

# imaging + foto <sup>5</sup> 2009

# contact

Fachzeitschrift für die Fotobranche • [www.worldofphoto.de](http://www.worldofphoto.de)

## Rendite zum Kleben digiCOVER



## Der zuverlässige Displayschutz für Digitalkameras, Fotohandys und mobile Geräte

### Samsung: Wachstum im Kameramarkt durch Ehrgeiz und Innovation

Samsung will in drei Jahren zu den drei größten Kamera-Herstellern der Welt gehören. Hierbei setzt man auf die technologische Kompetenz, die der Digital-Gigant bereits in der Unterhaltungselektronik zeigt.

S. 10

### Köln: Welt der professionellen Foto- grafie — Nikon Solutions Expo 2009

Nach dem großen Erfolg der ersten Nikon Solutions Expo 2007 mit fast 6.000 Besuchern und über 40 Partnern, findet die zweite Auflage des Nikon Top-Events vom 15. – 16. Mai in Köln statt.

S. 24

### CeWe: Geotagging und neue Inhalte erweitern das CeWe Fotobuch

Zusätzliche, lizenzgebührenfreie Inhalte aus dem Internet, kombiniert mit eigenen Fotos, machen das neue CeWe Fotobuch nicht nur umfangreicher, sondern auch professioneller.

S. 28

# Ertrag mit jedem Display

## Die Zubehör-Bestseller von

Seit ihrer Einführung vor drei Jahren schreiben die digiCOVER Displayschutzfolien eine einzigartige Erfolgsgeschichte für den Hamburger Zubehörspezialisten S+M Rehberg und seine Kunden im Fotohandel. Immer mehr Kameras, Fotohandys und Navigationsgeräte verlassen die Geschäfte mit dem zuverlässigen Displayschutz, der in drei Varianten und maßgeschneidert für Hunderte von Modellen erhältlich ist. Dabei können weit überdurchschnittliche Handelsspannen erzielt werden.

„Mit digiCOVER hat jeder Fotohändler die Möglichkeit, zusätzlich zu den klassischen Kamera-Ergänzungen wie Speicherkarte, zweiter Akku und Tasche ein weiteres sinnvolles Zubehör-Produkt zu verkaufen“, erklärt Matthias Rehberg, Geschäftsführer der S+M Rehberg GmbH. „Dabei können Erträge erzielt werden, die zum Beispiel deutlich über denen einer Speicherkarte liegen.“ Gerade in den letzten Jahren sind die Displays von Digitalkameras nicht nur größer geworden, sondern bieten auch eine immer bessere Bildqualität und eine höhere Funktionsvielfalt. Sie dienen nicht mehr nur der Motivauswahl und Bildkontrolle, sondern übernehmen mit berührungsempfindlicher Oberfläche bei einer zunehmenden Zahl von Modellen auch Bedienungs-

funktionen. „Genauso, wie viele Fotografen eine Beschädigung der Frontlinsen ihrer wertvollen Objektive durch einen Schutzfilter vermeiden, sollten auch die empfindlichen Oberflächen hochwertiger Displays mit digiCOVER vor Schmutz und Beschädigungen geschützt werden“, betont Rehberg. „Immer mehr erfolgreiche Fotohändler weisen deshalb ihre Kunden bereits beim Verkaufsgespräch für die Kamera auf die Schutzfolien hin und bringen im optimalen Fall die digiCOVER Folie sofort im Geschäft auf. Das ist mit wenigen Handgriffen schnell und einfach erledigt.“

### Hohe Qualität

Alle digiCOVER Schutzfolien werden nach Vorgaben von S+M Rehberg in Deutschland produziert und zeichnen



*digiCOVER Basic gibt es für verschiedene Monitor-Größen und passgenau für die populärsten Kamera-Modelle. Die Packungen der passgenauen Folien enthalten zwei digiCOVER.*

sich durch ihre große Widerstandsfähigkeit und ausgezeichneten optischen Eigenschaften aus. Drei Varianten für unterschiedliche Ansprüche stehen zur Auswahl.

**digiCOVER Basic** – diese Neuheit ist eine reine Schutzfolie, die besonders einfach zu montieren ist. Sie ist ab sofort in verschiedenen Größen zwischen 2" und 4,3" lieferbar. Für die populärsten Kamera-Modelle gibt es passgenaue Formate, die im Doppelpack erhältlich sind. So kann eine Folie direkt im Geschäft angebracht werden; die zweite nimmt der Kunde zur Sicherheit mit nach Hause. UVP: ab 4,99 Euro.

**digiCOVER Plus** – die für Hunderte von Digitalkameras und anderen



Das Aufbringen der...



...DigiCOVER Schutzfolien ist einfach.







Die digiCOVER Plus gibt es passgenau für Hunderte von digitalen Kompaktkameras und SLRs.

mobilen Geräten passgenau vorgefertigte, robuste Schutzfolie mit fünf Jahren Garantie. Erstklassige optische Eigenschaften sichern naturgetreue Farbwiedergabe; die selbstheilende Oberfläche nimmt auch kleine Kratzer nicht übel.

**digiCOVER Premium** – das Spitzenprodukt in vielen passgenauen Formaten. Teflon-beschichtete, extrem harte Oberfläche für den robusten Einsatz. Das exzellente Antireflex-Verhalten durch zweifach entspiegelte Oberfläche macht die Folie für Kamera-Displays ab 2,5" besonders empfehlenswert.

Alle digiCOVER Schutzfolien sind leicht zu montieren und können rückstandslos entfernt werden. digiCOVER Plus und digiCOVER Premium werden mit je einem feuchten und trockenen

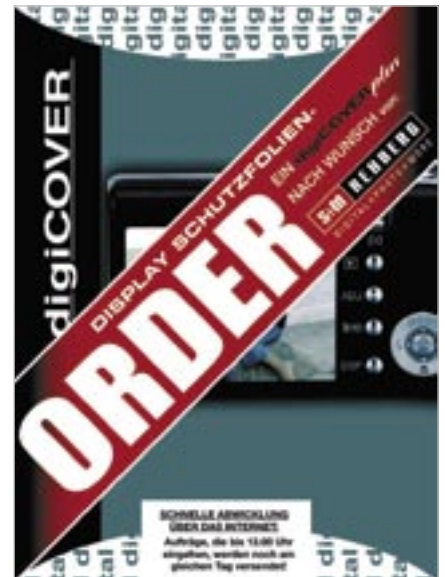
nen digiCLEAN Reinigungstuch zur Vorbereitung der Display-Oberfläche geliefert.



Das Spitzenprodukt digiCOVER Premium zeichnet sich durch Antireflex-Oberfläche, enorme Robustheit und Teflon-Beschichtung aus.

## Einzigartiges Gutschein-System

Mit einem einzigartigen Vertriebssystem macht es S+M Rehberg jedem Fotohändler leicht, passgenaue digiCOVER Schutzfolien für Hunderte von Kamera-Modellen ohne Lagerprobleme anzubieten. Verkauft wird ein Order-Gutschein mit einer Code-Nummer; der Kunde kann dann telefonisch oder über das Internet genau die richtige digiCOVER Folie für seine Kamera bei S+M Rehberg abrufen.



Umsatz ohne Lagerprobleme: Das einzigartige Gutschein-System macht es einfach, den Kunden die passende Folie zu verkaufen.

## Nicht nur für Kameras

digiCOVER Schutzfolien gibt es maßgeschneidert nicht nur für Kameras, sondern auch für zahlreiche Fotohandys, darunter das Apple iPhone, Navigationsgeräte und andere mobile Digitalprodukte mit hochwertigen Displays. Für alle Schutzfolien bietet S+M Rehberg ein breites Sortiment an verschiedenen Displays für die Erst- und Zweitplatzierung und weitere Werbemittel an.

Der flächendeckende Außendienst des Unternehmens entwickelt gerne für jeden Kunden ein maßgeschneidertes Verkaufskonzept.



Das Team von S+M Rehberg entwickelt gerne für jeden Kunden ein maßgeschneidertes Verkaufskonzept.



**S+M Rehberg GmbH**  
**Heidlohstr. 10**  
**22459 Hamburg**  
**Tel. 040-5592009**  
**info@smrehberg.de**  
**www.digiCOVER.de**



## FINEPIX F200EXR



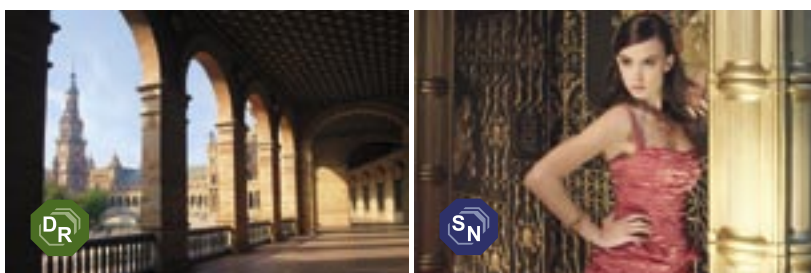
## Noch näher am menschlichen Auge!

Viele haben es versprochen, FUJIFILM hat es umgesetzt. Die neue FINEPIX F200EXR bietet mit dem Super CCD EXR einen Sensor, der sich so flexibel wie das menschliche Auge an die Lichtbedingungen anpassen kann. Die eindrucksvollen Resultate sind hohe Auflösung, extrem geringes Rauschen und ein erweiterter Dynamikumfang bis 800 %.

 **SUPER CCD EXR**

### HIGHLIGHTS

- Automatische Motiverkennung EXR AUTO
- Manuelle Einstellung der EXR Priorität
- Simulationsmodi analoger Filme (FUJIFILM Velvia, PROVIA, ASTIA)





# Die digitale Transformation ist nicht abgeschlossen

## Es geht erst richtig los

Im Rückblick ist man immer schlauer. Aus heutiger Perspektive erscheint es geradezu absurd, dass es einmal Menschen gab, die befürchtet haben, die Digitalfotografie könnte unsere Branche gefährden oder ihr sogar den Garaus machen. Die letzten zehn Jahre haben gezeigt, dass das Gegenteil richtig ist: Das Volumen des Kamera-Marktes hat sich verdoppelt, noch nie wurde so viel fotografiert wie heute, noch nie haben Menschen ihre Bilder so intensiv genutzt, und noch nie gab es so viele Möglichkeiten, mit dem Verkauf von Geräten und Dienstleistungen Geschäfte zu machen. Die Fotobranche, so hört man in jüngster Zeit immer öfter, habe den digitalen Wandel erfolgreich bewältigt und die Transformation in die Welt der Netzwerke, Chips und Dateien erfolgreich abgeschlossen.



Thomas Blömer, Verleger

Auf den ersten Blick stimmt das. Analoge Kameras spielen auf dem Markt keine Rolle mehr; die Infrastruktur für digitale Dienstleistungen steht, und neue Bildprodukte vom Fotobuch über Fotogeschenke bis zur großen Leinwand finden immer mehr Kunden.

Trotzdem bleibt im Grunde die Erkenntnis, dass die digitale Revolution bislang im wesentlichen darin bestanden hat, die aus der analo-

gen Welt bekannten Produkte und Geschäftsmodelle mit digitalen Geräten und Systemen zu reproduzieren. Die personalisierten Bildprodukte sind dabei die erfreuliche Ausnahme, denn ihre Herstellung war in analogen Zeiten schlichtweg unmöglich bzw. für den Massenmarkt viel zu aufwendig.

In den letzten ein bis zwei Jahren hat sich eine weitere Revolution angebahnt: Immer mehr Konsumenten kommunizieren mit ihren Bildern über digitale Netzwerke, vornehmlich über das Internet, aber verstärkt auch mit dem Mobilfunk. Milliarden von Fotos sind inzwischen über den PC, das Notebook oder mobile Geräte für jedermann zugänglich, und das nicht nur in den klassischen Foto-Communities, sondern in immer stärkerem Maße auch in sozialen Netzwerken wie facebook, myspace usw. Für bewegte Bilder ist YouTube sozusagen zum Standard geworden.

Dabei können Fotos immer einfacher mit anderen digitalen Inhalten wie Texten, geografischen Daten und

Musik verknüpft und eigene Aufnahmen mit Fotos aus anderen Quellen ergänzt werden.

Fotografieren bedeutet heute viel mehr, als Bilder aufzunehmen und wiederzugeben. Deshalb haben die Organisatoren der photokina die weltweite Leitmesse des Bildes bereits seit einigen Jahren weitsichtig unter das Motto „Imaging is more“ gestellt. Die wachsende Vielfalt der Bildanwendungen und möglichen Geschäftsmodelle hat dabei auch eine Kehrseite: Noch nie war der Markt so komplex wie heute.

Umso wichtiger ist es, Gelegenheiten zu schaffen, bei denen sich alle Beteiligten aus Industrie, Dienstleistung und Handel miteinander austauschen und ihre Konzepte präsentieren und diskutieren können. Genau das tut in diesem Jahr unsere englischsprachige Schwesterzeitschrift für den Weltmarkt, INTERNATIONAL CONTACT, gemeinsam mit dem amerikanischen Informationsdienst Photo Imaging News: Das internationale Business Forum „Memories are more...“ findet am 21. und 22. Oktober in Köln, im Kongresszentrum Nord der Koelnmesse statt, der Heimat der photokina. Die weltweite Leitmesse für Foto und Imaging unterstützt – ebenso wie das globale Marktforschungsunternehmen GfK, das parallel eine Imaging Executive Konferenz veranstaltet – den Event als assoziierter Partner. Die ersten Informationen finden Sie auf den Seiten 26 und 27 in diesem Heft. Bitte merken Sie sich den Termin bereits heute vor.

Thomas Blömer

# Inhalt

## Zum Titelbild

Die Zubehör-Bestseller von S+M Rehberg:  
Ertrag mit jedem Display . . . . . 2

## Editorial

Die digitale Transformation ist nicht  
abgeschlossen: Es geht erst richtig los . . . . . 5

## Neuheiten . . . . . 37, 39, 41

Viel Kino für's Geld:  
Canon EOS 500D mit Full-HD-Video . . . . . 12

Nikon D5000 für ambitionierte Einsteiger:  
Die zweite mit HD-Video . . . . . 18

## Messen und Kongresse

2. International Business Forum Cologne  
„Memories are more...“ . . . . . 26

## Unternehmen

Samsung will im Kamera-Markt  
unter die ersten drei . . . . . 10

Warum immer mehr Profis „Nikonianer“ werden:  
Der „Boss“ und seine Freunde . . . . . 20

## Bildergeschäft

Neue Inhalte sollen CeWe Fotobuch  
erweitern: Mehr Seiten . . . . . 28

Das Kodak APEX System bei  
„Die Fotopassage“ Bielefeld:  
„Genau die richtige Entscheidung“ . . . . . 32

## Mobile Imaging beflügelt das Bildergeschäft: Ungenutztes Potential



Das Aufnehmen und Teilen von Fotos per Mobiltelefon wird für immer mehr Verbraucher zur Selbstverständlichkeit. In den acht Jahren, die seit der Einführung des ersten kommerziellen Kamerahandys, des J-SH04 von Sharp, im November 2000 in Japan vergangen sind, hat sich die Fototechnik in den Mobiltelefonen rasant weiterentwickelt. Dennoch lassen viele Fotohändler das Potential, das mobiles Imaging mit sich bringt, ungenutzt. Doch mit der wachsenden Zahl der Möglichkeiten zur Nutzung der Handyfotos über das Betrachten am Display hinaus könnte ein Umdenkungsprozess beginnen.

Seite 14

HANDEL

## Die Zubehör-Bestseller von S+M Rehberg: Ertrag mit jedem Display



Seit ihrer Einführung vor drei Jahren schreiben die digiCOVER Displayschutzfolien eine einzigartige Erfolgsgeschichte für den Hamburger Zubehörspezialisten S+M Rehberg und seine Kunden im Fotohandel. Immer mehr Kameras, Fotohandys und Navigationsgeräte verlassen die Geschäfte mit dem zuverlässigen Displayschutz, der in drei Varianten und maßgeschneidert für Hunderte von Modellen erhältlich ist. Dabei können weit überdurchschnittliche Handelsspannen erzielt werden. Seite 2

## Warum immer mehr Profis „Nikonianer“ werden



Die gelbe Revolution in der Profifotografie begann im August 2007: Die erste Vollformat-DSLR von Nikon, die ultraschnelle D3, löste mit ihrem besonders lichtstarken und rauscharmen 12,1 Megapixel CMOS-Sensor unter den Reportage- und Sportfotografen eine Völkerwanderung ins gelbe System aus. Nach der Vorstellung des neuen Nikon-Flaggschiffs D3X im Dezember 2008 deuten jetzt alle Zeichen darauf hin, dass auch immer mehr Studio- und Werbefotografen zu Nikonianern werden. Die Aufbruchstimmung hat auch auf das Lager der ambitionierten Amateure und Einsteiger übergegriffen. Mit einem gelungenen Technologie- und Image-Transfer positionierte Nikon attraktive Modelle in populären Preisklassen und macht dem Fotohandel das Argumentieren leicht. Seite 20

## Die Welt der professionellen Fotografie: Nikon Solutions Expo 2009



Nach dem großen Erfolg der ersten Nikon Solutions Expo Ende 2007 mit fast 6.000 Besuchern und über 40 Partnern findet in diesem Jahr vom 15.-16. Mai in Köln die zweite Auflage des Nikon Top Events statt. Unter dem diesjährigen Motto „Unlimited Creativity“ präsentiert Nikon umfassende Lösungen für die professionelle Fotografie und deren Einbindung in den digitalen Workflow. Zielgruppe sind Profi- und Hobbyfotografen, Fotoenthusiasten, Kreative sowie Fachhändler und B-to-B-Kunden. Seite 24

ZUM TITELBILD

UNTERNEHMEN

PROFI

## Interview mit Markus Hillebrand, Manager Communications/PR der Nikon GmbH

imaging+foto-contact hat mit Markus Hillebrand, Manager Communications/PR der Nikon GmbH, über die gelbe Wachstumsstrategie gesprochen. **Seite 22**



## Viel Kino für's Geld: Canon EOS 500D mit Full-HD-Video



Neben der EOS 5D Mark II, die Canon auf der letzten photokina vorstellte, ist die neue EOS 500D nun die zweite DSLR des Unternehmens, die Filme in Full-HD-Qualität aufnehmen kann. Damit hält dieses neue Merkmal auch im Segment der ambitionierten Hobby-Fotografen Einzug. **Seite 12**

## Nikon D5000 für ambitionierte Einsteiger: Die zweite mit HD-Video



Mit der Nikon D5000 stellt das Unternehmen nach der D90 die zweite DSLR-Kamera mit HD-Video-Funktion vor. Die D5000 ist derzeit zwischen der D60, die voraussichtlich im Laufe des Jahres auslaufen wird, und der D90 positioniert. Genau wie ihre große Schwester zeichnet auch die neue DSLR Filmszenen in HD-Auflösung (720p) auf. **Seite 18**

## 2. International Business Forum Cologne

Erfahren Sie aus erster Hand, wie internationale Spitzenmanager die Zukunft der Vermarktung digitaler Bildtechnologien sehen und erleben Sie die Präsentation neuer Geschäftsmodelle. Aus der Kombination von Fotos und bewegten Bildern, Musik, Tonaufnahmen und anderen digitalen Inhalten entstehen neue Formen der Unterhaltung und der Kommunikation, und damit neue Dienstleistungen und Geschäftsmodelle: „Memories are more...“ – Erinnerungen sind mehr! **Seite 26**

## Neue Inhalte sollen CeWe Fotobuch erweitern: Mehr Seiten



Mit neuen Inhalten, die über das Internet zugänglich sind und ohne Lizenzgebühren mit eigenen Fotos kombiniert werden können, erweitert CeWe Color die Gestaltungsmöglichkeiten für das CeWe Fotobuch. Besonders viel versprechen sich die Verantwortlichen dabei vom Trend zum Geotagging, der Kombination von Bildern mit den geografischen Daten ihres Aufnahmeortes. **Seite 28**

### INTERVIEW

**Wichtiges aus worldofphoto.de** . . . . . 8, 44

### Handel

Mobile Imaging beflügelt das Bildergeschäft:  
Ungenutztes Potential. . . . . 14

Weiterbildung mit der  
Canon ac@demmy . . . . . 34

Bilora unterstützt Deko Aktivitäten. . . . . 35

Horst Dieter Lehmann: Aufträge. . . . . 40

### Interview

Markus Hillebrand, Manager Communications/  
PR der Nikon GmbH:  
„Nachfrage, die der Fotohandel braucht“. . . . . 22

### Profi

Nikon Solutions Expo 2009:  
Die Welt der professionellen Fotografie in Köln . . . 24

### Rubriken

### Kolumne

Nachgedacht: ...über die Ehrlichkeit  
von Parteimitgliedern. . . . . 42

### Video

Ulrich Vielmuth:  
Tonaufnahme mit der Videokamera . . . . . 36

**Rechtstips** . . . . . 38

**Leserbrief** . . . . . 35

**Literatur** . . . . . 43

**Klein- und Personalanzeigen** . . . . . 44

**Impressum**. . . . . 45

### NEUHEITEN

### MESSEN/KONGRESSE

### BILDERGESCHÄFT



**Immer aktuell:**

**www.worldofphoto.de**

### Pentax Europa-Zentrale geht nach Paris

Pentax Imaging Systems will die Zentrale für das europäische Kamerageschäft von Hamburg nach Paris verlegen. Gleichzeitig soll auch das Geschäft in Deutschland neu organisiert werden. Der Transfer der Europa-Zentrale erfolge vor dem Hintergrund, dass Pentax in Frankreich die größte Marktpresenz habe und wichtige Handelspartner des internationalen Kamerageschäftes ebenfalls in Paris ansässig seien, hieß es in einer Pressemitteilung. Der Prozess soll nach derzeitiger Planung mit Wirkung zum 1. Oktober abgeschlossen werden. Zugleich ist auch eine Restrukturierung der Service-Aktivitäten geplant; die Leistungen sollen ab Juni vollständig über dritte Unternehmen erbracht werden. Dies sei die Fortsetzung einer jahrelangen positiven Zusammenarbeit mit externen Service-Spezialisten, so das Unternehmen. Von Hamburg aus soll in naher Zukunft die Verkaufsregion DACH (Deutschland, Österreich, Schweiz) geführt werden. Die Konsolidierung der Organisation soll zum Frühsommer abgeschlossen werden.

