

Die neuen Exilim Modelle

„Super Resolution“-
Technologie
verlängert Zoomfaktor



Exilim Card
EX-S200



Exilim Zoom
EX-Z800



Innovationen für den PoS

Panasonic Lumix — schneller, besser, komfortabler

Mit fünf neuen Lumix Modellen aktualisiert Panasonic seine digitale Kompaktkamera-Palette. Aufwendig konstruierte Objektive, neue Bildprozessoren und besonders lichtempfindliche Bildsensoren verbessern noch einmal die Bildqualität. S. 8

Spectaris — Imaging + Photo- technik-Angebot wird ausgebaut

Thorsten Kortemeier, der neue Vorsitzende der Fachgruppe Imaging + Phototechnik des Industrieverbandes Spectaris, möchte die Präsenz in der Fotobranche stärken und eine wirksame Interessenvertretung positionieren. S. 12

Sony Partner Programm — gemeinsam mit den Händlern

imaging+foto-contact sprach mit Jeffrey van Ede, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH, über erste Ergebnisse des am 1. April diesen Jahres gestarteten Sony Partner Programms. Für zusätzliche Transparenz wird bald auch ein Sony Händlerportal sorgen. S. 28

Entdecken Sie Ihre kreative Seite

Mit der neuen Systemkamera Samsung NX10



Grenzenlos kreativ

Mit der Samsung NX10 in neue Dimensionen

Die kompakte Systemkamera Samsung NX10 macht die Welt zur Leinwand und jedes Motiv zu einem individuellen Unikat. Mit dem lichtstarken 14,6 Megapixel Samsung APS-C CMOS-Sensor, Wechseloptiken sowie komplett manueller Steuerung und RAW Bilddaten-Bearbeitung bietet sie zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten für Ihre individuelle künstlerische Freiheit. Mit dem brillanten 7,62 cm großen AMOLED-Display garantiert die Samsung NX10 eine perfekte Darstellung, selbst bei direkter Sonneneinstrahlung.

www.samsung.de

14,6 Megapixel Samsung APS-C CMOS-Sensor | RAW Bilddaten-Bearbeitung
Abblendtaste | 7,62 cm VGA AMOLED-Display | HD Movie Recording



TURN ON TOMORROW

Es muss nicht immer Krake sein

Wo ist der Foto-Paul?

Beim Fußball hat es ja leider nicht geklappt, aber trotzdem wurde Deutschland Weltmeister – bei der PR nämlich. Denn die Champions vom Sealife Aquarium Oberhausen haben es mit Bravour hingekriegt, mit ihrem Orakel-Kraken Paul wochenlang weltweit in Presse, Funk, Fernsehen und Online-Medien prominent vertreten zu sein. Mit den Suchworten „Krake Paul“ erzielt man bei Google 8,8 Millionen, mit „Oktopus Paul“ 17,7 Millionen Treffer. Inzwischen wurde der prognosesichere Kopffüßer zum Ehrenbürger von Spanien ernannt, und eine Londoner Künstleragentur kümmert sich um seine Termine. Nur das Bundesverdienstkreuz hat nicht Paul bekommen, sondern Bundestrainer Jogi Löw.



Thomas Blömer, Verleger

Gute PR zeichnet sich dadurch aus, dass sie wenig oder am besten gar nichts kostet und trotzdem große Wirkung erzielt. Genau so etwas braucht die Foto- und Imagingbranche, um ihre wunderbaren Kameras und Bildprodukte im Umfeld der photokina – das ist ja für uns fast so etwas wie die FIFA WM für den Fußball – noch stärker in den Blickpunkt zu rücken. Kurz und knapp: Wir brauchen einen Paul.

Um PR geht es auch bei der Gemeinschaftsaktion „Der größte Photoglobus

der Welt“, die der Photoindustrie-Verband im Vorfeld der photokina ins Leben gerufen hat. Verfolgt wird dabei das ambitionierte Ziel eines Weltrekords: Mit einem Durchmesser von sechs Metern soll der größte Photoglobus der Welt auf der weltweiten Leitmesse der Foto- und Imagingbranche zum Blickfang werden. Für die Riesenkugel werden über 100.000 Bilder benötigt, die über das Internet von Fotoamateuren eingesandt werden sollen.

Um die PR-Wirkung des Rekordversuchs weiter zu steigern, wird jetzt auf www.photoglobus.prophoto-online.de ein Maskottchen gesucht. Jeder kann mit einem passenden Foto einen Vorschlag einsenden, und die Nutzer der Internetseite stimmen fleißig ab. Favorit war – Zufall oder nicht – Paulchen: kein kleiner Krake, sondern ein ebenso häßlicher wie markanter Hund, dessen Foto innerhalb weniger Tage Unmengen von Zustimmungsklicks bekam.

Doch dann schlug das Schicksal zu: Eine Spam-Attacke drohte den Server

der Gemeinschaftsaktion zu sprengen, und unbegreiflicherweise wurde der Fotograf von „Paulchen“ sogar persönlich bedroht, bekam deshalb begreiflicherweise kalte Füße und zog die Bewerbung zurück. Paulchen wurde still und leise aus der Kandidatenliste entfernt.

Wir lassen offen, ob damit nicht eine Chance vertan worden ist, denn Skandale haben bekanntlich eine außerordentliche PR-Wirkung. Man stelle sich nur einmal vor, eine große Boulevard-Zeitung, die niemand liest, aber von der alle wissen, was drin steht, hätte getitelt: „Internetkrieg um Paulchen“. Vermutlich wäre die benötigte Rekordzahl an Bildern bereits jetzt erreicht. Andererseits: Fotografieren ist eine ausgesprochen friedliche und familienfreundliche Freizeitbeschäftigung – dazu passen martialische PR-Auftritte nicht wirklich gut.

Paulchen oder nicht – eins steht fest: Für den Photoglobus muss ein Maskottchen her – nicht unbedingt ein Krake oder ein Hund, vielleicht überhaupt kein Tier, aber bitte etwas, worüber dann die ganze Welt spricht. Senden Sie bitte Ihren Vorschlag – und ganz viele Fotos – sofort über photoglobus.prophoto-online.de ein.

Vielleicht sollte man bei Londoner Künstleragentur anfragen, ob Paul den Ausgang der Maskottchenwahl orakeln kann. Das würde mit Sicherheit Schlagzeilen bringen.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Zwei neue Exilim Modelle von Casio:
Super Resolution Technologie 18

Editorial

Es muss nicht immer Krake sein –
Wo ist der Foto-Paul? 3

Verband

Spectaris Fachgruppe Imaging+Photo-
technik baut Angebot aus 12

Neuheiten 15, 20, 27

Fünf neue Lumix und der erste 3D Camcorder
der Consumer-Klasse von Panasonic 8

Fujifilm integriert viele neue Funktionen:
Vier Finepix Kameras 32

General Imaging erweitert das Portfolio:
Neues für Einsteiger 34

ST-Modelle mit größerem Frontdisplay –
Neues von Samsung 35

Rollei bittet Messebesucher zur Zeitreise –
Neues und Altes 36

Neue Sony Cyber-shots für den Herbst:
Panorama auch in 3D. 38

Novoflex vertreibt Green Clean –
Sicher und sauber 40

Spectaris Fachgruppe Imaging + Phototechnik baut Angebot aus

Seit Anfang dieses Jahres hat die Fachgruppe Imaging + Phototechnik im Industrieverband Spectaris einen neuen Vorsitzenden: Thorsten Kortemeier, Geschäftsführender Gesellschafter der Minox GmbH, setzt sich in diesem Amt für eine stärkere Profilierung des Verbandes ein – mit dem erklärten Ziel, die Präsenz von Spectaris in der Fotobranche zu stärken und den Verband als wirksame Interessenvertretung für Imaging + Phototechnik zu positionieren.



Thorsten Kortemeier

Seite 12

VERBAND

Zwei neue Exilim Modelle von Casio: Super Resolution Technologie



Casio stellt mit den neuen Modellen Exilim Card EX-S200 und Exilim Zoom EX-Z800 zwei Digitalkameras vor, die mit der neuen „Super Resolution Digital Zoom“

Technologie ausgestattet sind. Damit kann laut Hersteller der Zoombereich des Objektivs um den Faktor 1,5 verlängert werden, ohne dass die Bildqualität beeinträchtigt wird. Beide Kameras sind mit der Exilim Engine 5.0 ausgestattet, deren Leistungsprofil zahlreiche Kreativ- und Automatikfunktionen ermöglicht, Bildrauschen wirksam unterdrückt und eine schnelle Datenverarbeitung gewährleistet. **Seite 18**

ZUM TITELBILD

Fünf neue Lumix und 3D Weltneuheiten von Panasonic



Mit fünf neuen Lumix Modellen aktualisiert Panasonic seine Kompaktkamera-Palette. Aufwendig konstruierte Objektive, neue Bildprozessoren

und besonders lichtempfindliche Bildsensoren sollen die Bildqualität nochmals verbessern. Mit dem ersten 3D Camcorder der Consumer-Klasse und dem ersten 3D-Doppel-Objektiv für Aufnahmen mit dem Lumix G Micro System kündigte Panasonic Weltneuheiten an. **Seite 8**

Fujifilm integriert viele neue Funktionen: Vier Finepix Kameras



Fujifilm hat sein Kameraportfolio um vier kompakte Digitalkameramodelle mit 12 bzw. 14 Megapixeln erweitert. Neu im Programm sind die Finepix F300EXR und die Finepix Z800EXR, die Finepix S2800HD sowie die Finepix JX280. Im Mittelpunkt der Neuheiten stehen die beiden EXR-Modelle, die mit Fujifilms variabel

tem Super CCD EXR ausgestattet sind. Alle Neuheiten warten mit einer Reihe innovativer Ausstattungsmerkmale auf, die zur automatischen Bildverbesserung und/oder zur verbesserten Handhabung der Kamera dienen. **Seite 32**

NEUHEITEN

Neue Sony Cyber-shots für den Herbst: Panorama auch in 3D



Mit der Cyber-shot WX5 und den beiden Modellen T99/TX9 aus der Cyber-shot T-Serie hat Sony für den Herbst weitere Kompaktkameras angekündigt. Die Neuheiten fallen nicht nur durch ihre modernen metallisch-glänzenden Farben auf, sondern auch durch eine Reihe innovativer

Ausstattungsdetails. Dazu gehören sowohl die Schwenkpanorama- als auch die 3D-Panoramafunktion. **Seite 38**

Interview mit Andreas Schult, Senior Sales Manager Digital Imaging, Casio Europe GmbH



Am 1. April dieses Jahres hat Andreas Schult die Position des Senior Sales Managers für den Vertriebsbereich Digital Imaging der Casio Europe GmbH übernommen. Der zuvor für den Vertrieb von Casio Uhren in Deutschland und Österreich verantwortliche Manager will die Kamera-Marke Exilim im Fotohandel noch stärker etablieren. imaging+foto-contact hat mit Andreas Schult darüber gesprochen, wie das gelingen soll. **Seite 16**

Interview mit Manfred Rau, Marketingleiter der Fujifilm Imaging Germany GmbH

Beim Trendprodukt „Fotobuch“ wächst die Nachfrage nach Premiumprodukten auf echtem Fotopapier. Fujifilm setzt sich für dieses ertragsstarke Marktsegment sehr engagiert ein, um mit dem Fujifilm Fotobuch brillant den Geschmack besonders anspruchsvoller Fotografen zu treffen.



imaging+foto-contact hat mit Manfred Rau, Marketingleiter der Fujifilm Imaging Deutschland GmbH, darüber gesprochen, wie der Fotohandel dabei die richtigen Zielgruppen ansprechen kann. **Seite 24**

Interview mit Jeffry van Ede, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH



Zu Beginn des neuen Geschäftsjahres am 1. April stellte Sony Deutschland die Zusammenarbeit mit seinen Kunden im Einzelhandel auf eine völlig neue Basis. Mit dem Sony Partner Programm (SPP) verfolgten die Verantwortlichen ein klar definiertes Ziel: Unter Berücksichtigung der individuellen Leistungsstärke des Handelspartners soll SPP eine für beide Seiten effiziente, profitable und faire Partnerschaft nachhaltig sichern und den Sony Partnern die Möglichkeit geben, sich deutlich von Nicht-Partnern zu differenzieren und auf diese Weise gegenüber den Endkunden zu profilieren. imaging+foto-contact hat mit Jeffry van Ede, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH, darüber gesprochen, inwieweit das gelungen ist. **Seite 28**

infowerk steigert Produktion deutlich

Der Nürnberger Digitaldruck-Spezialist infowerk AG setzt hohe Erwartungen in die digitale Buchproduktion und geht für das laufende Geschäftsjahr von einem Wachstum von mindestens 25% aus. In einer Pressemitteilung betonte das Unternehmen, die Entwicklung dieses Bereichs sei mit einem Zuwachs



von 20% bereits im vergangenen Jahr äußerst erfreulich verlaufen. Dazu habe auch der deutlich gewachsene Absatz von Fotobüchern beigetragen. **Seite 14**

INTERVIEWS

BILDERGESCHÄFT

Wichtiges aus worldofphoto.de . . . 6, 31, 43

Handel 26

Foto Walser entwickelt sich gegen den Trend – Auf Wachstumskurs. 21

Sihl setzt auf „Home + Office Media“ – Fachhandel im Fokus 42

Bildergeschäft

Bei Foto-Video-Elsenbach erfüllt das Mitsubishi Flexilab Kundenbedürfnisse. 22

infowerk steigert Produktion deutlich: Wachstum bei Fotobüchern. 14

Interviews

Casio will Exilim im Fotohandel stärken: Innovationen für den PoS 16

Fujifilm Fotobuch brillant zielt auf anspruchsvolle Zielgruppen. 24

Jeffry van Ede über das Sony Partner Programm: „Gemeinsam mit den Händlern“ 28

PMA Newslines August 2010

Aktuelles von der PMA 46

Aktuell aus der PMA Newslines International . 47

Klein- und Personalanzeigen 43

Impressum 45



Immer aktuell:
www.worldofphoto.de

Veränderungen im Leica Aufsichtsrat

Mit Wirkung 12. Juli hat Dr. Andreas Kaufmann den Vorsitz des Aufsichtsrates der Leica Camera AG übernommen. Der 56jährige tritt die Nachfolge von Franz Jung an, der sein Amt zum 31. März aus persönlichen Gründen niedergelegt hatte. Stellvertreter Kaufmanns wurde Dieter Maier, der zuvor fünf Jahre lang freier Unternehmensberater und Mitglied des Aufsichtsrates der Deutschen Anlagen-Leasing GmbH & Co. KG war. Kaufmann ist Geschäftsführer der Socrates Holding GmbH und der ACM Projektentwicklung GmbH, Salzburg, die 97,48 Prozent an Leica hält.

Neuer Channel Manager bei der Nikon GmbH

Markus Reiners hat zum 1. Juli die neu geschaffene Position des Channel Manager Mass Markets/Wholesales im Geschäftsbereich Consumer Products der Nikon GmbH übernommen. In seiner neuen Funktion verantwortet er das Geschäft mit Einkaufsverbänden wie Expert, Euronics und Medimax sowie die Zusammenarbeit mit Warenhäusern, Versendern, Cash & Carry Märkten, SB-Warenhäusern und Nikons Distributionspartnern.

Reiners blickt auf mehr als zwölf Jahre Vertriebserfahrung in verschiedenen Branchen zurück. In seiner fast vierjährigen Laufbahn bei Nikon hat er als Key Account Manager die Kunden im Bereich Mass Retail intensiv aufgebaut. Reiners berichtet direkt an Uwe Keuchel, General Manager der Nikon GmbH.

DGPh lädt zum Vortragsforum auf der photokina 2010

Die Sektion Wissenschaft und Technik der Deutschen Gesellschaft für Photographie (DGPh) veranstaltet auf der photokina 2010 das 3. Vortragsforum „Photographie – wie geht die Reise weiter?“ Die Tagung hat die Schwerpunkte Aufnahmetechnik und Fotofinishing. Im ersten Teil geht es um die Zukunft der digitalen Fotografie, die weitere Entwicklung der Kameratechnik, Probleme der Sensortechnologie und den Rohdatenstandard TIFF/EP. Im zweiten Teil berichtet ein Fotorestaurator über seine Erfahrungen mit modernen Materialien. Weitere Beiträge behandeln die Technologie von Fine Art Inkjet-Medien, das Druckverfahren „High Definition Skia Photographie“ sowie Druckverfahren von Fotobüchern. Das Vortragsforum findet im Kristallsaal des Congress-Centrums Ost der Koelnmesse statt. Eine Teilnahmegebühr erhebt die DGPh nicht, damit alle Interessenten die Möglichkeit haben, auch einzelne Vorträge gezielt zu besuchen. Um formlose Anmeldung wird gebeten an die Geschäftsstelle der DGPh, Rheingasse 8–12, 50676 Köln, E-Mail dgph@dgph.de, Fax 0221–9232070.

Vanguard eröffnet eigene Niederlassung in Deutschland

Der Zubehör-Hersteller Vanguard hat sich entschieden, den wichtigen deutschen Markt durch eine eigene Niederlassung direkt zu bearbeiten. Die neu gegründete Vanguard Deutschland GmbH ist in Gummersbach bei Köln angesiedelt und wird vom früheren Jobo-Geschäftsführer Johannes Bockemühl-Simon geleitet. In einer Pressemitteilung betonte das Unternehmen, Vanguard Deutschland werde an die erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem bisherigen Vertriebspartner Erno anschließen. Für den Aufbau der deutschen Niederlassung konnte ein Team erfahrener Persönlichkeiten aus der Fotobranche gewonnen werden. Stuart Warman wird die norddeutsche Region plus Ostdeutschland betreuen, Frank Reddöhl arbeitet im zentraldeutschen Raum in und um NRW, Thomas Schierle wird den süddeutschen Raum abdecken. Der Vertriebsinnendienst liegt in den Händen der ebenfalls mit der Fotobranche vertrauten Tanja Enkler und Manuela Garnier. Buchhaltung und Finanzen leitet Ingrid Liebig. Das eigene Lager wird von Johann Siegert und Rita Klingspor betreut. Vanguard Europa wird die Marketing-Aktivitäten der deutschen Niederlassung unterstützen. Für Presse und Marketing Communications ist Christophe Regnault verantwortlich. Durch Kevin Yeh als zweiten Geschäftsführer ist eine enge Verbindung zum weltweiten Vanguard Netzwerk gewährleistet. Die Vanguard Deutschland GmbH wird ab dem 1. August die Arbeit aufnehmen. Auf der photokina wird der Zubehör-Anbieter mit einem Stand in Halle 4.2, B-030/C-031 vertreten sein und wichtige Neuheiten vorstellen.

Frank Schenk leitet Vertrieb Businessprodukte bei Epson

Frank Schenk verantwortet ab sofort den Vertrieb für alle Epson Businessprodukte in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Zuvor leitete er die Bereiche Professional Graphics & Photo sowie Retail Systems & Devices (RSD). Damit bringt er langjährige Erfahrung im Vertrieb von Businessprodukten in den nun erweiterten Verantwortungsbereich ein. Schenk berichtet an Henning Ohlsson, Geschäftsführer der Epson Deutschland GmbH.

