€ 4,– • ISSN 1430 - 1121 • 37. Jahrgang • 30605

imaging+foto contact

3
2008

Fachzeitschrift für die Fotobranche • www.worldofphoto.de

Die Sony SLR-Offensive

Sept. 2007
α700

PMA 2008
α300
α350

Quick AF
Live-View

Jan. 2008
α200

Herbst 2008
High-End SLR α...

PMA 2008 in Las Vegas: Printer, Rahmen, Fotobücher
Sowohl die Zahl der Besucher und Aussteller als auch die Qualität der vorgestellten Neuheiten übertrafen alle Erwartungen. Viele neue Produkte, mit denen die Foto- und Imaging-Branche Geld verdienen kann. ... S. 8

Fujifilm: Mehr Marktanteil für FinePix
Die Fujifilm Electronic Imaging GmbH nahm die Vorstellung der neuen FinePix-Kamerapalette zum Anlass, der Fachpresse ihre Ziele und Konzepte für den Fachhandel vorzustellen. ... S.16

Bildergeschäft: Mehr Verbraucher wollen ihre Bilder sofort
Der Wunsch, möglichst ohne Verzögerung ein Bild zu sehen, überträgt sich in jüngster Zeit auch auf das Verbraucherverhalten an der Bildertheke. ... S. 35

CASIO

EXTRAORDINARY EXILIM.

Die EXILIM Card EX-S10
EXTRAORDINARY SLIMNESS.

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

Die EXILIM Zoom EX-Z200
EXTRAORDINARY PERSPECTIVES.

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

Die EXILIM Zoom EX-Z80
EXTRAORDINARY STYLE.

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

Die EXILIM Zoom EX-Z100
EXTRAORDINARY DISPLAY.

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

EXILIM
www.exilim.de

Auf den Knopf zu drücken ist einfach

Wer erledigt den Rest?

Eines der typischen Merkmale der PMA sind die vielen Vortragsveranstaltungen, mit denen die Messe ergänzt wird. Hier stellen unter anderem erfolgreiche Unternehmen ihre Geschäftsmodelle vor, diskutieren Branchengrößen über aktuelle Themen, berichten Marktforscher über Trends usw. Die Vorträge sind mal mehr oder mal weniger interessant, und manchmal nimmt man nur einen Gedanken mit, der es Wert ist, im Kopf zu bleiben. Zum Beispiel diese markante Beschreibung des Unterschiedes zwischen der analogen und der digitalen Welt, die von Terry Peterson, dem Inhaber von Peterson's Video Transfer, stammt. In der analogen Welt, so ließ der amerikanische Unternehmer sein Publikum wissen, sei George Eastmans berühmter Slogan die Regel gewesen: „You press the button, we do the rest" (Sie drücken auf den Knopf, wir erledigen den Rest). Das digitale Zeitalter folge dagegen anderen Gesetzen: „You press the button and must do the rest" (Sie drücken auf den Knopf und müssen den Rest auch noch selber erledigen).

Thomas Blömer, Verleger

Und damit sind wir beim digitalen Bildergeschäft. Die Branche freut sich bekanntlich über die steigende Nachfrage nach Fotobüchern und Fotogeschenken, klagt aber gleichzeitig, dass die Gesamtmenge der gedruckten Bilder nicht nur hinter den Erwartungen zurückbleibt, sondern vor allem den Rückgang der analogen Fotos nicht im entferntesten ausgleicht.

Vielleicht liegt das (unter anderem) auch daran, dass die Kunden nach dem Druck auf den Auslöser immer noch den Rest selber erledigen müssen – zumindest einen guten Teil davon. Dazu eine weitere Stimme von der PMA, diesmal von Scott Brownstein von der Beratungsfirma Brownstein and McCabe Associates. Er erinnerte an die Kassettensysteme von 126 (Instamatic), 110 (Pocket) bis zu APS und stellte fest: „Diese Branche hat fünf Milliarden Dollar investiert, weil sie davon überzeugt war, dass die Konsumenten unfähig sind, ihre Kameras (mit Film) zu laden. Und dann hat dieselbe Industrie ein digitales System entwickelt, dass es zumindest einer großen Anzahl von Konsumenten schwer macht, ihre Kameras zu entladen."

Brownstein weiß, wovon er spricht, denn der Mann war jahrelang bei Kodak beschäftigt und gilt als einer der „Väter" der Photo-CD.

Was lernen wir aus dem Ganzen? Eigentlich nichts Neues: Es ist noch immer viel zu kompliziert, an digitale Bilder zu kommen, von Fotobüchern und anderen Dingen gar nicht zu reden. Dass wir trotzdem in dieser Branche überhaupt Umsätze mit Bildern erzielen und dass erwachsene Menschen ganze Wochenenden damit verbringen, ein paar Dutzend Fotos zu bestellen, liegt vermutlich daran, dass sich die Konsumenten offensichtlich in der digitalen Welt an eine Service-Qualität gewöhnt haben, die sie uns im analogen Zeitalter im übertragenen Sinne um die Ohren geschlagen hätten.

Das gilt gar nicht mal nur fürs Fotografieren: Jeder hat es bei sich selbst oder im Bekanntenkreis erlebt, dass man sich beispielsweise ein Zubehörteil zu seinem PC kaufte, vielleicht einen Drucker, und Tage brauchte, bis man das Mistding installiert hat. Und das Tolle ist: Man hat Stunden und ganze Wochenenden damit verbracht, es selber zu versuchen. Mal ganz im ernst: Wer von uns würde eigentlich eine Waschmaschine kaufen, bei der er die Waschprogramme selber installieren und für das Reinigen eines neu erworbenen Kleidungsstückes erst einmal ein Update aus dem Internet herunterladen müsste. In der digitalen Welt sind solche „Marketing-Konzepte" dagegen gang und gäbe – es ist eigentlich überhaupt ein Wunder, dass die Konsumenten noch nicht in den Streik getreten sind.

Damit kommen wir zum Schluss: Wir brauchen einen neuen George Eastman; einen, der es so einfach macht, an Bilder zu kommen, dass unsere lieben Endkunden wirklich wieder das tun können, was sie eigentlich sollen: Fotografieren.

Th. Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Sony will weiter nach oben 30

Editorial

Auf den Knopf zu drücken ist einfach. Wer erledigt den Rest? 3

Unternehmen

Fujifilm Electronic Imaging Europa hat ehrgeizige Pläne für FinePix Kameras 16

Die Samsung Community findet unter www.zoomin.de Information und Unterhaltung . . . 26

Internationale Messen

PMA 2008 in Las Vegas: Printer, Rahmen, Fotobücher. 8

Bildergeschäft

Der Bedarf an Fotokiosks wächst: Mehr Verbraucher wollen ihre Bilder sofort 35

Mitsubishi Angebot zur Ringfoto-Messe 37

Karl und Jörg Malinowsky eröffnen den ersten FotoToGo Shop in Paderborn 38

Handel

Neue Konzepte fördern bei Pentax den Service und den Verkauf 40

Studie belegt gute Aussichten für den Handel beim Thema Internetzugang 46

Zurück zu den Wurzeln: Hohe Erträge mit Schneidemaschinen von Olympia 48

H. D. Lehmann: Gewichte 52

Wichtiges aus worldofphoto.de. 6, 28

Interview

Rolf Inderbiethen, Geschäftsführer Walther Alben und Rahmen: Marge mit Tradition . . . 50

Neuheiten 42, 43, 56

Sieben neue FinePix Kameras von Fujifilm Electronic Imaging Europa. 17

Sony will weiter nach oben

Mit zahlreichen Neuheiten hat Sony auf der PMA in Las Vegas seine Ambitionen auf einen höheren Platz in der Rangliste der Kamerahersteller unterstrichen. Mit den beiden neuen Spiegelreflexkameras α300 und α350 setzt das Unternehmen ein klares Signal, dass es ihm in diesem Segment wirklich um Marktanteile geht. Dazu kommen acht neue Cyber-shot Kompaktmodelle. Seite 30

PMA 2008 in Las Vegas

Die Nähe zur Consumer Electronics Show (CES) Anfang Januar hat der PMA 2008 offensichtlich ebensowenig geschadet wie die Verkürzung der Veranstaltung um einen halben Tag wegen des US-amerikanischen Superbowl-Finales: Sowohl die Zahl der Besucher und Aussteller als auch die Qualität der vorgestellten Neuheiten übertrafen auf der diesjährigen PMA die Erwartungen. Neben einer wahren Flut digitaler Kameras standen neue Konzepte und Produkte zur Debatte, mit denen die Foto- und Imagingbranche Geld verdienen kann. Dazu gehören „trockene" Printsysteme, digitale Bilderrahmen und immer wieder Fotobücher. Seite 8

Die Samsung Community

Nach den Erfolgen auf dem Digitalkamera-Markt will Samsung nun die Bindung der Endkunden an die Marke stärken: Auf der neuen Foto-Community www.zoomin.de bekommen Konsumenten nicht nur kostenlosen Speicherplatz für ihre Bilder, sondern können auch ihre Fotos mit Gleichgesinnten diskutieren, an attraktiven Wettbewerben teilnehmen, interessante Cityblogs besuchen und natürlich viele Informationen über das Fotografieren im allgemeinen und Samsung Kameras im besonderen abrufen. Seite 26

Neue Lumix-Modelle von Panasonic

Zur PMA hat Panasonic sein Lumix-Kompaktkamera-Sortiment überarbeitet und neun neue Modelle vorgestellt. Bei einigen gibt es wieder ganz neue Ausstattungsmerkmale: zum Beispiel eine neue intelligente Belichtungsautomatik bei den Zehnfach-Zoom „Reisekameras" TZ4 und TZ5 und eine Super-Weitwinkel-Anfangsbrennweite von 25 mm (entsprechend Kleinbild) bei der Lumix FX35. Seite 22

Inhalt

Interview mit Rolf Inderbiethen

INTERVIEW

Walther Alben und Rahmen in Nettetal blickt in diesen Tagen auf das 75jährige Bestehen zurück. Das Unternehmen gilt heute als zuverlässiger Margenbringer des Fotohandels. Auch der eigene Außendienst und das stetige Bemühen, neue und qualitativ hochwertige Produkte in ansprechendem Design und in verkaufsstarken Preislagen zu entwickeln, trägt zum Ansehen des traditionsreichen Herstellers bei. Wir nahmen das Jubiläum zum Anlass für ein Gespräch mit Rolf Inderbiethen, Geschäftsführer Walther Alben und Rahmen. Seite 50

Wachstum beim Internetzugang

HANDEL

Seit Herbst 2007 haben Ringfoto-Händler die Möglichkeit, mit dem Kooperationspartner The Phone House auch DSL- und Festnetzprodukte ohne großen Aufwand zu vermarkten. Dass es sich nicht nur für die Mitglieder der Fürther Händlergruppe dauerhaft lohnen kann, sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen, unterstreicht die aktuelle Studie „Deutschland online". Dieser Studie, für die sowohl Endkonsumenten als auch Experten befragt wurden, zufolge wird sich das dynamische Wachstum des Breitbandmarktes in Deutschland auch künftig fortsetzen. Bis 2015 werden knapp 30 Millionen Breitbandanschlüsse in Deutschland erwartet. Seite 46

Neue Fotohandys aus Barcelona

HANDEL

Touchscreens, mobiler Internetzugang, immer mehr Multimedia-, Mail- und Officefunktionen – das sind die herausragenden Merkmale der neuen Mobiltelefone, die imaging+foto-contact auf dem Mobile World Congress in Barcelona zu sehen bekam. Für den Fotohandel besonders wichtig: Die Fotofunktionen in den Handys werden mit hochwertigeren Kameras und zusätzlichen Bearbeitungsmöglichkeiten weiterhin aufgewertet, und Funktionen wie die Gesichtserkennung und die automatische Schattenaufhellung finden sich jetzt auch in einigen Mobiltelefonen. Seite 44

Erster FotoToGo Shop in Paderborn

BILDERGESCHÄFT

Karl Malinowsky ist seit 37 Jahren Fotohändler. In diesen knapp vier Jahrzehnten hat er Höhen und Tiefen durchlebt. Dass er heute immer noch erfolgreich im Geschäft ist, verdankt er unter anderem einem feinen Gespür dafür, wohin die Trends im Markt gehen. „Und die zeigen im Moment ganz eindeutig in Richtung digitaler Bilderproduktion", so Malinowsky, der gemeinsam mit seinem Sohn Jörg drei klassische Fotogeschäfte, vier Parfümerien und seit einigen Wochen auch den ersten FotoToGo Shop im Raum Ostwestfalen-Lippe betreibt. Seite 38

Pentax betreibt mit neuen SLRs, Objektiven und Kompaktkameras Modellpflege 20

Panasonic stellte auf der PMA neun neue Lumix-Modelle vor 22

Tamron weitet die Objektivpalette mit neuen Modellen aus 34

Zwei neue Ricoh Zehn-Megapixel-Modelle . . 29

Zwei neue α DSLRs und acht Cyber-shot-Kompakte bei Sony 30

Neue Kameramarke: GE startet mit sieben Digitalkameras 33

Neue Fotohandys vom Mobile World Congress in Barcelona 44

Profi

Tamrac überarbeitet die Expedition Serie: Für professionelle Ansprüche 55

Rubriken

Wirtschaftspolitischer Kommentar

Gehören gestohlene Bankdaten dem Staat? . 53

Video

Ulrich Vielmuth: Alte, analoge Bänder retten . 49

Rechtstips 54

Literatur 57

Foto-Aktienkurse 57

Klein- und Personalanzeigen 58

Impressum 58

Immer aktuell:

www.worldofphoto.de

Leica Aufsichtsrat beruft Steven K. Lee ab

Der Aufsichtsrat der Leica Camera AG hat sich – so eine Pressemitteilung – „nach eingehenden Überlegungen und Diskussionen dazu entschlossen, Steven K. Lee, den bisherigen Vorsitzenden des Vorstandes, abzuberufen". Mit Wirkung vom 23. Februar übernahm Dr. Andreas Kaufmann die Leitung des Solmser Traditionsunternehmens. Kaufmann ist zugleich Geschäftsführer der ACM Projektentwicklung GmbH, die über einen Anteil von 96,51 Prozent des Grundkapitals und der Stimmrechte der Leica Camera AG verfügt. Der neue Leica Chef, der mit sofortiger Wirkung sein Aufsichtsrat-Mandat niederlegte, kommentierte: „Unser Name wird auch zukünftig in den Bereichen Kamera und Sportoptik für hochwertige Produkte ‚Made in Germany' stehen."

Multi-Media ProMarkt Handels GmbH insolvent

Die Brüder Michael und Matthias Wegert haben für ihre Multi-Media ProMarkt Handels GmbH Insolvenz angemeldet. Davon betroffen sind 27 Filialen der Elektronik-Handelskette MediMax mit 570 Mitarbeitern. Presseberichten zufolge hat das Unternehmen derzeit mit akuten Zahlungsproblemen zu kämpfen, die von der fristlosen Kündigung einer Haftung ausgelöst wurden. Aufgrund der drohenden Zahlungsunfähigkeit führt ab sofort ein Insolvenzverwalter die Geschäfte, wobei der Betrieb der vorrangig im Osten und in Berlin vorhandenen Filialen vorerst aufrechterhalten werden soll.

Polaroid produziert keine Sofortbild-Filme mehr

Polaroid will seine verbliebenen Fabriken zur Herstellung von Sofortbild-Filmen bis zum Jahresende schließen. Entsprechende Meldungen der Wirtschaftspresse wurden von einer Unternehmenssprecherin bestätigt. Betroffen sind neben den Betrieben in Norwood und Waltham, Massachusetts, USA, auch jeweils eine Fabrik in Mexiko und in den Niederlanden. Da Polaroid die Sofortbild-Technologie verkaufen möchte, ist es denkbar, dass eine dritte Partei die Versorgung von Polaroid-Fotografen mit Sofortbild-Filmen übernimmt. Polaroid hat seit dem Zusammenbruch des Unternehmens im Jahr 2001 und der Übernahme durch die Petters Group im Jahr 2005 systematisch ein Sortiment im UE-Bereich aufgebaut. In Zukunft will man sich nach eigener Aussage auf „sofort verfügbare Erinnerungen" mit digitalen Technologien konzentrieren. Vor wenigen Wochen hatte Polaroid eine Zusammenarbeit mit Zink Inc. angekündigt. Zink Inc. wurde von ehemaligen Polaroid Mitarbeitern gegründet und entwickelt die von Polaroid erfundene „Opal-Technologie", die vor Jahren bereits in Sofortbild-Kiosks auf der photokina demonstriert wurde, zur kommerziellen Verwendung weiter.

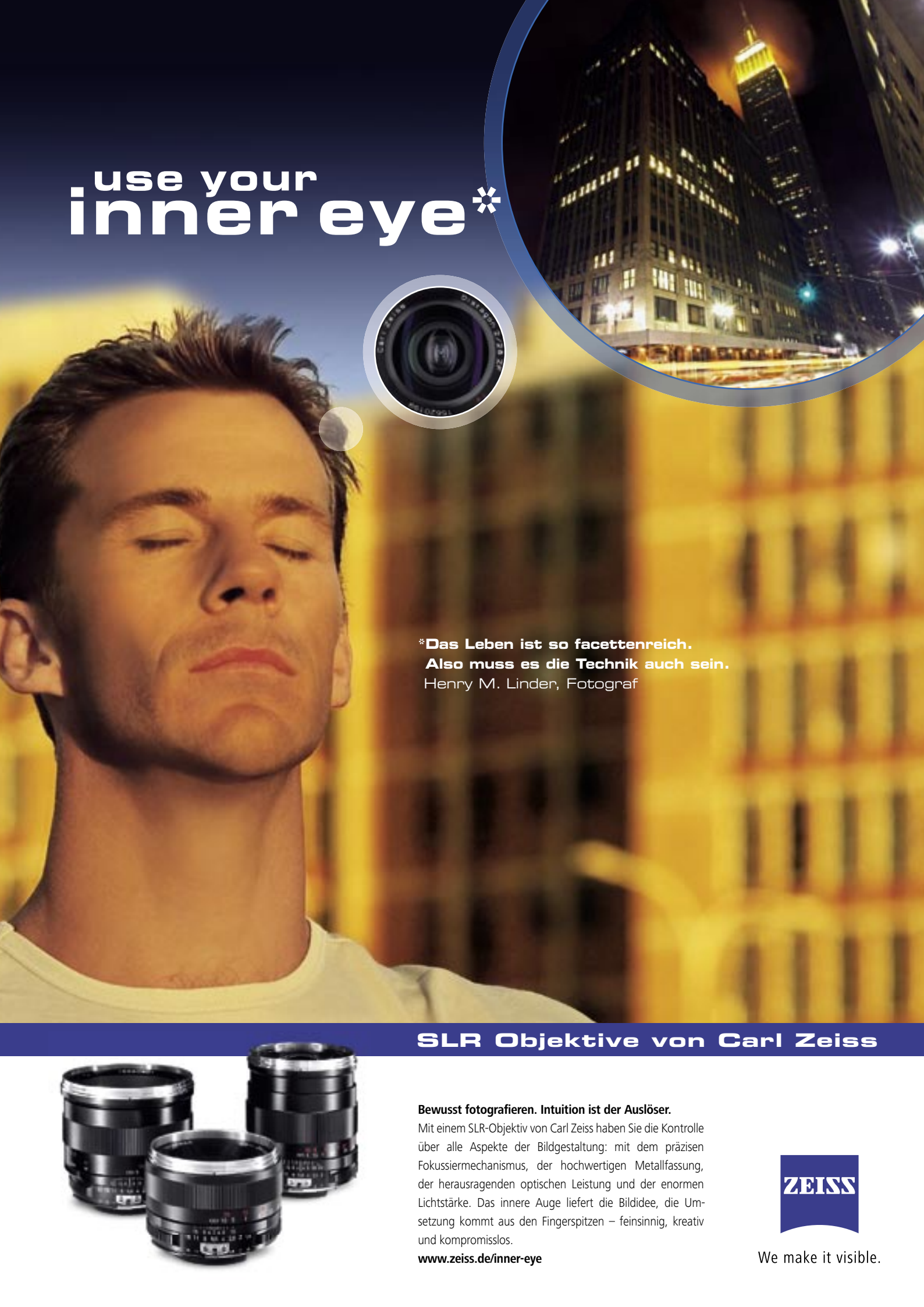
Der scheidende Hansephot Geschäftsführer Bernd May (links) stellte sich auf einem Empfang gemeinsam mit dem neuen Management den Fotografen: (v. r.): der neue Geschäftsführer Wolfgang Engelhardt, Karin Bräuer (Leitung Finanzen) und Vertriebsleiterin Arite Fischer.

Hansephot Geschäftsführer Bernd May im Ruhestand – neues Management übernimmt das Ruder

Auf einem Empfang, an dem zahlreiche Geschäftsfreunde teilnahmen, verabschiedete sich Bernd May, langjähriger Geschäftsführer der Hansephot GmbH, in den Ruhestand. Gleichzeitig wurde das neue Management des erfolgreichen Großhandelsunternehmens aus Neuendorf bei Rostock vorgestellt. May hat seit der Gründung von Hansephot direkt nach der „Wende" die Geschäfte des zunächst zur Bremaphot Gruppe gehörenden Unternehmens geleitet, das er gemeinsam mit Partnern nach dem Zusammenbruch der PPS Großhandelsgruppe übernahm. In den folgenden Jahren gelang es, die Großhandelsaktivitäten nicht nur erfolgreich weiterzuführen, sondern den Aktionsradius von Hansephot zusätzlich deutlich auszuweiten. Heute beliefert das Unternehmen rund 1.200 Kunden im gesamten norddeutschen Raum bis nach Nordrhein-Westfalen hinein. Diesen erfolgreichen Weg will das neue Hansephot Management reibungslos fortsetzen. Der neu ernannte Geschäftsführer Wolfgang Engelhardt – ein langjähriger Mitarbeiter von Bremaphot – wird dabei von Vertriebsleiterin Arite Fischer und Karin Bräuer, Leitung Finanzen, unterstützt.

Täglich neue Branchen-Nachrichten: www.worldofphoto.de

use your inner eye*



*Das Leben ist so facettenreich.
Also muss es die Technik auch sein.
Henry M. Linder, Fotograf

SLR Objektive von Carl Zeiss

Bewusst fotografieren. Intuition ist der Auslöser.
Mit einem SLR-Objektiv von Carl Zeiss haben Sie die Kontrolle über alle Aspekte der Bildgestaltung: mit dem präzisen Fokussiermechanismus, der hochwertigen Metallfassung, der herausragenden optischen Leistung und der enormen Lichtstärke. Das innere Auge liefert die Bildidee, die Umsetzung kommt aus den Fingerspitzen – feinsinnig, kreativ und kompromisslos.
www.zeiss.de/inner-eye

ZEISS

We make it visible.

Printer, Rahmen, Fotobücher

Sowohl die Zahl der Besucher und Aussteller als auch die Qualität der vorgestellten Neuheiten übertrafen auf der PMA 2008, die vom 31. Januar – 2. Februar in Las Vegas stattfand, die Erwartungen. Neben einer wahren Flut digitaler Kameras standen neue Konzepte und Produkte zur Debatte, mit denen die Foto- und Imaging-Branche Geld verdienen kann. Dazu gehörten „trockene" Printsysteme, digitale Bilderrahmen und immer wieder Fotobücher.

Die Nähe zur Consumer Electronics Show (CES) hat der PMA 2008 offensichtlich ebenso wenig geschadet wie die Verkürzung der Veranstaltung um einen halben Tag wegen des amerikanischen Superbowl-Finales. Die Aussteller zeigten sich durchweg zufrieden mit Zahl und Qualität der Besucher – und auch mit der Internationalität.

Und die Besucher brauchten die Reise nach Las Vegas – trotz des ungewohnt kühlen, sogar kalten Wetters – nicht zu bereuen, denn die Zahl und Qualität der Neuheiten konnte sich

ebenfalls sehen lassen. Interessant ist, dass eine ganze Reihe wichtiger Hersteller, die im Vorjahr noch ihre Kameras zuerst auf der CES zeigten, in diesem Jahr auf die PMA gewartet hatten, um ihre Neuheiten vorzustellen. Das Ergebnis war eine wahre Kameraflut: Unsere Redaktion zählte fast 70 digitale Kompaktmodelle, die allein von den großen Herstellern der A-Marken eingeführt wurden. Dazu kamen sicher noch einmal genauso viele Neuheiten von weniger bekannten Herstellern und OEM-Lieferanten. Natürlich ist auch die Zahl der Farbvarianten nicht mitgezählt – und die ist wirklich beachtlich. Zu den klassischen Kamerafarben Silber und Schwarz gesellen sich nicht nur Rot- und Blautöne, sondern auch pink- und orangefarbene Gehäuse oder interessante Frühjahrsfarben mit originellen Namen wie „Wasabi-Grün". Man könnte den Kameraherstellern den Ratschlag geben, bei der Autoindustrie in die Lehre zu gehen und demnächst phantasievoll lackierte Oberflächen mit klangvollen Namen wie „Obsidianschwarz-Metallic" gegen Aufpreis anzubieten.

Im Trend: farbige Kameras – hier verschiedene Varianten der Panasonic Lumix FS3

Eines der vielen neuen Spiegelreflex-Modelle auf der PMA: die Canon EOS 450D

Zu der Flut der Kompaktkameras gesellten sich acht Spiegelreflex-Modelle, je eines von Canon, Nikon und Samsung, zwei von Pentax und (einschließlich der im Januar vorgestellten α200) drei weitere von Sony. Letztgenannter Hersteller hat damit innerhalb von fünf Monaten nicht weniger als vier neue Spiegelreflex-Kameras vorgestellt – ein klares Signal, dass der japanische CE-Gigant in der „Königsklasse" der Fotografie ein ernsthaftes Wort mitreden möchte. Hier geht es eindeutig nicht nur um Image, sondern auch um Marktanteile. Und Sony hat in diesem Jahr noch viel vor: eine Profi-SLR mit 24,6 Megapixel CMOS-Sensor im Vollformat wurde in Las Vegas angekündigt und dürfte auf der photokina zu sehen sein.

Einzelheiten zu den neuen Kameras von der PMA fanden Sie bereits in unserer vorigen Ausgabe oder finden Sie in diesem Heft.

Deutsche Vorträge gut besucht

Auch in diesem Jahr gab es wieder deutschsprachige Vorträge auf der PMA. Sie fanden an jedem Messetag um 14.00 Uhr statt. Am 31. Januar stellte Stephan J. Reinhold von CeWe Color unter dem Titel „Der Markt für Fotobücher" unterschiedliche Konzepte für diese stark wachsende Produktkategorie vor und beschäftigte sich auch mit der Frage, inwieweit die wachsende Nachfrage nach Fotobüchern den Markt für normale Bilder beeinträchtigt. Hier gibt es inzwischen starke Indizien, dass Fotobücher nicht nur zusätzlich, sondern auch an Stelle herkömmlicher Bilder bestellt werden.

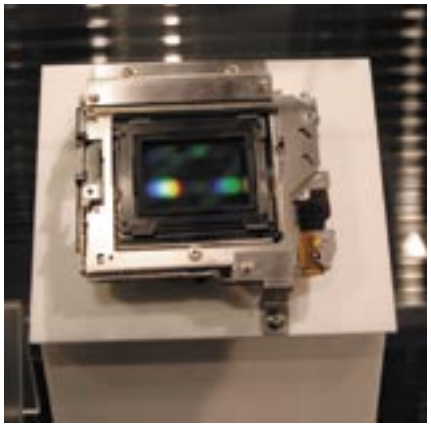
Am folgenden Tag gab Martin Wagner von Ringfoto in gewohnt lebhafter Manier einen Einblick in die neuesten Entwicklungen der Digitaltechnik. Am letzten Messetag referierte Werner Übelacker vom Beratungsunternehmen Applied Business Solutions über Erfolgskonzepte für den Fotofachhandel der Zukunft – mit der Quintessenz, Fotohändler müssten auf dem Weg vom Foto-Shop zum Foto-Mediashop Innovationen schnell vermarkten und Kompetenz in allen Segmenten des digitalen Foto- und Bildermarktes zeigen.