### Carl Zeiss und Sony wollen weiterhin zusammenarbeiten

Carl Zeiss, genauer gesagt der dortige Geschäftsbereich Photoobjektive, wird weitere fünf Jahre mit Sony zusammenarbeiten. Beide Unternehmen haben jetzt vereinbart, künftig noch enger bei der Entwicklung und kommerziellen Verwertung neuer Bildsysteme zusammenzuarbeiten. Die Kooperation der beiden Unternehmen begann im Jahr 1996. Damals wurde der erste Sony Camcorder mit einem Objektiv von Carl Zeiss auf den Markt gebracht. Seither wurde die Zusammenarbeit auf kompakte Digitalkameras oder Camcorder bis zu hochwertigen Bridgekameras und Wechselobjektiven für die digitale Spiegelreflexkamera Sony Alpha ausgeweitet. Ziel der Part-

### Marke und Produkte von Polaroid werden wiederbelebt

PolaPremium ([www.pola-premium.com](http://www.pola-premium.com)) und The Impossible Project ([www.the-impossibleproject.com](http://www.the-impossibleproject.com)) sind zwei Unternehmen, die die Traditionsmarke Polaroid und ihre Sofortbilder und Sofortbildkameras mit neuem Leben füllen wollen. PolaPremium will die Geschichte der Marke feiern und Interessenten aus aller Welt mit den letzten noch zur Verfügung stehenden Polaroid Materialien versorgen. Partner bei diesem Projekt ist Dr. Florian Kaps, Eigentümer des Wiener Unternehmens unsaleable.com (Unverkäuflich Handels GmbH), das in den vergangenen drei Jahren Polaroid Filme und Kameras verkauft hat. Im Laufe dieses Jahres plant das neue Unternehmen, einmalige Sondereditionen und aufgefrischte Filme, runderneuerte Kameras und dazu passende Zubehörprodukte auf den Markt zu bringen.

The Impossible Project will im Jahr 2010 die Produktion von Sofortbildfilmen für klassische analoge Polaroid Kameras wieder aufnehmen. Dazu hat das Unternehmen die alten Polaroid Fertigungsanlagen und Maschinen erworben und einen Leasingvertrag für das Produktionsgebäude in Enschede, Holland, über einen Zeitraum von zehn Jahren abgeschlossen. Nach eigenen Aussagen will das Unternehmen nicht einfach nur den bekannten Polaroid Film früherer Jahre neu produzieren, sondern einen Sofortbildfilm mit neuen Charakteristika entwickeln. Dringend gesucht werden Interessenten, die das Projekt unterstützen wollen. Informationen darüber, wie sich das Unternehmen die benötigte Unterstützung genau vorstellt, sollen in den nächsten Wochen auf der Webseite [www.the-impossibleproject.com](http://www.the-impossibleproject.com) veröffentlicht werden. Bis dahin können sich Polaroid Fans und alle anderen, die Interesse an der klassischen Sofortbildfotografie haben und eine Wiederbelebung dieses Genres wünschen, mit ihren individuellen Unterstützungsideen bei The Impossible Project melden.

nerschaft ist es, qualitativ hochwertige Produkte zu schaffen, die den Anforderungen der Kunden gerecht werden.

### Amerikaner müssen auf zwei Fachzeitschriften verzichten

Das amerikanische Verlagshaus Cygnus Business Media hat seine Foto- und Imaging-Fachpublikationen PTN und Studio Photography sowie den Internet-Nachrichtendienst [www.imaginginfo.com](http://www.imaginginfo.com) „suspendiert“. Cygnus ist auch international als Herausgeber zahlreicher Fachpublikationen in verschiedenen Branchen bekannt. PTN galt über viele Jahrzehnte in den USA als eine der führenden Fachzeitschriften für den Fotohandel und machte sich auch mit täglichen Sonderausgaben auf Messen wie der PMA und der photokina einen Namen. Nach der Einstellung des Erscheinens prüfe das Unternehmen „neue Möglichkeiten“ für die Fachtitel, erklärte Cygnus. Die Maßnahme

steht im Zusammenhang mit einem Abbau von 30 Arbeitsplätzen (6 Prozent der Belegschaft), mit dem Cygnus Business Media seine wirtschaftliche Position verbessern will.

### Schweizer Fachzeitschrift Fotointern vorläufig eingestellt

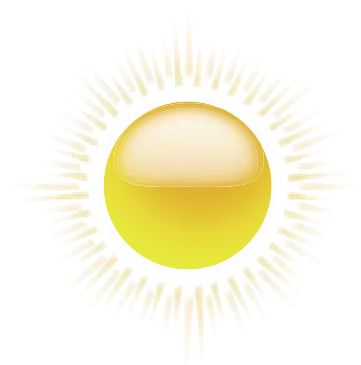
Die Schweizer Fotofachzeitschrift Fotointern hat mit der Ausgabe 3/2009 am 1. März ihr Erscheinen vorläufig eingestellt. Fotointern Herausgeber Urs Tillmanns nannte als Gründe dafür „das zuletzt völlig eingebrochene Inseratenvolumen und die Aussichtslosigkeit der kommenden Monate“. Die Entwicklung habe sich bereits in den vergangenen Monaten abgezeichnet, und, so Tillmanns, „der zu erwartende Verlust ist für ein Unternehmen unserer Größe nicht mehr tragbar“. Der Fotobranche fehlten in der Finanzkrise offensichtlich die Werbemittel, um sich eine solche Branchenzeitschrift noch leisten zu können, vermutete der international hochangesehene Fachjournalist.





**Kodak**  
Adaptive  
Picture Exchange

Die ultimative modulare und  
skalierbare Drylab-Lösung



**“Entscheidender Vorteil des APEX-Systems ist die Perfect Touch Technologie, die Fotos automatisch bearbeitet und optimiert. Unseren Mitarbeitern spart das System sehr viel Zeit, da es sehr einfach verständlich ist. Jeder Kunde kann seine individuellen Fotoprodukte selbst erstellen und wenige Minuten später mit nach Hause nehmen.”**

Stephan Hund, Junior Chef, Foto-Hund GmbH, Offenburg.

# Vorhersage: Sonnig.

Das mehrfach preisgekrönte KODAK Adaptive Picture Exchange (APEX) benötigt keine Chemikalien<sup>1</sup> und verbraucht im Vergleich zu AgX-Minilabs<sup>2</sup> 70-90% weniger Energie. Es ist zuverlässig, flexibel, benutzerfreundlich und sehr effizient. In Kombination mit unseren KODAK Picture Kiosken können Sie dank APEX über 500 verschiedene Produkte, erstellt mit unseren exklusiven Thermaldruckmedien, anbieten. Aus diesen und weiteren Gründen werden Sie mit APEX Ihren Umsatz erhöhen! Vereinbaren Sie noch heute Ihren Vorführtermin. Rufen Sie an unter **0711 / 406 - 0** schreiben Sie eine E-Mail an **de-ccc@kodak.com** oder besuchen Sie **www.kodak.com/go/apex**

**EXKLUSIVES  
ANGEBOT  
BIS 31. MAI 09!**

**Beim Kauf eines KODAK Adaptive Picture Exchange 70 (APEX) erhalten Sie einen KODAK DL2100 Duplex Printer (KODAK Listpreis 3.172 € zzgl. MWST) gratis dazu.\***

Profitabel

Anpassbar

Effizient

Einfach

Bewährt

Umweltfreundlichere  
Bilder<sup>3</sup>



APEX 30



APEX 70



<sup>3</sup> Weniger Energie und chemiefrei  
im Vergleich zu AgX-Minilabs.

© Kodak, 2009. Marke: Kodak. 1. Chemiefreie Verarbeitung im Vergleich zu AgX-Minilabs. 2. Energieersparnis basierend auf Tests mit Minilabs Fuji Frontier 340, Fuji Frontier 570, Noritsu QSS2711, Gretag Master Lab 742 bei typischer täglicher Druckmenge. Ergebnisse basierend auf Stromverbrauch. Die tatsächlichen Ergebnisse können variieren. \*Kaufen Sie ein KODAK Adaptive Picture Exchange 70 (APEX) zum Preis von 25.579 € (KODAK Listpreis zzgl. MWST) und erhalten Sie einen KODAK DL2100 Duplex Printer (KODAK Listpreis 3.172 € zzgl. MWST) gratis dazu. Oder kaufen Sie ein KODAK Adaptive Picture Exchange 30 (APEX) zum Preis von 18.766 € (KODAK Listpreis zzgl. MWST) und erhalten Sie einen KODAK DL2100 Duplex Printer für die HALFTHE des Preises (KODAK Listpreis 3.172 € zzgl. MWST; Hälfte des Preises: 1.586 € zzgl. MWST). Sie können von diesem Angebot nur durch Kauf profitieren. **Das Angebot endet am 31.05.09.** Das Angebot kann auch nicht mit anderen Werbeangeboten in Bezug auf KODAK Adaptive Picture Exchange (APEX) kombiniert werden. Fragen Sie Ihren Kodak Ansprechpartner nach weiteren Details.

# Kodak

Samsung will in drei Jahren zu den drei größten Kamera-Herstellern der Welt gehören. Das erklärte Seung Soo Park, Vice President Strategisches Marketing der Samsung Digital Imaging Co. Ltd., in einem Gespräch mit *imaging+foto-contact*. Dabei setzt der Manager auf die technologische Kompetenz des Digital-Giganten Samsung Electronics, der in vielen wichtigen Segmenten der Unterhaltungselektronik bereits auf eine Führungsposition verweisen kann. Auch für das Camcorder-Geschäft hat Samsung ehrgeizige Pläne.

Die Wertschöpfungskette der digitalen Unterhaltungselektronik besteht nach Ansicht von Park aus fünf wichtigen Bereichen: die Erzeugung digitaler Inhalte (zum Beispiel durch Aufnahme von Fotos und Videos), ihre Verarbeitung, ihre Speicherung, ihre Übertragung und am Ende ihre Wiedergabe. In vier dieser Segmente, so Park, sei Samsung bereits in der Führungsposition: bei der Verarbeitung und Speicherung digitaler Daten durch seine Halbleiter-Technologien, bei der Übertragung durch seine Telekommunikationssysteme und bei der Wiedergabe durch die weltweit erfolgreichen Fernsehgeräte und Monitore. Bei der Erzeugung digitaler Inhalte durch die Aufnahme von Fotos und Videos dagegen, gab Park zu, habe Samsung noch Nachholbedarf, auch wenn man in den vergangenen Jahren bereits erfolgreich Marktanteile gewonnen und dadurch den Grundstein für weiteres Wachstum gelegt habe.

# Samsung will im Kamera-Markt um Wachstum durch I

*Seine ehrgeizigen Ziele im Kamera-Markt will Seung Soo Park, Vice President Strategisches Marketing der Samsung Digital Imaging Co. Ltd., nicht durch Mengenwachstum um jeden Preis, sondern durch eine konsequente Wertschöpfungsstrategie erreichen.*



Seine ehrgeizigen Ziele im Kamera-Markt will der Samsung Manager in den kommenden Jahren nicht durch Mengenwachstum um jeden Preis, sondern durch eine konsequente Wertschöpfungsstrategie erreichen: „Wir wollen die Konsumenten und den Fotohandel durch Innovationen begeistern“, betonte Park und verwies dabei auf die in diesem Frühjahr vorgestellte neue Kamera-Generation. „Hier haben wir wegweisende Modelle vorgestellt und unsere Innovationskraft eindrucksvoll demonstriert.“ Dazu gehöre zum Beispiel mit der Samsung WB500 die erste



*10x Zoom mit einer Anfangsbrennweite von 24 mm (KB-äquivalent): die Samsung WB500 soll im kompakten Superzoom-Segment Maßstäbe setzen.*

Superzoom-Kamera mit einer Anfangsbrennweite von 24 mm und die WB100 mit dem neuartigen, besonders leuchtstarken AMOLED Display. Zudem habe Samsung die Bedienungsfreundlichkeit hochwertiger Digitalkameras durch die Weiterentwicklung von Automatikfunktionen verbessert, erklärte Park. Die in einigen Modellen integrierte, weiterentwickelte Szenenerkennung wählt zum Beispiel je nach Motiv automatisch zwischen elf Motivprogrammen und bietet damit die derzeit höchste Anzahl auf dem Kamera-Markt. Funktionen wie SmartAlbum und die Gesichtswiedererkennung machen zudem das Verwalten, Suchen und Finden der Aufnahmen bedeutend leichter.

Park ging auch auf das Anfang März auf der PMA vorgestellte neue Kamera-System NX ein, das Samsung in der zweiten Hälfte dieses Jahres auf den Markt bringen will. Bei diesen Hybrid-Kameras mit Wechselobjektiv, die die Leistungsfähigkeit und Flexibilität von Spiegelreflexsystemen mit besonders kompakten Abmessungen

# ter die ersten drei nnovation

kombinieren sollen, erwartet Park eine im Vergleich zu ähnlichen Konzepten anderer Hersteller bessere Bildqualität durch den größeren Aufnahmesensor im Format APS-C. Für die Wechselobjektive will Samsung beim NX ein eigenes Bajonett einführen. Dass Objektive anderer Hersteller mit Hilfe eines Adapters verwendet werden könnten, wollte der Samsung Manager nicht ausschließen, ohne weitere Details bekanntzugeben.



*Das AMOLED Display der Samsung WB100 ist besonders leuchtstark und zeichnet sich durch farbintensive Wiedergabe aus.*



## Innovative Camcorder

Auch im Camcorder-Geschäft will Park den Anteil von Samsung an den derzeit weltweit 60 Millionen verkauften Geräten deutlich steigern. Schlüssel dazu sind die neuen Aufzeichnungstechnologien mit Festkörperspeichern, bei denen Samsung durch seine Halbleiter-Kompetenz besonders großes Know-how besitzt. Vorläufiger Höhepunkt dieser Entwicklung sind Samsungs neue Camcorder der H-Serie, die als weltweit erste Camcorder mit integriertem SSD-Flashspeicher ausgestattet sind. „Diese Geräte verfügen praktisch über keine beweglichen Teile mehr und ermöglichen so ein völlig neues, besonders kompaktes und bediener-

freundliches Design“, betonte Park. Dabei fasst der 64 GB große SSD-Speicher des Spitzenmodells HMX-H106 im Fine-Modus bis zu zwölf Stunden Filmmaterial, das in voller HD-Qualität auf entsprechend ausgerüsteten Fernsehgeräten wiedergegeben werden kann. HDMI-Schnittstellen und Anynet+(CEC)-Kompatibilität sorgen für ein komfortables Zusammenspiel aller Komponenten. Zudem bietet die SSD-Technologie weitere Vorteile, erklärte Park: Beispielsweise verbrauche sie nur ein Achtel der Strommenge, die ein HDD-Speicher für die Datenverarbeitung benötigt; und die Geräte seien erheblich unempfindlicher gegenüber Erschütterungen und schneller als vergleichbare HDD-Modelle. „Wir sind sicher, mit dieser Technologie

neue Zielgruppen für den Camcorder-Markt erschließen zu können“, betonte Park. „So wollen wir mit der neuen Cam-

corder-Generation und den nachfolgenden Produkten unter anderem auch Frauen und junge Mütter für die Aufnahme bewegter digitaler Bilder gewinnen.“ Der Komprimierungsstandard H.264, ergänzte der Samsung Manager, sei dabei deutlich flexibler als andere Systeme und mache daher die Bearbeitung der Videoaufnahmen auf dem PC und ihre Einbindung in digitale Netzwerke und Online-Communities besonders komfortabel.

## Der CE-Gigant

imaging+foto-contact traf Seung Soo Park im Rahmen des ersten Samsung European Forums in Wien, zu dem das koreanische Unternehmen zahlreiche Geschäftspartner und Pressevertreter aus ganz Europa eingeladen hatte,

*Start einer neuen Camcorder Generation: Die Modelle mit SSD-Speicher*



*wie der Samsung HMX-H106 sind schneller als vergleichbare HDD-Geräte, verbrauchen deutlich weniger Energie und sind unempfindlicher gegen Erschütterungen.*

um die neuesten Technologien zu präsentieren. Im Mittelpunkt standen dabei die neuen LED-TVs, mit denen Samsung seine Führungsposition im Fernsehgeschäft ausbauen will. Bei diesen Geräten kommen, anstelle der bei LCD-TVs eingesetzten Cold Cathode Fluorescent Lampen (CCFL), LEDs in den Grundfarben RGB als Lichtquelle zum Einsatz, die selektiv angesteuert werden können. Das führt zu einer deutlichen Erweiterung des darstellbaren Farbraums, erheblich höheren Kontrasten und besonders satten Bildschwärzen. Zudem bringt Samsung bei diesen Geräten und den neuen Modellen der LCD- und Plasma-Familie Inhalte aus dem Internet auf die Fernseh-Bildschirme. So stehen mit dem gemeinsam mit Yahoo entwickelten „Internet@TV – Content Service“ Inhalte wie Fotos und Videos aus Flickr und YouTube ebenso zur Verfügung wie aktuelle Nachrichten und mehr. Die Technologie basiert auf Widgets, die über eine Programmleiste am unteren Rand des Bildschirms angesteuert werden können. Zudem zeichnen sich die neuen Samsung Fernsehgeräte durch weiter verbesserte Vernetzungsmöglichkeiten aus und können beispielsweise kabellos mit den neuesten Blu-ray HomeCinema-Systemen von Samsung verbunden werden.



# Viel Kino für's Geld

## Canon EOS 500D mit Full-HD-Video

Neben der EOS 5D Mark II, die Canon auf der letzten photokina vorstellte, ist die neue EOS 500D nun die zweite DSLR des Unternehmens, die Filme in Full-HD-Qualität aufnehmen kann. Damit hält dieses neue Merkmal auch im Segment der ambitionierten Hobby-Fotografen Einzug.

In dem kompakten Gehäuse aus Edelstahl und Kunststoff verbirgt sich modernste Kameratechnik. So sollen der 15,1-Megapixel-CMOS-Sensor im APS-C-Format in Verbindung mit dem DIGIC 4-Bildprozessor für eine herausragende Bildqualität sorgen. Darüber hinaus ermöglicht der Prozessor schnelle Serienaufnahmen mit bis zu 3,4 Bildern pro Sekunde, und der Pufferspeicher bietet eine Kapazität für bis zu 170 JPEG-komprimierte Bilder in Folge. Und auch bei der Rauschreduzierung zeigt der DIGIC 4 seine Stärke, so dass auch die hohen Empfindlichkeiten der EOS 500D von bis zu ISO 3.200 (erweiterbar bis ISO 12.800) problemlos genutzt werden können.

### Hochwertige Ausstattung

Die EOS 500D richtet sich an ambitionierte Hobby-Fotografen und lässt in punkto Ausstattung und Bedienkomfort kaum noch Wünsche offen. Sowohl das helle Sucherbild als auch der hochauflösende 3,0-Zoll-Monitor (920.000 Bildpunkte) mit Live-View-Funktion ermöglichen eine komfortable Bildgestaltung. Der Live-View-Modus unterstützt auch Autofokusoptionen, basierend auf Kontrast- und Gesichtserkennungs-Parametern mit Echtzeitanzeige, und ähnelt im

Bedienkomfort einer Kompaktkamera. Das Autofokus-System hat neun AF-Messfelder mit automatischer oder manueller Messfeldwahl. Des weiteren verfügt die Kamera über eine wirkungsvolle Sensorreinigung (EOS Integrated Cleaning System) sowie über ein integriertes Blitzgerät (Leitzahl 13), das Objektiv bis zu einer Brennweite von 17 mm (27 mm bei KB) ausleuchtet. Zudem unterstützt die Kamera die E-TTL-II-Blitzsteuerung bei systemkonformen Speedlite Blitzgeräten.

### Echter Kinogenuss

Im Movie-Modus zeichnet die 500D Filmsequenzen in Full-HD-Qualität (1.920 x 1.080 Pixel) mit einer Frequenz von 20 Bildern pro Sekunde auf. Durch den APS-C-CMOS-Sensor und den kreativen Einsatz der Schärfentiefe wird dabei eine Bildwirkung erzielt, wie sie von Kinoproduktionen bekannt ist und die selbst hochwertige Camcorder nicht bieten können. Auch im Video-Modus kann sowohl mittels Autofokus als auch manuell fokussiert werden. Außerdem können während des Films Einzelfotos gemacht werden, wobei die Film-



Die EOS 500D ist die erste digitale Spiegelreflex-Kamera von Canon, die auch in der Einstiegsklasse Full-HD-Videoqualität bietet.

sequenz nur kurz unterbrochen und anschließend automatisch fortgesetzt wird.

Die Kamera soll im Mai zu einem UVP von 799,- Euro (Gehäusepreis) verfügbar sein.

### Speedlite 270EX

#### Ausstattung

- Leitzahl 27 (maximal)
- Zoom- und Schwenkreflektor
- Manuelle Blitzsteuerung über die Menü kompatibler Kameras
- Optimierter Schaltkreis für einen schnellen, nahezu geräuschlosen Ladevorgang
- Kompatibel mit EOS SLR- und PowerShot-Kameras



UVP: 149,- Euro  
Lieferbar ab Mai 2009  
Vorgängermodell: Speedlite 220EX



# Mein CEWE FOTOBUCH

**Ausgezeichneter Spaß für Ihre Kunden – ausgezeichneter Umsatz für Sie!**

## Testsieger in Serie!



**Das Original vom Marktführer – über 1 Mio. Kunden sind begeistert!**

Download kostenlos unter:

**[www.cewe-fotobuch.de](http://www.cewe-fotobuch.de)**

\* Unverbindliche Preisempfehlung für ein CEWE FOTOBUCH KLEIN gemäß Preisliste, zzgl. Bearbeitungspauschale.