Neuer Geschäftsführer bei Fotocommunity

Dr. Axel Flasbarth hat die operative Leitung der fotocommunity GmbH übernommen. Der 38jährige Volkswirt bringt langjährige Interneterfahrung zur Online-Community für Hobbyfotografen mit. Flasbarth startete seine Karriere Ende der 1990er-Jahre bei der Unternehmensberatung McKinsey & Company. Zuletzt war er Head of eBay Motors und damit verantwortlich für den Fahrzeug- und Fahrzeugteilemarkt von eBay in Deutschland.

fotolounge • mustermann



Die Zukunft sieht gut aus!

Das Fujifilm Greenlab-Konzept:

Leistung, Ökologie und Lifestyle für den Foto-Shop der Zukunft.

Für weitere Informationen nehmen Sie bitte Kontakt auf:

FUJIFILM Imaging Systems

Markus Schleicher

Halskestraße 3-5, 47877 Willich

Telefon: 0211/5089-298

markus_schleicher@fujifilm.eu

Fünf neue Lumix Digitalkameras von Panasonic

Schneller, besser, komfortabler

Mit fünf neuen Lumix Modellen aktualisiert Panasonic seine Kompaktkamera-Palette. Aufwendig konstruierte Objektive, neue Bildprozessoren und besonders lichtempfindliche Bildsensoren sollen die Bildqualität nochmals verbessern – vor allem bei Aufnahmen unter schwierigen Lichtverhältnissen. Auch die Bedienung wird im Vergleich zur Vorgänger-Generation komfortabler.

Die neuen Produkte sollen Panasonic auf dem hart umkämpften Digitalkamera-Markt weitere Anteile beschaffen. Bereits jetzt sei Lumix im Marktsegment „Digitalkameras mit eingebautem Objektiv“ die Nummer eins in Europa, erklärte Laurent Abadie, Vorstandsvorsitzender von Panasonic Europe, auf einer Pressekonferenz in Stockholm. Im Kamera-Gesamtmarkt belegt Panasonic derzeit Platz zwei.

Die neue Lumix FZ100 nimmt Serienfotos mit einer Geschwindigkeit von elf Bildern/s auf.

Weltweit, ergänzte Ichiro Kitao, Leiter des Geschäftsbereichs Digitalkameras bei Panasonic in Osaka, habe Lumix in 30 Ländern einen Marktanteil von mehr als 10 Prozent erreicht. Bereits in diesem Jahr will Panasonic seinen Anteil am weltweiten Digitalkamera-Markt auf 15 Prozent steigern und im Jahr 2012 sogar 20 Prozent erreichen. Gelingen soll das vor allem durch neue Technologien bei Optik, Bildsensoren und der Bildverarbeitung.

Universell und schnell: die Lumix FZ100

Mit der Lumix DMC-FZ100 bringt Panasonic jetzt eine Superzoomkamera auf den Markt, die mit dem

neu entwickelten 24fach-Weitwinkel-Superzoomobjektiv Leica DC Vario Elmarit mit einem Brennweitenbereich von 25–600 mm bei einer Lichtstärke von f2,8–5,2 ausgestattet ist. Die Nachfolgerin der FZ50 kann mit ihrem neuen 14,1 Megapixel MOS-Sensor Full-HD-Videos mit einer Auflösung von 1.920 x 1.280 Pixeln im AVCHD Lite-Format (50i) aufnehmen.

Ein weiteres markantes Merkmal dieses Modells ist seine Schnelligkeit: Die FZ100 nimmt Serienbilder mit einer Geschwindigkeit von elf Fotos pro Sekunde bei voller Auflösung mit mechanischem Verschluss auf (maximal 15 Bilder in Folge) und erreicht bei reduzierter Auflösung von 3,5 Megapixeln das rasante Tempo von



High-Speed: Ein spontaner Test der neuen Lumix FZ100 zeigt, dass mit der High-Speed-Funktion nicht nur interessante Bewegungsstudien...

60 Bildern pro Sekunde. Eine High-speed-Movie-Funktion mit 220 Bildern pro Sekunde im QVGA-Format ermöglicht interessante Zeitlupenstudien. Die Akku-Ausdauer wurde auf 410 Bilder pro Ladung gesteigert. Dazu trägt auch der geringe Energieverbrauch des neuen MOS-Sensors und des ebenfalls neuen Bildprozessors Venus Engine FHD bei. Der schwenkbare LCD-Monitor (Bild diagonale 7,5 cm) mit 460.000 Pixeln macht auch bei hellem Sonnenlicht eine gute Figur; der elektronische Sucher (201.600 Pixel) zeigt 100 Prozent des Bildausschnitts.

Mit 14 Linsen in zehn Gruppen ist das Leica DC Vario Elmarit aufwendig konstruiert: Drei ED Linsen und zwei asphärische Elemente mit drei asphärischen Oberflächen sorgen für äußerst geringe Verzeichnung im Weitwinkelbereich und unterdrücken wirkungsvoll Farbsäume bei langen Brennweiten.

Die Lumix FZ100 ist mit allen aktuellen Kameratechnologien der Lumix Kompaktklasse ausgestattet. Dazu gehören optischer Bildstabilisator, Gesichts-, Motiv-, Kontrast- und Bewegungserkennung, AF-Verfolgung und intelligente Zoomfunktion. Das neue „dreh und druck“-Rändelrad macht die manuelle Bedienung (auch beim Fokussieren) noch einfacher. Neu ist die „Motion Deblur“-Funktion: Hier

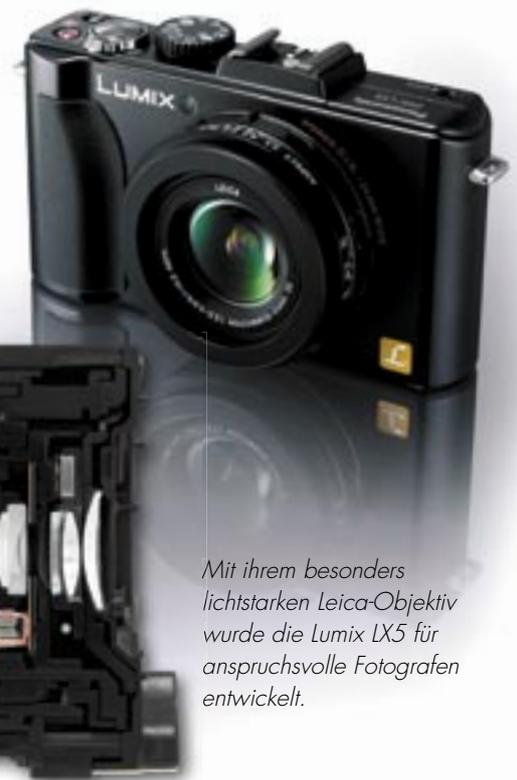
kombiniert die Kamera die Bewegungserkennung mit der intelligenten Belichtungskontrolle und sorgt so im iA-Modus für scharfe Abbildung bewegter Motive. Die Lumix FZ100 ist ab Anfang August zum Preis von 529 Euro (UVP) in der Gehäusefarbe Schwarz lieferbar.

Universal und günstig: Lumix FZ45

Mit demselben Leica DC Vario Elmarit wie die FZ100 bietet auch die neue Lumix FZ45 einen Brennweitenbereich von 25 mm Weitwinkel bis 600 mm Supertele. Die Nachfolgerin der FZ38 nimmt Videos im HD-Format 1.280 x 720 Pixel (AVCHD Lite) auf; als Bildsensor dient ein 14,1-Megapixel-CCD, dessen Signale vom Venus Engine HD II Bildprozessor verarbeitet werden. Anders als bei der FZ100 ist der 7,5 cm große LCD-Monitor nicht schwenkbar und hat eine Auflösung von 230.000 Pixeln. Das Modell ist ab Ende August lieferbar; der UVP beträgt 429 Euro.

Fein und lichtstark: die Lumix LX5

Als Nachfolgerin der LX3 bringt Panasonic die Lumix DMC-LX5 als Premium-Kompaktkamera auf den Markt. Herzstück der Kamera ist das völlig neu konstruierte Leica D Vario Summicron Objektiv mit einem auf 24 mm Superweitwinkel bis 90 mm



Mit ihrem besonders lichtstarken Leica-Objektiv wurde die Lumix LX5 für anspruchsvolle Fotografen entwickelt.

erweiterten Zoombereich (3,8x). Mit zehn Linsen in neun Gruppen (drei asphärische Linsen mit fünf asphärischen Flächen) wurde es für Kenner und Enthusiasten entwickelt und bietet gleichmäßig hohe Schärfe bis in die Bildecken bei besonders geringer Verzeichnung speziell im Weitwinkelbereich. Im Vergleich zum Vorgängermodell wurde die Lichtstärke von f2,8 auf f2,0 dramatisch gesteigert. Dazu passt der unverändert große 1/1,63" CCD-Bildsensor mit 10-Megapixel-Auflösung, der ebenfalls völlig neu entwickelt wurde und bei deutlich erhöhter Empfindlichkeit und Farbsättigung einen noch größeren Dynamikbereich aufweist. Das neue Objektiv nutzt diesen Bildsensor nicht nur durch seine Lichtstärke voll aus. Auch die Auflösung der Linsen wurde



... aufgenommen werden können, sondern auch spektakuläre Schnappschüsse, die ohne dieses Ausstattungsmerkmal kaum möglich wären.

Neuheiten

gegenüber dem Vorgänger um 30 Prozent gesteigert. Bei der Verarbeitung der Bilddaten trägt der neue Venus Engine FHD Bildprozessor mit der individuellen Differenzierung von Farb- und Helligkeitsrauschen zur hervorragenden Bildqualität selbst bei hohen Empfindlichkeiten bei und sorgt zudem für äußerst schnelle Kamera-Reaktionen. Der 7,5 cm große LCD-Monitor hat eine Auflösung von 460.000 Pixeln.

Auch der Bedienkomfort wurde bei der LX5 deutlich gesteigert, nicht nur durch den ergonomisch gestalteten Griff. Das neue Rändelrad gewährt schnellen Zugriff auf die vielfältigen Einstellmöglichkeiten der Kamera. Die Festlegung der Seitenverhältnisse (4:3, 3:2, 16:9 und neu auch 1:1) erfolgt bequem über einen Schieber am Objektiv. Der Start von Videoaufnahmen (HD 1.280 x 720 Pixel im AVCHD Lite-Modus) kann spontan über einen speziellen Knopf auf der Kamera erfolgen. Unter dem Zubehörschuh bietet die LX5 eine Anschlussmöglichkeit für einen optionalen Aufstecksucher.

Die Lumix LX5 ist ab Ende August zum UVP von 529 Euro in Schwarz lieferbar.

Kompakt mit Touchscreen: Lumix FX700

Im äußerst kompakten Gehäuse (103,5 x 55,8 x 24,5 mm) der neuen Lumix DMC-FX700 steckt eine Menge Leistung. Sie fängt beim äußerst lichtstarken Leica DC Vario Zoom 2,2–5,9/24–120 mm 5fach-Zoomobjektiv an und hört beim neuen 14,1 Megapixel MOS-Sensor noch nicht auf. Denn die FX700 nimmt auch Full-HD-Videos mit 1.920 x 1.280 Pixeln im AVCHD Lite-Modus auf und gehört mit einer Serienbildfunktion mit zehn Bildern pro Sekunde bei voller 14-



Die kompakte Lumix FX700 zeichnet sich durch ein berührungsempfindliches Display und ein lichtstarkes Leica-Objektiv aus.

Megapixel-Auflösung (60 Bilder pro Sekunde mit 3,5 Megapixeln) zu den schnellsten ihrer Art. Zudem nutzt die FX700 die schnelle Bildfolge für Aufnahmen bei Nacht bzw. sehr wenig Licht, indem sie zehn Bilder hintereinander aufnimmt und diese zu einem gelungenen und vor allem scharfen Schnappschuss kombiniert. Das 7,5 cm große berührungsempfindliche Display mit 210.000 Pixeln erlaubt nicht nur die einfache Navigation durch das Menü; per Fingertipp kann der Anwender auch das Motiv auswählen, das scharfgestellt werden soll. Die „Touch-iA“-Automatik wählt sogar automatisch das passende Motivprogramm aus. Man kann über den Touchscreen auch direkt auslösen oder ganz bequem durch die Bilder blättern.

Die Lumix FZ700 kommt Anfang September zum Preis von 399 Euro (UVP) auf den Markt; Gehäusefarbe Schwarz.

Robust und wasserdicht: die Lumix FT10

Mit der Lumix DMC-FT10 erweitert Panasonic das Angebot robuster Outdoor-Kameras um ein preisgünstiges

Modell. Die Kamera ist bis 3 m Tiefe wasserdicht, fallsicher bis 1,5 m Höhe und frostsicher bis -10°.

Das Lumix D Vario 3,5–5,9/35–140 mm 4fach-Zoomobjektiv mit um 90° abgewinkeltem Strahlengang ist vollständig in das Gehäuse integriert. Dennoch ist die Kamera mit 21,6 mm bemerkenswert flach.

Die FT10 zeichnet Videos in HD-Auflösung von 1.280 x 720 Pixeln im Motion JPEG-Format auf. Das Modell wird in den Farben Blau, Rot und Schwarz ab Ende September 2010 zum Preis von 299 Euro (UVP) erhältlich sein.



Die robuste Lumix FT10 wird in den Gehäusefarben Blau, Rot und Schwarz erhältlich sein.

Brandaktuell – Weltneuheiten von Panasonic

3D für Foto und Video

Kurz vor Andruck dieser Ausgabe kündigte Panasonic zwei Weltneuheiten an, mit denen die Aufnahme dreidimensionaler Fotos und Videos möglich wird. Dazu gehören der erste 3D Camcorder der Consumer-Klasse und das erste 3D-Doppel-Objektiv für Aufnahmen mit dem Lumix G Micro System.

Der neue 3D Camcorder HDC-SDT750 basiert auf den 3MOS Camcordern der 700er Serie und ist mit einem Leica Dicomar 12fach-Zoomobjektiv mit einer Anfangsbrennweite von 35 mm ausgestattet. Die Technik zur Aufnahme dreidimensionaler Videos orientiert sich an der professionellen Panasonic 3D Kamera mit Doppel-Objektiven für die Produktion von Kinofilmen.

Zum Lieferumfang des SDT750 gehört ein 3D Vorsatz mit zwei Linsen, der vor dem Leica Objektiv angebracht wird. Die 3D Aufnahme erfolgt im Side-by-Side Verfahren mit je 960 x 1.080 Pixeln für das linke und das rechte Bild. Der Bildprozessor des Camcorders setzt die zwei Bilder zu einem 3D-Bild zusammen.

Aufgenommen wird im AVCHD-Format, wodurch eine hohe Kompatibilität zu Blu-ray Playern/Recordern erreicht wird. Zur Wiedergabe der bewegten 3D-Bilder reicht es bei entsprechenden Viera 3D TVs von Panasonic aus, die SD-Karte des Camcorders ins Laufwerk des Gerätes zu stecken. Weitere Übertragungsmöglichkeiten gibt es durch die HDMI-Schnittstelle oder das Brennen der 3D Videos auf DVD mit anschließender Wiedergabe über Blu-ray Player.

Ohne 3D Vorsatzlinse ist der SDT750 ein hochwertiger Camcorder für 2D Aufnahmen. Das 3MOS System mit im Vergleich zur 700er Serie nochmals verbesserter Rauschunterdrückung sorgt für besonders gelungene



Aufnahmen bei wenig Licht. Bei einem Aufnahmeformat von 1.080/50p (Full HD 1.920 x 1.080 mit 50 Vollbildern) ermöglichen Ausstattungen wie die intelligente Automatik, der neue, sowohl optisch als auch elektronisch arbeitende Bildstabilisator Hybrid OIS und vielfältige manuelle Funktionen kreatives Gestalten.

Der HDC-SDT750 wird ab Mitte September 2010 für 1.399,- Euro (UVP) in Deutschland erhältlich sein.

3D mit Lumix G Micro System

Panasonic hat die Entwicklung des weltweit ersten Doppel-Objektivs für 3D Aufnahmen mit digitalen Wechselobjektivkameras bekanntgegeben. Es soll die Aufnahme von 3D Aufnahmen mit spiegellosen Systemkameras des Lumix G Micro Systems ermöglichen. Welche Modelle kompatibel sein werden, will Panasonic später bekanntgeben.

Bis jetzt waren 3D Aufnahmen mit Wechselobjektivkameras nur mit speziellen Panorama-Systemen oder der Kombination von zwei Objektiven mit zwei

CCD-Sensoren möglich. Dabei mussten Einschränkungen, zum Beispiel bei Aufnahmen von bewegten Motiven, hingenommen werden. Das kompakte 3D Objektiv für das Lumix G Micro System beinhaltet zwei optische Systeme; sie erzeugen mit jeweils einem links und rechts liegenden Objektiv Stereo-Bilder, die durch einen 3D Bildprozessor bearbeitet werden und auf geeigneten 3D Fernsehgeräten wie den Viera 3D Full HD Flachbildfernsehern von Panasonic betrachtet werden können. Das neue kompakte 3D Wechselobjektiv soll bei einfacher Handhabung 3D Aufnahmen auch mit Kameras erlauben, die nicht speziell für dreidimensionale Fotos ausgerüstet sind – und das laut Panasonic ohne nennenswerte Verzeichnung oder zeitliche Verzögerung. Auch Macroaufnahmen sollen möglich sein.

Die Einführung des 3D Objektivs ist innerhalb dieses Jahres geplant. Zu Verkaufspreisen, der Kompatibilität mit anderen Kameras des Micro Four Thirds Systems und technischen Einzelheiten wie Brennweite und Lichtstärke gibt es noch keine Informationen.

Spectaris Fachgruppe Imaging + Photot

„Profil schärfen“

Seit Anfang dieses Jahres hat die Fachgruppe Imaging + Phototechnik im Industrieverband Spectaris einen neuen Vorsitzenden: Thorsten Kortemeier, Geschäftsführender Gesellschafter der Minox GmbH, setzt sich in diesem Amt für eine stärkere Profilierung des Verbandes ein – mit dem erklärten Ziel, die Präsenz von Spectaris in der Fotobranche zu stärken und den Verband als wirksame Interessenvertretung für Imaging + Phototechnik zu positionieren.

Der Industrieverband Spectaris mit Sitz in Berlin entstand aus dem früheren Verband der Feinmechanischen und Optischen Industrie. Als „deutscher Industrieverband für optische, medizinische und mechatronische Technologien“ bündelt Spectaris die Interessen von etwa 400 Firmen aus den Bereichen Consumer Optics, Photonik, Präzisionstechnik, Mechanik und Medizintechnik. Sie sind in vier produktspezifischen Fachverbänden organisiert; zum Fachverband Photonik und Präzisionstechnik gehört die Fachgruppe Imaging + Phototechnik, in der zur Zeit 35 deutsche Hersteller von Profikamera-Systemen, anspruchsvollen Amateurkameras sowie Projektionstechnik im analogen und digitalen Bereich, Fotolaborgeräten, Reprotechnik, Studiolicht und Stu-

diotechnik, Präzisionsoptik und Zubehör organisiert sind.