Geld verdienen – aber wie?

Nach wie vor steht die Foto- und Imaging-Branche vor dem Problem, dass die Menge der weltweit produzierten

Mit der neuen α350 will Sony Marktanteile gewinnen.

Bilder zurückgeht. Die Zahl der Aufnahmen ist so groß wie nie – aber es wird einfach nicht genug gedruckt. Dagegen gewinnen offensichtlich Internet-Communities an Boden; einmal mehr wurden in Las Vegas die Gemüter von der Frage bewegt, wie man mit den digitalen Bildern Geld verdienen kann – auf englisch heißt das „to monetize", was man auch mit „zu Geld machen" übersetzen kann.
Einer der neuen Bestseller im Bildergeschäft ist ohne Zweifel das Fotobuch, und es spielte auf der PMA eine dominierende Rolle. Die Digitaldruckmaschinen aller großen Hersteller waren auf der Messe zu sehen: die HP Indigo auf dem HP-Stand, die Kodak Nexpress auf dem Kodak-Stand und die Xerox i-Gen auf dem – aufgepasst! – Stand von Fujifilm. Auf diesem großzügigen Areal hatte Xerox – über Fuji Xerox bekanntlich mit Fujifilm verpartnert – eine respektable Fläche reserviert, auf der nicht nur die i-Gen-Maschinen, sondern auch kleinere Printer wie die „DocuColor"-Systeme demonstriert wurden. Letztgenannte eignen sich auch zur Produktion von Fotobüchern direkt im Geschäft, und offensichtlich will Fujifilm seine „Image Intelligence"-Bild-



Ein Bauteil der Profi-Spiegelreflex, die Sony noch in diesem Jahr auf den Markt bringen will: der 24-Megapixel-Vollformat CMOS-Sensor mit Bildstabilisator

verarbeitungstechnologien mit Xerox-Druckern kombinieren, um die Vernetzung mit Frontier-Minilab-Umgebungen zu ermöglichen.
Auf Fotobücher (und Fotokalender) auf echtem Fotopapier setzt bekanntlich der Weltmarktführer für digitale Großlaborgeräte, Imaging Solutions aus Regensdorf, Schweiz. Das Unternehmen hat inzwischen einen kompletten Workflow entwickelt, der von der Auftragsannahme über das Printen auf Fotopapier bis in die Endverarbeitung reicht, bei der die ausgelichteten Fotobuchseiten verklebt, gefalzt, zu Buchblöcken verarbeitet und schließlich in die Umschläge eingehängt werden. Durch eine spezielle „Leporello"-Bindung liegen die von Imaging Solutions mit der Marke „purePhoto" bezeichneten Fotobücher ausgesprochen flach und ermöglichen so eine beeindruckend brillante Darstellung von doppelseitigen Panoramaaufnahmen, denn der bei herkömmlichen Fotobüchern bekannte „Knick in der Mitte" fehlt.

Angesichts der Xerox Präsenz auf dem Fujifilm Stand gut gelaunt: die deutschen Fujifilm Manager Helmut Rupsch (rechts) und Heinz Kuboth

Auf der PMA im Einsatz: das Inkjet-„Minilab" D701 von Noritsu

Auch Express Imaging Systems, der amerikanische Hersteller von digitalen Großlabor-Systemen, stellte einen Workflow zur Herstellung von Fotobüchern auf Fotopapier vor.
Neben den großen Fotobuch-Lösungen für Großlabors und Druckereien

Versprechen sich von den neuen Kompaktkameras ein gutes Frühjahrsgeschäft: Olympus Geschäftsführer Jörgen Nimphy und Marketing-Manager John Zeppernick.

gepe
– Diarahmen
– Filmspulen
– Card Safes
kauft man jetzt am besten bei
NORDFOTO Versand
Werkstraße 8 • 22844 Norderstedt
Telefon: 0 40 / 5 29 86 50 • Telefax: 0 40 / 5 29 32 17
e-mail: post@nordfoto.de • Internet: www.nordfoto.de

gab es auf der PMA eine ganze Lawine von Systemen unterschiedlicher Kapazität für den Einsatz direkt im Geschäft – von der Inkjet-basierten Komplettlösung „Jota" von Durst bis zu mehr oder weniger handlichen Schneid-, Klebe- und Bindesystemen bekannter Hersteller wie Unibind oder Powis Parker. Dazu kommt eine wachsende Zahl von neu einsteigenden Lieferanten, die zum Teil aus der Buchproduktion kommen.

Die Inkjet-Parade

Fujifilm und Noritsu hatten bereits vor der PMA neue Minilab-Modelle angekündigt und stellten diese natürlich auf der Messe aus. Der eigentliche Hit in Sachen „Bilddienstleistungen im Fotogeschäft" waren in Las Vegas allerdings die „trockenen" Systeme. Hier gab es wichtige Neuheiten mit Inkjet- oder Thermosublimationsdruck.

Bereits in der vorigen Ausgabe von imaging+foto-contact vorgestellt: der Noritsu D701 Inkjetprinter für zahlreiche Bildformate bis zu einer maximalen Breite von 25 cm und einer Kapazität von rund 700 Prints im Format 10 x 15 pro Stunde. Das platzsparende Gerät, das um ein zweites „aufgestockt" werden kann, ohne dass mehr Stellfläche benötigt wird, ist auf Wunsch mit Sorter und RIP-PC zu haben und arbeitet mit Annahmeterminals verschiedener Hersteller zusammen. Die Bildqualität ist – zumindest wenn man die in Las Vegas live gedruckten Bilder zum Maßstab nimmt – außerordentlich gut. Die Epson Druckköpfe und das vom selben Hersteller entwickelte Tintensystem mit variablen Tröpfchengrößen ermöglichen in Zusammenarbeit mit dem von Noritsu angebotenen Spezialpapier ganz offensichtlich Inkjet-Bilder mit außerordentlich großem Kontrastumfang und hoher Farbsättigung.

Ein sehr ähnlicher Printer wurde unter dem Namen Frontier Dry Minilab 400 auch auf dem Fujifilm Stand gezeigt – bekanntlich arbeitet das Unternehmen im Minilab-Sektor ja seit einiger Zeit mit Noritsu zusammen. Auch in diesem Printer steckt Epson Drucktechnologie, von Fujifilm kommt allerdings die „Image Intelligence" und das Papier. Die in Las Vegas produzierten Musterbilder waren ebenfalls von ausgesprochen guter Qualität – im Gesamteindruck etwas „weicher" als die Noritsu-Ausdrucke.

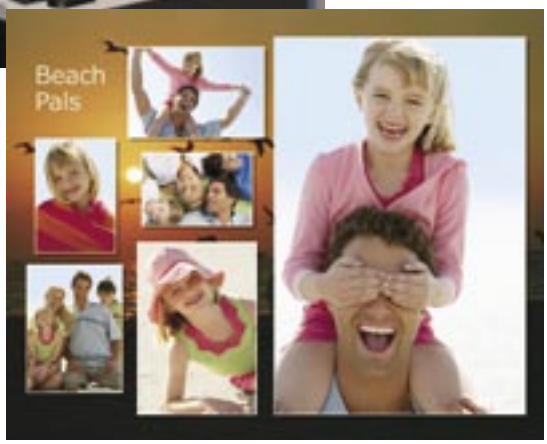
Beide Inkjet-Systeme ermöglichen das Angebot von qualitativ hochwertigen Bilddienstleistungen im Fotogeschäft mit einer Investition, die ungefähr halb so groß sein dürfte wie die für ein digitales Minilab ähnlicher Kapazität.

HP hat inzwischen eine ganze Palette von Inkjet-Minilabs im Programm. Das

„Management meets Fotohandel" am Canon Stand: (v. l.) Harald Horn (Canon Europa), Kirsten Abicht-Schubert (PR Canon Deutschland), Rainer und Katherina Schorcht (Foto Schorcht, Gütersloh) und die Canon Deutschland Manager Guido Krebs, Joachim Rozek und Martin Bongard. Rainer Schorcht, langjähriger Sprecher der deutschen PMA Mitglieder, wurde auf der PMA 2008 zum Schatzmeister des größten Fotoverbandes der Welt gewählt.

neu vorgestellte ML-1000 hat eine Kapazität von bis zu 1.500 10 x 15 cm-Bildern in der Stunde, akzeptiert vier unterschiedliche Papierbreiten bis zu 31 cm und soll in den USA rund 50.000 US-Dollar kosten.

Andreas Lippert von der Kodak GmbH in Stuttgart sieht in der Flexibilität des APEX-Systems gute Chancen für den Fotohandel…



…Neben Bildern in den gängigen Formaten ist das Gerät auch zur Produktion wertschöpfungsstarker Bildprodukte wie z. B. Collagen geeignet.

Den preisgünstigen und einfachen Einstieg ins Dienstleistungsgeschäft sollen auch „trockene" Printsysteme mit Thermosublimationstechnik ermöglichen. Kodak verspricht sich einiges von dem neuen APEX-System (siehe imaging+foto-contact 1-2/2008, Seite 37 ff). Es ermöglicht den Ausdruck von Bildern (einschließlich Collagen, Kalenderblättern etc.) in verschiedenen Formaten bis 15 x 20 cm bei einer Kapazität von rund 450 Fotos im Format 10 x 15 cm pro Stunde. Kodak ist besonders stolz darauf, dass APEX von ein und derselben Materialkassette (Papier und Farbband) sowohl matte als auch glänzende Bilder produzieren kann – sozusagen im fliegenden Wechsel. Erreicht wird das durch eine unterschiedliche Modulation der Laminierfolie, mit der die Bilder versiegelt werden. Das Gerät druckt die Fotos automatisch mit der Oberfläche aus, die der Kunde am Kiosk bestellt hat, ohne dass manuelles Eingreifen erforderlich ist.

Der Name APEX steht für Adaptive Picture Exchange System und soll signalisieren, dass das Gerät den individuellen Anforderungen des Kunden angepasst werden kann. Zusammen mit einem Kodak DL-2100 Duplex-Printer für beidseitigen (elektrofotografischen) LED-Druck kann APEX auch zur Produktion von Fotobüchern im Geschäft eingesetzt werden.

Weitere „Minilabs" mit Thermosublimationstechnik wurden auch von anderen Herstellern gezeigt. KIS demonstrierte das DKS 920 Minilab, das zwei kleinere und einen großformatigen Thermosublimationsdrucker enthält – im Vorjahr war das System mit Mitsubishi Printern gezeigt worden, in diesem Jahr steckten Shinko Drucker darin. Es soll in den USA für unter 20.000 US-Dollar auf den Markt kommen. Dagegen war von dem auf der letzten PMA von KIS angekündigten superschnellen Inkjet-Kiosk mit der Memjet-Technologie von Silverbrook Research nichts zu sehen und zu hören – das Projekt ist, sagen wir mal, offensichtlich verschoben.

DNP Photo-Imaging (dahinter versteckt sich der von DNP übernommene amerikanische Kiosk-Spezialist Pixel Magic) ist schon seit längerer Zeit mit einem Thermosublimations-„Minilab" auf dem amerikanischen Markt. Nach eigenen Angaben wur-

Zufrieden mit der PMA: Das deutsche Samsung Kamerateam mit (von links): Ernst Thürnau, Ricky L. Stewart und Ingo Adolph.

Viel Betrieb am deutschen Pavillon auf der PMA, hier bei Novoflex.
Foto: Klaus Bothe, Isarfoto

den dort bereits 3.000 dieser „Nexlabs" aufgestellt.

Die Rahmen-Lawine

Die Verkäufe von digitalen Bilderrahmen schießen zur Zeit mit vierstelligen jährlichen Steigerungsraten nach oben – die Zahl der Lieferanten

Gibt's noch: neue Filme! Hier der verbesserte Kodak Ultramax 400.

wächst offensichtlich ebenso schnell. Die Kunden – und der Fotohandel – haben die Wahl zwischen vielen verschiedenen Marken, Formaten und Ausstattungsvarianten: mit oder ohne Speicherkartenlaufwerk, automatischen Diashows, unterschiedlichen Layouts für die Darstellung mehrerer Bilder, die Kombination mit Uhr und Kalender usw. Jobo stellte ein komplett neues Sortiment vor, mit Sony gab es einen prominenten Neueinsteiger in diesem Segment.

Zufriedene Gesichter

Alles in allem, so konnte man in Las Vegas überall hören, hat sich das Engagement auf der PMA 2008 für Besucher und Aussteller gelohnt. Das gilt auch für die Teilnehmer am deutschen Pavillon, der in diesem Jahr 26 Aussteller beherbergte und damit noch einmal mehr als die 22 Firmen im vergangenen Jahr. Auch China und Korea waren mit nationalen Gemeinschaftsbeteiligungen auf der PMA vertreten.

Das nicht nur bei der Zahl der Messetage, sondern auch in manchen organisatorischen Punkten veränderte neue PMA-Konzept hat sich offensichtlich bewährt. Unverändert blieb auch in diesem Jahr die große Bedeutung von Seminar- und Vortragsveranstaltungen und das Angebot von Empfängen, auf denen sich Menschen einfach treffen und miteinander ins Gespräch kommen können. Im nächsten Jahr findet die PMA vom 3. bis 5. März wieder in Las Vegas statt – erneut also nur drei Tage lang und ungewöhnlicherweise von Dienstag bis Donnerstag. Das hat nach Angaben der Organisatoren einen einfachen

Jens Lehmann, Senior General Division Manager Consumer Products bei Casio Europe, verzeichnete starkes Interesse des internationalen Fotohandels an der schnellsten Digitalkamera der Welt, der neuen Casio Exilim Pro EX-F1. Sie kann bis zu 60 Bilder pro Sekunde bei voller Auflösung von sechs Megapixeln aufnehmen.

Grund: An den Wochentagen sind die Hotelzimmer in Las Vegas bedeutend billiger als am Wochenende.

Ein außergewöhnlicher Prototyp am Stand von Fujifilm: Eine neue Mittelformat-Meßsucherkamera, die in diesem Jahr auf den Markt kommen soll. Wohlgemerkt: Mittelformat meint hier 110/220er-Rollfilm mit dem Aufnahmeformat 6 x 7 cm.

Wunderbare Ideen beginnen in Ihrer Handfläche.

1995: CCD-TRV90

Erste Handkamera, die über einen ausklappbaren, drehbaren LCD-Monitor für flexibleres Aufnehmen verfügt

1996: DSC-F1

Die erste Cyber-shot Digitalkamera überhaupt, mit einer um 180 Grad drehbaren Einheit aus Linse und Blitzlicht

2003: DSC-T1

Flache Cyber-shot Digitalkamera mit einer verschiebbaren Linsenabdeckung, die zusätzlich auch die Einschaltfunktion übernimmt

1989: CCD-TR55

Die erste Generation der Handkameras war der Vorbote einer neuen Ära, in der persönliche Filmaufnahmen an jedem beliebigen Ort möglich sind

1999: DSC-F505

Das bahnbrechende Design dieser Cyber-shot Digitalkamera, das wesentlich von der qualitativ hochwertigen Linse geprägt ist, gab dem Markt für Digitalkameras einen Schub

2007: DSLR-A700

Durch ihr Gewicht von nur 690 g erlaubt diese hochentwickelte, digitale α Spiegelreflexkamera die Bedienung mit nur einer Hand

Creator's DNA

Das Design von Sony formt eine unbegrenzte Welt kreativer Möglichkeiten.

Wenn sich etwas einfach richtig anfühlt, wissen Sie das sofort. Eine emotionale Bindung entsteht mit dem ersten Blick und der allerersten Berührung.

Die Welt auf aufregend neue Art und Weise zu sehen, hängt sowohl von Ihren Augen als auch von Ihren Händen ab. Dabei wird eine Kamera, die wie für Ihre Hand gemacht ist, zu einer natürlichen Erweiterung Ihrer eigenen kreativen Persönlichkeit.

Durch die Verschmelzung von Form und Funktion haben die Kameras von Sony stets bewiesen, dass Schönheit und Funktionalität Hand in Hand gehen.

Wir von Sony sind besonders fasziniert von der unbegrenzten Komplexität und den kreativen Möglichkeiten der menschlichen Hand. Sie werden sehen, wie diese Inspiration Arbeit und Leben kreativer Fotografen seit mehr als Jahrzehnte geprägt hat.

Die Handycam kam ursprünglich 1985 auf den Markt und war weltweit der erste Verbraucher-Camcorder, der den Menschen das aufregende Gefühl gab, ihren eigenen Film zu drehen – jederzeit und überall.

Mit der Cyber-shot hat Sony eine innovative rotierende Linse eingeführt, die es jedem erleichtert, bessere Selbstporträts aufzunehmen.

Fotografen haben unterschiedliche Ansprüche an die Bildaufnahme. Sony bietet mit seinen digitalen Spiegelreflexkameras außergewöhnliche Qualität und unbegrenzte kreative Möglichkeiten für alle.

Dies ist eine eindeutige Demonstration der unvergleichlichen Erfolgsgeschichte von Sony und unseres Bestrebens, großartige Aufnahmen zu ermöglichen.

Auch wenn sich unsere Design-Philosophie ständig weiterentwickelt, sind die Kernwerte von Sony heute noch so aktuell wir vor Jahrzehnten. Dies kommt in unserer "Creator's DNA" zum Ausdruck – der Überzeugung, dass wahre Schönheit durch die Konzentration auf das Wesentliche, auf Form und Funktion, entsteht.

Die kreative Verwirklichung liegt in Ihren Händen. Greifen Sie danach mit Sony.

HANDYCAM®

Cyber-shot

α

SONY

like.no.other™

"Sony," "like.no.other," "Handycam," "Cyber-shot," α und zugehörige Logos sind Marken oder eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan. Alle anderen Marken sind eingetragene Marken ihrer jeweiligen Eigentümer.

Mehr Marktanteil für FinePix

Fujifilm Electronic Imaging Europe hat ehrgeizige Ziele

Seit dem 1. Oktober 2007 ist die Fujifilm Electronic Imaging GmbH in Kleve für den europaweiten Vertrieb und den Service von FinePix Digitalkameras, Speicherkarten und Zubehör verantwortlich. Jetzt nahmen die Verantwortlichen die Vorstellung der neuen Kamerapalette zum Anlass, der Fachpresse ihre Ziele und die Konzepte für den Fachhandel zu erläutern.

Christopher Brawley, Geschäftsführer der Fujifilm Electronic Imaging GmbH

Die Verlagerung des Digitalkamerageschäfts von der Düsseldorfer Fujifilm Europe GmbH in die neu gegründete Fujifilm Electronic Imaging GmbH sei in Rekordzeit geschafft worden, erklärte Geschäftsführer Christopher Brawley. Mit der Neuorganisation habe sich Fujifilm auf die Besonderheiten des schnelllebigen und wettbewerbsintensiven Digitalkamera-Marktes eingestellt. „Die Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH berichtet direkt an die Electronic Imaging Division in der Fujifilm Zentrale in Tokio", erklärte Brawley. „Das bedeutet schnellere Kommunikation ohne Reibungsverluste." Zudem kann das neue Unternehmen auf die bestehende Infrastruktur der Fujifilm Recording Media GmbH in Kleve zurückgreifen. Die gemeinsame Nutzung von Buchhaltung, Controlling, Personalabteilung und Verwaltung ermögliche eine schlanke Struktur, betonte Brawley.

Christopher Brawley (2. v. r.), Geschäftsführer der Fujifilm Electronic Imaging GmbH, stellte der Fachpresse die neuen Produkte und Konzepte gemeinsam mit seinem Team vor: (v. l.) PR Manager Markus Nierhaus, Stephanie Thielemann (Trade Marketing), Verkaufsleiterin Hildegard Grella und Produkt Manager Roland Dunker.

Das neue Team in Kleve ist für Vertrieb und Marketing der FinePix Digitalkamera sowie der Speicherkarten und des Zubehörs von Fujifilm in Deutschland und den Niederlanden (dort gibt es ein Büro in Rotterdam) verantwortlich und unterstützt zudem die europäischen Länder.

In wenigen Monaten wurde die EDV mit direkter Anbindung an sämtliche Kunden, Lieferanten und Logistikpartner eingerichtet und ein neues SAP-System implementiert. Das ebenfalls neu organisierte Servicesystem erlaubt es dem Kunden, jederzeit den Status eines Reparaturauftrages über das Internet abzurufen. Konsumenten, die eine Kamera einschicken wollen, können sich über die Internetseite direkt registrieren und anschließend einen Adressaufkleber ausdrucken.

Marktanteile gewinnen

In enger Zusammenarbeit mit den Handelspartnern wollen die Verantwortlichen die Marktposition der FinePix Digitalkamera in Deutschland

deutlich verbessern. „Wir wollen auf jeden Fall stärker als der Markt wachsen", betonte der Geschäftsführer. „Mittelfristig streben wir eine Position unter den ersten fünf Digitalkamera-Anbietern an." Der bislang mit rund fünf Prozent im europäischen Vergleich eher niedrige Marktanteil der FinePix Digitalkameras spiegele nicht die Leistungsfähigkeit der Produkte wider. „Mit verstärkter Kommunikation, Marketingaktivitäten, Messeauftritten auf der CeBIT und photokina sowie intensiver Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wollen wir die Stärken der FinePix Digitalkameras noch deutlicher an den Handel und die Verbraucher kommunizieren", erklärte Brawley. „Fujifilm Kameras müssen auch in der breiten öffentlichen Wahrnehmung den guten Ruf genießen, den sie verdienen."

Partnerschaft mit dem Fachhandel

Dabei soll der Fotofachhandel eine wichtige Rolle spielen. Die bekannten Ansprechpartner sind dabei erhalten geblieben und von Fujifilm Europe zur Fujifilm Electronic Imaging gewechselt. Acht Außendienstler betreuen den Fotofachhandel und die Fachmärkte. Zwei Key Account Manager sind für die Zentralen, den Großhandel, die IT-Distribution, den Internethandel usw. verantwortlich.

Mit dem Fachhandelskonzept „FinePix 4 You" will Verkaufsleiterin Hildegard Grella die stationären und dienstleistungsorientierten Partner im Fachhandel besonders unterstützen. „Dabei legen wir besonderen Wert auf die klassischen Stärken des Fachhandels, zu denen auch qualifizierte Beratung gehört", betonte Grella. „Diese Leistungen unterstützen wir bei unserer Preisgestaltung, erwarten aber auch eine margenorientierte Vermarktung, bei der die Handelsspanne den Vorrang vor der Umsatzmaximierung erhält." Durch die Bereitstellung monatlicher Lager- und Durchverkaufsdaten schaffen die Handelspartner zudem die Voraussetzungen für Lagerwertausgleich bei Preisanpassungen. Die „FinePix 4 You" Handelspartner werden zudem bei Produktneueinführungen und Warenknappheit bevorzugt beliefert, erhalten attraktive Präsentationsmittel für Schaufenster und Geschäft und Schulungen für ihr Verkaufspersonal. Gemeinsame Verkaufsförderungsaktionen runden das Konzept ab, das auf Wunsch Endverbraucherschulungen beinhalten kann.

Real Photo Technology weiterentwickelt

Mit sieben neuen Kameramodellen geht die Fujifilm Electronic Imaging GmbH in ihre erste Frühjahrssaison. Fujifilm hat die Real Photo Technology nochmals weiterentwickelt: So bietet die nunmehr achte Generation des Super CCD HR einen größeren Dynamikumfang und ermöglicht durch ein besseres Signal-Rausch-Verhältnis die Nutzung von Schattenbereichen, die früher nicht bildwirksam eingesetzt werden konnten. Zudem wurde die bewährte Rauschunterdrückung des Real Photo Prozessors bei der jetzt eingesetzten Generation noch einmal verstärkt, so dass selbst bei hohen ISO-Werten feinste Details erhalten bleiben.

Mit sieben FinePix-Neuheiten in das Frühjahr

Die Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH startet mit sieben neuen FinePix Digitalkameras in das Frühjahr. Topkameras unter den Neuheiten sind die FinePix S100FS, FinePix S1000fd und FinePix S8100fd. Darüber hinaus runden die FinePix 100fd, Finepix J10, FinePix J50 und FinePix Z20fd das Portfolio ab.

• Ein schwarzes, exzellent verarbeitetes Gehäuse, ein hochwertig vergütetes, lichtstarkes Fujinon-Objektiv mit 14fachem Zoom und manuellem Zoomring sowie zahlreiche Tasten für individuelle Einstellungen, so präsentiert sich die FinePix S100FS von außen. Innen bietet das neue Modell unter anderem ein 11,1-Megapixel Super-CCD, weiten Dynamikumfang, ISO-Werte bis 10.000, einen optischen Bildstabilisator und einen neuen Filmsimulationsmodus. Dieser ermöglicht es, aus einem Angebot von vier Modi den idealen „Film" für das aktuelle Motiv zu wählen.

• Die neue FinePix S1000fd deckt mit ihrem Zwölffach-Fujinon-Objektiv eine Brennweite von 33 bis 396 mm ab. Der Bildsensor bietet über zehn Millionen Pixel. Die 102,5 x 73 x 67,8 mm große Kamera ist mit einem 2,7 Zoll LCD-Monitor mit 230.000 Pixeln ausgestattet.

• Der Brennweitenbereich der neuen FinePix S8100fd deckt sogar den 18fachen Bereich von 27 bis 486 mm ab und bietet darüber hinaus eine „echte" Weitwinkel-Einstiegsbrennweite. Die neue FinePix S8100fd ist außerdem mit einem hochauflösenden Zehn-Megapixel-CCD ausgestattet, der auch bei offener Blende und im Telebereich für exzellente Aufnahmen sorgt. Zusätzlich

sorgt die Bildstabilisierungs-Technologie „Dual IS" dafür, dass gerade auch im Telebereich keine verwackelten Aufnahmen entstehen.

• Bei der neuen FinePix F100fd stehen der neu entwickelte Super CCD VIII HR mit zwölf Megapixeln, der neue Real Photo Prozessor III und das hochwertige Fujinon-Objektiv mit einem Fünffach-Zoom für exzellente Bildqualität. Dank ihrer ausgefeilten Software ist die Fine Pix F100fd in der Lage, Motive mit einem sehr starken Kontrast detailliert einzufangen. Der hohe Dynamikumfang ist im Automatik-, Landschafts- und manuellen Modus verfügbar. Besonders wirkungsvoll wird dies im 28 mm-Weitwinkel-Bereich.

• Sehr schlank und elegant präsentiert sich die neue FinePix J10. Aber hinter dem sehr klaren Design verbergen sich zahlreiche hilfreiche Fotofunktionen, mit denen auch Einsteiger erstklassige Fotos schießen können. Mit einer Auflösung von 8,2 Megapixeln und der Lichtempfindlichkeit bis ISO 1.600 (bei voller Auflösung) sind scharfe Aufnahmen auch bei schwachem Licht oder bei sich bewegenden Motiven möglich. Der Motivschärfe-Modus verhindert automatisch Unschärfen durch Motivbewegungen oder Verwacklungen der Kamera. Die FinePix J10 bietet auch ein 35–113 mm-Objektiv und ein 2,5 Zoll großes Display.