# Ungenutztes Potential

## Mobile Imaging beflügelt das Bildergeschäft

Das Aufnehmen und Teilen von Fotos per Mobiltelefon wird für immer mehr Verbraucher zur Selbstverständlichkeit. In den acht Jahren, die seit der Einführung des ersten kommerziellen Kamerahandys, des J-SH04 von Sharp, im November 2000 in Japan vergangen sind, hat sich die Fototechnik in den Mobiltelefonen rasant weiterentwickelt. Dennoch lassen viele Fotohändler das Potential, das mobiles Imaging mit sich bringt, ungenutzt. Doch mit der wachsenden Zahl der Möglichkeiten zur Nutzung der Handyfotos über das Betrachten am Display hinaus könnte ein Umdenkungsprozess beginnen.



So meldete beispielsweise Europas größter Fotofinishingkonzern CeWe Color für das Jahr 2008 einen Anteil von rund drei Prozent Handyfotos an allen entwickelten Digitalbildern. Daran den größten Anteil, dies nur als Randbemerkung, hatten dabei die Fotohandys des japanisch-schwedischen Unternehmens Sony Ericsson, die ebenso wie die Sony Kompaktkameras unter der Marke Cyber-shot angeboten werden. Zugegeben, drei Prozent sind bei einer geschätzten Sättigung des Handymarktes von etwa 107 Prozent und der damit in Deutschland vorhandenen Menge an fotofähigen Mobiltelefonen nicht allzu viel. Doch vielleicht sollte man die Zahl auf eine andere Weise

betrachten: Noch vor wenigen Jahren betrug auch die Anzahl der digitalen Bilder nur drei Prozent des Gesamtmarktes. Und heute?

### Zwölf Megapixel

Wie Fotokameras bringen auch Fotohandys von Generation zu Generation mehr Leistung und Funktionen. So werden sie, wenn sie schon nicht die Kompaktkamera ersetzen, doch



*Mit dem Idou hat Sony Ericsson für die zweite Jahreshälfte das erste Zwölf-Megapixel-Handy angekündigt.*

zumindest eine Alternative sein, mit der zusätzliche Bilder entstehen. Ihr großer Vorteil gegenüber der Kamera, für deren Mitnahme man sich bewusst entscheiden muss: Sie sind immer dabei, so wie Schlüssel und Geldbörse. Bereits im Markt befindliche Geräte erreichen derzeit Auflösungen über acht Megapixel, aber in der zweiten Jahreshälfte soll mit dem Sony Ericsson Idou bereits ein Modell mit Zwölf-Megapixel-Chip angeboten werden.

Hinzu kommen vielfältige Softwarefunktionen, von denen etliche mit denen in Fotokameras identisch sind, plus vieler von den Geräteherstellern selbst entwickelter Anwendungen, die sowohl das Bearbeiten als auch das Speichern und Teilen der Fotos vereinfachen. Unterstützt werden Bilderergebnisse aus Fotohandys schließlich auch noch von integrierten Blitzgeräten und immer besseren



Optiken. So haben Autofokus und digitale Zoomfunktion inzwischen längst auch bei den Mobiltelefonen Einzug gehalten. Und renommierte Objektivbauer wie Schneider Kreuznach oder Zeiss gehören bereits seit Jahren zu den Partnern der Handyhersteller.

## Neue Geschäftsmodelle

Die technischen und technologischen Fortschritte lassen eine weitere starke Zunahme der Mobiltelefone als Bildaufnahmegeräte erwarten. Um das bereits vorhandene und vor allem das noch entstehende Potential der vielen Millionen Handyfotos, die ungenutzt auf Geräten oder Wechselspeicherkarten schlummern, zu wecken, arbeiten Gerätehersteller, Dienstleistungsanbieter und Softwareentwickler fieberhaft an Lösungen, von denen auch das Bildergeschäft profitiert.

Der erste Schritt zum Bildergeschäft wird dadurch vollzogen, dass der Versand von Handyfotos in Online-Galerien in der Regel extrem einfach und durch entsprechende Gerätesoft-

ware in wenigen Schritten durchzuführen ist. Immer wichtiger wird hier das Thema Geotagging, also die Ausstattung eines Fotos mit den geografischen Daten des Aufnahmeortes. Da immer mehr Fotohandys und Smartphones des oberen Preissegments GPS-fähig sind, Geodaten also automatisch ohne weiteres Zubehör empfangen und speichern können, wird die Bedeutung von Fotohandys im Bereich geogetaggtter Bilder stark zunehmen.

Wie aus der Kombination Mobile Imaging, Online-Fotocommunity und Geotagging ein Geschäftsmodell werden kann, hat Anfang April das in Braunschweig ansässige Geotagging-Unternehmen locr mit der Einführung des locr Reisefotobuchs demonstriert. Das neue Produkt integriert automatisch die Geodaten und erstellt digitale Landkarten und Hintergrundinformationen ohne zusätzliche Software oder umfassende technische Kenntnisse beim Anwender. Selbst ohne Geodaten können Reisefreunde ihren Bildern schnell und

## locr Software jetzt auch für iPhone und iPod Touch

locr und Houdah Software haben die neue Software locrUpload für iPhone und iPod Touch vorgestellt. Die Applikation erlaubt es, Fotos von unterwegs zur Geotagging Foto Community locr hochzuladen. Das kostenlose Programm kann vom Apple AppStore heruntergeladen werden. Mit der neuen Software schließt locr eine zuvor bestehende Lücke, denn die Clients für die Betriebssysteme Windows Mobile und Symbian S60, die weltweit am meisten für Mobiltelefone genutzt werden, sind bereits seit einiger Zeit erhältlich. Mit dem locrUpload für das Apple iPhone schafft das Braunschweiger Unternehmen die Integration des beliebten Mobiltelefons in die Geofotografie.

Erst kürzlich hatte locr begonnen, Leistungen und Produkte aus dem Bereich der Geofotografie im Apple Umfeld zu etablieren. So sind bereits Upload Clients für die verbreiteten Apple Bildverwaltungsprogramme iPhoto und Aperture erschienen, die von der locr Website heruntergeladen werden können. locrUpload ermöglicht iPhone und iPod Touch Nutzern, ihre Fotos mit der locr Community zu teilen. Das Programm nutzt das integrierte Ortungssystem, basierend auf GPS (nur iPhone 3G), WLAN Ortung oder Cell ID vom iPhone, um geogetaggte Fotos zu locr hochzuladen. Bereits existierende sowie neu aufgenommene Fotos können gleichermaßen verwendet werden. Den Fotos können Beschreibungen, Stichwörter oder weitere Einstellungen hinzugefügt werden, und auch das Hochladen zu existierenden locr Alben ist möglich.

use your  
inner eye\*



SLR Objektive



### \* Feuer fangen

Manchmal sind es die schwierigen Bedingungen, die Dich als Profi in Hochform bringen und Deinem Objektiv seine Reserven entlocken. Das lichtstarke Planar T\* 1,4/50 ZE holt alles aus dem Motiv heraus, sogar bei sehr ungünstigen Lichtverhältnissen. Auch ein unruhiges Umfeld lässt sich feinfühlig gestalten. Die entscheidenden Bilddetails setzt Du mit dem manuellen Fokus brandheiß in Szene. Störende Reflexe oder Geisterbilder musst Du nicht fürchten. Konzentrier Dich nur voll auf das Bild, das Du vor Augen hast.

[www.zeiss.de/inner-eye](http://www.zeiss.de/inner-eye)



We make it visible.



Wie sich die Themen Mobile Imaging, Geotagging und klassisches Fotoprodukt in einem ganz neuen Geschäftsmodell zusammenfassen lassen, demonstriert das Braunschweiger Unternehmen locr mit seinem neuen Produkt locr Reisefotobuch.

unkompliziert die Ortsangaben zuweisen. Damit ist der locr Fotobuch-Editor das erste webbasierte Tool zur dynamischen Erstellung eines Reise-fotobuchs. Inhalte werden automa-tisch aus verschiedenen professio-nell- und nutzergenerierten Quellen aggregiert und zu einem innovativen Reisefotoalbum kombiniert.

Fotos, Beschreibungen und atlanten-ähnliche Karten werden chronolo-gisch und nach Aufnahmeorten sor-tiert, um daraus ein eindrucksvolles Reisefotobuch zu erstellen. Aufnah-mepositionen von Fotos werden auf Landkarten markiert und auf Wunsch mit Hilfe der Ortsinformationen ent-sprechende Wikipedia-Artikel hinzu-gefügt. Passende Beschreibungen können mühelos per drag & drop ein-gefügt werden. Und falls beim Erstel-

## Mit der Software PixWay können Fotohändler Bildprodukte über das Handy anbieten

Wie auch der Fotohandel vom Geschäft mit Handybildern profitieren kann, zeigt die bereits in den USA zur Verfü-gung stehende Anwendung PixWay, eine Softwarelösung von NetFoto LLC aus Kansas City. Sie soll laut NetFoto-Pre-sident Jim Reinert die Schritte, die zum Drucken oder Teilen von Fotos erforderlich sind, deutlich verringern. Ein selbst-entwickelter Bildverarbeitungsalgorithmus sorgt zudem dafür, dass die Handyfotos in optimaler Qualität zu sehen sind. Mit Hilfe von PixWay können Fotohändler ihren Kunden ihr komplettes Bildsortiment auch über das Handy anbieten, von Standardprints und Postern über Karten und Fotobücher bis zu Foto-Funartikeln. „Gleichzeitig bekommt der Händler die Mög-lichkeit, per PixWay Textnach-richten an seine Kunden zu verschicken, beispielsweise um auf die nächste Rabattaktion aufmerksam zu machen“, erläuterte Reinert. Mit der Möglichkeit, mobile Werbung zu betreiben, gebe PixWay dem Handel die Chance, sei-ne Zielgruppe in einer neuen und modernen Art zu errei-chen. PixWay schickt zudem Bestätigungsnachrichten an den Konsumenten, wenn dessen Bilder im System einge-troffen sind und wenn der Auftrag bearbeitet worden ist. PixWay bietet den Endkunden drei Möglichkeiten, etwas

mit ihren Bildern anzufangen: Drucken, Speichern oder Teil-en. Jede Variante lässt sich innerhalb weniger Sekunden ausführen. So muss der Nutzer beispielsweise lediglich auf den Menüpunkt „Drucken“ navigieren, um eine Auswahl der möglichen Produkte zu erhalten. Hat er sich für eines davon entschieden, klickt er auf „Absenden“, schon ist der Auftrag unterwegs an einen Foto-Dienstleister – das kann



jeder Minilabbetreiber ebenso sein wie ein Fach- oder Groß-labor. Wählt der Kunde „Spei-chern“, wird das Foto automatisch zu einem Online-Album geschickt, das der Kunde vorab angelegt hat – und von dem aus ebenfalls Fotoprodukte bestellt werden können. Entscheidet sich der Nut-zer für die Option „Teilen“, dann wird das Foto zu einem sozialen

Netzwerk geschickt, das der Konsument zuvor für die Ver-öffentlichung seiner Bilder ausgewählt hat.

Händler können die Software über ihre Internetseite oder einen Kiosk im Laden zum Download anbieten. Dabei stellt das Programm sicher, dass alle Fotoaufträge, die darüber bestellt werden, dem Händler zugute kommen. PixWay arbeitet derzeit mit allen Handys zusammen, die ein Sym-bian (z. B. Nokia) oder RIM (Blackberry) Betriebssystem nutzen oder Java-fähig sind.

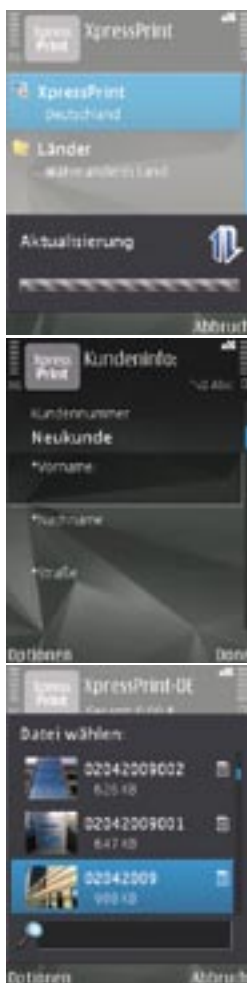




Bei Nokia findet sich die Softwarelösung XpressPrint, mit der Nutzer eines kompatiblen Nokia Mobiltelefons direkt die unterschiedlichsten Fotoartikel bestellen können.

Wenn des Fotobuchs Bilder fehlen, können diese bequem aus den bestehenden Fotos der locr Community gesucht und eingefügt werden.

### Foto-Bestellsoftware für das Handy



Bei Nokia heißt die Lösung für das Bestellen von Fotoprodukten per Handy XpressPrint. Die Software erlaubt es dem Nutzer, direkt aus dem Gerät heraus Abzüge oder Fotoprodukte zu bestellen und diese per Post nach Hause oder zu jedem anderen Ort schicken zu lassen. Um Nokia XpressPrint verwenden zu können, muss das Programm auf einem Nokia Nseries Gerät oder einem anderen kompatiblen Nokia Mobiltelefon installiert sein. Sofern es nicht bereits mit dem Gerät ausgeliefert wird, steht es online bei Nokia zum Download bereit. Nokia Xpress Print bietet auch einen umfassenden Online-Service an, über den ebenfalls hochwertige Prints oder Artikel und Geschenkideen mit Fotoaufdruck bestellt werden können.

Nokia XpressPrint ermöglicht die Fotobestellung direkt vom kompatiblen Nokia Handy aus.



## Jubiläums-Deko-Aktion

**Deko-Zuschuss 125 € für 5 Bilora- Neuheiten in Ihrem Schaufenster**



**Plus Deko-Poster kostenlos**



Sichern Sie sich Ihr Deko-Paket!  
Nähere Einzelheiten:  
Email: [info@bilora.de](mailto:info@bilora.de)  
Tel.: 02195 - 677032,  
Fax: 02195 - 677038  
oder bei Ihrem zuständigen Bilora-Außendienst.

Diese Aktion ist gültig vom 01.05. bis zum 31.08.2009.  
Nur solange Vorrat reicht.



# Nikon D5000 für ambitionierte Einsteiger

## Die zweite mit HD-Video



Mit der Nikon D5000 stellt das Unternehmen nach der D90 die zweite DSLR-Kamera mit HD-Video-Funktion vor. Die D5000 ist derzeit zwischen der D60, die voraussichtlich im Laufe des Jahres auslaufen wird, und der D90 positioniert. Genau wie ihre große Schwester zeichnet auch die neue DSLR Filmszenen in HD-Auflösung (720p) auf.

Die HD-Videofunktion (D-Movie) arbeitet nach dem gleichen Prinzip wie in der D90. Die Aktivierung erfolgt im LiveView-Modus durch Druck auf die OK-Taste rechts vom LCD. Ein erneuter Druck auf diese Taste beendet die Filmsequenz. Bei einem Druck auf den Auslöser schaltet die Kamera automatisch in den Foto-Modus zurück

und die Videoaufzeichnung wird beendet. Beim Videofilmen erfolgt die Scharfeinstellung manuell und ermöglicht einen kreativen Einsatz der Schärfentiefe bzw. die Verlagerung der Schärfe in den Hinter- oder Vordergrund. In Verbindung mit dem reichhaltigen Objektiv-Angebot sind Videos in völlig neuen Dimensionen

möglich. D-Movie bietet eine Auflösung von 1.290 x 720 Pixeln; Aufnahmen in Motion JPEG mit geringerer Auflösung sind ebenfalls möglich.

### Flexibles Display

Zu den herausragenden Kamera-merkmalen gehört zweifelsfrei das vielseitig verschwenkbare 2,7-Zoll-Display, das unten am Gehäuse befestigt ist. Die Anordnung des Displays ermöglicht die sehr kompakte Bauweise der D5000 und trägt dazu bei, dass die Bedientasten in der gewohnten Anordnung neben dem LCD bei allen Displaypositionen gut zu erreichen sind. Der Monitor lässt



Das LCD kann vom Anwender mit verschiedenen Hintergrundfarben und unterschiedlichen Darstellungen individuell angepasst werden. Auch der Live-View-Modus kann mit oder ohne Aufnahme-Informationen bzw. mit oder ohne Hilfslinien angezeigt werden.



Das 2,7-Zoll-Display lässt sich für die unterschiedlichsten Aufnahme-Positionen im Hoch- und Querformat vertikal um 180° und horizontal um 270° schwenken und zum Schutz beim Transport komplett verschließen.

sich vertikal um 270° schwenken und horizontal um 180° neigen. Damit sind Aufnahmen aus den ungewöhnlichsten Kameraperspektiven möglich – sowohl im Quer- als auch im Hochformat. Für Selbstporträts kann der Monitor unterhalb der Kamera in Aufnahmerichtung gedreht werden. Zum Schutz – zum Beispiel beim Transport – lässt sich der Monitor mit der empfindlichen Displayseite zur Kamerarückseite drehen und komplett verschließen.

### Exzellente Ausstattung

Auch die sonstige Ausstattung der Nikon D5000 lässt kaum einen Wunsch offen. Der 12,3-Megapixel-CMOS-DX-Sensor und der Expeed-Bildprozessor versprechen eine hohe Bildqualität und schnelle Signalverarbeitung. So sind zum einen Serienaufnahmen mit bis zu vier Bildern/Sekunde möglich, zum anderen lässt



sich auch der große Empfindlichkeitsbereich von ISO 200 bis ISO 3.200 (erweiterbar auf ISO 100 bzw. ISO 6.400) problemlos nutzen. Zur Bildoptimierung respektive -nachbearbeitung stehen 16 Menüpunkte mit über 80 Einstellmöglichkeiten (Korrektur stürzender Linien, Verzeichnungskorrektur, Kontrastoptimierung etc.) zur Verfügung. Des weiteren verfügt die Kamera über eine Sensorreinigung mit AirFlow-Controlsystem und einen Mini-HDMI-Ausgang. Die Markteinführung ist für Mai geplant.

### AF-S DX Nikkor 10-24 mm/3,5-4,5 G ED

#### Ausstattung

- Brennweite bei KB: ca. 15–36 mm
- Elemente/Gruppen: 14/9
- 2 ED-Gläser
- 3 asphärische Linsen
- Blendenlamellen: 7
- Kleinste Blende: 22–29
- Bildwinkel: 109°–61°
- Nahgrenze: 24 cm bei AF
- Nahgrenze: 22 cm bei MF
- Abbildungsmaßstab: 1:5 (0,2 x)
- Filtergröße: 77 mm
- Maße (LxØ): 82,5 x 87,0 mm
- Gewicht: 460 Gramm
- AF mit Silent-Wave-Motor

### Technische Daten Nikon D5000

|                          |                                                                                                            |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Bildsensor:</b>       | 23,6 x 15,8 mm CMOS (APS-C-Format / DX-Sensor)                                                             |
| <b>Auflösung:</b>        | 4.288 x 2.748 Pixel maximal / 12,3 Mio.                                                                    |
| <b>Empfindlichkeit:</b>  | ISO 200 bis 3.200, erweiterbar auf ISO 100 (Lo1) bzw. ISO 6.400 (Hi1)                                      |
| <b>Dateiformate:</b>     | NEF (RAW) / JPEG / NEF + JPEG                                                                              |
| <b>AF-System:</b>        | 11 AF-Felder mit 3D-Tracking und Messfeldwahl<br>(4 AF-Betriebsarten inkl. Gesichtserkennung bei LiveView) |
| <b>Verschlusszeiten:</b> | 30 s bis 1/4.000 s und B / Synchronzeit: 1/200 s                                                           |
| <b>Serienaufnahmen:</b>  | bis zu 4 Bilder/Sekunde                                                                                    |
| <b>Monitor:</b>          | 2,7 Zoll (230.000 Pixel) TFT-LCD / 100 % Bildabdeckung                                                     |
| <b>Speichermedien:</b>   | SD-/SDHC-Karten                                                                                            |
| <b>Akkutyp:</b>          | Lithium-Ionen-Akku EN-EL9a                                                                                 |
| <b>Maße / Gewicht:</b>   | ca. 127 x 104 x 80 mm (BxHxT) / ca. 560 Gramm (nur Gehäuse)                                                |



UVP: 959,- Euro  
Lieferbar voraussichtlich ab Mai 2009

Der „Boss“, wie Nikon die 24,5 Megapixel Vollformat-Kamera D3X selbstbewusst nennt, veranlasste vom Start weg selbst kritische Profis zu begeisterten Kommentaren: Denn im Zusammenspiel mit dem Nikon EXPEED-Bildverarbeitungsprozessor erzeugt der Bolide 50 MB große NEF (RAW)-Dateien mit einer Farbtiefe von 14 Bit, die mit der Nikon Software NX2 in 16 Bit RGB TIFF-Dateien von 140 MB konvertiert werden können. Das ist Mittelformat-Niveau – und zwar nicht nur durch die Dateigröße, sondern auch durch den enormen Tonwert-Reichtum und die außerordentlich differenzierte Detailwiedergabe in den Fotos. „Die D3X verschafft mir die Flexibilität einer digitalen Spiegelreflexkamera mit Vollformat-Sensor und eröffnet damit Kollegen in meiner fotografischen Sparte völlig neue Möglichkeiten“, schwärmt der japanische Stilleben-Fotograf Kenji Aoki. „Werbe- und Produktfotografen können nun auf ein Stativ verzichten, die ideale Perspektive suchen und aus freier Hand fotografieren. Dies kann stundenlange Vorbereitungen ersparen, da Stativ für Mittelformat-Kameras und deren Zubehör sperrig sind und zahlreiche, langwierige Einstellungen erfordern.“ Das bestätigt auch der deutsche Modelfotograf Frank P. Wartenberg. „Der schnelle Autofokus und die unglaubliche Bildrate (bis zu fünf Bilder/s im FX-Format, d. Red.) gaben mir die Chance, den perfekten Moment auf eine Art einzufangen, die mit einer Mittelformat-Kamera nicht möglich gewesen wäre.“ Dabei weiß Wartenberg auch die robusten Outdoor-Eigenschaften der Nikon D3X zu schätzen: „Selbst beim Fotografieren während eines Regenschauers war der Autofokus immer scharf und präzise, und die Bewe-

# Warum immer mehr Profis

## Der „Boss“ und



Sieben attraktive  
Modelle: das aktuelle  
Nikon DSLR-Sortiment

Die gelbe Revolution in der Profifotografie begann im August 2007: Die erste Vollformat-DSLR von Nikon, die ultraschnelle D3, löste mit ihrem besonders lichtstarken und rauscharmen 12,1 Megapixel CMOS-Sensor unter den Reportage- und Sportfotografen eine Völkerwanderung ins gelbe System aus. Nach der Vorstellung des neuen Nikon-Flaggschiffs D3X im Dezember 2008 deuten jetzt alle Zeichen darauf hin,



# is „Nikonianer“ werden seine Freunde



NEU

dass auch immer mehr Studio- und Werbefotografen zu Nikonianern werden.