In seinem neuen Amt will Kortemeier, der bereits als Vorsitzender der Fachgruppe Fernoptik im Fachverband Consumer Optics bei Spectaris aktiv ist, die strategische und inhaltliche Steuerung von Imaging + Phototechnik neu ausrichten. „Spectaris bietet als Verband der High-Tech-Industrie hervorragende Voraussetzungen, um die Leistungsfähigkeit der Mitgliedsunternehmen der Fachgruppe Imaging + Phototechnik einer breiten Öffentlichkeit bewusst zu machen“, betonte der neue Vorsitzende im Gespräch mit *imaging+foto-contact*. „Denn hinter diesem Industrieverband stehen ein Gesamtumsatz von 43 Milliarden Euro, 243.000 Mitarbeiter in



Thorsten Kortemeier hat Anfang dieses Jahres den Vorsitz der Spectaris Fachgruppe Imaging + Phototechnik übernommen.

2.704 Betrieben und eine gut ausgestattete Geschäftsstelle mit 25 Mitarbeitern.“

Mit diesem Potential verschafft Spectaris seinen Mitgliedsfirmen Zugang zu qualitativ hochwertigen Markt- und Branchendaten und gewährt gezielte Unterstützung für den Außenhandel. Zudem ergreift der Verband vielfältige Initiativen für seine Mitglieder in Fragen deutscher und europäischer Regulierung. Dabei zahlt sich auch seine gute Vernetzung in der Bundeshauptstadt Berlin aus. „Durch politische Aktivitäten, Öffentlichkeitsarbeit und Branchenmarketing gibt



Technik baut Angebot aus

der Verband seinen Mitgliedsfirmen eine Stimme, formuliert neue Aufgaben und erschließt neue Märkte“, betonte Kortemeier. „Diese Kompetenz wollen wir auch für unsere vergleichsweise kleine Fachgruppe Imaging + Phototechnik nutzen, um unser Profil zu schärfen und auch neue Mitglieder zu gewinnen, damit unsere Branche innerhalb von Spectaris besser abgebildet wird.“ Kortemeier kann sich vorstellen, die Zahl der derzeit 35 Mitgliedsfirmen mittel- und langfristig auf rund 100 Unternehmen zu steigern. „Ein wichtiges Kennzeichen der Fachgruppe Imaging + Phototechnik ist, dass sie im wesentlichen aus mittelständischen Unternehmen besteht. Besonders für diese Firmen ist eine wirksame Vertretung durch einen starken Verband besonders nützlich“, führte Kortemeier aus. „Bei unseren Mitgliedern handelt es sich zur Zeit vorwiegend um Unternehmen, die als Hersteller tätig sind. In meinen Gesprächen innerhalb der Branche habe ich aber schnell festgestellt, dass auch viele Importeure und Distributoren ähnliche Interessen wie mittelständische Hersteller haben, zum Beispiel beim Zollrecht oder bei der Produktsicherheit. Deshalb steht Spectaris auch dieser Zielgruppe im Bereich Imaging + Phototechnik offen.“

Vielfältige Dienstleistungen

Mit exklusiven Marktberichten auf der Basis von Herstellerbefragungen zur Um- und Absatzentwicklung bestimmter Produkte, regelmäßigen amtlichen Statistiken und professionell aufbereiteten internationalen Daten bietet Spectaris den Mitgliedern der Fach-



Birgit Ladwig ist im Spectaris Fachverband Photonik + Präzisionstechnik für die Durchführung der Aktivitäten der Fachgruppe Imaging + Phototechnik verantwortlich.

gruppe Imaging + Phototechnik bereits vielfältige Dienstleistungen an. Einen besonderen Schwerpunkt bildet traditionell die Unterstützung beim Auslandsgeschäft: Dabei hilft Spectaris nicht nur durch die Vermittlung von Informationen über wichtige Themen und Märkte, sondern betreibt gezieltes Marketing durch die Beteiligung an ausgewählten Fachmessen. So beantragt der Verband beim Wirtschaftsministerium jedes Jahr die Förderung mehrerer Auslandsauftritte unter dem einheitlichen Dach „Made in Germany“. Seit Jahren gehört zum Beispiel die Beteiligung an der PMA zum festen Programm. Für das kommende Jahr ist zusätzlich auch eine Präsenz auf der Photo World Dubai geplant.

Neue Aktivitäten

Mit neuen Initiativen soll das Angebot der Fachgruppe Imaging + Phototechnik in den kommenden Monaten weiter ausgebaut werden. Ein Beispiel ist das Branchenbuch „Spezialistentum statt Massenmarkt“, das anhand von Kennzahlen sowie Pro-

Technologieforum auf der photokina

Wie für die ganze Branche ist auch für die Spectaris Fachgruppe Imaging + Phototechnik die diesjährige photokina ein besonderer Schwerpunkt. Mit dem neuen Spectaris Technologieforum will der Verband unter dem Titel „Abenteuer Zukunft“ vor allem das Thema Forschung auf die Messe bringen. An drei Messetagen werden Vertreter namhafter Forschungsinstitute und Herstellerfirmen zur Mittagszeit aktuelle Trends und Visionen für die Zukunft präsentieren, um den Besuchern exklusive Einblicke in die kommenden Möglichkeiten der Fotografie zu geben.

So wird unter dem Titel „3D-Photographie für die Betrachtung ohne Brille oder Spezialmonitor“ ein neues Verfahren zur Aufnahme und Visualisierung dreidimensionaler Bilder vorgestellt. Es beruht auf einer Stereo-Kamera-Technologie, die in den letzten Jahren für Fahrzeuge entwickelt wurde und die jetzt im Rahmen einer Ausgründung auch für die Fotografie genutzt werden soll.

Das Fraunhofer Institut für Nachrichtentechnik (HHI) in Berlin wird ebenfalls Neues zum Thema 3D vorstellen. Im Beitrag dieser Einrichtung, die zu den weltweit führenden Forschungsinstituten für mobile und stationäre Kommunikationsnetzwerken zählt, wird es unter anderem um 3D-Displays und die Anforderungen an 3D-Filme gehen. Weitere Vorträge des Spectaris Technologieforums werden sich mit der Verortung von Bildern sowie mit innovativen Softwarelösungen für fotografische Anwendungen befassen.

duktions- und Außenhandelsdaten die Leistungsfähigkeit der deutschen Industrie für Imaging + Phototechnik darstellt. Vorgesehen ist eine starke Einbindung der Spectaris Mitglieder durch Firmenprofile, in denen die jeweiligen Produkte und Technologien vorgestellt werden. „Dabei wollen wir deutlich machen, dass es bei unseren Unternehmen nicht nur um die Herstellung von Fotoapparaten geht, sondern um die Entwicklung hochinnovativer Technologien in einer wettbewerbsfähigen Branche“, betonte Kortemeier. Vorgestellt werden soll das Buch am 11. November 2010 während des exklusiven Kaminesgesprächs „Austausch zwischen Industrie und Politik im Zentrum der Entscheidungen“. In einem Gespräch mit dem Staatssekretär und Mittelstandsbeauftragten Ernst Burgbacher (Bundesministerium für Wirtschaft und Forschung) werden die Spectaris Mitglieder exklusiv Gelegenheit haben, sich informell mit einem hochrangigen Politiker auszutauschen.

Dem Austausch der Mitglieder untereinander dienen verschiedene Arbeitskreise zu speziellen Themen, wie zum Beispiel Vertrieb und Exportförderung, produktbezogener Umweltschutz, Exportkontrollen und Außenhandel sowie Security und Fragen des Personalmanagements. Dabei profitiert Spectaris auch von der europäischen Vernetzung im Dachverband EUROM (Europäische Industrievereinigung Feinmechanik und Optik) mit enger Zusammenarbeit mit Partnerverbänden aus England, Frankreich, Italien, Belgien und den Niederlanden. Auch in diesem Bereich will Kortemeier in Zukunft den Unternehmen der Fachgruppe Imaging + Phototechnik mehr Gewicht verleihen.

infowerk steigert Produktion deutlich

Wachstum bei Fotobüchern

Der Nürnberger Digitaldruck-Spezialist infowerk AG setzt hohe Erwartungen in die digitale Buchproduktion und geht für das laufende Geschäftsjahr von einem Wachstum von mindestens 25% aus. In einer Pressemitteilung betonte das Unternehmen, die Entwicklung dieses Bereichs sei mit einem Zuwachs von 20% bereits im vergangenen Jahr äußerst erfreulich verlaufen. Dazu habe auch der deutlich gewachsene Absatz von Fotobüchern beigetragen.

In seinem jüngsten Ausblick rechnet infowerk für das laufende Jahr mit einem Wachstum der Jahresproduktion, die 2009 bei 680.000 Büchern lag, auf etwa 850.000 Bücher; das würde erneut über dem Branchendurchschnitt liegen. Der entsprechende Produktbereich umfasst individualisierte Fotobücher und Bildbände sowie klassische Verlagsbücher und Geschäftsdrucksachen für Kunden aus Industrie und Gewerbe. Die Produktionspalette personalisierter Bücher reicht bei infowerk vom günstigen Fotoheft über hochwertige Premiumbände bis zum 600seitigen Medizin-Sachbuch.

Das Medienunternehmen, das nach wie vor auf organisches Wachstum setzt, registriert Nachfragersteigerungen in allen Produktkategorien. Dabei sei eine zunehmende Verschmelzung verschiedener Nutzergruppen und Plattformen zu beobachten, betonte infowerk: Klassische Fotobuchaufträge von Privatkunden mischen sich mit Bestellungen für Events und Unternehmens-Drucksachen. Auch große Verlage und Industrie-Unternehmen nutzen vermehrt die Möglichkeit, Bücher mit der kleinstmöglichen Mindestauflage von einem Exemplar in Auftrag zu geben.

infowerk gilt als Pionier der Digitaldruckbranche und hat maßgeblich an der Entwicklung des europäischen Fotobuchmarktes mitgewirkt. Die Nürnberger waren um die Jahrtausendwende das erste Unternehmen mit einem derartigen Angebot auf dem Markt und zählen nach eigenen Angaben heute im digitalen Buchdruck zu den größten Anbietern Europas. Der Komplettanbieter mit über 200 Mitarbeitern erwirtschaftete im Jahr 2008 einen Gesamtumsatz von rund 20,5 Mio. Euro.



infowerk bietet eine breite Palette personalisierter Bücher in verschiedenen Formaten und Ausstattungen an.

Neues lichtstarkes Tokina Weitwinkelzoom

Mit dem AT-X 116 PRO DX hat Tokina eine neues lichtstarkes Superweitwinkelzoom im Sortiment. Das Objektiv baut auf dem Tokina AT-X 124 (4,0/12–24 mm) auf und sieht aus wie dessen Zwillingbruder. Beide sind in Län-



ge, Durchmesser und Gewicht beinahe identisch und haben 13 Linsen in elf Baugruppen. Um die hohe Abbildungsqualität trotz der Steigerung der relativen Öffnung (Anfangsblende) und ohne Gewichts- und Volumenvergrößerung zu gewährleisten, wurde der

Brennweitenbereich auf 11–16 mm reduziert. Die Umschaltmöglichkeit „One-Touch Focus Clutch“ zwischen Autofokus und manueller Scharfeinstellung durch geringfügiges Verschieben des Fokussierings und die wasser- und schmutzabweisende WP-Beschichtung der Frontlinse sind weitere Kennzeichen der Neuheit. Die bis 30 cm reichende Naheinstellung ermöglicht Abbildungsmaßstäbe bis 1:11,6 mit formatfüllender Wiedergabe von circa 17 x 25 cm kleinen Objekten. Das Tokina AT-X 116 PRO DX ist mit Bajonettfassung für Sony-, Canon-EOS- und für Nikon-AF-Kameras mit APS-C-Sensor erhältlich. Die an den maximalen Bildwinkel angepasste Streulichtblende BH-777 gehört zum Lieferumfang. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung beträgt 649 Euro.

Neues Hama Klemmstativ Bike Pod für Zweiräder

Mit dem Bike Pod hat Hama ein Klemmstativ speziell für Zweiradfahrer auf den Markt gebracht. Das Bike Pod eignet sich für alle Profile bis drei Zentimeter Durchmesser und wird ähnlich wie

bei einem Kabelbinder fixiert und bei Bedarf auch schnell wieder gelöst. Das 40 Gramm leichte Stativ ist mit einem Kugelkopf und einem 1/4-Zoll-Gewin-



de ausgestattet und bietet sich damit für kleine digitale Foto- und Videokameras an. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für das Bike Pod von Hama lautet 14,99 Euro.

Neue Stativ-Serie Sherpa Plus von Velbon

Mit der Sherpa Plus Serie bietet HS Imaging eine neue Generation an hochwertigen Aluminium-Stativen aus dem Hause Velbon an. Mit einer neuen Konstruktion des Schultergelenks aus Magnesium wird eine 30prozentige Gewichtsreduzierung gegenüber der klassischen Aluminiumkonstruktion erreicht. Im Schultergelenk integriert sind drei Einstellmöglichkeiten für die Beinspreizung. Die aus Aluminium gefertigten Beine mit zwei Auszügen und drei Segmenten sind mit einem Klemmverschluss mit Kunststoffabschlusskappe am Fuß ausgestattet. Die Mittelsäule ist teilbar und umgekehrt einsetzbar, zum Beispiel für Makrofotos oder Reproaufnahmen. Um das Stativ zusätzlich zu stabilisieren, befindet sich am unteren Ende der Mittelsäule eine 1/4"-Gewindeschraube zur Befestigung eines Gewichtshakens. Der Mittelsäulen-Klemmhebel ist mit einem Sicherheitsverschluss ausgestattet und erleichtert das schnelle Ausrichten der Mittelsäulenhöhe mit einer Hand. Die Sherpa Plus Stativ haben eine Auszugshöhe zwischen 152,5 cm (Plus 530) und 163 cm (Plus 630).

Neue 14-Megapixel-Kamera E1403 von Sanyo

Im schimmernden Metallgehäuse präsentiert Sanyo die neue Digitalkamera VPC-E1403. Die Neuheit ist mit 14 Megapixeln Fotoauflösung ausgestattet und zeichnet Videos in High Definition mit 720p auf. Das große 3"-TFT-Display sorgt für optimale Motivkontrolle. Der Dreifach-Zoom (35–105 mm entsprechend Kleinbild) und zahlreiche Motivprogramme wie Landschaft, Sport oder Feuerwerk unterstützen den Nutzer beim erfolgreichen Fotografieren ebenso wie die Funktionen Smile Detection und Blinzel-Erkennung. Verwacklungen wirkt der digitale Bildstabilisator entgegen, und mit der hohen Lichtempfindlichkeit von ISO 6400 meistert die E1403 auch ungünstige Lichtverhältnisse. Die Kamera speichert die Daten auf SD-/SDHC-Karte. Der Lithium-Ionen-Akku der E1403 liefert Energie für Aufnahmen von bis zu 180 Bildern. Mit einem USB-Kabel lässt sie sich problemlos an einen Computer anschließen. Über ein AV-Kabel können die Aufnahmen auch auf einem Fernsehgerät betrachtet werden. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für die E1403 liegt bei 129 Euro. Die Digitalkamera ist in Silber erhältlich. Sanyo gewährt auf die Kamera eine Garantie von drei Jahren.



Casio will Exilim im Fotohandel stärken Innovationen für den PoS

Interview mit Andreas Schult, Senior Sales Manager Digital Imaging, Casio Europe GmbH

Am 1. April dieses Jahres hat Andreas Schult die Position des Senior Sales Managers für den Vertriebsbereich Digital Imaging der Casio Europe GmbH übernommen. Der zuvor für den Vertrieb von Casio Uhren in Deutschland und Österreich verantwortliche Manager will die Kamera-Marke Exilim im Fotohandel noch stärker etablieren. *imaging+foto-contact* hat mit Andreas Schult darüber gesprochen, wie das gelingen soll.

imaging+foto-contact: Sie haben Ihre derzeitige Aufgabe mit dem Ziel übernommen, die Expansion des Digitalkamera-Geschäfts in Europa weiter voranzutreiben. Wie würden Sie die Position von Casio und seinen Exilim-Modellen auf dem Digitalkamera-Markt beschreiben?

Andreas Schult: Casio gehört seit vielen Jahren zu den wichtigsten Herstellern von Digitalkameras. In Deutschland, dem größten europäischen Markt, lagen wir zwischen Januar und Mai dieses Jahres auf Platz vier der Rangliste, und zwar mit einem denkbar knappen Abstand zum nächstgrößeren Anbieter. Mit unserem zweistelligen Marktanteil

Seit dem 1. April 2010 ist Andreas Schult als Senior Sales Manager für den Vertriebsbereich Digital Imaging der Casio Europe GmbH verantwortlich.



erfüllen wir für ganz Europa eine Vorbildfunktion, der wir mit innovativen Neuheiten und ebenso innovativen Marketingaktivitäten auch in Zukunft gerecht werden wollen.

imaging+foto-contact: Welche Rolle spielt der qualifizierte Fotohandel in Ihren Vertriebskonzepten?

Andreas Schult: Als einer der größten Hersteller von Digitalkameras wollen wir mit allen Vertriebslinien aktiv zusammenarbeiten. Dabei kommt dem qualifizierten Fotohandel eine Schlüsselrolle zu, denn gerade diese Vertriebsform hat hervorragende Möglichkeiten, den Konsumenten die innovativen Technologien unserer Kameras nahezubringen und besonders die hochwertigen Produkte unserer Hi-Zoom- und High-Speed-Klasse zu verkaufen.

imaging+foto-contact: Aus welchen Gründen sollte der Fotohandel das Exilim Digitalkamera-Sortiment von Casio besonders unterstützen?

Andreas Schult: Casio hat sich seit mehr als zehn Jahren im Digitalkamera-Segment positioniert, denn wir waren bekanntlich die ersten, die eine marktfähige Digitalkamera für Konsumenten erfolgreich auf den Markt gebracht haben. Seither haben wir mit der Marke Exilim konsequent die Strategie verfolgt, wegweisende technische Innovationen, kompakte Bauweise und elegantes Design miteinander zu kombinieren. Modelle wie zum Beispiel unsere Exilim EX-H15 mit 24 mm Weitwinkel 10fach-Zoomobjektiv und einer besonders langen Akkulaufzeit von bis zu 1.000 Bildern pro Ladung bieten dem Fotohandel

hervorragende Argumente, die das Verkaufen leicht machen. Zudem sorgt die hohe Produktqualität unserer Kameras für zufriedene Kunden.

imaging+foto-contact: *Welche Unterstützung bieten Sie Ihren Handelspartnern an?*

Andreas Schult: Wir haben in den vergangenen Jahren immer wieder durch besonders attraktive PoS-Aktivitäten für die notwendige Aufmerksamkeit der Kunden gesorgt. Auch in den kommenden Monaten werden wir diesen Weg fortsetzen und für unsere neuen Modelle Exilim EX-Z800 und Exilim EX-S200 innovative PoS-Konzepte vorstellen. Dafür haben wir ein ganz neues Design für den PoS entwickelt, das wir unseren Partnern im August vorstellen werden. Einzelheiten möchte ich heute noch nicht verraten, kann Ihnen und Ihren Lesern aber versichern, dass es sich um einen wirklich neuen Ansatz handelt, der es dem Fotohandel ermöglichen wird, ganz neue Zielgruppen anzusprechen.