• Die neue FinePix J50 ist ebenfalls mit einem 8,2-Megapixel-CCD ausgestattet, deckt mit ihrem Objektiv aber einen fünffachen Brennweitenbereich von 37 bis 185 mm ab. Die Lichtempfindlichkeit dieses Modells reicht bis ISO 800. Das Betrachten der Fotos am 2,7 Zoll großen, leuchtstarken LCD mit 230.000 Pixeln ist besonders komfortabel. Das schlanke Gehäuse ist 23 mm dünn. Die FinePix J50 ist mit einem Motivschärfe-Modus und zahlreichen Aufnahmeprogrammen ausgestattet. Die J50 zeichnet auch Videos mit Ton auf.

• Die neue FinePix Z20fd ist eine ultrakompakte Design-Kamera, die in fünf Gehäusefarben zur Verfügung steht: Hellgrün, Rot, Blau, Pink und Schwarz. Zu ihren Ausstattungsmerkmalen gehören der Zehn-Megapixel-CCD und die hohe Lichtempfindlichkeit bis ISO 1.600 bei voller Auflösung. Darüber hinaus bietet die Z20fd Gesichtserkennungs-Technologie und eine Funktion zur Retusche von roten Augen. Mit der Fun-Funktion können Gesichter bei der Aufnahme mit witzigen Stempeln versehen werden.

Die neuen FinePix Digitalkameras	S8100fd	S1000fd	S100FS	F100fd	J10	J50	Z20fd
Sensor	1/2,3 Zoll	1/2,3 Zoll	1/2,3 Zoll	1/1,6 Zoll	1/2,5 Zoll	1/2,5 Zoll	1/2,3 Zoll
Megapixel	10,0	10,0	11,1	12,0	8,2	8,2	10,0
Brennweite (KB)	27–486 mm	33–396 mm	28–400 mm	28–140 mm	38–113 mm	37–185 mm	35–105 mm
Bildstabilisator	–	–	optisch	optisch	–	–	–
Display (Zoll/Pixel)	2,5/230.000	2,7/230.000	2,5/230.000	2,7/230.000	2,5/153.000	2,7/230.000	2,5/150.000
interner Speicher	58 MB	24 MB	25 MB	57 MB	8 MB	12 MB	45 MB
Maße (mm)	111 x 78 x 79	102,5 x 73 x 68	133 x 94 x 150	98 x 59 x 23	91 x 55 x 22	96 x 55 x 23	91 x 56 x 19
Besonderheiten	Highspeed-Aufnahmen mit bis zu 13,5 Bildern pro Sekunde (bei maximal drei Megapixeln)	Motivschärfe- und Panoramamodus, manuelle Belichtungskorrektur möglich	sehr weiter Dynamikumfang, ISO-Werte bis 10.000, maximal sieben Bilder pro Sekunde	Lichtempfindlichkeit bis ISO 12.800 bei drei Megapixeln, 28 mm Weitwinkel	schlankes Metallgehäuse, Videoaufnahmen mit Ton, Motivschärfe-Modus	Motivschärfe-Modus, Motivprogramme, Videoaufnahmen mit Ton, schlankes Gehäuse	Gesichtserkennung, Fun-Funktion, vielfältige Videofunktionen, Gehäuse in fünf Farbvarianten
Gehäusefarben	Schwarz	Schwarz	Schwarz	Schwarz, Silber	Schwarz, Silber	Schwarz, Silber	Schwarz
lieferbar ab	März 2008	März 2008	März 2008	März 2008	März 2008	März 2008	März 2008
UVP (Euro)	Die Preise standen bei Redaktionsschluss noch nicht fest						

Die Zukunft der Fotoproduktion:

- „Baby“-, „Junior“- und „Maxi“-Konfiguration
- Druckkapazität bis zu 1.350 Bilder pro Stunde
- Keine Warte-, Aufwärm- oder Entwicklungszeit
- Hohe Umweltverträglichkeit

FLEXILAB: KLEIN EINSTEIGEN, GROSS RAUSKOMMEN

DAS ERSTE BILDPRODUKTIONSSYSTEM, DAS MIT IHREM GESCHÄFT WÄCHST

Manchmal reicht bereits eine kleine Investition aus, um ansehnlichen Umsatz zu generieren: Mit Flexilab, dem neuen modularen Bildproduktionssystem von Mitsubishi Electric, können Sie Ihren Kunden die Bilderkapazität eines Minilabs bieten, ohne dass Sie hohe Investitionskosten oder Folgekosten z. B. für Chemie-Entsorgung einkalkulieren müssen. Flexilab gibt es in verschiedenen Ausbaustufen – Sie können also nach und nach aufrüsten und das System mit Ihrem Geschäft „mitwachsen“ lassen.

Ring-Fotomesse-Angebot nur bis zum 31. März 2008

- **Kostenlose Installation und Einweisung**
- **Kostenloser Vor-Ort-Service***

*gilt für 1 Jahr; umfasst Reparaturen sowie ein kostenloses Austauschgerät für die Zeit der Reparatur

Ihr Fototeam ist erreichbar unter:
Telefon: 0 21 02/4 86 45 44 oder 0 21 02/4 86 31 50
www.Mitsubishi-EVS.de

MITSUBISHI ELECTRIC
Changes for the Better

Modellpflege

SLRs, Objektive und Kompakte von Pentax

Mit einer konsequenten Modellpflege renoviert Pentax sein bestehendes Kamera-Sortiment mit drei neuen Kompakten und zwei digitalen SLR-Kameras. Gleichzeitig baut das Unternehmen sein Objektivangebot weiter aus und unterstreicht damit seinen professionellen Habitus in diesem Marktsegment.

Flaggschiff ist die semiprofessionelle SLR-Kamera K20D, die die Nachfolge der K10D antritt. Zu den wesentlichen Merkmalen des spritzwassergeschützten Spitzenmodells gehören ein neu entwickelter 14,6-Megapixel-CMOS-Sensor mit 3stufigem Sensorreinigungssystem, kalibrierbarer 2,7-Zoll-Monitor mit LiveView, Bildstabilisator mit opto-magnetischem 3D-Sensor, 36 programmierbare Custom-Funktionen, Pixelmapping, frei einstellbarer Weißabgleich mit Bracketing sowie eine Rauschunterdrückung auf Hardwarebasis und zusätzlich durch Softwareunterstützung, mit der die hohe Empfindlichkeit bis ISO 6.400 voll ausgeschöpft werden kann.

Zweite SLR-Neuheit ist die K200D. Sie bietet einen 10,2-Megapixel-CCD-Sensor im APS-C-Format und hat wie ihre große Schwester ebenfalls einen opto-magnetischen Bildstabilisator sowie ein wirksames Staubschutzsystem. Zur weiteren Ausstattung gehören 22 individuelle Einstelloptionen, 2,7-Zoll-Monitor, 11-Punkt-AF-System mit 9 Kreuzsensoren, 8 Digitalfilter und ein Empfindlichkeitsbereich von ISO 100 bis ISO 1.600.

Beide Kameras sind mit 60 Dichtungen wirkungsvoll gegen das Eindringen von Feuchtigkeit und Staub geschützt. Des weiteren sind beide Modelle mit dem Pentax KAF-Bajonett ausgestattet, wodurch eine Kompatibilität mit einer Vielzahl von Objektiven mit K-Bajonett gewährleistet ist.

Die neuen D-SLRs auf einen Blick	**K200D**	**K20D**
Bildsensor	23,5 x 15,7 CCD / 10,2 MP	23,4 x 15,6 CMOS / 14,6 MP
Display / Auflösung	2,7 Zoll / 230.000	2,7 Zoll / 230.000 / Live View
Empfindlichkeit	ISO 100 bis ISO 1.600	ISO 100 bis ISO 6.400
Akku/Batterie	4 x Mignon AA od. 2 x CR-V3	Lithium-Ionen-Akku D-LI50
Maße (BxHxT)	133,5 x 95,0 x 74,0 mm	141,5 x 101,0 x 70,0 mm
Gewicht	630 Gramm (nur Gehäuse)	715 Gramm (nur Gehäuse)
UVP	799,– Euro (mit 18–55 mm)	1.299,– Euro (mit 18–55 mm)
Sonstiges	• Bildstabilisator • Staubschutz • 22 Custom-Funktionen • 8 Digital-Filter • Diverse Motivprogramme • Einsteiger SLR mit semiprofessionellen Merkmalen	• Bildstabilisator • 3stufiges Sensor-Reinigungssystem • 36 Custom-Funktionen • Rauschunterdrückung • Custom-Image mit 4 Farbprofilen • Weißabgleich-Bracketing

Neue Objektive

Gleichzeitig baut Pentax sein Objektivangebot mit fünf hochwertigen DA-Objektiven weiter aus (siehe Tabelle auf der nächsten Seite) und untersstreicht damit seine professio-

nelle Kompetenz in diesem Marktsegment. Besonders erwähnenswert sind die beiden lichtstarken Telebrennweiten 200/2,8 ED [IF] SDM und 300 mm/4,0 ED [IF] SDM , die mit einem leisen und sehr schnellen AF-Antrieb ausgestattet sind.

Neue Optios

Im Kompaktbereich findet in drei Klassen ein Wachwechsel statt. So lösen die E50, M50 und S12 die bisherigen Modelle E40, M40 und S10 ab. Spitzenmodell ist die Optio S12 mit einem 12-Megapixel 1/1,7-Zoll-CCD. Die beiden anderen bieten 8,0 (M50) bzw. 8,1 Megapixel (E50). Während die Einsteigerkamera E50 mit einem 2,4-Zoll-Monitor (110.000 Pixel) ausgerüstet ist, haben die M50 und S12 jeweils einen 2,5-Zoll-Monitor mit 230.000 Pixeln. Alle drei Kameras zeichnen sich durch einfache Handhabung aus und sind mit Gesichtserkennung und digitalem Bildstabilisator ausgestattet. Bei der S12 und M50 funktioniert die digitale Bildstabilisierung auch bei Video. Zur weiteren Ausstattung gehören unter anderem zahlreiche Motivprogramme, Serienbildfunktion, 3fach- (S12 und E50) bzw. 5fach-Zoom (M50) sowie Video- und Tonaufnahmen. Die S12 ist in den Farben Silber, Schwarz, Pink und Metallic-Blau erhältlich, und die M50 gibt es in den Farben Silber, Schwarz, Rose, Pink sowie Hell- und Dunkelblau. Die E50 ist nur in Silber erhältlich. Die Markteinführung aller Kameras soll im Frühjahr erfolgen.

Die neuen Kompakten auf einen Blick

	Optio E50	Optio M50	Optio S12
CCD-Sensor	1/2,5 Zoll / 8,1 MP	1/2,35 Zoll / 8,0 MP	1/1,7 Zoll / 12,0 MP
Objektiv	37,5 – 112,5 mm	36 – 180 mm	38 – 114 mm
Display / Auflösung	2,4 Zoll / 110.000	2,5 Zoll / 230.000	2,5 Zoll / 232.000
Empfindlichkeit	bis ISO 1.600	bis ISO 6.400	bis ISO 3.200
Akku/Batterie	2 x Mignon AA	Li-Ion-Akku D-LI78	Li-Ion-Akku D-LI68
Maße (BxHxT)	96,5 x 60,0 x 22,0 mm	95,0 x 55,0 x 23,5 mm	87,0 x 54,0 x 21,0 mm
Gewicht	165 Gramm	130 Gramm	130 Gramm
UVP	169,– Euro	229,– Euro	249,– Euro
Sonstiges	• Gesichtserkennung • digitaler Bildstabilisator	• Gesichtserkennung • in sechs Farben erhältl. • digitaler Bildstabilisator für Foto und Video	• Gesichtserkennung • in vier Farben erhältl. • digitaler Bildstabilisator für Foto und Video

Die neuen Objektive auf einen Blick

smc Pentax-DA	35 mm/2,8 Macro Limited	200 mm/2,8 ED [IF] SDM	300 mm/4,0 ED [IF] SDM	18–55 mm/3,5–5,6 AL II	55–300 mm/4,0–5,8 ED
Brennweite bei KB	53,5 mm	307 mm	460 mm	27,5–84 mm	84,5–460 mm
Linsen/Gruppen	9/8	9/8	8/6	11/8	12/8
Bildwinkel	44°	8,1°	5,4°	76° – 29°	29° – 5,4°
Naheinstellgrenze	13,9 cm	120 cm	140 cm	25 cm	140 cm
Abb.-Maßstab	1:1 (maximal)	1:5,0 (maximal)	1:4,16 (maximal)	1:2,9 (maximal)	1:3,6 (maximal)
kleinste Blende	22	22	32	22 – 38	22 – 32
Blendenlamellen	9	9	9	6	6
Filterdurchmesser	49 mm	77 mm	77 mm	52 mm	58 mm
Länge x Ø	46,5 x 63,0 mm	134,0 x 83,0 mm	184,0 x 83,0 mm	67,5 x 68,0 mm	111,5 x 71,0 mm
Gewicht	215 Gramm	825 Gramm	1.070 Gramm	220 Gramm	440 Gramm
UVP	399,– Euro	1.099,– Euro	1.199,– Euro	199,– Euro	379,– Euro

Panasonic bringt neue Lumix-Modelle

Mehr Intelligenz, mehr Weitwinkel

Extrem kompakte Reisekamera mit bewährtem 10fach-Zoomobjektiv: die Lumix TZ5.

Zur PMA hat Panasonic sein Lumix-Kompaktkamera-Sortiment überarbeitet und neun neue Modelle vorgestellt. Bei einigen gibt es wieder ganz neue Ausstattungsmerkmale: zum Beispiel eine neue intelligente Belichtungsautomatik bei den Zehnfach-Zoom „Reisekameras" TZ4 und TZ5 und eine Super-Weitwinkel-Anfangsbrennweite von 25 mm (KB-äquivalent) bei der Lumix FX35.

Nach Ansicht von Tokikazu Matsumoto, Direktor des Geschäftsbereichs Digitalkamera der Panasonic AVC Networks Company, ist der große Erfolg der Lumix Digitalkameras in den vergangenen Jahren vor allem den von Pansonic entwickelten neuen Technologien zu verdanken, die es

Die neuen Lumix Modelle auf einen Blick	**DMC-FS3**	**DMC-FS5**	**DMC-FS20**	**DMC-FX35**
CCD-Sensor	1/2,5 Zoll / 8,1 MP	1/2,33 Zoll / 10,1 MP	1/2,33 Zoll / 10,1 MP	1/2,33 Zoll / 10,1 MP
Objektiv	2,8–5,1/33–100 mm	3,3–5,8/30–120 mm	3,3–5,8/30-120 mm	2,8–5,6/25–100 mm
Display / Auflösung	2,5 Zoll / 230.000	2,5 Zoll / 230.000	3,0 Zoll / 230.000	2,5 Zoll / 230.000
interner Speicher	50 MB	50 MB	50 MB	50 MB
Akku/Batterie	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku
Maße (BxHxT)	94,9 x 53,4 x 22,5 mm	94,9 x 53,4 x 22,5 mm	94,9 x 57,1 x 22,9 mm	94,7 x 51,9 x 22,0 mm
Gewicht	140 Gramm	141 Gramm	154 Gramm	146 Gramm
UVP	229,– Euro	279,– Euro	329,– Euro	349,– Euro
Farbe(n)	Silber, Schwarz, Eisblau, Sweet Pink	Silber, Schwarz, Rubin-Rot	Silber, Schwarz	Silb., Schw., Blau, Champagner, Perlmutt-Weiß
Sonstiges	hohe Lichtstärke	Diashow mit Musik	großer Monitor	HD-Video-Modus

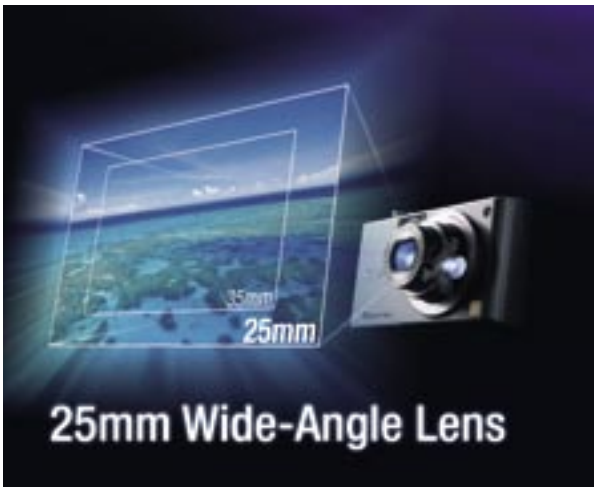
möglich machten, wichtige Modelle mit Alleinstellungsmerkmalen auszustatten. Das soll in den nächsten Jahren so weitergehen: Nach zehn Millionen verkauften Kameras im Jahr 2007 will das japanische Unternehmen, so Matsumoto, in diesem Jahr weltweit 13 Mio. Digitalkameras absetzen, im nächsten Jahr sollen es sogar 15 Mio. werden. Nach Ansicht von Matsumoto können dabei auch die erweiterten Netzwerkfähigkeiten der Geräte, z. B. ihr Zusammenspiel mit hochauflösenden Fernsehgeräten, PC und Internet, zum Verkaufserfolg beitragen.

Noch intelligenter

Bis auf die ausgesprochenen Einsteigerkameras sind alle neuen Lumix-Modelle mit dem neuen Venus Engine IV-Bildprozessor ausgestattet, der sich unter anderem durch noch schnellere Signalverarbeitung und wirksamere Rauschunterdrückung von seinem Vorgänger unterscheidet. Die größere Rechenleistung macht die Kameras nicht nur reaktionsschneller, sondern ermöglicht vor allem immer komplexere Motivanalysen, die ihrerseits die Grundlage für immer anspruchsvollere und präziser wirkende Automatikfunktionen sind.

Ein Beispiel dafür ist die „intelligente Automatik" (iA), die bereits aus verschiedenen Lumix-Kameras bekannt ist und deren Wirkungsweise jetzt in einigen Modellen nochmals erweitert wurde. Bisher konnten iA-ausgestattete Lumix-Kameras automatisch das richtige Motivprogramm wie Portrait, Landschaft, Macro, Nacht-Portrait oder Nacht-Landschaft auswählen. Bei den neuen Lumix-Modellen TZ4, TZ5 und FX35 wird diese intelligente Automatik mit der zusätzlichen Funktion „intelligente Belichtung" auch auf Motive mit großem Kontrast ausgeweitet, wo bislang auch das beste Motivprogramm an seine Grenzen stieß. Um Detailverlust in Lichtern und Schatten zu vermeiden, belichten die Kameras bei besonders kontrastreichen Motiven in den hellen Bildpartien etwas knapper und erhöhen dabei zugleich in den dunklen Bereichen (und zwar nur dort!) die Empfindlichkeit, um eine Unterbelichtung zu vermeiden und die Detailzeichnung sicherzustellen. Die Analysen und Korrekturen erfolgen über das gesamte Bildfeld je nach Motiv in einem oder mehreren Bereichen.

Dort, wo es sinnvoll ist, hat Panasonic die Motivprogramme bereits mit der intelligenten ISO-Steuerung und der



Super-Weitwinkel mit 25 mm Anfangsbrennweite (KB-äquivalent): die Lumix FX35, die in fünf verschiedenen Farben erhältlich ist.

DMC-LS80	**DMC-LZ8**	**DMC-LZ10**	**DMC-TZ4**	**DMC-TZ5**
1/2,5 Zoll / 8,1 MP	1/2,5 Zoll / 8,1 MP	1/2,33 Zoll / 10,1 MP	1/2,5 Zoll / 8,1 MP	1/2,33 Zoll / 9,1 MP
2,8–5,1/33–100 mm	3,3–5,9/32–160 mm	3,3–5,9/30–150 mm	3,3–4,9/28–280 mm	3,3–4,9/28–280 mm
2,5 Zoll / 230.000	2,5 Zoll / 230.000	2,5 Zoll / 230.000	2,5 Zoll /230.000	3,0 Zoll / 460.000
24 MB	20 MB	20 MB	50 MB	50 MB
2 x Mignon AA	2 x Mignon AA	2 x Mignon AA	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku
95,7 x 62,0 x 31,2 mm	97,5 x 62,0 x 33,3 mm	97,5 x 62,0 x 33,3 mm	103,3 x 59,3 x 36,2 mm	103,3 x 59,3 x 36,5 mm
177 Gramm	188 Gramm	188 Gramm	234 Gramm	240 Gramm
169,– Euro	219,– Euro	249,– Euro	349,– Euro	399,– Euro
Silber, Schwarz, Pink	Silber	Schwarz	Silber, Graphit-Schwarz	Silber, Tief-Schwarz, Chocolate
hohe Lichtstärke	Schnell-Funktionstaste	Schnell-Funktionstaste	10fach Zoom	HD-Video-Modus

Die Lumix FS20 unterscheidet sich von der FS5 durch den 7,6 cm/3" großen Monitor.

neuen intelligenten Belichtungsfunktion gekoppelt. Unabhängig davon lässt sich der Kontrastausgleich beim Fotografieren im Normalprogramm auch manuell aktivieren.

Nachfolger für die Bestseller

Die neue intelligente Belichtungsfunktion gehört unter anderem bei den neuen Lumix-Kameras TZ4 und TZ5 zur Ausstattung. Diese Modelle lösen die bisherigen Bestseller TZ2 und TZ3 ab, die mit ihrem Zehnfach-Weitwinkel-Super-Zoom mit einer Brennweite von 28–280 mm (KB-äquivalent) und dem extrem kompakten Gehäuse zu besonders beliebten Reisekameras geworden sind. Die Nachfolgemodelle sind mit dem unveränderten Leica DC Vario-Elmar 3,3–4,9/28–280 mm ausgestattet; es wird bei der TZ5 mit einem neu entwickelten 9,1-Megapixel 1/2,33"-CCD-Sensor kombiniert, der aufgrund seines etwas größeren Formates besonders günstige bildgebende Eigenschaften besitzt. Zudem wartet die TZ5 mit einem extra großen 7,6 cm/3"-Monitor mit der respektablen Auflösung von 460.000 Bildpunkten auf. Die TZ4 hat einen 8,1-Megapixel 1/2,5"-CCD-Sensor und einen 6,35 cm/2,5" großen LCD-Monitor mit 230.000 Pixeln. Beide Kameras erlauben die Aufnahme von Fotos im HDTV-Format 1.920 x 1.080 Pixel, die TZ5 kann zudem Videos im HD-ready-Format 1.260 x 720 Pixel aufzeichnen. Ein Komponentenausgang für die direkte hochauflösende Überspielung der Bilder auf HD-Fernseher gehört bei beiden Modellen zur Ausstattung.

Super-Weitwinkel

Ein weiteres besonders bemerkenswertes Modell aus der neuen Lumix-Palette ist die FX35 – eine Lifestyle-Kamera, in deren schickem 22 mm schlanken Gehäuse nicht nur ein neuer 10,1-Megapixel 1/2,33"-CCD-Sensor steckt, sondern auch ein Leica DC Vario-Elmarit Zoom-Objektiv mit einer Brennweite von 25–100 mm (KB-äquivalent). Dieser erweiterte Weitwinkel-Gestaltungsspielraum wirkt sich besonders bei Gruppen- und Landschaftsaufnahmen positiv aus; dabei erweist sich der neue Belichtungsausgleich für kontrastreiche Motive im erweiterten „Intelligent Auto"-Modus als ausgesprochen nützlich. Auch dieses Modell kann neben Fotos im HDTV-Format HD-ready-Videos mit 1.260 x 720 Pixeln aufnehmen, die über den Komponentenausgang direkt an entsprechend ausgerüstete Fernsehgeräte überspielt werden können.

Für zahlreiche Zielgruppen

Die weiteren Lumix-Neuheiten decken die wichtigsten Zielgruppen des Kompaktsegments ab – wie bisher sind alle Kameras mit optischem Bildstabilisator ausgestattet. Ein Vierfach-Zoom Leica DC Vario-Elmar Objektiv mit einer Brennweite von 30–120 mm kennzeichnet die neuen Lumix-Modelle FS20 und FS5. Beide Kameras haben eine Auflösung von 10,1 Megapixeln, können Bilder im HDTV-Foto-Format 1.920 x 1.080 Pixel aufnehmen und sind durch den neuen Aufnahme-/Wiedergabe-Umschalter

Für Einsteiger mit optischem Bildstabilisator: Bei der Lumix FS3 stehen vier Farben zur Wahl.

und die integrierte intelligente Automatik noch leichter und schneller zu bedienen als ihre Vorgänger. Die FS20 ist mit einem 7,6 cm/3"-Monitor ausgestattet; das Display der FS5 hat eine Diagonale von 6,35 cm/2,5".

Die Möglichkeit zur manuellen Belichtungssteuerung und ein Fünffach-Zoom Leica DC Vario-Elmar Objektiv zeichnen die neuen Lumix-Kameras LZ10 und LZ8 aus. Die Brennweite der LZ10 beträgt 30–150 mm, die der LZ8 32–160 mm (jeweils KB-äquivalent); die LZ10 bietet 10,1, die LZ8 acht Megapixel Auflösung. Beide Modelle sind mit HD-Foto-Modus ausgestattet, können Videofilme im Seitenverhältnis 16:9 mit einer Auflösung von 848 x 480 Pixeln aufnehmen und bieten intelligente Automatik-Funktionen, allerdings ohne die neue Kontraststeuerung.

Für Einsteiger bringt Panasonic die Dreifach-Zoom-Kamera Lumix FS3 mit Leica DC Vario-Elmarit und einer Brennweite von 33–100 mm auf den Markt, die mit intelligenten Automatik-Funktionen die Wahl von Motivprogrammen überflüssig macht. In der Basisklasse schließlich rundet die Lumix LS80 mit 8,1 Megapixeln und Lumix DC Vario Dreifach-Zoom-Objektiv das Panasonic Digitalkamerasortiment ab.

INK JET

PHOTO IMAGING | PREPRESS | MEDICAL IMAGING

Tetenal Ringfoto Stand Nr. 2
(direkt am Eingang)

Live ist es doch am schönsten!

Wir schicken Sie zur EM 2008!

Besuchen Sie uns auf unserem Stand während der **Ringfoto Messe in Erlangen vom 14.03.2008 bis zum 16.03.2008** und informieren Sie sich über unsere Angebote im Large Format Printing Bereich.

Unter allen Käufern eines Canon Großfomatdruckers verlosen wir Tickets für die EM 2008.

Tetenal. Pictures best friend.

Canon

TETENAL

www.tetenal.com

www.zoomin.de soll Information und Unterhaltu

Die Samsung Comm

Nach den Erfolgen auf dem Digitalkamera-Markt will Samsung nun die Bindung der Endkunden an die Marke stärken: Auf der neuen Foto-Community www.zoomin.de bekommen Konsumenten nicht nur kostenlosen Speicherplatz für ihre Bilder, sondern können auch ihre Fotos mit Gleichgesinnten diskutieren, an attraktiven Wettbewerben teilnehmen, interessante Cityblogs besuchen und natürlich viele Informationen über das Fotografieren im allgemeinen und Samsung Kameras im besonderen abrufen.

Die neue Internet Community www.zoomin.de von Samsung startet mit einem großen Weitwinkel-Fotowettbewerb.

Die neue Community ist Teil eines umfangreichen Pakets von Kommunikations- und Marketing-Maßnahmen, mit dem Samsung an den Erfolg des Vorjahres anknüpfen will.

