 Büchern, in Zeitschriften und Tageszeitungen, bei Fernsehsendern, in Fine-Art-Galerien und auf Webseiten. Informationen zur Person unter anderem unter www.photofocus.com, www.goingpro.com und www.photodiary.com.

- **Tracey Clark** erfasst in ihren Bildern mit Leidenschaft die Schönheit des täglichen Lebens und teilt diese durch Veröffentlichungen mit anderen Fotobegeisterten. Zu ihren herausragenden Arbeiten gehören zwei Magazine für junge Mütter. Außerdem schreibt sie regelmäßig für unterschiedliche Publikationen und diverse Blogs. Sie ist zudem Gründerin des Fotoblogs Shutter Sis-

ters, ein Foto-Blog, der als lebendige Gemeinschaft von weiblichen Fotografen betrieben wird. Informationen zur Person unter www.traceyclark.com.

- **Vincent Laforet** ist Pulitzer Preisträger und dreifacher Gewinner beim Cannes Lions International Advertising Festival, der derzeit weltweit bekanntesten Veranstaltung der Werbebranche. Laforet ist vor allem für seine zukunftsorientierte Art des Fotografierens und des Geschichtenerzählens bekannt. Seine Arbeiten sind in nahezu allen Magazinen von internationalem Rang erschienen, etwa in Vanity Fair, The New York Times Magazine, National Geographic, Sports Illustrated, Time, Newsweek und Life. Informationen zur Person unter www.laforetvisuals.com.

- **Stacy Pearsall** hat ihre Fotografenkarriere vor zehn Jahren bei der U. S. Air Force begonnen und im Rahmen dieser Tätigkeit als einzige Frau zweimal den Wettbewerb NPPA Military Photographer of the Year gewonnen. Auch ihre Arbeiten sind in bedeutenden interna-

Viele Vorteile für wenig Geld: PMA Mitglied werden

Die Mitgliedschaft in der PMA, der globalen Organisation für die Foto- und Imagingbranche, hat viele Vorteile: Sie macht es einfach, weltweit mit Kolleginnen und Kollegen in Kontakt zu kommen, zum Beispiel über das Mitgliederverzeichnis „Who's Who“, dessen Nutzung im Mitgliedsbeitrag enthalten ist. Auch viele Marktforschungsergebnisse stehen PMA Mitgliedern kostenlos zur Verfügung, ebenso die Fachzeitschrift PMA Magazin und die Newsletter der PMA Mitgliedsverbände wie der Digital Imaging Marketing Association (DIMA). PMA Mitglieder erhalten ermäßigte Eintrittskarten zu PMA Veranstaltungen, können beim „Member Service Center“ Fragen nach Kon-

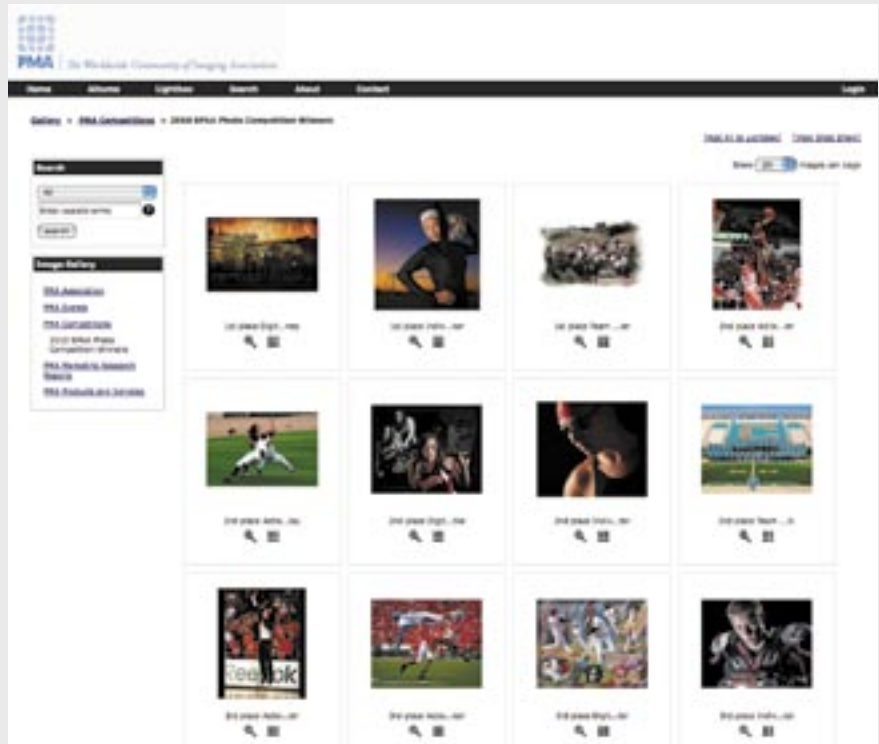
takten zu bestimmten Themen oder nach Marktforschungsergebnissen stellen und auf ein großes Archiv von Branchenpublikationen zurückgreifen. Auch für die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitglieder hat die PMA viel zu bieten: Viele Programme sind über das Internet sofort erreichbar und kosten wenig oder gar kein Geld.