Bereits seit einigen Wochen unterstützen wir unsere Partner im Fotohandel durch ein Team von Merchandisern, die neben unserem Außendienst umfangreiche Aufgaben bei unseren Kunden wahrnehmen.

imaging+foto-contact: *Wie unterscheiden sich diese Merchandiser von Ihren „normalen“ Außendienstmitarbeitern?*

Andreas Schult: Während sich der Außendienst vorwiegend auf die kaufmännischen Angelegenheiten konzentriert, sind die Merchandiser für die Sortimentspflege und den Gesamteindruck unserer Marke Exilim am PoS verantwortlich. Das bedeutet im Detail, dass unsere Merchandiser zum Beispiel die Versorgung mit Werbemitteln sicherstellen, ohne dass der

Händler diese ausdrücklich anfordern muss. Darüber hinaus schulen unsere Merchandiser die Mitarbeiter im Verkauf und informieren sie über die neuesten Modelle, so dass sie immer auf dem aktuellen Stand sind. Damit helfen wir unseren Partnern im Fotohandel, eine höhere Akzeptanz beim Endverbraucher und damit eine stärkere Kundenbindung zu erzielen.

imaging+foto-contact: *Wie hat der Fotohandel bislang auf dieses Konzept reagiert?*

Andreas Schult: Die Resonanz unserer Handelspartner ist ausgesprochen positiv, denn sie haben schnell verstanden, dass durch den Einsatz unserer Merchandiser ein professioneller Auftritt der Marke Exilim gewährleistet ist. Auch unsere Informationen über die Marktsituation und den Warenbestand werden von den Partnern gerne aufgenommen und umgesetzt. Denn so werden auch Umsatzverluste vermieden, die dadurch entstehen können, dass stark nachgefragte Exilim Modelle nicht am Lager sind. Unsere Kunden im Fotohandel bestätigen uns zudem immer wieder, dass ihr Verkaufspersonal durch den Einsatz der Merchandiser sehr viel besser motiviert ist, Exilim Produkte aktiv zu verkaufen.

imaging+foto-contact: *Der qualifizierte Fotohandel steht heute nicht nur im Wettbewerb mit Fachmärkten und der Großfläche, sondern muss sich auch immer häufiger dem Vergleich mit Internetanbietern stellen, die vorwiegend über den Preis verkaufen. Was können Sie von der Vertriebsseite aus tun, um hier einen fairen Wettbewerb sicherzustellen?*

Andreas Schult: Das Problem ist für uns nicht neu, denn tatsächlich haben reine Internetanbieter ganz andere Kostenstrukturen als ein statio-

näres Fachgeschäft. Deshalb haben wir bereits vor ca. 1,5 Jahren mit unseren Partnern im Fotohandel Exilim-Verbindungen abgeschlossen, um die attraktive Präsentation unserer Marke sicherzustellen, die Zusammenarbeit mit unseren Kunden zu vertiefen und die Zufriedenheit der Konsumenten zu verbessern. Nur Handelspartner, die die entsprechenden Leistungen anbieten, kommen in den Genuss unserer weitreichenden Unterstützungsmaßnahmen, sowohl für den Vertrieb im Geschäft als auch auf der eigenen Homepage. Handelsunternehmen ohne Vereinbarung sind andererseits nicht autorisiert, unsere Originalabbildungen oder Texte zu verwenden. Das hat bereits zu einer spürbaren Beruhigung geführt, auch wenn einzelne „Ausreißer“ nie auszuschließen sind; denn wir wollen und dürfen niemanden diskriminieren.

imaging+foto-contact: *Welche Ziele haben Sie kurz- und mittelfristig auf dem Kameramarkt?*

Andreas Schult: Wir wollen unseren innovativen Kurs fortsetzen und so auch mittel- und langfristig unsere Position als bedeutender Hersteller von Digitalkameras sichern und ausbauen. Dabei setzen wir auf die weitere Intensivierung unserer Beziehungen zum qualifizierten Fotohandel. Unsere Handelspartner können deshalb bereits in Kürze damit rechnen, dass wir ihnen mit innovativen Produkten und attraktiven Marketingkonzepten gute Gründe geben werden, weiterhin mit uns erfolgreich zusammenzuarbeiten.

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



Zwei neue Exilim Modelle von Casio

Super Resol Technologie



Die Exilim Card EX-S200 wurde im typischen „Kreditkarten“-Design der Serie konstruiert und ist in verschiedenen Farben erhältlich.

Casio stellt mit den neuen Modellen Exilim Card EX-S200 und Exilim Zoom EX-Z800 zwei Digitalkameras vor, die mit der neuen „Super Resolution Digital Zoom“-Technologie ausgestattet sind. Damit kann laut Hersteller der Zoombereich des Objektivs um den Faktor 1,5 verlängert werden, ohne dass die Bildqualität beeinträchtigt wird.

Beide Kameras sind mit der Exilim Engine 5.0 ausgestattet, deren Leistungsprofil zahlreiche Kreativ- und Automatikfunktionen ermöglicht, Bildrauschen wirksam unterdrückt und eine schnelle Datenverarbeitung gewährleistet. Sowohl bei der S200 als auch bei der Z800 kommt neben einem 1/2,3" großen 14,1 Megapixel CCD-Bildsensor auch ein 4fach-Zoomobjektiv mit einer Anfangsbrennweite von 27 mm Weitwinkel zum Einsatz. Tatsächlich ist die Ausstattung der beiden neuen Kameras identisch; kleine Unterschiede gibt es lediglich beim Display und beim eingebauten Speicher. Allerdings haben beide Kameras ein eigenständiges Gesicht: Denn die Exilim Card S200 kommt im typischen Scheckkarten-

design und ist gerade einmal 100,1 x 55,3 x 17,8 mm (14,9 mm an der flachsten Stelle) „groß“ und 116 g leicht. Auch die mit 19,5 mm Gehäusetiefe etwas dickere Z800 ist mit einem Format von 91,0 x 52,3 mm alles andere als ein Riese und mit einem Gewicht von 103 g (ohne Batterie und Speicherkarte) noch leichter als das Schwestermodell.



ution-

„Super Resolution“

Mit der bei beiden Kameras implementierten „Super Resolution“-Technologie will Casio die Qualität der Bildergebnisse weiter verbessern. Dazu werden kritische Bildbereiche wie Kanten, Strukturen oder Flächen separat analysiert und digital bearbeitet. Das soll sich besonders bei Vergrößerungen positiv auswirken. Zudem ermöglicht „Super Resolution“ es, den Zoombereich des Objektivs um den Faktor 1,5 zu vergrößern: Mit der Single Frame SR Zoom-Funktion kann die Telebrennweite von 108 mm digital auf das Äquivalent von 168 mm erweitert werden; dabei bleibt nach Angaben von Casio die von dem 14,1-

Megapixel-Bildsensor gelieferte Auflösung und Bildqualität erhalten.

Ein weiteres wichtiges Ausstattungsmerkmal der beiden Kameras ist die „Premium Auto“-Funktion, mit der die Kamera je nach Motiv selbsttätig das passende Motivprogramm auswählt. Dabei wird berücksichtigt, ob Gesichter aufgenommen werden, die Motive sich bewegen oder ein Stativ eingesetzt wird. Richtig eingestellt werden nicht nur die Belichtungsparameter und die Schärfe, sondern auch die Lichtempfindlichkeit, der Kontrastumfang und die Farbbalance sowie der notwendige Grad von Rauschunterdrückung. Dabei analysiert der Prozessor das Bild Pixel für Pixel und setzt bei Hauptmotiv und Hintergrund gegebenenfalls unterschiedliche Korrekturparameter ein. Die Kameras bieten zudem verschiedene kreative Effekte; so verleiht zum Beispiel die „Art Shot“-Funktion dem Bild den Eindruck eines Gemäldes. Mit der „Art Conversion“-Funktion kann dieser Effekt auch nachträglich für bereits aufgenommene Fotos erzielt werden.

Die beiden neuen Exilim Modelle sind ab Anfang September in verschiedenen Gehäusefarben erhältlich. Der unverbindliche Ladenverkaufspreis beträgt 229 Euro für die Exilim Card EX-S200 und 179 Euro für Exilim Zoom EX-Z800.



Auch die Exilim Zoom EX-Z800 zeichnet sich durch sehr kompakte Bauweise aus.



Neuheiten

Neuer Full HD-Camcorder Canon Legria HF M32

Canons Legria HF-M-Camcorder haben Zuwachs bekommen: Der neue HF M32 bringt nicht nur die bekannten Leistungsmerkmale der Legria HF-M-Serie mit, er bietet zudem neben einem Slot für austauschbare SDXC-Speicherkarten auch einen internen 64-GB-Speicher für mehr als 24 Stunden Videomaterial. Das 15/18-fach Zoom-Objektiv (39,5–592,5 mm im Fotomodus, 39,5–711 mm im Videomodus) mit optischem Dynamik-Bildstabilisator und Powered-IS-Modus, HD-CMOS-Sensor und DIGIC-DV-III-Prozessor sorgen für hohe Bildquali-

tät. Der Canon Highspeed-Autofokus Instant-AF und die Face-Detection-Technologie tragen von Beginn an zu gelungenen Aufnahmen bei. Der



Camcorder verwendet das Dual-Flash-Memory System mit internem 64-Gigabyte-Speicher und Kartenslot für austauschbare SDXC-Speicherkarten. Die unterbrechungsfreie Aufnahmemöglichkeit Relay Recording sorgt dabei auch dann für die fortlaufende Videoaufzeichnung, wenn der interne Speicher voll ist.

Wie alle Legria HF-M-Modelle hat auch der Neuling ein 6,8 Zentimeter großes Touchscreen-LCD für innovative Bildsteuerung und exzellenten Bedienkomfort. Es ermöglicht die mühelose Einrichtung des Camcorders, Einstellung von Belichtung, Schärfe und Schärfenachführung per Fingertipp. Für die Wiedergabe lassen sich Videos schnell und bequem mit dem Finger von Seite zu Seite auswählen. Ideal ist dabei die einfache Szenensuche in der 3D-Flip-Ansicht.

Mit dem intelligenten Auto-Modus mit automatischer Szenenerkennung, der intelligenten Funktion Pre-Recording und dem Video-Schnapsschuss-Modus für attraktive Collagen aus kurzen Videoclips stehen verschiedene kreative Programme bereit. Die Videoclips können im Camcorder sogar zusammengestellt und bearbeitet werden. Zur Betrachtung im Camcorder kann zusätzlich Musik unterlegt werden.

Ganz einfach können die HD-Videos in webtaugliche Standard-Definition (SD)-Dateien konvertiert werden. Ein integriertes Tool zur HD-SD-Konvertierung ist mit einer Web-Upload-Funktion zum automatischen Hochladen der Videos ins Internet kombiniert. Zum kabellosen Datentransfer hat der Legria HF M32 Eye-Fi-connected-Funktionen.

Der integrierte erweiterte Mini-Zubehörschuh unterstützt neben dem Mikrofon DM-100 auch das neue Canon Mikrofon SM-V1 mit Surround-Sound 5.1. Desweiteren kann alternativ an den Mikrofoneingang ein externes Mikrofon angeschlossen werden. Ein Kopfhörer-Ausgang bietet die Möglichkeit der direkten Tonkontrolle.

Der Legria HF M32 wird ab September verfügbar sein. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 999 Euro.

Neue Twin-Fernauslöser von Kaiser

Kaiser Fototechnik hat das Sortiment der Infrarot-/Kabel-Fernauslöser um die Baureihe Twin R4 erweitert. Zum Vergleich zu den weiterhin erhältlichen Twin R3-Auslösern sind die neuen Modelle mit einem „verschlankten“ Empfängermodul ausgestattet, das die Zugänglichkeit zu den übrigen Kameraanschlüssen verbessert. Unverändert blieben bei den neuen Modellen das Gerätekonzept und die hohe Reichweite. Die Twins sind kabellose und kabelgebundene Fernauslöser in einem Gerät. Ein separater Empfänger und das passende Auslösekabel sind im Lieferumfang enthalten. Die Reichweite beträgt bei Verwendung des mitgelieferten Empfängers bis zu 100 Meter. Der Sender des Sets



verwendet werden; dann sinkt die Reichweite je nach Kameramodelle allerdings auf 50 bzw. 25 Meter. Der Sender ist mit einer einzigen großen Auslösetaste versehen, so dass eine fehlerfreie, „blinde“ Bedienung gewährleistet ist. Über einen Umschalter kann zwischen dem Auslösesignal für kamerainterne IR-Empfänger und für den separaten Empfänger gewählt werden. Je nach Betriebsart und verwendeter Kamera können weitere Ausstattungsmerkmale genutzt werden: Half Shutter zur gezielten Aktivierung von TTL-Messung und Autofokus vor der Auslösung, verzögerte Auslösung und Langzeitbelichtung. Die Kontroll-LED erfüllt darüber hinaus auch die Funktion einer Taschenlampe. Der kompakte Empfänger wird direkt in den Fernauslöseranschluss der Kamera eingesteckt. Er ist mit zwei in das halbtransparente Gehäuse integrierten Infrarotsensoren ausgestattet. Die Twin-Fernauslöser der Baureihe R4 gibt es für Kameras von Nikon, Fuji, Canon, Pentax, Samsung, Sony, Minolta, Panasonic, Sigma und Leica. Eine Kompatibilitätsübersicht ist auf der Kaiser-Website (www.kaiser-fototechnik.de) zu finden. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für die Twin R4-Sets lautet jeweils 79,95 Euro.

Foto Walser entwickelt sich gegen den Trend Auf Wachstumskurs

Die Foto Walser GmbH & Co. KG ist trotz eines schwierigen Marktumfelds weiter auf Wachstumskurs. Der in ganz Europa aktive Spezialversandhändler für Studioausstattung, Objektive und Fotozubehör verzeichnete im ersten Halbjahr 2010 eine Umsatzsteigerung von 26,5 Prozent gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Zum Erfolg beigetragen haben insbesondere die zunehmende Nachfrage nach den Eigenmarken walimex und walimex pro sowie die verstärkte Zusammenarbeit mit dem Fotohandel. „Entgegen dem allgemeinen Trend haben wir mit unserem Geschäftsmodell und unserem Portfolio die Verkaufszahlen deutlich erhöht“, sagte Niclas Walser, Geschäftsführer von Foto Walser. Mit den Eigenmarken habe das Unternehmen seinen Marktanteil in den Segmenten Studioausstattung, Objektive und Fotozubehör ausbauen können. Angesichts der kontinuierlichen Erweiterung der eigenen Produktpalette rechnet der Spezialhändler mit Sitz im bayerischen Burgheim auch mit einer weiterhin positiven Geschäftsentwicklung im zweiten Halbjahr.

Einen zusätzlichen Grund für die gestiegene Nachfrage sah Walser in den sich ändernden Ansprüchen der Endkunden: „Ambitionierte Fotografen, die vor Jahren lediglich mit einer



Niclas Walser vor dem Unternehmensgebäude im bayerischen Burgheim

digitalen Sucherkamera arbeiteten, fragen heute zunehmend nach Profiprodukten zu einem ehrlichen Preis.“ Gerade auf diese Zielgruppe hat sich das Unternehmen laut Walser in den vergangenen Jahren spezialisiert, so dass mit den Eigenmarken die Ange-



Die Eigenmarken walimex und walimex pro tragen wesentlich zum Erfolg bei.

botslücke zwischen günstigen Amateurprodukten und überteuerten Profiwerkzeugen geschlossen wird.

Das Produktportfolio von Foto Walser umfasst aktuell mehr als 1.400 Artikel. Die Angebotsschwerpunkte liegen

auf Studio- und Beleuchtungstechnik sowie auf Fotozubehör wie Blitzsystemen, Stativen, Objektiven, Filtern, Taschen und Koffern. Neben den Eigenmarken bietet Foto Walser zudem auch Produkte anderer Hersteller an. Walser richtet sich mit seinen Angeboten in erster Linie an den Fotohandel und Fotografen – vom engagierten Amateur bis zum Profi.

In den kommenden Jahren will Walser neben der Erweiterung des Produktportfolios vor allem die Zusammenarbeit mit den Fotohändlern intensivieren. Bereits jetzt bietet das Unternehmen seinen Partnern nicht nur überdurchschnittliche Margen, sondern auch umfassende Unterstützung in den Bereichen Marketing, Vertrieb und E-Commerce. „Künftig wollen wir unsere Handelspartner noch stärker an unserer Erfolgsgeschichte beteiligen. Hierzu erarbeiten wir derzeit ein neues Partnermodell“, meinte Walser.



Über zwei Eingänge ist das Geschäft im Garbsener Einkaufszentrum zu erreichen. An beiden weisen Poster Passanten und Kunden auf den digitalen Sofort-Bilderdienst hin, der mit Geräten von Mitsubishi Electric realisiert wird.

Bei Foto-Video-Elisenbach erfüllt das Mitsubishi Flexilab Kundenbedürfnisse

Garbsen ist eine 62.000 Einwohner zählende Stadt nordwestlich der niedersächsischen Landeshauptstadt Hannover. Wie in fast allen vergleichbaren Städten gibt es auch dort ein Einkaufszentrum am Stadtrand. Lebensmittel, Kleidung und Gastronomie stehen dort im Mittelpunkt. Es gibt aber auch Leerstände, 1-Euro-Shops, einen Drogeriemarkt und mit Foto-Video-Elisenbach, das seit einigen Jahren von Ulrike Schöne betrieben wird, ein alteingesessenes Fotogeschäft.

Foto-Video-Elisenbach ist früh in das Geschäft mit digitalen Bilddienstleistungen eingestiegen. Mit einem Fotokiosk im Laden und einem Fujifilm Order-it Terminal konnten sowohl schnelle Bilder am Point of Sale als auch Aufträge über das Großlabor realisiert werden. „Als wir mit dem Onsite-Printing begonnen haben, war die hohe Geschwindigkeit der Dienstleistung eine Sensation für die Kun-

„Die Aufträge werden größer“

den“, erinnert sich Ulrike Schöne, „aber wie immer im Leben haben sich die Kunden schnell an das Tempo gewöhnt. Bilder in einer halben Stunde waren nicht mehr angesagt – Bilder sofort lautete plötzlich die Forderung. Und sofort bedeutet sofort. Selbst 15 Minuten Wartezeit erscheint manchem Kunden heute schon wie eine Ewigkeit.“

Mit dem bis dahin betriebenen Foto-

kiosk, der mit einem schlichten Fotodrucker verbunden war, ließ sich die Kundenforderung nicht mehr erfüllen. Eine Alternative musste her. Eine Alternative, die sowohl hinsichtlich der Investition als auch mit Blick auf die Leistungsfähigkeit den Ansprüchen und Möglichkeiten von Foto-Video-Elisenbach entsprach.

