

contact

Fachzeitschrift für die Fotobranche • www.worldofphoto.de

Die Wiedergeburt der Olympus Pen

Nach 50 Jahren:
Mit Micro Four Thirds Technologie



Olympus
Pen E-P1



Casio: Bis zu 1.000 Fotos mit der EXILIM EX-H10

Das Leichtgewicht mit der großen Ausdauer: Die Kamera mit 24–240 mm Weitwinkel-Objektiv, neuem Landschafts-Modus und HD-Video-Funktion verfügt über eine überaus beeindruckende Akkukapazität.

S. 16

Fotobücher: Immer mehr Varianten, mit denen der Verkauf Spaß macht

Die gute Auftragslage bei Fotobüchern bereitet Handel, Großfinishern und klassischen Druckereien derzeit große Freude. Die Vielzahl der Fotobuch-Varianten begeistert immer mehr Zielgruppen.

S. 24

Gesellschafterversammlung Ringfoto: Premiere statt Krise

Positive Ergebnisse für Zentrale und Mitglieder, erfreuliche Perspektiven und eine exklusive Weltpremiere sorgten auf der diesjährigen Gesellschafterversammlung für gute Stimmung.

S. 28



* Unverbindliche Preisempfehlung für ein CEWE FOTOBUCH-KLEIN gemäß Preisliste, zzgl. Bearbeitungsgebühr.

Mein[®] CEWE FOTOBUCH

Ausgezeichneter Spaß für Ihre Kunden – ausgezeichneter Umsatz für Sie!

Testsieger in Serie!



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

Download kostenlos unter:

www.cewe-fotobuch.de

 **cewe**
einfach schöne Fotos

Die Arcandor Insolvenz betrifft auch Foto Quelle

Vorerst geht es weiter

Nachdem die Foto- und Imagingbranche bislang von spektakulären Effekten der Wirtschafts- und Finanzkrise verschont geblieben ist, zeigte der Insolvenz Antrag der Arcandor Gruppe nach neun Tagen doch seine Auswirkungen: Am 17. Juni meldeten 15 weitere Tochtergesellschaften des Konzerns bei den zuständigen Amtsgerichten ihre Zahlungsunfähigkeit – darunter auch die Foto Quelle GmbH, Fürth.



Thomas Blömer, Verleger

Die gute Nachricht zuerst: Zumindest vorerst ändert sich für die Geschäftspartner und Franchisenehmer nichts, denn der Geschäftsbetrieb wird mit Zustimmung des vorläufigen Insolvenzverwalters Dr. Klaus Hubert Görg uneingeschränkt fortgeführt. Dabei sei es Ziel des Foto Quelle Teams, „gemeinsam mit Geschäftspartnern und Franchisenehmern alles daran zu setzen, die Foto Quelle GmbH & Co. OHG wieder in ein ruhiges Fahrwasser zu manövrieren“, heißt es in

einem Brief der Foto Quelle Geschäftsleitung an die Handelspartner. Die Verantwortlichen hoffen, ein geordnetes Planverfahren in Eigenverwaltung durchführen zu können – das ist sozusagen die „mildeste“ Form eines Insolvenzverfahrens, das dem betroffenen Unternehmen ein Höchstmaß an Eigenständigkeit bewahrt. Wichtig für die betroffenen Handelspartner: Die weitere Belieferung mit Fotoarbeiten, Fotobüchern und anderen digitalen Bildprodukten ist bis auf weiteres gesichert. Da wird vielen Foto Quelle Händlern ein Stein vom Herzen gefallen sein, denn die Vorstellung, mitten in der Urlaubszeit ohne Bilddienstleister dazustehen, ist mehr als ungemütlich.

Auch wenn diese Nachrichten unter dem Vorbehalt „bis auf weiteres“ und „vorläufig“ stehen, kann man davon ausgehen, dass die Perspektiven für Foto Quelle so schlecht nicht sind, denn das Traditionsunternehmen hat sich frühzeitig auf den digitalen Bildermarkt eingestellt, ein grundsolides

Sortiment digitaler Bildprodukte aufgebaut und auch die eine oder andere pfiffige Neuheit präsentiert.

Quelle Sprecher Manfred Gawlas hat im Rahmen der Zahlungsunfähigkeit der weiteren Arcandor Töchter von „strategischen Insolvenzen“ gesprochen. Man kann darüber spekulieren, was mit dieser Formulierung gemeint ist – konservative Kaufleute gingen bislang davon aus, dass man einen Insolvenzantrag nur dann stellt, wenn man unbedingt muss und nicht, wenn es gerade passt. Aber immerhin klingen diese salomonischen Worte eher danach, dass es um die Entsorgung von Altlasten geht, als um eine Abwicklung mit der Abrissbirne.

Im Sinne der gesamten Foto- und Imagingbranche steht zu hoffen, dass dieser Eindruck zutrifft, denn der Wegfall einer starken Kraft im Fotofachhandel wäre für unseren Markt eine ganz schlechte Nachricht, denn es gibt immer weniger Alternativen im Fotohandel. Der vorläufige Insolvenzverwalter Dr. Klaus Hubert Görg und Foto Quelle Geschäftsführer Stefan Hagemann haben den Franchisenehmern versichert: „Wir arbeiten an einer Weiterführung mit ganzer Kraft, um Ihre und unsere Marktstellung in der Zukunft absichern zu können“. Dafür kann man dem ganzen Foto Quelle Team heute nur gutes Gelingen wünschen.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Die Olympus Pen erlebt nach 50 Jahren ihre Wiedergeburt als Micro Four Thirds Kamera 10

Editorial

Die Arcandor Insolvenz betrifft auch Foto Quelle: Vorerst geht es weiter 3

Wichtiges aus worldofphoto.de 6, 15

Handel

Photo+Medienforum Kiel will auch 2009 wachsen – Der Branchentreff 8

Pentax Merchandiser beraten Handelspartner: Unterstützung am PoS 21

Ringfoto Gesellschafterversammlung: Premiere statt Krise 28

Neuheiten 20, 22, 31

Die Olympus Pen erlebt nach 50 Jahren ihre Wiedergeburt als Micro Four Thirds Kamera: Klein und einfach wie ein Kugelschreiber 10

Bis zu 1.000 Fotos mit der Casio Exilim EX-H10: Perfekte Reisekamera 16

Bis zu 1.000 Fotos mit der Casio Exilim EX-H10: Perfekte Reisekamera



Rucksacktouristen und Reisende mit viel Gepäck freuen sich über jedes Gramm, das sie unterwegs sparen können. Vor allem diese Zielgruppe sollte sich für die neue Exilim EX-H10

von Casio begeistern können, erfüllt sie doch mit dem kleinsten und leichtesten Gehäuse ihrer Klasse und der Möglichkeit, bis zu 1.000 Fotos mit einer Akkuladung zu schießen, den Wunsch, unnötiges Gewicht – zum Beispiel für Ladegerät und Adapter – zu sparen. Seite 16

NEUHEITEN

Die Olympus Pen erlebt nach 50 Jahren ihre Wiedergeburt als Micro Four Thirds Kamera



Wenn ein japanischer Kamerahersteller nicht nur seinen Präsidenten, sondern auch einige hundert Journalisten aus aller Herren Länder zur Präsentation eines neuen Produktes einfliegen lässt, dann muss das einen besonderen Grund haben. Für Olympus gab es den: Auf einer großen Presseveranstaltung in Berlin stellte das Unternehmen mit der Olympus Pen E-P1 seine erste Kamera für das neue Micro Four Thirds System vor. Exakt 50 Jahre nach der Markteinführung der Olympus Pen im Jahre 1959 erlebte die legendäre Halbformatserie damit ihre Wiedergeburt in der digitalen Welt – und zeigte sich dabei ebenso kompakt und innovativ wie der analoge Namensgeber.

Seite 10

Seite 10

Photo+Medienforum Kiel will auch 2009 wachsen – Der Branchentreff

120 Teilnehmer aus der Foto- und Medienbranche verzeichnete das Photo+Medienforum Kiel bei seinem traditionellen Branchentreff,



der am 26. und 27. Mai in der Landeshauptstadt Schleswig-Holsteins stattfand. Die regulären Sitzungen der Mitglieder und Kuratoren des Forums und des Schulvereins der Landesberufsschule wurden durch interessante Vorträge und eine gelungene Abendveranstaltung bereichert.

Seite 8

Ringfoto Gesellschafterversammlung: Premiere statt Krise

Positive Ergebnisse für Zentrale und Mitglieder, erfreuliche Perspektiven und eine exklusive Weltpremiere; kein Wunder, dass die Mitglieder der Fürther Händlerkooperation Ringfoto auf ihrer diesjährigen Gesellschafterversammlung in Stuttgart durchweg zufriedene Gesichter zeigten. Den Grund für die gute Stimmung brachte der Verwaltungsrats-Vorsitzende Rainer Schorcht in seiner Begrüßungsrede kurz und bündig auf den Punkt: „Von Krise ist bei uns keine Spur zu sehen!“



Seite 28

ZUM TITELBILD

HANDEL

Jörgen Nimphy, Geschäftsführer Consumer Products, Olympus Deutschland GmbH: „Kult-Potential“

Anlässlich der Vorstellung der Olympus Pen E-P1 hat imaging+foto-contact mit Jörgen Nimphy, Geschäftsführer Consumer Products der Olympus Deutschland GmbH, über die Strategie für die neue Produktkategorie und die Perspektiven für den Fotohandel gesprochen. **Seite 12**



INTERVIEW

Interview

Jörgen Nimphy, Geschäftsführer Consumer Products, Olympus Deutschland GmbH: „Kult-Potential“ **12**

Messen und Kongresse

2. International Business Forum Cologne „Memories are more...“ **18**

Schneider Kreuznach verhalten optimistisch: „Stellung gestärkt“

Die Jos. Schneider Optische Werke GmbH, Bad Kreuznach, und ihre Tochtergesellschaften sind zuversichtlich, die Wirtschaftskrise ohne Blessuren zu überstehen. Als Hauptgrund für diese optimistische Perspektive hat Dr. Josef Staub, Geschäftsführer der Schneider-Gruppe, beim Jahres-Pressgespräch die breite und internationale Aufstellung des Konzerns genannt. **Seite 23**



UNTERNEHMEN

Unternehmen

Schneider Kreuznach verhalten optimistisch: „Stellung gestärkt“ **23**

Bilddienstleistungen

Der Verkauf von Fotobüchern macht Spaß: Immer mehr Varianten. **24**

Der Verkauf von Fotobüchern macht Spaß: Immer mehr Varianten



Herstellung und Verkauf von Fotobüchern bereiten Handel, Großfinishern und klassischen Druckereien derzeit große Freude. Nicht nur, weil Fotobücher einen guten Teil der Verluste ausgleichen, die in

den vergangenen Jahren im analogen Bildergeschäft entstanden sind, sondern auch, weil die wachsende Zahl der Produktionsmöglichkeiten und die zunehmende Vielfalt der Fotobuch-Varianten immer neue Zielgruppen für diese moderne Art der Bildpräsentation begeistert. **Seite 24**

BILDDIENSTLEISTUNGEN

Promotion

FUJIFILM Fotobücher brillant in XL und XXL: Umsatz in neuer Größe **27**

PMA Newline 7/2009

Aktuelles von der PMA **34**

Aktuell aus der PMA Newline International **35**

Rubriken

Klein- und Personalanzeigen **32**

Impressum **33**

Aktuelles von der PMA

Als Sprecher der deutschen PMA Mitglieder freue ich mich, dass ab sofort in jeder Ausgabe von imaging+foto-contact aktuelle Informationen über die PMA erscheinen.

Denn gerade in einer Zeit, in der unsere Branche nicht nur durch die Wirtschafts- und Finanzkrise, sondern auch durch den rasanten Wandel des Foto- und Imagingmarktes vor immer neuen Herausforderungen steht, ist es wichtig, über den Tellerrand hinauszublicken, aktuelle Entwicklungen zu verfolgen und Erfahrungen mit Kolleginnen und Kollegen aus aller Welt auszutauschen. **Seite 34**



Armin Thorn

PMA NEWSLINE



Immer aktuell:

www.worldofphoto.de

Stefan Trippe scheidet aus dem Leica Vorstand aus

Mit Wirkung zum 9. Juni hat Stefan Trippe, seit 1. Juli 2008 als COO Mitglied des Vorstandes der Leica Camera AG, sein Amt niedergelegt. Der Aufsichtsrat hat in seiner Sitzung am 20. Mai dem Wunsch entsprochen. Trippe trat am 1. Oktober 2007 als technischer Betriebsleiter bei Leica ein und verantwortete die Bereiche Entwicklung, Supply Chain und Einkauf. Darüber hinaus war er auch für den Produktionsstandort in Portugal verantwortlich und maßgeblich an der Neuaufrichtung der Produktentwicklung, der Opti-

mierung der Fertigungsprozesse und der Stärkung der strategischen Partnerschaften beteiligt. Am 9. Juni übernahm Rudolf Spiller, CEO der Leica Camera AG, die bisherigen Bereiche von Trippe. Für den Einkauf zeichnet jetzt Andreas Lobejäger, CFO des Unternehmens, verantwortlich.

Hama weiht Neubau in Gadki-Robakowo/Polen ein

Hama hat in Polen in Gadki-Robakowo bei Posen einen eigenen, neu errichteten Gebäudekomplex bezogen, der neben der Verwaltung auch ein Logistikzentrum mit Wareneingang, Lager und Versand umfasst. Das neu auf einer Grundfläche von knapp 4.700 Quadratmetern erbaute, zehn Meter hohe Lager ermöglicht mit 6.390 Palettenstellplätzen und 4.175 Kommissionierplätzen den täglichen Versand von bis zu 500 Paketen und stellt damit den schnellen Warenfluss sicher. Darüber hinaus bietet das Gebäude über 1.400 Quadratmeter Bürofläche und rund 500 Quadratmeter Ausstellungsräume. Unter der Leitung von Maogrzata Dekinger, die viele Jahre im deutschen Zentralsitz von Hama in Monheim tätig war, sind derzeit 115 Mitarbeiter für die Betreuung des polnischen Marktes zuständig. Dem Anspruch des Handels, Standardaufträge innerhalb von 24 Stunden auszuliefern, sei man mit der modernen und ausgereiften Vor-Ort-Lösung nun auch weiterhin gewachsen, so Hama Geschäftsführer Christoph Thomas anlässlich der offiziellen Einweihungsfeier.