Die Aufbruchstimmung hat auch auf das Lager der ambitionierten Amateure und Einsteiger übergreifen: Mit einem gelungenen Technologie- und Image-Transfer positionierte Nikon attraktive Modelle in populären Preisklassen und macht dem Fotohandel das Argumentieren leicht.

gungsfreiheit machte die Handhabung deutlich einfacher als bei einer Mittelformat-Kamera. Bei jedem Wetter – unter heißer Sonne, bei starkem Wind oder selbst bei heftigem Regen – die Nikon D3X funktionierte!“ Der auf Werbeaufnahmen für die Automobil-industrie spezialisierte Brite Tim Andrew schätzt zudem die Flexibilität des Nikon Systems: „Nun habe ich Zugriff auf meine riesige Auswahl von Nikkor Objektiven – einschließlich vieler Zoom- und VR-Objektive – mit Brennweiten, die es für das Mittelformat nicht gibt. Außerdem kann ich alle meine Blitzgeräte und weiteres Zubehör von Nikon verwenden.“

## Profitechnik für Amateure

Bereits der superschnellen D3 stellte Nikon mit der D300 ein rasantes Amateur-Modell im DX-Format an die Seite. Ein Jahr später konnten anspruchsvolle Hobbyfotografen und Semiprofis mit der Nikon D700 auf Profitechnik im Vollformat zurückgreifen. Und zur photokina 2008 zeigte sich die gelbe Spiegelreflex-Marke erneut innovativ und brachte mit der Nikon D90 die erste DSLR mit HD-Moviefunktion auf den Markt. Dieses Feature zeichnet auch die neue D5000 für ambitionierte Einsteiger aus (siehe S. 18 f. dieser Ausgabe), deren innovatives 2,7"-Display zudem im Hoch- und Querformat, vertikal und horizontal schwenkbar ist und ganz ungewöhnliche Perspektiven für Fotos und bewegte Bilder ermöglicht. Kein Wunder, dass die Verantwortlichen bei Nikon im Jahr 2009 trotz der Wirtschaftskrise Marktanteile im wachstumssträchtigen DSLR-Segment gewinnen wollen. ►

# „Nachfrage, die der Fotohandel

**imaging+foto-contact hat mit Markus Hillebrand, Manager Communications/PR der Nikon GmbH, über die gelbe Wachstumsstrategie gesprochen.**

**imaging+foto-contact:**

*Nikon hat nach eigener Aussage seit Einführung der D3 im Profi-Segment deutliche Marktanteile gewonnen. Lässt sich dieser Erfolg in Zahlen ausdrücken?*

**Markus Hillebrand:** Die Nikon D3 war tatsächlich seit dem ersten Tag ihrer Einführung eine einzige Erfolgsgeschichte für uns und unsere Handelspartner. Wir haben mit diesem Modell nicht nur unseren Marktanteil bei den professionellen Sportfotografen weltweit signifikant erhöht, sondern auch die Führungsposition in dieser Klasse zurückerobert. Bereits bei den Olympischen Spielen in Beijing konnten sich Beobachter durch die große Zahl der Nikon Kameras und Objektive in den Sportstätten davon überzeugen. Allein in Deutschland und einigen angrenzenden europäischen Ländern sind im Jahr 2008 1.200 Fotografen ins Nikon System eingestiegen oder zu diesem zurückgekehrt. Dazu kommen namhafte Presseagenturen, in Deutschland zum Beispiel ddp.

**imaging+foto-contact:** Was ist das Geheimnis hinter diesem Erfolg?

**Markus Hillebrand:** Dahinter steckt vor allem harte Arbeit, bei



*Markus Hillebrand: „Wir erzeugen in allen Marktsegmenten genau die Nachfrage, die der Fotohandel im Jahr 2009 braucht.“*

der sich der intensive Kontakt zu unseren Kunden ausgezahlt hat: Für die Entwicklung dieser Kamera haben wir mit ungezählten Profis gesprochen, Zigtausende von Bildern analysiert und daraus, wie die Reaktion des Marktes beweist, die richtigen Schlüsse gezogen. Dabei ist es uns gelungen, die entscheidenden Anforderungen der Zielgruppe – Schnelligkeit, Robustheit, Zuverlässigkeit und natürlich überragende Bildqualität – mit unseren Technologien punktgenau umzusetzen.

**imaging+foto-contact:** Welche Technologien waren dabei entscheidend?

**Markus Hillebrand:** Entscheidend war vor allem das Zusammenspiel anspruchsvoller Technologien, in denen die ganze Kompetenz unserer Forschung und Entwicklung steckt. Das fängt mit dem CMOS-Bildsensor an, der nicht nur extrem

rauscharm ist, sondern auch einen gerade für die Reportage-Fotografie besonders wichtigen, großen Empfindlichkeitsbereich von ISO 200 bis 6.400 unterstützt. Unser Bildverarbeitungssystem EXPEED mit 14 Bit AD-Wandler und 16 Bit Bildverarbeitung sorgt dafür, dass die Bilddaten schnell genug verarbeitet werden können, um mit der D3 Serien von bis zu neun Vollformatbildern/s zu ermöglichen. Und dank des Autofokus-Moduls MultiCam 3500 FX mit 51 Messfeldern sind die Bilder auch bei schnell bewegten Motiven und schlechten Lichtverhältnissen scharf; die Schärfenachführung wird von unserer Motiverkennung unterstützt. Zudem können sich Profis auf dem 3" großen LCD-Monitor mit 920.000 Bildpunkten und 100% Bildausschnitt direkt von der Qualität ihrer Fotos überzeugen. Viele dieser Ausstattungsmerkmale haben wir auch in die Nikon D3X integriert und mit einer Auflösung von 24,5 Megapixeln im Vollformat neue Dimensionen der Werbe- und Studiofotografie eröffnet.

**imaging+foto-contact:** Sie erwarten also auch von diesem Modell eine ähnlich durchschlagende Wirkung wie bei der D3?

**Markus Hillebrand:** Die Wirkung tritt bereits ein, und das haben wir erwartet. Studiofotografen hatten bislang die Wahl zwischen kompromissloser Bildqualität im Mittelformat oder der Flexibilität und Schnelligkeit eines Spiegelreflex-Systems. Mit der D3X können sie beides zusammen bekommen. Und genau das haben viele Profis aus diesem Bereich bereits erkannt, wie die starke Nachfrage nach dieser Kamera zeigt.

# braucht"

**imaging+foto-contact:** Sie können sich also im „Krisenjahr“ 2009 entspannt zurücklehnen?

**Markus Hillebrand:** Das wäre eine verlockende Idee, aber wir werden nicht einmal ansatzweise testen, ob sie funktionieren könnte. Im Gegenteil: Wir planen zahlreiche Aktivitäten, um noch mehr Profis von der Qualität der D3X zu überzeugen und damit natürlich auch unsere Handelspartner beim Abverkauf zu unterstützen. Dazu gehört eine Profi-Tour mit lokalen Events und natürlich die Nikon Solutions Expo 2009 am 15. und 16. Mai in Köln, auf der unter dem diesjährigen Motto „Unlimited Creativity“ natürlich die D3X in besonderer Weise im Mittelpunkt stehen wird.

**imaging+foto-contact:** Wie wirkt sich der Erfolg Ihrer Profi-Flaggschiffe auf das übrige DSLR-Sortiment aus?

**Markus Hillebrand:** Unser Erfolg im Profimarkt hat die Marke Nikon weiter gestärkt und damit auch sehr positive Auswirkungen auf das Geschäft mit Amateur-Modellen gezeigt. Das ist natürlich auch unserer Strategie zu verdanken, die im Profi-Segment bewährten Technologien Schritt für Schritt immer mehr ambitionierten Amateuren und auch Einsteigern zugänglich zu machen und damit das Qualitätsniveau der digitalen Spiegelreflex-Fotografie insgesamt auf eine höhere Stufe zu heben.

**imaging+foto-contact:** Zählt dazu auch die Einführung der HD-Video-Funktionalität im Spiegelreflex-Kamerabau?

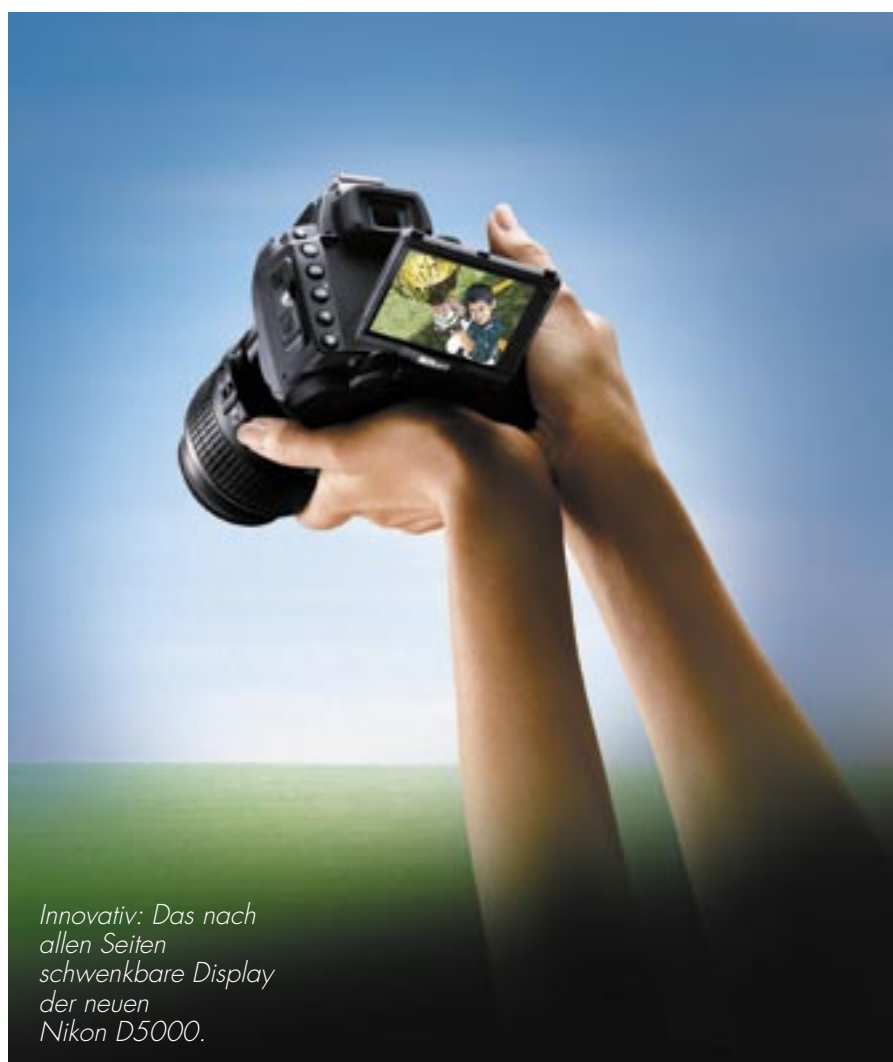
**Markus Hillebrand:** Selbstverständlich. Denn in der digitalen

Welt verschwimmen die Grenzen zwischen bewegten Bildern und Fotos. Das ist ja auch einer der Gründe, warum wir die diesjährige Nikon Solutions Expo unter das Motto „Unlimited Creativity“ gestellt haben. Bereits mit der ersten Spiegelreflex mit HD-Videofunktion, der D90, haben wir auch neue Zielgruppen erschlossen. Immer mehr Anwender schätzen nicht nur die anspruchsvolle Foto-Ausstattung dieser Kamera, sondern auch die spannenden Perspektiven, die durch die große Vielfalt des Nikon Objektiv-Systems mit zahlreichen Brennweiten auch für Videoaufnahmen möglich werden und die viele so nicht darstellen können.

**imaging+foto-contact:** Vermissen die Kunden bei der Aufnahme

von HD-Videos nicht die Autofokus-Funktion?

**Markus Hillebrand:** Wer mit einer digitalen Spiegelreflexkamera der oberen Preisklasse Videofilme dreht, will damit nicht sein Fotohandy ersetzen, sondern die kreativen Möglichkeiten einer Systemkamera auch für bewegte Bilder nutzen. Dabei kommt es vor allem auf eine Qualität an, die dieser Kameraklasse gerecht wird. Genau das bieten wir mit der Nikon D90 und jetzt auch mit der D5000. Natürlich werden sich mit steigender Popularität dieses Features auch Amateure für das Videofilmen mit Spiegelreflexkameras interessieren, die Wert auf eine Autofokus-Funktion legen. Sie können Nikon zutrauen, dass wir auch den Wün-



Innovativ: Das nach allen Seiten schwenkbare Display der neuen Nikon D5000.





Bei großen Sportereignissen wie den Olympischen Spielen sind immer mehr Objektive im typischen Nikon-Schwarz zu sehen. (Foto: Michael Kappeler)

schen dieser Zielgruppe gerecht werden, wenn die Zeit dafür reif ist. Denn wir hören bekanntlich auf unsere Kunden.

**imaging+foto-contact:** Der Fotohandel kann also von Nikon weitere Impulse für den Kamera-Markt erwarten?

**Markus Hillebrand:** Nikon wird mit Sicherheit das Spiegelreflex-Segment, das sich ja ungebrochenen Wachstums erfreut, weiter vorantreiben und mit neuen Technologien auch neue Zielgruppen erschließen.

Auch im Kompaktkamera-Segment werden wir mit unseren Coolpix Kameras weitere Akzente setzen und die Nachfrage mit innovativen Features und einer gezielten Kundenansprache steigern. Deshalb ergänzen wir das Profi-Image unserer Marke durch eine „junge“ Kampagne für die Coolpix Kompaktkameras, um vor allem junge Konsumenten und auch Konsumentinnen für Nikon zu begeistern. Zur Zeit suchen wir in einem bundesweiten Casting in

Zusammenarbeit mit der Modekette New Yorker das neue Topmodell für die Coolpix Kampagne des kommenden Sommers. Die überwältigende Zahl der Bewerbungen zeigt uns, dass wir damit den Nerv der jungen Generation getroffen haben. In diesen Tagen finden in zahlreichen Shops von New Yorker die Casting-Shootings statt, aus denen wir dann nach dem Abschluss am 2. Mai das Topmodell für den Sommer auswählen werden. Diese Aktion hat nicht nur viele junge Menschen für Coolpix und die Digitalfotografie begeistert, sondern auch in zahlreichen Lifestyle-Medien wie Jolie.de oder Glamour.de eine breite Resonanz gefunden, deren Medienwirkung wir durch die Kampagne noch weiter verstärken werden. Damit erzeugen wir in allen Marktsegmenten genau die Nachfrage, die der Fotohandel im Jahr 2009 braucht.

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

# Die Welt der Nikon Solutions Expo 2009

Nach dem großen Erfolg der ersten Nikon Solutions Expo Ende 2007 mit fast 6.000 Besuchern und über 40 Partnern findet in diesem Jahr vom 15.–16. Mai in Köln die zweite Auflage des Nikon Top Events statt. Unter dem diesjährigen Motto „Unlimited Creativity“ präsentiert Nikon umfassende Lösungen für die professionelle Fotografie und deren Einbindung in den digitalen Workflow. Zielgruppe sind Profi- und Hobbyfotografen, Fotoenthusiasten, Kreative sowie Fachhändler und B-to-B-Kunden.

Gemeinsam mit zahlreichen namhaften Partnern aus den Bereichen Studio, Bildbearbeitung, DTP, Druckvorstufe und Print werden alle Facetten des digitalen Workflows beleuchtet und – dem Motto entsprechend – kreative Lösungen im Zusammenspiel mit Nikon-Kameras und -Software präsentiert. Dazu werden führende Hersteller wie z. B. Adobe, Apple,

# professionellen Fotografie in Köln

## solutions 2009



Auf der ersten Nikon Solutions Expo drängten sich fast 6.000 Besucher in der Kölner Veranstaltungshalle EXPO XXI, in der auch der diesjährige Event stattfinden wird.



Epson, Hewlett-Packard, Hensel Studiotechnik, Nik Software, Profoto und Wacom in Köln vertreten sein.

Neben den Produktpräsentationen haben die Organisatoren wieder ein breites Programm zusammengestellt, von dem die Besucher sowohl interessante Informationen als auch anspruchsvolle Unterhaltung erwarten können. Hochkarätige Referenten (z. B. Joe McNally, Robin Preston, Mayk Azzato, Michael Martin, Gero Breloer, Ralf Obermann, Jens Brügge-



mann) aus den Bereichen „Fotografie“ und „digitale Bildbearbeitung“ werden bei Live-Foto-Shootings, in Profi-Seminaren, Workshops und Vorträgen wertvolle Tips und Tricks aus der Praxis verraten. Zu den Highlights der Nikon Solutions Expo werden zudem Ausstellungen aus unterschiedlichsten Themenbereichen ge-

D700) unter professionellen Bedingungen zu testen.

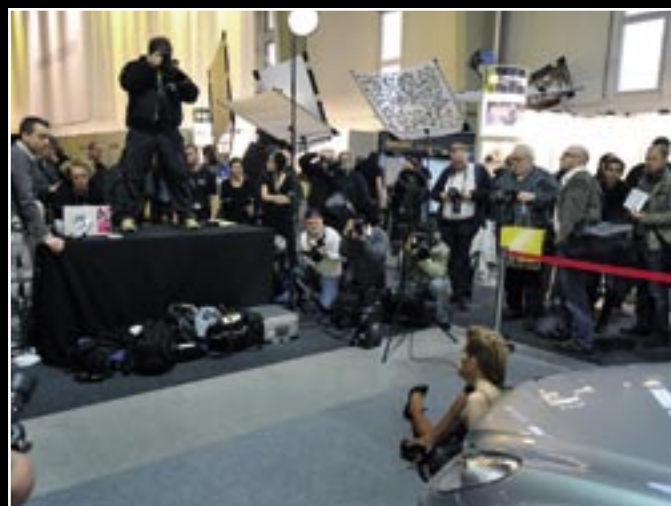
Nach Angaben des Veranstalters gilt die Nikon Solutions Expo erneut als weltweit größter Event für die professionelle Fotografie. Die einzigartige Mischung aus Produktpräsentationen, Workshops, Vorträgen und Fotoausstellungen, die durch Entertainment und Showanteile rund um das Thema Fotografie ergänzt wird, soll erneut Maßstäbe setzen.

Weitere Informationen über die Nikon Solutions Expo 2009 gibt es unter [www.nikon-solutions.de](http://www.nikon-solutions.de). Die Online-Registrierung ist bis zum 12.5.09, 17.00 Uhr, kostenlos möglich.

Auf der Veranstaltung selbst sind Tickets an der Tageskasse zum Preis von 25,- Euro erhältlich.

hören; dabei werden erstklassige Beispiele aus der Porträt-, Natur- oder Modefotografie gezeigt; zudem wird die Nikon Galerie die Werke internationaler Top-Fotografen ins Blickfeld der Besucher rücken.

Ein Catwalk mit internationalen Models bietet zudem eine attraktive Kulisse, um die Familie der Nikon Profi-DSLRs (D3X, D3 und



# Der **Jetzt vormerken:** Termin für Wach

21. bis 22. Oktober 2009, Kongresszent

## Ein Top-Event – zwei Konferenzen

### Der digitale Bildermarkt im Fokus intern



Photo Imaging News®

**INTERNATIONAL CONTACT und Photo Imaging News präsentieren:**

## 2. International Business Forum Cologne

# „Memories are more...”

Erfahren Sie aus erster Hand, wie internationale Spitzenmanager die Zukunft der Vermarktung digitaler Bildtechnologien sehen und erleben Sie die Präsentation neuer Geschäftsmodelle.

Noch nie wurde so viel fotografiert wie heute, und noch nie wurde so intensiv mit Bildern kommuniziert: Die wachsenden Möglichkeiten des Internets, mobile Technologien und die Konvergenz von Digital Imaging und Unterhaltungselektronik haben den Begriff „Erinnerungen“, der seit jeher fest mit der Fotografie verbunden ist, neu definiert. Aus der Kombination von Fotos und bewegten Bildern, Musik, Tonaufnahmen und anderen digitalen Inhalten entstehen neue Formen der

Unterhaltung und der Kommunikation, und damit neue Dienstleistungen und Geschäftsmodelle: „Memories are more...” – Erinnerungen sind mehr!

Die Veranstalter INTERNATIONAL CONTACT (das globale Imaging-Magazin aus dem C.A.T.-Verlag) und Photo Imaging News (der globale Informationsdienst aus Naples, Florida, USA) bringen internationale Persönlichkeiten aus der Foto- und Imagingbranche, dem Dienstleistungsbereich und dem Digitaldruck nach Köln. Assoziierte Partner der Konferenz sind die weltweite Leitmesse für Bildtechnologien, photokina, und das Marktforschungsunternehmen GfK.

**Gold Sponsoren:**



**Assoziierte Partner:**





# Forum im Bildergeschäft

## Forum Nord der Koelnmesse

### Internationaler Experten



**GfK präsentiert:**

**GfK Imaging Executive  
Konferenz**

**„Consumers,  
Convergence,  
Communication“**

Parallel zum Internationalen Business Forum „Memories are more...“ präsentiert das Marktforschungsunternehmen GfK die neuesten Ergebnisse seiner umfassenden Marktforschungsprojekte bei Konsumenten und im Einzelhandel. Erfahren Sie direkt von den GfK-Experten, wie die Konsumenten mit digitalen Bildern kommunizieren und vom PC oder mobilen Geräten über das Internet Dienstleistungen bestellen.

