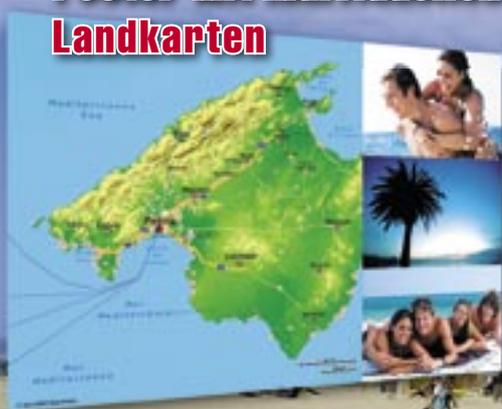


Cewe Color: Mit Innovationen auf Kurs

Poster mit individuellen
Landkarten



Neue Software
für Cewe Fotobuch



Bilanz 2009:
Ziele übertroffen



Systemkameras ohne Spiegel – Argumente en masse

Die digitale Aufnahmetechnik hat eine enorme Zunahme an Ausstattungsdetails mit sich gebracht, die, mit neuen Designansätzen, zu einer Ausweitung der potentiellen Zielgruppe geführt hat.

S. 18

Neue Trainingsplattform – Mehr wissen, mehr verkaufen

Auf www.fototraining.de, der neuen Trainingsplattform für den Fotohandel, stehen in Kürze Daten und Fakten zu aktuellen Produkten und Dienstleistungskonzepten kostenlos zum Download bereit.

S. 26

Sofortbild reloaded – Neue Materialien für Polaroid Kameras

Ziel erreicht: Das im Oktober 2008 gegründete Unternehmen The Impossible Project hat seine Ankündigung, in diesem Jahr neues Filmmaterial für Polaroid Kameras auf den Markt zu bringen, Wirklichkeit werden lassen.

S. 28



Ganz einfach 14-mal näher dran.

14fach optisches Zoom 28-392mm, 14,1 Megapixel, optischer Bildstabilisator, Smart AUTO, HD-Movieclips mit Stereo-Sound – die neue Canon PowerShot SX210 IS bringt Sie einfach näher ran und sorgt dafür, dass Sie tolle Geschichten in lebendigen Details festhalten können.

Die PowerShot SX210 IS – jetzt entdecken auf canon.de/IhreGeschichten



PowerShot
SX210 IS

Ihre Bilder.
Ihre Geschichten.

Canon

you can

Systemkameras in Bewegung Wieviel Spiegel braucht der Mensch?

Allein im letzten Jahr wurden 900.000 Systemkameras verkauft. Das waren mehr als 10 Prozent aller verkauften Kameras; gerade der qualifizierte Fotohandel, dessen Marktanteil in diesem Segment erklärungsbedürftiger Produkte besonders groß ist, konnte sich zudem über steigende Zubehör-Umsätze freuen.



Thomas Blömer, Verleger

Früher bedeutete „Systemkamera“ ausschließlich Spiegelreflex, wenn man von Nischenprodukten wie dem Leica M System einmal absieht. Das hat sich bekanntlich geändert: Panasonic und Olympus haben mit dem Micro Four Thirds Standard sozusagen die spiegellose digitale Systemkamera erfunden.

Inzwischen sind die beiden Micro Four Thirds Pioniere, die in diesem Frühjahr die zweite Generation ihrer Systemkameras vorgestellt haben, nicht mehr allein in dieser Kategorie: Das im Dezember angekündigte Ricoh GXR System mit den auswechselbaren Objektiv-Modulen mag noch als exotischer Außenseiter gelten, aber Samsung mit dem NX System

und demnächst Sony mit spiegellosen Alpha-Modellen wollen mit Sicherheit nicht nur im oberen Marktsegment ihr Image pflegen, sondern auch auf Stückzahlen kommen und Marktanteile erringen. Dabei setzen die beiden Letztgenannten nicht auf den Micro Four Thirds Standard, sondern auf größere Bildsensoren im Format APS-C.

Bei der Ankündigung des Micro Four Thirds Standard haben Olympus und Panasonic betont, die neue Kamera-Kategorie solle den Markt für Systemkameras vergrößern. Aber auch wenn es nicht laut gesagt wird: Die neuen „Spiegellosen“ sind ein Angriff auf das etablierte SLR-Segment. Das wird bekanntlich seit Jahren von zwei Anbietern dominiert, die zusammen auf rund 80 Prozent Marktanteil kommen. An dieser Dominanz haben sich in den letzten Jahren alle anderen Hersteller trotz einiger Achtungserfolge die Zähne ausgebissen. Da ist es ein logischer Schritt, ein neues Marktsegment zu eröffnen, in dem die Karten neu gemischt werden.

In Japan kamen die Kameras von Panasonic und Olympus im Dezember letzten Jahres auf einen Anteil von 15 Prozent am Systemkamera-Markt; in Europa blieb der Anteil (laut GfK) noch unter 5 Prozent – mit starken Unterschieden von

Land zu Land: In Deutschland waren es zum Beispiel im Dezember 2009 2,6 Prozent (nach 3,4 Prozent im November und 3,6 Prozent im Oktober), in Großbritannien dagegen 10,9 Prozent.

Mit Samsung und demnächst Sony werden zwei potente Hersteller in diesem Jahr mit Sicherheit noch für einigen Wirbel in dieser Klasse sorgen. Abzuwarten bleibt, ob Canon und Nikon diesem Treiben tatenlos zusehen werden. Wahrscheinlich ist das nicht: Im Umfeld der japanischen Fotomesse CP+ im März erklärten beide Hersteller, sie seien in der Lage, spiegellose Systemkameras auf den Markt zu bringen, wenn sich die Nachfrage für diese Kameraklasse weiterhin positiv entwickle. Das klingt wie ein Allgemeinplatz; deshalb ist auch wichtig, dass keiner der beiden Hersteller erklärt hat, an diesem Segment kein Interesse zu haben. Daraus kann man schließen: Auch bei Canon und Nikon werden schon spiegellose Systemkameras entwickelt.

Das kann dem Fotohandel gerade in diesem Jahr recht sein, denn mit einem weiteren Anstieg der Spiegelreflex-Verkäufe ist voraussichtlich nicht zu rechnen. Da ist es gut, wenn die Systemkameras im Gespräch bleiben. Ein Grund mehr, sich auf die photokina 2010 zu freuen: Es wird spannend in Köln!

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Cewe Color will Gewinn in diesem Jahr verdoppeln: Mit Innovationen auf Kurs. 8

Editorial

Systemkameras in Bewegung –
Wieviel Spiegel braucht der Mensch? 3

Wichtiges aus worldofphoto.de 6

Unternehmen

Cewe Color will Gewinn in diesem Jahr verdoppeln: Mit Innovationen auf Kurs. 8

Neue Materialien für Polaroid Kameras –
Sofortbild reloaded 28

Bilddienstleistungen

Verbesserte Konditionen durch FotoToGo –
Gemeinsam stark sein 14

Handel

Wertgarantie sichert zusätzlichen Ertrag. 16

Systemkameras bieten immer mehr –
Argumente en masse 18

Neue Trainingsplattform foto-training.de:
Mehr wissen, mehr verkaufen. 26

Neuheiten 22, 25, 30

Erno vertreibt exklusiv
Fotorahmen mit Swarovski Steinen 24

PMA Newline Mai 2010

Aktuelles von der PMA 34
Aktuell aus der PMA Newline International . . . 35

Klein- und Personalanzeigen 32

Impressum 33

Cewe Color will Gewinn in diesem Jahr verdoppeln



Cewe Color hat im Geschäftsjahr 2009 die vom Management gesetzten Ziele in allen Bereichen übertroffen. Entsprechend selbstbewusst und optimistisch stellte

Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander auf der Bilanzpressekonferenz in Frankfurt die Zukunftsaussichten für Europas führenden Bilddienstleister dar. Nach dem abgeschlossenen Transformationsprozess stehen die Zeichen bei Umsatz und Ertrag wieder auf Wachstum. **Seite 8**

Verbesserte Konditionen durch FotoToGo – Gemeinsam stark sein



Unternehmen, die Produkte in großen Mengen beziehen, erhalten diese gewöhnlich zu günstigeren Kon-

ditionen. Der Preisvorteil trägt dann dazu bei, selbst billiger produzieren zu können oder beim Verkaufen höhere Spannen zu erzielen. di support will dieses Prinzip jetzt auch in den Bildermarkt tragen und die Position jedes Händlers gegenüber den Produzenten stärken. **Seite 14**

Neue Trainingsplattform foto-training.de



Verkäuferinnen und Verkäufer im qualifizierten Fotohandel haben es heute nicht leicht: Schnelle Produktzyklen bei Digitalkameras und Zubehör sowie eine immer größere Vielfalt bei den Bild-

dienstleistungen machen es zu einer echten Herausforderung, jederzeit die richtigen Verkaufsargumente parat zu haben. Mit der neuen Trainingsplattform www.foto-training.de soll sich das ändern: Hier stehen in Kürze Daten und Fakten zu aktuellen Produkten und Dienstleistungskonzepten kostenlos zum Download zur Verfügung. **Seite 26**



Immer aktuell:

www.worldofphoto.de

ZUM TITELBILD

BILDDIENSTLEISTUNGEN

HANDEL

Aus 6 Gründen ist der Kodak Adaptive Picture Exchange die Nummer 1 in Europa*

6 hervorragende Gründe, Ihre Gewinnchancen zu erhöhen.

Profitabel

Der **KODAK Adaptive Picture Exchange (APEX)** hält Ihre Betriebsausgaben gering, benötigt wenig Grundfläche und bietet spannende Premium-Produkte.

Modular

APEX ist die ultimative modulare und anpassungsfähige Drylab-Lösung, die mehr aus Ihrer aktuellen KODAK Picture Kiosk Investition machen kann.

Effizient

Mit APEX können Sie Ihre Produktivität und Effektivität mit der integrierten Workflow-Lösung von Kodak maximieren.

Einfach

APEX ist leistungsstark und einfach zu bedienen – so haben Ihre Angestellten mehr Zeit für den Verkauf.

Bewährt

APEX bietet Ihren Kunden über 500 qualitativ hochwertige Produkte¹, erstellt mit einem einzigen Druckmedium und einer Artikelnummer.

Umweltfreundlichere Bilder²

Mit APEX treffen Sie eine verantwortungsvolle Wahl, denn APEX verbraucht 70 – 90% weniger Energie³.

EXKLUSIVES ANGEBOT**

Beim Kauf eines KODAK Adaptive Picture Exchange 30 (APEX) erhalten Sie einen KODAK DL2100 Duplex Printer zum halben Preis⁴ (3.172 € unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers inkl. MwSt.). Angebot gültig bis 30. Juni 2010.

Erhöhen Sie Ihren Umsatz und bieten Sie Ihren Kunden mehr Auswahl. Vereinbaren Sie jetzt einen Gesprächstermin unter **0711/406-0**.
Email: de-ccc@kodak.com oder besuchen Sie: www.kodak.de/go/apex, um weitere Informationen zu erhalten.



Kodak

Zeit für Sie UND Kodak



Kodak
Adaptive
Picture Exchange

Die ultimative modulare
und anpassungsfähige
Drylab-Lösung

© Eastman Kodak Company, 2010. Marke: Kodak. Alle Angaben unterliegen kurzfristigen Änderungen. *Quelle: Installierte Basis, erste Jahreshälfte 2009 Euro 13 (GB, CH, SE, NO, NL, IT, DE, FR, DK, BE, AT). FutureSource Consulting GB, Sept. 2009. **Angebot gültig bei allen teilnehmenden Distributoren 1. Zwei unterschiedliche Oberflächen (satin und glänzend) und drei verschiedene Größen (10 x 15, 13 x 18 und 15 x 20 cm); Ausdrucke, Grußkarten, Kalender, Collagen und Fotobücher. Außerdem, mit optionaler Ausstattung erhältlich, abhängig von der APEX Ausstattung: Vergrößerungen bis 20 x 30 cm, doppelseitige Fotobücher, Kalender und Grußkarten, Poster bis zu 60 x 90 cm, KODAK Picture Movie-DVD, KODAK Picture CD und digitalisierte Bilder mit dem KODAK Rapid Print Scanner. 2. Spart Energie und Wasser, verglichen mit herkömmlichen Minilabors und verwendet keine Chemikalien. 3. Als vergleichbare Minilabors. Energieersparnis basiert auf Stromverbrauch-Tests mit Minilabors Fuji Frontier 340, Fuji Frontier 570, Noritsu QSS 2711, Gretag Master Lab 742 bei normalem täglichem Druckvolumen. Die tatsächlichen Ergebnisse können variieren. 4. Beim Kauf eines KODAK Adaptive Picture Exchange 30 (APEX) für 18.766 € (unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers inkl. MwSt.) erhalten Sie einen DL2100 Duplex Printer zum HALBEN PREIS (3.172 € unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers inkl. MwSt., halber Preis 1.586 € inkl. MwSt.). Das Angebot ist nur bei Abschluss gültig. Das Angebot endet am 30.04.10. Kann nicht in Verbindung mit einem anderen Angebot von APEX genutzt werden. Detaillierte Informationen erhalten Sie bei Kodak oder allen teilnehmenden Distributoren.

Junji Okada ist neuer Präsident bei Fujifilm Europe

Fujifilm Europe hat einen Wechsel in der Geschäftsführung gemeldet: Mit Wirkung 1. April wurde Junji Okada zum Präsidenten ernannt. Der 53-jährige Manager tritt die Nachfolge von Shigehiro Nakajima an, der eine neue Position in der Hauptverwaltung des Unternehmens in Tokio übernehmen wird. Von seinem Vorgänger übernimmt Okada alle Funktionen und Verantwortungsbereiche als Geschäftsführer der Fujifilm Europe GmbH, Düsseldorf, und der Fujifilm Europe B.V. in Tilburg, Niederlande.

Nach dem Erwerb von Universitätsabschlüssen in Japan und USA trat Okada 1979 dem Unternehmen Fujifilm bei.



Junji Okada

In der Konzernhauptverwaltung arbeitete er unter anderem als Manager der Corporate Planning und Corporate Finance Divisions sowie als General Manager der Investor Relations Division. Zuletzt war er Senior Vice President Corporate Division bei Fujifilm Europe mit Verantwortung für alle Corporate Funktionen, zu denen unter anderem die Ressorts Personal, Finanzen, Planung und Recht zählen.