Kodak stellt Produktion der Kodachrome Filme ein

Die Eastman Kodak Company will die Produktion von Kodachrome Filmen einstellen. Damit geht eine Legende zu Ende: Das einzigartige Material war der erste kommerziell erfolgreiche Farbfilm der Welt und gehörte seit 1935 zum Kodak Portfolio. Bereits vor Einführung der Digitalfotografie hatten moderne Umkehrfilme wie zum Beispiel

Canon Europe kündigt neue Markenstrategie an

Canon Europe hat die Einführung einer neuen Unternehmensmarkenstrategie in der Region Europa, Mittlerer Osten und Afrika (EMEA) angekündigt. Mit geschäftlichen Aktivitäten in über 110 Ländern in EMEA sei ein einheitliches Verständnis und eine konsistente Kommunikation der Kernmarke des Unternehmens von entscheidender Bedeutung, hieß es in einer Pressemitteilung. Bei der Strategie handelt es sich um eine langfristige Investition zur weiteren Harmonisierung des geschäftlichen Auftretens, einschließlich der internen und externen Kommunikation in der gesamten Region. Aufbauend auf seiner weltweiten Kompetenz in der Imaging-Technologie will sich Canon mit der neuen Strategie darauf konzentrieren, das Thema Power of Image – die Kraft der Bilder – lebendig werden zu lassen. Die neue Strategie soll ebenfalls dazu beitragen, den Stellenwert der Marke als attraktiver Arbeitgeber auszubauen und einen effizienteren Einsatz der zur Markenkommunikation zur Verfügung stehenden Mittel sicherzustellen. Canon will darüber hinaus die visuelle Wahrnehmung der Marke durch die Einführung eines neuen „Frame“ (Rahmen)-Elements verbessern, das alle neuen Werbe- und Kommunikationsmaterialien durchgehend mit einem gemeinsamen Merkmal verbindet.

Kodak Ektachrome den Kodachrome Anteil am Filmmarkt drastisch reduziert. Derzeit gibt es mit Dwayne's Photo in Parsons, Kansas, USA, nur noch ein Labor auf der Welt, das die komplizierte Entwicklung dieses Films beherrscht. Kodak schätzt, dass die letzten Kodachrome Filme voraussichtlich im September dieses Jahres verkauft werden – das Labor will die Entwicklung noch bis 2010 anbieten.

Samsung ist Partner der T-City Friedrichshafen

Samsung Electronics unterstützt eine weltweit einzigartige Kooperation: Im Rahmen des von der Deutschen Telekom initiierten Projektes T-City Friedrichshafen, mit dem Ziel, die Zukunft schon jetzt erlebbar zu machen, werden Friedrichshafener Haushalte mit modernster Samsung Technologie ausgestattet. So erhalten die teilnehmenden Haushalte unter anderem die neueste Unterhaltungselektronik von Samsung. Einige der dort integrierten Produkte sind offiziell noch nicht auf dem deutschen Markt erhältlich. Bis zum Jahr 2012 soll in der T-City Friedrichshafen gezeigt werden, wie moderne Informations- und Kommunikationstechnologie die Lebens- und Standortqualität einer Stadt steigert. Die Stadt Friedrichshafen hatte sich in einem Wettbewerb gegen 51 Bewerber durchgesetzt und wurde im Februar 2007 zur T-City gekürt. Bei diesem Projekt arbeiten Bürger, Unternehmen, Schulen, Wissenschaft, Medizin und Stadtverwaltung an innovativen Anwendungen für den Alltag.

**IN 1.000 FOTOS UM DIE WELT –
OHNE AUFZULADEN.**

DIE NEUE EXILIM EX-H10.



Geht mit 24 mm Weitwinkel-Objektiv, 10fach optischem Zoom und Hochleistungs-Lithium-Ionen-Akku auf Reisen: die neue EXILIM EX-H10.

- Extrem leistungsstarker Lithium-Ionen-Akku für bis zu 1.000 Fotos (CIPA Standard)
- 24 mm Weitwinkel
- 10fach optischer Zoom mit mechanischer Bildstabilisierung durch CCD-Shift-Technologie
- HD-Videoaufnahme*
- Dynamic Photo-Funktion
- Landschafts Modus: brillante Aufnahmen selbst bei Dunst oder Nebel
- 12,1 Megapixel
- EXILIM Engine 4.0
- 7,6 cm Super Clear LCD Display
- YouTube™ Capture Mode

*Maximale Aufnahmedauer: 10 Minuten pro Movie.



Photo+Medienforum Kiel will auch 2

Der Branchentreff

120 Teilnehmer aus der Foto- und Medienbranche verzeichnete das Photo+Medienforum Kiel bei seinem traditionellen Branchentreff, der am 26. und 27. Mai in der Landeshauptstadt Schleswig-Holsteins stattfand. Die regulären Sitzungen der Mitglieder und Kuratoren des Forums und des Schulvereins der Landesberufsschule wurden durch interessante Vorträge und eine gelungene Abendveranstaltung bereichert.

In der Kuratoriumssitzung konnte der Vorsitzende Michael Gleich (Ringfoto) neue Mitglieder begrüßen, die sich für die Unterstützung der Kieler Institution engagieren wollen. Micha-



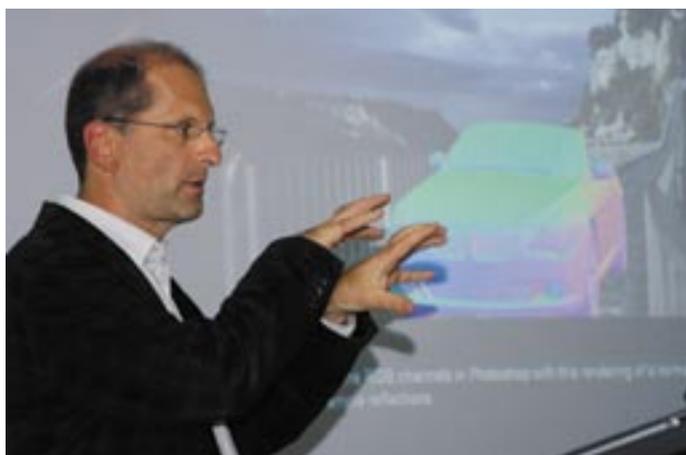
Die Mitgliederversammlung des Photo+Medienforums Kiel e.V. wählte einen neuen Vorstand: (v. l.) Klaus Kirchwehm, VICO, Kiel (Schatzmeister), Michael Zahlten, adP Photostudios, Hamburg (Vorsitzender), Frank Dröge, Wöltje, Oldenburg (Beisitzer) und Stephan Uhlenhuth, allcop Farbbild-Service GmbH & Co. KG, Lindenberg. Klaus Kirchwehm wurde auch zum Vorsitzenden des Schulvereins der Landesberufsschule Photo+Medien, Kiel, gewählt. Seine Stellvertreterin ist Helga Schulz, Fotostudio Helga Schulz, Heide (nicht im Bild); Frank Dröge übernahm das Amt des Schatzmeisters.

el Zahlten, Vorsitzender des Photo+Medienforums, dankte den Kuratoren für wertvolle Sachspenden, Dienstleistungen und die ideelle Unterstützung, die von dem Gremium nunmehr bereits seit vielen Jahren geleistet wird.

Trotz der Turbulenzen im vergangenen Jahr (Wechsel in Geschäftsführung und Vorsitz) konnte das Photo+Medienforum Kiel 2008 ein Umsatzwachstum erzielen und rechnet auch für dieses Jahr mit einer positiven Entwicklung. Dabei sind nach Aussagen von Geschäftsführerin Ute Nolte weitere Investitionen geplant, mit denen unter anderem das IT-Netzwerk verbessert und die Gebäude modernisiert werden sollen.

Guter Start für neues Berufsbild

Die Ausbildung zum neuen Berufsbild „Fotomedienfachmann/frau“ ist im August 2008 an der Landesberufsschule Photo+Medien in Kiel erfolg-



Prof. Michael Jostmeier von der Georg-Simon-Ohm-Hochschule in Nürnberg stellte in einem spannenden Vortrag die faszinierenden Möglichkeiten von Computer Generated Imagery dar.

009 wachsen

reich gestartet. Außer Schleswig-Holstein haben bislang sieben weitere Bundesländer beschlossen, die Kompetenz der Kieler Institution zu nutzen: Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Rheinland-Pfalz, Hessen, Saarland und Baden-Württemberg schicken die Auszubildenden nach Kiel. Auch die anspruchsvollen Fotografenlehrgänge EVA haben sich erfolgreich etabliert. Alle Absolventen der bislang zwei Abschlussklassen bestanden ihre Prüfungen.

Einen Blick über den Tellerrand des Tagesgeschäftes hinaus ermöglichte das Vortragsprogramm, das traditionell zum Kieler Branchentreff gehört. Jürgen Knuth, mehrfacher Welt- und Europameister im Segeln und Ex-Bun-

destrainer dieser Disziplin, zeigte die Parallelen von Regattasegeln und Management auf. Auch Prof. Dr. Martin Visbeck vom Leibniz-Institut für Meereswissenschaften an der Universität Kiel bot unter dem Titel „Ozean der Zukunft“ einen Einblick in maritime Themen und betonte die Bedeutung von Netzwerken für die Wissenschaft.

Faszinierende Bildtechnologien präsentierte Prof. Michael Jostmeister von der Georg-Simon-Ohm-Hochschule in Nürnberg in seinem Vortrag über Computer Generated Imagery (CGI). Dahinter verbergen sich Spitzentechnologien, die es ermöglichen, ein Motiv so perfekt in ein vorhandenes Foto einzufügen, dass nicht nur alle Proportionen und Perspektiven stimmen, sondern sogar die Lichteffekte, Schatten und Spiegelungen so wiedergegeben werden

können, als habe das Motiv tatsächlich am Ort der Aufnahme gestanden. Einsatzmöglichkeiten für CGI gibt es zum Beispiel in der Werbung. So muss ein neues Automodell nicht mehr um die halbe Welt transportiert werden, um zum Beispiel auf einem amerikanischen Highway aufgenommen zu werden. Es reicht, wenn ein Fototeam mit modernen Panoramakameras die Original-Location fotografiert. Das Auto selber kann dann in das Bild eingefügt werden – und zwar auf Grund seiner Konstruktionsdaten, es muss nicht einmal ein Prototyp fotografiert werden.

All das bot genug Gesprächsstoff für die gelungene Abendveranstaltung, bei der die Teilnehmer des Branchentreffs die Gelegenheit zum persönlichen Meinungsaustausch intensiv nutzten.



Die meisten Premieren weltweit.

Legen Sie den Grundstein für Ihren zukünftigen Geschäftserfolg. Auf der IFA in Berlin erleben Sie die Premieren der führenden Marken. Seien Sie dabei, wenn alle wichtigen Hersteller von Unterhaltungselektronik und Elektrohausräten ihre neuesten Produkte präsentieren.

Menschen begeistern. Märkte bewegen. IFA 2009.



Berlin, 4. – 9. September 2009

www.ifa-berlin.com

Klein und einfach wie ein Kugelschreiber

Die Olympus Pen erlebt nach 50 Jahren ihre Wiedergeburt als Micro Four Thirds Kamera

Wenn ein japanischer Kamerahersteller nicht nur seinen Präsidenten, sondern auch einige hundert Journalisten aus aller Herren Länder zur Präsentation eines neuen Produktes einfliegen lässt, dann muss das einen besonderen Grund haben. Für Olympus gab es den: Auf einer großen Presseveranstaltung in Berlin stellte das Unternehmen mit der Olympus Pen E-P1 seine erste Kamera für das neue Micro Four Thirds System vor. Exakt 50 Jahre nach der Markteinführung der Olympus Pen im Jahre 1959 erlebte die legendäre Halbformatserie damit ihre Wiedergeburt in der digitalen Welt – und zeigte sich dabei ebenso kompakt und innovativ wie der analoge Namensgeber.



Masaharu Okubo, President Olympus Imaging Corporation, Tokio, war eigens zur Vorstellung der neuen Olympus Pen E-P1 aus Japan angereist.



Die Olympus Pen E-P1 gibt es in einer Version mit silberfarbigem und einer Version mit weißem Gehäuse.

Masaharu Okubo, President Olympus Imaging Corporation, Tokio, betonte in seiner Begrüßungsrede, dass Olympus mit der neuen Pen EP-1 ein Meilenstein in der Umsetzung des Micro Four Thirds Systems gelungen sei. Nachdem das Unternehmen zuletzt mehrfach bewiesen habe, dass es in der Lage sei, sehr kompakte Spiegelreflexkameras zu bauen, führe die Olympus Pen E-P1 das Konzept konsequent weiter, neueste Digitaltechnik und extrem kompakte Gehäuse miteinander zu verbinden.