Und der kann sich sehen lassen: Während der deutsche Digitalkamera-Markt 2007 um 6,59 Prozent zulegte, wuchs der Absatz von Samsung Kameras (nach Stück) um 68 Prozent. Damit verbesserte Samsung seinen Marktanteil im Laufe des Jahres von Platz 8 auf Platz 4 im GfK-Ranking und schaffte es im umsatzstarken Monat Dezember mit einem Anteil von 12,1 Prozent sogar auf Platz 2. „Mit diesem Ergebnis haben wir unser Ziel, uns 2007 unter den ersten 5 Anbietern im Markt zu etablieren, sogar übertroffen," kommentierte Ricky L. Stewart, General Manager der Samsung Camera Division. „In diesem Jahr wollen wir in die Top 3 vorstoßen und etwa weitere sechs Prozentpunkte Marktanteil dazugewinnen."

Mitglieder der neuen Community können auch auf interessante Cityblogs zugreifen, die in Zusammenarbeit mit dem Stadtmagazin Prinz angeboten werden.

Dazu soll nicht nur die zur PMA gerade neu gestaltete Produktpalette beitragen, sondern auch konsequentes Marketing, zu dem die Fortsetzung der Unterstützungsmaßnahmen für die Handelspart-

ung bieten

munity

ner, zielgruppengerechte Werbeaktivitäten, Messebeteiligungen sowie Kommunikation und PR gehörten.

Viel Infotainment

Die neue, nicht kommerzielle Foto-Community www.zoomin.de soll dabei, so Marketing-Manager Ernst Thürnau, besonders Besitzer von Samsung Kameras und solche, die es werden wollen, ansprechen:

„Sie können dort kostenlos Fotos mit einer Datenmenge von bis zu 150 Megabyte hochladen, diese in eigens angelegten Galerien verwalten und sich mit anderen Mitgliedern über die Bilder austauschen." Mit Hilfe von Google Earth können die Fotos mit Geodaten versehen und so entsprechenden Regionen zugeordnet werden. Auf einer virtuellen Weltkarte ist dann genau erkennbar, wo die Fotos geschossen wurden.

Prominente Partner

Für das „Infotainment" auf www.zoomin.de hat Samsung interessante Partner gewonnen. So gibt es aktuelle Trends, Tips und Informationen über zahlreiche deutsche Städte in Cityblogs, die in Zusammenarbeit mit dem Stadtmagazin Prinz angeboten werden. Die Tips und Trends aus verschiedenen deutschen Regionen, die wöchentlich ergänzt werden, können von den zoomin-Mitgliedern in Blogs kommentiert und mit eigenen Fotos ergänzt werden.

In Kooperation mit der bekannten Zeitschrift „Photographie" gibt es interessante Informationen, Tips und Tricks für die kreative und die technische Seite der Fotografie.

Wichtiges rund um das Thema Foto gibt es im Wissensbereich, der in Zusammenarbeit mit der bekannten Fachzeitschrift „Photographie" gestaltet wird. Dort finden die Mitglieder und Besucher der Webseite Interessantes über verschiedene Kameratypen, Blogs zu aktuellen Technik- und Gestaltungsfragen und ganz aktuell einen Workshop zum Thema „Weitwinkel". Zu diesem Thema gibt es auch einen Fotowettbewerb, der in zwei Runden läuft und mit attraktiven Preisen ausgestattet ist – darunter natürlich eine Samsung NV24HD, die weltweit kleinste Digitalkamera mit 24 mm (KB-Äquivalent) Weitwinkel-Zoom.

Die besten Aufnahmen werden von den Mitgliedern der Community

Kameras und Electronics unter einem Dach

Die Samsung Opto-Electronics GmbH, in der bislang das Digitalkamera-Geschäft der Marke Samsung konzentriert war, operiert ab sofort als eigene Division unter dem Dach der Samsung Electronics GmbH. Die am 1. März in Kraft getretene Verschmelzung ist Teil eines weltweiten Maßnahmenpakets der Samsung Holding zur strategischen Optimierung des Unternehmens.

Samsung verspricht sich, so Seung Kak Kang, Präsident von Samsung Electronics Deutschland, von der Umstrukturierung eine Verstärkung der Marktpräsenz in Deutschland. Im Tagesgeschäft mit Kunden und Vertriebspartnern werden sich keine gravierenden Änderungen ergeben; die Zuständigkeiten der bisherigen Ansprechpartner bleiben unverändert . „Wir erwarten von der Integration weitere wichtige Synergie-Effekte und freuen uns auf die künftige Zusammenarbeit mit der Samsung Electronics GmbH", so Ricky L. Stewart, General Manager und Prokurist von Samsung Opto-Electronics.

Das Digitalkamerageschäft firmiert mit leicht veränderter Anschrift künftig unter: Samsung Electronics GmbH, DSC Division, Am Kronberger Hang 6, 65824 Schwalbach.

ausgesucht. Und diese Mitglieder sollen auf dem neuen Internetportal leicht miteinander kommunizieren können: Unter dem Button MyZoomin können sich die Mitglieder spielend leicht mit anderen verlinken und Nachrichten an ihre Freunde schreiben.

Aktivitäten zur CeBIT

Nach der Weltpremiere der neuen Samsung Digitalkamera-Generation auf der PMA in Las Vegas sind die neuen Produkte in Deutschland auch auf der CeBIT zu sehen. Dort stellt Samsung in Halle 26 nicht nur die neuesten Modelle aus, sondern verteilt auch eine in Zusammenarbeit mit dem Stadtmagazin Prinz erstellte Broschüre über Hannover mit interessanten Tips zur Freizeitgestaltung außerhalb des Messegeländes.
Die Broschüre kann auch im Hannover Cityblog von www.zoomin.de heruntergeladen werden. Dort wird es auch eine besondere Galerie geben, die den ersten CeBIT-Charity-Run zum Thema hat. Bei dieser von Samsung gesponserten Veranstaltung können sportliche Menschen wahlweise sieben, 14 oder 21 km laufen – das Startgeld in Höhe von 20,- Euro kommt dem bundesweiten Kinder- und Jugendwerk „Die Arche" zugute. Start ist am 6. März um 19.00 Uhr vor der Halle 16. Nach Abschluss der Veranstaltung werden die Teilnehmer die Fotos ihres Zieleinlaufes von www.zoomin.de herunterladen können.

Teilnehmer am CeBIT-Charity-Run können Fotos ihres Zieleinlaufes kurz nach der Veranstaltung von www.zoomin.de herunterladen.

Aktionen zur Einführung der NV24HD

Samsung will seine Handelspartner bei der Markteinführung des wichtigen Kompaktmodells NV24HD besonders unterstützen. Die kleinste Digitalkamera der Welt mit Superweitwinkel-Zoomobjektiv (24–86,4 mm KB-äquivalent) bietet neben dem außergewöhnlichen Bildwinkel auch die Möglichkeit für HD-Filmaufnahmen und 16:9-Fotos mit HD-Auflösung, die über die HDMI-Schnittstelle der im Lieferumfang enthaltenen Dockingstation verlustfrei an kompatible Bildschirme übertragen werden können. Ein weiteres Highlight des Kompaktmodells ist der 6,35 cm/12,5 Zoll große OLED-Bildschirm mit besonders leuchtenden Farben. Zur Markteinführung dieses neuen Topmodells bietet Samsung ausgewählten Handelspartnern die Schulung des Verkaufspersonals im Geschäft an. Zusätzlich gibt es Trainingsmaßnahmen im Internet über das e-learning-Portal von www.samsungcamera.de und weitere Verkaufsunterstützung.

Photoindustrie-Verband: Positive Impulse durch PMA

Die PMA in Las Vegas hat für das Frühjahrsgeschäft der Foto- und Imagingbranche und für die photokina, die vom 23. bis 28. September in Köln stattfinden wird, positive Impulse gesetzt. Das erklärte der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbandes, Helmut Rupsch (Fujifilm), vor der Presse.
Weltweit legte der Kameramarkt im Jahr 2007 um zehn Prozent zu: Das bedeutet eine Menge von rund 138 Millionen Kameras, davon 126 Millionen Digitalkameras. Der Weltmarkt für digitale Spiegelreflexkameras hat die Schwelle von zehn Millionen Stück erreicht. Für 2008 wird im Kameramarkt ein erneutes weltweites Wachstum von über zehn Prozent erwartet, das auch im Zubehörgeschäft positive Spuren hinterlässt. Dabei stellen sich digitale Bilderrahmen und zunehmend Fotobücher als besondere Verkaufshits heraus. Die Foto- und Imagingindustrie startet, so der Vorsitzende des Verbandes, mit entsprechendem Schwung in die Frühjahr- und Sommersaison. Im Herbst folgt dann die Weltmesse photokina in Köln, die mit vielen Neuheiten und Innovationen im Consumer- und Profibereich Schwung für das Herbst- und Weihnachtsgeschäft der Foto- und Imagingbranche bringen wird.

Neuer Chef bei Canon Europe

Mit Wirkung vom 1. Februar 2008 hat Ryoichi Bamba die Position des Präsidenten/CEO von Canon Europe, Amstelveen, Niederlande, übernommen. Er löst Hajime Tsuruoka ab, der diese Position in den vergangenen sieben Jahren innehatte.

Elegante Kompakte

Zwei neue 10-Megapixel-Modelle von Ricoh

Mit Einführung der beiden neuen Kameramodelle trennt sich Ricoh von der zusätzlichen und seit vielen Jahren etablierten Kamerabezeichnung „Caplio". So werden alle Kameras in Zukunft nur noch den Firmennamen und die Modellbezeichnung tragen.
Mit der neuen Ricoh R8 bringt das Unternehmen einmal mehr eine Kamera der Spitzenklasse auf den Markt.

Die Ricoh R8 gibt es in den Farben: Schwarz und Silber-Schwarz (zweifarbig).

Auf den ersten Blick fällt das völlig neu gestaltete, sehr elegante und ansprechende Gehäuse der R8 auf, das Funktionalität und Wertigkeit ausstrahlt. Der gummibelegte Griff ermöglicht nicht nur eine sichere Kamerahaltung, sondern setzt zudem einen gelungenen optischen Akzent.

Die Ricoh R8 tritt die Nachfolge der im September letzten Jahres eingeführten R7 an. Vom Vorgängermodell wurden das 7,1fach-Weitwinkel-Zoomobjektiv mit einem Brennweitenumfang von 28 bis 200 mm, der Smooth-Imaging-Engine-III-Bildprozessor, die Bildstabilisierung mittels CCD-Shift und die Gesichtserkennungs-Funktion übernommen. Zu den wichtigsten Neuerungen gehören die höhere Auflösung des 10-Megapixel-CCD-Sensors (1/2,3 Zoll) und der 2,7 Zoll große Monitor, der jetzt eine beachtliche Auflösung von 460.000 Bildpunkten liefert. Dank dieser sehr hohen Monitorauflösung sind sowohl bei der Aufnahme als auch bei der Bildwiedergabe eine optimale Bildbeurteilung möglich. Selbst bei der Wiedergabe von Miniatur-Übersichten sind die Bildinhalte immer noch gut erkennbar. Zudem erleichtern der große Betrachtungswinkel und der hohe Kontrast das Begutachten des Monitorbildes – auch in heller Umgebung. Die „Adjust"-Taste, die bereits in der R7 verbessert wurde, wurde bei der R8 weiterentwickelt und macht die Menüeinstellungen noch einfacher und schneller. Hinzu gekommen sind ferner ein verschiebbares Zielfeld für Autofokus und Belichtungsmessung, eine verbesserte Zoomverstellung (zwei Geschwindigkeiten) sowie eine Funktion für Aufnahmen mit kleinster Blende, mit der eine größtmögliche Schärfentiefe erreicht wird.

Die R8 kommt im März in den Handel und steht in den Farben Schwarz und Silber-Schwarz (zweifarbig) zur Verfügung. Der UVP beträgt 349,– Euro.

Ricoh R50

Pluspunkte

+ Sehr gut ausgestattete, elegante 10-Megapixel-Kamera mit zahlreichen Aufnahme-Funktionen.

Ausstattung

- Sensor: 1/2,3 Zoll CCD
- Auflösung: 10,0 Megapixel
- Objektiv: 3,5–5,6/36–180 mm
- Monitor: 2,5" (230.000 Pixel)
- Empfindlichkeit: ISO 50 – 3.200
- 15 Motivprogramme
- Mehrfeldmessung (256 Zonen)
- Mehrfeld-Autofokus (9 AF-Felder)

UVP: 249 Euro
Lieferbar ab März
Farbe: Silber

Sony will nach oben

Zwei neue α DSLRs, acht neue Kompakte

Mit zwei neuen α Spiegelreflexkameras setzte Sony auf der PMA ein klares Signal, dass es ihm in diesem Segment wirklich um Marktanteile geht. Dazu kamen acht neue Cybershot Kompaktmodelle.

Nach der Einführung der α700 im Herbst letzten Jahres und der α200 im Januar erhöhte Sony auf der PMA mit der α300 und der α350 die Zahl der in den letzten fünf Monaten eingeführten Spiegelreflexmodelle auf vier.

Die neuen Kameras α300 und α350 richten sich an Aufsteiger, die von der Kompaktklasse in die Spiegelreflex-Liga wechseln möchten. Deshalb hat Sony bei beiden Modellen, die sich im wesentlichen durch die unterschiedliche Auflösung von 14,2 Megapixeln (α350) bzw. 10,2 Megapixeln (α300) unterscheiden, besonderen Wert auf leichte Bedienung gelegt. Dazu gehört erstmals in der α-Familie die Live-View-Funktion für die Wiedergabe des Sucherbildes auf dem Display. Bei Sony heißt das Feature „Quick AF Live-View-Technologie" und zeichnet sich dadurch aus, dass dabei die 9-Punkt-Autofokus-Funktion der Kamera dank eines zweiten CCDs funktioniert.

Die neuen digitalen SLRs unterscheiden sich im wesentlichen durch die Auflösung des Bildsensors.

Zudem kann das 6,8 cm/2,7 Zoll große Display mit 231.000 Pixeln bei beiden Kameras um bis zu 130 Grad nach oben und bis zu 40 Grad nach unten geschwenkt werden.

Die maximale Lichtempfindlichkeit beträgt 3.200 ISO. Wie alle Kameras des Sony α-Systems sind auch die beiden neuen Modelle mit dem im Gehäuse integrierten Bildstabilisator „Super SteadyShot" ausgestattet. Der Zielgruppe entsprechend werden die Anwender durch mehrere Automatikfunktionen und Motivprogramme unterstützt – dazu kommt selbstverständlich die volle manuelle Kontrolle.

Die neuen Kompakten auf einen Blick	**DSC-W110**	**DSC-W120**	**DSC-W130**	**DSC-W150**
CCD-Sensor	1/2,5 Zoll / 7,2 MP	1/2,5 Zoll / 7,2 MP	1/2,5 Zoll / 8,1 MP	1/2,5 Zoll / 8,1 MP
Objektiv	2,8–5,8/32–128 mm	2,8–5,8/32–128 mm	2,8–5,8/32–128 mm	3,3–5,2/30–150 mm
Display / Auflösung	2,5 Zoll / 115.000	2,5 Zoll / 115.000	2,5 Zoll / 115.000	2,7 Zoll / 230.000
Maße (BxHxT)	88,2 x 57,2 x 22,9 mm	88,2 x 57,2 x 22,9 mm	88,2 x 57,2 x 22,9 mm	93,7 x 58,0 x 24,0 mm
Gewicht	156 Gramm	156 Gramm	156 Gramm	175 Gramm
UVP	189,– Euro	219,– Euro	249,– Euro	269,– Euro
Sonstiges	• Gesichtserkennung • Smile-Shutter • HD-Ausgang • Optischer Sucher • ISO 3.200	• Gesichtserkennung • Smile-Shutter • HD-Ausgang • Optischer Sucher • ISO 3.200	• Opt. Bildstabilisator • Gesichtserkennung • Smile-Shutter • HD-Ausgang • ISO 3.200 • Optischer Sucher	• Opt. Bildstabilisator • Motiverkennung • Gesichtserkennung • Smile-Shutter • HD-Ausgang • ISO 3.200 • Optischer Sucher

Die Sony α350 ist ab März, die α300 ab April lieferbar. Die empfohlenen Preise betragen 800,– Euro (α350) bzw. 650,– Euro (α300) für das Gehäuse. Im Set mit Objektiv DT 18–70 mm soll die α350 900,– Euro, die α300 750,– Euro kosten. Im Set mit den beiden Objektiven DT 18–70 mm und DT 55–200 mm beträgt der empfohlene Preis für die α300 1.050,– Euro, für die α350 1.100,– Euro.

Cyber-shot Modelle

Im Kompakt-Segment geht Sony mit acht neuen Cyber-shot Modellen in die Frühjahrssaison. Neben hohen Lichtempfindlichkeiten und automatischer Gesichtserkennung gehören je nach Modell auch „Smile-Shutter-Funktion" und die einfache Verbindung zu HD-Fernsehgeräten zur Ausstattung.

In der Design-Klasse bietet die Cyber-shot DSC-T300 als Nachfolgerin der T200 ein Fünffach-Zoomobjektiv von Carl Zeiss mit einer Brennweite von 33–165 mm (KB-Äquivalent) und einen 10,1-Megapixel-CCD. Der Bionz-Bildprozessor ermöglicht neben besonders schneller Signalverarbeitung eine hohe Lichtempfindlichkeit von bis zu 3.200 ISO. Doppelter Verwacklungsschutz „Super SteadyShot", Kontrastoptimierung und ein 8,9 cm/3,5 Zoll großes Clear Photo LCD mit einer Auflösung von 230.000 Pixeln unterstreichen die komfortable Ausstattung.

Die neueste Generation der automatischen Gesichtserkennung wird durch die „Smile-Shutter-Funktion" ergänzt, bei der die T300 automatisch auslöst, wenn das Motiv lächelt.

Neu bei der Cyber-shot T300 ist die „Intelligent Scene Recognition"-Funktion, bei der die Kamera selbsttätig die Art des Motivs (z. B. Portrait- oder Dämmerungsaufnahme) erkennt und die besten Einstellungen dafür wählt. Im Advanced-Modus werden sogar zwei Fotos mit verschiedenen Einstellungen von dem Motiv aufgenommen, so dass der Fotograf hinterher das Ergebnis aussuchen kann, das ihm am besten gefällt. Mit Hilfe eines optionalen HD-Komponentenkabels oder der Cyber-shot Dockingstation kann die T300 einfach mit einem HD ready-Fernsehgerät verbunden werden. Bei Einsatz eines PhotoTV HD-kompatiblen Sony Bravia-Fernsehers werden die Bilder nicht nur in HD-Auflösung, sondern auch in einer noch brillanteren und für die Wiedergabe am Bildschirm optimierten Qualität angezeigt.

Zusätzlich können die Fotos im Diashow-Modus der Kamera mit Musik unterlegt werden. →

Sony α300 / α350

Pluspunkte

+ Integrierter Bildstabilisator
+ Quick AF Live-View-Technologie
+ Empfindlichkeit bis ISO 3.200
+ schwenkbares Display

Ausstattung

- Sensor: CCD im APS-C-Format
- Auflösung: 14,2 MP (α350)
  10,2 MP (α300)
- Monitor: 2,7" (231.000 Pixel)
- BIONZ-Bildprozessor
- CCD-Staubschutzsystem
- Serienbildfunktion mit 3 B/s (α300) bzw. 2,5 B/s (α350)

UVP: 650,– Euro (α300, Gehäuse)
800,– Euro (α350, Gehäuse)
Lieferbar ab März (α350)
ab April (α300)

DSC-W170	**DSC-S750**	**DSC-T300**	**DSC-H10**
1/2,3 Zoll / 10,1 MP	1/2,5 Zoll / 7,2 MP	1/2,3 Zoll / 10,1 MP	1/2,5 Zoll / 8,1 MP
3,3–5,2/28–140 mm	2,8–4,8/35–105 mm	3,5–4,4/33–165 mm	3,5–4,4/38–380 mm
2,7 Zoll / 230.000	2,5 Zoll / 230.000	3,5 Zoll / 230.000	3,0 Zoll / 230.000
93,7 x 58,0 x 24,0 mm	90,8 x 56,0 x 26,5 mm	94,0 x 59,3 x 21,4 mm	106 x 68,5 x 48,9 mm
175 Gramm	150 Gramm	177 Gramm	380 Gramm
299,– Euro	159,– Euro	399,– Euro	299,– Euro
• Opt. Bildstabilisator • Motiverkennung • Gesichtserkennung • Smile-Shutter • HD-Ausgang • ISO 3.200 • Optischer Sucher	• Gesichtserkennung • ISO-Verwacklungsschutz • Benutzerfreundliche Funktionsführung auf dem Bildschirm	• Opt. Bildstabilisator • Motiverkennung • Gesichtserkennung • Smile-Shutter • HD-Ausgang • ISO 3.200 • 3,5"-Touch-Screen	• Opt. Bildstabilisator • Gesichtserkennung • HD-Ausgang • ISO 3.200 • 10fach-Zoomobjektiv • 3,0-Zoll-Monitor

Die T300 ist ab April erhältlich. Die Preisempfehlung beträgt 399,- Euro.

Superzoom: DSC-H10

Mit der neuen DSC-H10 stellt Sony eine Kamera mit Zehnfach-Zoomobjektiv von Carl Zeiss vor, das einen Brennweitenbereich von 38–380 mm (KB-Äquivalent) abdeckt. Passend zur langen Brennweite hat Sony das neue Modell mit einem besonders leistungsstarken Blitzgerät ausgestattet, das im Zusammenspiel mit der maximalen Lichtempfindlichkeit von ISO 3.200 eine Reichweite von bis zu 14 m hat. Der doppelte Bildstabilisator „Super SteadyShot" unterstützt auch Aufnahmen ohne Blitz bei wenig Licht. Für rasante Momente gibt es den Sport-Shooting-Modus, bei dem eine extrem kurze Verschlusszeit mit schnellem Autofokus verbunden wird. Die Wahl des Bildausschnittes und die Kontrolle der Ergebnisse erfolgt über einen 7,6 cm/3 Zoll großen Clear-Photo-LCD-Plus-Monitor mit 230.000 Pixeln. Auch diese Kamera unterstützt den Standard PhotoTV HD für die optimierte Bildwiedergabe auf entsprechend ausgerüsteten Bravia LCD-Fernsehern. Sie ist ab April 2008 erhältlich; der UVP liegt bei 299,– Euro.

Cyber-shot W-Serie

Mit fünf neuen Modellen wertet Sony die W-Serie auf, in die das Unternehmen jetzt alle wichtigen neuen Kompaktkamera-Technologien integriert hat. Alle neuen W-Kameras sind mit automatischer Gesichtserkennung und Smile-Shutter-Funktion ausgestattet, enthalten den Bionz Bildprozessor mit D-Range Optimizer für ausgewogene Kontraste, bieten eine höchste Lichtempfindlichkeit von ISO 3.200 und erfreuen Fotografen, die ihre Kamera gerne in althergebrachter Weise ans Auge nehmen, mit einem optischen Sucher.

Ein 32–128 mm 4fach-Zoomobjektiv von Carl Zeiss ist den Cyber-shot Modellen W110, W120 und W130 gemeinsam. Die W110 und W120 bieten eine Auflösung von 7,2 Megapixeln und einen 6,35 cm/2,5 Zoll großen Farbmonitor mit 115.000 Pixeln sowie 12 Motivprogramme. Die W120 ist zusätzlich mit dem doppelten Bildstabilisator Super SteadyShot ausgestattet und in den Farben Schwarz, Silber, Blau und Pink zu haben. Die W130 gibt es wie die W110 nur in Silber, dafür aber mit 8,1 Megapixeln.

Diese Auflösung bietet auch die DSC-W150, die zudem mit einem 30–150 mm Fünffach-Zoomobjektiv von Carl Zeiss und einem 6,8 cm/2,7-Zoll-LCD-Monitor mit 230.000 Pixeln ausgestattet ist. Mit Hilfe der „Intelligent Scene Recognition" wählt die Kamera automatisch die passenden Einstellungen zum jeweiligen Motiv. Das tut auch die Cyber-shot W170, die aber 10,1 Megapixel bietet und deren Fünffach-Zoomobjektiv von Carl Zeiss mit einem Brennweitenbereich von 28–140 mm eine besonders interessante Weitwinkelperspektive ermöglicht. Die W170 wird in den Farben Silber, Schwarz, Rot sowie einem extravaganten Goldton erhältlich sein, die W150 nur in Silber.

Die ersten neuen Cyber-shot W-Modelle kommen im März auf den Markt: Die W120 zum UVP von 219,- Euro und die W130 (249,- Euro). Im Mai folgen dann die drei anderen Modelle W110 (189,- Euro), W150 (269,- Euro) und W170 (299,- Euro)

S-Klasse für Einsteiger

In der Einstiegsklasse bietet Sony mit der Cyber-shot S750 jetzt ein Modell an, das schlanker und kompakter ist als die Vorgängerkamera S700. Mit 7,2 Megapixeln Auflösung, einem 35–105 mm Dreifach-Zoomobjektiv und automatischer Gesichtserkennung macht sie auf einfache Weise gute Bilder – und das mit einer maximalen Empfindlichkeit von ISO 1.250.

Umfangreiche Bedienungshilfen erleichtern die Handhabung der Kamera, die mit einem 6,35 cm/2,5 Zoll großen LCD mit 153.000 Pixeln ausgestattet ist. Sie kommt im März zum UVP von 159,- Euro auf den Markt.

High-End SLR noch in diesem Jahr

Sony will noch in diesem Jahr die erstmals auf der PMA 2007 angekündigte digitale High-End Spiegelreflexkamera auf den Markt bringen. Auf einer Pressekonferenz informierte das Unternehmen über die ersten technischen Details des zukünftigen Spitzenmodells. Herzstück der neuen High-End α wird ein von Sony selbst entwickelter 24,6-Megapixel-CMOS-Sensor im Vollformat 24 x 36 mm sein, der eine maximale Bildfolgegeschwindigkeit von ca. 6,5 Bildern pro Sekunde erlaubt (die tatsächliche Leistung der Kamera steht noch nicht fest). Trotz des großen Sensors wird die High-End Kamera mit dem ins Gehäuse eingebauten Bildstabilisierungssystem Super SteadyShot ausgestattet sein.

Auf der PMA noch unter Glas: das neue High-End Flaggschiff, das noch in diesem Jahr auf den Markt kommen soll.

Die Kamera wird laut Sony Ende 2008 auf den Markt kommen – und voraussichtlich auf der photokina 2008, die vom 23. bis 28. September in Köln stattfindet, zu sehen sein.

Neue Kamera-Marke

GE startet mit sieben neuen Digitalkameras

Kameras von GE gehören in den USA zum Standard-Sortiment im Fotohandel. Jetzt will das amerikanische Unternehmen mit einer interessanten Produktpalette auch in der deutschen Handelslandschaft Fuß fassen.

Es ist sicherlich nicht einfach für einen Newcomer, sich im hart umkämpften Digitalmarkt zu behaupten, es sei denn, die Kameras heben sich durch exklusive Merkmale oder ein interessantes Preis-/Leistungsverhältnis von den Wettbewerbern ab. Bei den neuen Kameras von GE trifft beides zu. Großer Wert wird auf eine einfache Bedienung gelegt, die bei allen Modellen gleich ist. Ein Vorteil für den Handel, der sich nicht mit unterschiedlichen Bedienkonzepten und Erklärungen belasten muss. Das gilt auch für die Ausstattungsmerkmale. So sind beispielsweise alle Kameras, vom 7-Megapixel-Einsteigermodell bis zur 12-Megapixel-Kamera, mit Gesichtserkennung, Smile-Detection (Kamera löst aus, wenn die Person lächelt), Blink-Detection (Kamera warnt, wenn Augen geschlossen sind, funktioniert auch bei Gruppenaufnahmen), digitalem Bildstabilisator (E1050 mit optischem Bildstabilisator), LCD mit automatischer Helligkeitsanpassung und einer einfach zu bedienenden Panorama-Funktion ausgestattet. Der Verkaufsstart beginnt mit sechs Modellen im März, die E1050 folgt im Mai. Außerdem kommt im Sommer eine zusätzliche Variante der E1050 mit integriertem GPS-Modul. Alle Kameras sind in Schwarz oder Silber erhältlich.