„Wir bauen unsere Organisation in Europa weiter aus und entwickeln die Fujifilm Gruppe weiter zu einem führenden Unternehmen in vielen Bereichen“, sagte Okada. „Wir erweitern unsere strategischen Wachstumsbereiche in der Druck- und Medienindustrie, bei medizinischen Systemen, Life Science und fördern auch weiterhin den Imaging Sektor.“

Studie bescheinigt Lumix Kameras hohe Zuverlässigkeit

Panasonic baut laut einer aktuellen Studie der US-Versicherung Squaretrade die zuverlässigsten Digitalkameras: Mit 5,3 Prozent Ausfallquote in der Preisklasse bis 300 US-Dollar und sogar nur 1,9 Prozent bei den Geräten mit einem Preis bis 500 US-Dollar belegen sie jeweils den ersten Platz. In der Untersuchung wurden 60.000 Reklamationen innerhalb der ersten zwei Jahre ab Kauf überprüft. Im Durchschnitt weist innerhalb dieser Zeit jede zehnte Digitalkamera (10,7 Prozent) einen Defekt auf. Dabei handelt es sich in zwei von fünf Fällen um selbstverschuldete Ausfälle. Die Reklamationen liegen bei Panasonic als einzigem Hersteller bei Modellen bis 300 US-Dollar unter sechs Prozent. Die geringe Ausfallquote der Lumix Kameras von unter zwei Prozent bei den Modellen von 300 bis 500 US-Dollar ist sogar erheblich niedriger, als die der deutlich teureren Spiegelreflexkameras. „Von der einfachen Bedienung und der hervorragenden Bildqualität können sich unsere Kunden bereits vor dem Kauf direkt im Fachhandel überzeugen. Die ungeschlagene Zuverlässigkeit der Lumix Kameras erleben sie erst in den Jahren nach dem Kauf“, meinte Michael Langbehn, Manager Trade Marketing, PR und CSR Panasonic Deutschland. „Für unsere Ingenieure ist das Ergebnis ein tolles Lob und gleichzeitig Ansporn, die Spitzenposition zu verteidigen; für Endverbraucher ist es ein weiteres Argument, sich für eine Lumix zu entscheiden.“ Die Studie steht online unter www.squaretrade.com/pages/digital-camera-failure-rates-03-2010 kostenlos zur Einsicht zur Verfügung.

Neue Struktur beim Canon Professional Services

Seit dem 7. April präsentiert sich der kostenlose Canon-Professional-Services in neuer Struktur, um Profifotografen und -filmer in Europa noch besser zu unterstützen. CPS bietet jetzt verschiedene Kategorien der Mitgliedschaft an: Neben einer Silber- gibt es eine Gold- und eine Platinmitgliedschaft für Fotografen. Professionelle Filmer können sich separat für die Mitgliedschaft registrieren lassen.

Canon Deutschland bietet darüber hinaus auch weiterhin zwei kostenlose Clean & Checks pro Kalenderjahr für alle CPS qualifizierten Geräte der Mitglieder in Deutschland an. Auch weitere nationale Zusatzangebote wie beispielsweise Event-Support, Hausmessen oder Roadshows sind hiervon nicht beeinträchtigt und unabhängig zu sehen.

Die Registrierung für die Mitgliedschaft kann unter Angabe der entsprechenden Produkte direkt auf www.canon-europe.com/cps erfolgen. Welche

Produkte für die verschiedenen Mitgliedschaften benötigt werden, ist ebenfalls dort zu finden. Bereits registrierte Mitglieder werden gebeten, ihre Mitgliedschaft bis Juni auf der CPS-Internetseite zu aktualisieren.

Ton Marsman ist nicht mehr Webprint-Geschäftsführer

Ton Marsman, Geschäftsführer des Online-Bilddienstleisters Webprint B.V., Oldenzaal, Niederlande, hat das Unternehmen am 1. April verlassen. Das gab Webprint in einem Brief an Geschäftspartner bekannt. Marsman hatte das Unternehmen 2004 in Hengelo gegründet und seitdem geleitet. Neuer Geschäftsführer ist Arend F. de Groot. Weitere Einzelheiten sind nicht bekannt. Webprint vermarktet Bilddienstleistungen sowohl unter der eigenen Marke Photofun (in Deutschland unter www.photofun.de) als auch über die Internetseiten der Handelspartner. Nach dem Start als „Garagenunternehmen“ hatte der Bilddienstleister nach eigenen Angaben starkes Wachstum verzeichnet und im vergangenen Jahr seine Unternehmenszentrale in ein neues Gebäude in Oldenzaal verlegt.

Halten Sie den Erfolg fest

Mit dem neu kreierten Marktsegment von Samsung



Mit der neuen NX-Serie
kreativ Ihr Umsatzpotential steigern.

Mit der NX-Serie bietet Ihnen Samsung ein völlig neues und innovatives Kompaktsystemkamera-Segment. Für Kompaktkamera-Käufer, die Wert auf Gestaltungsfreiheit legen, stellt zum Beispiel die Samsung NX10 mit ihrem 14,6 Megapixel APS-C CMOS Sensor, RAW Bilddaten-Bearbeitung und weiteren zahlreichen hochwertigen Ausstattungsmerkmalen einen besonders attraktiven Kaufanreiz dar. Zusätzlich haben Sie durch das umfangreiche System- und Zubehörprogramm die Chance, Ihr Umsatzpotential zu maximieren. www.samsung.de

14.6M Samsung APS-C CMOS Sensor | RAW Bilddaten-Bearbeitung
Abblendtaste | 3.0" VGA AMOLED Display | HD Movie Recording



TURN ON TOMORROW

Cewe Color will Gewinn in diesem Jahr verdoppeln

Mit Innovationen auf Kurs



Cewe Color hat im Geschäftsjahr 2009 die vom Management gesetzten Ziele in allen Bereichen übertroffen. Entsprechend selbstbewusst und optimistisch stellte Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander auf der Bilanzpressekonferenz in Frankfurt die Zukunftsaussichten für Europas führenden Bilddienstleister dar. Nach dem abgeschlossenen Transformationsprozess stehen die Zeichen bei Umsatz und Ertrag wieder auf Wachstum.

Bedingt durch negative Währungseinflüsse in Osteuropa ging der Umsatz von Cewe Color im Jahr 2009 um 2,4 Prozent auf 409,8 Mio. Euro zurück; ohne diese Effekte hätte das Unternehmen ein reales Wachstum von 1,8 Prozent verzeichnet. Trotzdem lag der Umsatz im oberen Bereich des vom Management gesetzten Zielkorridors von 405 bis 410 Mio. Euro. Das Ergebnis vor Steuern und Restrukturierungskosten stieg um 18,9 Prozent auf 26,3 Mio. Euro und lag damit über den Erwartungen des Managements. Der Vorsteuergewinn nach Restrukturierungskosten in Höhe von 9,5 Mio. Euro stieg um 57,2 Prozent auf 16,8 Mio. Euro. Daraus ergab sich ein Nettoergebnis von 6,7 Mio. Euro – 4,3 Prozent weniger als im Jahr 2008, als Cewe Color von einem positiven Steuereffekt im Zusammenhang mit Forderungsverzichten gegenüber der Tochtergesellschaft in Frankreich profitieren konnte.

Nach der Schließung des Betriebes in Paris erwartet das Cewe Color Management jetzt auch für die Region Westeuropa (Frankreich und Großbritannien) eine positive Wende: Allein im vierten Quartal 2009

konnte das Vorsteuerergebnis gegenüber dem Vorjahr um zwei Millionen Euro verbessert werden.



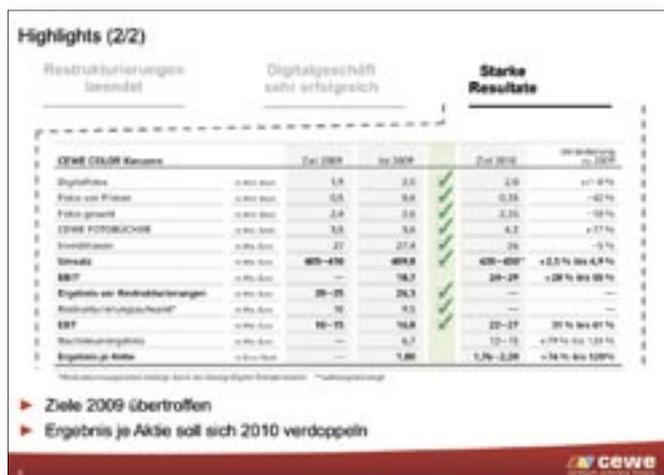
Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der Cewe Color Holding AG: „Die digitale Transformation und die Restrukturierung von Cewe Color sind abgeschlossen. Jetzt wachsen unsere Erträge wieder kräftig.“

Höhere Wertschöpfung

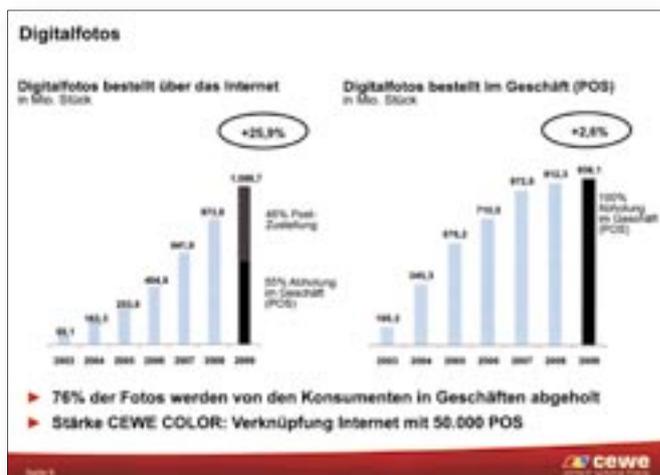
Insgesamt produzierte Cewe Color im Jahr 2009 gut zwei Milliarden Digitalfotos (inklusive Fotos in Fotobüchern), das sind 14 Prozent mehr als im Vorjahr. Dazu kamen 558 Mio. Fotos von Filmen (-32,6 Prozent). Damit ergab sich eine Gesamtmenge von 2,594 Milliarden Bildern, die um 0,8 Prozent unter dem Vorjahr lag. Dabei ist der Umsatz- und Ertragsanteil wertschöpfungsstarker Bild-

produkte deutlich gestiegen. Der „Bestseller“ Cewe Fotobuch legte um 37,7 Prozent auf 3,644 Mio. Stück zu und untermauerte die Führungsposition von Cewe Color in diesem Segment in Europa. Auch andere Bildprodukte wie Fotoleinwände, Poster, Kalender etc. entwickelten sich positiv und bestätigten so die Strategie des Managements, die Produktpalette von Cewe Color konsequent auszubauen. „Transformation ist Innovation,“ erklärte Dr. Rolf Hollander. „Die Tatsache, dass wir sehr früh mit Innovationen auf die Entwicklung der Digitaltechnik reagiert haben, war entscheidend für unseren Unternehmenserfolg. Denn so haben wir durch den Aufbau neuer Vertriebswege, z. B. das Internet, die Entwicklung neuer Produkte und die Etablierung einer erfolgreicherer Marke die Grundlage für unsere Zukunft gelegt.“

Ohne auch nur in einem einzigen Jahr Verluste auszuweisen, hat Cewe Color seit 2002 250 Mio. Euro in neue Technologien investiert und über 55 Mio. Euro Restrukturierungskosten „verdaut“. „Diese Phase ist nun abgeschlossen, und unsere Erträge wachsen wieder kräftig,“ betonte Dr. Hol-



Cewe Color hat 2009 in allen wichtigen Bereichen die vom Management gesetzten Ziele übertroffen.



Über die Hälfte der Digitalfotos wird bei Cewe Color inzwischen über das Internet bestellt. Mehr als Dreiviertel der Aufträge werden aber in den Geschäften der Handelspartner abgeholt.

lander. Welches Potential hinter dieser Aussage steht, zeigt sich an dem Rekordergebnis, das Cewe Color im vierten Quartal 2009 erzielte: Gegenüber dem Vorjahreszeitraum wuchs der operative Gewinn um 97 Prozent auf 15,2 Mio. Euro (Gesamtjahr 16,8 Mio. Euro). „In der gesamten Unternehmensgeschichte hat Cewe Color kein höheres Ergebnis in einem vier-

Innovationen bei Vertrieb und Marketing



Neben der Entwicklung neuer Produkte und der ständigen Verbesserung des Cewe Fotobuchs hat Cewe Color sich auch bei Vertrieb und Marketing innovativ gezeigt. Das Internet ist seit 2009 der wichtigste Vertriebs-

Digitalfotos stieg um 2,6 Prozent auf 936,1 Mio. Euro. Da deutlich mehr als die Hälfte der Online-Aufträge in den Geschäften abgeholt wird, bedeutet das: Mehr als 76 Prozent der von Cewe Color produzierten Bilder gelangen über den stationären Einzelhandel an die Endkunden.“ Ausgezahlt hat sich für Cewe Color die Strategie, das Cewe Fotobuch



Seit 2002 hat Cewe Color über 250 Millionen Euro in neue Technologien investiert und zusätzlich mehr als 55 Millionen Euro Restrukturierungskosten verbucht, ohne in einem einzigen Jahr Verluste auszuweisen.

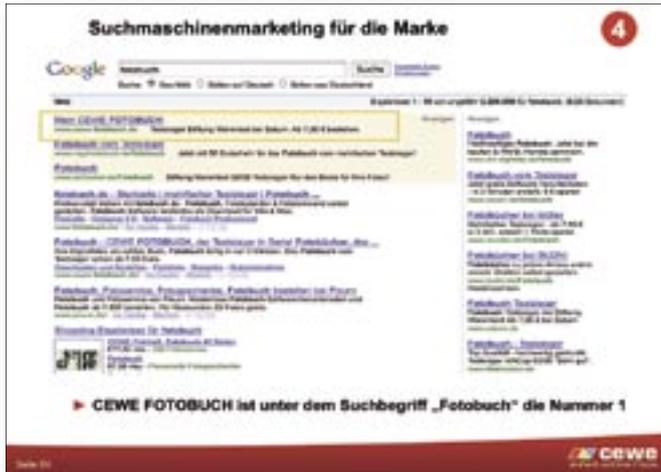


ten Quartal verbucht,“ erklärte Hollander. „Dieser Erfolg ist nicht nur dem Cewe Fotobuch zu verdanken, sondern auch digitalen Mehrwertprodukten wie Fotokalendern, Grußkarten, Geschenkartikeln und hochwertigen Wanddekorationsartikeln.“

weg: „Die Zahl der online bestellten Digitalfotos legte 2009 um 25,9 Prozent auf 1,1 Milliarden Stück zu und machte damit über die Hälfte des Auftragsvolumens aus,“ erklärte Hollander. „Die Zahl der in den Geschäften der Handelspartner bestellten

von Anfang an als Markenartikel zu positionieren und damit sozusagen Neuland zu betreten. „Dadurch wird für die Konsumenten klar erkennbar, wodurch sich das Cewe Fotobuch von anderen Fotobüchern positiv unterscheidet,“ betonte Hollander.