Der Spanier Nacho Abia, Executive Managing Director, Olympus Imaging Europa, der als Gastgeber der Veranstaltung fungierte, zeigte sich zuversichtlich, dass es mit der Olym-

pus Pen E-P1 gelingen werde, ebenso wie 1959 neue Zielgruppen zu erreichen. „Waren es damals vor allem Frauen, die durch das kompakte Gehäuse der Olympus Pen und vor allem der Olympus Pen F als seinerzeit kleinster Systemkamera der Welt ihr Interesse an der Fotografie entdeckten, so sollen heute besonders junge Käufer angesprochen werden, denen digitale SLR-Kameras zu groß, zu teuer und zu schwierig zu handhaben sind“, meinte Abia. „Und ich rede hier von einem Markt in Millio-nenhöhe, denn rund 20 Prozent der Käufer einer Kompaktkamera würden nach unseren Erkenntnissen lieber eine Systemkamera mit Wechselopti-ken und anderem Zubehör kaufen, wenn diese ihre Wünsche nach klei-nen Abmessungen, geringem Gewicht und einfacher Bedienbarkeit erfüllt.“

Neue Bedienoberfläche

Für Akira Watanabe, Manager Digital SLR Product Strategy Department, Olympus Imaging Corporation, Tokio, der ebenfalls eigens für die Präsen-tation der neuen Kamera aus Japan gekommen war, steht außer Frage,



Die Bedienung der neuen Kamera erfolgt hauptsächlich über zwei Drehknöpfe auf der Rückseite.

dass gerade die neu entwickelte Benutzeroberfläche ein hervorragendes Verkaufsargument sein wird. So werden die verschiedenen Menü-punkte hauptsächlich über zwei Ein-stellräder an der Kamerarückseite angesteuert. Die Auswirkungen der

gewählten bzw. geänderten Einstel-lungen lassen sich bereits vor der Auf-nahme direkt auf dem 7,6 cm/3,0 Zoll großen HyperCrystal LCD begutach-ten. Weiterhin tragen verschiedene technologische Neuerungen dazu



Nacho Abia, Executive Managing Director, Olympus Imaging Europa, und Akira Wata-nabe, Manager Digital SLR Product Strategy Department, Olympus Imaging Corporation, erläuterten das technische und das Marke-tingkonzept, das hinter der neuen Olympus Pen E-P1 steht.

bei, dass auch Fotografie-Einsteiger von Beginn an perfekte Bildergeb-nisse auf Knopfdruck erzielen können. Der intelligente Modus i-Auto erkennt zum Beispiel die sechs häufigsten Aufnahmesituationen, wie zum Bei-spiel Porträt, Landschaft oder Nacht, und wählt dann automatisch die zu den Motiven passenden optimalen Einstellungen. Mit e-Porträt werden

Personen perfekt in Szene gesetzt: Diese Funktion glättet Falten und beseitigt kleine Mängel und leichte Flecken.

Ebenso wichtig wie die-se Neuerungen ist für Watanabe die Fähigkeit

der neuen Olympus Pen E-P1, HD-Videos aufzuzeichnen. Diese lassen sich, ebenso wie Fotos, dank HDMI-Kompatibilität auf einem TV-Gerät betrachten. „Nachdem Olympus die LiveView-Funktion in seine DSLR-Kameras integriert hatte, lag es nahe,

die Kameras auch mit einer Video-funktion auszustatten“, meinte Wata-nabe am Rande der Produktpräsen-tation in Berlin. „Die Nachfrage bei den Verbrauchern und der Blick auf die neu auf den Markt kommenden Kameramodelle zeigt, dass die Ent-scheidung richtig war.“

Stilvolles Metallgehäuse

Die Olympus Pen E-P1 kombiniert modernste Technologien mit der zeit-los klassischen Eleganz der Olympus Pen Serie, die von dem renommierten Designer Yoshihisa Maitani entwickelt und 1959 in den Markt eingeführt wurde. Die stilvolle Metalloberfläche, der optionale Blitz FL-14 sowie der Leder-Trageriemen und die optional erhältliche Leder-Schutzhülle verleihen der Kamera einen Retro-Look, der an die klassische Pen Serie erinnert. Die Kamera wird mit einem weißen und einem silberfarbenen Gehäuse

Fortsetzung auf Seite 14

„Kult-Potential“

Interview mit Jörgen Nimphy, Geschäftsführer Consumer Products, Olympus Deutschland GmbH

Anlässlich der Vorstellung der Olympus Pen E-P1 hat *imaging+foto-contact* mit Jörgen Nimphy, Geschäftsführer Consumer Products der Olympus Deutschland GmbH, über die Strategie für die neue Produktkategorie und die Perspektiven für den Fotohandel gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Nimphy, Olympus führt mit den ersten Kameras für das Micro Four Thirds System eine neue Submarke ein: Olympus Pen. Wofür stehen diese drei Buchstaben?

Jörgen Nimphy: Olympus Pen steht gleichermaßen für Tradition und Innovation, denn mit dieser Marke hat vor 50 Jahren der Aufstieg unseres Unternehmens als Kamerahersteller begonnen. In den 60er und 70er Jahren haben wir – in einem damals sehr viel kleineren Markt als heute – 17 Millionen Halbformatkameras mit diesem Namen verkauft. Sie zeichneten sich durch revolutionär kompakte Bauweise und besonders einfache Bedienung aus, denn hinter dem Namen PEN verbirgt sich nichts anderes als das englische Wort für Kugelschreiber – unsere Konstrukteure wollten Kameras entwickeln, die genauso einfach zu bedienen waren wie ein Stift. Unter



Jörgen Nimphy: „Die Olympus Pen E-P1 ist eine der innovativsten Kameras, die wir je gebaut haben.“

den vielen Erfolgsmodellen war auch die Olympus Pen F als damals kleinste Kamera mit Wechseloptik. An diese Tradition wollen wir mit unseren neuen Modellen für das Micro Four Thirds anknüpfen und besonders kompakte, bedienerfreundliche Kamerasysteme für das Digitalzeitalter weiterentwickeln.

imaging+foto-contact: Die Olympus Pen E-P1 ist also kein Produkt für Nostalgiker?

Jörgen Nimphy: Nein, im Gegenteil: Sie ist eine der innovativsten Kameras, die wir jemals gebaut

haben, denn sie enthält ganz neue Technologien, zum Beispiel den kleinsten, in ein Kameragehäuse integrierten Bildstabilisator der Welt mit einem Korrekturbereich von ± 4 EV, einen neuen Kontrast-Autofokus, der doppelt so schnell arbeitet wie beispielsweise der unserer E-420, einen neu konstruierten Verschluss, einen besonders wirksamen SuperSonic Wave Staubschutz und Art-Filter für kreative Bildeffekte. Auch die Möglichkeit, HD-Videos aufzunehmen zeigt, dass dieses Produkt den aktuellen Trends im Kameramarkt voll entspricht.

imaging+foto-contact: Welche Zielgruppen wollen Sie damit ansprechen – an Olympus Pen werden sich ja vorwiegend „ältere Semester“ erinnern.

Jörgen Nimphy: Natürlich freuen wir uns, wenn traditionsbewusste Fotografen die positiven Emotionen, die sie mit Olympus Pen verbinden, auch auf diese neuen Produkte übertragen. Unser Fokus liegt aber auf einer jüngeren Zielgruppe, denn für die wurde das Micro Four Thirds System vorwiegend entwickelt. Wir wissen nämlich aus Marktuntersuchungen, dass ungefähr 20 Prozent der Besitzer von Kompaktkameras gerne eine Kamera mit der Leistungsfähigkeit von Spiegelreflex-Systemen benutzen würden, aber von einem Kauf absehen, weil ihnen die existierenden Modelle zu groß und zu kompliziert sind. Deshalb bringen wir jetzt eine Kamera, die es ermöglicht, auf zahlreiche Wechselobjektive und Zubehörprodukte zurückzugreifen, aber trotzdem kompakt, leicht und einfach zu bedienen ist.

imaging+foto-contact: Nun sieht die Olympus Pen E-P1 aber wirklich nicht aus wie eine Spiegelreflexkamera.

Jörgen Nimphy: Diese Beobachtung ist richtig – anders als Spiegelreflexkameras oder ähnlich konstruierte Modelle ist die Pen E-P1 besonders flach und hat ein ganz eigenständiges Gesicht; ich würde sagen: typisch Olympus. Damit setzen wir genau die Wünsche der Verbraucher um, die vor der Entwicklung des Micro Four Thirds Standards ermittelt wurden. Hinzu kommt: Wir sind bereits mit extrem kompakten Spiegelreflex-Modellen sehr erfolg-

reich, und unsere E-450 ist derzeit die kleinste DSLR der Welt. Darum sind wir sicher: Um neue Zielgruppen für das Fotografieren mit Systemkameras anzusprechen, muss man auch ganz neue Produkte anbieten. Den Anfang macht die Olympus Pen E-P1.

imaging+foto-contact: Dennoch verweist der Buchstabe E ganz klar auf Ihre Spiegelreflex-Familie.

Jörgen Nimphy: Natürlich. Denn zum einen gehört die Olympus Pen E-P1 zweifellos in diese Leistungs-kategorie, und zum anderen ist diese



Sehr diskret auf der Kameraoberseite ist der Name der neuen Olympus Kamera zu finden.

Kamera das ideale Zweitgehäuse für Kunden, die bereits mit einem Olympus E-Modell fotografieren. Deshalb bieten wir als Zubehör auch einen Adapter für alle Objektive des E-Systems an. Ein weiterer Adapter ermöglicht sogar den Einsatz von OM-Objektiven.

imaging+foto-contact: Welche Erwartungen kann Ihrer Meinung nach der Fotohandel mit der Einführung der Olympus Pen E-P1 verbinden?

Jörgen Nimphy: Wir sind überzeugt davon, dass die neue Olympus Pen Familie ein besonders großes Potential für den qualifizierten Fotohandel bietet: Sie ist attraktiv, hochwertig, hat spezielle Produktvorteile, die sich gut in Verkaufsargumen-

te verwandeln lassen, und eröffnet als Systemkamera attraktive Umsatzmöglichkeiten mit Zubehör. Und mit ihrem einzigartigen Design weckt sie Besitzwünsche bei jedem, der sie sieht. Das ist der Idealfall für gute Verkäufer: ein Produkt mit Kult-Potential, zu dem man eine gute Geschichte erzählen kann.

imaging+foto-contact: Wie unterstützen Sie den Verkauf der neuen Kamera?

Jörgen Nimphy: Wir werden die Olympus Pen E-P1 in einer Medienkampagne bewerben, setzen aber zusätzlich auf ganz neue Aktivitäten. Denn wir wollen mit speziellen Promotions neue Zielgruppen direkt ansprechen und werden deshalb das neue Kamera-System an interessanten Orten wie Kinos, Diskos, Kneipen oder bei Mode-Events live demonstrieren – natürlich immer mit Hinweis auf unsere Handelspartner, bei denen die Produkte verkauft werden. Wir sind sicher, dem Fotohandel auf diese Weise zahlreiche neue Kunden zuführen zu können.

imaging+foto-contact: Welche Marktposition rechnen Sie sich mit der neuen Olympus Pen E-P1 aus?

Jörgen Nimphy: Wir haben uns ein ehrgeiziges, aber realistisches Ziel gesetzt: Mit der Olympus Pen E-P1 möchten wir einen Platz unter den Top fünf der meistverkauften Kameras mit Wechselobjektiven erreichen.

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

Neuheiten

Fortsetzung von Seite 11

auf den Markt kommen. Passende Objektive gibt es in Schwarz oder Silber (siehe Kasten unten). Zusätzlich werden von Beginn an Adapter bereitstehen, mit denen die Objektive des Olympus E-Systems in vollem Funktionsumfang und die Objektive des OM-Systems mit der neuen Olympus Pen E-P1 genutzt werden können.

Modernste Technik

Als Micro Four Thirds Kamera verzichtet die Pen E-P1 auf die Spiegelkon-



Nach den Ideen des Designers Yoshihisa Maitani wurde in den 50er Jahren die analoge Version der Olympus Pen entwickelt.

struktion, eine bislang notwendige Komponente für digitale Kameras mit Wechselobjektiven, zugunsten von Gewicht und Größe. Zur technischen Ausstattung gehören der 12,3 Megapixel Live MOS Sensor, der neue True Pic V Bildprozessor, ein eingebauter Bildstabilisator mit einer Kompensationsleistung von bis zu 4 LW-Stufen sowie das bekannte und effiziente Sensorreinigungssystem. Der neue Bildprozessor garantiert extrem hohe Geschwindigkeiten bei der Bildverarbeitung sowie eine professionelle Bildqualität mit ISO Werten bis 6.400.

Inspiziert durch die semi-professionelle E-30, verleiht eine Auswahl von sechs Art Filtern Bildern und Movies ein neues Flair. Der Pop Art Filter zum Beispiel verstärkt die Farben und sorgt so für einen intensiveren Ausdruck. Weitere Filter wie Lochkamera, Weichzeichner, blasse & helle Farben, leichte Tönung und Körniger Film sind ebenfalls mit an Bord. Bereits aufgenommene RAW-Daten lassen sich auch später mit Art Filter-Effekten versehen – das ist neu.

Die E-P1 nimmt außerdem bis zu fünf Minuten lange Filme im AVI-Format in HD-Qualität (1.280x720 Pixel) mit 30 Bildern pro Sekunde auf. Für Film und Fotoaufnahmen können verschiedene Seitenverhältnisse gewählt werden.

Verschiedene Kits

Die Olympus Pen E-P1 steht zur Markteinführung in verschiedenen Kits zur Verfügung:

- **E-P1 Kit Silber/Schwarz**
E-P1 Gehäuse Silber & M. Zuiko Digital ED 14–42 mm 1:3,5–5,6, Objektiv Schwarz.
- **E-P1 Kit Silber/Silber**
E-P1 Gehäuse Silber & M. Zuiko Digital ED 14–42 mm 1:3,5–5,6, Objektiv Silber; diese Version wird exklusiv von Ringfoto angeboten.
- **E-P1 Kit Weiß/Silber**
E-P1 Gehäuse Weiß & M. Zuiko Digital ED 14–42 mm 1:3,5–5,6, Objektiv Silber.
- **E-P1 Pancake Kit Silber**
E-P1 Gehäuse Silber, M. Zuiko Digital 17 mm 1:2,8 Pancake Objektiv Silber & VF-1.
- **E-P1 Pancake Kit Weiß**
E-P1 Gehäuse Weiß, M. Zuiko Digital 17 mm 1:2,8 Pancake Objektiv Silber & VF-1.
- **E-P1 Double Lens Kit**
E-P1 Gehäuse Silber, M. Zuiko Digital ED 14–42 mm 1:3,5–5,6, Objektiv Schwarz, M. Zuiko Digital 17 mm 1:2,8 Pancake Objektiv, Silber & VF-1.