**Wir informieren  
Sie gerne:**

Für ein detailliertes Programm und Informationen über die Teilnahmebedingungen senden Sie bitte eine E-Mail an

**[b.klomps@cat-verlag.de](mailto:b.klomps@cat-verlag.de)**

Für Informationen über die Teilnahme als Sponsor oder Aussteller senden Sie bitte eine E-Mail an

**[thb@cat-verlag.de](mailto:thb@cat-verlag.de)**

Oder senden Sie ein Fax an den C.A.T.-Verlag  
Blömer GmbH,

**0 21 02 - 20 27 90**

Ab 1. Juni 2009 sind weitere Informationen auf der aktuellen Internetseite

**[www.worldofphoto.com](http://www.worldofphoto.com)**  
verfügbar.

**Ein günstiges Flex-Ticket, das den Wechsel zwischen beiden Konferenzen ermöglicht, wird angeboten.**

Konferenzsprache: englisch

# Neue Inhalte sollen CeWe Fotobuch erweitern

# Mehr Seiten



*Zusätzliche Inhalte aus dem Internet machen das CeWe Fotobuch nicht nur umfangreicher, sondern verstärken auch den professionellen Eindruck des Layouts.*

Bereits seit längerer Zeit bietet CeWe Color professionell aufbereitete redaktionelle Inhalte für die Gestaltung des CeWe Fotobuchs an, zum Beispiel Chroniken von bestimmten Jahren oder Fotos und redaktionelle Informationen zu populären Reisezielen. Mit der an geografischen Daten orientierten Einbindung öffentlicher Bilder von der Internet-Community [www.locr.de](http://www.locr.de) und Texten von

Verantwortlichen dabei vom Trend zum Geotagging, der Kombination von Bildern mit den geografischen Daten ihres Aufnahmeortes. Mit wenigen Mausklicks können die Kunden öffentlich zugängliche Bilder der auf Geotagging spezialisierten Foto-Community [locr.de](http://locr.de) und Textbausteine aus der Internet-Enzyklopädie Wikipedia für ihr CeWe Fotobuch nutzen.

Wikipedia geht Europas führender Fotodienstleister noch einen Schritt weiter: Denn diese Inhalte passen punktgenau zum jeweiligen Aufnahmeort. Nach Ansicht von Dr. Reiner Fageth, Vorstandsmitglied für

Mit neuen Inhalten, die über das Internet zugänglich sind und ohne Lizenzgebühren mit eigenen Fotos kombiniert werden können, erweitert CeWe Color die Gestaltungsmöglichkeiten für das CeWe Fotobuch. Besonders viel versprechen sich die

Technik, Forschung und Entwicklung bei CeWe Color, hat dies Vorteile für alle Beteiligten: „Geotagging, also die Einbindung geografischer Daten in Bilddateien, wird immer beliebter. Mit unserer neuen Bestellsoftware

## Reisefotobuch von locr

Die auf Geotagging spezialisierte Foto-Community [www.locr.de](http://www.locr.de) bietet jetzt in Zusammenarbeit mit CeWe Color Reisefotobücher an, die automatisch Geodaten der Fotos nutzen, um diese mit digitalen Landkarten und Hintergrundinformationen aus der Internet-Enzyklopädie Wikipedia zu verknüpfen. Die Browser-basierte Lösung erfordert keine Installation von zusätzlicher Software und kann sowohl auf Windows PCs als auch auf Mac Computern genutzt werden.

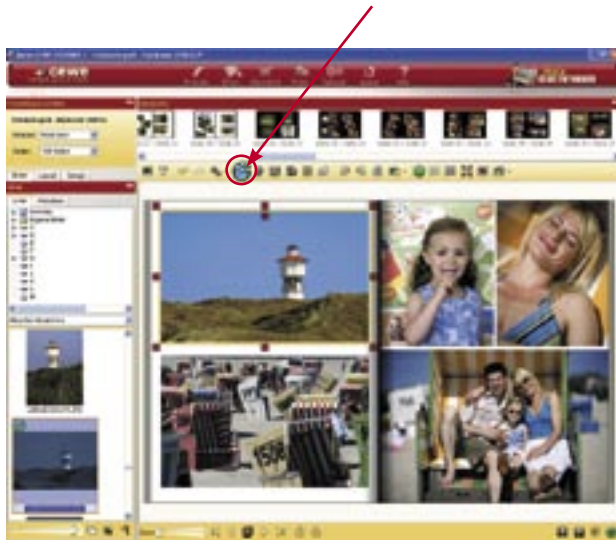
Zur Erstellung des locr Reisefotobuchs werden Fotos, Beschreibungen und atlantenähnliche Karten chronologisch und nach Aufnahme-Orten sortiert. Dabei können die Aufnahme-Positionen der Bilder auf den Landkarten markiert werden; das Einfügen passender Ortsinformationen aus Wikipedia-Artikeln erfolgt mühelos nach dem Drag&Drop Prinzip. Zudem können die Nutzer zusätzliche Fotos aus den öffentlichen Beständen der locr Community auf



Landkarten und Textbausteine aus Wikipedia können nach dem „Drag and Drop“-Prinzip einfach in das locr Reisefotobuch eingefügt werden.

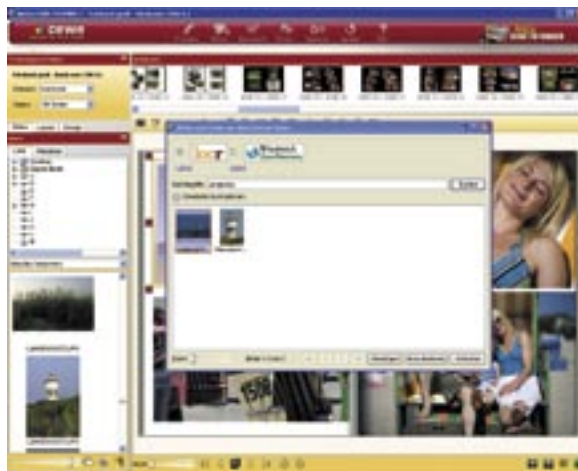
der Basis der Geodaten suchen und einfügen.

Am Beginn des Bestellprozesses wird der Nutzer nach einer thematischen



Mit einem Klick auf den Globus (Pfeil) können Inhalte aus dem Internet, z. B. von der Community locr.de oder der Enzyklopädie Wikipedia, aufgerufen und anschließend in das CeWe Fotobuch integriert werden.

nutzen wir diesen Trend, um den Kunden die Möglichkeit zu geben, ihre eigenen Aufnahmen mit Fotos aus Internet-Communities und Texten zu ergänzen, die genau zum Motiv passen. Die Auswertung unserer Produktionsdaten zeigt, dass immer mehr Konsumenten solche Angebote zu schätzen wissen: Elf Prozent der Anwender unserer Bestellsoftware HPS 4.5 haben bereits die Möglichkeit, ihr CeWe Fotobuch mit Inhalten aus dem Internet zu ergänzen, getestet oder



genutzt.“ Für den Fotohandel und natürlich auch CeWe Color bedeutet das neue Angebot nicht nur eine

höhere Wertschöpfung, weil die CeWe Fotobücher durch die zusätzlichen Inhalte umfangreicher werden. „Gerade Foto-Communities wie locr können auch die Nachfrage nach zusätzlichen CeWe Fotobüchern steigern“, betonte Fageth. „Denn zum einen motivieren sich die Mitglieder dieser Communities gegenseitig, bessere Bilder zu machen. Zum anderen machen ‚fremde‘ Bilder und Inhalte das individuelle CeWe Fotobuch auch für andere interessant, so dass die Möglichkeit von Nachbestellungen steigt.“

Deshalb, so sind die Verantwortlichen bei CeWe Color sicher, ist es auch für den Fotohandel lohnenswert, die Kunden auf die neuen Funktionalitäten hinzuweisen und entsprechende Musterbücher bereitzuhalten. Denn auch wenn der Löwenanteil der Aufträge für das CeWe Fotobuch über das Internet in den Produktionsbetrieben ankommt, so werden doch fast 80 Prozent der fertigen Aufträge über die Handelspartner des Fotodienstleisters ausgeliefert.

## CeWe Color erwartet weiteres Umsatzwachstum

# Zukunft ohne Altlasten

Einordnung des Urlaubs und der Fotos gefragt und erhält anschließend einen Vorschlag für ein passendes Design.

Zusätzlich ermöglicht es locr durch die gemeinsam mit Houdah Software entwickelte Anwendung „locrUpload“ den Besitzern von Apple iPhones, die mit ihren Handys geschossenen Fotos mit Geodaten zu verknüpfen und sofort von unterwegs in die locr Foto-Community hochzuladen. Das kostenlose Programm kann vom Apple App-Store heruntergeladen werden.

CeWe Color hat den Transformationsprozess von der analogen in die digitale Welt früher als geplant abgeschlossen und erwartet ab 2010 keine Belastungen aus Restrukturierungsmaßnahmen mehr. Das erklärte Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG, auf der Bilanzpressekonferenz des Unternehmens vor Wirtschaftsjournalisten

in Frankfurt. Bereits in diesem Jahr soll der Umsatz trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen weiter steigen. Dabei erwartet Hollander positive Impulse nicht nur vom weiteren Wachstum des Bestsellers CeWe Fotobuch, sondern auch von den verstärkten Aktivitäten des Unternehmens im kommerziellen Digitaldruck.



## Bildergeschäft

Im Geschäftsjahr 2008 hat CeWe Color die Prognosen des Managements voll erfüllt und einen Umsatz von 420 Millionen Euro (2007: 413,5 Millionen Euro) erzielt. Das operative Ergebnis (EBT) erreichte vor Restrukturierungskosten 22,1 Millionen Euro (-11,6 Prozent); der Gewinn nach Restrukturierung, vor Steuern, betrug 10,7 Millionen Euro (-16,8 Prozent). Begünstigt durch einen einmaligen Steuereffekt liegt das Netto-Ergebnis mit 7,0 Millionen Euro um 19,4 Prozent über dem Vorjahr. Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 28. Mai 2009 eine Dividende in Höhe von 1,00 Euro vorschlagen. „Damit schützen wir den kompletten Unternehmensgewinn an die Aktionäre aus“, betonte

*Mit einem Umsatzwachstum von 1,6% auf 420 Millionen Euro hat CeWe Color im Jahr 2008 die Erwartungen des Managements voll erfüllt.*

Belastungen in Höhe von 10 Millionen Euro. „In der digitalen Welt werden nicht mehr so viele Betriebe benötigt wie im analogen Zeitalter, als wir für den Übernacht-Service täglich viele Millionen Filme bei unseren Handelspartnern abholen mussten“, erläuterte Hollander. „In diesem Jahr erreichen wir mit den 13 verbliebenen Betrieben unsere geplante Zielstruktur mit deutlich erhöhter Effizienz: Während ein Standort im Geschäftsjahr 2000 im Durchschnitt 108 Millionen Fotos pro Jahr produzierte, sind es nun ca. 200 Millionen.“

Im vergangenen Jahr produzierte CeWe Color mit 1,79 Milliarden digitalen Bildern (+17 Prozent) mehr als doppelt so viele Digitalfotos wie Bilder vom Film. Dabei profitierte das Unternehmen als Marktführer besonders stark von der wachsenden Nachfrage nach Fotobüchern, deren Zahl in Deutschland (nach Erhebungen des Bundesverbandes der Photo-Großlaboratorien BGL) von 1,3 Millionen Stück im Jahr 2006 auf 4,4 Millionen im Jahr 2008 gesteigert wurde. Der Absatz von CeWe Fotobüchern stieg im vergangenen Jahr um 74,8 Prozent auf 2,646 Millionen Stück. Auch die Absatzkurven für andere personalisierte Bildprodukte wie Kalender und Grußkarten sowie Fotogeschenke und Fotoleinwände gehen bei CeWe Color rasant



Die Zahl der produzierten CeWe Fotobücher stieg im vergangenen Jahr um 74,8%.

Hollander. „Das können wir uns leisten, weil wir uns mit hohen Investitionen – allein seit 2002 über 225 Millionen Euro – frühzeitig auf den Ausbau des digitalen Geschäfts konzentriert haben, ohne ein einziges Mal rote Zahlen zu schreiben. Deshalb sind unsere Kapazitäten an den Markt angepasst und technologisch auf dem neuesten Stand, so dass wir das Investitionsvolumen reduzieren können.“ In diesem Jahr erwartet CeWe Color durch die abschließenden Restrukturierungsmaßnahmen, darunter die Schließung der Betriebe in Paris und im tschechischen Teplice, nochmals



nach oben. Zusätzlich will das Unternehmen nach der Übernahme des Print-Spezialisten diron im vergangenen Jahr die Aktivitäten im Bereich des kommerziellen Digitaldrucks verstärken. „diron ist als Software-Spezialist in diesem Segment sehr erfolgreich und hat hervorragende Kundenkontakte“, erklärte Hollander. „Wir haben als größter Anbieter Europas im Bereich des hochwertigen Digitaldrucks sowohl die Kapazitäten als auch das Know-how im Workflow für individuelle Drucksachen, um in diesem wachsenden Markt eine wichtige Rolle spielen zu können. Diese Chance wollen wir nutzen.“

Davon sollen auch die Aktionäre profitieren. Nach Abschluss des Restrukturierungsprozesses erwartet Hollander für CeWe Color ab 2010 nicht nur steigende Umsätze, sondern auch mehr Gewinn.



Begünstigt durch positive Steuereffekte legte das Unternehmensergebnis von CeWe Color im vergangenen Jahr deutlich zu.

# FOTO-SOMMER 2009

Eine Marktinformation führender Fotohersteller

# Jetzt bestellen!

**Die große Werbeaktion zur Foto-Sommersaison!**

**Die Auflage ist erfahrungsgemäß schnell vergriffen.**

*Nutzen Sie die kostenlose Informations- und Werbebroschüre für Ihren Verkauf!*

*Informieren Sie Ihre Kunden über aktuelle Kameras, Bildprodukte und Zubehör.*

*Das attraktive Werbemittel für den Fotohandel – mit klarem Markenartikel-Konzept!*



## Sichern Sie sich rechtzeitig genügend Exemplare!

Senden Sie den Bestellcoupon einfach per Fax an: **0 21 02 - 20 27 90**

oder per Post an: C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 1229, 40832 Ratingen

### COUPON

Bitte liefern Sie mir kostenlos frei Haus ..... Exemplare (Verpackungseinheit 500 Stck.) der Broschüre:

## FOTO-SOMMER 2009

Ab 1.000 Exemplaren besteht die Möglichkeit des individuellen Firmeneindrucks. Die Gebühr beträgt 43,50 € für die ersten 1.000 Exemplare und jeweils 19,90 € für weitere 1.000 Exemplare (zuzüglich gesetzlicher MwSt.). Auf Wunsch kann zu Broschüren mit individuellem Firmeneindruck kostenlos eine individuelle Preisliste geliefert werden.

Wir wünschen einen Firmeneindruck. ☐ Wir wünschen eine eigene Preisliste. ☐

Absender/Firma: .....

Name des Sachbearbeiters: .....

Postfach/Straße: ..... PLZ/Ort: .....

Datum: ..... Unterschrift: .....

Für Rückfragen: ..... Tel.-Nr.: .....

**Sehr wichtig!** Bitte geben Sie unbedingt an, mit welchem Finisher Sie zusammenarbeiten:

☐ allcop ☐ CeWe Color ☐ Fujicolor ☐ andere, und zwar: .....

Zur Bearbeitung Ihres Auftrags werden Ihre Daten elektronisch gespeichert. Bitte kreuzen Sie dieses Feld nur an, wenn Sie nicht mit der Weitergabe Ihrer Adresse an die Fotoindustrie oder den Fotogroßhandel einverstanden sind. ☐



# Das Kodak APEX System bei „Die Fotopassage“ Bielefeld

# „Genau d



Die Fotopassage: Im großzügigen Ambiente des Kodak Express Geschäftes dreht sich alles ums Bild.

Das „trockene“ Kodak Adaptive Picture Exchange System (APEX) hat sich seit seiner Markteinführung vor etwa neun Monaten zum beliebtesten Vor-Ort Bilder-Printsystem in Europa entwickelt. Auch in Deutschland haben sich bereits zahlreiche Fotohändler für APEX entschieden, darunter auch das Kodak Express Geschäft „Die Fotopassage“ in Bielefeld. imaging+foto-contact hat mit Filialleiter Carsten Hengsbach über die Erfahrungen der ersten Monate gesprochen.

**imaging+foto-contact:** Herr Hengsbach, welche Fotodienstleistungen bieten Sie in Ihrem Geschäft an?

**Carsten Hengsbach:** Als Kodak Express Händler bieten wir komplette Dienstleistungen rund um das Bild an und betreiben das Kodak APEX System zur Zeit parallel zu unserem Minilab, mit dem hauptsächlich die analogen Fotos entwickelt werden. Neben Bildern in verschiedenen Formaten gehören auch Leinwände von Fotos sowie verschiedene Foto-Fun-Artikel wie Poster, Taschen und

T-Shirts zu unserem Sortiment. Dafür stehen uns Inkjet-Drucker zur Verfügung, so dass wir die gesamte Produktpalette selbst herstellen und völlig unabhängig von Großlabors arbeiten.

**imaging+foto-contact:** Aus welchen Gründen haben Sie sich dafür entschieden, Ihr Minilab mit dem APEX System zu ergänzen?

**Carsten Hengsbach:** Wir wurden auf APEX durch den Außendienst von Tetenal aufmerksam, haben uns das System auf der photokina 2008 angeschaut und es dort bereits intensiv ausprobiert. Dabei hat unser Personal besonders die einfache und für jeden verständliche Bedienung dieses Systems sehr positiv aufgenommen. Die Schnelligkeit und die hervorragende Bildqualität von APEX waren weitere Gründe für unsere Entscheidung.

**imaging+foto-contact:** Hält die Bildqualität auch in der Praxis Ihren Erwartungen stand?

**Carsten Hengsbach:** Ja. Die Ergebnisse mit dem APEX System sind dank der Kodak Perfect Touch Technologie teilweise sogar besser als mit dem Minilab – und das ohne Eingriff des Bedienungspersonals. Die Fotos werden von dem System automatisch farblich korrigiert, und Leuchtkraft

und Schärfe der Bilder sind perfekt.

**imaging+foto-contact:** Sehen das Ihre Kunden auch so?

**Carsten Hengsbach:** Unsere Kunden bemerken tatsächlich den qualitativen Unterschied, den das Kodak APEX System zum Beispiel im Vergleich zu Kiosken bietet, die im Supermarkt stehen, und sind deshalb sehr zufrieden. Bemerkenswert ist dabei, dass besonders die ältere Kundschaft das System sehr spannend findet und gerne damit Fotoprodukte erstellt. Viele unserer Kunden gehen dazu lieber in ein Fotofachgeschäft, denn bei uns steht das Fachpersonal jederzeit beratend zur Seite, um die Bedienung der Terminals zu erklären. Mittlerweile nutzen viele unserer Kunden das APEX System aber ganz selbstständig für ihre Ausdrucke, auch wenn natürlich immer noch viele Speicherkarten an unserer Theke abgegeben werden. Dann entscheiden wir je nach Auslastung, ob wir die Bilder mit dem Minilab oder dem Kodak APEX System erstellen.

**imaging+foto-contact:** Hat sich die Anschaffung von APEX auch im Hinblick auf Effizienz und Profitabilität Ihres Geschäftes gelohnt?

**Carsten Hengsbach:** Das APEX System hat sich sehr positiv auf unsere Effizienz und Profitabilität ausgewirkt. Nachdem wir das System Anfang Dezember 2008 installiert hatten, haben wir das bereits im Weihnachtsgeschäft deutlich bemerkt. Denn früher mussten wir oft bis Mitternacht arbeiten, um die Ausdrucke mit dem Minilab zu erstellen. Dabei mussten wir oft manuell filtern, um so gute Bilderergebnisse zu erhalten, wie sie das Kodak APEX System automa-



# Die richtige Entscheidung“

tisch liefert. Heute können wir deshalb in der Regel bereits um 20 Uhr nach Hause gehen, obwohl wir deutlich mehr Aufträge bearbeiten als früher. Zudem haben unsere Mitarbeiter jetzt sehr viel mehr Zeit, um die Kunden zu beraten und ihnen dabei höherwertige Bildprodukte wie zum Beispiel Leinwände zu verkaufen. Natürlich kümmert sich unser Personal auch individuell um jeden Kunden, der am APEX Terminal steht und führt ihn in die verschiedenen Funktionen ein. Der Beratungsaufwand ist dabei aber deutlich geringer als früher, als die Mitarbeiter das gesamte Bildarchiv der Kunden durchgehen und die gewünschten Fotos auswählen mussten. Denn viele Kunden kommen beispielsweise mit einer 4 GB SD-Karte mit 1.000 Fotos ins Geschäft, nur um einzelne Bilder auszudrucken.

**imaging+foto-contact:** Wie haben Sie das Kodak APEX System in Ihr Shop-Konzept eingepasst?

**Carsten Hengsbach:** Da wir Kodak Express Händler sind, fügt sich das APEX System natürlich besonders gut in unser Laden-Konzept ein. Wir haben die zwei Bedien-Kiosks so im vorderen Bereich aufgestellt, dass sie von den Kunden durch die Schaufenster gesehen werden können. Das fällt vielen Passanten auf, die dann stoppen und in unseren Laden kommen. Die Drucker, mit denen die Annahme-Terminals verbunden sind, stehen dagegen im Maschinenbereich hinter der Theke, so dass unsere Mitarbeiter den Kunden ihre Bilder in die Hand geben können.