Unternehmen



„Durch die herausragende Qualität der Konsumentensoftware zur Bucherstellung, durch die hohe Druck- und Buchbindungsqualität, durch die breite Produktpalette der Formate, die sehr schnelle Lieferzeit und die hohe Servicequalität. Das führt bei unseren Handelspartnern zu höherer Nachfrage, Kundenbindung und zu im Vergleich mit White-Label-Anbietern deutlich höheren Margen.“ Mit aufmerksamkeitsstarken Werbekampagnen – in diesem Jahr erstmals auch im Fernsehen – kurbelt Cewe Color die Nachfrage für das Cewe Fotobuch an, sorgt durch ausgeklügeltes Suchmaschinenmarketing für Steigerung der Nachfrage über das Internet und präsentierte das Erfolgs-

Das Cewe Fotobuch wurde konsequent als Markenartikel positioniert. Umfassende Marketingmaßnahmen im Internet und klassische Werbung tragen zum Markterfolg bei.

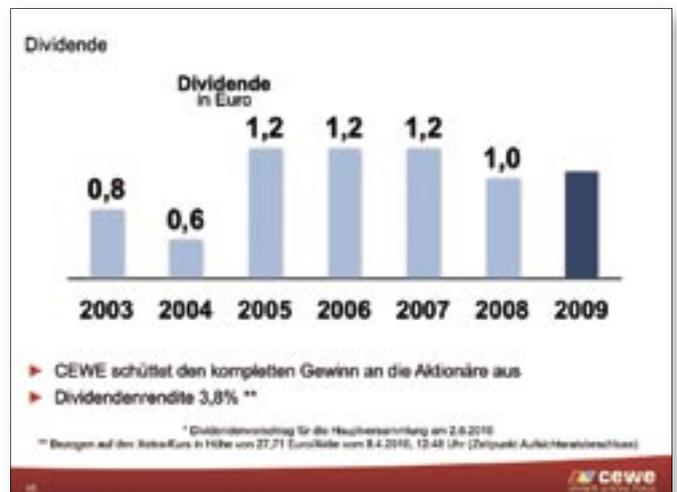
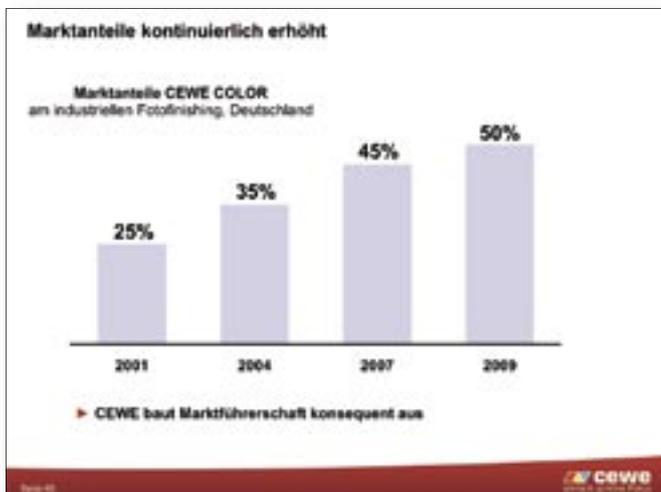


produkt allein im vergangenen Jahr auf mehr als 20 Messen.

Neue Geschäftsfelder

Durch diese Strategie kommt das Cewe Fotobuch nicht nur bei immer

mehr Konsumenten, sondern auch bei einer steigenden Zahl gewerblicher Nutzer an: Festschriften zu Firmenjubiläen, Unternehmensbroschüren, Angebotskataloge z. B. für Bauunternehmer, Bad-Einrichter oder Schmuck-



In den vergangenen Jahren konnte Cewe Color seine Marktanteile im industriellen Fotofinishing deutlich erhöhen und liegt in Deutschland inzwischen bei 50 Prozent.

Vorstand und Aufsichtsrat von Cewe Color schlagen der Aktionärsversammlung eine Erhöhung der Dividende auf 1,05 Euro vor.

designer sind dabei beispielhafte Anwendungen. In der Zukunft will sich Cewe Color verstärkt dem kommerziellen Digitaldruck widmen und hat zu diesem Zweck durch die Übernahme des deutschen Marktführers in Web-to-Print-Software, der Diron GmbH, einschlägiges Know-how erworben. „Damit können wir unsere Größenvorteile und unseren Technologie-

vorsprung sowohl im Privat- als auch im Geschäftskundenmarkt nutzen,“ betonte Hollander. „Imagebroschüren verstauben künftig nicht mehr in Kellerregalen von Unternehmen, sondern werden in der jeweils aktuellen Fassung in der passenden Auflage gedruckt. Wir können zukünftig den kompletten Service, wie Bestellabwicklung, Adresspflege, Verpackung

und Versand übernehmen. Das ist z. B. auch für Geschäftsberichte attraktiv.“ Über das Internetportal www.aprinto.de ermöglicht Cewe Color jetzt auch den professionellen Druck für jedermann: Hier können zahlreiche Printprodukte wie Festschriften für Sportvereine, aber auch individuelle Autobiographien, selbstverfasste Gedichtbände, Romane

Neue Software für Cewe Fotobuch

Im Rahmen der Bilanzpressekonferenz stellte Dr. Reiner Fageth, als Vorstandsmitglied der Cewe Color Holding AG verantwortlich für Technik, Forschung und Entwicklung, die neue Version 4.6 der Cewe Fotobuch-Software vor. Sie bietet ein nochmals erweitertes Leistungsprofil, bei dessen Entwicklung die Ergebnisse umfassender Marktforschungen bei den Anwendern eingeflossen sind.

So bietet die neue Software eine besonders große Auswahl an Layout-Vorlagen und ein umfangreiches Portfolio von Cliparts und Deko-Elementen. Zudem können die Anbieter ihre Bilder mit Rahmen und Schatten versehen sowie Passepartouts herunterladen. Zu besonderen Anlässen wie Reise, Hochzeit, Feiertage, Hobby oder Geburt gibt es thematische Fotobuchvorlagen. Dabei ordnet die Software auf Wunsch die Bilder so, dass aus vielen Elementen mit passenden Designs eine in sich stimmige Dokumentation des entsprechenden Ereignisses entsteht.

Der persönliche Software Assistent wählt nicht nur auf Wunsch die Bilder aus den ausgewählten Ordnern aus und platziert sie automatisch auf den Cewe Fotobuchseiten, sondern berücksichtigt dabei auch den persönlichen Geschmack des Anwenders. Dafür stehen verschiedene Stile zur Auswahl.

Als eigenes Programm innerhalb der Software ermöglicht das neue Tool „Fotoschau“, ein bereits gestaltetes Cewe Fotobuch in ein anderes Format zu übertragen.

Besonderen Wert haben die Entwickler der neuen Cewe Fotobuch-Software auf eine weitere Steigerung der Bedienungsfreundlichkeit gelegt. So zeigt die optimierte Oberfläche bei jedem Gestaltungsschritt vorzugsweise genau die Werkzeuge an, die gerade benötigt werden. „Intuitive Bedienung und Individualisierung sind zwei wesentliche aktuelle Trends beim Verbraucherverhalten, die wir auch bei der Entwicklung der neuen Cewe Fotobuch-Software in besonderem Maße berücksichtigt haben,“ erklärte Dr. Reiner Fageth. „Die Kunden haben

jetzt noch mehr Möglichkeiten, ihr Cewe Fotobuch ganz persönlich zu gestalten und werden dabei von dem neuen Software-Assistenten und zahlreichen weiteren innovativen Programmfunktionen wirksam unterstützt.“

Nachdem bereits Windows Vista mit einer Applikation von Cewe Color ausgestattet war, präsentiert sich nun das neue Betriebssystem Windows 7 auch mit einer eigenen Cewe Fotobuch-Anwendung. Mit dieser Weltneuheit bei Fotodienstleistungen können Fotobücher erstmals mit Hilfe eines Multitouch-fähigen Bildschirms intuitiv gestaltet werden. Dabei stehen den Windows 7 Nutzern alle Gestaltungsmöglichkeiten der Software zur Verfügung. Sie können die Fotos per Fingernavigation mit ausgesuchten Layouts, zahlreichen Rahmen und Hintergrundvorlagen kombinieren, Aufnahmen kippen, überlappen und einzeln verschieben sowie mit Texten versehen.



In den vergangenen Jahren konnte Cewe Color seine Marktanteile im industriellen Fotofinishing deutlich erhöhen und liegt in Deutschland inzwischen bei 50 Prozent.

Die neue Cewe Fotobuch-Software 4.6 ist kostenlos unter www.cewe-fotobuch.de erhältlich.

Unternehmen

oder auch Diplomarbeiten bestellt werden.“

Optimistischer Ausblick

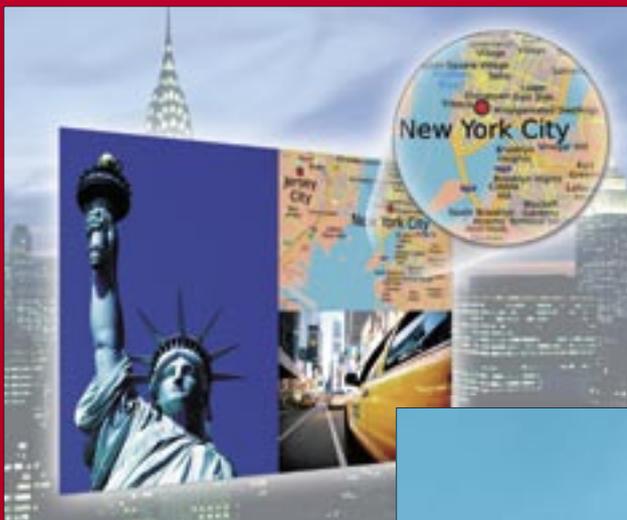
Vor diesem Hintergrund erwartet Cewe Color für die kommenden Jahre eine ausgesprochen positive Unternehmensentwicklung mit deutlich steigenden Erträgen. Denn nach dem Abschluss der Transformation sollen keine Restrukturierungskosten mehr

das Ergebnis belasten, und auch der Investitionsbedarf ist wegen der guten Ausstattung der Betriebe geringer als in den Vorjahren. Für das laufende Jahr erwartet der Vorstand einen Umsatzzanstieg auf 420 bis 430 Mio. Euro. Dabei soll das operative Ergebnis um 28 bis 55 Prozent (24 bis 29 Mio. Euro) zulegen und das Vorsteuerergebnis parallel von 16,8 Mio. Euro auf 22 bis 27 Mio. Euro steigern. Für

das Nachsteuerergebnis wird ein Anstieg von 6,7 Mio. Euro auf etwa 12 bis 15 Mio. Euro prognostiziert. Damit soll sich das Ergebnis je Aktie von einem Euro in 2009 auf 1,76 bis 2,20 Euro verdoppeln. Bereits für das Geschäftsjahr 2009 schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der für den 2. Juni terminierten Hauptversammlung eine Erhöhung der Dividende um fünf Prozent auf 1,05 Euro vor.

Neu: Poster mit individuellen Landkarten

Cewe Color bietet seinen Kunden jetzt Poster mit individuellen Landkarten an, die in Zusammenarbeit mit dem Braunschweiger Geotagging-Spezialisten locs.com entwickelt wurden. Damit können die persönlichen Fotos mit der passenden Landkarte, z. B. von der Urlaubsregion, kombiniert werden.



Die neuen Cewe Color Poster-Collagen sind auf Fotopapier als Landkarten- oder Straßenkarten-Version in vier unterschiedlichen Formaten (20 x 30 cm, 30 x 45 cm, 40 x 60 cm und 50 x 75 cm) erhältlich. Über die Online Bestellplattformen der Handelspartner von Cewe Color können die Drucke direkt und bequem geordert werden. Dabei stehen verschiedene Stile zur Verfügung: z. B. schlicht, verspielt, klassisch oder modern.

Über den Button „Poster mit Landkarten gestalten“ gelangen Anwender auf der Bestellplattform zum Editor, mit dessen Hilfe eigene Fotos und indivi-

duelle Landkarten zu attraktiven Postern kombiniert werden können. Mit einer Suchfunktion ist die Karte des gewünschten Ortes, Landes oder der Sehenswürdigkeit schnell gefunden. Der Kartenausschnitt kann jederzeit verändert bzw. gewechselt werden.

Zum Verfeinern des Posters lassen sich unterschiedliche Collagen-Vorlagen auswählen, in die man seine Fotos spielend einfach per Drag & Drop hineinziehen kann. Ob die Auflösung des Fotos für ein optimales Druckergebnis ausreicht, kann sofort mit der Anzeige der Qualitätsstufen geprüft werden. Bilder können zudem ausgeschnitten, per Klick herangezogen, gekippt und gedreht werden. Persönliche Text-Botschaften und Echtholzrahmen verleihen dem Poster den letzten Schliff.

Die neuen Poster mit Landkarten sind ab sofort ab 4,98 Euro erhältlich (unverbindliche Preisempfehlung, zuzüglich Versandkosten).

Informationen zu den Bestellmöglichkeiten finden sich unter www.cewe.de



Für die dekorativen Foto-Poster werden individuelle Landkarten erzeugt, bei denen die Anwender zwischen verschiedenen Stilen wählen können.

Vorher wissen, was Sie später bekommen.

Jetzt sPrint 3 Monate kostenlos* testen!