Die Art Filter der neuen Olympus Pen E-P1 unterstützen die Kreativität bei der Aufnahme: So können Bilder zum Beispiel wie körniger Schwarzweißfilm aussehen, wie mit der Lochkamera aufgenommen oder per Pop Art Filter mit intensiveren Farben.

Kodak startet in Deutschland Kampagne „Drucken mit Gewinn“

Kodak hat in Deutschland eine groß-angelegte, integrierte Kampagne „Drucken mit Gewinn“ für seine Inkjet Drucker gestartet. Die Hauptbotschaft der Kampagne lautet: „Nicht zu viel für Tinte zahlen – wechseln Sie zu einem Kodak Inkjet Drucker“. Die Anzeigenkampagne thematisiert die Frustration der Konsumenten über hochpreisige Druckertinte und weist auf die Kodak Inkjet Drucker als Problemlösung sowie auf den Online-Kalkulator hin. Durch die Auswahl von Druckermarke und mehr als 130 verschiedenen Druckertypen sowie des geschätzten Druck-

Deutsche fühlen sich beim Tintenpreis abgezockt

Deutsche Konsumenten fühlen sich von hohen Tintenkosten abgezockt. Dies ergab eine repräsentative Online-Studie, bei der TNS Emnid im Auftrag von Kodak mehr als tausend Menschen im Alter zwischen 18 und 65 Jahren mit Kindern befragt hatte. Die hohen Kosten für Tintenpatronen finden 69 Prozent der Befragten als höchst ungerechtfertigt, gleich nach GEZ-Gebühren (83 Prozent) und den Treibstoffpreisen (78 Prozent).

Gerade beim Kauf neuer Tintenpatronen – dies gaben 60 Prozent der Deutschen an – trifft sie der Preisschock. Die Studie von TNS Emnid verdeutlicht, dass ein Drittel der Befragten das Papier erst zweimal in der Hand umdreht, bevor sie zu Hause etwas drucken. Wären die Tintenkosten geringer, würde mehr als die Hälfte der Befragungsteilnehmer gerade ihren Kindern größeren Freiraum beim Drucken gewähren. Außerdem würde jeder Dritte den Drucker wechseln, wenn Geld bei den Tintenkosten eingespart werden könnte.

volumens wird berechnet, wie hoch die individuelle Ersparnis mit einem Kodak Inkjet Drucker wäre. In Deutschland besteht die Kampagne aus Online-Werbung auf Bild.de über einen Zeitraum von vier Wochen sowie Print-Anzeigen in 14 reichweitenstarken Tageszeitungen mit insgesamt 26 Schaltungen über drei Wochen.

Gestützte Zahlen

Die Zahlen des Tinten-Kalkulators sind durch unabhängige Erhebungen des Lyra Research Instituts hinsichtlich des durchschnittlichen Druckvolumens sowie von Quality Logic Inc. mit Tinten-



Der Online-Kalkulator ist unter www.drucken-mit-gewinn.de zu finden

Reichweitentests nach ISO-Norm gestützt. Viele Verbraucher müssen bis zu 55 Euro pro Tintenpatrone ausgeben. Anhand der Untersuchungsergebnisse zeigt sich, dass mit einem Kodak Inkjet Drucker durchschnittlich 98 Euro pro Jahr an Tintenkosten gespart werden können, da Kodak die schwarze Tintenpatrone für einen unverbindlichen Verkaufspreis von 9,99 Euro anbietet. Die Farbpatrone, die alle Farben beinhaltet, ist für 14,99 Euro (UVP) erhältlich. Wie hoch die individuelle Ersparnis bei einem Umstieg auf einen Kodak Inkjet Drucker sein kann, ermitteln Verbraucher auf www.drucken-mit-gewinn.de.

Weltweite Kampagne

Die weltweite Kodak Inkjet-Kampagne, die in den USA mit dem Titel „Print and Prosper“ im März 2009 startete, wurde von der Agentur Deutsch New York in Zusammenarbeit mit Kodak erarbeitet.

AUSLÖSEN, WENN ANDERE EINPACKEN.

126 DICHTUNGEN IN GEHÄUSE,
BATTERIEGRIFF UND OBJEKTIV*
MACHEN IHRE PENTAX WETTER-
FEST UND STAUBGESCHÜTZT.



- 14,6-Megapixel-CMOS-Sensor
- HD-Video mit 30 Bildern/Sek., eingebautes Mikrophon, Anschluss für Stereomikrophon
- PENTAX „Shake Reduction“-System
- 100%-Pentaprismensucher
- Verschlusszeiten: 1/8000 Sek.
- 77-Segment-Matrixmessung
- 3"-Weitwinkel-Monitor, 921.000 Dots, Live-View mit AF
- Serienaufnahmen: 5,2 Bilder/Sek.

*DA 18–55 mm WR & DA 50–200 mm WR.

Neuheiten



Die neue Exilim H10 von Casio steht dem Handel in einer mutigen und zwei klassischen Farben zur Verfügung.

Perfekte Reisekamera

Bis zu 1.000 Fotos mit der Exilim EX-H10

Rucksacktouristen und Reisende mit viel Gepäck freuen sich über jedes Gramm, das sie unterwegs sparen können. Vor allem diese Zielgruppe sollte sich für die neue Exilim EX-H10 von Casio begeistern können, erfüllt sie doch mit dem kleinsten und leichtesten* Gehäuse ihrer Klasse und der Möglichkeit, bis zu 1.000 Fotos mit einer Akkuladung** zu schießen, den Wunsch, unnötiges Gewicht – zum Beispiel für Ladegerät und Adapter – zu sparen.

Exilim EX-H10

Pluspunkte

große Ausdauer, 24 mm Weitwinkel, Funktion für klare Landschaftsaufnahmen, HD-Video

Ausstattung

- Auflösung: 12,1 Megapixel
- Objektiv: 3,2–5,7/24–240 mm
- mechanischer Bildstabilisator
- Makroaufnahmen ab 7 cm
- HD-Video (1.280 x 720 Pixel)
- 3-Zoll/7,6 cm TFT-Monitor
- Gesichtserkennung
- YouTube Capture Mode
- Auto BestShot
- Dynamic Photo

UVP: 329 Euro
Lieferbar ab Mitte Juli

Aber auch Fotografen, für die Gewicht und Abmessungen ihrer Kamera keine Rolle spielen, finden mit der Exilim EX-H10 ein Handwerkszeug, das mit seinem Zehnfach-Zoomobjektiv mit Einstiegs-Weitwinkelbrennweite 24 mm und innovativen neuen Ausstattungsmerkmalen nahezu alle Fotoideen in hoher Qualität umsetzen kann.

Neuer Landschafts-Modus

Dazu trägt unter anderem der neue Landschafts-Modus bei. Im Gegensatz zu den vorherigen Landschaftsmodi, die nur die Sättigung eines einzelnen Farbtons verbessern, kann der Fotograf nun zwischen den Varianten „Klare Landschaft“ und „Dunstreduzierung“ wählen. Mit „Klare Landschaft“ werden durch Bildanalyse die wichtigen Farben im Landschaftsfoto

verstärkt. „Dunstreduzierung“ hingegen entfernt leichten Dunst/Nebel und sorgt für klare und helle Landschaftsbilder. Diese Funktion, die über eine eigene Taste aktiviert wird, dürfte sich unter anderem in Großstädten dadurch vorteilhaft bemerkbar machen, dass Staub, Smog und andere Schwebepartikel aus dem Bild entfernt werden.

Hohe Akkukapazität

Durch den Einsatz des neuen Bildprozessors Exilim Engine 4.0, die Verwendung optimierter elektronischer Komponenten sowie durch verbesserte Bedienelemente konnte Casio den Energieverbrauch der Exilim EX-H10 senken und die Batteriekapazität erhöhen. Somit kann der Fotograf mit

* Zum Zeitpunkt der Kamera-Präsentation am 9. Juni 2009

** Fotoaufnahme gemäß CIPA-Richtlinie: Berechnung auf Grundlage einer Umgebungstemperatur von 23 °C; LCD-Monitor aktiv; Zoomen vom Weitwinkel- zum Teleobjektiv-Zoom und zurück alle 30 Sekunden; Blitz bei jedem zweiten Foto verwendet; Kamera nach jeweils zehn Fotos aus- und wieder eingeschaltet.

einem voll geladenen Akku bis zu 1.000 Fotos aufnehmen. In der Praxis bedeutet das beispielsweise, dass ein Urlauber auf einer zehntägigen Reise pro Tag 100 Fotos aufnehmen könnte, ohne die Batterie der Kamera aufladen zu müssen. Zudem ermöglicht die hohe Batterielebensdauer eine kontinuierliche Wiedergabe von bis zu elf Stunden.

Zoomoptik 24-240 mm

Schon mehrfach hat sich Casio in der Vergangenheit mit wegweisenden Lösungen zur Miniaturisierung von Kameras hervorgetan. Auch beim neuen Modell nutzte das Unternehmen diese Expertise, um eine Zehnfach-Zoomlinse (24–240 mm entsprechend Kleinbild), einen großen Drei-Zoll-Monitor (7,6 cm) und die CCD-Shift Bildstabilisierung in einem äußerst kompakten Gehäuse mit einer Tiefe von 24,3 mm zusammenzuführen. Die Weitwinkel-Einstiegsbrennweite von 24 mm unterstützt dabei nicht nur weiträumige Landschaftsaufnahmen, sondern auch Fotos in engen Tälern, Straßen oder kleinen Räumen.

Erweiterte Dynamic Photo-Funktion

Die neue Exilim EX-H10 kommt mit einer weiterentwickelten Dynamic Photo-Funktion auf den Markt: Wenn

ein sich bewegendes Motiv aus mehreren Bildern ausgeschnitten und in ein anderes Foto für den Hintergrund eingefügt wird, kann nun sogar die Größe des Motivs an den Hintergrund angepasst werden. Anschließend kann das dynamische Foto bereits in der Kamera in eine Motion JPEG-Videodatei umgewandelt werden. Der Fotograf kann seine Bilder noch verfeinern, indem er mit der Dynamic Photo-Funktion bewegte Grafiken wie Herzen oder Blumen hinzufügt.

Highspeed-Fotofunktionen

Die Exilim EX-H10 ist zudem mit einer zusätzlichen Taste für die Aufnahme von wunderschönen Portraitfotos ausgestattet. Mit dieser Make-up-Funktion wird der Fokus auf das Gesicht ausgerichtet, die Haut wird geglättet und Schatten im Gesicht werden weichgezeichnet.

Außerdem erkennt die Kamera automatisch schwierige Motive wie Nachtaufnahmen, die leicht verwackeln können, oder Gegenlichtaufnahmen, bei denen Gesichter und Hintergründe oft schlecht ausgeleuchtet werden, und nimmt die entsprechenden Einstellungen vor.

Videoaufnahmen

Die Kamera bietet jedem Anwender die Möglichkeit, HD-Filme aufzunehmen. Dazu muss lediglich die Movie-

Taste betätigt werden, um Filme mit einer Auflösung von 1.280 x 720 Pixeln aufzunehmen.

Wer keinen Wert auf HD-Qualität legt, kann außerdem auf den bereits aus anderen Exilim Modellen bekannten YouTube Capture Mode zurückgreifen.



Auf der Seite www.exilim.de finden sich vielfältige Informationen zum neuen Kameramodell Exilim EX-H10 und den verschiedenen Ausstattungsmerkmalen.

Dieser zeichnet die Videofilme in einer für die Präsentation im World Wide Web optimalen Auflösung auf.

Informationen im Web

Im Internet finden sich unter der Adresse www.exilim.de vielfältige Informationen zur neuen und zu den anderen Exilim Kameras. Wer sich darüber hinaus speziell über die Highspeed-Funktion der Exilim Kameras informieren will und praxisgerechte Beispiele sucht, der sollte die Adresse <http://life.exilim.eu/> ansteuern. Dort finden sich unter anderem zahlreiche von Nutzern eingestellte Demo-Filme.



Übersichtlich auf der Kamerarückseite angeordnet sind neben dem 7,6-cm-Monitor die verschiedenen Bedienelemente und der rote Knopf zum einfachen Start von HD-Filmaufnahmen.

Der **Jetzt vormerken:** Termin für Wach

21. bis 22. Oktober 2009, Kongresszent

Ein Top-Event – zwei Konferenzen

Der digitale Bildermarkt im Fokus intern



Photo Imaging News®

INTERNATIONAL CONTACT und Photo Imaging News präsentieren:

2. International Business Forum Cologne

„Memories are more...“

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

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

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

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

Gold Sponsoren:



Assoziierte Partner:



stum im Bildergeschäft

rum Nord der Koelnmesse

ationaler Experten



GfK präsentiert:

**GfK Imaging Executive
Konferenz**

**„Consumers,
Convergence,
Communication“**

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

**Wir informieren
Sie gerne:**

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

b.klomps@cat-verlag.de

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

thb@cat-verlag.de

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

0 21 02 - 20 27 90

Weitere Informationen sind auf der aktuellen Internetseite

www.worldofphoto.com

verfügbar.