Eine Probe-Mitgliedschaft für ein volles Jahr kostet 50 US-\$ (36,50 Euro). Einzelheiten erfahren Sie beim PMA Büro für Europa, Hiltenspergerstr. 9, 80798 München, E-Mail: pmaeurope@pmai.org, Tel.: 0176 6246 3020, Fax: 089 273 0291

Die Gewinner des Fotowett- bewerbs der SPAA

Die PMA-Mitgliedsorganisation Sports Photographers Association of America (SPAA) hat die Gewinner ihres Fotowettbewerbs 2010 bekanntgegeben. Es wurden Preise in fünf Kategorien vergeben: Individuelles Posing, Mannschaftsposing, Digitale Collagen, Indoor- und Outdoor-Action. Während an dieser Stelle nicht von Belang ist, welche US-Fotografen gewonnen haben, empfiehlt sich ein Blick auf die online präsentierten Siegerfotos. Sie geben einen informativen Einblick in den aktuellen Stand der nordamerikanischen Sport- und Actionfotografie und können gegebenenfalls Impulse für die eigene Arbeit geben.

Die Fotos sind unter der Adresse www.spitfirephoto.com/pma/albums.php?albumId=135910 zu finden.



tionalen Magazinen erschienen. Heute ist sie Inhaberin des Charleston Center for Photography (www.CCforP.org).

• **Jasmine Star** hat zahlreiche Auszeich-

nungen für ihre Arbeit erhalten und wurde vom American Photo Magazine in die Top Ten der besten Hochzeitsfotografen gewählt. Sie wird in Las Vegas

unter anderem über die Bedeutung von Marken im Geschäftsleben referieren. Informationen zur Person unter www.jasmine-star.com

Aktuell aus PMA Newsline International

Lucidiom Inc. mit Sitz in Vienna, Virginia, USA, hat Michael Clayton-Gale und Jason Pareti zu Mitgliedern des Board of Directors gewählt. Clayton-Gale arbeitet seit 2003 für das Unternehmen, derzeit in der Position des Europäischen Geschäftsführers. Er hat mehr als 30 Jahre lang in internationalen Führungspositionen gearbeitet, unter anderem für einen US-Ölkonzern und verschiedene europäische Unternehmen. Pareti ist einer der Unternehmensgründer und der derzeitige CTO von Lucidiom. In dieser Position ist er verantwortlich für das komplette Produktdesign, die Entwicklung und die Kundenbetreuung. Unter seiner Führung hat das Lucidiom Team unter anderem ein globales Netzwerk von miteinander verbundenen Fotokiosks, Laboren und Onlinehändlern errichtet.



Kodak Gallery, Emeryville, Kalifornien, USA, stellt Nutzern ab sofort die erforderlichen Tools zur Verfügung, um Fotos in vol-

ler Auflösung hochzuladen, zu speichern und zum Download bereitzustellen. Außerdem unterstützt Kodak Gallery jetzt eine One-Click-Lösung zum Teilen von mehreren Fotos gleichzeitig.



Die PMA, Jackson, Michigan, USA, bietet Mitgliedern, die ein Fotogeschäft betreiben, ab sofort die Möglichkeit, auf monatliche Newsletter (auf englisch) für ihre Kunden zurückzugreifen. Die Newsletter lassen sich mit dem Namen und dem Logo des Händlers individualisieren und bieten informative Textmodule zu den unterschiedlichsten Fotothemen.



Ben Edelstein hat den ersten CliQ Fotowettbewerb gewonnen. Seine farbenfrohe Aufnahme eines Baumes siegte beim „Holiday Interpreted“ Wettbewerb und bescherte ihm unter anderem eine Nikon D3000 DSLR mit 18-55 VR Objektiv, die von Ritz Interactive Inc. gesponsert wurde.

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

grandiose Fotoartikel von Saal Digital in High Quality!



Für Sie und Ihre Kunden **das Beste** ...
Wir bieten Ihnen **individuelle
Händlerlösungen** auf Anfrage!

Saal produziert für Sie individuelle und exklusive Fotoartikel zu sehr guten Preisen. Das Besondere an den Saal Fotoprodukten ist Ihre hervorragende Qualität: Fotobücher, Fotokalender und Fotoposter werden bei uns auf echtem Fotopapier hergestellt. Profitieren Sie von diesem eindeutigen Wettbewerbsvorteil!
mehr Infos unter: reseller@saal-group.com

roadshow 2011



**Saal - Ihr starker Partner
für HP-Minilabs in Deutschland!**

Wir freuen uns Ihnen die Produkte von HP präsentieren zu dürfen. Bestimmt sind wir auch in Ihrer Nähe.
Bei Fragen stehen wir gerne unter info@saal-group.com zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihren Besuch:

- 15.03.2011 – NH Voltaire Potsdam**
Friedrich-Ebert-Straße 88, 14467 Potsdam
- 17.03.2011 – Mercure Hotel Hamburg City**
Amsinckstraße 53, 20097 Hamburg
- 19.03.2011 – Mercure Hotel Düsseldorf Seestern**
Fritz-Vomfelde Straße 38, 40547 Düsseldorf
- 22.03.2011 – Commundo Tagungshotel Darmstadt**
Hilpertstrasse 27, 64295 Darmstadt
- 31.03.2011 – Commundo Tagungshotel Ismaning**
Seidl-Kreuz-Weg 11, 85737 Ismaning
- 07.04.2011 – Hewlett-Packard GmbH, Gebäude B01,**
Eingang A, DEMO Center, Schickardstrasse 32
71034 Böblingen
jeweils von 13.00 bis 19.00 Uhr!