**imaging+foto-contact:** Sie sind also unter dem Strich mit der Anschaffung des Kodak APEX Systems zufrieden?

**Carsten Hengsbach:** Ja. Die Einführung dieses Systems war genau die richtige Entscheidung, und wir haben genau zum richtigen Zeitpunkt zugegriffen. Jetzt können wir unseren Kunden nicht nur Ausdrucke ihrer digitalen Bilder in Minutenschnelle anbieten, sondern zudem auch verschiedene Fotoprodukte wie Kalender, Collagen usw. selbst erstellen. Das APEX System druckt digitale Bilder unabhängig davon aus, von welchen Digitalgeräten, einschließlich Mobiltelefonen, sie stammen, und es bietet eine deutlich bessere Qualität als Systeme anderer Hersteller. Mit den Tools zum Zoomen, Zuschneiden und zur Rote-Augen-Korrektur können die Kunden ihre Fotos sehr einfach selbst bearbeiten; und weil wir an APEX auch einen großformatigen Inkjet-Drucker anschließen konnten, bieten wir auch Zusatzleistungen wie Fotobücher an. Zudem gefällt uns, dass wir durch die Modularität des Systems immer mehr Terminals und Drucker anschließen können, wenn die Nachfrage das erfordert. Das Kodak APEX System ist wirklich die perfekte Lösung für unser Geschäft.



Die Annahme-Terminals für das APEX System wurden so platziert, dass sie durch das Schaufenster gesehen werden können.

**imaging+foto-contact:** Sind Sie auch mit der Zusammenarbeit mit Tetenal so zufrieden wie mit APEX?

**Carsten Hengsbach:** Wir arbeiten seit mehr als 10 Jahren mit Tetenal zusammen und waren immer sehr zufrieden mit diesem Partner, der alles aus einer Hand anbietet: Tetenal ermöglicht einen Vorab-Test der Systeme, übernimmt die Installation und den technischen Support inklusive der Hotline. Darüber hinaus stehen uns die Außendienstmitarbeiter gerne vor Ort beratend zur Seite – unseren zuständigen Tetenal-Vertreter kennen wir auch bereits seit mehr als 10 Jahren. Deshalb haben wir ein sehr gutes Verhältnis, vertrauen auf die Meinungen und Empfehlungen von Tetenal und haben uns deshalb auch direkt an den Außendienstmitarbeiter gewandt, als wir im vergangenen Jahr die Anschaffung neuer Geräte planten. Ein weiterer Vorteil der Zusammenarbeit mit diesem Partner besteht darin, dass Tetenal uns auch die Werbematerialien zur Verfügung stellt, die wir entweder unverändert nutzen oder an unsere Angebote anpassen können. Davon machen wir gerne Gebrauch.

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





Eine übersichtliche Struktur und bei Bedarf schnell durch Anklicken des Informations-Symbols (i, auf dem linken Bild unten) abrufbare Zusatzinformationen machen die Seiten der Canon ac@demy sehr benutzerfreundlich.

# Mehr Kompetenz

## Weiterbildung mit der Canon ac@demy

Stetige Weiterbildung sollte in einer technischen Branche selbstverständlich sein. Nur wer Innovationen kennt und deren Nutzen in Richtung Kunden kommunizieren kann, wird langfristig am PoS erfolgreich sein. Denn auch in Zeiten der Krise blicken die Kunden nicht nur auf den Preis, sondern wollen auch gut und kompetent beraten werden.

Eine um neue Tools erweiterte Möglichkeit der Weiterbildung bietet die Canon ac@demy. „Ziel unseres Konzeptes ist es, Wissen durch E-Learning, Workshops und individuelles Blended-Learning zu vermitteln, um damit Handelspartnern und Endverbrauchern Sicherheit in der Anwendung von Canon-Produkten zu geben“, meinte Frank Offermanns, Country Trade Marketing Manager bei Canon. „Blended Learning, auch integriertes Lernen genannt, kombiniert die Vorteile der Präsenzveranstaltungen mit denen des Lernens im Internet.“

Das Blended-Learning-Konzept der



Frank Offermanns, Country Trade Marketing Manager bei Canon

Canon ac@demy für Handelspartner besteht im wesentlichen aus den drei Bausteinen E-Learning, Vor-Ort-Training am PoS und den Canon ac@demy Workshops, die gleichzeitig den spannendsten Baustein der Trainingsreihe darstellen. Sie ermöglichen den Canon-Handelspartnern, aktuelle Produkte live unter Anleitung eines Trainers zu testen und das im Online- und PoS-Training Erlernte anzuwenden und zu vertiefen. Wer

sich auf die Workshops vorbereiten will, kann das zum Beispiel im passwortgeschützten Portal [www.canon.de/academy](http://www.canon.de/academy). Dort können in Trainingseinheiten von jeweils 20 Minuten verschiedene Lerneinheiten, vom Training für Videoprodukte über die Grundlagen der Fotografie bis hin zum Markentraining, bearbeitet und mit einem Selbsttest und einem Zertifikat abgeschlossen werden.

Etwa zwei Stunden dauern dagegen die Schulungen am PoS. In dieser Zeit informiert das Ende 2008 gebildete Canon Retail Consultant Team alle relevanten Personen des Verkaufsteams einfach und effizient über Produkte, Technologien und Neuheiten. Canon Handelspartner, die ihren Kunden etwas Gutes tun wollen, haben darüber hinaus die Möglichkeit, mit Unterstützung der Canon Retail Consultants Workshops für potentielle und interessierte Kunden durchzuführen und sie vor Ort im Geschäft von neuen Produkten und Technologien zu überzeugen.

## Handel

# Bilora unterstützt Deko-Aktivitäten

„Jeder Händler weiß es – selbst ein gutes Produkt verkauft sich nicht von alleine, sondern muss auch ins rechte Licht, ins Blickfeld der Kunden gerückt werden“, so Hartmut Reck, Geschäftsführer der Kürbi-Otto-Tönnies GmbH in Radevormwald. Um die Dekoaktivitäten rund um Bilora-Produkte zu unterstützen, hat das Unternehmen eine besondere Aktion für die Partner im Handel ausgeschrieben: Wer sein Schaufenster im Zeitraum von Mai bis August acht Wochen lang mit fünf attraktiven Bilora-Produkten dekoriert, erhält einen Deko-Zuschuss von 125 Euro plus Deko-Poster. Bei den fünf Deko-Produkten handelt es sich um Modelle aus Biloras neuen Taschenserien – eine davon mit Patent – sowie um ein Perfect Pro Carbon-Stativ mit Stativ-Kopf. Die hochwertige Perfect Pro Serie aus Carbon und Aluminium wurde auf der

photokina 2008 erfolgreich eingeführt. Das Deko-Poster in der Signalfarbe „Gelb“ soll zusätzlich die Aufmerksamkeit auf die Verkaufsangebote und darauf lenken, dass Bilora für 100 Jahre Erfahrung und Qualität steht.

Die Dekoaktion fügt sich in die Aktivitäten zum 100jährigen Bestehen der Marke Bilora ein. „Wir nehmen das Jubiläum nicht zum Anlass, rauschende Feste zu feiern“, so Reck, „sondern wollen uns bei unseren Kunden für ihre Treue bedanken, indem wir ihnen die Möglichkeit geben, besonders hohe Erträge mit Bilora-Produkten zu erzielen oder indem sie von anderen Maßnahmen profitieren.“

Eine weitere Jubiläumsaktion läuft noch bis Ende November: Jeden Monat bietet Bilora einen Topseller zum halben Preis an. Im Mai ist dies das Professional Stativ 1122.

## Leserbrief

**Zur Kolumne „Für die Nachwelt“ von Horst Dieter Lehmann in Ausgabe 4/2009, S. 50, erreichte uns folgende Zuschrift:**

„Fast habe ich darauf gewartet, lieber Herr Lehmann, dass Sie die ‚gute alte Dunkelkammer‘ rückwirkend glorifizieren würden. Ich durfte insgesamt viele Jahre meines Berufslebens in völliger Dunkelheit bzw. in krank-grün-schummerigen gekachelten Feuchträumen und chemiegeschwängelter Luft meiner Arbeit nachgehen.

Bis zu den Ellenbogen im Entwickler und zusätzlich Fixierdämpfe einatmen, das war alles andere als romantisch. Erst im nachhinein bin ich entsetzt darüber, dass uns weder Arbeitgeber noch Berufsschule oder Fachzeitschriften über die krebserregende Wirkung der Phenole in den Entwicklerbädern aufmerksam machten.

Laboranten und etliche Fotografen gin-

gen morgens im Dunkeln in die Duka und kamen abends im Dunkeln wieder heraus, nicht unbedingt verzaubernd. Leider machen sich viele Kollegen jetzt das Leben schwer, indem sie nach der Arbeit, also abends oder nachts, ihre Aufnahmen am PC bearbeiten und verschicken. Das ist der heutige Fluch des Fotografenberufs.

Ich habe mich für eine einfache, zeit- und nervensparende Produktion entschieden: Die Aufnahmen werden, wenn nötig, kurz in der Kamera gefiltert, den Rest kann der Drucker, und das läuft neben der übrigen Arbeit im Geschäft. Erst jetzt bin ich versöhnt mit meinem Beruf, denn ich kann erstens im Hellen produzieren und bin zweitens unabhängig vom Großlabor und vom PC. Zauberhaft!“

Renate Bielfeldt

PhotoStudio Bielfeldt

Hollerstraße 105, 24782 Büdelsdorf

# Nicht nur Brillante Bilder!

Im Gegenteil: brillantes Aussehen, brillantes Display, brillante Aufnahmen, brillante Auflösung – das alles und noch viel mehr ist die neue

## Rollei XS-8 WITH SWAROVSKI CRYSTALS

### Rollei

www.rcp-technik.com

38  
MIT 38  
SWAROVSKI  
KRISTALLEN

3.0"  
HIGH RESOLUTION  
COLOUR DISPLAY

- 8 Megapixel
- 3x opt. Apogon Zoom
- 4x Digital Zoom
- 3.0" Farb-LTPS-TFT-LCD
- Panoramafunktion
- digitaler Bildstabilisator
- Gesichtserkennung
- viele weitere brillante Funktionen



# Tonaufnahme mit der Videokamera



Ulrich Vielmuth

Im Einklang zum Bild muss immer auch die Tonaufnahme gesehen, ihr große Aufmerksamkeit gewidmet werden. Denn stimmungsvolle, beeindruckende Kameraeinstellungen können bei der Projektion nur dann den Betrachter begeistern, wenn der dazu passende Ton von guter Qualität ist. Also beispielsweise keine Windgeräusche oder gar Rauschen zu hören sind.

Eine gute Tonaufnahme zu realisieren ist immer auch eine Frage des tonaufnahmetechnischen Aufwandes, der betrieben werden kann. Diese Problematik haben ernsthafte Hobbyfilmer schon längst erkannt. Allerdings ist sie im Grundsatz nicht einfach zu lösen, weil bei Dreharbeiten der dazu notwendige zweite Mann (oder Frau) in aller Regel fehlt. Wunschtraum: Der eine wäre fürs Bild zuständig, der andere für die sorgfältige Tonaufzeichnung.

## Interessantes Werk

Jetzt ist endlich ein Fachbuch auf den Markt gekommen, das ausführlich in verständlichem Sprachstil die unterschiedlichen Wege zur perfekten Tonaufnahme mit der Videokamera anschaulich beschreibt. Autor ist der Österreicher Helmut Hofmüller, ein ausgewiesener Fachmann mit eigenem Ton- und Videostudio. Viele Anwendungen aus der Praxis für die Praxis geben in seinem neuen Werk „Tonaufnahme mit der Videokamera“ überzeugend Aufschluss darüber, wie man es richtig macht. Um tontechnisch die kleinen und auch etwas größeren Probleme am Drehort bewältigen zu können, reicht oft schon eine Portion Hintergrundwissen. Anhand von praxisbezogenen Beispielen versucht der Autor recht plausibel, sein mannigfaches Spezialwissen dem Leser näherzubringen. Dieses neue Tonbuch für den Filmer schlägt einen weiten Bogen.

Da bleibt auch wirklich nichts außen vor. Angefangen natürlich bei Mikrofonen, bis zu Kopfhörer-Varianten, Mono- oder Stereoaufnahmen, Mischpulten und ihrer Anwendung in Verbindung mit Camcordern.

Ein Buch für den ehrgeizigen Einsteiger beim Filmen, aber insbesondere für den schon lange Jahre frustrierten, dessen Tonaufnahmen nicht immer mit der Qualität der Filmaufnahmen Schritt halten können. Hofmüller weiß guten Rat: ob bei Wind, lauten Umweltgeräuschen, auf dem Schiff, in einem Flugzeug/Hubschrauber, beim Eishockeyspiel, aus dem Auto heraus, bei Sportveranstaltungen, Hochzeit, Theater, Schulveranstaltung, Talkrunde oder gar einem Livekonzert – einer meistens besonders kniffligen Aufgabenstellung!

Mit diesem aufwendig gebundenen Buch (ein bißchen mehr Farbe bei der Illustration hätte dem Werk gut getan) stellt der Fachverlag Schiele & Schön in Berlin einmal mehr unter Beweis, wie

ambitioniert er über seine populären Film-, Fernseh- und Video-Periodikaschriften hinaus tiefergehende Fachliteratur in diesem Genre kontinuierlich publiziert. Prädikat: empfehlenswert.

„Die perfekte Tonaufnahme mit der Videokamera“, von Helmut Hofmüller, gebunden, 184 Seiten, zahlreiche Abb., 39,90 Euro, ISBN: 978-3-7949-0779-3, [www.schiele-schoen.de](http://www.schiele-schoen.de)

## Noch einmal: Canon EOS 5D Mark II

In Heft 12/2008 dieser Zeitschrift habe ich im Rahmen der photokina-Nachlese auch über die neue HD-Fotokamera auch für Filmer berichtet: die von Canon präsentierte DSLR-Kamera EOS 5D Mark II. Mittlerweile liegen erste Praxiserfahrungen vor. So berichtet Peter Dehn in der Ausgabe 4/2009 der Fachzeitschrift „Film & TV Kameramann“ über einige Studenten der Babelsberger Filmhochschule, die mit der neuen DSLR einen Kurzspielfilm drehen wollen und zitiert den Kameramann Andreas Steffan mit seinen Erfahrungen bei der Vorbereitung des Projekts. Hier ein paar Ausschnitte:

Das Team zeigte sich sehr angetan vom Look des mit der Canon EOS 5D Mark II produzierten HD-Materials. Das filmtypische Schärfentiefeverhalten und die Zeichnungstiefe, die via HDMI am HD-Monitor zu sehen waren, begeisterten die Macher. „Die Ergebnisse gefallen spontan jedem Betrachter – egal, ob er nun einfacher Zuschauer, Hochzeitsfilmer oder professioneller Filmkameramann ist. Es ist ein sichtbarer Sprung in der Bildqualität, bedingt durch den Einsatz des Vollformat-Chips“, glaubt Holger Jost, und sagt weiter: „Jeder Camcorder-Hersteller wäre gut beraten, seine Entwicklungen bei neuen Camcordern auch in Richtung großer Single-Sensor-Chip zu lenken.“

Ein Manko für den europäischen Markt ist auch die derzeitige Beschränkung der Spiegelreflex-Kamera auf den 30p-Aufzeichnungsmodus. Die Framerate muss somit in der Postproduktion angepasst werden. Doch es gibt, speziell im Agenturbereich, auch schon zahlreiche Stimmen, die mit 30p keine Probleme sehen.

Weitere Einschränkungen: Mit der EOS 5D Mark II kann man nicht einfach aus der Hand drehen. Stattdessen benötigt man immer sehr viel Zubehör, etwa ein passendes Kamera-Rig und einen externen HD-Kontrollmonitor, denn letztlich ist die Bauform der Kamera nun mal für die Fotografie ausgelegt. Wer jedoch bereit ist, mit diesen Einschränkungen zu leben und sich zudem damit arrangiert, die extern aufgezeichneten Audiospuren im Schnitt nachträglich anzulegen, der kann mit der EOS 5D Mark II sehr ansprechende Aufnahmen erzielen, so die Erfahrung hier.

Soweit Peter Dehn. Mehr Infos und noch weitere Erfahrungsberichte gibt es in Ausgabe 4/2009 der Fachzeitschrift „Film & TV Kameramann“ ([www.kameramann.de](http://www.kameramann.de)).

## Neun-Megapixel-Einsteigerkamera von Rollei

Rollei hat die Neun-Megapixel-Einsteigerkamera Compactline 90 vorgestellt, die in den Farben Silber, Rot, Blau, Grün oder Schwarz angeboten wird. Das schlanke Modell ist im Bundle mit einer 1-GB-SD-Karte, einer Kameratasche und der

### Rollei Compactline 90

#### Pluspunkte

Gut ausgestattete Einsteigerkamera, Gehäuse in fünf Farbvarianten, zahlreiche Motivprogramme

#### Ausstattung

- 9 Megapixel
- 1/2,5"-CMOS Sensor
- 2,5"-Monitor
- 21 Motiv-Programme inklusive Night-Shot-Mode und Sport
- 1 GB-Speicherkarte ist im Lieferumfang enthalten



UVP: 79,95 Euro

Bildbearbeitungssoftware „Photo-Studio 9“ von Zoner erhältlich. Mit der Kamera können Videos in VGA-Qualität (640 x 480 Bildpunkte) aufgenommen werden. Ein Dreifach-Zoom (38–114 mm entsprechend Kleinbild), unterstützt durch die digitale Vierfach-Zoomfunktion, sorgt für die gewünschte Ausschnittvergrößerung. Neben Smile- und Face Detection bietet die Kamera mit 21 Motivprogrammen individuelle und kreative Einstellmöglichkeiten.

## Neue Digitalrahmen-Serie Plano von Jobo

Unter dem Namen Plano bringt Jobo eine neue Serie digitaler Bilderrahmen in einem schlanken Design von weniger als 30 mm Dicke auf den Markt. Bei Plano 7 (7 Zoll), Plano 8 (8 Zoll) und Plano 10 (10,4 Zoll) hat Jobo wie gewohnt auf ein elegantes Design, eine optimale Bildwiedergabe über



hochauflösende Displays (800 x 600 Pixel) im 4:3-Format sowie eine hohe Speicherkartenkompatibilität Wert gelegt. Die neuen Plano Rahmen in schwarzer Klavierlackoptik können per Fernbedienung gesteuert werden. Sie bieten Slots für SD-, SDHC-, MMC-, MS- und

xD-Speicherkarten. Die Displays können außerdem Bilder über die Anschlüsse USB Host und USB 2.0 High Speed empfangen und darstellen. Fotos können sowohl als Einzelbild als auch im Miniaturmodus oder als Collage im 4in1-Modus angezeigt werden. Die drei Plano Modelle sind

## www.Kameraversicherung.de

Andreas Matthiessen Versicherungsmakler

Curslacker Heerweg 270 • 21039 Hamburg

Tel.: 040-7901-1190 • Fax: 040-7901-1191

zudem mit einer Bilderdreh- und Zoomfunktion sowie Uhr und Kalender ausgestattet. Dank des einfach ein- und auszuklappenden Standfußes lassen sich die Rahmen schnell und einfach aufstellen bzw. transportieren. Über eine integrierte Halterung lassen sich die Plano Rahmen darüber hinaus leicht an einer Wand befestigen.

## Leaf Aptus-II 10 mit 56 Megapixeln

Leaf hat die neue Leaf Aptus-II 10 vorgestellt. Das mit 56 Megapixeln ausgestattete Gerät hatte zum Zeitpunkt der Präsentation den größten Sensor aller im Markt befindlichen Digitalkamerarückteile. Dank umfassender Entwicklungsarbeit bietet die Leaf Aptus-II 10 nach Herstellerangaben bestmögliche Digitalbild-Qualität, herausragende Bedienfreundlichkeit und maximale Leistung. Die Leaf Aptus-II 10 gibt es für Mamiya-, Contax- und Hasselblad-Interfaces. Überdies kann sie mittels RZ-, Graflok- sowie anderen Adaptern weiterer Anbieter mit View Cameras genutzt werden. Die Leaf Aptus-II 10 zeichnet sich nicht nur durch eine Reihe von Ausstattungsdetails für noch bessere Bilder, Performance und Bedienfreundlichkeit aus, sondern bietet auch einen 6 x 7 cm-High-Contrast-Touchscreen. Eine der schnellsten CF Cards für Portable und Firewire 800-Unterstützung für angebundenes Fotografieren sorgt für einen ultraschnellen Imagetransfer. Die Neuheit ergänzt das Sortiment, das bislang aus der 33 Megapixel-Leaf Aptus-II 7 sowie der 28 Megapixel-Leaf Aptus-II 6 bestand, die auf der photokina 2008 vorgestellt worden waren. Sämtliche Leaf Aptus-II-Modelle passen zu insgesamt über 80 verschiedenen Large- und Medium-Kameras. Mit einer 12 Stop Dynamic Range, einer außergewöhnlich brillanten Farbproduktion sowie einer spektakulären Detailgenauigkeit bei starken Kontrasten liefern sie eine „filmreife“ Bildqualität. Zusammen mit der Leaf Aptus-II 10 wird eine neue Version der Leaf Capture Version 11.2.6 geliefert – eine Bildbearbeitungs- und Workflow-Management-Software, die das Ausstattungspaket des Leaf Aptus-II 10-Backs sowie des Leaf AFi-II 10-Kamerasystems optimal unterstützt. Leaf Capture 11.2.6 kann auch kostenlos von der Leaf Website ([www.leaf-photography.com/support/downloads](http://www.leaf-photography.com/support/downloads)) heruntergeladen werden.



### Fristlose Eigenkündigungen

...von Mitarbeitern sind selten, kommen aber vor. Wie der Arbeitgeber braucht der Arbeitnehmer für die „Fristlose“ einen wichtigen Grund. Das kann der Verzug mit der Lohnzahlung sein. Nur: Bevor das endgültige Aus kommt, muss der Mitarbeiter seinen Chef abmahnen, sonst ist seine außerordentliche Kündigung unwirksam. Beanstandet der Arbeitgeber die Kündigung nicht, darf sich der Mitarbeiter später nicht selbst auf ihre Unwirksamkeit berufen (BAG – Urteil vom 12.3.2009 – 2 AZR 894/07).

### ebay

...und kein Ende. Wer dort einen fremden Auftritt nutzt, kann dem echten Betreiber Probleme machen: „Der Inhaber eines eBay-Accounts haftet für Rechtsverletzungen, die ein anderer unter seinem eBay-Account begangen hat“ (BGH – Urteil vom 11.3.2009 – VIII ZR 74/08).“ Benutzt die Ehefrau des Inhabers ohne sein Wissen dessen Account und begeht sie dort eine Markenrechtsverletzung, dann hat ihr Mann dafür einzustehen. Er hätte sein Mitgliedskonto besser schützen müssen.