- 90 % aller Produkte versandkostenfrei
- über 2000 Artikel in Fachhandelsqualität
- beste Konditionen durch Bündelung (über 500 aktive Systeme)
- Analog-Preise gesenkt (wird auf Mindestumsatz angerechnet)
- zentraler Support für alle Anfragen
- Platin-Service inkl. aller Verschleißteile

- inkl. Software für Ihr Minilab
- inkl. Antiviren-Software
- inkl. Außendienstbetreuung

* Verbrauchsmaterial und Fotoarbeiten werden berechnet.

**E-Mail: wessendorf@europafoto.de
www.europafoto.de/sPrint**

Verbesserte Konditionen durch FotoToGo

Gemeinsam stark sein

Unternehmen, die Produkte in großen Mengen beziehen, erhalten diese gewöhnlich zu günstigeren Konditionen. Der Preisvorteil trägt dann dazu bei, selbst billiger produzieren zu können oder beim Verkaufen höhere Spannen zu erzielen. di support will dieses Prinzip jetzt auch in den Bildermarkt tragen und die Position jedes Händlers gegenüber den Produzenten stärken.

Getreu dem Motto „Gemeinsam sind wir stark!“ werden über FotoToGo die Auftragsdaten der Kunden zunächst auf einem Server gesammelt und anschließend von dort aus an die angebundenen Labore und Großproduzenten weitergeleitet. Dieser Vorgang ist nicht nur für die Produzenten effizienter, sondern er verschafft den Händlern wieder ein größeres gebündeltes Gewicht gegenüber den Herstellern. Denn wie es seit langem bereits bei größeren Filialisten der Fall ist, die ihren Einkauf durch die großen Firmenzentralen erledigen lassen, kommen nun auch die einzelnen



Das Sortiment an Fotoprodukten, das über FotoToGo bestellt werden kann, lässt keine Wünsche offen.

Händler durch die Großbestellungen in den Genuss verbesserter Einkaufskonditionen.

Mit der Initiative soll vor allem die für viele Fotohändler unangenehme Situation geändert werden, dass ihre Netto-Einkaufspreise für Fotoprodukte höher sind als die Verkaufspreise mancher Wettbewerber. Dank der FotoToGo Bilderproduktlinie, die nach fast einem Jahr von über 500 Händlern im Bundesgebiet genutzt wird, können nun auch einzelne Händler konkurrierende Preise anbieten.

Einen zusätzlichen Vorteil erhalten die Händler dadurch, das laut der aktuellen Preisliste über 90 Prozent der Foto-

ToGo Bilderprodukte ab sofort versandkostenfrei sind. Zudem lassen sich mit den Produkten hohe Handelsspannen realisieren, für die di support bei einigen Produkten bis über 60 Prozent garantiert.



Die stetige Weiterentwicklung der Produktpalette von FotoToGo trägt darüber hinaus dazu bei, dass der Händler immer wieder neue Gründe

zur Ansprache seines Kunden findet. Zu den Sortimentserweiterungen der jüngsten Zeit gehören neue Fotobuch-Typen und Größen, ein erweitertes Kalendersortiment, Plattenprodukte in Studioqualität mit aufkaschierten Fine Art Drucken (Alu-Dibond, Plexiglas, Schaumplatte) sowie HDF Platten und Leinwände mit einer großen Auswahl an Schattenfugenrahmen in verschiedenen Farben. Auch der Geschenk- und Lifestylebereich wurde erweitert. Um den Händlern einen Full Service in Sachen Bilderprodukte zu gewährleisten, bietet FotoToGo schließlich ab sofort auch noch analoge Bilderdienste an.

FotoToGo hat jetzt auch verschiedene Plattenprodukte im Angebot.





1920
ein Hingucker.



2010
einfach phänomenal.



- Rolleiflex **Compactline 350**
- ▶ 12 Megapixel
 - ▶ 5x opt. Apogon Zoom
 - ▶ 2,7" Farb-TFT-LCD
 - ▶ 28 mm Weitwinkel
 - ▶ Bis zu 30fps High Speed Serienbilder
 - ▶ Video HD (720x1280) mit YouTube Ready Funktion
 - ▶ Aluminium-Gehäuse in den Farben Titan, Silber, Violett, Rot und Pink
 - ▶ Lithium-Ionen Akku

Unverbindliche Preisempfehlung

nur € 99.⁹⁵

Rolleiflex
since 1920

www.90jahre-rolleiflex.de

Fotos: www.digitalsrock.com

Wertgarantie sichert zusätzlichen Ertrag

Die Nachfrage steigt

In einer Zeit, in der Hardware- und Bildergeschäft dem Fotohandel nur noch begrenzt wirtschaftliche Freude bereiten, entdecken immer mehr Händler das Feld Service als zusätzlichen Umsatz- und Ertragsbringer. Als attraktiver Partner des Fotohandels hat sich hier in jüngster Zeit der Geräteversicherer Wertgarantie positioniert.

„Das Serviceprodukt Geräteschutz, ursprünglich vor allem im Elektro- und UE-Fachhandel beheimatet, erobert zunehmend mit speziellen Fotoprodukten einen Platz im Fachhandel“, sagte Wertgarantie-Geschäftsführer Hartmut Waldmann im Gespräch mit *imaging+foto-contact*. „Hier wird neben unserem Premium-Produkt Komplettschutz vor allem der weltweit gültige CamBook-Schutzbrief zunehmend nachgefragt.“

Dabei tritt Wertgarantie mit einer Strategie an, die gleich auf dreifache Weise Gewinn bietet. Sowohl der

Endkunde als auch der Händler und nicht zuletzt Wertgarantie selber profitieren. Der Kunde, der sich zum Abschluss eines Schutzvertrages für sein Neu- oder Gebrauchtgerät entscheidet, bekommt nicht nur die Kosten für anstehende Reparaturen erstattet, er erwirbt beim Kauf eines

➔ WERTGARANTIE

Komplettschutzes vom ersten Tag an das Recht auf eine Neukaufbeteiligung in Höhe von 150 Euro. „Darin liegt ein großer Pluspunkt dieses Angebotes nicht nur für den Endkunden, sondern auch für den Handel“, erläutert Waldmann. „Denn unsere Untersuchungen haben ergeben, dass rund 96 Prozent der Kunden zu dem Händler zurückkehren, bei dem sie den Komplettschutz mit Wertgarantie abgeschlossen haben, um Geräte zur Reparatur zu bringen oder Neugeräte und Zubehör zu kaufen.“ So entpuppe sich ein Versicherungsschutz in der Praxis als wertvolles Kundenbindungsinstrument.

Ein weiterer Vorteil für den Endkunden liege in der Tatsache, dass Wert-

garantie auch die Reparatur von Schäden übernehme, die durch die gesetzliche Gewährleistungspflicht der Hersteller nicht abgedeckt seien. Allen voran seien hier Displaybrüche oder Akkuschäden zu nennen, die durch unsachgemäßen Umgang mit den Kameras entstehen. „Selbst wenn

der Kunde seine Kamera aus welchem Grund auch immer in ein volles Bierglas stecken würde, würden wir den dadurch entstehenden Schaden übernehmen“, so Waldmann.

Diese kulante Handhabung und die Tatsache, dass Schadensansprüche innerhalb kürzester Zeit – in der Regel am selben Tag – unbürokratisch geregelt werden, hat dem Unternehmen sowohl bei den Versicherten als auch bei den Handelspartnern einen sehr guten Ruf eingebracht. Worüber der Handel sich zusätzlich freut, ist die hohe Provisionierung der Verträge. Diese setzt sich aus dem sogenannten Beratungshonorar, Gewinnbeteiligungen und Aktionshonoraren zusammen. Da sich Wertgarantie außerdem seit Jahrzehnten als Partner des Fotohandels versteht, stellt die Zusammenarbeit für den Handel ein Alleinstellungsmerkmal dar.

Fit für den Verkauf werden die Mitarbeiter des Fotohandels durch kostenlose Produktschulungen und Verkaufstrainings am PoS. Bundesweite regionale Treffen dienen zudem als Informations- und Austauschplattform für die Handelspartner.

Seit 1963 erfolgreich im Markt aktiv

Das Unternehmen Wertgarantie Technische Versicherung AG, so der offizielle Name des Unternehmens, mit Sitz in Hannover hat sich seit der Gründung 1963 auf den Schutz von neuen und gebrauchten Elektrogeräten und Artikeln der Unterhaltungselektronik sowie Fahrrädern durch Garantieverlängerungen und Diebstahlschutz spezialisiert. 2005 wurde auch „graue Ware“ ins Portfolio aufgenommen. Derzeit arbeiten über 5.200 Partner in Deutschland und Österreich mit Wertgarantie zusammen. Das Unternehmen ist Mitglied im Bitkom und im BVT. Im Jahr 2009 wurde Wertgarantie das TÜV-Siegel für Kundenzufriedenheit verliehen. Das Premiumprodukt, der Komplettschutz, wurde im vergangenen Jahr rund 340.000 Mal verkauft.

Sind Sie auf dem Laufenden?

Die aktuelle Internet-Seite von imaging+foto-contact

The screenshot shows the website's layout with a top navigation bar, a main content area with several news items, and a sidebar on the left with various menu items like 'INTERNATIONAL CONTACT' and 'Nachrichten'. The news items include dates and headlines such as 'Minox DSC geht auch in „Black Friday“' and 'Internationaler Wettbewerb über die M. P. 8'.

A 3D rendered figure of a person in a white suit holding a large, blue, stylized camera lens. The figure is positioned on the right side of the page. At the bottom left of this section, the 'Kodak' logo is visible.

Ein Klick – alles im Blick!

The logo for 'imaging+foto-contact online!' is displayed in a stylized font. Below it, the date 'März 2010' is shown. The logo is set against a background of a globe.

A collage of small news snippets and images. It includes a person holding a camera, a camera lens, and various text blocks. The snippets are arranged in a grid-like fashion.

Jetzt registrieren!

Ihr kostenloser Newsletter wartet!

Erneute Auszeichnung für das Cover FotoBook
Mikro: Award für Kasper, Cover: Best PhotoBook 2010
www.gesamtschweizerfoto.ch

© 2010 KODAK PAPER

Systemkameras bieten immer mehr Argumente en masse

Zu analogen Zeiten waren Spiegelreflexkameras und SLR-Systeme klar auf die Gruppe engagierter Amateure oder gar Profifotografen zugeschnitten. Die digitale Aufnahmetechnik hat eine enorme Zunahme der Ausstattungsdetails mit sich gebracht, die, kombiniert mit neuen Designansätzen, zu einer Ausweitung der potentiellen Zielgruppen geführt hat. Allen voran sind hier die Systemkameras zu nennen, die ohne Spiegel auskommen.

Sie präsentieren sich mit Technik auf SLR-Niveau, sind aber in den Abmessungen eher mit Kompaktkameras zu vergleichen. Da sie außerdem mit umfangreichen Automatikfunktionen ausgestattet und einfach zu handhaben sind, erreichen diese Kameras auch Kunden, die früher kein oder wenig Interesse an Spiegelreflexmodellen gehabt hätten, beispielsweise Fotografie-Einsteiger oder weibliche Nutzer. Einfache und von Beginn an erfolgreichende Technik in Kombination mit kompakten Abmessungen, so lässt sich einer der aktuellen Trends bei Systemkameras in wenigen Worten zusammenfassen. Die von Kamerageneration zu Kamerageneration wachsende Ausstattungsvielfalt macht aber nicht nur das Fotografieren leichter, sie liefert dem Handel beim Verkaufsgespräch am Point of Sale auch zielgruppenge-



Die Samsung NX ist nur ein Beispiel für eine Kamera ohne Spiegel, die sich dank Objektiven, Blitzgeräten und anderem Zubehör inzwischen zu einem „richtigen“ Kamerasystem entwickelt hat.

rechte Argumente in Hülle und Fülle. Dabei können, je nach Kunde, technische, praktische oder optische Punkte in den Vordergrund gerückt werden.

- **Trend kompakte Objektive.** Die kompakte Bauweise der neuen Systemkameras ohne Spiegel macht sich nicht nur bei den Abmessungen der Kameragehäuse selbst bemerkbar. Auch die Objektive können jetzt entsprechend kleiner gebaut werden. Besonderer Beliebtheit erfreuen sich derzeit die sogenannten Pancake-Objektive, also nur wenige Millimeter flache Objek-



Auch die Größe von Objektiven und Adaptern hat sich mit den neuen Systemkameras verändert.

tive mit fester „Normalbrennweite“ um 50 mm (entsprechend Kleinbild).

Auch die „Fremdhersteller“ von Objektiven und Zubehör haben diesen Trend inzwischen erkannt und bieten entsprechende Objektive und Adapter für die neuen spiegellosen Kamerasysteme an.

- **Trend farbige Gehäuse.** Gab es bis vor nicht allzu langer Zeit in der Regel lediglich zwei Farbvarianten bei Systemkameras – Silber und „Profi“-Schwarz – so hat vor allem der Wunsch, neue Zielgruppen anzusprechen, bei einigen Kameraherstellern dazu geführt, mutigere Kamerafarben auf den Markt zu bringen. Neben Schwarz haben sich inzwischen Rot und Blau etabliert, und mit weißen Gehäusen zollt man einer Nachfrage Tribut, die seit geraumer Zeit auch in anderen Bereichen zu beob-

achten ist, sei es bei Autos (wo sich die Trendfarbe inzwischen in Richtung Braun verschiebt), Telefonen, Notebooks oder Monitoren. In diesem Punkt folgen die Systemkameras zwar langsamer, aber dennoch spürbar, einer Entwicklung, die bei den Kompaktkameras schon lange zu beobachten ist. Kameras werden eben nicht mehr nur als technische Geräte betrachtet und als Mittel zum Zweck angeschafft, sondern sie stellen für viele Nutzer auch eine Möglichkeit dar, ihre individuelle Persönlichkeit in ihrem Umfeld zum Ausdruck zu bringen. Besonders klar hat sich Pentax (siehe nebenstehendes Interview) in Sachen Farbe positioniert.