Fündig wurde man auf einer Ringfoto-Messe am Stand von Mitsubishi Electric. Dort wurde mit dem Flexilab genau das System präsentiert, das Ulrike Schöne sich vorgestellt hatte. „Das Mitsubishi System bietet uns nicht nur eine hohe Flexibilität, sondern hat uns auch in die Lage versetzt, neue Fotoservices im Sofortdienst ein-

zuführen, die wir zuvor nur über das Großlabor anbieten konnten, zum Beispiel das Brennen von Fotos auf CD oder DVD.“ Das entscheidende Argument für den Kauf war aber letztlich die Geschwindigkeit des Flexilabs. Bis zu 800 Bilder im 10 x 15 cm-Format können bei Foto-Video-Elsenbach pro Stunde gedruckt werden.

„Es macht Spaß, zu sehen, mit welchem Tempo die Prints ausgeworfen werden“, meint Mitarbeiterin Jenny Wilkniß. „Und vor allem Kunden, die mit großen Aufträgen ins Geschäft kommen, freuen sich, wenn die ersten Ergebnisse schon vorliegen, während sie noch weitere Bilder bearbeiten.“ Die positive Reaktion auf die Schnelligkeit und die hohe Bildqualität veranlasst viele Kunden, mehr Bilder zu drucken als ursprünglich geplant. „Zahlreiche Kunden betreten das Geschäft, ohne genau zu wissen, welche Bilder auf dem Speichermedium vorhanden sind, das sie mitbringen“, hat Ulrike Schöne beobachtet. „Und die drucken dann einfach noch welche von den ‚vergessenen Schätzen‘. Für uns bedeutet das: Die Aufträ-



Jenny Wilkniß, Mitarbeiterin von Foto-Video-Elsenbach, begrüßt vor allem die einfache Bedienbarkeit des Flexilabs und dessen hohe Qualität.

ge werden dank des Flexilabs größer, die Kunden zufriedener.“

Dass sich dadurch nicht nur eine hohe Kundenbindung einstellt, sondern obendrein noch gute Deckungsbeiträge erzielen lassen, ist Ulrike Schöne natürlich Recht. So wird im Schnellservice ein Preis von 35 Cent pro 10 x 15 cm-Bild erzielt; das ist fast doppelt so viel wie ein Bild aus dem

Großlabor einbringt, das bei Foto-Video-Elsenbach 19 Cent kostet.

Positiv beurteilt man in dem Garbseener Fotogeschäft auch die Möglichkeit, mehrere Aufträge parallel bearbeiten zu können. Während für die Kunden ein Click PT6000E Touchscreen-Terminal für die Eingabe der Aufträge bereit steht, bearbeiten die Mitarbeiter die Bildaufträge an einem Click 5000, das auch die Verwaltung der Bildaufträge übernimmt. Besonders erfreulich an dem Click 5000 sei die auffallend einfache Benutzerführung, stellt Jenny Wilkniß heraus.

Ein weiterer Pluspunkt sei die bereits im Flexilab installierte Passbild-Software, die von Mitsubishi ständig aktualisiert wird. „Damit haben wir die Chance, auf Knopfdruck und mit hoher Marge Passbilder zu produzieren, die den Ansprüchen der unterschiedlichsten Staaten gerecht werden“, führt Ulrike Schöne aus. „In einer Stadt wie Garbsen, in der Menschen vieler Nationalitäten leben, hat sich das Passbildgeschäft schnell nach oben entwickelt.“



Für Ulrike Schöne, Inhaberin von Foto-Video-Eisenbach in Garbsen, hat sich die Investition in die neuen Mitsubishi Geräte innerhalb kurzer Zeit rentiert.

Fujifilm Fotobuch brillant zielt auf anspruchsv

Faszination im G

Interview mit **Manfred Rau,** Marketingleiter der Fujifilm Imaging Germany GmbH

Beim Trendprodukt „Fotobuch“ wächst die Nachfrage nach Premiumprodukten auf echtem Fotopapier. Fujifilm setzt sich für dieses ertragsstarke Marktsegment sehr engagiert ein, um mit dem Fujifilm Fotobuch brillant den Geschmack besonders anspruchsvoller Fotografen zu treffen.

imaging+foto-contact hat mit Manfred Rau, Marketingleiter der Fujifilm Imaging Deutschland GmbH, darüber gesprochen, wie der Fotohandel dabei die richtigen Zielgruppen ansprechen kann.

imaging+foto-contact: Wenn es um neue Bilddienstleistungen geht, gelten Fotobücher sozusagen als Vorzeigeprodukte. Welchen Stellenwert hat diese Kategorie für Fujifilm?

Manfred Rau: Fotobücher und im Besonderen das Fotobuch brillant auf echtem Fotopapier haben für Fujifilm Imaging einen sehr hohen Stellenwert, denn die Verkaufszahlen übertreffen alle Erwartungen und



Manfred Rau, Marketingleiter der Fujifilm Imaging Germany GmbH

steigen weiter. Das Potential ist lange noch nicht ausgeschöpft, denn für den Endkunden ist das Fotobuch ein professionelles und originelles Medium, um Bilder zu präsentieren, zu archivieren und – vor allem – um Geschichten zu erzählen, die wertvolle Erinnerungen lebendig werden lassen.

imaging+foto-contact: Während die meisten Fotobücher im Digitaldruck hergestellt werden, setzt Fujifilm besonders auf Produkte aus echtem Fotopapier, für die Sie sogar eine eigene Marke „Fotobuch Brillant“ entwickelt haben. Wo sehen Sie die besonderen Vorteile von Fotobüchern auf echtem Fotopapier?

Manfred Rau: Der Vorteil des Fotobuch brillant auf echtem Fujicolor Crystal Archive Album Paper ist die gestochen scharfe Darstellung der Bilder und die brillante Farbwieder-

gabe. Durch die besondere Griffigkeit des Fotopapiers entsteht ein „professioneller Bildband“, bei dem auch die Umschlagseiten auf echtem Fotopapier belichtet und zu einem hochwertigen Hardcover verarbeitet werden. Außerdem hat das Fotobuch brillant keinen markanten Falz zwischen den gegenüberliegenden Seiten und ist dadurch für Panoramaaufnahmen besonders gut geeignet. Gerade die XL-Formate in 30 x 30 cm und in 30 x 45 cm, A3 Panorama, mit einer Gestaltungsfläche von bis zu 90 cm kommen bei Fotografen besonders gut an, denn sie bieten z. B. bei Darstellung von Hochzeits- oder Urlaubsbildern eindrucksvolle Bildergebnisse.



Mit einem Doppelseiten-Format von 30 x 90 cm bieten sich tolle Möglichkeiten, die Bilder richtig zu präsentieren und zu genießen.

olle Zielgruppen

Großformat

imaging+foto-contact: Wie vermitteln Sie den Konsumenten diese Vorteile?

Manfred Rau: Mit zielgruppenorientierter Pressearbeit und Anzeigenschaltungen werden Konsumenten kontinuierlich über die Vorteile informiert. Musterfotobücher im Handel sprechen für sich; Informationen über die Vorteile von Fujifilm Fotobüchern erhalten Konsumenten auch durch unsere originellen Fotobuch Starter-Sets, die in einer hochwertigen praktischen Verpackung alles enthalten, was zur Gestaltung der Fujifilm Fotobücher erforderlich ist: eine CD mit Bestellsoftware und eine Infobroschüre, kombiniert mit einer Auftragstasche des Händlers.

imaging+foto-contact: Welche Rolle spielt der qualifizierte Fotohandel in Ihrer Vertriebspolitik?

Manfred Rau: Das Fujifilm Fotobuch brillant ist als Premium-Produkt geradezu für den Vertrieb im Fachhandel prädestiniert. Denn qualifiziertes Verkaufspersonal kann durch seine Beratungskompetenz die Endkunden besonders gut von diesen faszinierenden Produkten überzeugen. Gerade Fotobuch-Anfänger wissen Tipps bei der Gestaltung zu schätzen oder haben Fragen zur Software. Zudem ist verständlich, dass viele Endkunden ein Produkt, das über

100,- Euro kosten kann (z. B. Fotobuch brillant A3 Panorama mit 72 Seiten) nicht bestellen möchten, ohne sich vorher professionellen Rat zu holen. Umgekehrt ermöglichen unsere hochwertigen Produkte dem Fotohandel eine überdurchschnittliche Wertschöpfung, für die sich der Einsatz an der Bildertheke lohnt.

imaging+foto-contact: Welche Zielgruppen sind Ihrer Meinung nach für die Vorteile des Fujifilm Fotobuchs Brillant besonders empfänglich?

Manfred Rau: Zunächst einmal alle, die besondere Momente im Leben, wie Hochzeit, Flitterwochen, die Geburt eines Kindes oder den Traumurlaub, in professioneller Spitzenqualität neu erleben möchten. Das Fujifilm Fotobuch brillant eignet sich aber auch perfekt als persönliches und originelles Geschenk. Zudem entdecken immer mehr semiprofessionelle und professionelle Fotografen das



Das Fujifilm Fotobuch brillant eindrucksvolle Bilderlebnisse, die wegen der speziellen Bindung nicht durch einen markanten Knick in der Mitte beein-



Die Fotobuch Starter-Sets von Fujifilm eignen sich besonders gut als „Starter“ für ein Verkaufsgespräch über das Fotobuch brillant.

Medium Fotobuch für sich. Diese Zielgruppe lässt sich gern im Fotofachhandel zum Thema Kamera und Ausrüstung beraten, so dass es ein kleiner Schritt zum Verkauf hochwertiger Fotobücher ist. Ein besonderes Plus für den Fotohandel und Fotostudios ist, dass beim Fujifilm Fotobuch brillant kein Logo auf dem Endprodukt abgebildet ist – die Identität des Handelspartners bleibt also völlig unberührt.

imaging+foto-contact: Welche Unterstützung bieten Sie als Bilddienstleister dem Fotohandel an?

Manfred Rau: Neben den oben genannten Werbe- und Marketingmaßnahmen unterstützen wir unsere Handelspartner mit attraktivem PoS-Material, den Fotobuch Starter-Sets und Musterbüchern. Zusätzlich führen wir regelmäßig Preisaktionen und Saison-Promotions für das Fujifilm Fotobuch brillant durch,

die mit Plakaten und Handzetteln beworben werden.

imaging+foto-contact: Viele Konsumenten empfinden die Gestaltung von Fotobüchern immer noch als relativ kompliziert und zeitaufwendig. Wo sehen Sie im Vergleich zu anderen Produkten die Vorteile Ihrer Bestellsoftware, um möglichst viele kreative Möglichkeiten mit einem Höchstmaß an Bedienungsfreundlichkeit zu verbinden?

Manfred Rau: Die Fujifilm Bestellsoftware ermöglicht dem Anwender die selbständige, kreative Gestaltung des kompletten Fotobuchs, bietet aber auch Funktionen, mit denen sich das Fotobuch kinderleicht automatisch gestalten lässt – komplett oder auch nur teilweise. Der Fotobuch-Assistent führt den Anwender durch die notwendigen Schritte und erstellt vollautomatisch ein komplettes Fotobuch. Die Smart-Page Funktion verteilt Bilder automatisch auf einer Fotobuchseite. Dabei werden in Abhängigkeit von der Menge der Bilder, die sich auf einer Seite befinden, Größe, Ausrichtung und Lage der Bilder optimal angepasst. Fertig gestaltete Seiten mit Bild- und Textplatzhaltern, die dem Anwender bei der kreativen Gestaltung von Fotobuchseiten helfen, liefern die Layout-Vorlagen. Die Automatische Bildoptimierung holt aus nicht bearbeiteten Bildern das Beste heraus, lässt sich aber auch manuell ausschalten. Mit diesen Merkmalen bietet unsere Bestellsoftware Anfängern ausgezeichneten Bedienkomfort, ohne die Kreativität versierter Anwender einzuschränken. Das Endergebnis ist auf jeden Fall ein Fotobuch brillant, das durch professionelle Qualität besticht und gerade in den großen Formaten einzigartige Bilderlebnisse vermittelt.

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

Photo+Medienforum Kiel entlässt zehn neue Handelsfachwirte

Alle zehn Absolventen des 38. Hauptlehrgangs zum Handelsfachwirt mit IHK-Abschluss beim Photo+Medienforum Kiel haben die Prüfungen auf Anhieb bestanden. Die neuen Handelsfachwirte werden das erworbene Fachwissen in Betriebswirtschaftslehre und die Kenntnisse in der Foto- und Medientechnik in ihren bisherigen Betrieben anwenden.

Die Teilnehmer, die den Familienbetrieb übernehmen werden, haben durch die Klassiker-Aufstiegsfortbildung am Photo+Medienforum Kiel wichtigen Input für ihre künftigen Führungsaufgaben erhalten. In diesem Jahr hatte Ringfoto gleich drei Stipendiaten gesponsert: Magdalena Wäß von Photo Porst in Fulda, Christian Gonera von Ringfoto Gonera in Limburg und Dörthe Stöhr von Ringfoto Stöhr in Neubrandenburg. Dieser Einsatz hat sich doppelt ausgezahlt, denn Dörthe Stöhr hat durch ihre fachlichen Leistungen und ihr generelles Engagement die Auszeichnung als beste Lehrgangsteilnehmerin erhalten – und darf sich damit auf die Preisverleihung durch den Photoindustrie-Verband freuen, die traditionell im Rahmen der Abendveranstaltung des Forums während der photokina vorgenommen wird.

Am 3. Januar 2011 startet der nächste Hauptlehrgang, für den bereits die ersten Anmeldungen vorliegen. Interessenten wenden sich beim Photo+Medienforum Kiel an Anne Dobbert unter Telefon 0431-579700 oder via E-Mail an anne.dobbert@photomedienforum.de.

Sun-Swatter Mini neu bei California Sunbounce

Nach dem Sun-Swatter Big und dem Sun-Swatter Pro hat California Sunbounce jetzt den Sun-Swatter Mini als drittes und bislang kleinstes Mitglied der Sun-Swatter Familie vorgestellt. Sun-Swatter Mini eignet sich besonders für Porträts von Einzelpersonen. Neben seinen professionellen Eigenschaften zeichnen ihn weniger Gewicht und ein kompakteres Packmaß als bei den bereits vorhandenen Modellen aus. Das Sun-Swatter Mini Starter Kit ermöglicht Fotografen den preiswerten Einstieg in die professionelle Lichtführung, bei der das Licht nicht hingegenommen wird, wie es ist, sondern so gestaltet wird, wie es gewünscht und benötigt wird. Im Sun-Swatter Mini Starter Kit sind enthalten:

- Frame Sun-Swatter Mini
- Screen Translucent – 2/3
- Boom-Stick One
- Grip-Head Swatty
- zwei Transportbeutel
- vier Tuning Clips

Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für das Komplettpaket lautet 369 Euro.

Neuer Manfrotto Stativkopf speziell für Videofilmer

Manfrotto bringt den neuen Video Fluid-Stativkopf 504HD auf den Markt. Er wurde für die speziellen Anforderungen von Filmern entwickelt. Mit Hilfe der Bridging Technology, der neuen patentierten Stativkopf-Konstruktion in Form einer Brücke, ist es Manfrotto



Epson Stylus Photo R2880 im Bundle mit din.a.x Mirage

Jedem Epson Stylus Photo R2880 liegt derzeit die Mirage Small Studio Edition bei. Das Plug-In Mirage in der Small Studio Edition ersetzt bei der Nutzung des DIN A3+ Fotodruckers die Druckertreiber und bündelt alle benötigten Tools übersichtlich in einer leicht zu bedienenden Benutzeroberfläche. Mirage unterstützt dabei viele Farbmodi, sogar eine Mischung von RGB und CMYK in einem Dokument, und wird problemlos verarbeitet. Das Plug-In arbeitet dabei nahtlos mit modernen Adobe Photoshop und InDesign Versionen zusammen. Mirage ist kompatibel mit: Windows: Photoshop 7, CS, CS2, 3 & 4, Photoshop Elements 6 & 7, InDesign CS 3 & 4; Macintosh: Photoshop CS2, 3 & 4, Photoshop Elements 6, InDesign CS 3 & 4. Das Bundle ist für 799 Euro (unverbindlich empfohlener Verkaufspreis) erhältlich. Verglichen mit den Listenpreisen von Mirage und dem Stylus Pro 2880 ergibt sich so ein Preisvorteil von rund 118 Euro. Die Aktion läuft, solange der Vorrat reicht.



beim 504HD gelungen, das Verhältnis von Stabilität und Gewicht weiter zu optimieren. Der Fluid-Videokopf ist für Camcorder und Kameras bis zu 7,5 Kilogramm geeignet. Er bietet einen vierstufigen Gegengewichtsausgleich und ein variables Fluid-Frictionssystem mit Indexierung. Manfrotto bietet den Kopf im Paket mit dem neu entwickelten zweistufigen Doppelrohrstativ 546 an, das mit Boden- oder Mittelspinne erhältlich ist. Das Komplettsystem für Videoaufnahmen lässt sich intuitiv bedienen. Je nach Stativausführung kostet das Set zwischen 903,90 und 970,90 Euro (unverbindlich empfohlene Verkaufspreise). Darüber hinaus ist der 504HD auch im Kit mit Einzelrohr-Stativen erhältlich.

Neue, verbesserte Ilfocolor Produktreihe

Ilford Imaging Switzerland GmbH hat die im RA4 Farbprozess verarbeiteten Ilfocolor Farbprodukte weiterentwickelt. Die neuen Produkte garantieren laut Hersteller Belichtungen mit verbesserter Latent-Bildstabilität, außergewöhnlich hoher Farbsättigung und brillanter Farbwiedergabe auf leuchtend

weißem Trägermaterial. Basierend auf traditioneller Silber-Halogenid Technologie verspricht Ilfocolor eindrucksvolle, klare und reine Tonwerte.

Die bei Ilford Ilfocolor eingesetzten, neuesten Farbkuppler garantieren überragende Wiedergabeeigenschaften sowie ein extrem hohes Auflösungsvermögen. Alle Produkte weisen niedrige D-min und hohe D-max Werte auf, garantieren hohe Farbsättigung und einen ausgezeichneten Kontrastumfang. Qualitativ hochwertige Bilder und ansprechende Grafiken zeichnen sich durch feinste Farbabstufungen und exakte Farbwiedergabe aus. Die neue, innovative Beschichtungstechnologie ist hierfür die Grundlage.

Die Bildweißen sind nun noch weißer und die Schatten noch tiefer als früher. Das Bild ist noch schärfer und kontrastreicher. Ilfocolor Bilder sind „dot free“ und haben daher die „glatten“ Tonwertabstufungen echter fotografischer Belichtungen. Sie sind daher ideal für den Einsatz bei professionellen Anwendungen geeignet. Ilford Ilfocolor ist mit den meisten von professionellen Anwendern eingesetzten digitalen Vergrößerungsgeräten kompatibel.