Manfred Birrong, GE Verkaufsleiter, Deutschland, präsentierte die Vorzüge der neuen GE Produktpalette.

GE	A735	A835	G2	E840s	E1035	E1050	E1235
CCD / Auflösung	1/2,5 Zoll / 7,07 MP	1/2,5 Zoll / 8,0 MP	1/2,35 Zoll / 8,0 MP	1/2,5 Zoll / 8,0 MP	1/1,7 Zoll / 10,1 MP	1/2,33 Zoll / 10,5 MP	1/1,72 Zoll / 12,2 MP
Display / Pixel	2,5 Zoll / 153.600		2,7 Zoll / 230.400			3,0 Zoll / 230.400	2,7 Zoll / 230.400
Objektiv	2,8–4,8/36–108 mm		3,5–5,15/38–152 mm	3,4–5,8/36–144 mm	2,8–4,9/34–102 mm	3,3–4,9/28–140 mm	2,8–4,9/34–102 mm
Empfindlichkeit	ISO 80 – ISO 1.600				ISO 80 – ISO 3.200		
Speicher intern	32 MB		26 MB				
Batterien/Akku	2 x Mignon AA		Lithium-Ionen-Akku GB-20		Lithium-Ionen-Akku GB-40		
Maße (in mm)	92,3 x 59,0 x 27,5		91,0 x 59,8 x 20,0	95,7 x 56,0 x 21,0	103,0 x 56,0 x 24,0	92,5 x 57,0 x 23,5	103,0 x 56,0 x 24,0
Gewicht	133 Gramm (nur Kamera)		95 Gramm (nur Kamera)		145 Gramm (nur Kamera)		
Marktpreis	79,95 Euro	89,95 Euro	149,95 Euro	179,95 Euro	129,95 Euro	199,95 Euro	179,95 Euro

Vielseitige Anschlüsse

Tamron baut Objektivpalette weiter aus

Digitale SLR-Kameras liegen voll im Trend. Speziell bei den Modellen mit APS-C-Sensor sind zahlreiche neue Kameras angekündigt, die in den nächsten Wochen auf den Markt kommen werden. Dieser Kameraklasse widmet Tamron ganz besondere Aufmerksamkeit und stellte auf der PMA neue Objektive vor, die explizit für Kameras mit Sensoren im APS-C-Format entwickelt wurden. Alle Objektive zeichnen sich durch herausragende Abbildungsleistung und qualitativ hochwertige mechanische Verarbeitung aus.

Völlig neu ist das SP AF 10–24 mm/3,5–4,5 Di II LD Aspherical [IF], eine Weiterentwicklung des bekannten 11–18 mm/4,5–5,6, das mit höherer Leistung und verbesserten Spezifikationen aufwartet. Das kompakte Ultra-Weitwinkelzoom überzeugt durch große, aus gepresstem Glas gefertigte Asphären und hybrid-asphärische Elemente für extrem scharfe und brillante Bilder bei höchster Auflösung. Das Objektiv deckt einen Bildwinkel ab, der einem Brennweitenbereich von 16 bis 37 mm äquivalent zu Kleinbild entspricht. Eine aufwendige Mehrschichtenvergütung der Außen- und Innenflächen sowie die serienmäßige tulpenförmige Streulichtblende reduzieren Reflexionen und vermeiden Geisterbilder. Erwähnenswert ist auch die Naheinstellgrenze von 24 cm über den gesamten Zoombereich. Ferner bringt Tamron zwei weitere Objektive mit eingebautem Motor für Nikon Kameras.

Zu den bestehenden Objektivanschlüssen sind die Objektive AF 18–200 mm/3,5–6,3 XR Di II LD Aspherical [IF] Macro (Modell A14) und SP AF 17–50 mm/2,8 XR Di II Aspherical [IF] (Modell A16) jetzt auch mit integriertem Motor speziell für Nikon Kameras wie beispielsweise D40 und D40x erhältlich. Der Ultraschall-Motor ermöglicht eine schnelle, präzise und geräuscharme Scharfeinstellung und verbessert die Performance der Nikon Kameras. Darüber hinaus ist das mehrfach ausgezeichnete SP AF 17–50 mm/2,8 XR Di II Aspherical [IF] (Modell A16) zusätzlich zu den bisherigen Anschlüssen von Canon und Sony ab sofort auch mit Pentax-Anschluss lieferbar.

Die drei neuen Objektive auf einen Blick

Objektiv	SP AF 10–24 mm/3,5–4,5 Di II Asperical (IF)	SP AF 17–50 mm/2,8 XR Di II LD Asperical (IF)	AF 18–200 mm/3,5–6,3 XR Di II LD Asperical (IF) Macro
Modell	AB001	A16	A14
Linsen/Gruppen	12/9	16/13	15/13
Bildwinkel	108° 44' – 60° 20' (bei APS-C)	78° 45' – 31° 11' (bei APS-C)	75° 33' – 7° 59' (bei APS-C)
Naheinstellgrenze	24 cm (gesamter Brennweitenber.)	27 cm (ges. Brennweitenbereich)	45 cm
Max. Abb.-Maßstab	1:5,1 (bei 24 mm)	1:4,5 (bei 50 mm)	1:3,7 (bei 200 mm)
kleinste Blende	22	32	22
Blendenlamellen	7		
Filterdurchmesser	77 mm	67 mm	62 mm
Anschlüsse für	Canon, Nikon, Pentax, Sony/Konica-Minolta		
Länge x Ø	86,5 x 83,2 mm (Nikon)	83,2 x 73,8 mm	83,7 x 73,8 mm
Gewicht	370 Gramm (Nikon)	440 Gramm	405 Gramm

... und schnell raus

Mehr Verbraucher wollen ihre Bilder sofort

Einer der wesentlichen Unterschiede der Digitalfotografie zur klassischen Fotografie mit Film ist die unmittelbare Verfügbarkeit der Aufnahmen, direkt nach dem Druck auf den Auslöser. Für viele Digitalfotografen ist es inzwischen selbstverständlich geworden, das Bild sofort nach dem Schuss auf dem Monitor der Kamera zu kontrollieren und es mit anderen zu teilen.

Die Benutzung von Fotokiosks bleibt längst nicht mehr nur technikbegeisterten oder jungen Kunden vorbehalten. Auch ältere Konsumenten haben sich inzwischen an die bei allen Anbietern nahezu identische Bedienung gewöhnt.

Dieser Wunsch, möglichst ohne Verzögerung ein Bild zu sehen, überträgt sich in jüngster Zeit auch auf das Verbraucherverhalten an der Bildertheke. Längst reicht es vielen Kunden nicht mehr, wenn sie ihre Bildbestellungen nach 15 oder 20 Minuten abholen können; sie wollen ihre Prints sofort und möglichst schnell wieder aus dem Geschäft raus. Selbst Minilabbetreiber, die lange Jahre die Vorherrschaft in Sachen schnelles Bild innehatten, müssen inzwischen auf dieses veränderte Kaufverhalten reagieren und entweder Fotokiosks zusätzlich aufstellen oder das Minilab komplett durch Kiosks ersetzen, wollen sie den Anschluss an die Marktentwicklung nicht verpassen.

Doch während der Kiosk auf der einen Seite zur Kundenbindung beiträgt, sorgt er auf der anderen Seite dafür, dass die Frequenz an der Bildertheke rein rechnerisch geringer wird. Denn kam früher ein Kunde mindestens zweimal ins Geschäft, einmal, um den Film abzugeben, einmal, um die geprinteten Aufnahmen abzuholen, sind Bestell-, Print- und Abholvorgang jetzt zu einer zusammenhängenden Aktivität verschmolzen. Auch Minilabbetreibern, die es früher schafften, ihre Kunden bei Zeitschrift, Kaffee oder Erfrischungsgetränk während der Ausarbeitung ihrer Aufnahmen im Laden zu halten, nehmen Fotokiosks die Chance, diese Wartezeit zum Beispiel zur Präsentation neuer Produkte oder gar zum Verkauf von Zubehör zu nutzen.

Das Brennen von CDs oder die Erstellung von DVDs sind zwei typische Mehrwertdienstleistungen.

Die Anschaffung eines Kiosks allein reicht deshalb mittlerweile nicht mehr, um die einstmals dominierende Stellung des Fotohandels im Bildergeschäft wieder zurückzuerobern. Zumal die Bedienung der Geräte inzwischen extrem einfach geworden ist und sich die Benutzeroberflächen der verschiedenen Hersteller nur noch unwesentlich voneinander unterscheiden. Was zum einen die erfreuliche Folge hat, dass nicht nur Technikbegeisterte oder junge Menschen einen Fotokiosk bedienen können, sondern alle Zielgruppen. Zum anderen entdecken aber auch immer mehr branchenfremde Vertriebsformen, dass mit Foto-

kiosks ein gutes Geschäft zu machen ist. Immerhin lassen sich für das schnelle Kioskbild in der Regel noch Verkaufspreise von 29 Cent oder gar 39 Cent pro 10 x 15-Foto durchsetzen – traumhaft im Vergleich mit Bildern, die beispielsweise im Großlabor produziert werden.

Die hier geäußerten Bedenken sollen jedoch nicht so interpretiert werden, dass es sich für den Fotohandel schon jetzt nicht mehr lohnt, sich einen Fotokiosk oder mehrere Kiosks anzuschaffen. Im Gegenteil, nur mit Fotokiosks bleibt der Fotohandel beim Bildergeschäft wettbewerbsfähig. Aber um langfristig erfolgreich sein zu können, muss eine eigene Strategie umgesetzt werden. Diese kann beispielsweise so aussehen, dass man sich auf die rein digitale Bilddienstleistung konzentriert (so wie der neu eröffnete FotoToGo Shop in Paderborn, siehe an anderer Stelle in dieser Ausgabe). Dort setzen die Betreiber Karl und Jörg Malinowsky vor allem darauf, dass sich das Kioskgeschäft mit relativ geringem Beratungsaufwand, bei Stammkunden vollkommen ohne, durchführen lässt. Die auf diese Weise gesparten Personalkosten machen den Betrieb, in Kombination mit guten Einkaufskonditionen, sogar bei Standardbildern konkurrenzfähig und profitabel.

Eine weitere Strategie heißt Mehrwert. Je nachdem, wie hoch die Investitionen in die Kiosksoftware sind, können sich die Produktionsmöglichkeiten erheblich unterscheiden. Ist es an einfachen Selbstbedienungsterminals normal, Bildbearbeitungen in geringem Umfang durchführen zu können (Optimierung von Schärfe, Farbe, Kontrast, Ausschnittsvergrößerungen, Rote-Augen-Korrektur etc.), so lassen sich die kreativen Möglichkeiten durch Zusatzsoftware (und gegebenenfalls Zusatzgeräte) erheblich steigern – und versetzen den Betreiber damit in die Lage, sich von den Angeboten der Standardkiosks abzuheben.

Kioskspezialisten wie di support liefern maßgeschneiderte Softwarekonzepte für den Fotohandel.

Fotokiosks, die in Selbstbedienung betrieben werden, minimieren den Beratungsaufwand und damit die Personalkosten.

Einfachstes Beispiel dafür ist die Herstellung von Kalendern, Gruß- und Visitenkarten, für die eventuell ein zweiter Drucker erforderlich ist. Auch die Produktion von Foto-CDs oder Kodak Picture Movie DVDs lässt sich mit einem alleinstehenden und entsprechend ausgestatteten Fotokiosk, in diesem Fall der neuen, auf der PMA vorgestellten Version des Kodak G4, realisieren.

Tetenal bietet Kioskbetreibern ebenfalls vielfältige Unterstützung bei der kreativen Arbeit am Kiosk an. So enthalten beispielsweise das Luci & DVD Set und Photo Folio, das von Tetenal vertrieben wird, über 2.500 Designvorlagen zur Gestaltung von Postern, Collagen, Feiertagskarten, Schmuck-Rahmen, Fotobüchern, Fotoalbumseiten und Kalendern. Und mit dem DVD-Set lassen sich musikuntermalte „Diaschauen" produzieren.

Wer noch weitergehen und zusätzliche Alleinstellungsmerkmale entwickeln will, der sollte sich mit dem Thema Vernetzung befassen. Als besonders einfach (und gewinnbringend) hat sich beispielsweise die Kopplung des Kiosks mit einem (kleinen) Fotostudio herausgestellt, in dem Pass- und Bewerbungsbilder gemacht werden können. Auch der Anschluss an einen Großformatdrucker kann sich als sehr lukrativ erweisen – vor allem dann, wenn gewerbliche Kunden wie Werbeagenturen zum Kundenstamm gehören, denen der Faktor Zeit wichtiger ist als die Kosten eines Produktes.

Immer mehr Kioskbetreiber springen auch auf den Zug Richtung selbstgemachtes Fotobuch auf. Viele Hersteller sind in diesem Bereich momentan aktiv, und es lohnt sich, sich zum Beispiel auf den Messen der Händlerkooperationen (Ringfoto: 14.–16.3., Erlangen; europa-foto: 17.4., Wiesbaden) umzusehen und dort über individuelle Konzepte zu sprechen.

Messeangebot

Mitsubishi Electric Click Lite spricht vor allem Einsteiger an

Zur Ringfoto Messe in Erlangen bietet Mitsubishi Electric, einer der führenden Hersteller digitaler Printsysteme, das mit Basisfunktionen ausgestattete Einstiegs-Fotosystem Click Lite zum sehr günstigen Startpreis inklusive eines Druckers CP9550DW-S an.

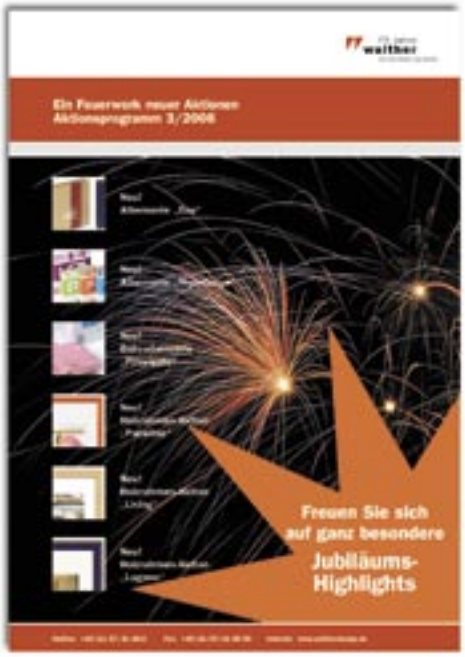
Bei geringen Investitionskosten eröffnet Click Lite Fotohändlern mit kleinerem Auftragsvolumen neue Umsatzmöglichkeiten. Das System lässt sich bei Bedarf zum leistungsfähigen Mitsubishi Electric Hochleistungs-Fotosystem Flexilab ausbauen und kann so problemlos an wachsende Auftragsmengen angepasst werden.

Click Lite bietet einen 17"-TFT-Touchscreen, mit dem der Nutzer Schritt für Schritt durch das Programm geführt wird. Das Einlesen der Bilddaten kann via Speicherkarte, CD-ROM, USB oder Bluetooth erfolgen. Die Bilder können bearbeitet und anschließend im gewünschten Format ausgedruckt werden. Der Anschluss von bis zu zwei Druckern ist möglich – im Lieferumfang des Angebots zur Ringfoto Messe inbegriffen ist ein Thermosublimationsdrucker CP9550DW-S. Der wirtschaftliche und zuverlässige Printer ist speziell für ein kleineres Auftragsvolumen und Passbild-Ausdrucke ausgelegt.

Kernlose Papierrollen mit großer Bildkapazität ersparen einen häufigen Papierrollenwechsel und gewährleisten störungsfreien Dauereinsatz. Die doppelte Anzahl von Heizelementen (Dual Line Technology) sorgt für große Detailschärfe und Farbbrillanz. Der Händler kann zwischen sechs verschiedenen Druckformaten von 10 x 15 cm bis zu 15 x 23 cm-Prints wählen. Ein Bild im Format 10 x 15 ist bereits nach 14 Sekunden fertiggestellt.

Neben den Sofortbildern druckt Click Lite Passbilder und Index-Prints. Via optionalem Scanner können Kopien von Fotos, Negativen und Dias erstellt werden. Zu den Funktionen für eine professionelle Bildbearbeitung gehören neben Format-, Helligkeits- und Farbanpassung auch Rote-Augen-Korrektur und Bildrestaurierung. Darüber hinaus werden dem Kunden auch attraktive Dekorationsmöglichkeiten (Sepia- oder Schwarzweißeffekt, Fotorahmen und -kalender) geboten.

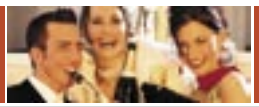
Ein Ideen-Feuerwerk. Jetzt im neuen Aktionsprogramm.



Seite für Seite
attraktive Aktionen
mit Alben und Rahmen
und fantastische
Jubiläums-Angebote.

Einfach anfordern:

walther
Für Ihre Bilder das Beste.



Karl Walther
Alben und Rahmen GmbH & Co KG
Herrenpfad-Süd 26, D-41334 Nettetal
Telefon: 02157/8186-0
Fax: 02157/8186-50
E-Mail: service@waltherdesign.de
www.waltherdesign.de

In Paderborn öffnet erster FotoToGo Shop

Digitaler Printshop

Karl Malinowsky ist seit 37 Jahren Fotohändler. In diesen knapp vier Jahrzehnten hat er Höhen und Tiefen durchlebt. Dass er heute immer noch erfolgreich im Geschäft ist, verdankt er unter anderem einem feinen Gespür dafür, wohin die Trends im Markt gehen. „Und die zeigen im Moment ganz eindeutig in Richtung digitaler Bilderproduktion", so Malinowsky, der gemeinsam mit seinem Sohn Jörg drei Fotogeschäfte und vier Parfümerien im Raum Ostwestfalen-Lippe betreibt.

Im Südring-Center in Paderborn ist Deutschlands erster digitaler FotoToGo Printshop zu finden.

Genau genommen sind es vier Fotogeschäfte, wenn sich auch das jüngste konzeptionell von den bestehenden Geschäften unterscheidet. Seit Mitte Februar findet sich im Südring-Center in Paderborn ein modernes Bildergeschäft, bei dem sich alles um digitale Bilddienstleistungen dreht. In Zusammenarbeit mit dem Eschborner Kiosk-Spezialisten und FotoToGo Terminal Hersteller di support wurde in dem Einkaufszentrum, das etwa 65 Betriebe beherbergt und täglich von durchschnittlich mehr als 12.000 Kunden frequentiert wird, ein rein digitaler Printshop errichtet.

Aussagekräftiger Auftritt

„Wer mit Digitalbildern handelt, muss seine Kompetenz heute anders zum Käufer transportieren als früher", meinte Karl Malinowsky im Gespräch mit imaging+foto-contact. „Ich bin davon überzeugt, dass uns dieses Vorhaben mit unserem neuen Geschäft gelungen ist." In dem farblich vom FotoToGo Gelb dominierten, rund 50 Quadratmeter großen Geschäft treffen ein aussagekräftiger Markenauftritt, State-of-the-Art-Technik und modernes Lifestyle-Ambiente aufeinander. „Es schien uns unpassend, in einem von Filialisten dominierten Umfeld als ‚Foto Malinowsky' aufzutreten, weil der End-

Ralph Naruhn, Geschäftsführer di support

verbraucher von heute ein immer größer werdendes Markenbewusstsein entwickelt und auf Shopkonzepte vertraut, die ihm innovativ, kompetent und strukturiert erscheinen", so Jörg Malinowsky. „Deshalb haben wir uns dazu entschlossen, uns zum FotoToGo Partnerkonzept zu bekennen und dies auch optisch zum Ausdruck zu bringen."

So vermitteln das professionelle Design des Ladens und die abgestimmten Werbe- und Verkaufsförderungsmittel dem Besucher des Südring-Centers schon optisch den Eindruck, auch beim neuen digitalen Printshop handele es sich um einen Filialbetrieb. Dass dieser Eindruck von der vorhandenen Technik noch unterstrichen wird, versteht sich von selbst.

Individuelles Konzept

„Wir können unser Konzept auf den individuellen Bedarf jedes einzelnen Fotohändlers maßschneidern", erläuterte Ralph Naruhn, Geschäftsführer di support. „Unsere Paderborner Partner haben wir entsprechend mit sechs Touchscreen-Terminals und einem Mini-Studio für Passbild- und Bewerbungsbilder mit verschiedenen Segmentwänden mit Digitalprodukten wie Speicherkarten, Trendartikeln oder digitalen Bilderrahmen und einem passenden Angebot an Alben und Rahmen ausgestattet." An der Kasse ergänzt ein Epson Großformatdrucker für Poster bis zum Format 60 x 90 cm das Angebot.

Herzstück des Geschäftes ist die di support Spezialität Software. So wurden die beiden ersten Terminals am Eingang als Express-Kiosks konzipiert, während alle weiteren Produktionsgeräte über den Auftragsmanager miteinander vernetzt sind. „Wer es eilig hat und nur Prints im Format 10 x 15 cm haben möchte, greift auf ein Express-Terminal zurück", so Karl Malinowsky. „Alle anderen Kunden können ihre Aufträge in aller Ruhe an einem der anderen Terminals bearbeiten und diese zum Printen an die zentrale Druckeinheit im Tresenbereich abschicken."

An insgesamt sechs Touchscreen-Terminals können die Kunden ihre Bestellungen bearbeiten. Auch ein Mini-Studio für Pass- und Bewerbungsbilder steht bereit (r.).

Geringe Personalkosten

Dank des extrem einfachen Bedienkonzeptes der FotoToGo Terminals sind auch Bildbearbeitungen und die Bestellung von Mischaufträgen problemlos möglich. „Das ganze System ist sowohl für die Kunden als auch für uns so einfach zu handhaben, dass von Montag bis Donnerstag nur eine Verkaufskraft erforderlich ist. Lediglich am Freitag und am Samstag ist das Geschäft doppelt besetzt", berichtete Karl Malinowsky. Durch die Verbindung der vergleichsweise relativ geringen Personalkosten mit der erzielten Marge mache das Geschäft schon nach wenigen Wochen „richtig Spaß", ergänzte Sohn Jörg. „Wir haben das Geschäft vor der offiziellen Eröffnung Ende Februar einige Wochen lang im Testlauf gefahren und können schon jetzt sagen, dass sich das Konzept bewährt hat." Man sei sich sicher, dass sich die Investitionen sehr schnell amortisieren würden.

Konzept hat sich schon nach wenigen Wochen bewährt

Zahlreiche Kunden und Fotohandels-Kollegen nutzten die Chance des offiziellen Eröffnungstages, um sich über das Geschäft und das dahinterstehende Konzept zu informieren.

Diese Zuversicht begründet sich auch durch das Geschäftsmodell, das zwischen den Besitzern des Printshops und dem Lieferanten di support vereinbart wurde. „Das Geschäft in Paderborn ist gesellschaftsrechtlich vollkommen unabhängig von di support. Es handelt sich nicht um ein Franchise-Modell, und es sind auch weder laufende Gebühren noch eine Einstiegsgebühr zu entrichten", betonte Naruhn. „Besitzer und Betreiber sind Karl und Jörg Malinowsky." Diese hätten sich allerdings dazu verpflichtet, Hardware, Software und Verbrauchsmaterialien, sofern es die Bilderproduktion betrifft, über di support zu beziehen.

Erfreuliche Erträge

Für das klare Bekenntnis zur Marke FotoToGo und die Übernahme des einheitlichen Auftritts zeigt sich di support zum Beispiel durch Subventionierung der Shopgestaltung und durch vergünstigte Einkaufskonditionen erkenntlich. „Auf diese Weise profitieren beide Seiten von der Zusammenarbeit", meinte Naruhn. „Und was für den Fotohändler vor allem zählt: Er profitiert in Cent und Euro." So kann der Betreiber bereits bei einem normalen Verkaufspreis von 29 bis 39 Cent mit einem einzelnen Foto ToGo Terminal erfreuliche Erträge realisieren. „Sie können aber sicher sein, dass ein FotoToGo Partnershop Betreiber von weiteren Vergünstigungen profitiert", betonte Naruhn.

Pentax Wertgarantie

Neue Konzepte fördern Service und Verkauf

Pentax hat wieder einmal ein wegweisendes Konzept initiiert, um Service und Verkauf zu verbessern. Von diesem profitieren Händler und Endkunden gleichermaßen: Mit der Pentax Wertgarantie bekommt der Handel ein weiteres Argument für das Verkaufsgespräch am PoS, und der Nutzer einer Pentax Kamera kann auf verbesserte Unterstützung durch den Hersteller bauen.

Die neue Pentax Wertgarantie bietet dem Kunden Vorteile bei der Absicherung von Schäden, die in der Regel nicht durch die gesetzliche Gewährleistung geregelt werden und liefert dem Handel ein zusätzliches Argument für das Verkaufsgespräch am PoS.

Schon das Wort „Reparaturservice" hat bei vielen Endverbrauchern einen faden Beigeschmack. So mancher von ihnen hat negative Erfahrungen mit Reparaturen elektronischer Artikel gemacht. Zum Beispiel, weil anfallende Reparaturkosten deutlich höher sind als erwartet, weil Schäden diagnostiziert werden, die sie sich nicht erklären können, oder weil überraschenderweise nicht der Händler ihres Vertrauens für die Reparaturabwicklung zuständig ist, sondern ein Serviceunternehmen irgendwo im Ausland.

Schadensbegrenzung

Dabei ist die Kamera doch beispielsweise nur „kurz ins Wasser gefallen". Im Diagnosebericht der Serviceabteilung des Herstellers steht nur kurz und knapp – Wasserschaden! Solche Schäden an der Kamera werden aber meist sehr teuer oder sind oft gar nicht mehr zu reparieren – der Kunde muss wohl oder übel eine neue Kamera kaufen.

Genau an dieser Stelle setzt die neue Pentax Wertgarantie an. Kosten für Schäden, die normalerweise nicht von der zweijährigen gesetzlichen Gewährleistung abgedeckt sind, wie zum Beispiel durch Sturz, Feuchtigkeit, Sand oder andersartige unsachgemäße Handhabung, werden von der zusätzlich abgeschlossenen Pentax Wertgarantie für fünf Jahre ab Kauf übernommen.

Die Vorteile der Pentax Wertgarantie auf einen Blick.

Längere Garantiezeit

Üblicherweise sind im Normalfall lediglich Schäden durch Material-, Konstruktions- oder Produktionsfehler abgedeckt, und dies in der Regel für einen Zeitraum von zwei Jahren. Die geringen Mehrkosten bei der Anschaffung einer Kamera haben sich für den Kunden im Schadensfall schnell amortisiert.

Starten wird die Pentax Wertgarantie ab März mit einem Kit der digitalen Spiegelreflexkamera K20D. Neben der Kamera und einem smc-DA 18–55 mm II Zoomobjektiv beinhaltet das Kit auch die Pentax Wertgarantie, die im Reparaturfall diese Schäden abdeckt:

- Materialfehler
- Konstruktionsfehler
- Produktionsfehler
- Gerätedefekt durch Bedienfehler
- Fallschäden
- Überspannung und Kurzschluss
- Raub/Einbruchdiebstahlschutz (bis zu 300 Euro Kostenbeteiligung)
- Arbeitslohn und Ersatzteile
- Garantiedauer fünf Jahre

Die Pentax Wertgarantie soll zukünftig auch mit anderen Pentax Kameras angeboten werden. Weitere detaillierte Informationen zu diesem Thema sind auf der Pentax Homepage www.pentax-wertgarantie.de zu finden.