### Günther J.

...gehört zur ersten Garde der TV-Prominenz. Er hat die Nation landesweit mit dem Rate-Virus infiziert. Wen wundert es da, dass sein Gesicht auch auf der Titelseite eines Rätselhefts glänzt. Aber auch wenn Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte im Rahmen einer Berichterstattung regelmäßig ohne Einwilligung des Abgebildeten verbreitet werden dürfen: Ein gedrucktes Konterfei ohne Informationswert und Erlaubnis verletzt das Recht am eigenen Bild (BAG – Urteil vom 11.3.2009 – I ZR 8/07).

### Teilzeitarbeitnehmer

...haben von Rechts wegen die gleichen Ansprüche wie ihre Vollzeitkollegen. Sie dürfen auch nicht ungerechtfertigt wegen ihrer Teilzeitarbeit diskriminiert werden. So steht ihnen Arbeitsentgelt oder eine andere geldwerte Leistung mindestens in dem Umfang zu, der dem Anteil ihrer Arbeitszeit an der Arbeitszeit

### Im Fokus: Wenn's mal wieder verliehen wird...

Der **Aufschwung** kommt – oder nicht. Die Krise ist da – oder auch nicht. Das Weltwirtschaftssystem ist jedenfalls deutlich angezählt – und das spiegelt sich auch im Arbeitsleben wider: die Arbeitslosenzahlen steigen.

Die Möglichkeiten für eine **risikolose Arbeitnehmerbeschäftigung** sind beschränkt: Befristungs-, Kündigungs-, Mutter-, Schwerbehinderten-, Teilzeit- und andere Schutzgesetze erschweren nicht nur Kündigungen. Sie können auch Einstellungen boykottieren – und verkehren sich damit in ihr Gegenteil.

Das Zauberwort gegen **Beschäftigungsblocker** heißt „Leiharbeit“. Gut – sozialpolitisch sind sicherlich feste Jobs von der Ausbildung bis zur Rente bei ein und demselben Arbeitgeber wünschenswerter. Nur: Manchmal muss man sich den Sachzwängen beugen, und diese Sachzwänge sehen zur Zeit eben so aus, dass traditionelle Arbeitsverhältnisse in die Kategorie Luxusgut fallen.

Der Entleiher, also der Arbeitgeber, der **Leiharbeitnehmer** beschäftigt, hat viele Probleme, die andere Arbeitgeber haben, nicht. Vertragsarbeitgeber der Zeitarbeiter ist der Verleiher. Er muss sich – soweit es den Bestand des Arbeitsverhältnisses betrifft – um Teilzeit- und Befristungsgesetz, Kündigungsfristen, Kündigungs- und Mutterschutzgesetz, das Schwerbehindertenrecht und die Vergütung seiner Leute kümmern. Der Entleiher bestellt die Leihkräfte einfach ab.

Die zwingenden **Schutzrechte**, die bei der Arbeit zu beachten sind, gelten natürlich auch für den Entleiher. So steht in § 11 Abs. 6 Satz 1 des Arbeitnehmerüberlassungsgesetzes – AÜG: „Die Tätigkeit des Leiharbeitnehmers bei dem Entleiher unterliegt den für den Betrieb des Entleihers geltenden öffentlich-rechtlichen Vorschriften des Arbeitsschutzrechts; die hieraus sich ergebenden Pflichten für den Arbeitgeber obliegen dem Entleiher unbeschadet der Pflichten des Verleihers“. Leasingjobber sind aber auch noch auf anderen Gebieten geschützt:

Das AÜG sieht in § 13 einen **Auskunftsanspruch** vor: „Der Leiharbeitnehmer kann im Falle der Überlassung von seinem Entleiher Auskunft über die im Betrieb des Entleihers für einen vergleichbaren Arbeitnehmer des Entleihers geltenden wesentlichen Arbeitsbedingungen einschließlich des Arbeitsentgelts verlangen“. Dieser Anspruch wird allerdings für Fälle eingeschränkt, in denen der Verleiher seine Mitarbeiter nach einem Tarifvertrag der Zeitarbeitsbranche beschäftigt. Und diese Tarifverträge, die auf einer Seite auch von den Gewerkschaften unterschrieben sind, haben den verführerischen Charme, günstiger zu sein als viele andere.

eines vergleichbaren Vollzeitbeschäftigten entspricht. Und dieses Gebot gilt nicht nur für Arbeitgeber, es gilt auch für Tarifpartner (BAG – Urteil vom 18.3.2009 – 10 AZR 338/08).

### Thea S.-J.

...ist die Frau von Günther J. und steht ebenso im öffentlichen Interesse. Wen wundert es, dass sie Opfer von Paparazzi wird und anschließend unautorisierte Fotos veröffentlicht werden, zum Beispiel von ihrer standesamtlichen Hochzeit, die für Fotografen „off limits“ war. Hier musste der Wunsch nach Privatheit respektiert werden. Hier verletzte die Veröffentlichung das Persönlichkeitsrecht von Thea S.-J. „schwerwiegend

und schuldhaft“ (OLG Köln – Urteil vom 10.3.2009 – 15 U 163/08).

### Urlaubsabgeltung

...war bislang ausgeschlossen, wenn ein Arbeitnehmer krank geworden ist und seinen Urlaub deswegen nicht nehmen konnte. Der Urlaub verfiel – und das ersatzlos. Nachdem der EuGH und das LAG Düsseldorf die europa-rechtlichen Vorarbeiten gemacht hatten, ist nun auch das oberste deutsche Arbeitsgericht der Meinung, dass ein ausgeschiedener Mitarbeiter für den nicht genommenen Urlaub doch eine Abgeltung verlangen kann (BAG – Urteil vom 24.3.2009 – 9 AZR 983/07).

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



## Die Olympus E-450 kommt als Nachfolgerin der E-420

Herausragende E-System D-SLR-Qualität, die Benutzerfreundlichkeit einer Kompaktkamera und verschiedene kreative Funktionen sind laut Olympus die herausragenden Eigenschaften der Olympus E-450, die im Mai als Nachfolgerin der E-420 auf den Markt kommt. Zu den Kreativfunktionen gehören unter anderem drei Art Filter für stilvolle Bildeffekte. Für die Wahl des Bildausschnitts steht ein 6,9 cm großes HyperCrystal LCD mit 176° Blickwinkel zur Verfügung. Live View und Kontrast-AF gewährleisten eine kontinuierliche Anzeige auf dem LCD. Auch die E-450 ist mit dem Supersonic Wave Filter ausgestattet. Der leistungsfähige 10,0 Megapixel Live MOS Sensor und der TruePic III+ Bildprozessor sorgen für naturgetreue Farbwiedergabe, eine verbesserte Verarbeitungsgeschwindigkeit und reduziertes Bildrauschen. Serienaufnahmen sind mit bis zu 3,5 Bildern/Sekunde möglich. Der RAW-Puffer bietet Platz für bis zu acht Fotos. Der empfohlene Verkaufspreis für das Standard Kit lautet 549 Euro.

### Olympus E-450

#### Pluspunkte

Hohe Benutzerfreundlichkeit, integrierte Art Filter für kreative Fotos, hohe Verarbeitungsgeschwindigkeit

#### Ausstattung

- 10 Megapixel
- LiveMos Sensor
- 6,9 cm/2,7"-Monitor
- 28 Aufnahmeprogramme
- Aufnahmen im RAW-Format
- Serienaufnahmen
- Supersonic Wave Filter



ab Mai in verschiedenen Kits

## Neuer R-Strap Kameratragegurt bei California Sunbounce

California Sunbounce hat die Vertriebsrechte der US-amerikanischen Marke R-Strap für Deutschland und Europa erhalten. R-Strap ist ein Kameragurt, der bequem und komfortabel diagonal getragen wird. Die sichere Befestigung erfolgt über einen Befestigungskarabiner am Stativgewinde der Kamera oder direkt am Objektiv-Stativ-Adapter.



Zum sicheren Transport schmiegt sich die Kamera automatisch an den Körper, so dass die eine Seite mit dem Objektiv sicher und eng am Rücken anliegt und die andere Seite mit Handgriff und Sucher direkt an der Hüfte greifbar ist. Beim kurzen Griff nach hinten ist die Kamera ohne umständliches Zurechtrücken sofort in der richtigen Position. Sie gleitet an einem Befestigungskarabiner über den Gurt bis ans Auge und ist damit im Bruchteil einer Sekunde zum Auslösen bereit. Der R-Strap lässt sich optimal an die

jeweilige Körpergröße des Fotografen anpassen. Bei herkömmlichen Kameragurtsystemen ist der Gurt in der Regel im Weg, wenn die Kamera professionell gehalten wird. Besonders erschwert wird dabei die Arbeit, wenn der Fotograf darüber hinaus noch Stativ, Leiter oder anderes Zubehör im Einsatz hat. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für den R-Strap lautet 59 Euro.

## Epson A3-S/W-Laserdrucker für hohe Druckleistung

Mit dem neuen Epson AcuLaser M8000N komplettiert Epson sein Angebot an Schwarzweiß-Laserdruckern für Geschäftskunden. Das Gerät eignet sich besonders für Anwender, für die eine hohe Druckleistung bis zum Format DIN A3 und niedrige Folgekosten dank reinen Schwarzweiß-Drucks wichtig sind. Die Epson AcuLaser M8000-Reihe bietet ein flexibles Papierhandling sowie umfangreiche Sicherheitsfunktionen, die sie für den Einsatz in mittleren bis großen Arbeitsgruppen prädestinieren. Dank einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 44 A4-Seiten pro Minute bewältigen sie schnell auch größere Druckjobs. Geräte der AcuLaser M8000-Serie sind in fünf verschiedenen Konfigurationen erhältlich. Neben dem Standardmodell AL-M8000N hat Epson auch den AL-M8000DN mit integrierter Duplex-Einheit für doppelseitiges Drucken im Programm. Weitere Varianten können



wahlweise durch zusätzliche Papierkassetten gebildet werden. Das High-End-Duplex-Modell AL-M8000D3TN mit drei zusätzlichen Papierfächern rundet das Angebot ab. Damit können den Druckern der Serie zwischen 650 und 2.150 Blatt zugeführt werden. Alle Modelle sind zudem mit einem optionalen Ausgabefach für Sortier- und Heftfunktion erhältlich und lassen sich so bei Bedarf nachrüsten.



Horst Dieter Lehmann

# Aufträge

Nicht nur die Natur präsentiert sich in vielen Farben, sondern auch zahlreiche Kameramodelle. Aber diese beschränken sich keineswegs nur auf ihr Äußeres, sondern wetteifern mit den Handys um Flexibilität. Über 10 Megapixel

sind fast schon normal, darüber hinaus sind Vierfach-Zoom und 30 Fotos pro Sekunde möglich, und dabei bleibt es keinesfalls.

Wer nichts zu lachen hat, muss trotzdem lächeln, denn sonst kommt er nicht aufs Bild. Nun gibt es aber auch eine Kamera, die die Hauttöne verbessert. Da fällt auch das Schminken flach. Die Gesichtserkennung ist in, ersetzt sie vielleicht bald das Passbild? Wunder über Wunder, aber am wichtigsten ist für den Händler der Verkauf, und für den Handwerker, Foto-designer und Lichtbildkünstler der Auftrag bzw. genug gewinnbringende Aufträge.

Wie sieht es damit aus, jetzt, wo die Sonne höher steht, es blüht und grünt, wohin man schaut? Würde ich nun sagen: „Überall rosig“, könnte man fragen, durch was für eine Brille ich gucke. Das wäre genau so, als wenn man die gesamte Weltlage hochjubeln wollte. Aber bleiben wir bei dem, was uns am nächsten liegt, bei Fotohandel und Handwerk.

Im Fotohandel sieht es nicht ganz so aus wie auf dem Automarkt. Aber wir bekommen ja auch keine Abwrackprämie. Ein Fotohändler hatte da eine gute Idee: Er forderte seine Kunden auf, alte Kameras bei ihm abzuliefern. Unentgeltlich. Er sammelt die Kameras und stellt sie aus. Sie werden dann in einer Aktion versteigert, und der Erlös kommt dem Kirchenkreis zugute, der es in den Kindertagesstätten Kindern aus nicht so begüterten Familien ermöglicht, am gemeinsamen Mittagessen teilzunehmen.

Die Wirtschaft lahmt, die Aufträge sinken, wir können nur hoffen, dass mit gestiegenen Temperaturen auch die Umsätze steigen, vor allem aber die Gewinne. Letzteres ist vor allem wichtig, denn mit Preisunterbietungen kommt man oft nicht weit.

Beispiele gibt es ja genug. Es ist und war gerade die Zeit der Kommunionen und Konfirmationen – früher eine Domäne für den Fotografen vor Ort. In einer Kirchengemeinde nahm ein junger Fotograf dem alteingesessenen Meister die Arbeit ab – mit horrenden Preisunterbietungen. In einer anderen Gemeinde machte der Küster die Aufnahmen und stellte sie ins Internet. Die meisten Kirchen verfügen ja heute über eine eigene Website. Nun konnte sich jeder Interessent seine Bilder selber machen. Nur waren diese nicht ganz scharf. Schade für die Betroffenen. Nur der ebenfalls „betroffene“ Fotograf konnte sich eines kleinen (unchristlichen), schadenfreudigen Lächelns nicht erwehren.

Fazit: Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen.

Die Zeiten sind längst vorbei, dass es wünschenswert war, möglichst die Meisterprüfung zu besitzen, wenn man Passbilder machen wollte. Damals waren auch die einzigen „Fremdanbieter“ die Schnellautomaten in den Bahnhöfen. Von Fachleuten milde belächelt, von der Jugend aber als Spaßmacher mit Grimassenschneiden und ähnlichen Scherzen gern benutzt. Vor den Bahnhöfen standen damals auch oft noch Fotografen, welche (unverbindlich) Passagiere ablichteten. Wir nannten sie auch „Wanderfotografen“, die es in abgewandelter und seriöser Form heute genügend gibt.

„Kommen die Kunden nicht zu dir, dann gehe zu ihnen“, lautet die Devise. Darunter verstehen wir die Kindergarten-, Schul- und Kaufhausfotografen, die zu den besten Zeiten wie Schulanfänge und vor Weihnachten regelmäßig auftauchen und den ortsansässigen Fotografen wenig Freude bereiten. Freude bereiten aber offensichtlich immer mehr Akt- und Nacktaufnahmen! Wie anders ist es sonst zu verstehen, dass heute fast jeder Fotograf damit wirbt und auch im Fenster ausstellt – vorwiegend in Schwarzweiß.

Das ist nun schon eine selbstverständliche Sache, und niemand regt sich darüber noch auf. Neu war mir bislang aber, dass auch auf diesem Gebiet Fotografen/innen unterwegs sind, um Kunden in ihrer vertrauten Umgebung abzulichten. Sie bringen Lampen und Geräte mit. Die Bilder landen meist im Internet. Hier kenne ich mich jedoch nicht so gut aus, und ich gehöre auch noch der „Nach-Adenauer-Generation“ an, in der man nicht so freizügig war.

Die Technik triumphiert überall, nicht nur im digitalen Foto-markt. Man muss sie nur beherrschen. Die Kinder werden vom Kindergarten an mit Computern vertraut gemacht. Später müssen sie nur lernen, dass diese nicht nur zum Spielen da sind. Die ältere Generation tut sich da etwas schwerer, ist aber durchaus lernbereit – was bleibt ihr auch anderes übrig?

Die Fotoindustrie kommt ihr da sehr entgegen. Auf Knopfdruck machen die Kameras nicht alles, aber nicht selten viel zu viel. Mit Pixeln und Belichtungszeiten braucht sich niemand zu befassen, sprachen wir anfangs von Pixeln von über 10 bis 20, so gilt das hauptsächlich für Profi- und Semi-Kameras in Schwarz.

Die bunten Kameras liefern Klassebilder in Farbe bei durchschnittlich 7 bis 8 Megapixeln. Aber wie gesagt, darüber braucht man sich keine Gedanken zu machen. Selbst die Profis wissen, dass man mehr auf das Objektiv achten sollte, denn das muss die Motive sehen. Das können einige flache Modelle ohne weiteres, von der Biene auf der Blume bis zum Vogel im Baum auf weite Entfernungen.

Also nichts wie ran, denn nie war Fotografieren so gut und preiswert wie heute!



## Aluminiumleisten im Holzlook von NielsenBainbridge

„Nielsen Gilded“ heißt eine neue Aluminiumleiste mit Holz-Charakter von NielsenBainbridge. Sie soll dazu beitragen, das Problem zu lösen, dass sich großformatige Bilder nur schwer in Rahmen mit dünnen Holzleisten unterbringen lassen. Das Novum verbindet die Stabilität von Aluminiumprofilen mit der Anmutung klassischer Holzleisten. Bei Gilded handelt es sich um ein handgefertigtes Aluminiumprofil in dekorativer Gold- oder Silberfarbe, das in sechs unterschiedlichen Ober-

flächen angeboten wird. Je nach Profiltyp stehen Leistenbreiten in acht bzw. elf Millimetern in den Farben Antik Gold, Antik Silber und Antik Schwarz sowie in Kupfer zur Verfügung. Die elegante Leiste richtet sich an Verbraucher, die großformatige Bilder oder Poster einrahmen möchten und gleichzeitig die Optik eines Holzrahmens bevorzugen. Aber auch kleinere Kunstwerke wie Radierungen, Stiche oder Kreidezeichnungen lassen sich in Gilded präsentieren. Das Aluminium-Profil Gilded ist ab sofort erhältlich und kann als Zuschnitt im Wunschformat oder passgenau für das jeweilige Bild bestellt werden.

## Falk liefert Navis ab Mai mit Falk Navigator 9.0 aus

Die Geräte der Falk 2nd Edition, M4, M8, F4 und F6, werden ab Mai mit der Software „Falk Navigator 9.0“ ausgeliefert. Die neue Echt-Sicht-Funktion, standardmäßig in den F-Serie-Geräten enthalten und optional für die M-Serie, sollen die Fahrsicherheit erhöhen. So schaltet die Software beispielsweise an unübersichtlichen Stellen auf Auto-

bahnkreuzen automatisch in eine realitätsnahe Sicht und erleichtert so das Einordnen in die richtige Spur. Falk Navigator 9.0 bietet auch einen Start-Assistenten, ein komfortabel zu bedienendes Kurz-Menü sowie einen Bordcomputer. Ebenfalls neu ist die Diebstahlsicherung per PIN. Ein „Newest Map“-Angebot für die neue



Software stellt sicher, dass sich der Käufer das aktuelle Kartenmaterial bis zu 30 Tage nach dem Kauf ohne Zusatzkosten herunterladen kann. Die lernenden Navigationsgeräte von Falk, die dem Fahrer zu jeder Tageszeit die schlaueste Route vorschlagen, sind mit der neuen Software Falk Navigator 9.0 und den neuen Funktionen noch einfacher zu bedienen.

## Cullmann bietet die neuen Magnesit-Stativ in elf Modellvarianten an

Elf Modellvarianten umfasst die neue Stativserie Magnesit, die neu im Cullmann Sortiment ist. Magnesit-Stativ erfüllen nach Angaben des Herstellers höchste Ansprüche an Stabilität, Qualität, Vielseitigkeit und Design. Für Stativstern, Drucktasten, Gelenkstücke, Stativbeinklemmen und Kopfplatte wird hochfester Magnesium-Druckguss verwendet. Die Stativbeine und die drehbare Mittelsäule sind aus Carbonfaser bzw. Aluminium. Dadurch erreichen Magnesit-Stativ eine deutlich höhere Standfestigkeit und ein wesentlich geringeres Eigengewicht als herkömmliche Stativ. Das Modell Magnesit 532C mit Carbon Stativbeinen garantiert eine Belastbarkeit bis zu acht Kilogramm bei 2,2 Kilogramm Eigengewicht. Weitere Stativ mit verwindungssteifen und schwingungsgedämpften Carbon Stativbeinen sind die Modelle Magnesit 525C, 528C (Bild rechts) und das Einbeinstativ Magnesit 580C. Ebenfalls sehr stabil und leicht sind Magnesit 519, 522, 525, 525M, 528, 532 und das Einbeinstativ Magnesit 550 mit Aluminium-Stativbeinen. Die Modelle Magnesit 519 und 522 werden komplett mit einem Drei-Wege-Panoramakopf mit Schnellkupplungssystem ausgeliefert. Das



Magnesit 525M hat als weiteres Plus ein Einbeinstativ mit Innenklemmung inklusive. Die neu entwickelte Stativbeinklemmung überzeugt durch schnelles und zuverlässiges Arretieren der Stativbeine und sorgt für einen sicheren Stand. Die vierfache Beinwinkelverstellung lässt sich einfach und sicher über ergonomische Drucktasten bedienen. Durch die extreme Beinspreizung liegt die minimale Arbeitshöhe bei zirka 30 Zentimetern. Als maximale Arbeitshöhe werden beim Modell Magnesit 532/532C 182 cm erreicht. Speziell für bodennahe Aufnahmen wird jedes Magnesit Stativ mit einer zusätzlichen kurzen Mittelsäule mit Magnesium-Kopfplatte mit 1/4- und 3/8-Zoll-Wechselgewinde ausgeliefert. Für exaktes Ausrichten ist im Stativstern eine Wasserwaage integriert. Verstellbare Spikes aus Stahl und rutschfeste Gummifüße lassen sich schnell und einfach an den jeweiligen Untergrund anpassen. Eine Schaumstoff-Ummantelung an den oberen Stativbeinen schützt vor Stößen und Kälte und erhöht den Tragekomfort. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen liegen zwischen 50 und 249 Euro.



# Nachgedacht: ... über die Ehrlichkeit von Parteimitgliedern

Wer jetzt, wenige Monate vor der nächsten Bundestagswahl, darüber nachdenkt, in eine unserer großen Parteien einzutreten, sollte sich zuvor darüber informieren, was ihn das Abenteuer einer Mitgliedschaft in der CDU oder SPD kosten könnte. Beim Nachdenken habe ich mir vorgestellt, dass der Mitgliedsbeitrag für Parteimitglieder einheitlich festgelegt ist, so ähnlich wie in einem Fußballverein, ohne dass das Einkommen der Mitglieder dabei eine Rolle spielt. Damit lag ich allerdings daneben.