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

Konferenzsprache: englisch

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Postfach 1229 • 40832 Ratingen

Neuheiten

Lifestyle mit digiETUI

Der Hamburger Zubehörspezialist S+M Rehberg bietet neue Varianten seiner erfolgreichen digiETUI Taschenreihe für Digitalkameras an. Die neuen digiETUI Sweet Modelle passen hervorragend zu den immer populäreren Digitalkameras in aktuellen Trendfarben, denn sie sind in den Farbvarianten Grün, Orange, Pink, Rot und Schwarz erhältlich. Die handlichen Taschen zeichnen sich, wie bei digiETUI gewohnt, durch durchdachte Details aus. So kann ein zusätzlicher Akku in der Vortasche untergebracht werden, ein Kartenfach bietet Platz für ein zusätzliches Speichermedium und die Gürtelschleufe macht das



Die neuen digiETUI Sweet Taschen gibt es in verschiedenen Trendfarben.



Mitnehmen auch dann einfach, wenn die Hände frei bleiben sollen. Ein Tragegurt gehört ebenfalls zum Lieferumfang. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 9,95 Euro. Auch für

Fujifilm stellt das Finepix J20 Love Pack komplett in Pink vor

Für viele trendbewusste Menschen gibt es keine schönere Farbe für das persönliche Outfit als Pink. Um besonders diese Zielgruppe ansprechen zu können, ist jetzt das Finepix J20 Love Pack von Fujifilm auf den Markt gekommen. Es beinhaltet die Digitalkamera Finepix J20, eine modische, passgenaue Tasche mit Herzprägung, eine 2 GB SD-Speicherkarte und einen Schmuck-Herzanhänger – alles komplett in Pink. Das Äußere der Kamera wird durch eine puristische, geradlinige Form bestimmt. Hinter dem 17,4 mm dünnen Metallgehäuse der J20 verbirgt sich fotografisches Know-how, das auch Einsteigern tolle Fotos von Anfang an garantiert. Der Zehn-Megapixel CCD, das Fujinon Dreifach-Zoomobjektiv (35,5–106,5 mm entsprechend Kleinbild) und die Empfindlichkeit bis zu ISO 1.600 sorgen auch bei schwierigen Lichtverhältnissen für sehr gute Bildqualität. Das 6,9 cm (2,7 Zoll) große LC-Display der Finepix J20 ermöglicht zudem ein komfortables Einfangen und Betrachten der Motive. Die „Automatische Motiverkennung“ wählt selbständig den jeweils passenden Modus aus; der Fotograf kann sich ganz auf das Motiv konzentrieren. Der Motivschärfe-Modus minimiert das Entstehen von verwackelten Bildern. Die integrierte Gesichtserkennung mit Rote-Augen-Korrektur erkennt Gesichter automatisch und optimiert die Einstellungen der Kamera entsprechend.



Besitzer des trendigen Apple iPhones bietet S+M Rehberg jetzt das passende digiETUI an. Dem hochwertigen Charakter des zu schützenden Mobiltelefons entsprechend ist es nicht nur besonders flach und elegant, sondern besteht auch aus feinstem Leder. Dank des praktischen Magnetverschlusses ist das iPhone bei Bedarf schnell zur Hand und ebenso schnell wieder sicher verstaut. Das weiche Innenfutter schützt das wertvolle Gerät zuverlässig vor Kratzern, zusätzlich gehört ein LCD Pad zur Ausstattung, dass die empfindliche Displayoberfläche nicht nur vor Beschädigungen bewahren, sondern auch als praktisches Putz-Utensil eingesetzt werden kann, um Fingerabdrücke und andere Verschmutzungen schnell zu entfernen. Das iPhone digiETUI (fünf Jahre Garantie) soll 26,90 Euro (UVP) kosten.



Das neue iPhone digiETUI besteht aus feinstem Leder.

Unterstützung am PoS

Pentax Merchandiser beraten Handelspartner

Mit der K-7 hat Pentax sein neues DSLR-Topmodell vorgestellt. Um den Abverkauf des neuen Flaggschiffs von Anfang an optimal zu unterstützen, stellt das Unternehmen seinen Handelspartnern ein umfangreiches PoS-Paket zur Verfügung.

Die gesamte Fachhandelsaktion startet mit der Markteinführung der K-7 Anfang Juli. Das Dekopakete für ausgesuchte Handelspartner besteht aus A2-Deckenhängern, A3-Postern, A4-Aufstellern und Blitzschuh-Infokarten. Dynamische Kajak- und Wassersportmotive sollen dabei auf eines der wesentlichen Verkaufsargumente hinweisen, die Wetterfestigkeit. Dekorative Kamera- und Objektivpodeste für Vitrine und Schaufenster und ein 16seitiger Produktkatalog ergänzen



das Programm. Als limitierte Besonderheit präsentiert eine Infosteile mit digitalem Rahmen und Einsteckflächen für die Kataloge die Vorzüge der K-7 als Endlos-Diashow. Für Fenster und Vitrine bieten digitale A4-Bilderrahmen eine Alternative. Erstmals

beinhaltet das Angebot für Pentax Premium Partner den Besuch durch Merchandiser-Teams. Sie sollen für den professionellen Aufbau der K-7 Dekoration sorgen und die Händler in allen Belangen der Pentax Marketing Factory beraten.

Pentax stellt die erste stoßfeste Optio der „W“-Serie vor

Deutlich verbessert gegenüber dem Vorgängermodell Optio W60 zeigt sich die neue Pentax Optio W80, das erste stoßfeste Modell der „W“-Serie. Bemerkbar machen sich die Verbesserungen vor allem bei CCD-Sensor, Tauchtiefe, Staubdichtigkeit, Monitorhelligkeit und verschiedenen Features. Die 12,1-Megapixel-Kamera verträgt Stöße aus einem Meter Höhe ohne Schaden und kann bis zu einer Tauchtiefe von fünf Metern eingesetzt werden. Neben Fotos können mit dem Modell auch HD-Videoaufnahmen aufgezeichnet werden. Die Pentax Optio W80 soll dem Handel ab August zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 329 Euro in den Farben Rot, Blau und Grau zur Verfügung stehen.



In der internetbasierten Marketing Factory stehen spezielle K-7 Marketingtools zum Herunterladen bereit. Neben Vorlagen für Tageszeitungsanzeigen und Mailings gibt es zur K-7 eine eigene Großflächen-Plakataktion im 18/1-Format. Das einfache Modul zur Bestellung und Buchung im unmittelbaren Standortumfeld zählt zu den populärsten und effektivsten Marketing Factory Services.

Begleitet wird die Markteinführung der Pentax K-7 von einer erfolgsorientierten Verlosungsaktion mit hochwertigen Preisen.

Neue Canon Selphys drucken auch unterwegs

Die Familie der Canon Selphy Drucker hat mit dem CP780 als Nachfolger des CP760 und dem neuen Kompaktdrucker Selphy CP790 in der praktischen Tragebox weiteren Zuwachs bekommen. Beide Modelle können optional mit einem Akku ausgestattet werden und drucken so auch unterwegs, unabhängig vom Stromnetz.

Der neue Selphy CP790 zeichnet sich laut Hersteller durch einfache Bedienung und viele Kreativoptionen aus. Die Bedienung ist per 7,6 Zentimeter (3,0 Zoll) großem LC-Display, großen Bedientasten und Easy-Scroll-Bedienrad richtig einfach. Zudem ermöglichen viele Voreinstellungen, Layouts sowie die automatische Bildoptimierung die individuelle, kreative Gestaltung von Bildern. Für den Fotodirektdruck von kompatiblen Digitalkameras ist ein PictBridge-Port vorhanden, für Fotos auf Speicherkarten gibt es diverse Speicherkarten-Steckplätze. Auch der Direktdruck von kompatiblen Fotohandys ist möglich – entweder über die IrDA-IR-Schnittstelle oder über den optional als Zubehör erhältlichen Bluetooth-Adapter BU-30. Für einen Fotoausdruck im Postkartenformat benötigt der Thermosublimationsdrucker CP790 etwa 47 Sekunden. Im CP790 halten erstmals die „Creative Print“-Funktionen Einzug in die Welt der Selphy-CP-Drucker. Hier können Bilder mit verschiedenen Rahmen versehen oder in ein Kalender-Layout integriert werden. Der CP790 unterstützt Windows- und Macintosh- Betriebssysteme. Er steht ab Juli zum UVP von 169 Euro zur Verfügung.

Der CP780 wendet sich vor allem an fotobegeisterte Familien. Er wird seit Juli in verschiedenen Gehäusefarben geliefert und soll für 129 Euro (UVP) verkauft werden. Bequem, mit leicht verständlichen Anweisungen und Menüoptionen erfolgt die Bildvorschau von Bildern einer Speicherkarte

auf dem TFT-Farbdisplay vorab. Innovative Technologien wie automatische Bildoptimierung oder automatische Rote-Augen-Korrektur sorgen für überzeugende Druckqualität. Der CP780 hat drei Speicherkarten-Steckplätze für den Direktdruck von Speicherkarten, er ist PictBridge-kompatibel, kann mit einem als Zubehör erhältlichen Bluetooth-Adapter ausgestattet und auch als Drucker vom

PC aus genutzt werden. Zum Selphy CP780 gehört die aktualisierte, unkomplizierte PC-Software Selphy Photo Print. Auch der CP780 benötigt 47 Sekunden für einen Fotoausdruck im Postkartenformat. Er arbeitet ebenfalls mit Windows- und Macintosh-Rechnern zusammen. Der Kauf eines Selphy CP780 berechtigt zur kostenlosen Mitgliedschaft im Canon Image Gateway.



Neue Domke Fototaschenserie speziell für Digitalkameras

Domke hat sein Fototaschensortiment um die F-Serie erweitert. Diese wurde speziell für Digitalkameras konzipiert. Mit der F-Serie folgt das Unternehmen den Wünschen von Anwendern, die auch für ihre kompakte Digitalkamera eine Domke Tasche suchen. Die Taschen mit der Bezeichnung F-903 sind aus atmungsaktiver, wasserabweisender Canvas Baumwolle gefertigt und bieten das traditionelle Aussehen und die unverwechselbare Haptik, die auch die berühmte Classic Serie auszeichnen. Die F-Serie umfasst zwei Etui-taschen und eine Kompakttasche, die jeweils in den Farben Sand, Blau, Olive und Schwarz angeboten werden. Die Kompakttaschen wurden speziell für Bridge-Kameras und Camcorder konzipiert, jedoch bietet der 17 x 18 x 11 cm große Innenraum auch Platz für eine kompakte SLR-Kamera mit angesetztem Standard-Zoomobjektiv. In den Vortaschen lassen sich Filter, Akkus, Spei-



cherkarten etc. griffbereit verstauen. Der Tascheninhalt, einschließlich der Vortaschen, wird durch einen weit übergreifenden Deckel sicher vor Feuchtigkeit und Staub geschützt. Zur weiteren Ausstattung gehören ein verstellbarer Tragegurt sowie ein gepolsterter Handgriff. Die Taschen kosten 29,90 Euro (UVP). Die Compact Etuis sind in zwei Größen (13 x 10 x 6 cm und 14 x 10 x 8 cm) lieferbar. Beide Größen sind mit Befestigungsösen für einen Tragegurt und einer Gürtelschlaufe ausgestattet und bieten zusätzlich ein Fach für eine Speicherkarte. Die UVP lauten 19,90 Euro bzw. 24,90 Euro.

„Stellung gestärkt“

Schneider Kreuznach verhalten optimistisch

Die Jos. Schneider Optische Werke GmbH, Bad Kreuznach, und ihre Tochtergesellschaften sind zuversichtlich, die Wirtschaftskrise ohne Blessuren zu überstehen. Als Hauptgrund für diese optimistische Perspektive hat Dr. Josef Staub, Geschäftsführer der Schneider-Gruppe, beim Jahres-Pressegespräch die breite und internationale Aufstellung des Konzerns genannt.

Der Gesamtumsatz ging laut Staub 2008 gegenüber dem Vorjahr um 9,8 Prozent auf insgesamt 84,5 Millionen Euro zurück. Gut die Hälfte dieses Betrages (42,4 Millionen Euro, minus

3,1 Prozent gegenüber 2007) wurde am Stammsitz in Bad Kreuznach erwirtschaftet. Staub führte den Umsatzrückgang der Gruppe vor allem auf Wechselkurseinflüsse durch das englische Pfund sowie die Investitionszurückhaltung bei Unternehmen infolge der Wirtschaftskrise zurück.

Neue Niederlassungen

Im vergangenen Jahr hat das mittelständische Unternehmen aus Bad Kreuznach neue Niederlassungen in Hongkong sowie der südchinesischen Industriestadt Shenzhen gegründet. Zudem übernahm das Unternehmen im August 2008 das Geschäft der ISCO Gruppe aus Göttingen, einem Spezialisten für Kinoprojektion und Spezialoptiken. „Mit diesen Entscheidungen haben wir unsere Stellung im Weltmarkt nachhaltig gestärkt“, betonte Staub. Abgegeben wurde dagegen zu Beginn dieses Jahres



Langfristig gut aufgestellt: Dr. Josef Staub, Geschäftsführer der Jos. Schneider Optische Werke

die Beteiligung am Handelsgeschäft mit Digitalkameras unter der Marke Praktica in Großbritannien.

Für das laufende Jahr gibt die Schneider-Gruppe einen verhaltenen Ausblick. Zwar hinterlässt die Wirtschaftskrise deutliche Spuren in einigen Bereichen, was zur Einführung von Kurzarbeit geführt hat. Doch langfristig sieht sich das Unternehmen gut aufgestellt, da in den vergangenen Jahren insbesondere am Standort Bad Kreuznach in High-Tech-Produktion investiert wurde. „Unsere Technologie-Investitionen sind vorerst abgeschlossen. Jetzt geht es darum, interne Prozesse zu optimieren und das Unternehmen so zu reorganisieren, dass wir künftige Aufgaben bewältigen können“, sagt Staub. Sobald die Märkte wieder anspringen, sollen innovative Produkte dazu beitragen, das Wachstum insbesondere in Asien weiter voranzutreiben.