Tool Nummer zwei fördert Online-Verkäufe von Pentax Kameras

Das zweite neue Tool befasst sich mit dem Verkauf von Pentax Kameras über das Internet. Das Pilotprojekt wurde bereits sehr erfolgreich im November des vorigen Jahres gestartet. Beim Pentax Commerce Connector handelt es sich um ein Tool, das auf der Pentax Homepage unter www.pentax.de fest installiert wird. Sobald ein Verbraucher eines der auf der Homepage präsentierten Produkte aufruft, findet er neben den ausführlichen Informationen nun auch einen „online-kaufen"-Button. Dieser ist direkt mit der Produktseite eines Internetshops (I-Shop) verlinkt. Daneben gibt es einen weiteren Button, der das Händlerverzeichnis öffnet und durch Eingabe der Postleitzahl die in unmittelbarer Nähe befindlichen Fachhändler mit kompletter Adresse auflistet.

Die I-Shops werden sehr gründlich ausgewählt und zählen zu den „Trusted Partnern" von Pentax. Dabei ist Voraussetzung, dass sie eine besonders ansprechende Präsentation in ihrem I-Shop haben und über eine angemessene Produktvielfalt verfügen. In der Pilotphase wird die Anzahl der ausgewählten Shops zunächst begrenzt.

Endverbraucher, die sich für ein konkretes Produkt interessieren, werden direkt zum ausgewählten Online-Shop – in die Produktdetailansicht – geleitet und können dann unmittelbar bestellen. Der Pentax Commerce Connector überprüft permanent die Verfügbarkeits- und Listungsinformationen der Partnershops. Damit wird gewährleistet, dass die gewünschten Produkte auch tatsächlich verfügbar sind und schnellstmöglich ausgeliefert werden können. Mit dieser Maßnahme trägt Pentax dem Wunsch vieler Internet-User Rechnung, die beim Besuch von Herstellersites ohne Umwege online kaufen möchten.

Pentax startet großes Gewinnspiel zur Fußball-EM 2008

Ein sportliches und mediales Großereignis ist die Fußball-Europameisterschaft vom 7. bis 29. Juni 2008 in Österreich und der Schweiz. Nach der EM 2000 in Belgien und Niederlande ist es das zweite Mal in der Geschichte der EM, dass eine Fußball-Europameisterschaft in zwei Ländern parallel stattfindet. Die Spiele werden in insgesamt acht Spielorten ausgetragen, davon je vier in der Schweiz und in Österreich. Spielorte in Österreich sind Innsbruck, Klagenfurt, Salzburg und Wien. Dort wird auch das Finalspiel zu sehen sein. Die Austragungsorte in der Schweiz sind Basel, Bern, Genf und Zürich. Damit die zahlreichen Fußballfans immer den Überblick behalten, wird Pentax einen sehr ausführlichen EM-Planer bereitstellen. Die Gesamtauflage von 30.000 Stück wird über den Fotohandel in Deutschland zu beziehen sein. Viele Fans möchten bei diesem Großereignis wieder ganz verstärkt fotografieren und sind somit auch an neuen Fotoprodukten interessiert. Deshalb wird das große Pentax Gewinnspiel auch im Fotohandel auf besonderes Interesse stoßen. Dem Handel werden neben den EM-Planern auch Fanartikel zum Verteilen an seine Kunden zur Verfügung gestellt. Bei dem Gewinnspiel werden hochwertige Kameras als Gewinn ausgelobt. Als Hauptgewinn steht das neue Pentax DSLR-Flaggschiff, eine Pentax K20D mit Zoomobjektiv im Wert von 1.299 Euro, bereit.

SanDisk erhöht Kapazität und Geschwindigkeit

Speziell an Fotografen mit hohem Speicherbedarf wendet sich SanDisk mit der Einführung von 32 und 16 GB SDHC-Karten und einer 8GB SDHC Plus-Karte. Mit den Neuheiten wurden sowohl Kapazität als auch Geschwindigkeit der SanDisk Ultra II Serie auf 15 Megabyte pro Sekunde erhöht. Damit sind die Karten hervorragend geeignet für moderne Camcorder und Digitalkameras, die sowohl foto- als auch videofähig sind. Zuvor hatten die Karten eine Lesegeschwindigkeit von 10 MB/s bzw. eine Schreibgeschwindigkeit von 9 MB/s. Die 32 GB Ultra II SDHC-Karte, deren Speicherkapazität die höchste Kapazität im Bereich der von SanDisk hergestellten Flash-Speicherkarten für Privatnutzer sein wird, kann mehr als 8.000 hochauflösende Bilder oder bis zu 40 Stunden Videomaterial speichern. Die 32 und 16 GB SDHC-Karten gibt es zusammen mit dem SanDisk Micro Mate USB 2.0-Leser – damit erhält der Nutzer ein Komplettpaket für schnelles Aufnehmen, Speichern und Übertragen der Bilder.

Neben Geschwindigkeit und Speicherkapazität bietet die 8 GB SanDisk Ultra II SDHC Plus sowohl SD als auch USB-Funktionen in einer Karte. Konzipiert mit SanDisks einzigartiger, patentierter Hinge Lock-Technologie kann die Karte an jedem Computer über den USB-Port angeschlossen werden. Mit dieser two-in-one Lösung gehören Kabel und Kartenleser beim Übertragen von Fotos und Videos von der Kamera der Vergangenheit an. Trotz des kleinen Formats ist das Scharnier äußerst robust – selbst 10.000 Mal öffnen und schließen konnten der Karte bei internen Tests nichts anhaben.

Die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers für die 32 GB SanDisk Ultra II SDHC-Karte mit MicroMate USB 2.0 Leser liegt in Nordamerika bei $ 349,99 und für die 16 GB Karte mit Leser beträgt sie $ 179,99. Der Preis der SanDisk Ultra II SDHC Plus-Karte liegt bei $ 99,99 (UVP). Die 16 GB und 8 GB Karten sollen ab März/April und die 32 GB Karte soll ab April/Mai im Handel erhältlich sein. Die UVPs für den europäischen Markt standen bei Redaktionsschluss noch nicht fest.

Bilora Shell Bag bietet besonders guten Schutz

Bilora hat eine Taschenserie ins Sortiment aufgenommen, die Kameras nach dem Vorbild der Natur schützt, die Bilora Shell Bags. Hardcases gab und gibt es schon viele in den verschiedensten Ausführungen. Neu bei den Bilora Shell Bags ist aber, dass die Hardcases zusätzlich mit einem weichen AS-Innen-Polster ausgestattet sind und den Inhalt so besonders gut schützen. Im Gegensatz zu anderen Hardcases kann die Kamera nicht in der Tasche verrutschen oder gar anstoßen, weil der Schaum sich der Kamera anpasst und diese fixiert. Geliefert werden die Shell Bags in drei verschiedenen Größen, um allen Kompaktkameras optimalen Schutz bieten zu können, und in drei modischen und attraktiven Farben.

Neuer USB-Stick von Kingston Technology

Kingston Technology hat einen neuen USB-Stick vorgestellt, der auch als Adapter für Minispeicher aus Mobiltelefonen genutzt werden kann. Der Data Traveller Micro Reader bietet eine Kapazität bis 2 GB.

Er kann außerdem Speicherkarten des Typs microSD, microSDHC und Memory Stick Micro (M2) lesen. So lassen sich Bild-, Musik- und andere Daten von Mobiltelefonen schnell und ohne Kabel auf PCs und Mac-Rechner übertragen.

Unterwassergehäuse für die Sanyo Xacti HD 1000

Sanyos kleine Full HD Kamera Xacti HD 1000 kann ihre Eigenschaften jetzt auch unter Wasser zeigen: Das neue Unterwassergehäuse EHS-1000 HD bietet dem kompakten SD-Camcorder Schutz für Tauchgänge bis zu 45 m Tiefe. Mit dem EHS-1000 HD kann die Unterwasserwelt in Full HD Qualität (1.920 x 1.080 Pixel) gefilmt oder mit vier Megapixeln Auflösung fotografiert werden. Die Xacti HD 1000 passt perfekt in das schützende Gehäuse. Aufgrund der geringen Abmessungen von 186 x 124 x 195 mm liegt das EHS-1000 HD gut in der Hand. Damit der Unterwasserfilmer sämtliche Kamerafunktionen bequem bedienen kann, sind die Bedienelemente groß und griffig gestaltet. Das langlebige, aus robustem Polykarbonat gefertigte UW-Gehäuse ist nicht nur absolut wasserdicht, sondern schützt an Land auch vor Spritz- und Regenwasser sowie vor Erschütterungen und Stößen. Unverbindliche Preisempfehlung: 349 Euro.

Ricoh bringt die Caplio GX100 im Creative Set

Ricoh hat die Caplio GX100 in einem Creative Set auf den Markt gebracht. Das Kit enthält neben der Kamera den exklusiven elektronischen LCD-Aufstecksucher (VF-1), den Weitwinkel-Konverter 0,8x (DW-6), die Gegenlichtblende mit Adapter (HA-2), die Ledertasche (SC-45) und den Trageriemen (ST-2).

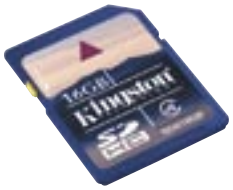
Die Caplio GX100 ist mit einem CCD-Sensor mit einer Auflösung von 10 Megapixeln ausgestattet. In Kombination mit dem Ricoh Bildverarbeitungsprozessor „Smooth Imaging Engine II" entstehen rauscharme Digitalfotos, die laut Hersteller durch ihren Detailreichtum und ihre Farbbrillanz beeindrukken.Ein weiterer Pluspunkt der Caplio GX100 ist ihre optische Ausstattung.

Das lichtstarke 2,5–4,4/24–72 mm Objektiv bietet eine in diesem Segment sehr interessante Weitwinkel-Einstiegsbrennweite von 24 mm. Durch die Verwendung asphärischer Linsenelemente und Glassorten mit hohem Brechungsindex liefert es in allen Brennweitenbereichen optimale Bildqualität. Die integrierte CCD-Shift Bildstabilisierungsfunktion reduziert die Verwacklungsgefahr.

Das Caplio GX100 Creative Set erweitert die fotografischen Möglichkeiten erheblich. So liefert der elektronische, schwenkbare LCD-Aufstecksucher nicht nur ein parallaxenfreies Sucherbild mit 100prozentigem Bildinhalt, sondern er zeigt gleichzeitig alle wichtigen Informationen an. Für Super-Weitwinkelaufnahmen sorgt der speziell auf die Leistung der Caplio GX100 abgestimmte Weitwinkel-Konverter, der den Weitwinkelbereich auf 19 mm Brennweite vergrößert. Die Gegenlichtblende mit Adapter (HA-2), die Ledertasche (SC-45) für die Caplio GX100 mit aufgestecktem elektronischem LCD-Sucher sowie der praktische Umhängeriemen runden das Creative Set perfekt ab.
Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 799 Euro.

16 GB Klasse 4 SDHC-Karte von Kingston Technology

Neu bei Kingston Technology ist die 16 GB Klasse 4 SDHC-Karte, die SDHC-Karte mit der derzeit höchsten Kapazität bei Kingston. Zum Portfolio des Herstellers gehören auch SDHC-Karten mit 4 GB und 8 GB. Alle SDHC-Karten von Kingston gibt es in drei Geschwindigkeitsvarianten (2, 4 und 6). Der Hersteller bietet für diese Produkte lebenslange Garantie und 24/7 technischen Support.



Erno Digitalrahmen Dion

Der Bildqualität widmet Erno ganz besondere Aufmerksamkeit. Das 7 Zoll große Marken-LCD bietet eine Auflösung von 800 x 400 Bildpunkten und einen Kontrastumfang von 400:1. Zur Bildpräsentation stehen mehrere Wiedergabemodi zur Verfügung: als Einzelbild, als Diaschau, als Diaschau mit Musik (MP3-Dateien) oder als Diaschau mit Kalender und Uhrzeit. Werden die Bilder als Diaschau präsentiert, können verschiedene Standzeiten und Bildübergänge gewählt werden. Wahlweise kann die Bildfolge in einer bestimmten Reihenfolge oder per Zufallsgenerator erfolgen. Darüber hinaus lassen sich auch Videoclips im MPEG-Format abspielen.

Die Bild- und Tonwiedergabe kann wahlweise direkt von der Speicherkarte oder dem internen 128-MB-Speicher erfolgen. Zwei Speicherkarten-Steckplätze gestatten die Verwendung von SD-, MMC-, CF-, xD- und Memory Stick-, Memory Stick Pro- und Memory Stick Pro Duo-Speicherkarten. JPEG-, MPEG- oder MP3-Dateien können mittels USB-Kabel direkt in den internen Speicher geladen werden. Für den richtigen Sound sorgen zwei 0,9-Watt-Lautsprecher, die sich auf der Rückseite des Rahmens befinden. Selbstverständlich kann die Lautstärke geregelt bzw. die Tonwiedergabe abgeschaltet werden. Der Digitalrahmen Dion kostet 199,– Euro (UVP).

Voigtländer Vito V10

Pluspunkte

Kompakte Digitalkamera mit allen wesentlichen Features, die Einsteiger zum Fotografieren benötigen

Ausstattung

- 10,1 Megapixel
- Zoom 35–105 mm
- 6,4 cm/2,5"-Monitor
- kürzeste Verschlußzeit 1/1.000 Sek.
- manueller Belichtungsausgleich
- Makroaufnahmen ab 5 cm
- 32 MB interner Speicher

UVP: 179 Euro

Ritsch-Ratsch-Klick

Neue Fotohandys vom Mobile World Congress

Touchscreens, mobiler Internetzugang, immer mehr Multimedia-, Mail- und Officefunktionen. Das sind die herausragenden Merkmale der neuen Mobiltelefone, die imaging+ foto-contact auf dem Mobile World Congress in Barcelona zu sehen bekam. Für den Fotohandel besonders wichtig: Die Fotofunktionen in den Handys werden mit hochwertigeren Kameras und zusätzlichen Bearbeitungsmöglichkeiten weiterhin aufgewertet.

Fünf Megapixel und eine herausziehbare Objektivabdeckung sind nur einige der Ausstattungsmerkmale des neuen Cyber-shot Handys C902 von Sony Ericsson.

Wenigstens drei Megapixel, in der Regel aber fünf Megapixel, sind inzwischen die Regel bei Geräten des höheren Preissegments. Gleichzeitig wird der Versand der Fotos durch schnellere Datennetze und sinkende Preise attraktiver. Und durch die Integration von Navigation bzw. den Einbau von GPS-Empfängern direkt in das Mobiltelefon erschließt sich auch die neue Funktion des Geo-Tagging, also die Speicherung des Standortes mit der jeweiligen Aufnahme, ohne das bislang bei Kameras erforderliche Zusatzgerät. Hier wartete zum Beispiel Handy-Neuling Garmin, bislang Spezialist für Navigationsprodukte, mit dem neuen nüvifon auf.

Wer sich genauer über die neuen Foto- und Videofunktionen informieren wollte, fand in der Fira de Barcelona vor allem am Stand von Sony Ericsson ein lohnenswertes Ziel. Schon vor Jahren hatte das Unternehmen für seine bildorientierten Produkte die Marke Cyber-shot von der Sony Corporation übernommen und damit die besondere Verbundenheit zum Thema Bild dokumentiert. In Barcelona wurde nun mit dem Cyber-shot Handy C902 ein Modell präsentiert, das so manchem älteren Besucher der Pressekonferenz den spontanen Kommentar „Ritsch-Ratsch-Klick" entlockte. Denn ähnlich wie bei den Mitte der 70er-Jahre eingeführten Agfamatic Pocketkameras wird die Fotofunktion durch Herausziehen der beweglichen Objektivabdeckung aktiviert. Sobald die Fünf-Megapixel-Kamera aktiviert ist, ändert sich die Beleuchtung der Tasten von weiß auf blau. Gleichzeitig erscheinen am oberen und unteren Bildschirmrand ebenfalls blau hinterleuchtete Sensortasten, die den direkten Zugriff auf die wichtigsten acht Kamerafunktionen wie beispielsweise Gesichtserkennung oder Blitz ermöglichen.

Sony Ericsson Cyber-shot C902 (oben) und Sony Ericsson G900.

Ganz anders als die Pocketkameras vergangener Jahrzehnte zeigt sich Sony Ericsson beispielsweise mit der Funktion Gesichtserkennung auf dem neuesten Stand der technischen Entwicklung in der Fotowelt. Beinahe schon als sensationell ist aber eine weitere Funktion zu bezeichnen, die sich im neuen G900 von Sony Ericsson findet: Das mit einem Touchscreen-Monitor

ausgestattete Handy erlaubt es dem Nutzer, das Autofokusfeld mit dem Finger an jede beliebige Stelle des Bildschirms zu ziehen. Durch diese Funktion, die vom Prinzip her an die Autofokus-Augensteuerung beispielsweise von früheren Canon Spiegelreflexkameras erinnert, kann der Schärfebereich äußerst genau platziert werden. Darüber hinaus ist auch diese Neuheit mit einer 5-Megapixel-Kamera, dreifacher Digitalzoomfunktion, elektronischem Bildstabilisator und Fotolicht ausgestattet.

Eine Fünf-Megapixel-Kamera, deren Objektiv wieder von Carl Zeiss stammt, findet sich auch im neuen Multimedia-Computer Nokia N96, das sich als Allround-Talent in Sachen Multimedia zeigt. Mit dem Gerät kön-

Das Nokia N96 ist mit Carl Zeiss Optik ausgestattet.

nen Nutzer Videos aus dem Internet und Live-TV-Sendungen auf dem großen Display in hochwertiger Qualität betrachten. Ein 3,5-mm-Anschluss für Standard-Kopfhörer und integrierte Lautsprecher mit Unterstützung für 3D-Sound sorgen für außergewöhnliche Musikerlebnisse, und mit der Anwendung Nokia Maps können Nutzer bequem nach Adressen oder interessanten Orten in der Nähe suchen. Zu den Imagingfunktionen gehören zwei Blitzlichter (LED), die Videoleuchte und die Beleuchtung zur Unterstützung des Autofokus.

Große Beachtung fand in Barcelona der Navigationsspezialist Garmin,

Mit dem LG KF600 hat LG Mobile ein weiteres Modell mit Touchscreen vorgestellt. Auffällig ist bei diesem Gerät, dass sich auf dem Display nur die Menübuttons zeigen, die gerade gebraucht werden. Damit lassen sich speziell die multimedialen Features intuitiv bedienen. Zur Multimedia-Ausstattung des LG KF600 gehören eine Drei-Megapixel-Kamera, ein MP3-Player, Videoaufnahme und FM Radio. Die Datenübertragung, zum Beispiel zu einem Fotokiosk, kann unter anderem über Bluetooth erfolgen.

der dort sein kurz vor der Messe vorgestelltes erstes Mobiltelefon unter dem Namen nüvifon zeigte. In dem neuen Modell verbindet Garmin seine Kompetenz aus der Navigations- und der Mobilfunkwelt. So werden beispielsweise alle mit der integrierten Kamera aufgenommenen Fotos automatisch mit dem Längen- und Breitengrad des Standorts versehen. Über die Google Panoramio-Website bietet das Gerät außerdem direkten Zugriff auf Millionen von mit Positionsdaten versehenen Fotos von Orientierungspunkten und Sehenswürdigkeiten weltweit. Das nüvifon ist außerdem mit einer

Auch das nüvifon von Garmin bietet zahlreiche Imagingfunktionen.

Videokamera sowie einem MP3- und MPEG4/AAC-Player ausgestattet.

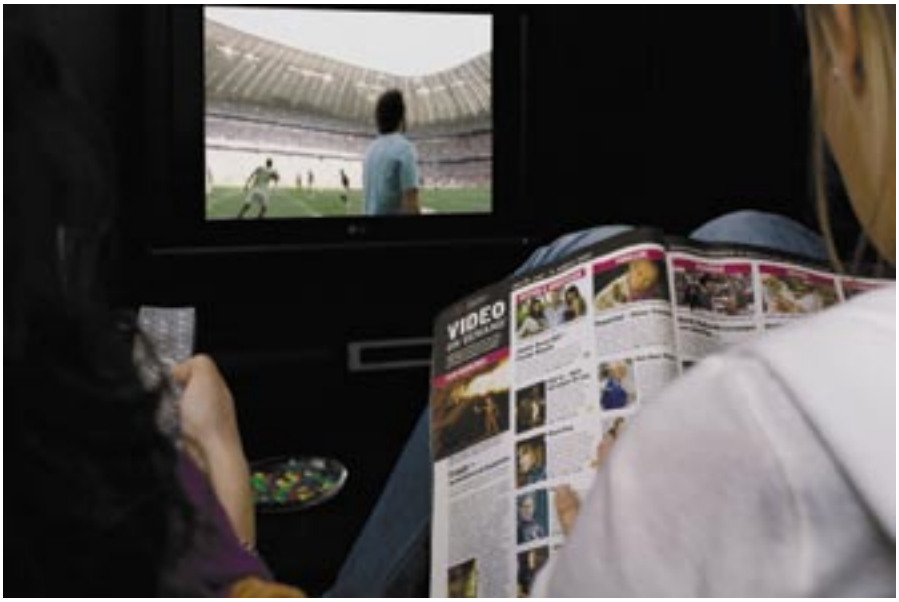
Mit einer Fünf-Megapixel-Kamera präsentiert sich schließlich auch das Modell SGH-U900, das Samsung in Barcelona an die Spitze seiner neuen „Ultra Edition III" gesetzt hat. Im Stil seiner Vorgänger kommt das Gerät mit einem schlanken, hochwertigen und formschönen Gehäuse auf den Markt. Zur Fotoausstattung des Modells gehören neben der Kamera eine Power-LED für Aufnahmen bei schlechten Lichtverhältnissen, Gesichtserkennung und ein elektronischer Bildstabilisator. Schwierige Gegenlichtsituationen und starke Helligkeitskontraste werden mit Wide Dynamic Range ausgeglichen.

Der High-Speed-Internetzugang via 7.2 MBit/s-HSDPA zählt ebenso zur Ausstattung wie umfangreiche Audio- und Multimediafunktionen. Das Navigationsdisplay erlaubt dem Anwender, die Tastatur-Funktionen ganz nach Wunsch auszurichten.

Gute Aussichten

Bedarf nach Internetzugang steigt weiter

Seit Herbst 2007 haben Ringfoto-Händler die Möglichkeit, mit dem Kooperationspartner The Phone House auch DSL- und Festnetzprodukte ohne großen Aufwand zu vermarkten. Dass es sich nicht nur für die Mitglieder der Fürther Händlergruppe dauerhaft lohnen kann, sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen, unterstreicht die aktuelle Studie „Deutschland online".



Vor allem Fernseh- und Video-on-Demand-Angebote über das Internet werden zukünftig zur Nachfrage nach DSL- und Festnetzprodukten beitragen.

Dieser Studie, für die sowohl Endkonsumenten als auch Experten befragt wurden (siehe Kasten auf der nächsten Seite), zufolge wird sich das dynamische Wachstum des Breitband-Marktes in Deutschland auch künftig fortsetzen. Bis 2015 werden knapp 30 Millionen Breitband-Anschlüsse in Deutschland erwartet. Auch der mobile Breitband-Internet-Zugang über Handys und Multimedia Computer ist den Studienergebnissen zufolge in Zukunft ein selbstverständlicher und allgegenwärtiger Zugang zum Netz.

Nach Einschätzung der Studie wird durch das Breitband-Wachstum die Bedeutung der Informations- und Telekommunikationsbranche für die Gesamtwirtschaft in Deutschland deutlich gestärkt. Inhaltliche Schwerpunkte der Studie liegen auf den wichtigsten aktuellen Entwicklungen wie dem Breitband-Marktwachstum, auf zentralen Themen für die Anbieter wie Konvergenz, Integration oder Service-Aspekte im Breitband-Markt, auf den aktuellen Trends Mobiles Internet und Digital Life sowie auf einer internationalen Betrachtung der Breitband-Entwicklung. Zentrale Ergebnisse der Untersuchung sind:

• Dynamisches Breitband-Wachstum in Deutschland

Die Entwicklung des Breitband-Internets wird hierzulande weiterhin sehr dynamisch verlaufen. Die befragten Experten erwarten dabei nicht nur eine Zunahme der DSL-Teilnehmer, sondern auch eine fortgesetzte Zunahme der DSL-Leistungsfähigkeit in Form steigender Bandbreiten. 2015 sollen demnach rund 30 Prozent der Nutzer Bandbreiten von mehr als 16 Mbit/s nutzen.

Auch die Entertain-Produkte von T-Home stehen Ringfoto-Händlern über den Partner The Phone House zur Verfügung.

• Mobiles Internet, Web 2.0 und Digital Life als aktuelle Branchentrends

Der mobile Breitband-Internet-Zugang wird zum Standard, und die Anzahl der breitbandfähigen mobilen Endgeräte wird kontinuierlich anwachsen. Bis 2015 rechnet die Studie mit mehr als 20 Millionen dieser Endgeräte in Deutschland. Bei der Nutzung von mobilen Breitband-Internet-Angeboten liegen mobile Breitband-Informationsservices und -Kommunikationsservices vorne. Der Trend zu Web 2.0-Anwendungen setzt sich ebenfalls weiter fort. Mehr als 80 Prozent der befragten Experten gestehen Social Networks und Foren als zen-

tralen Social Web-Anwendungen künftig eine sehr hohe bzw. hohe Bedeutung zu. Für das Jahr 2015 erwartet die Studie eine weiter steigende Nutzung von vernetzten Anwendungen in Bereichen wie Communities, Instant Messaging und Personal Social Networking.

Deutlich sichtbar wird auch der Trend zu einem digitalen Lebensstil. Rund 90 Prozent der befragten Experten äußerten eine sehr hohe bzw. hohe Zustimmung, dass das Breitband-Internet verstärkt alle Lebensbereiche betreffen wird. Knapp 70 Prozent erwarten, dass der Trend zur internetbasierten persönlichen Vernetzung als maßgeblicher Treiber für die mobile Internet-Nutzung fungiert.

• Markttrends Kombinationsangebote und Servicedifferenzierung

Mit der steigenden Bedeutung von Entertainment über das Internet und mobiler Internetnutzung steigt auch die Bedeutung von kombinierten Marktangeboten aus Telefonie, Internet-Zugang, internetbasiertem Entertainment (zum Beispiel Internetfernsehen IPTV) und Mobilfunk. Bis 2015 wird erwartet, dass innerhalb der kombinierten Angebote der Anteil von Triple Play bzw. Quadruple* Play-Angeboten auf knapp 50 Prozent steigen wird. Für die Marktanbieter im Breitband-Markt werden neben den innovativen Produkten und Services insbesondere die Qualitäts- und Service-Führerschaft als Erfolgskriterien zur Differenzierung vom Wettbewerb gesehen.