Jeffry van Ede über das Sony Partner-Programm

„Gemeinsam mit den Händlern“

Zu Beginn des neuen Geschäftsjahres am 1. April stellte Sony Deutschland die Zusammenarbeit mit seinen Kunden im Einzelhandel auf eine völlig neue Basis. Mit dem Sony Partner Programm (SPP) verfolgten die Verantwortlichen ein klar definiertes Ziel: Unter Berücksichtigung der individuellen Leistungsstärke des Handelspartners soll SPP eine für beide Seiten effiziente, profitable und faire Partnerschaft nachhaltig sichern und den Sony Partnern die Möglichkeit geben, sich deutlich von Nicht-Partnern zu differenzieren und auf diese Weise gegenüber den Endkunden zu profilieren. *imaging+foto-contact* hat mit Jeffry van Ede, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH, darüber gesprochen, inwieweit das gelungen ist.

imaging+foto-contact: Herr van Ede, wie lautet Ihre Auswertung nach vier Monaten Sony Partner Programm (SPP)?

Jeffry van Ede: Ich bin überaus zufrieden mit dem, was wir in den letzten vier Monaten gemeinsam mit unseren Handelspartnern umsetzen konnten. Der Handel hat mir in sehr vielen Gesprächen inner-

halb der letzten Wochen ein äußerst konstruktives Feedback gegeben. Dies ist sehr wichtig und zeigt uns, ob das Partner Programm bereits erkennbare Erfolge zeigt und inwieweit die



Jeffry van Ede, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH

zur Verfügung stehenden Instrumente auch wirklich das bewirken, was unser Ziel ist: eine auf die individuellen Bedürfnisse abzielende Unter-

stützung unserer Handelspartner, die eine langfristig für beide Seiten erfolgreiche Partnerschaft garantiert.

Die Rückmeldungen, die wir derzeit aus dem Handel bekommen, zeigen, dass wir bereits nach weniger als einem halben Jahr unsere Partner nachhaltig unterstützen konnten bei der qualitativen Vermarktung unserer Produkte und bei der klaren Differenzierung gegenüber Nicht-Partnern. Viel beigetragen dazu hat der gezielte Einsatz von Handels- und Marketingaktionen, die wir insbesondere für die Fußball-WM maßgeschneidert und mit sehr viel Engagement für unsere Partner entwickelt haben.

imaging+foto-contact: Gab es auch kritische Anmerkungen?

Jeffry van Ede: Natürlich gab und gibt es auch noch einige Bereiche, an denen wir derzeit arbeiten, aber die Umsetzung eines derart ambitionierten Projekts ist nun mal



keine Aktion, die Sie heute im Handel installieren und die dann morgen reibungslos funktioniert. Das wissen auch unsere Partner und ich möchte mich an dieser Stelle sehr herzlich für das große Vertrauen und für die erbrachte Nachsicht bedanken, wenn zu Beginn nicht immer alle Rädchen perfekt ineinander gegriffen haben.

imaging+foto-contact: *Gibt es neben den derzeit stattfindenden Optimierungen bereits Pläne für eine Weiterentwicklung des Partner Programms?*

Jeffry van Ede: Als lernendes Unternehmen ist es wichtig, dass wir genau bewerten, was gut funktioniert und an welchen Stellen wir optimieren und unsere Handelspartner noch gezielter unterstützen müssen. Das ist derzeit unsere größte Aufgabe. Parallel denken wir jedoch schon seit einiger Zeit über eine sinnvolle Weiterentwicklung und den Ausbau des Programms nach. Wir hören von unseren Partnern, dass es sich wieder lohnt, Sony Produkte zu verkaufen. Das Vertrauen in die Marke ist durch die konsequente Umsetzung des SPP enorm gestiegen. Verschiedene Handelspartner sind bereits mit interessanten Ideen für Sony Partner Shops auf uns zugekommen. Das ermutigt uns, über innovative Partnerkonzepte und Geschäftsmodelle gemeinsam mit den Händlern nachzudenken.

imaging+foto-contact: *Haben Sie bereits konkrete Vorstellungen, wie solche Partnermodelle aussehen können?*

Jeffry van Ede: Wir investieren derzeit sehr viel Geld in die professionelle Darstellung von Sony am PoS. Das fängt an bei Displays und endet in hochwertigen „Shop in Shop“-Lösungen, die von Handels-

partnern auf ihrer Ladenfläche genutzt werden. Bei der sinnvollen Weiterentwicklung des bestehenden Partnerkonzepts steht für uns die Ausweitung der „Experience & Touchpoints“ im Vordergrund, d. h. Shops, in denen Konsumenten mit unseren Produkten und der Sony Erlebniswelt intensiv in Berührung kommen können. Das kann sowohl ein innovatives und hochwertiges Display oder „Shop-in-Shop“-Konzept sein als auch ein gemeinschaftliches Shop-Konzept mit bestehenden oder neuen Handelspartnern. Wer auf Handelsseite Interesse hat, sich in eine intensivere Partnerschaft mit Sony zu begeben, sollte uns ansprechen, und wir erörtern, ob das für beide Parteien dann Sinn macht. Wir sind kein Händler, aber wir haben doch große Erfahrung in der Darstellung von Produkten und konvergenten Lösungen am PoS. Dies, zusammen mit dem Handels-Know-how eines Partners, kann eine spannende Option für eine Vertiefung der Partnerschaft darstellen. Wir werden hier aber kein Konzept nach dem Gießkannen-Prinzip anbieten, sondern nur bei intensivem Handelsinteresse in solche Gespräche einsteigen. Dies ist ein logischer Schritt für die nächste Stufe unseres Partner Programms, aber da nur einige Partner Interesse daran haben werden, ist es nur ein Baustein und natürlich nicht die komplette nächste Stufe. Für uns steht die professionelle Darstellung on- wie offline sowie die Beratungsleistung des Handelspartners für den Konsumenten im Fokus.

imaging+foto-contact: *Stichwort Beratungsleistung: Von der Produktregistrierung hängt ab, ob der Händler seine Beratungspauschale bekommt. Zu dem unterschiedlichen Registrierungsprozess bei Fachhan-*

del und Großfläche gab es einige kritische Stimmen.

Jeffry van Ede: Lassen Sie mich zunächst noch einmal auf die grundsätzliche Bedeutung der Produktregistrierung hinweisen. Diese ist zur Inanspruchnahme der Garantieverlängerung durch den Konsumenten erforderlich – und dies ist einer der größten Vorteile eines Produktkaufs bei einem Partner von Sony Deutschland.

Die im Markenmehrwert-Portal erfolgte Produktregistrierung am PoS ist Voraussetzung für die Gewährung der Beratungspauschale. Die Beratungspauschale erhält ein Sony Deutschland Partner für eine persönliche Beratung, physische Präsentationsleistungen und insbesondere für die unmittelbare Vorführung der technischen Eigenschaften des SPP Kernsortiments am PoS. Als Nachweis für die erbrachte Beratungsleistung dient die Produktregistrierung, die auf monatlicher Basis vergütet und als Gutschrift an den Händler ausgezahlt wird und gleichzeitig die verlängerte Garantie für den Konsumenten auslöst. Ein Produkt, das nicht registriert ist, erhält keine Garantieverlängerung, und das ist eine Grundsatzregel. Ein Konsument, der bei einem Handelspartner kauft, der für ihn nicht registriert, muss dies selbst tun. Ansonsten bekommt er kein zusätzliches Jahr Garantie – wobei die Sony Partnerschaft des Händlers Grundvoraussetzung ist, damit der Konsument überhaupt eine Garantieverlängerung bekommen kann. Eine Ungleichbehandlung bei Partnern existiert hier de facto nicht. Das Sony Partner Programm differenziert die unterschiedlichen Handelsformen, um deren jeweiliger strategischer Ausrichtung und Stärken gerecht zu werden. Da-

Interview

zu wurde ein Konditionssystem mit unterschiedlichen Elementen entwickelt, die den jeweiligen kanalspezifischen Eigenschaften gerecht werden, das aber auch unterschiedliche Anforderungen stellt, je nach Leistungskraft der Partner.

imaging+foto-contact: *Mit der Abwicklung der Beratungspauschale waren einige Partner nicht ganz zufrieden. Was ist passiert?*

Jeffry van Ede: Uns ist bewusst, dass es bei der Abrechnung der Beratungspauschalen in der SPP Startphase leider Verzögerungen und Unklarheiten gab. Wir haben auch diesen Prozess bereits überarbeitet und können nun sicherstellen, dass die Gutschriften und vollständigen Reports zukünftig Anfang des Monats versendet werden.

Für weitere Transparenz hinsichtlich der Abwicklung sorgt zukünftig auch das Sony Händlerportal: Die monatlich gültige Liste mit den Beratungspauschalen wird spätestens am ersten Arbeitstag des jeweiligen Monats auf Sony1.net veröffentlicht.

In dieser Liste sind dann alle gültigen Produkte für den Handel für den nächsten Monat abgebildet.

imaging+foto-contact: *Könnte die Warenverfügbarkeit bzw. Lieferfähigkeit von Sony verbessert werden durch die Einführung des Partner Programms?*

Jeffry van Ede: Zunächst gilt es festzustellen, dass wir derzeit erfolgreich sehr große Mengen Ware in den Markt liefern und wir bezogen auf das Gesamtsortiment grundsätzlich lieferfähig sind. Abhängig von der Produktgruppe ist jedoch die Verfügbarkeit sehr unterschiedlich – so haben wir neben Produkten mit exzellenter Verfügbarkeit auch Modelle mit mehreren Wochen Lieferzeit im Portfolio. Aufgrund des hohen Durchverkaufs von besonders beim Handel und bei den Konsumenten beliebter Produkte, dies betrifft insbesondere unsere BRAVIA TV-Geräte im Monolith-Design, aber auch einzelne Produkte aus dem Digital Imaging Bereich, können wir momentan nicht so schnell nachliefern, wie wir möchten.

Wir bemühen uns, dem Bedarf unserer Partner mit höchster Priorität nachzukommen. Nur wer Partner ist oder wird, erhält von uns direkt Ware. Vor allem durch das Sony Partner Programm und unser selektives Distributionskonzept möchten wir nicht nur eine attraktive Vermarktung sicherstellen, sondern darüber hinaus auch eine gemeinsame zuverlässige Planungsbasis aufbauen. Hierfür ist die regelmäßige und sorgfältige Rückmeldung der Lagerbestände aus dem Handel sehr wichtig. Nur auf Basis aktueller und genauer Bestandsdaten lässt sich auch unsere Produkt- und Mengenplanung optimal aussteuern. Ich möchte an dieser Stelle meinen Wunsch an den Handel formulieren: Die wöchentliche Rückmeldung Ihrer Bestands- und Durchverkaufsdaten erlaubt uns eine optimierte Planung und damit eine Sicherstellung der gewünschten Warenversorgung.

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

Sony präsentiert den ersten HD Flash Camcorder mit Wechseloptik

Mit der Handycam NEX-VG10E hat Sony den ersten HD Flash Camcorder mit Wechseloptik vorgestellt. Mit ihm können Videofilmer bei Filmaufnahmen das Objektiv frei wählen und ihren Camcorder so nahezu jeder Aufnahmesituation individuell anpassen. Mit seinem 14,2 Megapixel APS-C HD CMOS Exmor Sensor sorgt die Neuheit für brillante Video- und Fotoaufnahmen.

Der NEX-VG10E ist der erste HD Flash Camcorder mit Wechseloptik für den Consumer Bereich. Er ist wie die beiden spiegellosen Systemkameras NEX-3 und NEX-5 mit einem E-Mount Bajonett ausgestattet. Damit ist er mit allen E-Mount Objektiven der Sony NEX-Serie kompatibel. Darüber hinaus lassen sich beim Einsatz des optional erhältlichen Adapters LA-EA1 auch alle Alpha Optiken sowie Konica Minolta Objektive mit der neuen Handycam von Sony kombinieren.

Im Lieferumfang des NEX-VG10E ist das E-Mount Objektiv SEL18200 (F3.5–6.3) bereits enthalten. Es bietet einen Elffach-Zoom (27–

300 mm entsprechend Kleinbild). Der Autofokus arbeitet lautlos, die integrierte optische Bildstabilisierung (SteadyShot) beugt Verwacklungen vor. Bei Weitwinkel-Aufnahmen verstärkt der Aktiv-Modus den Effekt noch einmal deutlich und verbessert insbesondere Aufnahmen, die in Bewegung, beispielsweise im Gehen, gefilmt werden. Der APS-C-Sensor ermöglicht in Zusammenarbeit mit den vielseitigen Objektiv-Blenden brillante Aufnahmen mit geringer Tiefenschärfe und Unschärfe-Effekten, die mit herkömmlichen Camcordern ausgeschlossen sind.

Die NEX-VG10E filmt Videoaufnahmen in einer Full-HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln (1.080i) und im FX-Modus mit einer Bitrate von 24 Mbps. Wer Speicherkapazität sparen möchte, kann auch den FH- (16 Mbps) oder HQ-Modus (9 Mbps mit 1.440 x 1.080 Pixeln) wählen. Videos werden im AVCHD-Format auf der Speicherkarte des Camcorders abgelegt. Hierfür eignen sich sowohl Memory Sticks (PRO Duo und PRO-HG Duo

HX) als auch SD/SDHC/SDXC-Karten (ab Klasse 4). Fotos schießt die NEX-VG10E mit einer Auflösung von 12 (16:9-Format) oder 14 Megapixeln (3:2-Format). Gespeichert werden diese im JPEG-Format.

Der NEX-VG10E ist darüber hinaus mit einem Xtra Fine LC-Display (3"/7,6 cm/ 921.600 Pixel) mit TruBlack-Technologie ausgestattet. Der Sucher bietet eine Auflösung von 1.152.000 Pixeln und lässt sich flexibel in einen anderen Winkel kippen. Das integrierte Raumklang-Mikrofon (vier Kapseln) nimmt vier verschiedene Soundfelder auf und kombiniert sie zu einem Dolby Digital-Stereo-Signal.

Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für den NEX-VG10E: 1.999 Euro. Das Gerät ist ab September verfügbar.



BHS Binkert verstärkt das Vertriebsteam

BHS Binkert hat das Vertriebsteam für seine eigene Fototaschen-Kollektion Shooter Family verstärkt: Mit Sammy Abbo hat der Distributor einen branchenbekannten Spezialisten an Bord geholt. Abbo war zuvor fünf Jahre lang im Vertrieb von Crumpler beschäftigt. Nach dem gelungenen Start peilt BHS Binkert im nächsten Schritt die Platzierung der Shooter-Taschen in der Fläche an. Dabei sollen alle Vertriebskanäle intensiv genutzt werden. Auf der photokina hat BHS Binkert dieses Mal doppelt so viel Standfläche vorgesehen wie bei früheren Auftritten in Köln. Auch beim Auftritt auf der Messe (Halle 3.1, Stand C21) wird das Shooter-Ensemble im Mittelpunkt stehen, und es gibt spezielle Aktionen für den Fachhandel.

Manfrotto Distribution mit Thomas Nagler und Josef Lafer

Um DSLR-Besitzer, die das Potential ihrer Kamera bisher noch nicht ausschöpfen, besser zu erreichen, stärkt Manfrotto Distribution den Vertrieb in CE-Fachgeschäften und Flächenmärkten. Dazu hat die Vertriebsgesellschaft die neue Position eines Key Account Managers CE und New Channels geschaffen, die von Thomas Nagler übernommen wurde. Nagler unterstützt

somit die Gebietsverkaufsleiter für die verschiedenen Regionen bundesweit beim Vertrieb in den Flächenmärkten und betreut beispielsweise Kunden wie die Media-Saturn-Holding. Der 28-jährige bringt mehrjährige Erfahrung im CE-Markt mit. Zuletzt war er als Senior Sales Manager für die Strax GmbH tätig. Außerdem verstärkt Josef Lafer als Gebietsverkaufsleiter Süd das Team von Manfrotto Distribution. Der 43-jäh-

TV-Verkaufszahlen stiegen durch die Fußball-WM

Die Fußball-Weltmeisterschaft hat die Verkaufszahlen von TV-Geräten beflügelt. Im Vergleich zu den jeweiligen Wochen des Vorjahres wurden laut Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) zwischen Mitte Mai und Mitte Juli Zuwachsraten zwischen 20 und 77 Prozent beim Absatz von Fernsehern verzeichnet. Insgesamt wurden im genannten Zeitraum rund 800.000 Fernsehgeräte in Deutschland verkauft. Viele Haushalte nahmen die erste Fußball-WM, die auch in hochauflösender Bildqualität (HDTV) ausgestrahlt wurde, zum Anlass, in ein neues TV-Gerät zu investieren. Der große Absatzanteil hochwertiger und großformatiger Fernsehgeräte hat dafür gesorgt, dass der Unterschied zwischen Absatz und Umsatz sehr gering ausfällt. Die gfu rechnet für das Gesamtjahr 2010 mit einem neuerlichen Absatzrekord von insgesamt mehr als neun Millionen verkauften Fernsehgeräten. Dabei gewinnen die großformatigen Flat-TVs mit Bildschirmdiagonalen von 37 Zoll (94 cm) Umsatz- und Absatzanteile und werden so in diesem Jahr erstmals zum wichtigsten Produktsegment. Der Anteil an HDTV-fähigen Geräten wird im Vergleich zu den insgesamt verkauften Fernsehgeräten im Laufe des Jahres auf 70 Prozent steigen. Neue Technologien wie die Integration von Web-TV werden den Absatz im laufenden Jahr weiter beleben. Bis Ende 2010 rechnen die Marktforscher der gfu mit einer Ausstattung von mehr als 29 Millionen hochauflösenden TV-Geräten, davon rund 16,5 Millionen mit integriertem HDTV-Empfänger bzw. HDTV Set-Top-Box, in den deutschen Haushalten.

rige ist für den Vertrieb in den Regionen Bayern und Baden-Württemberg zuständig und betreut dort Foto-Fachhändler, Fotostudios sowie Flächenmärkte. Der gelernte Fotograf verfügt über langjährige Erfahrung in der Fotobranche und war zuletzt als Key Account Manager für die posterXXL AG tätig.

Frank Prünke verlässt die OKI Systems GmbH

Der Vertriebsdirektor der OKI Systems (Deutschland) GmbH, Frank Prünke (42), verlässt auf eigenen Wunsch das Unternehmen nach vier Jahren zum 31. August. Nach Stationen beim Distributor ISA Deutschland, Maxell und Epson war Prünke seit Juni 2006 für die OKI Systems (Deutschland) GmbH tätig und dort unter anderem verantwortlich für die Leitung des Gesamtvertriebs. Darüber hinaus verantwortete er das Großhandelsgeschäft des Unternehmens mit allen angeschlossenen Hardware- und Verbrauchsmaterialdistributoren. Zuletzt konnte er mit OKI im abgelaufenen Geschäftsjahr ein beachtliches Stückzahlenwachstum aufweisen.