Hochpräzise Fertigungsverfahren tragen zur hohen Qualität der Produkte aus dem Hause Jos. Schneider Optische Werke bei.



Immer mehr Varianten

Der Verkauf von Fotobüchern macht Spaß

Herstellung und Verkauf von Fotobüchern bereiten Handel, Großfinishern und klassischen Druckereien derzeit große Freude. Nicht nur, weil Fotobücher einen guten Teil der Verluste ausgleichen, die in den vergangenen Jahren im analogen Bildergeschäft entstanden sind, sondern auch, weil die wachsende Zahl der Produktionsmöglichkeiten und die zunehmende Vielfalt der Fotobuch-Varianten immer neue Zielgruppen für diese moderne Art der Bildpräsentation begeistert.

Das Angebot an Fotobüchern lässt sich nach Materialien, nach Produktionsverfahren und nach Produkten unterteilen. Dabei sind nur die angebotenen Materialien recht überschaubar. Fotobuchseiten lassen sich auf klassischem Fotopapier herstellen, es gibt sie auf Tintenstrahlpapier und als Digitaldrucke, bevorzugt hergestellt auf Indigo Vier- oder Sechsfarbmachines von Hewlett-Packard, mit



CeWe Color nutzt die unterschiedlichsten Möglichkeiten, um in der Öffentlichkeit für das CeWe Fotobuch zu trommeln, so wie hier vor einigen Wochen beim Fotofestival in Zingst.

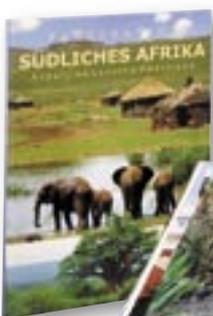
oder ohne zusätzlicher transparenter Schutzschicht.

Die Produktionsverfahren zeigen sich variantenreicher. Fotobücher werden aus einseitig oder doppelseitig bedrucktem Material hergestellt, sie werden fast komplett in Handarbeit, nahezu vollständig automatisiert oder in einer Kombination aus Handarbeit und automatisierter Produktion hergestellt. Es gibt sie als Ringbücher, die den preiswerten Produkten analoger Zeiten ähnlich sind, sie werden geschraubt, geheftet, geklebt, gebunden.

Softcover stehen ebenso bereit wie Hardcover, Einbände aus Leder sind ebenso zu finden wie Einbände aus Leinen, komplett individualisierbare Umschläge ebenso wie standardisierte.

Die Entwickler von Software und die Gerätehersteller haben mit großem Engagement die Gestaltungsprogramme vereinfacht, und sie bringen immer mehr Zubehörmachines auf den Markt. So kommt auch der Bilderproduzent am PoS in den Genuß, durch selbstgefertigte Produkte vom Boom-Markt Fotobuch zu profitieren.

Unterstützt wird die Ansprache der Konsumenten zudem durch immer neue Varianten. So gibt es inzwischen einige Dutzend unterschiedlicher Fotobuchformate im Quer-, Hoch- oder quadratischen Format. Insbesondere die neuen XL- und XXL-Formate, die aufgeschlagen beeindruckende und mit klassischen Alben unmöglich darzustellende Panoramen zeigen, erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Hinzu kommen immer mehr Themenalben, bei denen es zum Beispiel um die Hochzeit, den Nachwuchs oder



Mit den großformatigen Fotobüchern sind beeindruckende Bildpräsentationen möglich.

Fotobücher mit Noritsu Inkjet-Maschine D502 und dem Fotobuch-Kit selbst herstellen

Noritsu Tintenstrahl-Minilab D502 kann Papier ein- oder beidseitig bedrucken und liefert Produkte in ausgezeichneter Bildqualität (Auflösung 720 x 720 dpi). Damit eignet es sich auch für die Eigenfertigung individueller Fotobücher. Zudem bietet Noritsu zum D502 speziell für die Fotobuchproduktion ein praktisches und preisgünstiges Buchbinde-Kit an. Das Equipment soll ab August 2009 lieferbar sein.

Mit dem Trockenlab lassen sich hochwertige Bilder von 10 x 15 cm bis maximal A4 produzieren. Einseitig bedruckte Fotobuch-Einbandseiten können bis zum Format 25 x 62 cm ausgegeben werden. Das speziell auf das D502 abgestimmte Papier gibt es mit den Oberflächen seidenmatt und glänzend. Zum Lieferumfang des D502 gehören drei Papiermagazine. Zudem bietet das Gerät einen zweiten Einzug, über den sich die Blattware, etwa der Fotobuch-Umschlag, einzeln manuell zuführen läßt. Zum Drucken nutzt das Gerät vier Dye-Tinten-Kartuschen, die der Betreiber dank des Tintenreservoirs auch während des Druckvorgangs einzeln wechseln kann. Zur betriebsbereiten Standardausstattung des D502 gehören ferner ein Drucker-PC (als RIP) sowie der „EZ Controller“, der aus PC, Monitor, zwei Tastaturen und der speziellen „EZ Controller“-Software besteht. Konsumenten können ihre Bild- und Fotobuchbestellungen an Noritsu-Kundenterminals des Typs CT-EU selbst aufgeben. Mit dem Fotobuch-Kit, das die Willicher in Kombination mit einem D502 offerieren, lassen sich qualitativ hochwertige Fotobücher herstellen: solche mit individuell bedrucktem



„Softcover“-Einband bis zum (zugeklappten) Endformat von 20 x 20/20 x 25 cm, mit „Hardcover“-Umschlag (Konfektionsware) bis A4 „Landscape“, wobei alle Innenseiten mit dem D502 erstellt werden können. Das Buchbinde-Kit besteht aus drei soliden, leicht zu handhabenden Geräten sowie einer Grundausstattung Verarbeitungsmaterial. Im ersten Gerät werden die beidseitig bedruckten Seiten – zusammen mit Klebe-Sheets an der vorderen und hinteren Anschlagseite – am Bildrücken dauerhaft fest verklammert. Am zweiten Gerät tut der Bediener den Umschlag.

So entsteht der Fotobuchrücken. Zugleich stellt er durch die weitere Bearbeitung sicher, daß das aufgeschlagene Fotobuch später „plano“ geöffnet bleibt. Anschließend wird der Buchblock mit dem vorderen und hinteren Klebe-Sheet ganzflächig mit dem Einband verbunden. Das dritte Gerät dient zum millimetergenauen Beschneiden aufs Endformat. Dank der beidseitig bedruckten Seiten und der einfachen Buchmontage braucht der

Fotohändler/Fotograf zur Herstellung personalisierter wie standardisierter Fotobücher nur wenig Zeit. Gleichwohl ist er in der Lage, individuelle Fotobücher und weitere Besonderprodukte kurzfristig, bei Bedarf „sofort“, zu liefern. Im Rahmen eines „Praxistages“, zu dem Noritsu Kunden und Interessenten am 25. Juli 2009 zum Firmensitz nach Willich einlädt (Fax-Anmeldung unter 0 21 54/91 57 70), werden – unter anderem – das D502 und das Fotobuch-Kit ausführlich vorgeführt.

sechs im Digitaldruck produzierten Fotobüchern (Formate 10 x 14,5 cm bis 20,5 x 28 cm) sowie vier unter dem Namen Fujifilm Fotobuch brillant vertriebenen Varianten auf echtem Fotopapier (Formate 19,5 x 19,5 cm bis 30 x 45 cm).

Fotobücher am PoS

Ein Unternehmen, das den Fotohändler bei der Produktion von Fotobüchern am PoS unterstützt, ist die support aus Eschborn. Mit der neuen Version der FotoToGo Bestellsoftware hat die support die Bedienerfreundlichkeit weiter



Die neue FotoToGo Fotobuch-Software von der support ist besonders bedienerfreundlich.

gesteigert. Hervorzuheben sind dabei

die intuitive Führung durch den Gestaltungsprozess und der 3D-Modus. Er zeigt dem Kunden am Bildschirm, wie das Produkt später exakt aussehen wird und beantwortet beispielsweise Fragen nach der Dicke des Buches oder dem Unterschied zwischen Ringbuch, Hardcover oder Fotoheft.

Die Fotobuch-Software gibt es als Kiosk- und Internetsoftware. Möchte der Händler die Fotobücher selber produzieren, so benötigt er den kostenpflichtigen FotoToGo OrderManager.

Umsatz in neuer Größe

FUJIFILM Fotobücher brillant in XL und XXL

Jetzt können Handelspartner von FUJIFILM Imaging Germany ihren Kunden gegenüber ganz besonders Format zeigen: Das FUJIFILM Fotobuch brillant in den neuen Formaten 30 x 30 cm und 30 x 45 cm (A3 Panorama) präsentiert Bilder in voller Größe und exzellenter Qualität auf echtem Fotopapier.

Viele Kunden wollen ihre schönsten Erinnerungen an besondere Anlässe wie Hochzeit, Familien- oder Betriebsfest, Urlaub oder auch ihr Unternehmen exklusiv und hochwertig präsentieren – für sich selbst, als persönliches Geschenk oder für Geschäftspartner. Für Kunden, die das Besondere suchen, sind die neuen FUJIFILM Fotobücher brillant 30 x 30 cm und A3 Panorama wie maßgeschneidert. Sie geben beson-



Die neuen FUJIFILM Fotobücher brillant werden ebenfalls, wie auch die bereits bekannten Formate der Fotobücher auf echtem Fotopapier, als Hardcover-Versionen mit einem Umfang von 24, 40, 56 und 72 Seiten angeboten. Der Verkaufspreis für die Großformate beginnt bei 39,95 Euro. Die neuen Mitglieder der FUJIFILM Fotobuch brillant Familie sind in die Fotobestellsoftware integriert, die unter www.fujifilm-fotobuch.de heruntergeladen werden kann. Die fertigen Daten können entweder online hochgeladen oder auf CD-Rom gebrannt im Handel abgegeben werden. Gezielte Marketingunterstützung ergänzt das FUJIFILM Portfolio: Die originellen FUJIFILM Fotobuch Starter-Sets gehören ebenso dazu wie aufmerksamkeitsstarke Plakate oder Musterfotobücher. Produktwerbung für das FUJIFILM



ders wertvollen Bildern das richtige Format mit planer Doppelseiten-Ästhetik – bei geöffnetem FUJIFILM Fotobuch brillant A3 Panorama bedeutet das eine Spannweite von bis zu 90 cm.

Wie die bereits erfolgreich im Markt eingeführten FUJIFILM Fotobücher brillant in den Formaten 20 x 20 cm und 20 x 30 cm (A4 Panorama) werden auch die beiden neuen Formate auf hochwertigem Fujicolor Crystal Archive Album Paper mit höchsten Qualitätsansprüchen produziert – sieht und fühlbar. Die exzellente Qualität wurde kürzlich auch ausgezeichnet: Die europaweit führenden Fachmagazine der TIPA (Technical Imaging Press Association) haben das FUJIFILM Fotobuch brillant zum Sieger in der Kategorie „Bestes Fotoserviceprodukt 2009“ gewählt; auch ein Verkaufsargument, das zählt.

Wie die bereits erfolgreich im Markt eingeführten FUJIFILM Fotobücher brillant in den Formaten 20 x 20 cm und 20 x 30 cm (A4 Panorama) werden auch die beiden neuen Formate auf hochwertigem Fujicolor Crystal Archive Album Paper mit höchsten Qualitätsansprüchen produziert – sieht und fühlbar. Die exzellente Qualität wurde kürzlich auch ausgezeichnet: Die europaweit führenden Fachmagazine der TIPA (Technical Imaging Press Association) haben das FUJIFILM Fotobuch brillant zum Sieger in der Kategorie „Bestes Fotoserviceprodukt 2009“ gewählt; auch ein Verkaufsargument, das zählt.

Fotobuch brillant in Print- und Online-medien sorgt für eine wachsende Nachfrage nach dem High-End-Produkt aus dem Hause FUJIFILM.

Durch die Erweiterung der Fotobuch brillant Familie unterstreicht FUJIFILM Imaging Germany ihre Kompetenz im Photofinishing.

Gebündeltes Know-how, innovative Produkte, eine vertrauensvolle Zusammenarbeit und kundenspezifischer Service garantieren dem Handel überdurchschnittliche Umsätze durch eine starke Belebung des Bildergeschäftes.



Ringfoto Gesellschafterversammlung

Premiere statt Krise

Positive Ergebnisse für Zentrale und Mitglieder, erfreuliche Perspektiven und eine exklusive Weltpremiere; kein Wunder, dass die Mitglieder der Fürther Händlerkooperation Ringfoto auf ihrer diesjährigen Gesellschafterversammlung in Stuttgart durchweg zufriedene Gesichter zeigten. Den Grund für die gute Stimmung brachte der Verwaltungsrats-Vorsitzende Rainer Schorcht in seiner Begrüßungsrede kurz und bündig auf den Punkt: „Von Krise ist bei uns keine Spur zu sehen!“

Unabhängig von den wirtschaftlichen Daten sorgte auch eine bislang in der Fotobranche einmalige Premiere für Zufriedenheit: Weltweit exklusiv und wenige Stunden, bevor das Produkt auf einem Presseevent in Berlin mehreren hundert Vertretern der internationalen Presse offiziell vorgestellt wurde (siehe Bericht auf Seite 10), präsentierte Olympus den Ringfoto-Mitgliedern seine erste Micro Four Thirds Kamera, die Olympus Pen E-P1.