• **Trend Video.** Auch die Möglichkeit, neben Standfotos bewegte Bilder aufzunehmen, war zunächst bei Kompaktkameras zu beobachten. Heute

AVCHD

Videofilme, die mit dem AVCHD-Verfahren komprimiert werden, benötigen vergleichsweise wenig Speicherplatz.

gehört Videofilmen in HD oder gar Full-HD-Qualität bei Systemkameras zu den selbstverständlichen Ausstattungsmerkmalen. Unterschiede ergeben sich allerdings beim Aufnahmeformat (hier werden entweder MP4/H.264 oder das speicherplatzschonende AVCHD-Komprimierungsverfahren genutzt) und bei der Frage, ob der Autofokus der Kamera und der Brennweitenbereich eines Zoomobjektivs auch während des Filmens genutzt werden kann. Hand in Hand mit der Möglichkeit, Videofilme zu drehen, geht auch der Trend, Systemkameras mit verbesserter Videosoftware auszustatten. Hier werden zunehmend Programme eingesetzt, die zum einen zur Optimierung der Bildqualität dienen (zum Beispiel Gesichtserkennung und -wiederer-



Seit März wird die Pentax K-x in acht weiteren Farbvarianten angeboten.

Kurzinterview mit Nils Lorbeer, Marketing Manager Pentax Imaging Systems GmbH

In Sachen Gehäusefarben hat Pentax mit der K-x eine Vorreiterrolle übernommen: Wurde die Kamera in Deutschland im Herbst 2009 zunächst in den vier Farbvarianten Schwarz, Rot, Blau und Weiß eingeführt, folgten im März mit Beige, Chocolate, Pink, Türkis Metallic, Fuchsie Metallic, Dunkelgrau Metallic, Olivgrün und Softbraun acht weitere Farben.

In Japan geht Pentax noch einen Schritt weiter und bietet die Kamera in über 100 Farben an. Wir sprachen mit Nils Lorbeer, Marketing Manager Pentax Imaging Systems, über die Reaktionen auf dieses Angebot.

imaging+foto-contact: Herr Lorbeer, wie werden die Farben von Handel und Verbraucher angenommen?

Nils Lorbeer: Die Akzeptanz ist durchweg sehr gut. Natürlich polarisiert die ungewöhnliche Farbauswahl, erwartungsgemäß vor allem bei der erfahreneren Zielgruppe. Insgesamt finden die Farben aber eine breite Zustimmung. Endverbraucher bieten sie eine neue Möglichkeit, ihrem Wunsch nach Individualität und Designanspruch Ausdruck zu verleihen. Diesen exklusiven Ansatz nutzt auch der Handel. K-x bringt Farbe in das Fachgeschäft.

imaging+foto-contact: Welche Farbe verkauft sich am besten?

Nils Lorbeer: Die gedeckten Farben wie Blau, Braun und Grau werden besonders von der männlichen Zielgruppe bevorzugt. Die etwas schrilleren Gehäusedesigns wie Rosa oder Hellgrün werden insgesamt nicht so häufig nachgefragt. Am PoS oder im Schaufenster jedoch zeigt man dann gerne das Gesamtassortiment – als außergewöhnlichen und aufmerksamkeitsstarken Blickfang für Passanten und Kunden.

imaging+foto-contact: Soll das Farbkonzept auch auf andere Modelle übertragen werden?

Nils Lorbeer: Man darf bei den vielen Farben nicht vergessen, dass sich die K-x in den Tests zahlreicher Fachmagazine als eine der besten, wenn nicht DIE beste Einstiegs-Spiegelreflexkamera bewährt hat. Warum soll man nicht auch zukünftig sehr gute Technik in schöne und außergewöhnliche Farben einarbeiten?

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



Nils Lorbeer



Bildstabilisatoren tragen erheblich zur Verbesserung der Ergebnisse von Aufnahmen bei schlechten Lichtbedingungen bei, wie diese beiden mit einer Pentax Kamera geschossenen Aufnahmen beweisen.

kennung), zum anderen die Bearbeitung der Filme schon in der Kamera erleichtern.

• **Trend Konnektivität.** Eng verbunden mit dem Videofeature und dem Thema Aufnahmen in HD/Full-HD ist der Trend zu mehr Konnektivität. Immer häufiger kommen Kameras auf den Markt, die mit einer HDMI-Schnittstelle ausgerüstet sind und damit die schnelle Datenübertragung und die Präsentation der Aufnahmen auf einem kompatiblen TV- oder Computerbildschirm ermöglichen. Zusätzlich stimmen die Kamerahersteller, die auch in der Consumer Electronics Branche zu Hause sind, ihre Geräte optimal aufeinander ab und sorgen dafür, dass der Datenaustausch innerhalb eines Heimnetzwerkes reibungslos vonstatten geht.

• **Trend Bildstabilisatoren.** Ein Trend, der gleichermaßen bei Kompaktkameras wie bei Systemkameras zu beobachten ist, ist der zunehmende Einsatz von Bildstabilisatoren, die beim Einsatz langer Brennweiten oder bei unzureichenden Lichtverhältnissen für eine Verringerung der Bewegungs- oder Verwacklungsunschärfe sorgen. Systemkamerahersteller greifen dabei in der Regel auf mechanisch-optische Bildstabilisatoren zurück, die ihre Tätigkeit entweder durch Verschieben beweglicher Lin-

sengruppen im Objektiv oder durch entsprechende Bewegungen des Aufnahmesensors in der Kamera verrichten. Ganz neu ist die Methode der Hybrid-Bildstabilisation (Hybrid-IS). Mit diesem Verfahren werden Verwacklungsunschärfen sowohl bei Schwenkbewegungen als auch bei Verschiebungen der Kamera kompensiert. So werden effizient Unschärfen, die durch unbeabsichtigte Schwenkbewegungen (drehend) und Verschiebungen (linear) der Kamera hervorgerufen werden, ausgeglichen.



Immer häufiger kommen Kameras mit ausklappbaren Displays auf den Markt.

Zusätzlich zu den mechanisch-optischen Verfahren wird auch Software bereitgestellt, mit der die Bildstabilisierung auf rechnerischem Weg erzielt wird.

• **Trend bewegliche Displays.** Die Displays in den Systemkameras werden nicht nur immer größer und – zum Beispiel durch Einsatz der AMOLED-Technologie – immer schärfer, bei vielen Kameramodellen lassen sie sich auch aus dem Gehäuse ausklappen und nach Belieben drehen oder schwenken. Im Zusammenspiel mit der Live-View-Funktion lassen sich so Aufnahmen aus ungewöhnlichen Blickwinkeln verwirklichen. Besonders beliebt sind hier Aufnahmen über Kopf, so kann man beispielsweise über eine Menschenmenge hinweg fotografieren, oder Aufnahmen in Bodennähe, die gewöhnlich für sehr reizvolle und dramatische Perspektiven sorgen.

• **Trend Individualisierung.** Dem Wunsch, Produkte den persönlichen Vorlieben und Wünschen des Nutzers anpassen zu können, kommen die Kamerahersteller auf zweierlei Weise nach. So bieten viele Kameramodelle die Möglichkeit – die allerdings auch schon bei den analogen Kameras früherer Zeiten vorhanden war – bevorzugte Einstellungen oder Funktionen im Menü in neuer Reihen-

folge festlegen zu können oder bestimmte Bedienknöpfe damit zu belegen. Relativ neu hingegen ist die Möglichkeit, auch das optische Erscheinungsbild des Displays zu individualisieren. Hier reichen die Varianten von verschiedenen Farbgebungen von Schrift und Hintergrund bis zur Möglichkeit, ein eigenes Foto als Hintergrundbild auszuwählen.

• **Trend einfache Bedienung.** Ein Trend, der sich besonders nützlich für das Verkaufsgespräch im Laden erweist, ist der Trend hin zu einer möglichst einfachen Bedienung. Auch hier lassen sich in jüngster Zeit zwei Arten der Umsetzung beobachten: Zum einen bieten viele Kameras inzwischen häufig die Möglichkeit, die Videofunktion durch einfaches Betätigen eines zusätzlichen Knopfes zu aktivieren und genau so einfach wieder in den Fotomodus umzuschalten.



Dank ausklappbarer Displays ist es mit Systemkameras einfach, Aufnahmen aus ungewöhnlichen Perspektiven zu machen.

Die aufwendige und zeitraubende Suche nach der entsprechenden Funktion im Menü wird dadurch hinfällig. Zum anderen wurde die Software so weiterentwickelt, dass beispielsweise Hilfsfunktionen bereits in die Kamera integriert wurden. Hat der Nutzer ein Problem oder sucht er

Erläuterungen zu bestimmten Einstellungen, kann er sich diese auf dem Kameradisplay anzeigen lassen. Neue Lösungen haben die Hersteller schließlich auch entwickelt, um dem Fotografen nach umfangreichen Shootings die kamerainterne Motivsuche zu erleichtern.



Wo die Welt Premieren feiert

Vorhang auf für die IFA 2010! Auf der größten Trendshow für Consumer Electronics erwarten Sie die Produktneuheiten aller wichtigen Hersteller von Unterhaltungselektronik und Elektrohaushaltsgeräten. Erleben Sie ein Feuerwerk der Innovationen mit den meisten Premieren weltweit und legen Sie den Grundstein für Ihren künftigen Geschäftserfolg.

50th Edition
IFA

Neuheiten

Die Nikon-iPhone-App Learn & Explore steht ab sofort in Europa zur Verfügung

Mit der Nikon-iPhone-App Learn & Explore erhalten jetzt auch Kunden in Europa ein mobiles Nachschlagewerk zum Thema Fotografie. Die neue App ist ein Hilfsmittel für alle, die unterwegs etwas dazulernen und ihr fotografisches Können verbessern möchten. Sucht der Nutzer zum Beispiel Tipps für die Urlaubsfotografie, kann er einen Artikel eines Nikon-Experten lesen, sich eine Videoanleitung ansehen, Audio-kommentare abrufen oder durch eine Sammlung professioneller Reiseaufnahmen blättern. Learn & Explore vermittelt Freude an der Fotografie und hilft, bessere Resultate zu erzielen.

Sony Software-Update verbessert die Qualität von Fotos im hohen ISO-Bereich

Sony hat ein kostenloses Update der „Image Data Converter“ Software für die Alpha Spiegelreflexkamera bereitgestellt. Es dient vor allem zur Verbesserung der Bilderergebnisse bei hohen ISO-Werten durch Reduzierung des Bildrauschens. Außerdem unterstützt das Update das Apple-Betriebssystem Mac OS 10.6 (Snow Leopard). Der „Image Data Converter SR Version 3.2“ verwendet neue Algorithmen, um bei der Umwandlung von RAW-Daten in JPEG-Dateien das Bildrauschen im hohen ISO-Bereich signifikant zu reduzieren. Die Verarbeitung ist bei ISO 800 und höheren Werten am effektivsten und liefert bis ISO 12.800 (je nach Modell) laut Sony beeindruckend natürliche Resultate mit minimiertem Farbrauschen. Der neue Algorithmus nach dem Update verbessert die Bilderergebnisse aller aktuellen und älteren Sony DSLR-Modelle (außer Alpha 100), wenn RAW- oder cRAW-Dateien (abhängig vom Kameramodell) in JPEG-Dateien konvertiert werden. Registrierte Alpha-Kunden können das Update unter <http://support.sony-europe.com/dime/digistill/alpha/alpha.aspx?> herunterladen.

Neuer 3MOS Full-HD-Camcorder Panasonic HDC-SD600

HDC-SD600 heißt ein weiterer 3MOS Full-HD-Camcorder von Panasonic. Mit intelligenter Automatik, Gesichtserfassung und dem Power OIS Bildstabilisator richtet er sich an Videofilmer, die ohne großen Aufwand ausgezeichnete Ergebnisse erzielen wollen. Der HDC-SD600 ist mit einem Leica 12fach-Zoomobjektiv mit Weitwinkel (35–420 mm entsprechend Kleinbild) ausgestattet. Als Aufnahmemedien dienen SDXC/SDHC/SD-Speicherkarten.

Das 3MOS System des HDC-SD600 erreicht 3 x 2,53 Millionen effektive Videopixel und bietet nach Panasonic Angaben eine exzellente Farbreproduktion und feinste Helligkeitsabstufungen. Dank gesteigerter Empfindlichkeit ist das Filmen mit dem neuen Camcorder auch bei wenig Umgebungslicht problemlos möglich. Im Fotomodus werden Bilder mit 14,2 Megapixel aufgenommen. Die Voraussetzung für erstklassige Bilderergebnisse schafft das neue Leica Dicomar Zoomobjektiv mit einer F1.5-Lichtstärke und großem Linsendurchmesser. Wer Bild-



details noch stärker vergrößern möchte, kann dies mit Hilfe des neuen intelligenten 18x Zooms in Full-HD-Bildqualität realisieren. Der Weitwinkel-Bereich lässt sich durch den Einsatz optionaler Vorsatzlinsen auf bis zu 24 mm erweitern.

Der neue Power OIS kompensiert Verwacklungen jetzt noch wirksamer als in Vorgängermodellen. Sogar Atembewegungen gleicht er fünfmal besser aus als herkömmliche Systeme. Der Aktiv-Modus ermöglicht darüber hinaus auch im Gehen unverwackelte Aufnahmen über den gesamten Brennweitenbereich. Die Gesichtserfassung sorgt dafür, dass registrierte Gesichter immer in bestmöglicher Qualität aufgenommen werden: Erkennt der Camcorder ein registriertes Gesicht, optimiert er für diesen Bildausschnitt Helligkeit und Schärfe – auch wenn sich das Gesicht innerhalb des Displaybildes bewegt. Die neue Windgeräusch-Unterdrückung trägt dazu bei, dass Außenaufnahmen auch bei stürmischen Wetterbedingungen klar und verständlich sind.

Die Aufnahmen werden beim HDC-SD600 auf SDXC/SDHC/SD-Karten gespeichert. Bei Einsatz einer 64 GB SDXC Speicherkarte können im HE-Modus 27,5 Stunden Video aufgezeichnet werden. Der HDC-SD600 kommt ab Juni in der Farbe Schwarz für 799,00 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) auf den Markt.

Sigma Objektive sind jetzt auch kompatibel zu Adobe Photoshop Filter

Durch die Zusammenarbeit zwischen Sigma und Adobe Systems werden die Sigma Objektive ab sofort mit der Funktion „Ausgleich linsenbedingter Verfremdungen“ der professionellen Bildbearbeitungssoftware Adobe Photoshop CS5 und Adobe Photoshop Extended CS5 kompatibel sein. Adobe Photoshop CS5 beinhaltet die Aberrations-Werte der aktuellen Sigma

Objektiv Produktpalette. Wenn der verbesserte Objektiv Korrektur Filter ausgewählt ist, findet automatisch eine präzise Anpassung des Bildes statt, die auf die verwendete Kamera und das Objektiv abgestimmt ist.