• Internationales Breitbandwachstum als Treiber für globale Entwicklung

Das dynamische Breitband-Wachstum erfolgt auch auf internationaler Ebene, und das Breitband-Internet stellt zunehmend einen bedeutenden Wettbewerbsfaktor im internationalen Standortwettbewerb dar. Dabei wird die Informationsgesellschaft künftig weniger durch die Vereinigten Staaten von Amerika dominiert. Bei den Breitband-Internet-Anwendungen sind auch international Kommunikations- und Entertainmentdienste die attraktivsten Dienste. Auf internationaler Ebene wird ebenfalls ein sehr großes Potential im mobilen Breitband-Internet gesehen, 75 Prozent der internationalen Experten sehen das mobile Internet als Treiber für die Entwicklung im globalen Breitband-Internet-Markt.

Auf der Ringfoto-Herbstmesse gab The Phone House einen ersten Einblick in das DSL- und Festnetzangebot.

Über 14.000 Personen beteiligen sich an der Studie

Die am 28. Januar veröffentlichte Studie „Deutschland Online" untersucht die neuesten Entwicklungen und Perspektiven des breitbandigen Internets. Experten und Konsumenten geben detailliert Auskunft über aktuelle Entwicklungen wie Branchenkonvergenz, VDSL, Internet-TV und Social Web. Die Kombination der Experten- und Verbrauchermeinung führt zu besonders validen Ergebnissen. Die Studie zeigt, welche Anwendungen und Geschäftsmodelle den Breitband-Markt in den kommenden Jahren prägen werden. Zur Publikation der Studienergebnisse wird die Studie von der Deutschen Telekom AG unterstützt. Im Rahmen der Studie wurden 142 Experten aus dem In- und Ausland befragt. An der Online-Konsumentenumfrage nahmen 14.578 Personen teil. Damit ist „Deutschland Online" eine der umfassendsten kombinierten Experten- und Konsumentenbefragungen, die bisher in Deutschland zum Thema Breitband-Internet durchgeführt wurde. Die ausführlichen Studienergebnisse sind im Bericht „Deutschland Online" zusammengefasst. Der Bericht kann unter www.studie-deutschlandonline.de im Internet abgerufen werden.

* Kaum beginnt sich der Begriff „Triple Play", das parallele Anbieten von Daten-, Sprach- und Videoübertragung, in Deutschland zu verbreiten, schon richten sich die Telekommunikationsunternehmen auf die nächste Stufe ein: Quadruple Play, die Erweiterung des Triple Play um Mobilfunk-Dienste.

Zurück zu den Wurzeln

Hohe Erträge mit Olympia Schneidemaschinen

Auf der Suche nach dringend benötigten Ertragsmöglichkeiten schlagen Fotohändler verschiedene Wege ein. Während einige ganz auf digitale Bilddienstleistungen setzen (siehe „Digitaler Printshop" an anderer Stelle dieser Ausgabe), besinnen sich andere auf ihre Wurzeln und nehmen wieder klassische Zubehörartikel ins Sortiment auf. Produkte wie die Schneidegeräte von Olympia, mit denen sich hohe Margen erzielen lassen.

„Über die Notwendigkeit einer Schneidemaschine muss man nicht lange diskutieren, denn auch im Digitalzeitalter hängt der endgültige Bildausschnitt vom Printformat ab, das dem Fotografen zur Verfügung steht. Und da lässt es sich nicht vermeiden, das ein oder andere Detail abzuschneiden, um eine optimale Bildaussage zu bekommen", sagt Karl Heinz Gaugel, Vertriebsleiter Inland bei der Olympia Business Systems Vertriebs GmbH in Hattingen. Zudem werde auch in Deutschland der Trend zum Scrapbooking, also zur aufwendigen Gestaltung klassischer Fotoalben, immer stärker. „Wer hier Wert auf glatte Kanten legt, der greift viel lieber zur Schneidemaschine als zur Haushaltsschere", so Gaugel. „Ich kann deshalb nicht verstehen, warum kaum ein Fotohändler diese Produkte im Sortiment hat."

Besonders unverständlich sei dies auch unter betriebswirtschaftlichen Aspekten. Gaugel: „Mit einigen unserer Produkte lassen sich überdurchschnittliche Margen erzielen – und das mit minimalem Beratungsaufwand, denn die Funktion eines Schneidegerätes braucht nicht lange erklärt zu werden." Erfolgreich verkaufen ließen sich die Produkte allerdings nur, wenn sie für den Kunden sichtbar präsentiert und auch aktiv angeboten würden. Darauf zu warten, dass der Kunde nach einem Schneidegerät

Bei Olympia gibt es sowohl Schneidemaschinen mit rotierender Klinge als auch Hebelschneider.

frage, sei hingegen wenig vielsprechend, „denn", so Gaugel, „der normale Konsument erwartet diese Produkte heutzutage oft nicht mehr."

Das Schneidemaschinen-Sortiment von Olympia umfasst derzeit sechs Modelle, jeweils drei mit einer rotierenden Klinge und drei sogenannte Guillotinen, die mit einem Hebelschneider arbeiten. Alle Olympia Schneidemaschinen (bis auf den Hebelschneider G 2205) sind mit einer stabilen Metallplatte für die Papierauflage und den Positionierungshilfen Linien, Skalen und Winkel (G 2205 nur Linien und Skalen) ausgestattet. Sie ermöglichen Schnitte bis zu 32, 37 oder 46 cm (bei den Geräten mit rotierender Klinge) bzw. 22, 32 und 44 cm (bei den Guillotinen. Dabei lassen sich je nach Modell bis zu zehn Blätter der Papiersorte 80 g/m^2, ein Foto oder ein laminiertes Blatt in einem Arbeitsgang schneiden. Zur Sicherheit tragen die in einem Gehäuse geführten rotierenden Klingen bzw. Abdeckungen der Klingen über den gesamten Arbeitsweg bei den Hebelschneidern bei.

Spitzengerät unter den Schneidemaschinen mit rotierender Klinge ist das Modell TR 3705 Vario. Dieses bietet mit den Abmessungen von 540 x 204 x 73 mm und einem Gewicht von 1.510 g sehr hohe Stabilität. Zwei permanente, einzeln umschaltbare Köpfe erlauben neben geraden Schnitten auch Wellenschnitt, Falten und Perforieren.

Infos zum Olympia Programm unter www.olympia-business.de.

Alte, analoge Bänder retten

Ulrich Vielmuth

Wer sich Mitte der 1980er Jahre einen VHS-Videorecorder kaufte, weil er einen günstigen Zeitpunkt zur Anschaffung sah, wird heute sicherlich ein größeres Filmarchiv an VHS-Kassetten sein eigen nennen. Ob im Keller, Arbeitszimmer oder gar im Wohnzimmerschrank – die kleinen audiovisuellen Schätze wollen ins digitale Zeitalter hinübergerettet werden. Solange noch funktionierende Abspielgeräte vorhanden sind. Das ist nämlich das eigentliche Kardinalproblem. Nicht der heutige oder gar zukünftige qualitative Zustand der VHS-Kassetten, sondern ein Videorecorder in gepflegtem technischen Zustand. Ich denke da in erster Linie an die empfindliche Mechanik, als auch die Kopftrommel – das Herzstück des Gerätes.

Da wird es Sie, liebe Leser, sicherlich nicht wundern, wenn ich Ihnen erzähle, erst vor zwei Jahren einen nagelneuen Videorecorder angeschafft zu haben. Und das nicht nur aus Lust und Tollerei, sondern mit einem gerüttelt Maß an nüchternem Kalkül! Denn meine persönlichen Filmschätze – TV-Reportagen und Dokumentationen aus über 20 Jahren Kameraarbeit beim SWR – befinden sich ausschließlich auf analogen VHS-Videokassetten. Und deshalb brauche ich auch in Zukunft ein entsprechendes Abspiel- und Zuspielgerät.

Digitalisieren ist das Gebot der Stunde, um das Filmarchiv auf einen zeitgemäßen Datenträger zu überspielen. Die DVD bietet sich als Speicher an.

Hardware-Konverter

Hama bietet jetzt einen kleinen USB 2.0 Video Editor für knapp 60 Euro an, mit dem ohne große Computerkenntnisse digitalisiert werden kann; das heißt auf VCD, DVD oder Festplatte. Er wird an die analoge Videoquelle angeschlossen und dann an den USB-Eingang des Computers gesteckt. Hier ist freilich geraten, bei der Überspielung der analogen Videokassetten vom Videorecorder möglichst die S-Video-Buchse zu benutzen, der Qualität zuliebe. Denn durch die getrennte Überspielung der Helligkeits- und Farbsignale kann eine möglichst verlustfreie Signalübertragung stattfinden.

Die beiliegende Software ShowBiz DVD 2 ermöglicht nicht nur das direkte Brennen von Filmen im MPEG-Format, sondern auch das nachträgliche Bearbeiten des ursprünglichen Films. Kommentare, Begleitmusik oder Übergänge können mit eingearbeitet, aber auch einzelne Screenshots als JPEG-Bilder abgelegt werden.

Leider ist der Hama USB 2.0 Video Editor nicht in der Lage, umgekehrt wieder von Digital nach Analog zu konvertieren. Das können aber zusätzlich die teureren Konverter-Boxen. Hier wäre die Pinnacle Movie Box Plus zu 200,- Euro ein Tip, nicht ganz so stark das häusliche Budget belastend.

Meines Erachtens darf man von einer Konverter-Box mit freundlichem Preis nicht so viel verlangen wie von einem wesentlich teureren Profigerät. Deren Preise sind in einer ganz eigenen Liga angesiedelt, für Otto Normalfilmer vielleicht zu teuer.

Filme auf DVD

Ein weiteres, permanentes Problem ähnlicher Natur, nur unter anderen Vorzeichen, bedeutet die Vorführfähigkeit von alten N-8-/S-8-Filmen. Denn ohne funktionierenden Filmprojektor hat man schlechte Karten, alte „Schätzchen" einem interessierten Zuschauerkreis zu präsentieren. Obwohl sich im Lande verstreut recht zahlreiche Überspieldienste anbieten, ist da beim näheren Hinsehen nicht alles Gold, was glänzt. Davon weiß Jürgen Lossau, Chefredakteur der Fachzeitschrift „schmalfilm" (Verlag Schiele & Schön, Berlin), ein Lied zu singen. Denn bei seinem großangelegten Test mit über 100 angeschriebenen Überspieldiensten für die Schwesterzeitschrift „videofilmen" konnte er später nur elf aufs Siegertreppchen stellen! Neun Firmen lehnten eine Teilnahme ab, 13 weitere hatten zwar einen Testfilm erhalten, es kam aber keiner mehr zurück... Übrigens war die Post an die Kopierdienste offen als Test deklariert worden.

Wie ist nun das Fazit? Jürgen Lossau: „Für einen guten DVD-Transfer von 120 Meter Super-8-Film kann man 29,50 Euro oder über 130 Euro auf den Tisch legen. Und das bedeutet nicht, dass die Überspielung für wenig Geld schlechter sein muss als die für einen hohen Betrag. Da heißt es genau hinschauen, worin die Unterschiede liegen und was einem wichtig ist."

Wer detailliert den Qualitätsvergleich studieren möchte, findet den aufschlussreichen Bericht in der Fachzeitschrift „videofilmen", Ausgabe 1/2008, HYPERLINK „http://www.videofilmen.de" www.videofilmen.de.

Zusammenfassung

Meine ganz persönlichen Erfahrungen als kleines Fazit: Ein wirklich professionell durchgeführter Transfer von Film auf Video geschieht in aller Regel mit Hilfe eines digitalen Punktlichtabtasters. Das ist keine so ganz neue Erkenntnis.

Denn schon Anfang der 1990er Jahre wurde für solche Zwecke der Mark III C – Flying Spot-Abtaster von Rank Cintel (mit 4:2:2-Digitalisierung) eingesetzt, um das Filmmaterial ohne störende Effekte wie Flimmern, Hot Spot, Randunschärfen oder gar stark sichtbares Kornrauschen zu überspielen.

Da hat es mich nicht gewundert, dass im Test die Fa. AVP Video-Transfer, München, HYPERLINK „http://www.avp-vt.de" www.avp-vt.de, unter den Testsiegern zu finden ist. Denn schon vor exakt 15 Jahren habe ich feststellen können, dass hier Profis mit dem entsprechend aufwendigen Gerät ihre Aufträge abarbeiten.

Marge mit Tradition

Walther Alben und Rahmen wird 75 Jahre

Walther Alben und Rahmen blickt in diesen Tagen auf das 75jährige Bestehen zurück. Das Unternehmen gilt heute als zuverlässiger Margenbringer des Fotohandels. Auch der eigene Außendienst und das stetige Bemühen, neue und qualitativ hochwertige Produkte in ansprechendem Design und in verkaufsstarken Preislagen zu entwickeln, trägt zum Ansehen des traditionsreichen Herstellers bei. Wir nahmen das Jubiläum zum Anlass für ein Gespräch mit Rolf Inderbiethen, Geschäftsführer Walther Alben und Rahmen

imaging+foto-contact: *Herr Inderbiethen, Ihr Unternehmen existiert jetzt seit 75 Jahren, und Sie bieten in einer zunehmend digitalen Fotowelt immer noch Fotoalben an. Haben Sie damit eine Zukunft?*

Rolf Inderbiethen: Mit Fotoalben erzielen wir immerhin noch fast 40 Prozent unseres Umsatzes. Im vorigen Jahr konnten wir in diesem Geschäftsbereich sogar sehr gute Zuwächse erzielen, vor allem mit Themenalben wie Hochzeit und Baby. Ich mache mir deshalb im Moment keine Sorgen um dieses Segment.

imaging+foto-contact: *Im Markt ist aber ein starkes Wachstum bei der Nachfrage nach digitalen Fotobüchern festzustellen, und früher oder später wird der Fotohandel diese Bücher im eigenen Geschäft produzieren. Läuft diese Entwicklung nicht gegen das klassische Fotoalbum?*

Rolf Inderbiethen

Rolf Inderbiethen: Die absolute Zahl an verkauften Fotoalben ist bereits in den vergangenen vier bis fünf Jahren zurückgegangen und war damit ein Spiegelbild der Entwicklungen des Bildermarktes. Allerdings waren davon vor allem die großen Fotoalben mit vielen Seiten betroffen, sehr viel weniger Themenalben oder auch spezielle Kleinfotoalben. Das digitale Fotobuch ist nach meiner Ansicht ein vollkommen neues Produkt, das einen neuen Markt hat und neuen Bedarf erzeugt. Dieser deckt sich nur zum Teil mit dem des klassischen Fotoalbums. Dennoch beobachten wir die Entwicklung natürlich sehr genau und werden sicherlich, wenn notwendig, Konsequenzen daraus ziehen.

imaging+foto-contact: *Derzeit ist bei den Verbrauchern zu erkennen, dass sie ihre Bilder wieder verstärkt auf Papier haben wollen. Dabei nimmt die Zahl der beim Fotohandel geprinteten Bilder gegenüber dem Homeprinting zu. Stimmt Sie diese Tatsache positiv?*

Rolf Inderbiethen: Natürlich, denn mit jeder verkauften Digitalkamera steigt hierzulande die Haushaltsabdeckung. Das heißt, es fotografieren nicht nur, wie zu Beginn der Digitalisierung, Technikfreaks, sondern auch „ganz normale Knipser". Diese Konsumenten möchten sich nicht lange mit Technik beschäftigen, sondern einfach nur schöne Bilder in den Händen halten und in Alben auf-

Zwei Beispiele aus der neuen Babyalbenserie „Pitzelpatz", designed von Steinbeck. Im Pitzelpatz-Look gibt es unter anderem Buch-, Einsteck- und Minialben, Leporellos, Grußkarten und Bilderrahmen.

Die Unternehmensgeschichte beginnt 1933 in Dresden

In diesem Jahr feiert Walther Alben und Rahmen sein 75jähriges Bestehen. Seine Wurzeln hat das Unternehmen im Jahr 1933, als der Kaufmann Karl Walther in Dresden die Photo-Alben-Fabrik Karl Walther gründete. Nach dem zweiten Weltkrieg startete Walther in Viersen/Süchteln am Niederrhein neu. 1958 erfolgte der Umzug nach Kaldenkirchen-Nettetal. Nach dem Tod des Firmengründers erwirbt 1969 der Hamburger Kaufmann Michael Lehmann das Unternehmen. Die Gesellschaftsform ändert sich in eine GmbH & Co. KG. 1984 wird die Produktion um Bilderrahmen ergänzt. 1988 tritt der neue Gesellschafter S. D. Joachim Fürst zu Fürstenberg in das Unternehmen ein. Elf Jahre später entsteht auf einem 26.000 m² großen Grundstück ein 9.000 m² großes Gebäude für Produktion, Logistik und Verwaltung. Im Jahr 2003 tritt die Familie Inderbiethen als weiterer Gesellschafter in das Unternehmen ein. Walther beliefert heute Handelsunternehmen im gesamten EU-Raum.

bewahren. Und mit jedem im Handel entwickelten Bild steigt die Chance des Fotohändlers, margenbringende Alben- und Rahmenverkäufe zu tätigen.

imaging+foto-contact: *Mehr als die Hälfte Ihres Umsatzes entfällt auf Rahmen. Wie sehen Sie die Perspektiven für diesen Geschäftsbereich?*

Rolf Inderbiethen: Wir haben vor über 20 Jahren mit der Produktion von Rahmen begonnen. Unser Rahmengeschäft ist in dieser Zeit kontinuierlich gewachsen, unser Sortiment wurde breiter und umfasst heute eine beachtliche Kollektion an Profilen, Formaten und Farben. Aber wir kennen uns nicht nur mit der Ware selbst aus, sondern auch mit dem Marketing, dass zum Verkauf erforderlich ist. Deshalb hat sich mit der Einführung unserer Rahmenpaket-Aktionen das Wachstum erheblich beschleunigt. Und das funktionierte nur, weil der Handel nicht auf unseren Produkten sitzenblieb. 2008 werden wir allein im Aktionsbereich mehr als zwölf neue Rahmenprofile anbieten, vor allem in verkaufsstarken Preisklassen und Formaten, so dass wir von weiterem Wachstum ausgehen.
Lassen Sie mich ergänzen, dass der Foto-Fachhandel in Europa mit weitem Abstand unser größter und damit wichtigster Abnehmer ist. Deshalb richten sich unsere Rahmenaktionen auch fast ausnahmslos an den Foto-Fachhandel, sowohl hinsichtlich der Aktionsmengen als auch mit Blick auf Formate und Profile. Ein weiterer Pluspunkt unserer Aktionen ist die Bereitstellung von Preisschildern und fertiger doppelter Warenauszeichnung. Aktuell zur Ringfoto-Messe legen wir übrigens unser neues Aktionsprogramm vor.

imaging+foto-contact: *Im Weihnachtsgeschäft konnte man im Bereich digitale Bilderrahmen einen richtigen Hype spüren. Wie reagieren Sie auf diese Entwicklung?*

Rolf Inderbiethen: Wir arbeiten seit Oktober 2007 mit Sagem/Agfa Photo zusammen und vertreiben aktuell vier verschiedene Modelle dieser Marke. Das Geschäft läuft sehr erfolgreich. Ich bin davon

Den neuen Holzrahmen Lugano HN gibt es in fünf Farben und sieben Formaten.

überzeugt, dass sich dieses Produktsegment weiterhin positiv entwickeln wird und wir 2008 ein deutliches Mengenwachstum erleben werden, auch im Fotohandel. Allerdings ist die Verkaufskurve nach dem Weihnachtsgeschäft stark nach unten gegangen. Digitalrahmen scheinen sehr von besonderen Ereignissen wie Weihnachten abhängig zu sein.

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

Gewichte

Horst Dieter Lehmann

Viele Dinge bestimmen unser Leben – darunter wichtige und auch weniger wichtige. Die Gewichte nun, ob leicht oder schwer, gehören mit zu den Kriterien, die man unterschiedlicher kaum bewerten kann. Ist jemand schwerreich, muss es nicht unbedingt, könnte aber von Vorteil sein. Hat jemand Übergewicht, was besonders nach Weihnachten öfter der Fall sein soll, könnte er ein Problem haben, nämlich ein Gewichtsproblem. Doch dagegen gibt es Tausende von Diäten, die in fast jeder Zeitschrift angepriesen werden. Gleichzeitig jagt aber eine Fernsehsendung die andere, welche mit Kochkünsten und Kochduellen eher appetitanregend wirken.

Uns Fotografen bleibt da nur die Aufgabe, möglichst rank und schlank jeden so abzulichten, dass er (oder sie) nicht nur zur Hochzeit, sondern auch danach bis mindestens zur Silberhochzeit fotogen in Erscheinung tritt. Da gibt es ja so manchen mehr oder weniger bekannten Dreh, wie man mit Licht zaubern und verzaubern kann.

In der gesamten Imagingbranche sind die Gewichtsprobleme kaum noch erwähnenswert. Klein, flach, leicht und leistungsstark sind fast alle angebotenen Modelle.

Der Blick in die Zukunft ist wichtig, hat man aber schon im Laufe der Jahre mit und durch die Fotografie Erfahrungen gesammelt, schadet ein Rückblick wohl kaum. Gerade was das Thema Gewichte angeht, gab es da schon gewaltige Unterschiede. Der Transport, das Packen, das Tragen von Arbeitsgeräten wie Kameras, Stative und Lampen war ein Problem für sich. Ein bekannter und zu seiner Zeit hochgeachteter Fotograf stellte im gesetzten Alter nur noch männliche Lehrlinge ein, wie sie damals noch genannt wurden – obwohl er lieber Mädchen ausbildete, weil sie gerade für das Portraitfach von ihm höher eingeschätzt wurden. Auf meine Frage, wie es hierzu kam, war seine Antwort: „Das Gewicht"! Er konnte im fortgeschrittenen Alter die schweren Geräte für Außenaufnahmen nicht mehr tragen. Nun darf man ja nicht vergessen, dass die Kameras „schwerkalibrig" waren, die Stative dementsprechend. Blitze waren nicht verpönt, aber noch nicht „in". Lampen erleuchteten das Motiv.

Von der 13 x 18-Platte über den Planfilm bis heute zur briefmarkengroßen Speicherkarte war es ein langer Weg, der sicher noch nicht beendet ist. Gerade wir Atelierhändler, eine in diesem Sinne wohl aussterbende Zunft, sind oder waren zumindest zweigeteilt – einerseits als Händler, denen das Wohl des Amateurs in erster Linie am Herzen lag, andererseits als Fotografen, die nicht immer nur auf dieses Ziel fixiert sein konnten. So kam es nicht selten vor, dass wir einem Amateur so viel beigebracht hatten, dass er später ohne unsere Hilfe gut zurechtkam, wovon dann aus unserer Sicht leider einige „Freunde" profitierten. Und das zu jeder Jahreszeit und auch im Frühjahr, wenn man sich „traut".

Kurz zum Thema Hochzeiten: Die Hochzeitsmessen liegen bereits hinter uns, die Besucherzahlen waren oft gering. „Wir trauen uns zu trauen" ist ein beliebter Spruch in den Hochzeitsanzeigen. Meine Meinung ist, dass man es lieber gleich lassen sollte, wenn man schon vorher Bedenken hat. Das scheinen andere wohl auch zu denken, denn gerade kirchliche Trauungen werden immer weniger – traurig eigentlich für alle, für die Kirchen sowieso, aber auch für die „Hochzeits"-Fotografen.

Den Zeiger der Zeit können wir weder vor- noch zurückdrehen. Fortschrittlich müssen und wollen wir sein. Aber alles mitzumachen, nur weil es dieser Zeiger will, sollte man zumindest gut überdenken. Bei einigen mir befreundeten Kollegen war und ist dies der Fall, gerade bei einem wichtigen Thema wie der Digitalfotografie! Dass es die Zukunft war und längst schon ist, war uns allen schon lange bekannt. Aber dass es für viele von uns, seien es nun die Labore wie auch die Fotohändler, nicht nur von Vorteil von Anfang an sein würde, merkten wir auch bald. Es gab ja einmal eine Zeit, wo das Bild ein Bild war und man sogar daran verdienen konnte. Daran werden sich einige schon kaum noch erinnern können.

Das Thema Digital im Vergleich mit Analog als „Gewichtsproblem" hat natürlich auch seine Berechtigung. Ich sprach schon von meinen 30 Filmen in 36ern bei einer größeren Reise. Das war ein ganzes Köfferchen voll, und einige kaufte ich noch hinzu, denn die Motive wollten nicht abreißen. Wenn ich da nun mein Speicherkärtchen betrachte, ist der Gewichts- und Transportunterschied doch recht beachtlich. Denke ich an frühere Zeiten mit der Mittelformatkamera mit 10 oder 12 Bildern, wundere ich mich nicht mehr, dass doch einige Amateure irritiert schauten, wenn ich, drei Kameras umgehängt, in Aktion trat. Zwei Kameras waren mit Colorfilmen bestückt (ein schneller Wechsel war oft nötig), die andere Kamera enthielt einen Schwarzweißfilm für die „Kunst". Heute sind es nur noch zwei Kameras, eine digitale ohnehin und eine analoge, weil ich es nicht lassen kann und es Spaß macht. Und Spaß sollte die Fotografie für alle bedeuten, ob Amateur oder Profi.

Für wen gilt eigentlich welche Moral?

Gehören gestohlene Bankdaten dem Staat?

Um es gleich vorweg zu sagen: Da ich meistens nicht weiß, was recht oder sozial ist, halte ich mich lieber an die Bibel, in der geschrieben steht: „Jedem wird nach seinem Maß gemessen". Aber schon Cicero, der hundert Jahre vor Christus lebte, hat festgestellt: „Quod homines, tot sententiae", was so viel heißt wie: „So viele Menschen, so viele Meinungen". Dieser Satz hat seine Aktualität bis heute nicht verloren, wenn wir sehen, wohin der „Volkssport Steuerhinterziehung" geführt hat.

Bekanntlich hat unser Staat gestohlene Bankdaten aus Liechtenstein angekauft, um Steuerhinterziehern auf die Schliche zu kommen – und als ersten hat es Klaus Zumwinkel, den bisherigen Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Post AG und Aufsichtsratschef der Postbank, erwischt. Und auch wenn Zumwinkel natürlich selber schuld an dem ist, was ihm gerade widerfährt, frage ich mich, ob für den Staat andere Kriterien gelten als für uns, die (mehr oder weniger) braven Steuerzahler.

Man kann davon ausgehen, dass die Verantwortlichen sorgfältig recherchiert haben, ob sich die 4,2 Millionen Euro Bestechungsgeld lohnen, die der BND ausgegeben hat, um hinter die Bank-Kulissen in Liechtenstein schauen zu können. Rechtlich abgesichert wurde das Vorgehen offensichtlich durch eine Beurteilung von Oberstaatsanwalt Christoph Frank, während andere Staatsanwälte dieser politischen Behörde diese Meinung allerdings gar nicht teilen. Da bleibt – trotz der Genugtuung, dass es hier einmal „die Großen" erwischt hat – ein bitterer Nachgeschmack über die Art und Weise des staatlichen Vorgehens. Den meisten von uns fehlt die Chance, fällige Steuern am Staat vorbei einzusparen. Wenn wir aber ehrlich sind, glaube ich, dass kaum einer von uns nicht auch schon einmal zumindest versucht hat, hier und da ein paar private Kosten geschäftlich abzurechnen oder gar die eine oder andere Dienstleistung „Schwarz" – und damit billiger – zu bezahlen.

Rein rechtlich gesehen gibt es nur ehrliche Steuerzahler und Steuerhinterzieher – die Höhe des hinterzogenen Betrages ist nicht dafür entscheidend, ob eine Straftat vorliegt. Im Falle Zumwinkel (und derjenigen, die noch an den Pranger gestellt werden) kann man dieses Mal ein deutsches Sprichwort umdrehen: „Die Großen fängt man, und die Kleinen lässt man laufen!"