Nach den Worten von Jörgen Nimphy, Geschäftsführer Consumer Products der Olympus Deutschland GmbH, dem neben Olympus Produktspezialist Nils Häussler die Präsentation des neuen Schmuckstücks oblag, wollte die Olympus Zentrale in Tokio damit die Wertschätzung der Ring-



Jörgen Nimphy, Geschäftsführer Consumer Products der Olympus Deutschland GmbH, dankte den Ringfoto-Mitgliedern für die hervorragende Zusammenarbeit im vergangenen Jahr und stellte der Versammlung weltweit exklusiv die neue Olympus Pen E-P1 vor.

foto-Gruppe demonstrieren, „die“, so Nimphy, „innerhalb des Konzerns extrem hohes Ansehen genießt“. Dieses Ansehen zeigt sich darüber hinaus darin, dass die Ringfoto-Mitglieder nicht nur in der Lage sind, das neue Kameramodell mehrere Wochen

vor ihren Wettbewerbern zu verkaufen, sondern dass die Kooperation später die Variante mit silberfarbenem Gehäuse und silberfarbenem Objektiv exklusiv vermarkten darf.

Deutliches Umsatzplus

Ursache für diese Bevorzugung ist vor allem die seit der photokina 2006 extrem verbesserte Zusammenarbeit der beiden Unternehmen, die sich unter anderem durch eine Steigerung der Durchverkaufsumsätze um rund 50 Prozent im Vergleich 2008 zu 2007 zeigt. Das Plus wurde unter anderem durch verschiedene Plakataktionen erzielt, die sich nach den Ausführungen von Ringfoto-Geschäftsführer Michael Gleich inzwischen zu einem der wichtigsten Marketinginstrumente der Gruppe in Sachen Kameraver-



Ringfoto wird exklusiv die silberfarbene Version der Olympus Pen E-P1 in Kombination mit dem silberfarbenen Zoomobjektiv 14-42 mm vermarkten.

käufe entwickelt haben. Diese Plakataktionen bringen den Ringfoto-Händlern laut Gleich nicht nur steigende Margen, sondern auch die Möglichkeit, Kameramodelle über dem Marktdurchschnittspreis erfolgreich zu verkaufen. Zur Verkaufsunterstützung für die Olympus Pen E-P1 kündigte Nimphy unter anderem Touch & Try-Maßnahmen und die Verleihaktionen „Rent a Pen“ an, an der maximal 200 Ringfoto-Händler teilnehmen können.

Beschwerdebrief

Dass die Zusammenarbeit nicht mit allen Lieferanten so optimal läuft wie mit Olympus, hatte Rainer Schorcht, der Vorsitzende des Ringfoto-Verwaltungsrates, zuvor in seiner Begrüßungsrede verdeutlicht. Er informierte



Rainer Schorcht

die Versammlung darüber, dass Ringfoto einen höflichen, aber deutlichen Beschwerdebrief an die Nikon Chefetage nach Japan geschrieben habe, nachdem die Kooperation mehrfach bei der Markteinführung von Nikon Kameras übergangen worden sei. Schorcht betonte, dass das Ergebnis des Jahres 2008 den Kurs der Gruppe bestätigt habe und forderte seine Kollegen auf, auch zukünftig ein möglichst ausgewogenes Sortiment aus Geräten, Fotoarbeiten und Fotodienstleistungen anzubieten. Ringfoto werde vor allem den Geräteverkauf

Ralf Duderstadt ist neuer Ringfoto-Verwaltungsrat

Mit Ralf Duderstadt, Geschäftsführer Ringfoto Schattke GmbH & Co. KG in Cuxhaven, ist auf der Ringfoto-Gesellschafterversammlung als Nachfolger des



Ralf Duderstadt

langjährigen Verwaltungsrates Gerd Haas (Hannover) ein neues Mitglied in den Verwaltungsrat gewählt worden, das gleichermaßen Nachwuchs wie Tradition vereint: Der 31-jährige ist einer der jüngsten Verwaltungsräte, die je bei Ringfoto gewählt wurden. Er vertritt aber gleichzeitig in der dritten Generation eine Fotohändlerfamilie, die zu den Gründungsmitgliedern der Kooperation gehörte. Duderstadt setzte sich gegen Peter Thun (Foto Thun GmbH) durch. Dieser war nach einer Abstimmungsniederlage im vergangenen Jahr und trotz permanenter und, wie der Verwaltungsrats-Vorsitzende Rainer Schorcht vor der Vorstellungsrunde der Kandidaten ausdrücklich betont hatte, ungerechtfertigter Anfeindungen aus den eigenen Reihen in diesem Jahr erneut zur Wahl angetreten. Dafür sei ihm an dieser Stelle besonderer Respekt gezollt.

mit weiteren Aktionen unterstützen. Dabei werde es sowohl Aktionen mit hohen Margen geben als auch Aktionen, die bei geringeren Margen auf hohe Kundenfrequenz abzielen. Dringend empfahl Schorcht den Ringfoto-Händlern, sich mit dem Thema Video auseinanderzusetzen. „Es gibt viele schöne neue Modelle mit Speicherkarten, die zu den derzeitigen Gewinnern im Sortiment gehören“, so Schorcht.

Besser als UE-Kollegen

Geschäftsführer Michael Gleich unterstrich die Bedeutung des Themas Video. Camcorder lagen 2008 nach Tintenstrahldruckern, digitalen Bilder-



Michael Gleich

rahmen, DSLR-Kameras, Objektiven und Blitzgeräten mit einem Plus von zwölf Prozent gegenüber 2007 auf Platz sechs der Highlights im Zentrallager. „Ich war ehrlich gesagt über den hohen Anteil dieser Warengruppe überrascht“, meinte Gleich, „und freue mich darüber, dass wir dieses Geschäft offensichtlich besser machen als unsere UE-Kollegen, bei denen der Camcorder-Verkauf rückläufig ist.“

Dass Ringfoto auch beim übrigen Geschäft das meiste richtig gemacht haben dürfte, bewiesen die Zahlen, die Gleich präsentierte: Der Gesamtumsatz der Ringfoto-Zentrale betrug im vergangenen Geschäftsjahr 260,3 Millionen Euro und lag damit um 1,2 Millionen bzw. 0,5 Prozent über dem Vorjahr (259,1 Millionen Euro). Der Konzernumsatz inklusive der Auslandsumsätze lag bei 288,8 Millionen Euro und damit 5,1 Millionen Euro bzw. 1,8 Prozent über dem Vorjahr (283,7 Millionen Euro).

Der Außenumsatz (Verkaufsumsatz zu unverbindlich empfohlenen Verkaufspreisen inklusive MwSt.) aller Mitglieder der Ringfoto-Gruppe lag im Jahr

Handel

2008 bei 1,105 Milliarden Euro und damit um ein Prozent höher als im Vorjahr (1,095 Milliarden Euro).

Sehr positive Impulse kamen 2008 auch aus dem Auslandsgeschäft, insbesondere aus der Expansion in die Niederlande. Gleich: „Nach einem erfolgreichen ersten Geschäftsjahr erzielte die Ringfoto Nederland B.V. auch im Folgejahr 2008 extrem hohe Zuwächse. Der Umsatz wurde um 70 Prozent gesteigert, und die Zahl der Mitgliedergeschäfte verdoppelte sich auf insgesamt 120.“

Hohes Ergebnisniveau

Mit einem Jahresüberschuss von 1,724 Millionen Euro (2007: 2,064 Millionen Euro) und einer Verzinsung der Kommanditanteile in Höhe von 22 Prozent fiel auch das Ergebnis sehr zufriedenstellend aus. „Obwohl das Rekordergebnis des Vorjahres nicht ganz erreicht wurde, stellt eine Gewinnausschüttung dieser Größenordnung im Rahmen der wirtschaftlichen Situation doch eine sehr positive Ausnahme dar“, betonte Gleich.

Neben der Verzinsung der Kommanditanteile sind auch die Boni und Rückvergütungen an die Mitglieder ein wesentlicher Gradmesser für den finanziellen Erfolg der Gruppe. Sie leisten einen wichtigen Beitrag zum Ergebnis der Mitgliedsbetriebe und konnten gegenüber dem Vorjahr deutlich gesteigert werden. Im Jahr 2008 lagen sie bei 9,823 Millionen Euro (2007: 8,606 Millionen Euro, plus 14,1 Prozent). „Die Gesamtausschüttung 2008 beläuft sich damit auf insgesamt 11,547 Millionen Euro gegenüber 10,771 Millionen Euro im Jahr 2007. Das entspricht einem Plus von sieben Prozent“, so Gleich.

Für 2009 erwartet Ringfoto trotz Finanzkrise eine zum Vorjahr stabile Umsatzentwicklung und ein Jahresergebnis auf ähnlich hohem Niveau.



Mit diesem Geschäft begann die inzwischen 90jährige Geschichte von Photo Porst.

Photo Porst feiert das 90jährige Bestehen

Eine der traditionsreichsten Fotomarken Deutschlands wird in diesem Jahr 90 Jahre alt: Photo Porst feiert das Jubiläum unter dem Motto „Happy Birthday Photo Porst! Eine Marke wird 90!“. Gegründet im Jahr 1919 als einfaches Fotofachgeschäft, zählen heute 163 selbständige Fotohändler mit 240 Vertriebsstellen und zirka 500 Depots unter dem Dach der Ringfoto-Gruppe zu Photo Porst. Viele von ihnen bedanken sich ab dem 1. Juli mit speziellen Aktionsangeboten bei ihren Kunden. Dann sorgen zunächst im monatlichen Rhythmus Jubiläumsprospekte und ab September Woche für Woche Jubiläumscoupons für besondere Schnäppchen. Als ein Höhepunkt wird eine ausgewählte hochwertige Kamera für 90 Euro erhältlich sein.

Die Markengeschichte von Photo Porst begann am 1. Juli 1919. Damals eröffnete Hanns Porst sein erstes Fotofachgeschäft. Wenige Jahre später entwickelte er ein revolutionäres Teilzahlungsmodell und die Systematisierung des Versandhandels. Als Folge dieser Maßnahmen verzeichnete er ein rasantes Wachstum. Sohn Hannsheinz Porst baute das Unternehmen mit Ladenketten und Franchise-Partnern weiter aus. Zeitweise leitete er die Geschäfte von rund 2.500 Mitarbeitern, 200 eigenen Filialen sowie 2.620 Vertriebsstellen und Depots. 1972 gründete er eine Mitarbeitergesellschaft und übergab damit das Unternehmen den 1.700 Mitarbeitern. 2002 übernahm die Ringfoto-Gruppe die Namensrechte an Photo Porst und löste die frühere Filialstruktur auf. Heute werden alle Porst-Geschäfte von selbständigen Einzelhändlern im Verbund der Ringfoto-Gruppe betrieben.

Für die Jubiläumsfeierlichkeiten steht umfangreiches Werbe- und Dekomaterial bereit.



Neue Kata OMB-Taschen für einsatzbereite Camcorder

Mit der neuen OMB-Serie hat Kata eine Taschenlösung vorgestellt, die speziell auf die Bedürfnisse von Ein-Mann-Filmteams zugeschnitten wurde. Die Camcorder passen einsatzbereit in die Tasche, das heißt mit externem Mikrofon, kleinem Kopflicht, externem Funkempfänger und angedocktem Akku. Der Rest der Ausrüstung wie zum Beispiel Kopfhörer, weitere Akkus, ein



Kontrollmonitor und Videostativ in kleiner Ausführung sowie weiteres Zubehör kann sowohl in weiteren Fächern als auch in Innen- und Außentaschen aufbewahrt werden. Ein größeres Stativ lässt sich außen auf dem Deckel mit

Neuer Pop-Up Reflektor von California Sunbounce

California Sunbounce bringt mit dem Sun-Mover erstmals einen Pop-up Reflektor auf den Markt, der die qualitativen Eigenschaften professioneller Sunbounce-Reflektoren mit dem praktischen Handling der Pop-Up Reflektoren vereint. Der Reflektor ist oval (85 x 79 cm) und mit zwei stabilen Handgriffen, einer festen, aber dehnbaren Bespannung und einem hochelastischen Saumband ausgestattet. Durch den innovativen Spezial Effekt Perma-Tense steht der Reflektor ständig unter Spannung und sorgt damit für die in der Digitalfotografie so wichtigen gleichmäßigen und kontrollierbaren Lichtverhältnisse. Der Sun-Mover kostet in der Bespannung Silber/Weiß 79 Euro und in der Bespannung Zebra/Weiß 89 Euro (jeweils unverbindliche Verkaufsempfehlung).

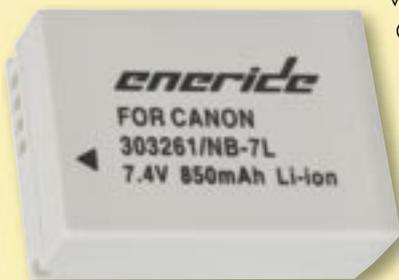


Gurten befestigen. Drei Modelle nehmen Camcorder bei Bedarf sogar mit Kompendium und Notebooks auf, die kleinste Ausführung, die OMB-72, transportiert Videokameras nur ohne Kompendium und ohne Notebooks. Dafür ist sie dank ihrer kompakten Maße gemäß IATA-Richtlinien bord-

gepäcktauglich. Das große Hauptfach bietet mit Klett-Teilern und kleinen Zubehörtaschen, die ebenfalls mit einem Klettband ausgestattet sind, ein Höchstmaß an Einteilungs-Flexibilität. Getragen werden die Kata OMB-Taschen mit dem gepolsterten Schultergurt oder mit dem patentierten Click-Handgriff, bei schwereren Ausrüstungen bietet ein optional erhältlicher Insert Trolley hohe Stabilität beim Transport.

DGH führt jetzt exklusiv Lithium-Ionen-Akkus von eneride

Mit den Geräteakkus der neuen Exklusivmarke eneride will Duttenhofer Großhandel (DGH) Handelspartnern und Endkunden eine Alternative zu Originalherstellerakkus bieten. Die Hochleistungs-Lithium-Ionen-Akkus passen in fast alle gängigen Digitalkameras und Camcorder namhafter Markenhersteller



wie Canon, Casio, JVC, Panasonic, Nikon, Olympus, Ricoh oder Konica Minolta. Die eneride-Akkus bieten laut DGH die gleiche Qualität wie die Originalakkus, sind aber bis zu 70 Prozent günstiger. Die integrierte Elektronik schützt gegen Überhitzung, Überladung und Kurzschluss. Neben der hohen Kapazität stellt die lange Lebensdauer einen weiteren Pluspunkt der neuen eneride Akkus

dar – auf die zwei Jahre Garantie gewährt werden.