Die Kompensationswerte für geometrische Verzeichnung, chromatische Aberration und Vignettierung können nach der Bearbeitung angepasst oder zurückgesetzt werden. Adobe Photoshop CS5 bietet Fotografen, die Sigma-Objektive besitzen, eine optimale Korrektur der häufigsten Aberrationen.

ab
7,95€*



* Unverbindliche Preisempfehlung für ein CEWE FOTOBUCH „Klein“ gemäß Preisliste, zzgl. Bearbeitungsgebühr.

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

Mein CEWE FOTOBUCH

Ihre Fotos als echtes Buch!

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



 **cewe**
einfach schöne Fotos

www.cewe-fotobuch.de

Erno vertreibt exklusiv Fotorahmen mit Swarovski Steinen

Glitzernde Renditebringer



Der ausdrucksstarke Aufsteller kann bei einer Bestellung von je einem Rahmen kostenlos geordert werden.

Mit der Rahmenserie Crystal erweitert Erno jetzt sein Produktportfolio. Bei Verkaufspreisen von 89,- Euro bzw. 96,- Euro (UVP) lässt sich ein Erlös von weit über 60 Prozent erzielen. Zudem bieten die exklusiven Rahmen dem Handel eine gute Gelegenheit, sich von den Mitbewerbern und Billiganbietern abzuheben.

Die Rahmenkollektion besteht aus vier Modellen für Fotos im Format 13 x 18 cm. Die aufwendige Verarbeitung der Fotorahmen aus hochwertigem geschliffenem Glas wird durch eine liebevolle und kreative Anordnung von „Crystallized™ – Swarovski Elements“ unterstrichen, die der Rahmenserie einen besonders edlen, unverwechselbaren Charakter verleihen.

Alle vier Fotorahmen sind mit einem Aufsteller und einer Aufhängvorrichtung ausgestattet.

Die Rahmen haben einen ausdrucksstarken Bildeinleger und sind einzeln in einem aufwendigen Geschenkkarton verpackt, der nicht nur einen optimalen Schutz des wertvollen Inhalts bietet, sondern auch die Wertigkeit des Rahmens unterstreicht. Ferner signalisiert auch ein „Störer“, der an jedem Rahmen befestigt ist, dem Kunden die Exklusivität dieser einzigartigen Fotorahmen.

Als weitere Verkaufsunterstützung bietet Erno seinen Handelspartnern attraktives PoS-Material. Bei Abnahme von je einem Stück von allen vier Modellen stellt Erno einen Aufsteller kostenlos zur Verfügung, der sich zur Präsentation der Rahmen im Schaufenster, auf der Ladentheke oder in einer Vitrine einsetzen lässt. Ab einem Einkaufswert von 750,- Euro gibt es

auf Wunsch ein hochwertiges Präsentationsregal, mit dem sich die Rahmenserie wirkungsvoll in Szene setzen lässt. Außerdem können mit jeder Bestellung kostenlose Flyer angefordert werden, in denen alle Rahmenmodelle abgebildet und beschrieben sind. Bildeinleger, Störer, Geschenkkverpackung und das PoS-Material sind mit einem „Crystallized™ – Swarovski Elements“ Logo versehen und überzeugen durch ein auffälliges, prägnantes Design.

Die unverbindlichen Preisempfehlungen betragen 89,- Euro (Crystal Star und Crystal Night) bzw. 96,- Euro (Crystal Evening Clear und Crystal Evening Black).



Die neuen Rahmenmodelle mit Swarovski Steinen (von links): Crystal Star, Crystal Night, Crystal Evening Clear und Crystal Evening Black.

Neuheiten

Canon XF305 und Canon XF300 sind Canons erste Proficamcorder mit MPEG-2 Full-HD und 4:2:2-Abtastung

Canon hat die beiden neuen Profi-Camcorder XF305 und XF300 vorgestellt. Sie zeichnen auf Speicherkarte im Full-HD-Video und im offenen MXF-Format gemäß MPEG-2-Standard auf. Eine Datenrate von bis zu 50 Mbps und eine präzise Farbabtastung von 4:2:2 sorgen in Verbindung mit der Canon-Präzisionsoptik für überzeugende Bildqualität. Beide Modelle sind kompakt und laut Hersteller komfortabel zu bedienen. Der XF305 eignet sich mit professionellen Anschlüssen auch für den Studioeinsatz. Die neuen Geräte sind ab Ende Juni erhältlich.



XF305 und XF300 sind die ersten mobilen Canon-Proficamcorder mit einem neuen Codec für die Full-HD-Aufzeichnung von MPEG-2-Dateien: das Abtastverhältnis 4:2:2 und eine Datenrate von bis zu 50 Mbps sichern hohe Videoqualität. Der fortschrittliche Codec sorgt für eine doppelt so hohe Farbauflösung im Vergleich zu HDV und anderen Aufnahmeformaten mit 4:2:0 Abtastung. Passend dazu entwickelte Canon ein neues HD-Video-System aus innovativem DIGIC-DV-III-Bildprozessor, einem hoch vergüteten, nach strengen Kriterien für professionelle Studioqualität gefertigten Canon-L-Objektiv mit 18fach-Zoom (29,3–527,4 mm entsprechend Kleinbild) und einem fortschrittlichen Sensorsystem mit drei 1/3-Typ-Full-HD-CMOS-Sensoren. Das Resultat sind überzeugende

de Bildbrillanz, ungewöhnlich hohe Farbpräzision, ein großer Dynamikbereich und minimiertes Bildrauschen. Zum schnellen Auslesen der Daten entwickelte Canon eine spezielle Technologie zur Minimierung des „Rolling-Shutter-Effekts“.

Die Aufzeichnung von Videomaterial erfolgt im offenen Dateiformat MXF. Dieses garantiert die Kompatibilität mit den wichtigsten aktuellen dateibasierten Systemen von Videoprofis. Zum Zeitpunkt ihrer Einführung sind die XF-Camcorder mit den wichtigsten Bearbeitungs- und Verarbeitungssoftwarepaketen von Adobe, Apple, Avid Technology und Grass Valley kompatibel.

Die beiden neuen Camcorder haben je zwei Steckplätze für SD-Karten, die eine Aufnahmebereitschaft über viele Stunden hinweg sicherstellen. Beide Modelle haben mit Relay Recording eine Funktion zur unterbrechungsfreien Aufzeichnung auf der zweiten Speicherkarte, sobald die erste voll ist. Während der Aufzeichnung ist jederzeit ein Austausch der nicht verwendeten Karte möglich, so dass eine unendlich andauernde Aufzeichnung möglich ist.

Standardmäßig kommen beide Modelle mit der Software XF Utility für Windows und Mac OS: Sie ermöglicht die Sicherung von Clips, Bearbeitung von in den MXF-Dateien gespeicherten Metadaten, eine Clip-Vorschau und die Übertragung von Clips zurück auf eine CF-Karte.

XF305 und XF300 haben einen elektronischen Sucher mit 1,55 Millionen Bildpunkten und einem 100-Prozent-Bildfeld sowie einen hoch auflösenden LCD-Monitor, der je nach Aufnahmesituation nach links oder rechts geklappt werden kann. Mit 4"/10,1 cm handelt es sich um den derzeit größten LCD-Monitor seiner Klasse. Er bietet 1,23 Millionen Bildpunkte.

Sind Sie ein Sieger-Typ?

Dann starten Sie mit BILORA durch... wir ermöglichen Ihnen zusätzliche Gewinne bis zu 50 %



**Stativ
Action Line
ECO II**
Art.Nr. 263-0

**ZUSATZ-Gewinne
bis zu 50%**



113 cm



41 cm



500 g



500 g
max

Limitierte Menge

Lieferung nur solange Vorrat reicht.

Mehr Infos erhalten Sie unter:
Email: info@bilora.de
Tel.: 02195 - 677032
Fax: 02195 - 677038
oder bei Ihrem
zuständigen Außendienst



Neue Trainingsplattform foto-training.de

Mehr wissen, mehr verkaufen

Verkäuferinnen und Verkäufer im qualifizierten Fotohandel haben es heute nicht leicht: Schnelle Produktzyklen bei Digitalkameras und Zubehör sowie eine immer größere Vielfalt bei den Bild-dienstleistungen machen es zu einer echten Herausforderung, jederzeit die richtigen Verkaufsargumente parat zu haben. Mit der neuen Trainingsplattform www.foto-training.de soll sich das ändern: Hier stehen in Kürze Daten und Fakten zu aktuellen Produkten und Dienstleistungskonzepten kostenlos zum Download zur Verfügung.

Hinter dem neuen Angebot stehen die auf digitale Handelskommunikation spezialisierte Agentur ars.docendi und imaging+foto-contact, die Fachzeitschrift für den deutschen Fotohandel mit der höchsten abonnierten Auflage. Sie werden auf foto-training.de audiovisuelle Online-Schulungen anbieten, die komplexe Zusammenhänge mit Grafiken, Bildern und Textcharts visualisieren und mit didaktisch aufbereiteten Kommentaren unterlegen. Auf diese Weise sollen Verkäuferinnen und Verkäufer nicht nur bei der Argumentation erklärungsbedürftiger Produkte unterstützt werden, sondern auch beim Verkauf von



Die neue Plattform www.foto-training.de befindet sich zur Zeit im Testbetrieb.

passendem Zubehör und ergänzenden Dienstleistungen, die die Kunden ans Geschäft binden. So werden Verkaufsargumente eingeübt, neue Geschäftsideen skizziert, Marktsituationen transparent gemacht und technisches sowie kaufmännisches Wissen vermittelt. Dabei sind auch Trainings geplant, mit denen sich rhetorische Grundkenntnisse und Reaktionen auf Einwände im Verkaufsgespräch erlernen lassen.

Effizienter Medienmix

Auf der Internet-Plattform können alle modernen Medien eingesetzt werden.

Dazu gehören zum Beispiel E-Books, deren Seiten für das Lesen am PC optimiert sind und mit einem einzigen Mausclick weitergeblättert werden können. Sie sind auf Wunsch auch ausdrückbar. In Lehrvideos können beispielsweise Montage-Prozesse oder Anwendungen komplexer Geräte demonstriert und Verkaufstrainings am PC absolviert werden. Die Videofilme werden von ars.docendi mit moderner Technik produziert und speziell für die Präsentation im Internet bearbeitet. Zusätzlich können für das Internet produzierte Sendeformate wie Video-Pod-



Die wichtigsten Verkaufsargumente können unter anderem durch E-Books vermittelt werden, deren Seiten für das Internet optimiert sind, aber auch ausgedruckt werden können. Im Testbetrieb stehen auf www.foto-training.de bereits ausgewählte Schulungen aus fotoacademy.eu zur Verfügung.



casts oder Magazine die Zielgruppe unterhaltsam informieren, über Entwicklungen und Trends berichten, Anwendungen demonstrieren und die Ergebnisse direkt zeigen. Diese Formen des Edutainments sind effizient und unterhaltsam und machen das Lernen leicht. Das hersteller- und markenneutrale Portal www.foto-training.de zeichnet sich durch ein modernes, benutzerfreundliches Design aus, durch das sich das

eine eigene Akademie in der Akademie eröffnen. Derzeit läuft www.foto-training.de im Testbetrieb. Interessierte Händler, Verkäuferinnen und Verkäufer können sich jetzt schon anmelden und erhalten als Begrüßungsgeschenk kostenlosen Zugang zu einem Datenschutz-Training.

Mit diesem von ars docendi gesponserten Kurs können Mitarbeiter so geschult werden, wie es im Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) vorgeschrieben ist. Bestandene Tests werden mit einem Zertifikat bestätigt. Der Regelbetrieb von www.foto-training.de wird im Juni dieses Jahres starten.



Bereits im Testbetrieb stehen beispielhafte Lehrvideos zur Verfügung.

Angebot auf den ersten Blick erschließt. Der Kopfbereich bietet Rubriken an, so dass sich das nach Produkten, Herstellern oder Aktualität sortierte Kursangebot leicht auffinden lässt. Darunter können im Hauptbereich die zentralen Inhalte wie Top-Trainings oder aktuelle Downloads direkt angesteuert werden. Anbieter, die für spezielle Kurse Wert auf ein individuelles Erscheinungsbild legen, können auf Wunsch spezielle Bereiche im Design der eigenen Marke erstellen lassen und damit sozusagen

Ars Docendi

Die auf digitale Handelskommunikation spezialisierte Agentur Ars Docendi, die www.foto-training.de betreibt, ist bereits seit vielen



Jahren im Bereich von Händler- und Endkunden-Schulungen für unterschiedliche Branchen aktiv und hat sich besonders auf E-Trainings über digitale Medien spezialisiert. Das Unternehmen bietet Programme für verschiedene Branchen in allen gängigen Sprachen an.

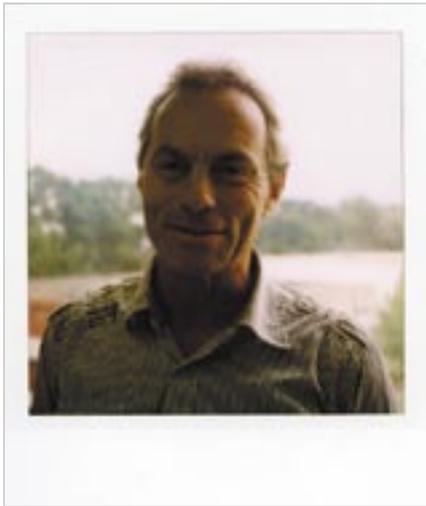
In der Fotobranche betreibt Ars Docendi die fotoacademy, eine Lernplattform, die kostenlose und gebührenpflichtige Inhalte für engagierte Amateure bereitstellt und in die Plattform www.fotocommunity.de eingebunden ist.



Achim Schmidt, Geschäftsführer von Ars Docendi, hat große Erfahrung in der Produktion audiovisueller Lernprogramme.

Zu den aktuell auf www.fotoacademy.eu präsentierten Themen gehören zum Beispiel „Das Geheimnis guter Fotos“, „Der iPod und die Kamera“, „Panoramen fotografieren, aber richtig“ oder „Das richtige Stativ finden“.