Denn zumindest die beiden großen Volksparteien erheben ihre Beiträge unter Berücksichtigung des monatlichen Einkommens, wobei die CDU vom Brutto- und die SPD vom Nettobetrag ausgeht. Als ich darüber nachdachte, warum das so ist, kam mir der nicht ganz ernstgemeinte Gedanke, die SPD könnte am Ende deshalb so vehement für höhere Steuern kämpfen, damit die Mitgliedschaft für die Bezieher hoher Einkommen endlich billiger wird. Erstaunlich ist, dass die monatlichen

Beiträge der CDU und SPD ausgesprochen weit auseinanderliegen. In der CDU zahlt man bei einem Bruttoeinkommen von über 5.000 Euro monatlich mindestens 50 Euro; bei der SPD ist man ab einem Nettoeinkommen von 4.100 Euro jeden Monat mit mindestens 245 Euro dabei. Kein Wunder, dass die CDU inzwischen mehr Mitglieder hat als die SPD, der man schon ab einem Alter von 14 Jahren beitreten kann und die zum 31. März 2009 516.954 Mitglieder zählte – die CDU/CSU (Mindestalter 16 Jahre) wies dagegen im November 2008 eine Mitgliederzahl von 530.194 aus. Beim Nachdenken stellte sich bei mir großes Unbehagen ein, dass sich der Eintrittswillige seinen Mitgliedsbeitrag auf der Basis seines Einkommens selbst ausrechnen soll. Denn ich kann mir nicht vorstellen, dass die Ehrlichkeit zunimmt, je höher das monatliche Einkommen ist. Im Gegenteil: Es ist zu vermuten, dass gerade bei den Mitgliedern, die das höchste Einkommen haben, am meisten geflunkert wird – um Geld zu sparen oder weil ihnen die Mitgliedschaft einfach nicht mehr wert ist. Umgekehrt kann man natürlich vermuten, dass die Mitglieder mit dem geringsten Einkommen am ehrlichsten sind – wenn sie sich nicht sogar ein wenig höher einstufen, um nicht zugeben zu müssen, wie wenig sie tatsächlich verdienen.

Als ich weiter darüber nachdachte, welche Schlüsse man aus dem ganzen Szenario ziehen sollte, kam ich zu dem Schluss, dass ich auch weiterhin keiner Partei angehören möchte. Ich will nämlich nicht lügen...

H. J. Blömer

## Mitgliedsbeitrag der SPD

### Beitragstabelle

| Bei einem monatlichen Nettoeinkommen | sind die monatlichen Mitgliedsbeiträge |
|--------------------------------------|----------------------------------------|
| bis 1.000 €                          | 5 € bis 8 €                            |
| 1.000 € bis 2.000 €                  | 8 € bis 25 €                           |
| 1.500 € bis 2.000 €                  | 25 € bis 55 €                          |
| 2.000 € bis 3.000 €                  | 55 € bis 135 €                         |
| 3.000 € bis 4.100 €                  | 135 € bis 245 €                        |
| über 4.100 €                         | 245 € und mehr                         |

Jedes Mitglied stuft sich im Rahmen der zutreffenden Gruppe selbst ein. Der jeweils erstgenannte Beitragswert stellt den erwarteten Mindestbeitrag dar.

## Mitgliedsbeitrag der CDU

Die Mitglieder sind gebeten, einen ihrem Einkommen entsprechenden Beitrag zu leisten. Für die Selbsteinschätzung gilt folgende vom 13. Parteitag der CDU Deutschland im April 2000 beschlossene Tabelle:

| Bruttoeinkommen monatlich | Beitrag monatlich  |
|---------------------------|--------------------|
| bis 1.000 €               | 5 €                |
| bis 1.500 €               | 5 € bis 10 €       |
| bis 2.000 €               | 10 € bis 15 €      |
| bis 3.500 €               | 20 € bis 35 €      |
| bis 5.000 €               | 35 € bis 50 €      |
| über 5.000 €              | 50 € und mehr Euro |

## Dr. Kyra Sänger: Das Profi-Handbuch zur Canon EOS 1000D

Die bekannte Autorin und Naturfotografin Dr. Kyra Sänger führt in ihrem Buch detailliert in dieameratechnik der EOS 1000D ein, Canons Einsteigerkamera, und bietet damit vertiefte Einblicke in die moderne DSLR-Technik. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf dem Zusammenspiel von Aufnahme- und Motivsituation und den dazugehörigen Kameraeinstellungen, so dass auch ungewöhnliche Perspektiven sicher aufgenommen werden können. Zahlreiche Beispiele aus der Fotopraxis wie beispielsweise das Fotografieren von Personen, Sehenswürdigkeiten und Landschaften, dienen dazu, dem Leser wertvolle Tips und Anregungen zu vermitteln, wie er die Kamera in verschiedenen Situationen erfolgreich einsetzen kann. Das Kamerabuch ist so gegliedert, dass einer ersten Erklärung der wichtigsten

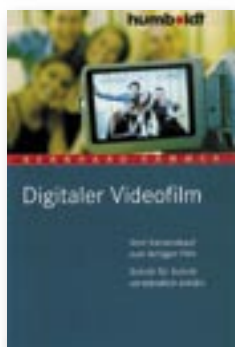


Begriffe Beispiele zum Zusammenhang von Brennweite und Bildwinkel über Belichtungszeiten und ISO-Einstellungen bis hin zur Wahl einer motivgerechten Blende folgen. Zahlreiche Abbildungen, anschauliche Vorher-Nachher-Fotos und ganze Bildreihen zum Vergleichen der unterschiedlichen Einstellungen erleichtern das Nachvollziehen der Workshops. Weitere Themen des Buches sind die Grundlagen der Blitzfotografie, die Verringerung von ISO-Rauschen, die Nutzung von Available-Light und das Gelingen von kreativen Langzeitaufnahmen. Aufgezeigt werden darüber hinaus auch die Grenzen der Kamera-Belichtungsautomatik. Workshops zeigen detailliert, wie man je nach Motivkontrast die Belichtung gezielt steuert und bei schwierigen Lichtbedingungen manuell in den Weibleich eingreift.

Dr. Kyra Sänger: Das Profi-Handbuch zur Canon EOS 1000D. Alles, was in der Bedienungsanleitung zu kurz kommt. Im Buch: Testcharts zum Abfotografieren. 324 Seiten, Data Becker, Digital ProLine, Düsseldorf 2008, ISBN 978-3-8158-2677-5, 39,95 Euro.

## Bernhard Kämmer: Digitaler Videofilm

Wie ein Bild, so sagt erst recht ein Videofilm mehr als tausend Worte. Um jedoch einen Film zu kreieren, den dann auch alle sehen wollen, sind einige wenige Regeln zu beachten, um System und Stil in das Selbstgedrehte zu bringen. Das Stichwort lautet Nachbearbeitung. Hierbei ergeben sich faszinierende Möglichkeiten durch den Schnitt, mit Effekten, mit Titel und Nachvertonung das eigene Werk in eigener Regie zu perfektionieren. Anschließend ergeben sich viele Variationen der weiteren Nutzung: Man kann die Videofilme zu Hause auf dem Flachbildschirm mit angeschlossenem Heimkino vorführen oder sie via Internet hochladen und im World Wide Web presentieren. So hat in der schier endlos erscheinenden Bilderflut des Internets das Videportal YouTube ein Gefa und Werkzeug der visuellen Kultur entwickelt. Mit dem Buch von Bernhard Kämmer gelingt der Einstieg in das digitale Filmen von Anfang an. Von der Auswahl des passenden Camcorders bis zur Vorführung der eigenen Filme erläutert der Autor detailliert alle Schritte: Technik, Zubehör,



kreatives Filmen, eigene Homepage, Videoportale. In dieser Vielfalt findet auch der Fortgeschrittene viele praktische Tips. Bernhard Kämmer: Digitaler Videofilm. Vom Kamerakauf zum fertigen Film. Schritt für Schritt verständlich erklärt. 224 Seiten,

135 Farbfotos, 14,5 x 21,5 cm, Broschur, Humboldt Verlag, Hannover 2008, ISBN 978-3-89994-170-8, 14,90 Euro.

## Joe McNally: Der entscheidende Moment

In diesem außergewöhnlichen Bildband verrät der Weltklasse-Fotograf Joe McNally seine Erfolgsrezepte und erklärt dabei bis ins Detail, wie seine brillanten Aufnahmen entstanden sind. Dabei erfährt der Leser und Betrachter die hart erarbeiteten Branchentricks, die sich sonst nur demjenigen erschließen, der einen Großteil seines Lebens hinter der Kamera verbracht hat.



Didaktisch hervorragend ist der dreigeteilte Aufbau des Foto- und Lehrbuchs: Zunächst wird in einem kurzen Satz die jeweilige Bildidee prägnant zusammengefasst. Dazu wird eines von Joe McNallys Bildern presentiert, das die beschriebene Technik illustriert. Komplettiert wird dieses Drei-Säulen-Modell durch eine ausführliche Beschreibung, wie die Aufnahme entstanden ist, welche Ausrüstung verwendet wurde (Objektiv, Blende, Licht, Zubehör etc.) und mit welchen Problemen er dabei zu kämpfen hatte. Darüber hinaus ist das Buch eine wahre Inspirationsquelle. Und es hilft dabei, die Kunst des Fotografierens auf hohem Niveau zu verstehen.

Abgerundet wird das Werk durch ein Schlusskapitel, in dem der Leser mehr über Joe McNally erfährt. Er erzählt einige faszinierende, unglaubliche, frustrierende und auch bewegende Geschichten aus seinem Leben hinter der Kamera.

Joe McNally: Der entscheidende Moment. Ein Weltklasse-Fotograf packt aus. 244 Seiten, Addison-Wesley Verlag, München 2008, ISBN 978-3-8273-2692-8, 39,95 Euro.

### Personello mit Produkten von Webprint.nl

Die Personello GmbH bietet auf ihrer Plattform FotoRado.de ab sofort Foto-produkte des niederländischen Test-siegers Webprint.nl an. Dazu gehören unter anderem die mehrfach ausgezeichneten Fotobücher, Fotoalben und -abzüge. Der holländische Verbraucherverband „consumentenbond“ empfiehlt bei seinem aktuellen Test von Fotobüchern Webprint.nl als den besten Service. Bei einem weiteren Test von Trendbox.nl lagen die Fotoprints des holländischen Fotospezialisten auf Platz eins. Die Qualität auf professionellem Fujifilm-Papier sowie der Preis (0,05 Euro pro Abzug im Format 10 x 13) überzeugten die Tester. Der Service von FotoRado ist sofort ohne zusätzliche Software und unabhängig vom Betriebssystem nutzbar. Die Fotoalben werden in verschiedenen Ausführungen und Formaten angeboten. Vorlagen zum Hintergrund- und Seitendesign helfen beim Gestalten des Buches.

Die User haben auf [www.FotoRado.de](http://www.FotoRado.de) die Möglichkeit, ihre gesamten Bilder hochzuladen und dort kostenlos in Originalgröße beliebig lange gespeichert zu lassen. Die Fotos stehen ihnen immer zur Verfügung – egal ob für weitere Bestellungen unterschiedlichster Produkte oder einfach nur, um sie sich anzuschauen.

### Canon Deutschland übernimmt Saxocom

Die Canon Deutschland GmbH hat das IT-Systemhaus Saxocom Büro- & Informationssysteme AG in Dresden übernommen. Die neue Canon Tochtergesellschaft wird unter dem Namen „Canon Business Center Region Dresden – operated by Saxocom“ operieren. Mit der Akquisition baut Canon sein Netzwerk von Canon Business Centern (CBC) weiter aus. Die Saxocom AG wird weiterhin in ihren Kernkompetenzen Informationstechnologie, Druck- und Kopiermanagement sowie Produkte und Dienstleistungen anbieten.

ten. „Neben dem CBC in Leipzig wollten wir in Sachsen noch ein weiteres kompetentes und zukunftssträchtiges Team platzieren. Wir freuen uns, dass Saxocom nun zu unseren Canon Business Centern zählt und dass wir auf ein exzellentes Know-how zugreifen können“, kommentierte Jeppe Frandsen, Geschäftsführer Canon Deutschland. 2008 erwirtschaftete die Saxocom AG einen Umsatz von 16 Mio. Euro.

### ComLine GmbH vertreibt jetzt Business Produkte von Epson

Die ComLine GmbH (Flensburg) vertreibt ab sofort die Business Produkte von Epson aus den Bereichen Nadel-drucker, Laser- und Business-Inkjet-Drucker sowie die Consumer-Linie mit Foto-Produkten und Fotoviewern. Von der Kooperation erwartet Epson eine höhere Marktdurchdringung im Kreativbereich, da ComLine ein wichtiger Anbieter von Apple-Produkten ist und hier vor allem im Geschäftskundenbereich eine starke Position hat.

### Der Ravensberg – Berufliche Schule und Abendgymnasium – sucht zum 1. August 2009 für seine Abteilungen

#### Landesberufsschule Photo+Medien Kiel / Berufsfachschule für Fotodesign Kiel eine

### Lehrkraft für Fotografie bzw. Foto- und Medientechnik

#### Aufgabenbereiche

- Einsatz in den Fachklassen für die Ausbildungsberufe Fotograf/Fotografin, Fotomedienlaborant/Fotomedienlaborantin Fotomedienfachmann/Fotomedienfachfrau
- Einsatz in den Klassen des vollschulischen Bildungsganges „Staatlich geprüfter Fotodesigner/Staatlich geprüfte Fotodesignerin“

#### Anforderungen

Sie haben eine fundierte Ausbildung im Bereich Foto und Medien oder verwandten Fachgebieten. Wünschenswert sind Erfahrungen aus beruflichen Tätigkeiten in der Foto- und Medienbranche.

#### Schulprofil

Die Landesberufsschule Photo+Medien Kiel und die Berufsfachschule für Fotodesign Kiel arbeiten in enger Kooperation mit dem Photo+Medienforum Kiel zusammen, der bundesweit renommierten Institution für die Weiterbildung in der Foto- und Medienbranche. Unser Haus ist – mit Unterstützung von Unternehmen und Verbänden aus der Foto- und Medienbranche – ausgestattet mit modernen EDV-Räumen zur digitalen Bildbearbeitung, sehr gut ausgestatteten Studios und Fachlaboren, einem digitalen Minilab sowie aktuellen Kamerasystemen verschiedenster Hersteller. Sie arbeiten in einem Team fachlich und pädagogisch kompetenter Lehrkräfte, die im Jahr – größtenteils im Rahmen von Blockunterricht – ca. 300 Auszubildende bzw. Schüler unterrichten.

#### Bewerbungen

Ihre aussagekräftige Bewerbung richten Sie bitte bis zum 15.05.2009 an die Landesberufsschule Photo+Medien Kiel, zu Händen Jürgen Christ, Feldstraße 9-11, 24105 Kiel. Für telefonische Vorabinformationen steht Ihnen Jürgen Christ unter den Rufnummern 04 31-57 97 0 23 oder 04 31-57 97 0 17 zur Verfügung.

Die Landesregierung Schleswig-Holsteins setzt sich für die Beschäftigung schwerbehinderter Menschen ein. Daher werden schwerbehinderte Bewerberinnen und Bewerber bei entsprechender Eignung bevorzugt berücksichtigt. Weiterhin ist die Landesregierung bestrebt, ein Gleichgewicht zwischen weiblichen und männlichen Beschäftigten zu erreichen.

Frauen werden daher bei gleichwertiger Qualifikation im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten vorrangig berücksichtigt. Teilzeitbeschäftigungen sind möglich. Sollten Sie nach Abschluss des Bewerbungsverfahrens eine Rücksendung Ihrer Bewerbungsunterlagen wünschen, legen Sie bitte einen ausreichend frankierten Rückumschlag bei.



**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

**S8, N8, 16mm, Dias, Negative auf DVD!**  
Profitieren Sie von unserer langjährigen Erfahrung!  
Gönnen Sie sich Ihr persönliches DVD Erlebnis und  
lassen Sie sich Ihre Dias, Negative, Filme oder Videos  
digitalisieren.

**Seit 1978**  
**Videotransfer Michael Richter**  
Tel. 06201 / 1 88 23 11  
E-Mail: videotransfer@arcor.de



**„Gibt es heute noch Helden? Für mich schon. Alle, die sich für Arme einsetzen.“**  
Tanja Mairhofer, Moderatorin  
**Werden Sie ein Held!**  
www.misereor50.de  
Mit Zorn und Zärtlichkeit  
an der Seite der Armen  
**50 MISEREOR**  
IHR HILFSWERK

## Foto-Aktienkurse

|                 |     | 21.04.2009 | Vormonat | niedrigst./höchst. Aktienkurs<br>der letzten 12 Monate |         |
|-----------------|-----|------------|----------|--------------------------------------------------------|---------|
| Canon           | YEN | 2.955      | 2.795    | 2.115                                                  | 5.820   |
| Casio           | YEN | 777        | 666      | 481                                                    | 1.565   |
| CeWe Color      | EUR | 19,15      | 15,73    | 10,89                                                  | 26,60   |
| Du Pont         | USD | 26,74      | 20,66    | 16,05                                                  | 52,49   |
| Eastman Kodak   | USD | 4,06       | 3,76     | 2,01                                                   | 23,06   |
| Epson           | YEN | 281        | 284      | 150                                                    | 425     |
| Fujifilm        | YEN | 2.515      | 2.228    | 1.694                                                  | 4.320   |
| Hewlett-Packard | USD | 34,68      | 28,85    | 25,39                                                  | 49,97   |
| Hitachi         | YEN | 319        | 269      | 230                                                    | 843     |
| Imation         | USD | 9,82       | 7,39     | 6,94                                                   | 27,41   |
| Jenoptik        | USD | 3,44       | 3,70     | 3,07                                                   | 6,21    |
| Leica           | EUR | 2,80       | 2,90     | 2,02                                                   | 12,19   |
| Metro           | EUR | 29,52      | 24,74    | 16,72                                                  | 52,10   |
| Olympus         | YEN | 1.667      | 1.631    | 1.210                                                  | 3.760   |
| Samsung         | KRW | 591.000    | 549.000  | 403.000                                                | 764.000 |
| Sharp           | YEN | 1.053      | 810      | 554                                                    | 1.910   |
| Sony            | YEN | 2.545      | 2.003    | 1.491                                                  | 5.560   |
| Spector         | EUR | 0,64       | 0,49     | 0,32                                                   | 1,29    |
| Toshiba         | YEN | 324        | 266      | 204                                                    | 953     |

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

## Anzeigenschluss für Kleinanzeigen

in der Ausgabe 6 /2009 ist der 18. Mai 2009.

Senden Sie uns einfach ein Fax an: 0 21 02 / 20 27 90

## Inserenten-Verzeichnis

C.A.T.-Verlag ..... 31, 3. U. Matthiessen ..... 37  
CeWe-Color ..... 13 RCP-Rollei ..... 35  
Fujifilm Electr. Imaging ..... 4 Samsung ..... 4. U.  
Kodak ..... 9 Zeiss ..... 15  
Kürbi ..... 17 Kleinanzeigen ..... 44 – 46  
Beikleber: S+M Rehberg

## IMPRESSUM imaging+foto-contact

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

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

### Herausgeber:

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

### Redaktion:

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

Jürgen Günther  
Dr. Herbert Päge  
Jutta Ramlow  
Dipl.rer.pol. Karla Schulze

### Neuheitenredaktion:

Jürgen Günther

### Text- und Bildbeiträge:

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

### Anzeigen:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)  
Ralf Gruna  
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste  
Nr. 36 v. 1. Januar 2009

### 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



# 6.229 zahlende Abonnenten (IVW 4/2008)

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

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 7.400 Exemplaren bundesweit (IVW 4/2008). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 7.400 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 645,- €, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 323,- €. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 36 v. 01.01.2009) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

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

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

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

### Fotografen/-in

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

**Foto Studio • Mustermannstr. 70 • 20000 Bilderberg**

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

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

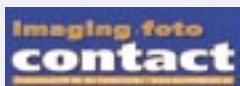
**zum**

**mm-Preis von**

**1,61 € x 85 mm hoch =**

**136,85 €**

**zzgl. gesetzl. MwSt.**



## Auftrag

## Klein- und Personalanzeigen

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

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

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

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

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

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

## Gelegenheits- und Stellenanzeigen

### Mein Anzeigentext lautet:

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

i+fc 5/2009

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

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

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel  
mit genauer Anschrift

# Sind Sie auf dem laufenden?

Die aktuelle Internet-Seite von **imaging+foto-contact**



Ein Klick – alles im Blick!  
[www.worldofphoto.de](http://www.worldofphoto.de)



# Jetzt registrieren!

Ihr kostenloser Newsletter wartet!



# Entdecken Sie ihr ganzes Geheimnis mit dem 24-mm-Ultra-Weitwinkelobjektiv.



## MEHR WEITWINKEL FÜR MEHR TIEFGANG.

Fotografieren Sie wie ein Profi – mit der neuen WB550 Kamera von Samsung. Die weltweit erste Kamera mit 24-mm-Weitwinkelobjektiv und 10-fach optischem Zoom lässt Sie die Welt aus einem neuen Blickwinkel entdecken. Erfahren Sie mehr über die WB550 Kamera auf [www.samsung.de](http://www.samsung.de)



**24-mm-Weitwinkelobjektiv:**  
Maximaler Gestaltungsspielraum  
dank erweitertem Blickwinkel.



**Advanced Dual Image Stabilization:**  
Für schärfere Bilder auch in schwieriger  
Lichtsituation.



**10 x optischer Zoom:** Ermöglicht  
Nahaufnahmen selbst aus größerer  
Entfernung.



**Smart Album-Funktion:** Schnelle und einfache  
Bildersuche durch automatische Anordnung nach  
Aufnahmezeitpunkt, Datum und Farbton.



SAMSUNG SMART CAMERAS.  
INNOVATION MAKES IT EASY.

**SAMSUNG**