Die Akkus sind für Händler im Webshop unter www.dgh.de verfügbar. Zur Verkaufsförderung unterstützt DGH die Händler mit Kompatibilitätslisten und PoS-Material wie Flyern, Tüten und Plakaten. Und welcher Akku in welches Gerät passt, können Händler und Verbraucher im „batteryfinder“ unter www.eneride.com herausfinden.

Aluminium-Wechselrahmen jetzt auch in Fotoformaten

NielsenBainbridge bietet seinen Aluminium-Wechselrahmen C2 jetzt auch in drei Fotoformaten und vier Farben (Silber matt, Grau matt, Schwarz matt und Tornado Rot) an. Die neuen Rahmen sind mit einem Schrägschnitt-Passepartout für Bilder in den Größen 10 x 15 cm, 13 x 18 cm und 18 x 24 cm, einer Aufhängevorrichtung und einem Aufsteller ausgestattet. Mit den drei neuen Formaten ist der Rahmenklassiker nun in insgesamt 14 Formaten von 10 x 15 cm bis 70 x 100 cm lieferbar. Die unverbindlichen Preisempfehlungen für die Neuheiten liegen bei 9,40 Euro (10 x 15 cm), 10,40 Euro (13 x 18 cm) und 13,30 Euro (18 x 24 cm).

Ankauf – Verkauf

gebrauchter Fotogeräte,
Minilabs und Laborgeräte.
Fotoservice Jungkunz

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

Der Verband für Journalisten

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

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



CCS FORM UND LICHT

Horst von Bröckel

Neu: Mini-Hintergrund-Abroller
Halogenlampen / Blitzröhren

Tel. 04265/8772 – www.ccs-licht.de

Anzeigenschluss für Kleinanzeigen

in der Ausgabe 8/2009 ist der 17. Juli 2009.

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

Foto-Aktienkurse

| | | 17.05.2009 | Vormonat | niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate | |
|-----------------|-----|------------|----------|--|---------|
| Canon | YEN | 3.200 | 3.150 | 2.115 | 5.620 |
| Casio | YEN | 858 | 746 | 481 | 1.348 |
| CeWe Color | EUR | 23,86 | 19,88 | 10,89 | 24,90 |
| Du Pont | USD | 25,20 | 26,93 | 16,05 | 48,22 |
| Eastman Kodak | USD | 2,72 | 2,47 | 2,01 | 23,06 |
| Epson | YEN | 270 | 267 | 150 | 393 |
| Fujifilm | YEN | 2.850 | 2.460 | 1.694 | 4.090 |
| Hewlett-Packard | USD | 36,84 | 35,01 | 25,39 | 49,20 |
| Hitachi | YEN | 314 | 317 | 230 | 843 |
| Imation | USD | 8,57 | 10,28 | 6,94 | 26,49 |
| Jenoptik | USD | 3,02 | 3,61 | 2,93 | 6,21 |
| Leica | EUR | 3,50 | 3,05 | 2,02 | 12,19 |
| Metro | EUR | 36,80 | 33,86 | 16,72 | 45,99 |
| Olympus | YEN | 2.200 | 1.805 | 1.210 | 3.760 |
| Samsung | KRW | 575.000 | 556.000 | 563.000 | 579.000 |
| Sharp | YEN | 1.050 | 1.005 | 554 | 1.804 |
| Sony | YEN | 2.555 | 2.420 | 1.491 | 5.420 |
| Spector | EUR | 0,80 | 0,70 | 0,32 | 1,16 |
| Toshiba | YEN | 376 | 363 | 204 | 894 |

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

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



FOTO-, VIDEO-, HIFI-
REPARATUREN
HERBERT GEISSLER

Lichtensteinstraße 75
72770 Reutlingen-Gönnigen
Telefon 070 72 / 92 97-0
Telefax 070 72 / 20 69
E-mail: Geissler-Reutlingen@t-online.de
www.geissler-service.de

Autorisierte
Vertragswerkstatt

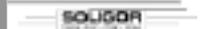
Canon
Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Rollei
Kodak

SONY
Authorized Service Center



reflecta



Inserenten-Verzeichnis

| | | | |
|---------------------|-------|--------------------|-------|
| Casio | 7 | RCP-Rollei..... | 25 |
| CeWe Color | 2. U. | Samsung | 4. U. |
| Messe Berlin | 9 | Kleinanzeigen..... | 32-33 |
| Pentax..... | 15 | | |
| Beilage: di support | | | |

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildver-
arbeitung, 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, DGPh. (verantwortlich)
Dipl. Kfm. Andreas Blömer
Jürgen Günther
Dr. Herbert Päge
Jutta Ramlow
Dipl.rer.pol. Karla Schulze

Neuheitenredaktion:

Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Hans Joseph Blömer

Anzeigen:

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Albert Willmann

Vertrieb:

Silke Gräfel

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

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



ISSN: 1430-1121



NEWSLINE

FÜR DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DIE SCHWEIZ

Büro für Europa: Hiltenspergerstr. 9
80798 München
Tel.: 0 89 281 8671 oder 0 89 5455 8128
Fax: 0 89 273 0291
E-Mail: pmaeurope@pmai.org
www.pmai.org

Zentrale: 3000 Picture Place • Jackson
Michigan 49201 USA
Tel.: +1 517 788 8100
Fax: +1 517 788 7809

Juli 2009

Aktuelles von der PMA

*Liebe Leserinnen und Leser des
imaging+foto-contact!*

Als Sprecher der deutschen PMA-Mitglieder freue ich mich, dass ab sofort in jeder Ausgabe von imaging+foto-contact aktuelle Informationen über die PMA erscheinen. Denn gerade in einer Zeit, in der unsere Branche nicht nur durch die Wirtschafts- und Finanzkrise, sondern auch durch den rasanten Wandel des Foto- und Imagingmarktes vor immer neuen Herausforderungen steht, ist es wichtig, über den Tellerrand hinauszublicken, aktuelle Entwicklungen auch außerhalb Deutschlands zu verfolgen und Erfahrungen mit Kolleginnen und Kollegen aus aller Welt auszutauschen.

Und genau das macht die PMA als weltweiter Dachverband für die Foto- und Imagingbranche ihren Mitgliedern möglich.

Als größte jährliche Messe für die Foto- und Imagingbranche ist die PMA in Deutschland längst ein Begriff. Ihren mehr als 20.000 Mitgliedern in über 100 Ländern bietet die PMA aber sehr viel mehr, zum Beispiel aktuelle Marktforschungsergebnisse, fundierte Expertenmeinungen zu wichtigen Themen, aktuelle Informationen über den weltweiten Foto- und Imagingmarkt, Berichte über neue Geschäftsmodelle, mit denen unsere Kolleginnen und Kollegen Erfolg

haben, und vieles mehr. Bei der Entwicklung immer neuer Angebote für die Mitglieder wird das erfahrene und sachkundige PMA-Management von verschiedenen Fachgremien unterstützt, denen auch mehrere Mitglieder aus Deutschland angehören. In diesem Jahr vertritt zudem der amtierende PMA-Präsident, unser Gütersloher Kollege Rainer Schorcht, die Belange des Fotofachhandels, der in Deutschland ja traditionell besonders stark ist, nicht nur gegenüber der PMA, sondern auch bei zahlreichen großen Herstellern aus aller Welt.

Neue Mitglieder können die Dienstleistungen der PMA übrigens besonders preiswert testen: Für 50,- US-Dollar, das sind nach derzeitigem Wechselkurs rund 36,- Euro, steht Ihnen ein Jahr lang die gesamte Dienstleistungspalette der PMA zur Verfügung – und zwar ohne Risiko. Denn die Mitgliedschaft verlängert sich nicht automatisch, sondern nur dann, wenn Sie ausdrücklich zustimmen. Weitere Informationen erhalten Sie – selbstverständlich in deutscher Sprache – durch eine kurze E-Mail an das von Dr. Klaus Petersen geleitete europäische PMA Büro in München pmaeurope@pmai.org.



Wir würden uns freuen, viele neue deutsche Mitglieder begrüßen zu können und diese spätestens auf der PMA 2010 persönlich willkommen zu heißen. Sie findet vom 21. bis 23. Februar 2010 in Anaheim, Kalifornien, statt.

Herzlichst Ihr

Armin Thorn

H. Kertscher & Co., Hamburg

PMA veröffentlicht U.S. Photo Industry 2009 Report

Aktuelle Marktzahlen und die neuesten Trends vom amerikanischen Foto- und Imagingmarkt veröffentlicht die PMA im neuen U.S. Photo Industry 2009 Review and Forecast Report, der ab sofort auf der „Marketing Research“ Sektion der PMA Internetseite www.pmai.org zur Verfügung steht. PMA-Mitglieder können die Basisversion der Studie kostenlos herunterladen (Nicht-Mitglieder: 99,- US-Dollar).

Einen detaillierten Einblick in die Situation auf dem amerikanischen Foto-



und Imagingmarkt bietet die Premiumversion des Reports (149,- US-Dollar für PMA-Mitglieder, 249,- US-Dollar für Nicht-Mitglieder). Hier finden sich unter anderem ausführliche Informationen über die Ausgaben amerikanischer Verbraucher für Digitalkameras, digitale Bilddienstleistungen, besonders erfolgreiche Geschäftsmodelle und die Entwicklung wichtiger Unternehmen der Branche.

Der Studie ist u. a. zu entnehmen, dass Digitalkameras inzwischen 78 Prozent der amerikanischen Haushalte erreicht haben; die PMA erwartet für dieses Jahr ein Marktvolumen von 5,3 Milliarden US-Dollar. Die amerikanischen Verbraucher werden nach Einschätzung der PMA-Marktforschung zudem in diesem Jahr 14,4 Milliarden Fotos drucken bzw. drucken lassen und 326 Millionen US-Dollar für Fotobücher ausgeben.

6Sight Future of Imaging Conference

Die diesjährige 6Sight Future of Imaging Conference, die gemeinsam von der Future Image Inc. und der Association of Imaging Executives, einer Mitgliedsorganisation der PMA, veranstaltet wird, findet vom 10. bis 12. November in Monterey, Kalifornien, statt. Interessenten können sich ab sofort auf www.6Sight.com für die Veranstaltung anmelden, in deren Vorfeld der amerikanische Industrieverband International Imaging Industry Association (I3A) seine Jahrestagung abhält.

Die 6Sight Konferenz richtet sich an Führungskräfte der internationalen Foto- und Imagingbranche, die sich über die neuesten und zukünftigen technologischen Trends informieren wollen. Zum Programm gehören Vor-

träge internationaler Experten, Podiumsdiskussionen und gesellschaftliche Veranstaltungen, die gute Gelegenheiten zum Kontakt mit Kollegen aus aller Welt bieten. Für die diesjährige Veranstaltung ist unter anderem eine Präsentation von 3D-Bildern der amerikanischen Künstlerin Bonny Lhotka geplant, die auch einen Vortrag unter dem Titel „The art of time and space“ halten wird.

PMA Fotobuch Report

Der 2009 PMA Photo Book Report steht PMA Mitgliedern ab sofort kostenlos in der „Marketing Research“ Sektion der PMA Internetseite www.pmai.org zur Verfügung. Nicht-Mit-

glieder können die Studie für 99,- US-Dollar erwerben.

Nach Ergebnissen der PMA Marktforschung wird der Fotobuch-Markt in den Vereinigten Staaten in diesem Jahr ein Volumen von 340 Millionen US-Dollar erreichen; das wäre ein Plus von vier Prozent. Die Studie enthält zahlreiche Einzelheiten über die Vorlieben amerikanischer Verbraucher im Hinblick auf Buchformate, Design und Vertriebswege; präsentiert werden auch die Ergebnisse des 2. DIMA Photo Book Showcases, der im Rahmen der diesjährigen PMA in Las Vegas veranstaltet wurde. Dabei hatten die Besucher Gelegenheit, verschiedene Aspekte der Fotobuchproduktion (Software, Bindung, Qualität etc.) direkt zu vergleichen.

Aktuell aus PMA Newsline International

Die Produktion und der Export von Digitalkameras japanischer Hersteller haben im April wieder zugelegt. Das berichtete der PMA Informationsdienst Newsline International am 16. Juni unter Bezug auf Statistiken des japanischen Industrieverbandes CIPA. Demnach wurden im April diesen Jahres in Japan 4,5 Prozent mehr Digitalkameras produziert als im selben Monat des Vorjahres. Die Zahl der ausgelieferten Modelle stieg um 11,5 Prozent. Auf Grund der steigenden Bedeutung preiswerter Modelle verzeichnete die japanische Kameraindustrie allerdings einen Umsatzrückgang von 15,7 Prozent bei den produzierten und von 11,1 Prozent bei den exportierten Modellen.

Besonders erfreulich entwickelte sich die Ausfuhr von digitalen Spiegelreflexmodellen nach Europa, die im April mit 329.000 Stück um 24,8 Prozent über dem Vorjahresmonat lag.

PMA Newsline International bietet montags bis freitags ab 16.00 Uhr MEZ tagesaktuelle Informationen über den weltweiten Foto- und Imagingmarkt. Die Seite ist am schnellsten über die Sektion "Media Center" der PMA Internetseite www.pmai.org zu erreichen.

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



MEHR WEITWINKEL FÜR MEHR TIEFGANG.

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



Wide Lens

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



DUAL
Dual Image
Stabilization

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



Optical Zoom

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



Smart Album
Function

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



SAMSUNG SMART CAMERAS.
INNOVATION MAKES IT EASY.

SAMSUNG