Achim Schmidt, der Geschäftsführer von Ars Docendi, erstellt zudem für den Verlag Galileo Press auch Lern-DVDs für Canon Kameras, unter anderem für die Modelle EOS 450D, EOS 1000D und EOS 500D. Mit seinem Fotopodcast, der gemeinsam mit Galileo Press produziert wird, erreicht Schmidt monatlich bei iTunes rund 10.000 Zuschauer.



Auf sie geht die Initiative zur Wiederbelebung des Sofortbildfilms zurück: (v. l.) Andre Bosman, Marwan Saba und Florian Kaps.

Neue Materialien für Polaroid Kameras

Sofortbild reloaded

Das Ziel ist erreicht: Das im Oktober 2008 gegründete Unternehmen The Impossible Project hat seine Ankündigung, in diesem Jahr neues Filmmaterial für Polaroid Kameras auf den Markt zu bringen, Wirklichkeit werden lassen. Nach der Vorstellung des Monochromfilms PX 100 Silver Shade Film für Polaroid SX70 Kameras im März folgte Mitte April mit dem PX 600 Silver Shade Film ein weiterer Monochromfilm für Polaroid 600 Kameras, auf den „Millionen von Nutzern weltweit gewartet haben“, wie Florian Kaps, einer der Gründer von The Impossible Project.

„Während sich der PX 100 eher an Fotografen mit künstlerischen Ambitionen richtet, eignet sich der PX 600 als Alltagsmaterial für jeden Besitzer einer Polaroid 600 Kamera“, hieß es in einer Pressemitteilung. Dort wird der in der ehemaligen Polaroid Fabrik in der holländischen Stadt Enschede produzierte PX 600 als „erstaunlich scharf und präzise“, „wunderschön detailreich“ und „mit typischen monochromen Charakteristika versehen“ bezeichnet, als Film „der die hungrigen Liebhaber von Polaroid Kameras in die gute alte Zeit zurückbringen wird, in der jedes Sofortbild ein wundervoll aufregendes Erlebnis war“.

Mutige Unternehmer

Nun waren satte Farben und scharfe Bilder bekanntermaßen nie die Stärke der Polaroid Consumerfilme. Ihre Anziehungskraft hatte die Sofortbildfotografie vielmehr aus der Schnelligkeit erhalten, mit der die Bilder zur Verfügung standen. In einer Zeit, in der dank fortgeschrittener digitaler



Die neuen Sofortbildfilme PX 100 Silver Shade und PC 600 Silver Shade von The Impossible Project beinhalten mehr als 30 neue Komponenten.

The Impossible Project

Aufnahmetechnik Fotos nicht nur schneller, sondern auch in deutlich höherer Qualität zur Verfügung stehen als dies jemals bei einem Polaroid Bild der Fall war, darf der unternehmerische Mut der Macher des Impossible Projects durchaus bewundert werden.

Andererseits hat die Lomografie, die „lässige Schnapsschussfotografie“ mit einer qualitativ auch nicht gerade auf dem höchstmöglichen Niveau befindlichen russischen Lomo Kamera bewiesen, dass es in der weiten Welt der Fotografie durchaus Möglichkeiten gibt, Nischen erfolgreich zu besetzen. Während sich seinerzeit – Anfang der 1990er Jahre – die damals noch existierenden Hersteller von Fotofilmen mit Erfolgsmeldungen hinsichtlich Schärfesteigerungen und Verbesserungen der Farbdarstellungen übertrafen, begannen die

Gründer der „Fotoinitiative Lomographische Gesellschaft“ im Juni 1992 damit, einen Kult um „Hüftschüsse“ und ungeplante, experimentelle Schnapsschüsse per Lomo Kamera aufzubauen, der bis heute Anhänger auf der ganzen Welt hat. Man darf gespannt sein, in welche Richtung sich die neuen Sofortbildfilme entwickeln werden.

Engagierter Start

The Impossible Project startet jedenfalls sehr engagiert in den Markt. Nach internationalen Launch-Veranstaltungen in Barcelona, London und Berlin sollte am 30. April, nach Redaktionsschluss dieser Ausgabe, der The Impossible Project's Space (eine Mischung aus Geschäft und Galerie) am Broadway in New York City eröffnet werden. Auch in Deutschland wird es eine Anlaufstelle für



The Impossible Collection

Ende Februar hat The Impossible Project die ersten produzierten Filme an eine Reihe ausgewählter Fotografen zur Umsetzung eigener Bildideen verteilt. Die Ergebnisse bilden die Grundlage der neu gegründeten The Impossible Collection. Diese Sammlung soll zukünftig stetig erweitert werden und vor allem zwei Zielen dienen: Zum einen soll das Feedback der Fotografen unmittelbar in der Forschung und Entwicklung zur Verbesserung der Filme genutzt werden, zum anderen sollen die Bilder den zeitgenössischen künstlerischen Umgang mit Sofortbild-Materialien dokumentieren. Der Art des verwendeten Materials entsprechend zeichnet sich die Sammlung vor allem dadurch aus, dass es sich bei allen Aufnahmen um einzigartige, nicht wiederholbare Fotos handelt.



Foto: Jeff Hutton



Foto: Boris Zuliani

Für die Produktion der neuen Sofortbildfilme nutzt The Impossible Project die ehemalige Polaroid Fabrik in Enschede (Holland).

Interessenten geben: Anfang Mai soll der Sofortbild-Shop auf der Brunnenstraße 195 in Berlin Mitte eröffnen. Dort soll es dann auch den für Juni angekündigten neuen Farbfilm geben.

Wer Interesse an den Filmen hat, aber nicht nach Berlin reisen will, kann das Material unter www.the-impossible-project.com im Internet bestellen (unverbindlicher Verkaufspreis pro Packung: 18 Euro). Neben der Online-Vermarktung der neuen Filme ist auch der Verkauf über ausgewählte Händler geplant.

Händler, die Kontakt zu The Impossible Project aufnehmen wollen, können das per E-Mail unter wholesale@the-impossible-project.com.

Neuheiten

Cullmann Fotorucksack Vigo Backpack auch in Grau-Blau

In der Cullmann Fotorucksack-Serie Vigo Backpack ist jetzt eine weitere Farbvariante in Grau-Blau erhältlich. Das Außenmaterial des grau-blauen Rucksacks besteht, wie bei den beiden bereits vorhandenen Modellen in



Schwarz und Rot-Schwarz, aus extrem strapazierfähigem und wasserabweisendem Material. Auf die individuellen Platzbedürfnisse der Fotografen geht Cullmann durch die variabel gestaltete

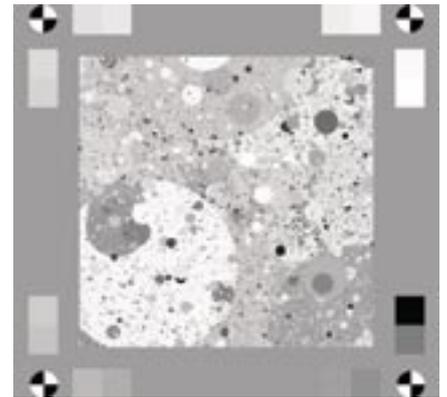
Innenaufteilung und verschiedene Fächer ein. Diese ermöglichen dem Anwender, neben der Kamera weiteres Zubehör sicher zu verstauen. Für Schutz sorgt eine robuste und starke Polsterung. Weitere Flexibilität bieten die Vigo Backpack durch die Befestigungsmöglichkeit für zusätzliche Taschen. Als extra Komfort können die Schultergurte gelöst und im Rückenfach verstaut werden. Der Fotorucksack Vigo Backpack 200 in Grau-Blau ist ab sofort erhältlich. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung beträgt 49,99 Euro.

Neue Testcharts von Image Engineering

Image Engineering hat sein Portfolio mit neuen Testcharts verbessert und ausgebaut. Bei den neuen Charts handelt es sich um ein Chart für perfekte Scans, ein innovatives OECF-Chart zur noch besseren Ermittlung von Rauschen, eine rasterlose Variante zur Messung auch von sehr hochauflösenden Digitalkameras und ein Testchart zur Messung feinsten Details bei geringen Kontrasten. Die neuen Angebote

richten sich an den Standards von ISO und DIN aus. Das TE263 Scan Referenz Chart wird bei der Digitalisierung neben dem zu scannenden Dokument platziert und erlaubt so eine automatische Analyse jeder einzelnen Vorlage. Es beinhaltet Graustufen, Farbfelder, eine Skala sowie ein Muster zur Ermittlung der Auflösung.

Ein aktuelles Problem bei Tests von digitalen Kameras ist es, einen Wert für verminderte Detailwiedergabe zu erhalten (geringer Kontrast, feine



Details) – das Ergebnis der Algorithmen zur Rauschunterdrückung in digitalen Kameras. Ein Lösungsansatz ist das sogenannte „Dead leaves“-Chart TE265, das ursprünglich in seiner Struktur an abgestorbene Blätter erinnert und daher seinen Namen hat. Das Chart besteht aus zahlreichen Kreisen unterschiedlicher Größen und Dichten und wird in verschiedenen Helligkeiten und Formaten produziert.

Das von Image Engineering entwickelte 20teilige TE264 basiert auf dem OECF Standard und erfüllt die Anforderungen an den Rausch-Standard (ISO 15739), der derzeit von dem ISO TC42 Komitee überarbeitet wird. Das neue Chart wird das bisherige TE241 ersetzen, das einige Probleme hinsichtlich Reflexionen und Streulicht aufweist. Das neue TE264 (X) wird mit extrem feinkörnigem fotografischem Material produziert und die Graufilter manuell in das Gesamtchart integriert. Image Engineering kann dabei jedes gewünschte Kontrastverhältnis bis zu maximal 1.000.000:1 produzieren. Standardmäßig wird das Chart in einem Kontrastverhältnis von 10.000:1 geliefert.

Neue Handys von Nokia mit Fünf-Megapixel-Kamera



Nokia hat mit dem C6 und dem E5 neue Mobiltelefone vorgestellt, die für mobiles Messaging und die Kommunikation in Online-Netzwerken optimiert wurden. Beide Modelle sind darüber hinaus aber auch mit einer Fünf-Megapixel-Kamera ausgestattet. Das C6 verbindet die Vorteile eines 3,2"/8,1 cm großen Touchscreens mit einer vollständigen Tastatur zum Aufschieben. Facebook-Feeds kann sich der Nutzer direkt in der Startansicht einrichten. Das Gerät bietet außerdem umfassende E-Mail- und Community-Funktionen. Zur weiteren Ausstattung gehören eine Fünf-Megapixel-Kamera mit Autofokus und Blitzlicht und Unterstützung für

Ovi Karten mit kostenloser Navigation. Das neue Nokia E5 wurde speziell für Nutzer entwickelt, die im Beruf und in der Freizeit Wert auf Produktivität legen. Das Symbian-basierte Gerät verbindet High-End-Business-Funktionen mit vielfältigen Funktionen zur Nutzung sozialer Netzwerke und Unterhaltungsfunktionen. Es unterstützt Mail for Exchange und IBM Lotus Notes Traveler und bietet damit Zugang zu mehr als 90 Prozent aller Unternehmens-E-Mail-Konten, so dass der Nutzer auch unterwegs mit Kollegen und Kunden in Verbindung bleibt.



Jetzt

Die Auflage ist erfahrungsgemäß
schnell vergriffen.

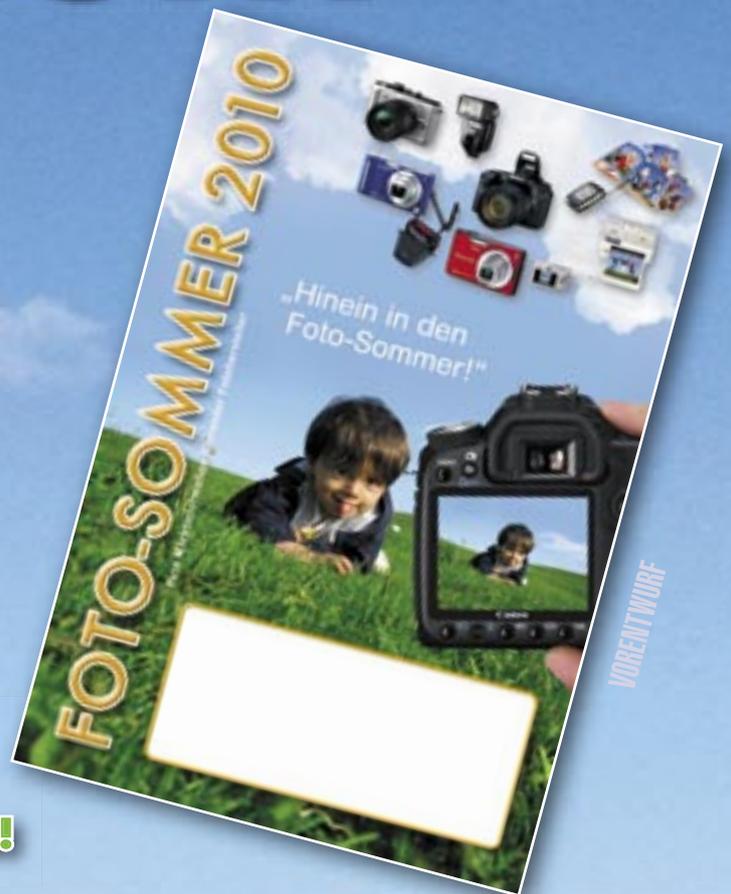
bestellen!

Die große Werbeaktion zur
Foto-Sommersaison.

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

Informieren Sie Ihre Kunden
über aktuelle Kameras,
Filme und Zubehör.

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



**Sichern Sie sich
jetzt genügend Exemplare
dieser Broschüre!**

Faxen Sie den
Bestellcoupon einfach an:

0 21 02 - 20 27 90

oder per Post an:
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
FOTO-SOMMER 2010
Postfach 1229
40832 Ratingen

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

Foto-Sommer 2010

Ab 1.000 Exemplaren besteht die Möglichkeit des individuellen Firmeneindrucks. Die Gebühr beträgt 38,50 € für die ersten 1.000 Exemplare und jeweils 14,50 € für weitere 1.000 Exemplare (zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer).

Wir wünschen einen Firmeneindruck.

Absender/Firma:

Postfach/Straße: PLZ/Ort:

Name des Sachbearbeiters: Tel. Nr.:

Datum: Unterschrift:

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.