Wertgarantie startet Postergutschein-Aktion

Garantie-Dienstleister Wertgarantie begleitet den Verkauf des CamBook Schutzbriefes ab sofort mit einer Gutschein-Aktion. Fachhandelskunden, die sich jetzt im Fotofachhandel für den CamBook Schutzbrief entscheiden, erhalten von Wertgarantie einen Gutschein für eine Posterentwicklung (30 x 40 cm), der im Fotogeschäft direkt eingelöst werden kann. Für den Fotohändler lohnt sich damit der Verkauf des Schutzbriefes gleich mehrfach: Neben der Gewinnung eines Stammkunden und der damit verbundenen Abschlussprovision fließt Ertrag aus dem Postergutschein in die Kasse – und gegebenenfalls gleich weiterer durch den Verkauf von Zubehör wie einem passenden Bilderrahmen. Fotohändler, die gemeinsam mit ihren Kunden an der Aktion teilnehmen möchten, können sich mit dem Betreff „Wertgarantie Postergutschein“ unter Angabe ihrer Kontaktdaten anmelden unter gutscheinaktion@wertgarantie.de. Die Aktion läuft bis 31. Dezember bzw. solange der Gutscheinvorrat reicht.

Fujifilm integriert viele neue Funktionen

Vier Finepix Kameras

Fujifilm hat sein Kameraportfolio um vier kompakte Digitalkameramodelle mit 12 bzw. 14 Megapixeln erweitert. Neu im Programm sind die Finepix F300EXR und die Finepix Z800EXR, die Finepix S2800HD sowie die Finepix JX280. Im Mittelpunkt der Neuheiten stehen die beiden EXR-Modelle, die mit Fujifilms variablem Super CCD EXR ausgestattet sind. Alle Neuheiten warten mit einer Reihe innovativer Ausstattungsmerkmale auf, die zur automatischen Bildverbesserung und/oder zur verbesserten Handhabung der Kamera dienen.

So wurde beispielsweise für die beiden EXR-Modelle ein neues Hybrid-Autofokus-System entwickelt. Dieses nutzt entweder einen Phasen-Autofokus, der sich durch seine extreme Schnelligkeit auszeichnet, oder einen Kontrast-Autofokus. Die Kamera kann je nach Aufnahmesituation intelligent entscheiden, ob der Phasen- oder der Kontrast-Autofokus verwendet wird. Der Phasen-Autofokus ist besonders geeignet bei guten Lichtverhältnissen, während der Kontrast-Autofokus bei wenig Licht verwendet wird.

Super CCD EXR

Beide Modelle sind darüber hinaus mit dem variablen 12 Megapixel Super CCD EXR ausgestattet. Dieser Sensor ist international bereits vielfach ausgezeichnet worden. Er vereint alle Vorteile der vorherigen Super CCD Generationen in einem einzigen Sensor: hohe Auflösung, hohe Lichtempfindlichkeit, erweiterter Dynamikumfang. Herausragende Eigenschaften des Super CCD EXR sind jedoch seine Flexibilität und Variabilität. Je nach Aufnahmesituation und Motiv kann

der Fotograf die Priorität des Super CCD EXR individuell einstellen. Alternativ dazu kann der Fotograf aber im „EXR AUTO“-Modus auf die Kamera vertrauen: Hier legen die Finepix F300EXR und Z800EXR mit ihrer automatischen Motiverkennung abhängig von der jeweiligen Aufnahmesituation die EXR Priorität fest.

Touchscreen-Bedienung

Zur Verbesserung der Handhabung wurde die Finepix Z800EXR mit einem Touchscreen ausgestattet, über den sich die einzelnen Menüpunkte intuitiv ansteuern und alle Funktionen aktivieren lassen. Die Kamera wechselt mittels „Dual Direction GUI“ automatisch zwischen Quer- und Hochformat,



Die Finepix Z800EXR lässt sich komfortabel über einen Touchscreen bedienen.



Die Finepix F300EXR ist das Topprodukt unter den aktuellen Neuheiten.

sobald die Kamera horizontal oder vertikal gehalten wird. Mit der Doppelbildanzeige „Dual Image Display“ lassen sich sogar zwei Bilder nebeneinander auf dem Display anschauen und optimal miteinander vergleichen.

Einfacher Web-Upload

Mit der Finepix Z800EXR ist es zudem besonders einfach, Fotos und Videos ins Internet zu stellen. Die Aufnahmen müssen für die Übertragung an YouTube oder Facebook einfach in der Kamera markiert werden. Sobald die Z800EXR über die Software „MyFinepix Studio“ (im Lieferumfang) mit einem

Computer verbunden ist, werden die markierten Daten automatisch auf diese Webseiten hochgeladen.

Fotobuch-Assistent

Der neue Fotobuch-Assistent macht es ganz leicht, Bilder für das Erstellen eines Fotobuches auszuwählen. Gekennzeichnete Bilder werden in einem Ordner auf der Kamera gespeichert. Dies spart Zeit am Fotokiosk oder am Computer zu Hause, wenn die schönsten Bilder heruntergeladen und für ein Fotobuch zusammengestellt werden sollen.

Motion Panorama 360°

Ganz einfach geht mit der Funktion Motion Panorama 360° das Erstellen beeindruckender 360°-Panoramafotos. Dazu muss lediglich der „Panorama Modus“ gewählt, der Auslöser gedrückt und die Kamera nach links



Die neue Finepix S2800HD ist mit einem 18fach-Zoom (28–504 mm entsprechend Kleinbild) ausgestattet.

oder rechts geschwenkt werden. Der Prozessor kombiniert die Bilder zu einer übergangslosen Panoramaaufnahme direkt in der Kamera.

Fotofunktionen

Schließlich sind die neuen Finepix Kameras mit einer Reihe innovativer Fotofunktionen ausgestattet. So kön-

nen beispielsweise mit der Gesichtswiedererkennung Personen namentlich identifiziert werden. Es besteht die Möglichkeit, bis zu acht Personen zu speichern. Dazu muss lediglich von den einzelnen Personen je ein Foto erstellt werden. Diese Fotos werden dann jeweils mit einem Namen versehen. Beim nächsten Versuch, eine dieser Personen zu fotografieren, erkennt die Kamera das gespeicherte Gesicht und optimiert die Einstellungen. Um das Fotografieren auch der vierbeinigen Lieblinge noch einfacher zu machen, hat Fujifilm die Haustiererkennung entwickelt. Diese Technologie erkennt automatisch die Gesichter von Hunden oder Katzen und optimiert auch hier die Kameraeinstellungen. Mit Hilfe der automatischen Auslösung werden die Fotos genau in dem Moment aufgenommen, in dem das Tier direkt in die Kamera blickt.

Modell	Finepix F300EXR	Finepix Z800EXR	Finepix S2800HD	Finepix JX280
				
Megapixel	12,0		14,0	
Display	3"/7,6 cm	3,5"/8,9 cm	3"/7,6 cm	2,7"/6,9 cm
Brennweite	24–360 mm	35–175 mm	28–504 mm	28–140 mm
Wichtige Ausstattungsmerkmale	High Contrast LCD, EXR Prioritäten und EXR Auto, Hybrid-Autofokus, HD-Video, HDMI-Anschluss, intelligente Bildstabilisierung, Gesichtserkennung/Gesichtswiedererkennung, Haustiererkennung, Motion Panorama 360°, Fotobuch-Assistent	Touchscreen LCD, Hybrid-Autofokus, HD-Video, intelligente Bildstabilisierung, Gesichtserkennung/Gesichtswiedererkennung, Haustiererkennung, Motion Panorama 360°, Fotobuch-Assistent, einfacher Web-Upload	HD-Videos, doppelte Bildstabilisierung, HDMI-Anschluss, hohe ISO-Empfindlichkeit bis 6.400, elektronischer Sucher, Gesichtserkennung mit Rote-Augen-Korrektur, Smile & Shoot Modus, Blinzelerkennung, Motion Panorama Modus	automatische Motiverkennung SR Auto, HD-Video, Motion Panorama, Fotobuch-Assistent, Gesichtserkennung mit Rote-Augen-Korrektur, ISO-Empfindlichkeit bis 3.200, Motivschärfe-Modus
Farben	Schwarz	Schwarz, Gold, Rot, Pink	Schwarz	Schwarz, Silber, Rot, Pink, Gold, Blau
UVP lieferbar ab	329 Euro September	199 Euro September	229 Euro August	129 Euro September

General Imaging erweitert das Portfolio Neues für Einsteiger

General Imaging hat das Portfolio der GE Digitalkameras um drei Modelle im unteren Preissegment ausgebaut. Mit den Neuheiten bleibt das Unternehmen dem eigenen Anspruch treu, bereits im Einstiegssegment Gerät mit umfangreicher Ausstattung zu präsentieren. So gibt es beispielsweise mit der GE A1255 bereits für 109 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) ein Modell mit automatischer Panoramafunktion.



Kameras in leuchtendem Rot gehören zum Standardprogramm von General Imaging. Auch die drei Neuheiten gibt es mit dieser Gehäusefarbe.

Pan-Capture Panorama heißt diese Funktion bei General Imaging, mit der per Kameraschwenk weitläufige Panoramaaufnahmen erstellt werden können. Mit dieser Funktion ist auch das zweite neue Modell der A-Serie, die A1455, ausgestattet. Beide Kameras unterscheiden sich durch ihren Aufnahmesensor: Während

die A1255 Bilder mit 12 Megapixeln festhält, bietet die A1455 14 Megapixel. Die übrige Ausstattung beider Modelle ist dagegen identisch. So findet der Nutzer beispielsweise ein Fünffach-Zoom (35–175 mm entsprechend Kleinbild) und ein 2,7"/6,8 cm LC-Farbdisplay, High Dynamic Range, ISO-Empfindlichkeit 80–1600, die

automatische Szenenerkennung und einen manuellen Modus. Beide Neuheiten ermöglichen darüber hinaus Videoaufzeichnung mit Ton. Die A1255 und die A1455 kommen in den Farben Schwarz, Silber, Rot und Pink auf den Markt.

Ebenfalls neu bei General Imaging ist die GE J1455. Sie ist verpackt in einem eleganten Slimline-Gehäuse und bietet unter anderem 14 Megapixel, ein Fünffach-Zoom (35–175 mm entsprechend Kleinbild), ein 3"/7,6 cm Farbdisplay, Auto Panorama (horizontal und vertikal), High Dynamic Range und einen Li-Ionen Akku. Die GE J1455 ist in den Farben Schwarz, Silber und Rot zu haben.

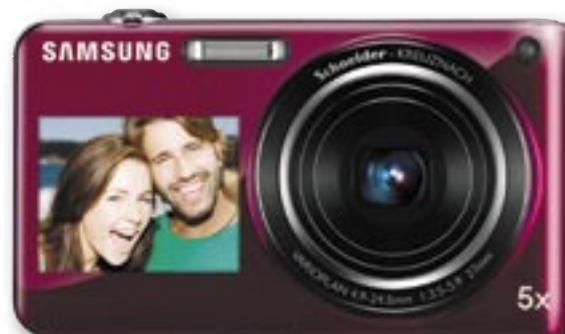
Allen drei neuen Kameras gemein sind zudem verschiedene Funktionen zur Bildverbesserung. Dazu gehören beispielsweise die Motiverkennung ebenso wie die Lächel- und Blinzel-erkennung, die Rote-Augen-Korrektur, die Gesichtserkennung und die automatische Bildstabilisierung.

Modell	GE A1255	GE A1455	GE J1455
			
Megapixel	12,2	14,1	
Display	2,7"/6,8 cm		3"/7,6 cm
Brennweite	35–175 mm		
Wichtige Ausstattungsmerkmale	Auto Panorama (horizontal und vertikal), High Dynamic Range, ISO 80–1600, automatische Szenenerkennung, manueller Modus, Videoaufzeichnung mit Ton		elegantes Slimline-Gehäuse, Auto Panorama (horizontal und vertikal), High Dynamic Range, Li-Ionen Akku
Farben	Schwarz, Silber, Rot und Pink	Schwarz, Silber, Rot und Pink	Schwarz, Silber, Rot
UVP lieferbar ab	109 Euro sofort	129 Euro sofort	149 Euro sofort

ST-Modelle mit größerem Frontdisplay

Neues von Samsung

Samsung hat mit der PL200, der ST100 und der ST600 drei neue Kompaktkameras vorgestellt. Die Samsung PL200 ist mit einem Siebenfach-Zoomobjektiv ausgestattet und nimmt Videos in HD-Qualität auf. Die beiden neuen ST-Modelle bieten, wie bereits die Vorgängermodelle dieser Serie, einen zusätzlichen Bildschirm auf der Kameravorderseite.



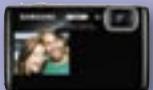
Die Samsung PL200 ist eine 14-Megapixel-Kamera mit einem hochwertigen Metallgehäuse. Ihr Siebenfach-Zoom (31–217 mm entsprechend Kleinbild) reicht für die gängigsten fotografischen Alltagssituationen aus. Die Zoomfunktion kann auch im Videomodus genutzt werden. Die Neuheit

ist mit einem 3"/7,62 cm Display mit 230.000 Bildpunkten ausgestattet. Videoaufnahmen werden in HD-Qualität aufgenommen. Die PL200 bietet einen Steckplatz für SD-/SDHC-Karten. Die Kamera ist ab August zum Preis von 249 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) verfügbar.

Der zusätzliche Monitor auf der Kameravorderseite ist das Kennzeichen der Samsung ST-Kameras. Bei der ST100 und der ST600 hat er eine Diagonale von 4,5 cm.

Herausragendes Merkmal der neuen Samsung ST100 ist der 4,5 cm Bildschirm auf der Kameravorderseite, der das Aufnehmen von Selbstporträts erleichtert. Darüber hinaus bietet die Kamera einen 8,9 cm Touchscreen-Monitor auf der Rückseite, ein Fünffach-Zoomobjektiv (35–175 mm entsprechend Kleinbild) von Schneider-Kreuznach und einen 14,2 Megapixel-CCD. Auch mit diesem Modell können Videos in HD-Qualität aufgenommen werden. Die Kamera kommt im September auf den Markt. UVP: 399 Euro.

Die Nummer drei des Neuheitentrios, die Samsung ST600, zeigt sich ebenfalls mit zwei Monitoren: einem 4,5 cm messenden Frontbildschirm und einem 8,9 cm Rückseiten-Touchscreen. Auch sie ist mit einem 14,2 Megapixel-CCD und einem Fünffach-Zoom von Schneider-Kreuznach ausgestattet. Hier beträgt der Brennweitenbereich allerdings 27–135 mm (entsprechend Kleinbild). Die ST600 kann Videofilme ebenfalls in HD-Qualität aufnehmen. Die Markteinführung ist für August geplant. UVP: 379 Euro.

Modell	Samsung PL200	Samsung ST100	Samsung ST600
			
Megapixel	14,0	14,2	
Display	3"/7,6 cm	3,5"/8,9 cm	
Brennweite	31–217 mm	35–175 mm	27–135 mm
Wichtige Ausstattungsmerkmale	Metallgehäuse, duale Bildstabilisierung, umfangreiche Automatikfunktionen, HD-Video mit 30 Bildern pro Sekunde, Zoom kann auch im Videomodus benutzt werden	Objektiv von Schneider-Kreuznach, zusätzlicher 4,5 cm Monitor auf der Vorderseite, Touchscreen-Display auf der Rückseite, duale Bildstabilisation, HD-Video mit Ton, HDMI-Anschluss	Objektiv von Schneider-Kreuznach, zusätzlicher 4,5 cm Monitor auf der Vorderseite, Touchscreen-Display auf der Rückseite, duale Bildstabilisation, HD-Video mit Ton, HDMI-Anschluss, neuer „Paar-Modus“
UVP lieferbar ab	249 Euro August	399 Euro September	379 Euro August

Rollei bittet Messebesucher zur Zeitreise Neues und Altes

Die Marke Rollei feiert in diesem Jahr ihr 90jähriges Bestehen. Rollei nimmt dieses Jubiläum zum Anlass, um mit den Besuchern auf der IFA und der photokina auf eine „Zeitreise“ zu gehen. Darüber hinaus präsentiert das Unternehmen auf den Messen auch neue Kameras der Compactline und neue Diafilm- und Fotoscanner. Erstmals wird in Berlin und Köln darüber hinaus mit der Rollei Kids100 eine Kamera zu sehen sein, die sich speziell an Fotografen ab einem Alter von vier Jahren wendet.



Rollei-Fotograf Bruno Bernard, hier zusammen mit Marilyn Monroe, hat sich in den 1940er und 50er Jahren in Hollywood einen Ruf als Glamour-Fotograf erworben. Auf Rolleis Messeständen ist eine Auswahl seiner Fotografien zu sehen.

Rollei Kids100 soll die ganz junge Zielgruppe ansprechen

Mit der neuen Kids100 will Rollei eine ganz junge Zielgruppe erreichen, diejenigen Hobbyfotografen, die gerade damit anfangen, das Medium Fotografie für sich zu entdecken. Die Kamera ist mit einem besonders robusten Gehäuse ausgestattet und übersteht damit kleine Stürze, ohne Blessuren davonzutragen. Große Bedienelemente und ein einfaches Menü sorgen dafür, dass selbst die jüngsten Einsteiger keine Probleme mit der Bedienung haben. Ausgestattet ist die Kids100 mit einem Xenon Blitz und einem 64 MB großen internen Speicher, auf dem bis zu 500 Aufnahmen gespeichert werden können. Angezeigt werden die Aufnahmen auf einem 1,5"-LC-Display. Die aufgenommenen Fotos können anschließend mit verschiedenen Effekten nachträglich verändert werden. Zudem sind je ein Gedächtnis- und Geschicklichkeitsspiel inklusive. Die Kinderkamera in knalligem Orange ist ab September erhältlich. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 59,95 Euro.



Für die „Zeitreise“ hat das Rollei-Team alte Schätze und Raritäten aus dem Archiv geholt und zu einer Ausstellung zusammengestellt. Auf den Messeständen zu sehen gibt es unter anderem analoge Rollei Kameras, Camcorder und Fotozubehör aus den vergangenen 90 Jahren.

Teil der Ausstellung sind außerdem Fotografien von Bruno Bernard, die den Zeitgeist der 40er und 50er Jahre widerspiegeln. Als „Bernard of Hollywood“ machte er sich weltweit einen Namen als Glamour-Fotograf. Er gilt als Entdecker von Marilyn Monroe. Rollei zeigt am Messestand eine Auswahl von Bernards Aufnahmen der Hollywood-Diva, die mit seiner Rolleiflex entstanden sind.

Als aktuelle Neuheiten hat Rollei zu den Messen vier Modelle der Compactline Serie angekündigt. Es handelt sich dabei um die 390 SE, 370/360TS und die 312. Die beiden Modelle Compactline 370/360TS, die jeweils mit Aluminiumgehäuse, einem 3,0"-Touchscreen-Display und 28 Motivprogrammen inklusive HDR-Programm ausgestattet sind, kommen im Rahmen des 90-Jahre-Jubiläums ab Ende September in einer „Marylin Monroe Kussmund Verpackung“ auf den Markt.

Die Compactline 390 SE fällt vor allem durch ihre 26-mm-Weitwinkelbrennweite und den optischen Bildstabilisator auf. Diese Kamera lässt sich außerdem über den USB-Anschluss aufladen. Auch das neue Einstiegsmodell Compactline 312 ist mit 28 Motivprogrammen ausgestattet. Eine Besonderheit dieses Modells sind außerdem die eingebauten Lautsprecher.