Kaum einer stellt dabei die Frage, warum in Deutschland die Steuerhinterziehung wie eine ansteckende Seuche um sich greift. Vielleicht liegt es daran, dass immer mehr Menschen das Gefühl haben, von unseren aktiven Politikern richtig ausgebeutet zu werden. Lesen wir nicht täglich von vielen 100 Millionen Euro Mehreinnahmen bei den Steuern, ohne dass irgendjemand von nun fälligen Entlastungen für normale Bürger, z. B. bei der Lohnsteuer, spricht? Und bekommen wir nicht sogar täglich aus unbekannten Gründen neue Steuern aufgebürdet, ohne dass uns jemand erklärt, warum den Bürgern dieses Geld auch noch abgenommen werden muss?

Und staunen wir nicht andererseits darüber, mit welcher Schamlosigkeit sich die Politiker selbst bedienen, wenn es um ihr Einkommen geht? Bereits in imaging+foto-contact 7/2000 habe ich kritisiert, dass eine Ministerin (damals die „Grüne" Bärbel Höhn in NRW) für vier Jahre Arbeit einen monatlichen Pensionsanspruch in Höhe von 15.573,- DM erworben hat. Daran hat sich in Euro-Zeiten nichts geändert: Soeben wurde Staatssekretär J. Würmeling (CDU) von Wirtschaftsminister Glos (CSU) entlassen. Er war zwei Jahre im Amt und erhält dafür ein Übergangsgeld von 210.000 Euro, zusätzlich noch ein lebenslanges monatliches Ruhegeld von 5.000,- Euro im Monat. Wer macht eigentlich solche Regeln? Muss man sich nicht empören, dass Politiker mit den schwer erarbeiteten Steuergeldern ihrer Bürger auf diese verschwenderische Weise umgehen? Muss man sich da noch wundern, dass kaum jemand ein schlechtes Gewissen hat, wenn er seine Steuern nicht zahlt?

Kann man es den Gewerkschaften übelnehmen, dass sie für alle Arbeitnehmer erst einmal einen Schluck aus der Lohnpulle fordern, wenn selbst unsere Politiker sagen, es würde dafür langsam Zeit? 5,2 Prozent mehr Lohn sollen aktuell die Stahlarbeiter erhalten – obwohl Experten davor warnen (z. B. in der FAZ vom 17. Januar), dass 300.000 Arbeitsplätze in der Stahlindustrie bedroht sein können. Prof. Norbert Walter, Chef-Volkswirt der Deutschen Bank, warnte in der Welt am Sonntag vom 30.12.07: „Deutschland setzt den Aufschwung aufs Spiel ... die Politik gefährdet den Erfolg."

Zurück zu Herrn Zumwinkel: Ich habe gelesen, dass er nicht nur seine Gelder in Liechtenstein vor der deutschen Steuer versteckt hat, sondern auch seinen Weg zur Arbeit um einige Kilometer verlängerte, um mehr Fahrtkosten absetzen zu können. Wenn das stimmt, hat der vielfache Millionär für einen Betrag gemogelt, den man wirklich mit Recht als „Peanuts" bezeichnen kann. Ich gestehe: Solche „Spargier" oder gar Geiz hat nie zu meinen Grundsätzen gehört. Ich habe lieber gesagt: „Anstand muss man sich leisten können." Und ich weiß, dass das durchaus nicht immer leicht ist.

H. J. Blömer

Fotografieren

...und Filmen im Gerichtssaal, lange Zeit ein Sakrileg. Dabei wird die öffentliche Kontrolle von Gerichtsverhandlungen durch Präsenz der Medien doch geradezu gefördert. Das erkannte nun auch das Bundesverfassungsgericht und erweiterte die Möglichkeiten der Bildberichtserstattung (Beschluss vom 19.12.2007 – 1 BvR 620/07). Mitentscheidend sei das Informationsinteresse der Öffentlichkeit – das mit dem Persönlichkeitsrecht des Betroffenen und der Prozessbeteiligten abzuwägen ist.

Freistellung

...nach einer Kündigung hat einen besonderen Charme. Dazu wird in der Regel vereinbart, dass der Arbeitnehmer bis zur Beendigung des Arbeitsverhältnisses zu Hause bleibt und das Arbeitsverhältnis bis dahin ordnungsgemäß abgerechnet wird. Ist der Mitarbeiter bis zum Ende arbeitsunfähig krank, bekommt er nach sechs Wochen Entgeltfortzahlung nichts mehr. Soll das anders sein, muss das in der Freistellung ausdrücklich vereinbart werden (BAG – Urteil vom 23.1.2008 – 5 AZR 393/07).

Formfehler

...haben fatale Folgen: Ein ansonsten einwandfreies Rechtsgeschäft wird unwirksam. So verlangt eine arbeitsrechtliche Kündigung Schriftform. Das heißt, dass der Kündigende seine Unterschrift zu setzen hat. Die bloße Paraphierung mit einem Namenskürzel reicht nicht. Auch wenn an die Lesbarkeit der Unterschrift keine allzu großen Anforderungen zu stellen sind, nach dem äußeren Erscheinungsbild muss jedenfalls der volle Name erkennbar sein (BAG – Urteil vom 24.1.2008 – 6 AZR 519/07).

Gewährleistungsfälle

...sind für Händler häufig eine Herausforderung. Dabei kann der Schuss für den Kunden auch nach hinten losgehen. Nimmt er seinen Vertragspartner unberechtigt für die Beseitigung von Mängeln in Anspruch, macht er sich schadensersatzpflichtig. Das kann passieren, wenn der angebliche Mangel im Verantwortungsbereich des Kunden liegt. Dabei wird allerdings vorausgesetzt, dass der Kunde das erkannt oder fahrlässig nicht erkannt hat (BGH – Urteil vom 23.1.2008 – VIII ZR 246/06).

Low-Performer

...nennt man Mitarbeiter, die leistungsmäßig deutlich hinter ihren Kollegen zurückbleiben. Nun schulden Arbeitnehmer keine Höchstleistung, sie müssen aber unter angemessener Ausschöpfung ihrer persönlichen Leistungsfähigkeit arbeiten. Die langfristige Überschreitung der durchschnittlichen Fehlerquote nach Art, Folgen, Schwere und Zahl kann allerdings darauf hindeuten, dass ein Arbeitnehmer seine Vertragspflichten vorwerfbar verletzt (BAG – Urteil vom 17.1.2008 – 2 AZR 536/06).

Selbstbeseitigung

...heißt das Zauberwort, wenn der Vermieter mit der Behebung eines Mangels mal wieder nicht in die Gänge kommt. Aber Vorsicht: Nach dem Willen des Gesetzgebers steht der Vermieter hier auf Platz eins. Er muss prüfen, ob die Mietsache tatsächlich einen Mangel hat und ob und wie er ihn beseitigen kann. Damit das geschieht, muss der Mieter ihm den Mangel anzeigen. Tut er das nicht, bleibt er auf den Kosten der Selbstbeseitigung sitzen (Urteil vom 16.1.2008 – VIII ZR 222/06).

Heinz J. Meyerhoff, Rechtsanwalt
Fachanwalt für Arbeitsrecht

Im Fokus: Wenn's mal wieder schnell geh'n soll...

Der **Arbeitgeber** kann ein Arbeitsverhältnis auch fristlos kündigen. Die Möglichkeit dazu gibt ihm § 626 des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB). Das fixe Aus von heute auf morgen macht allerdings Probleme.

Die **außerordentliche Kündigung** ist ein arbeitsrechtliches Filetstück. Das Gesetz kennt sonst nur die ordentliche fristgemäße Kündigung. Der sofortige Verlust des Arbeitsplatzes ist das Schlimmste, was einem Mitarbeiter passieren kann. § 626 BGB greift deswegen nur in Ausnahmefällen.

Das **erste Problem** bei außerordentlichen Kündigungen ist der Kündigungsanlass. Der Gesetzgeber setzt in § 626 Abs. 1 BGB einen „wichtigen Grund" voraus. Die Motive, die vielleicht eine ordentliche Kündigung rechtfertigen, reichen hier nicht. Ein wichtiger Grund muss so angelegt sein, dass er die Weiterbeschäftigung für den Arbeitgeber geradezu unerträglich macht.

Der **Arbeitgeber** wird die Erträglichkeitsfrage immer in seinem Sinn beantworten. Die Arbeitsgerichte haben da ihren eigenen Maßstab. Das Gesetz sagt ihnen, es müssen Tatsachen vorliegen, „auf Grund derer dem Kündigenden unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalles und unter Abwägung der Interessen beider Vertragsteile die Fortsetzung des Dienstverhältnisses bis zum Ablauf der Kündigungsfrist ... nicht zugemutet werden kann".

Die **Interessenabwägung** soll einen Ausgleich zwischen dem Beendigungsinteresse des Arbeitgebers und dem Bestandsinteresse des Arbeitnehmers vermitteln. Das ist in den meisten Fällen schwierig. Der Arbeitgeber muss eine Wertung vornehmen, für die es keine konkreten Maßstäbe gibt. Absolute Kündigungsgründe, die immer eine außerordentliche Kündigung rechtfertigen, kennt unser Recht nicht. So kann es Fälle geben, in denen die betrieblichen Belange des Arbeitgebers hinter den persönlichen des Arbeitnehmers zurücktreten.

Das **zweite Problem** bei außerordentlichen Kündigungen ist die Ausschlussfrist in § 626 Abs. 2 Satz 1 BGB. Der Arbeitgeber kann die Kündigung nur innerhalb von zwei Wochen erklären. Die Frist beginnt zu dem Zeitpunkt, an dem er von den für die Kündigung maßgebenden Tatsachen Kenntnis erlangt (§ 626 Abs. 2 Satz 2 BGB). Nun will gerade eine außerordentliche Kündigung gut vorbereitet sein. Übertriebene Hektik und zu langes Warten sind da fehl am Platz. Sobald der Arbeitgeber etwas von kündigungsrelevanten Tatsachen mitbekommt, sollte er reagieren, den Sachverhalt klären und danach die Rote Karte zeigen.

Für Profi-Ansprüche

Tamrac überarbeitet seine Expedition Serie

Tamrac ist mit neuen Taschenmodellen in das Frühjahr gestartet. Neben den neuen Safari- und Topanga-Collections für kleine Digitalkameras und Handys (siehe an anderer Stelle dieser Ausgabe) steht dabei vor allem die überarbeitete Tamrac Expedition Serie im Fokus.

Diese vor allem von Profifotografen geschätzte Serie wurde in Zusammenarbeit mit Praktikern weiter optimiert und einem gründlichen Relaunch unterzogen. Ergänzt um das komplett neue Modell Expedition 6x (siehe Kasten rechts), besteht die Serie jetzt aus fünf hochwertigen Fotorucksäcken unterschiedlicher Größe. Wichtigste Neuerung der Expedition Serie ist das gepolsterte Notebookfach für alle gängigen Notebookgrößen (je nach Expedition Modell). Dabei bieten selbst die kleineren Taschen dieser Serie Raum für ein 12"-Notebook.

Neu konzipierte, verstellbare Inneneinteilungen schaffen zudem Raum und Platz zur Unterbringung einer zweiten SLR-Kamera mit angesetztem Objektiv. Im Innenraum ist zudem jede Menge Platz für Zubehör wie Objektive und Blitzgeräte vorhanden. Die in der Praxis bewährten Flügeltaschen der Expedition Serie wurden ebenfalls verbessert und bieten jetzt noch mehr Platz für kleineres Zubehör. Das integrierte patentierte Speicherkarten & Batterie Management System trennt über eine rote Markierung verbrauchte Akkus und volle Speicherkarten von frischen Akkus und leeren Speichermedien. Zwischen den Flügeltaschen befindet sich an jedem Rucksack der Serie eine Stativhalterung, die durch ein Fach am unteren Ende, das die Stativbeine aufnimmt und hält, ergänzt wird. An seitlichen Schlaufen lassen sich Zusatztaschen, eine Trinkflasche oder ein Köcher für Objektive anbringen. Damit der Transport der Ausrüstung den Körper des Trägers nicht zu stark belastet, sorgen viele Polster aus atmungsaktiven Materialien und ein ausgefeiltes Tragesystem für komfortables Handling. Die Schultergurte sind bestens gepolstert und körpergerecht geformt; ein Hüftgurt mit extrabreiten und gepolsterten Seitenteilen verteilt das Gewicht optimal. Das Rückenpolster ist nicht zu weich und von breiten Lüftungskanälen durchzogen.

Neuer Rucksack nimmt professionelle Ausrüstungen auf

Der neue, vielseitig einsetzbare Rucksack Tamrac Expedition 6x transportiert und schützt nicht nur eine komplette Fotoausrüstung, sondern auch ein Notebook bis zu einer Größe von 14 Zoll. Die gepolsterten und flexibel einstellbaren Inneneinteilungen schaffen Raum für zwei Kameras mit angesetztem Objektiv, diverse Zusatzobjektive, Blitzgerät und weiteres Zubehör. Die seitlichen „Flügel"-Taschen, inklusive des patentierten Speicherkarten & Batterie Management Systems mit einer roten Markierung für leere Akkus und volle Speicherkarten, bieten Platz für kleineres Zubehör sowie Handy, MP3-Player und Kartenlesegerät. Zwischen den Flügeltaschen befindet sich eine Stativhalterung, ergänzt durch ein Fach am unteren Ende, das die Stativbeine aufnimmt. An seitlichen Schlaufen lassen sich Zusatztaschen, Trinkflasche oder Köcher anbringen. Zudem bietet der Frontdeckel ein großes Zwischenfach, das wie bei den Flügeltaschen mit einem wasserdichten Reißverschluss ausgestattet ist. Ist der Deckel der Tasche des Rucksacks geschlossen, verhindert ein Saum mit Kordelzug über dem umlaufenden Reißverschluss das Eindringen von Regen ins Hauptfach.

Sigma Weitwinkelobjektiv für das Four Third Format

Der Bildkreis des neuen Sigma 4–5,6/ 10–20 mm EX DC HSM (FT) Weitwinkelzoomobjektivs wurde speziell für die DSLR-Kameras des Four Third Formats entwickelt. Drei SLD (speziell niedrige Dispersion) Glaselemente und drei asphärische Linsenelemente sorgen für die wirksame Korrektur der häufigsten Abbildungsfehler und sorgen hierdurch für hervorragende Bildqualität über den gesamten Brennweitenbereich. Durch den großen Bildwinkelbereich von 56,8° bis 94,5° eignet sich das Objektiv besonders für die Indoor- und Landschaftsfotografie. Durch die Innen-

fokussierung bleibt die Baulänge des Objektivs während der Scharfstellung konstant und die Frontlinse rotiert nicht. Der HSM Antrieb sorgt für die schnelle und lautlose Fokussierung, in die jederzeit manuell eingegriffen werden kann. Die Naheinstellgrenze beträgt 24 cm über den gesamten Brennweitenbereich. UVP: 649 Euro

Tamrac stellt neue Safari-Collection vor

Tamrac hat sein Sortiment um eine Safari-Collection erweitert. Die Modelle der Serie sind in drei unterschiedlichen Designs (Leopard, Zebra, Black Crocodile) zu haben und lehnen sich an die Designs der großen Haute Couture Modehäuser an, die derzeit große Erfolge mit ihren Animal Prints im Bereich Mode, Taschen, Schuhe, Gürtel und vielem mehr erzielen. Mit der modischen Safari-Collection startet Tamrac eine Produktserie, die nicht nur ein modernes Mode-Accessoire darstellt und den individuellen Lifestyle des Trägers oder der Trägerin unterstreicht, sondern auch den von Tamrac gewohnten umfassenden Schutz bietet. Die Safari-Taschen zeichnen sich durch

durchdachte Details aus, etwa die innovativen Sicherheits-Magnetverschlüsse. Für eine perfekte Passform sorgen elastische Seitenwände. Integrierte Gürtelschlaufen und verstellbare Schultergurte machen diese Serie flexibel und erlauben ein einfaches Handling beim Zugriff auf die Kameras. Jedes der drei Designs ist in zwei Größen erhältlich, einerseits für besonders kleine Digitalkameras und Handys, andererseits auch für die etwas größeren Kompaktkameras.

Neues Nokton Classic Objektiv bei Voigtländer

Die Voigtländer Classic Collection ist um ein weiteres Objektiv gewachsen: Ab sofort steht mit dem Nokton Classic 1,4/35 mm ein lichtstarkes Weitwinkelobjektiv zur Verfügung. Das Objektiv ist mit einem M-Bajonett ausgestattet und passt damit beispielsweise auf die Bessa R2S/M oder die Bessa R4A/M. Durch seine kompakte Bauweise (Länge 28,5 mm, Ø 55 mm) und sein geringes Gewicht (200 g) hat das Objektiv das Zeug dazu, für viele Fotografen zur Standardoptik zu werden. Das Nokton 1,4/35 mm knüpft in einer Variante an die Tradition der einfach vergüteten Objektive an und erzeugt die für „single coated"-Objektive charakteristischen Bildergebnisse. Das Nokton wird in zwei Varianten angeboten: Als MC-Objektiv (multi-coated) und als SC-Objektiv (single-coated). Die unverbindliche Preisempfehlung lautet jeweils 499 Euro.

Tamrac Topanga Collection: anspruchsvoll und edel

Ebenfalls neu bei Tamrac ist die exklusive Topanga Collection aus feinstem Leder. Die Taschen sind optimal für die aktuellen kleinen und besonders schmalen Digitalkameras geeignet und nehmen wenig Platz in Anspruch. Auch die Topanga Collection fällt durch den bekannten Tamrac-Schutz auf. Sie schützen Kameras vor Erschütterungen und Beschädigungen und passen sich diesen durch elastische Seitenwände an. Der Sicherheits-Magnetverschluss hält die Taschen fest geschlossen. Die Modelle der Topanga Collection sind in den Farben Rot, Schwarz und Braun erhältlich und können sowohl am beiliegenden Schultergur

Almut Adler:
Das weibliche Auge – Anders sehen, anders fotografieren

Ihre jahrelangen Erfahrungen als Kursleiterin haben der Autorin verdeutlicht, dass Frauen zum Erlernen der Fotografie ganz eigene Ansatzpunkte brauchen. Sie neigen mehr zum Visuellen als zum Technischen und fotografieren eher intuitiv, „aus dem Bauch heraus", mit dem Blick auf das Besondere und die Ästhetik.

Leider haben viele Fotoanfängerinnen die ängstliche Vorstellung, dass zum Fotografieren viel technisches Wissen und Verständnis notwendig sind. Jedoch ist das Fotografieren bei weitem nicht so kompliziert, wie es manche Fotobücher vorgaukeln.

Den Beweis hat Almut Adler mit ihrem Fotokurs für Frauen erbracht. Das aufwendig gestaltete Buch zeigt, wie Frauen hervorragend mit einfachen Mitteln erfolgreich fotografieren können. Als Anfängerin kann man jedoch nicht ganz auf Theorie verzichten, da die Fotografie erst einmal verstanden werden muss. Erst wenn man weiß, wie eine Kamera funktioniert, lassen sich die eigenen Bildvorstellungen realisieren.

Almut Adler: Das weibliche Auge. Anders sehen, anders fotografieren. Ein Fotokurs für Frauen...auch für Männer mit Intuition. 287 Seiten, Addison-Wesley Verlag München 2008, ISBN 978-3-8273-2632-4, 29,95 Euro.

Stefan Gross:
Das Profi-Handbuch zur Canon EOS 40D

Das neue „Profi-Handbuch zur Canon EOS 40D" von Data Becker bietet praxisnahe Anleitungen, Lösungsvorschläge und Workshops.

Voraussetzung für professionelle Ergebnisse ist der sichere Umgang mit der Kamera, ein gewisses Technikverständnis und die Kenntnis der Stärken der Kamera.

Zu den ständig auftretenden Problemen in der Digitalfotografie gehören beispielsweise hohe Lichtkontraste, die helle Bildpartien schnell ausgebrannt erscheinen lassen und Schattenpartien im zeichnungslosen Schwarz ver-

sinken lassen. Dank spezieller Techniken oder der Nutzung des RAW-Formats mit höherem Dynamikumfang sind solche Schwierigkeiten jedoch in den Griff zu bekommen. Hierzu enthält das Buch ausführliche Workshops, die Fotografen helfen, für jede Situation die richtigen Kameraeinstellungen vorzunehmen.

Auch das Rauschverhalten der EOS 40D ist ein Thema des Buches, ebenso wie der Einfluss des neuen Live-View auf das Rauschverhalten.

Stefan Gross: Das Profi-Handbuch zur Canon EOS 40D. Alles, was in der Bedienungsanleitung zu kurz kommt. Grenzsituationen der Kameratechnik sicher beherrschen. Im Buch: Testcharts zum Abfotografieren. 324 Seiten, Data Becker, Düsseldorf 2008, ISBN 978-3-8158-2640-9, 39,95 Euro.

Kleinanzeigen/Personalanzeigen

Foto-Aktienkurse

		18.02.2008	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	4.730	4.650	4.153	7.450
Casio	YEN	1.402	1.265	1.052	2.740
CeWe Color	EUR	23,38	25,26	21,50	45,48
Du Pont	USD	45,49	45,60	41,26	53,90
Eastman Kodak	USD	19,34	19,27	16,66	30,20
Epson	YEN	416	409	353	1.064
Fujifilm	YEN	3.900	4.340	3.770	5.710
Hewlett-Packard	USD	43,87	46,25	38,15	53,47
Hitachi	YEN	802	761	675	947
Imation	USD	24,33	22,26	17,64	44,43
Jenoptik	USD	4,75	5,39	4,23	8,19
Leica	EUR	11,91	11,87	11,30	13
Metro	EUR	57,58	54,24	49,34	68,46
Olympus	YEN	3.080	4.100	2.855	5.320
Samsung	KRW	577.000	532.000	687.000	500.000
Sharp	YEN	2.090	1.964	1.690	2.445
Sony	YEN	4.900	5.910	4.540	7.190
Spector	EUR	1,08	1,10	0,95	1,57
Toshiba	YEN	829	756	685	1.185

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

Kleinanzeigen Angebote/Verkäufe

...die bandlose Zeit ist eingeläutet!
Sie besitzen jetzt auch einen DVD-Player? – Super! Und was können Sie damit?
Nur gekaufte Filme abspielen – schlecht!
Gönnen Sie sich Ihr persönliches DVD Erlebnis und lassen Sie von uns Ihre Dias, Filme oder Videos auf DVD brennen.
Seit 1978
Viernheimer Video Transfer
Schultheißen Str. 9. 68519 Viernheim
Tel.: 06204/71984

Gute und preiswerte Color-Chrom-
Farb-ANSICHTSKARTEN
Auflagendruck: -Standard-
1.000er Aufl. = € 95,00 p. 1.000 Stück
1.500er Aufl. = € 70,00 p. 1.000 Stück
3.000er Aufl. = € 55,00 p. 1.000 Stück
Auflagendruck: -EXPRESS- (10 Tage)
2.000er Aufl. = € 95,00 p.1.000 Stück
+ MwSt. u.Versandkosten.
Bei Anlieferung druckreifer PDF-Dateien KEINE Kosten mehr für Druckträger !
Fordern Sie die Unterlagen an:
WOLFG. HANS KLOCKE VERLAG, Nieheimer Weg 13, 33100 Paderborn
Tel. 0 52 51 / 6 26 14 • Fax: 6 50 46 • E-Mail: Klocke-Verlag@web.de

Super 8 auf DVD

Super8
Normal 8
16mm Film
alle Videoformate
auch NTSC auf Pal
versch. Tonträger
Top Qualität
schnelle Lieferzeit
3-4 Werktage
bilderfürst
Alexanderstr. 2,
90762 Fürth
Tel. 0911/771371
labor@photostudio.de
günstige Händlerpreisliste
exklusiv für den Foto-Fach-Handel, sehr gute Spanne, kostenlosen Werbemittel ! keine Grundgebühr, DVD mit Ihrem Logo

Inserenten-Verzeichnis

Canon	4. U.	Sony	14, 15
Casio	2. U.	Tetenal	25
Mitsubishi	19	Walther	37
Nordfoto	11	Zeiss	7
Samsung	3. U.	Kleinanzeigen	57, 58

Beilage: Binkert

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

Der **Verband für Journalisten**
bietet Beratung, Fachinfos, Presseausweis, Medienversorgung und vieles mehr. Kostenlose Infos für hauptberufliche Journalisten & Pressesprecher:
DPV Deutscher Presse Verband e.V.
Stresemannstr. 375 • D-22761 Hamburg
Tel. 040/8 99 77 99 • Fax 040/8 99 77 79
info@dpv.org • www.dpv.org

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

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

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

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

Redaktion:
Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Dipl. Kfm. Andreas Blömer
Jürgen Günther
Lidija Mizdrak, M.A.
Dr. Herbert Päge
Jutta Ramlow
Dipl.rer.pol. Karla Schulze

Neuheitenredaktion:
Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:
Hans Joseph Blömer, Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff, Ulrich Vielmuth

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

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

Vertrieb:
Silke Gräßel

Satz- und Repro:
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

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

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

ISSN: 1430-1121

FÜR ALLE DIE BEI LIVE VIEW NICHT AN EIN POPKONZERT DENKEN.

Samsung GX20

Stellen Sie sich vor: Die GX20 zeigt Ihnen die Motive schon vor der Aufnahme.

Nur Sucher war gestern. Heute haben Sie die Wahl zwischen großer Freiheit oder Tunnelblick: mit der Live View-Funktion der neuen GX20. Damit können Sie Ihre Motivkompositionen jetzt schon vor dem Auslösen auf dem Display ansehen. Einwandfrei erkennbar in einem Winkel von bis zu 160°. Und dafür, dass auch sonst nichts im Unklaren bleibt, sorgt der integrierte optische Verwacklungsschutz OIS mit Sensor-Shift-System. imagine

www.samsungcamera.de

SAMSUNG

PowerShot A580

PowerShot A590 IS

Suchen Sie nicht lange nach Argumenten!

Die neue Canon PowerShot A-Klasse bietet mehr als genug davon! Bringen Sie z. B. das ausgezeichnete Preisleistungsverhältnis ins Spiel. Oder machen Sie den Kunden auf die Vorteile von Gesichtserkennung und optischem Bildstabilisator (nur A590 IS) aufmerksam.

„Ob auf dem Bike oder im Business ...

... mit den neuen Canon PowerShot A-Modellen bin ich für jeden Anlass bestens ausgerüstet."

Frischer Wind in der A-Klasse

Die neuen PowerShot-Modelle bieten Top-Argumente für Kunden, die eine Kamera mit viel Ausstattung zum günstigen Preis erwarten

- **8,0 Megapixel**
- **4fach opt. Zoom**
- **DIGIC III Prozessor**
- **Gesichtserkennung**
- **2,5-Zoll-Display**
- **opt. Bildstabilisator** (nur A590 IS)

PowerShot A580

Einfache Bedienung, hohe Auflösung, üppiger Zoombereich und ein großes Display: *Die PowerShot A580 erfüllt die von Kunden am häufigsten genannten Anforderungen an eine Digitalkamera. Hinzu kommen viele Canon Extras wie Gesichtserkennung, kreative Farbfunktionen, Motivprogramme und ein umfangreiches Softwarepaket.*

PowerShot A590 IS

Ein Highlight in dieser Preisklasse ist der optische Bildstabilisator der PowerShot A590 IS. *Weitere Extras im Vergleich zum Schwestermodell: das manuelle Belich-tungsprogramm und die optional als Zubehör erhältlichen Weitwinkel- (WC-DC52) und Telekonverter (TC-DC52A).*

Weitere Informationen: ***www.canon.de***

you can

Canon