5.979 zahlende Abonnenten (IVW 1/2010)

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

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 7.400 Exemplaren bundesweit (IVW 1/2010). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 7.400 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 645,- €, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 323,- €. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 37 v. 01.01.2010) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

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

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

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

Fotografen/-in

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

Foto Studio • Mustermannstr. 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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

ifc 5/2010

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:

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**

Achtung Bilddienstleister

Ich verkaufe folgende Top-Level-Domainnamen:

first-class-foto.de
 first-class-fotos.de
 first-class-fotobuch.de
 first-class-fotogeschenke.de
 first-class-poster.de
 firstclassfotos.de
 fotobuch-wissen.de
 fotobuchwissen.de
 1a-fotogeschenke.de
 premium-photos.de
 premium-posters.de
 premium-fotobuecher.de
 premium-fotogeschenke.de
 premium-photobooks.de
 premium-photobooks.com

einzel oder als Paket.
Gebote und Anfragen an kontakt@presse-und-pr.de

Der Verband für

Journalisten

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

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

POLAROID-Filme lieferbar
www.nordfoto.de

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

Anzeigenschluss für Kleinanzeigen

in der Ausgabe 6/2010 ist der 18. Mai 2010.

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

Foto-Aktienkurse

| | | 20.04.2010 | Vormonat | niedrigst./höchst. Aktienkurse der letzten 12 Monate | |
|-----------------|-----|------------|----------|--|---------|
| Canon | YEN | 4.250 | 4.185 | 2.780 | 4.520 |
| Casio | YEN | 695 | 720 | 603 | 939 |
| CeWe Color | EUR | 28,96 | 26,85 | 17,02 | 30,00 |
| Du Pont | USD | 39,37 | 38,77 | 23,91 | 39,54 |
| Eastman Kodak | USD | 7,40 | 6,04 | 0,05 | 8,08 |
| Fujifilm | YEN | 3.155 | 3.175 | 2.285 | 3.345 |
| Hewlett-Packard | USD | 53,64 | 53,06 | 33,40 | 54,75 |
| Hitachi | YEN | 386 | 323 | 227 | 404 |
| Imation | USD | 11,73 | 11,45 | 7,34 | 12,02 |
| Jenoptik | EUR | 4,36 | 4,37 | 2,79 | 5,18 |
| Leica | EUR | 8,51 | 8,40 | 2,79 | 9,50 |
| Metro | EUR | 45,52 | 43,50 | 29,08 | 46,10 |
| Olympus | YEN | 2.872 | 2.941 | 1.511 | 3.100 |
| Samsung | KRW | 828.000 | 819.000 | 833.000 | 829.000 |
| Seiko Epson | YEN | 1.587 | 1.467 | 1.216 | 1.715 |
| Sharp | YEN | 1.303 | 1.126 | 854 | 1.260 |
| Sony | YEN | 3.310 | 3.470 | 2.145 | 3.645 |
| Spector | EUR | 0,74 | 0,78 | 0,60 | 1,24 |
| Toshiba | YEN | 512 | 475 | 306 | 572 |

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf



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

Werden Sie ein Held!
www.misereor50.de

Mit Zorn und Zärtlichkeit
 an der Seite der Armen

50 MISEREOR
 IHR HILFSWERK

Inserenten-Verzeichnis

| | | | |
|---------------------|--------|---------------------|---------|
| C.A.T.-Verlag | 17, 31 | Messe Berlin | 21 |
| Canon | 2. U. | Olympus | 4. U. |
| Cewe Color | 23 | RCP | 15 |
| Fotoco | 13 | Samsung | 7 |
| Kodak | 5 | Kleinanzeigen | 32 – 33 |
| Kürbi | 25 | | |

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

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

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

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

Neuheitenredaktion:

Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Hans Joseph Blömer

Anzeigen:

Thomas Blömer (verantwortlich)
 Ralf Gruna
 Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
 Nr. 37 v. 1. Januar 2010

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

Der Bildermarkt in den USA

Aktuelle Zahlen vom amerikanischen Bildermarkt liefert jeden Monat der „PMA Monthly Printing and Camera Trends Report“, der auf der regelmäßigen Befragung von etwa 10.000 amerikanischen Haushalten beruht. Den Zahlen sind aktuelle Trends im Verbraucherverhalten zu entnehmen. Zusätzlich enthält der Report regelmäßig Daten über den amerikanischen Kameramarkt, die von der NPD Group, dem US-Partnerunternehmen der GfK, ermittelt werden.

Im Januar 2010 ist die Zahl der digitalen Bilder in den USA gegenüber demselben Monat des Vorjahres um 2 Prozent gesunken. Das Printvolumen im Einzelhandel legte dagegen zu: Minilabs verzeichneten 8 Prozent und Sofortdruck-Kiosks 6 Prozent mehr Aufträge. Weniger erfreulich sieht es auf dem amerikanischen Kameramarkt aus: Laut NPD Group ging die Nachfrage nach Digitalkameras im ersten Monat dieses Jahres

um 9,5 Prozent zurück. Für PMA Mitglieder ist der monatliche Report kostenlos auf der PMA Internetseite www.pmai.org erhältlich.

6Sight Konferenz im Netz

Vom 15. bis 17. November 2010 findet die 6Sight Future of Imaging Konferenz im Sainte Claire Hotel, San Jose, Californien, USA, statt. Die hochkarätige Veranstaltung wird von der Future Image Inc. und der Association of Imaging Executives, einer Mitgliedsorganisation der PMA, organisiert.

Jetzt können sich Interessenten ein Bild von der 6Sight Konferenz 2009 machen, die vom 10. bis 12. November des vergangenen Jahres in Monterey, Californien, stattfand. Videos von allen Vorträgen und Podiumsdiskussionen stehen kostenlos im Internet zur Verfügung, und zwar unter www.6Sight.com (auf „6Sight Live“ klicken). Im vergangenen Jahr hatten hochkarätige Referenten über aktuelle

Themen wie 3D, Mobile Imaging und Print on Demand diskutiert.

PMA in Australien

Gemeinsam mit dem Photo Imaging Council of Australia hat die PMA ein neues Messekonzept für Australien und den pazifischen Raum entwickelt. Nach Veranstaltungen unter dem Titel „PMA Australia“ von 2007 bis 2009 findet die Messe jetzt unter dem neuen Titel „Digital Life Expo“ statt. Veranstaltungsort ist vom 4. bis 6. Juni 2010 das Melbourne Convention and Exhibition Center.

Auch in diesem Jahr soll die Veranstaltung die größte Fotomesse auf der südlichen Halbkugel werden. Sie wird wie bei der PMA üblich von einem umfassenden Vortrags- und Seminarprogramm begleitet, das bereits am 3. Juni beginnt. Die „Digital Life Expo“ ist für Fotohändler, Berufsfotografen, Fachanwender und interessierte Konsumenten geöffnet. Weitere Informationen können unter der Email-Adresse pmaiaustralia@pmai.org angefordert werden.



Der richtige Brian Wood

In der vorigen Ausgabe von PMA Newsline berichteten wir über den neuen PMA Präsidenten Brian Wood. Der Text war korrekt, wurde aber versehentlich mit dem falschen Bild illustriert.

Wir bitten, den Fehler zu entschuldigen und zeigen hier den „richtigen“ Brian Wood. Auf der PMA 2010 trat Wood als PMA Präsident turnusgemäß die Nachfolge des deutschen Fotohändlers Rainer Th. Schorcht an. Auch der neue Vorsitzende des PMA Vorstands hat seine Wurzeln im Fotohandel,

baute das von seiner Mutter geführte Geschäft mit kleinem Schwarzweiß-Labor allerdings zu einem Bilddienstleister um, der heute im Bundesstaat Oregon im Nordwesten der USA vorwiegend professionelle Fotografen beliefert. In seiner Ansprache betonte der neugewählte PMA Präsident, dass er wesentliche Teile seines geschäftlichen Erfolges dem intensiven Kontakt mit Kollegen und sogar Wettbewerbern verdanke, der durch die PMA möglich gemacht wurde. Seit den 90er Jahren habe er sich deshalb seinerseits in der PMA engagiert, um auf diesem Wege etwas an die Branche zurückzugeben.

Aktuell aus PMA Newsline International

Die Nikon Corporation, Tokio, Japan, wird einen neuen Präsidenten bekommen, wenn die jährliche Aktionärsversammlung am 29. Juni dem Vorschlag des Aufsichtsrats folgt. Dann soll Makoto Kimura das Amt von Michio Kariya übernehmen, der als Chairman den Vorsitz des „Board of Directors“ übernimmt. Der 62-jährige Kimura ist zur Zeit Vizepräsident von Nikon und hat in den vergangenen Jahrzehnten vorwiegend in der Imaging-Division gearbeitet, unter anderem als General Manager in den USA.

Im Digitalkamera-Geschäft seien neue Ideen notwendig, um weiteres Wachstum zu erzeugen, erklärte Kimura auf einer Pressekonferenz in Tokio. „Dabei werde ich versuchen, der Marke Nikon ein innovativeres und unterhaltsameres Image zu geben.“ „Unser Kamera-Geschäft hat in den letzten zehn Jahren konstantes Wachstum verzeichnet. Aber ich glaube nicht, dass die nächsten zehn Jahre genauso problemlos werden“, fügte Kimura hinzu und verwies auf die steigende Bedeutung von Kamerahandys und anderen fotofähigen mobilen Digitalgeräten. Sein Vorgänger Kariya, der das Amt des Präsidenten seit Juni 2005 inne hat, erklärte, er habe sich entschlossen, den Stab weiterzureichen, nachdem der Umbau des Unternehmens gelungen sei.



Nach 15 Jahren Tätigkeit für das Unternehmen hat Nicolas Series, Präsident der Kis/Photo-Me Gruppe, Grenoble, Frankreich, das Unternehmen verlassen, um sich einer anderen beruflichen Aufgabe zuzuwenden. Zu seinem Nachfolger wurde Ivan Semenoff ernannt, der seit Juli 2009 in der Photo-Me Gruppe als General Manager von Photo-Me UK tätig ist. Bis zur Ernennung eines Nachfolgers in seiner bisherigen Funktion wird Semenoff beide Tätigkeiten ausüben.



Grußkarten mit eigenen Fotos werden in den USA immer populärer. Im Jahr 2009 haben bereits 11 Prozent der amerikanischen Haushalte Weihnachts- und Glückwunschkarten, Einladungen oder Geburts- und Heiratsanzeigen mit eigenen Fotos in Auftrag gegeben oder selbst hergestellt. Das hat eine Konsumentenbefragung der PMA ergeben. Über 60 Prozent der Haushalte (Mehrfachnennungen möglich) bestellt die Grußkarten über das Internet, die Hälfte dieser Gruppe holte die fertigen Produkte allerdings beim Einzel-

handel ab. 22 Prozent gaben den Auftrag dagegen an den Bildertheken des Fotohandels; 16 Prozent nutzten einen Sofortdruck-Kiosk zur Herstellung ihrer Grußkarten. 26 Prozent der amerikanischen Haushalte haben Gruß- und Glückwunschkarten auch mit dem eigenen Drucker hergestellt. 84 Prozent der Befragten erklärten, der Kauf von Gruß- und Glückwunschkarten habe keinen Einfluss darauf gehabt, welche weiteren Bildprodukte sie bestellt hätten.



Der Nachrichtensender CNN hat berichtet, dass Samsung auf seiner Internetseite schwangere Frauen, Betrunkene und Personen, die unter Schlaflosigkeit leiden, davor warnt, 3D TV zu sehen. Auch Patienten mit hohem Risiko für Schlaganfälle oder Epilepsie sollten vor dem dreidimensionalen Fernsehen einen Arzt konsultieren, heißt es auf der Internetseite. Besonders Kinder und Jugendliche trügen ein höheres Risiko für gesundheitliche Beeinträchtigungen durch 3D Fernsehen, erklärt Samsung und empfiehlt, die jungen Konsumenten besonders sorgfältig zu beaufsichtigen. 3D TV könne zudem Übelkeit, Desorientierung, Augenreizungen und Gleichgewichtsstörungen verursachen, stellt das Unternehmen fest und empfiehlt beim dreidimensionalen Fernsehkonsum regelmäßige Pausen einzulegen.



Die Preise für wertschöpfungsstarke Bildprodukte wie Fotobücher, Grußkarten und Kalender sind weitgehend stabil. Das haben Marktbeobachtungen der PMA in den USA ergeben. Insgesamt gaben die amerikanischen Konsumenten im Jahr 2009 für Fotogeschenke und individuelle Printprodukte 1,32 Milliarden US-\$ (950 Millionen Euro) aus. Direkte Preisvergleiche sind allerdings aufgrund der Vielzahl der Produkte und Produktvarianten kaum möglich. Allerdings hätten sich die Durchschnittspreise für Kaffeetassen, Mauspads, Fotobücher und Grußkarten kaum verändert, erklärte die PMA. Auch bei Postern und Kalendern seien nur geringfügige Schwankungen zu beobachten. Der Durchschnittspreis für ein Hardcover-Fotobuch betrug im Januar dieses Jahres in den USA 23,39 US-\$ (17,30 Euro); für eine Fotoleinwand im Format 40 x 50 cm mussten die amerikanischen Konsumenten im Durchschnitt 76,94 US-\$ (57 Euro) bezahlen.

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

Nie war es einfacher, großartige Bilder zu machen.



Die neue E-PL1.

Überraschend kompakt, extrem vielseitig,
brillante Qualität.

Tarjei Krogh lässt seine Spiegelreflexkamera oft zu Hause, denn die neue E-PL1 verbindet die Größe einer Kompaktkamera mit den Kreativfunktionen einer Spiegelreflexkamera. Ein hochwertiger 12,3 Megapixel Live MOS Sensor, mechanischer Bildstabilisator, HD Video Funktion und AF Live View machen aus der PEN mehr als nur eine Kamera: Es ist ein vollwertiges System, das mit zahlreichen Wechselobjektiven und Zubehör höchste Flexibilität bietet. Der optionale elektronische Sucher garantiert perfekte Sicht mit einer atemberaubenden Auflösung von 1,44 Millionen Bildpunkten.

Kurz gesagt: PEN – eine echte Alternative zu Spiegelreflex. www.olympus.de/pen



OLYMPUS PEN

New Generation System Cameras

„Ich liebe die Mischung von Kreativität und Kontrolle.“
Tarjei Krogh, Fotograf, Norwegen

OLYMPUS