Neue Diafilm- und Fotoscanner von Rollei

Rollei hat auch neue Diafilm- und Fotoscanner angekündigt. Diese werden im Rahmen des 90-jährigen Bestehens der Marke Rollei als Special Editions mit erweitertem Zubehör erhältlich sein. Zu den Neuheiten gehört der DF-S 190



SE mit seinem Neun-Megapixel-Sensor und einer Scanauflösung von 3.600 dpi. Das Gerät ist mit einem 2,4 Zoll großen Farbdisplay ausgestattet und scannt Farbnegative sowie lose und gerahmte Dias – mit einer speziellen Scanschiene bis zu 20 Stück in nur einer Minute. Der DF-S 190 SE kann als Stand Alone Gerät eingesetzt werden; zum Speichern genügt ein USB-Stick oder eine SD/MMC-Karte. Die digitalisierten Bilder können aber auch auf einen Computer übertragen oder via TV-

Ausgang am Fernseher betrachtet werden. Der neue DF-S 120 SE bietet einen Fünf-Megapixel-Sensor und ein aufklappbares 2,4 Zoll Farbdisplay.

Dias und Negative lassen sich mit wahlweise 1.800 oder 3.600 dpi direkt sichten. Teil der Special Edition des DF-S 120 SE ist auch die Bildbearbeitungs-Software Arcsoft Photoimpression 6 zur nachträglichen Bildbearbeitung. Der PDF-S 200 SE, die dritte Neuheit, ist mit Scanschienen für Fotos von 9 x 13 cm bis 13 x 18 cm und einem Fünf-Megapixel-Sensor ausgestattet. Die Scanauflösung beträgt 3.600 dpi. Auch bei diesem Gerät ist Arcsoft Photoimpression 6 im Lieferumfang enthalten.

Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen liegen bei 149,95 Euro (DF-S 190 SE), 99,95 Euro (DF-S 120 SE) und 149,95 Euro (PDF-S 200 SE).

Modell	Compactline 390 SE	Compactline 370TS	Compactline 360TS	Compactline 312
Megapixel	14,0		12,0	
Display	2,7"/6,85 cm	3"/7,6 cm		2,7"/6,85 cm
Brennweite	26–130 mm	28–112 mm		35–105 mm
Wichtige Ausstattungsmerkmale	26 mm Weitwinkel, HD-Video mit 30 Bildern pro Sekunde, einfaches Aufladen via USB, 2-in-1 AV-Ausgang, Panoramafunktion, optischer Bildstabilisator	Aluminiumgehäuse, Touchscreen, 720p HD-Video-Auflösung, mit 30 Bildern pro Sekunde, 28 Motiv-Programme inkl. HDR-Programm, Datum- und Uhrzeit-Anzeige, USB 2.0, TV-Ausgang	Aluminiumgehäuse, Touchscreen, 720p HD-Video-Auflösung, mit 30 Bildern pro Sekunde, 28 Motiv-Programme inkl. HDR-Programm, Datum- und Uhrzeit-Anzeige, USB 2.0, TV-Ausgang	28 Motiv-Programme inkl. Night-Shot-Mode und Sport, Datum- und Uhrzeit-Anzeige, eingebauter Lautsprecher, Burst-Funktion, digitaler Bildstabilisator, Motion-JPEG (AVI)
Farben	Schwarz, Silber	Schwarz, Silber	Aubergine, Pink, Titan, Silber	Schwarz, Silber, Pink
UVP lieferbar ab	149,95 Euro Oktober	129,95 Euro September	99,95 Euro September	79,95 Euro September

Neue Sony Cyber-shots für den Herbst Panorama auch in 3D

Mit der Cyber-shot WX5 und den beiden Modellen T99/TX9 aus der Cyber-shot T-Serie hat Sony für den Herbst weitere Kompaktkameras angekündigt. Die Neuheiten fallen nicht nur durch ihre modernen metallisch-glänzenden Farben auf, sondern auch durch eine Reihe innovativer Ausstattungsdetails. Dazu gehören sowohl die Schwenkpanorama- als auch die 3D-Panoramafunktion.

Mit dem 3D-Schwenkpanorama-Modus (3D Sweep Panorama) lassen sich faszinierende dreidimensionale Aufnahmen erstellen. Wie zuvor beim 2D-Schwenkpanorama muss der Anwender die Kamera dazu nach dem Auslösen lediglich horizontal oder vertikal schwenken. Während dieser Zeit nehmen die WX5 und die TX9 bis zu 100 einzelne Fotos auf, aus denen die zwei für ein 3D-Bild benötigten Ansichten zusammengestellt werden. Parallel wird auch ein klassisches Schwenkpanorama in 2D gespeichert.

Ohne Umwege lassen sich die 3D-Bilder anschließend via HDMI direkt auf einem 3D-fähigen Sony Bravia TV-Gerät präsentieren. Alternativ dazu können die Bilder auch über eine Speicherkarte oder eine zwischengeschaltete PlayStation 3 und den 3D Photo Viewer an jedem anderen 3D-fähigen Fernseher angeschaut werden.



Gehäusefarben in glänzendem Metallic lassen die neuen Kameras, hier die neue Sony Cyber-shot WX5, auf jeder Party zum Hingucker werden.

Eine 3D-ähnliche Aufnahme erlaubt auch die ganz neue Funktion Sweep Multi Angle, die ebenfalls in den Cyber-shot Modellen WX5 und TX9 zur Verfügung steht. Bewegt sich der Fotograf in diesem Modus um ein

in den der Anwender die Kamera während des Betrachtens rückt. Dieser Effekt lässt sich auch beim Betrachten der Bilder auf dem Display der Kameras erzielen, sofern der Nutzer die Kamera entsprechend bewegt.



Cyber-shot WX5

Motiv herum, halten die Kameras die verschiedenen Blickwinkel in 15 Einzelbildern fest. Dabei registriert der Sensor die Bewegungen des Fotografen. Werden die Aufnahmen später auf einem 3D-fähigen Bravia TV-Gerät betrachtet, wird das Motiv jeweils aus dem Blickwinkel gezeigt,

Neue Kreativfunktionen

Zwei weitere neue Kreativfunktionen erzeugen bei der Arbeit mit der WX5 und der TX9 Bilderergebnisse, die bislang eher von SLR-Fotografen erzielt wurden. Im Superior Auto Modus wird das Farbrauschen deutlich reduziert. Um dies zu realisieren, hält die Kamera beim Drücken des Auslösers – je nach Motiv-Modus – bis zu sechs unterschiedliche Einzelbilder des Motivs fest. Danach entnimmt die Elektronik aus jeder Aufnahme das beste Detail und kombiniert die gesammelten Bildinformationen zu

einem Foto mit geringem Rauschen und brillanten Kontrasten. Die Background Defocus Funktion hingegen erstellt Portrait-Aufnahmen mit unscharfem Hintergrund. Auch hierbei hilft die Highspeed-Aufnahme-Technik: Die WX5 und die TX9 schießen zwei Bilder, ermitteln daraus den Vordergrund und stellen anschließend den Hintergrund unscharf. So gelingen professionelle Porträts.

„Pflicht“-Ausstattung

Darüber hinaus überzeugen die Sony Neuheiten auch mit ihrer fotografischen „Pflicht“-Ausstattung: Die WX5 bietet einen leistungsstarken Exmor R CMOS Bildsensor mit 12,2 Megapixeln, die TX9 ist mit einem Exmor R Sensor mit ebenfalls 12,2 Megapixeln ausgestattet, und der HAD CCD-Sensor der T99 hat sogar 14,1 Megapixel. Bei allen drei Neuheiten beugt ein optischer Bildstabilisator (Steady Shot) Verwacklungen vor. Videos kön-



Mit ihrer neuartigen Schwenkpanorama-Funktion können die Cyber-shot Kameras jetzt auch dreidimensionale Panoramabilder aufnehmen.

nen mit der WX5 und der TX9 in Full-HD mit 1080i (TX9: AVCHD) und Stereoton aufgenommen werden, die Cyber-shot T99 filmt HD-Videos in 720p. Die WX5 ist mit einem Sony G-Objektiv 24–120 mm (entsprechend Kleinbild) ausgestattet, den beiden T-Modellen gönnte Sony ein Carl-Zeiss-Tessar (25–100 mm). Zur Betrachtung der Fotos und Filme sowie zur Wahl des Bildausschnitts bei der Aufnahme steht bei der TX9 ein 3,5"/8,8 cm Xtra Fine Display mit 921.600 Pixeln zur Verfügung. Das Display der T99 ist mit 3,0"/7,5 cm nur

unwesentlich kleiner. Die WX5 bietet ein 2,8"/7,0 cm Clear Photo LCD Plus Display mit 460.800 Pixeln. Auffälligstes Design-Merkmal ist bei den T-Modellen der für diese Serie typische vertikale Schiebeverschluss. Dieser dient als Ein- und Ausschalter und schützt die Kameraoptik vor Kratzern. Die TX9 ist in den Farben Anthrazit, Gold und Pink erhältlich, die T99 gibt es mit den Gehäusefarben Schwarz, Silber, Pink, Grün und Violett. Die Cyber-shot DSC-WX5 wird in schillerndem Schwarz, Silber, Braun, Gold und Violett angeboten.

Cyber-shot DSC WX5

Pluspunkte

Panoramaaufnahmen mit nur einem Schwenk, Weitwinkelobjektiv, High-Speed-Serienbilder

Ausstattung

Auflösung: 12,2 Megapixel
Objektiv: 2,4–5,9/24–20 mm, optischer Bildstabilisator, 2,8"/7,0 cm Display, Sweep Panorama, 3D-Panorama, Full-HD-Video



UVP: 329 Euro
Lieferbar ab September

Cyber-shot DSC TX9

Pluspunkte

Extrem flache Lifestyle-Kamera in moderner Farbgestaltung mit innovativer Panoramafunktion

Ausstattung

Auflösung: 12,2 Megapixel
Objektiv: 3,5–4,6/25–100 mm, optischer Bildstabilisator, 3,5"/8,8 cm Display, Sweep Panorama, 3D-Panorama, Full-HD-Video



UVP: 399 Euro
Lieferbar ab September

Cyber-shot DSC T99

Pluspunkte

Extrem flache Lifestyle-Kamera in moderner Farbgestaltung und aus edlen Materialien gefertigt

Ausstattung

Auflösung: 14,1 Megapixel
Objektiv: 3,5–4,6/25–100 mm, optischer Bildstabilisator, 3,0"/7,5 cm Display, Sweep Panorama, HD-Video



UVP: 299 Euro
Lieferbar ab September

Novoflex vertreibt Green Clean

Sicher und sauber



Die Green Clean Serie umfasst Produkte für nahezu alles, was schonend gereinigt werden soll – ob trocken oder nass.

Der Zubehörspezialist Novoflex erweitert sein Sortiment um eine neue Reinigungsserie, mit der elektronische Geräte sicher und umweltschonend gereinigt werden können. Das Green Clean Sortiment umfasst pfiffige Lösungen zur Säuberung von LCD-, TFT- und Plasma-Displays, Sensoren von System-Kameras, digitalen Rückteilen, Objektiven und vielem mehr.

Der „mini-Staubsauger“ Green Clean Mini Vacuum saugt lose Schmutzpartikel kontaktlos ab. Das Gerät arbeitet mit Unterdruck, der durch ein speziell konstruiertes Ventil erzeugt wird. Die Saugkraft ist durch einen gefederten Druckknopf leicht zu regulieren. Staub und Schmutz werden mit einem trompetenartig geformten Kunststoffschlauch aufgesaugt und in einem transparenten, waschbaren Behälter aufgefangen. Der flexible Kunststoffschlauch aus nicht leitendem Material hinterlässt nach Herstellerangaben keinen Abrieb und ist steril verpackt.

Für fest haftende Ver-

schmutzungen oder schmierige Verunreinigungen am Sensor empfiehlt Novoflex nach dem Absaugen die Verwendung von Wet foam swab und Dry sweeper. Wet foam swab ist ein feuchter Reinigungs-Stick, der ohne Alkohol und aggressive Lösungsmittel auch hartnäckigen Schmutz löst. Dieser lässt sich anschließend mit dem Dry sweeper streifenfrei abheben. Dry sweeper ist fussel-frei, saugstark hat eine überstehende Stoffkante zur exakten Reinigung des Sensors und wird in Breiten von 15 mm für APS-Sensoren und 24 mm für Vollformat-Sensoren angeboten.



Auch für die Reinigung aller Arten von Flachbildschirmen findet sich bei Green Clean das geeignete Produkt.



Eine nützliche Hilfe bei der Sensorreinigung ist die Clip & Flip Arbeitslupe, die sich an den Schirmen vieler Baseballkappen befestigen lässt und auch für Brillenträger geeignet ist. Sie kann nicht nur bei der Sensorreinigung, sondern auch bei anderen Präzisionsarbeiten, wie beispielsweise Modellbau, gute Dienste leisten. Speziell für selbst reinigende Sensoreinheiten (Shake-Sensoren) hat Green Clean den Sensorreiner After Shake im Sortiment. Er wird als Set angeboten, das jeweils fünf Wet foam swab und Dry sweeper sowie eine Arbeitslupe Clip & Flip und ein LCD-Reinigungstuch enthält. Für die Reinigung professioneller Digital-Rückteile eignen sich das Anti

Static Set und Digi Back Cleaner & Silky Wipe. Das Anti Static Set entfernt kontaktlos Staub und verhindert gleichzeitig eine statische Aufladung. Bei schmierigen und klebenden Verunreinigungen wird der Digi Back Cleaner mit einem Dosierspender aufgetragen und anschließend der gelöste Schmutz mit dem Silky Wipe Tuch entfernt.

Zur Reinigung von Displays von Kameras, Handys, Camcordern, Navigationsgeräten, digitalen Bilderrahmen etc. sowie für Objektive, Teleskope, Ferngläsern usw. bietet Novoflex das Duo Silky Liquid und Silky Wipe an. Silky Liquid wird aus einer handlichen Sprühflasche direkt auf die zu reinigende Fläche gesprüht, die anschließend mit dem Silky Wipe abgewischt

werden kann. Die Reinigungslösung wirkt zudem strukturglättend, minimiert leichte Kratzer und schützt die behandelten Oberflächen gegen Fingerabdrücke und rasche Wiederverschmutzung.

Der LCD/TFT/Plasma Cleaner soll in Verbindung mit Silky Wipes für die streifenfreie Reinigung aller Typen von Flachbildschirmen sorgen. Die handliche Sprühflasche ermöglicht eine bequeme Anwendung bei sparsamem Verbrauch.

Screen Cleaner ist in unterschiedlichen Größen wahlweise in Sprüh- und Vorratsflaschen sowie als vorge-tränktes Tuch erhältlich, für alle Bildschirme bzw. Displays geeignet und entfernt auch Verschmutzungen an Kunststoffgehäusen. Die Reini-

gungsflüssigkeit ist lösungsmittelfrei und antistatisch.

Für die schonende Beseitigung von Schlieren und Fingerabdrücken auf Objektiven wurde Lens Cleaner entwickelt. Die Nass-Trocken-Reinigung besteht aus je einem feuchten und einem trockenen Spezialvlies, die in einem Doppelbeutel untergebracht sind. Vor der Reinigung der Linsen sollte loser Staub mit Druckluft entfernt werden. Entsprechende Dosen gibt es in unterschiedlichen Größen von 150 ml bis 400 ml. Reichhaltiges Zubehör mit unterschiedlichen Schlauchlängen, Winkeldüsen etc. macht es möglich, dass die Druckluft auch schwer zugängliche Stellen erreicht.

Die Green Clean Reinigungsserie ist ab sofort erhältlich.

Novoflex bringt Adapter für Sony NEX-Kameras auf den Markt

Nachdem Novoflex in den vergangenen Monaten bereits erfolgreich Micro Four Thirds- und NX-Adapter vorgestellt hatte, bringt das Memminger Unternehmen jetzt auch Adapter für die neuen Sony NEX-Kameramodelle auf den Markt. Sie sollen den Ein- und Umstieg in/auf das neue Kamerasystem erleichtern. Mit den NEX-Adaptoren lassen sich vorhandene Objektive auch weiterhin ohne Einschränkungen verwenden. So lässt sich die neue Kamera ohne Anschaffung von neuen Objektiven problemlos in das vorhandene System integrieren. Außerdem lassen sich mit den Novoflex NEX-Adaptoren Objektive für Digitalkameras aktivieren, die bisher nicht verwendet werden konnten, wie zum Beispiel Canon FD, Contax/Yashica, Minolta MD und MC, Minolta AF/Sony Alpha, M42, Nikon, Olympus OM, Pentax K sowie T2. Die Adapter werden nach höchstem Qualitätsstandard gefertigt und tragen das Prädikat „Made in Germany“. Sie bieten einen hochpräzisen Ausgleich der Auflage-maßdifferenz und ermöglichen eine Fokussierung auf



unendlich. Zudem sind die Versionen für Nikon, Minolta AF/Sony Alpha und Pentax K mit einer integrierten Blendensteuerung ausgestattet, die es ermöglicht, auch Objektive ohne eigenen Blendenring manuell abzublenden.

Die Novoflex NEX-Adapter gibt es derzeit für folgende Objektivanschlüsse: Canon FD, Contax/Yashica, Leica-M, Leica-R, MinoltaAF/Sony Alpha, Minolta MD, M42, Nikon, Olympus OM, Pentax K und T2. Sie sind ab Ende August erhältlich und kosten je nach Modell zwischen 89 Euro und 169 (jeweils unverbindliche Verkaufspreisempfehlung).

Neben den NEX-Adaptoren für Sony hat Novoflex auch Adapter für fast jede Objektiv-/Kamera-Kombination in seinem Produktportfolio. Informationen hierzu finden sich auf der

Website www.novoflex.de.

Außerdem bietet Novoflex künftig für alle MFT- (Micro Four Thirds), NEX- und NX-Adapter auch Stativschellen an, da die Stativgewinde der kompakten spiegellosen Systemkameras nicht für schwere und langbrennweitige Objektive ausgelegt sind.

Sihl setzt auf „Home + Office Media“

Fachhandel im Fokus

Sihl baut den kleinformatischen Geschäftsbereich stärker aus und strebt in der Zukunft eine nachhaltige Partnerschaft mit dem Fachhandel an. Unter der Bezeichnung „Home + Office Media“ entsteht ein Komplett-Sortiment von Inkjet-, Kopier- und Laser-Medien, mit dem das Unternehmen auch weiterhin gegen den Trend wachsen will.



Business Development Manager Dieter Meyer (links) und Product Manager Stefan Craenmehr stellen die Highlights aus dem Sihl Produktportfolio vor.

„Wir wollen in den nächsten Jahren zweistellig zulegen“, formuliert Dieter Meyer, Business Development Manager bei Sihl, die Zielvorgabe des Unternehmens. Um diese Vorgabe zu erreichen, investiert der Dürener Folien- und Papierveredler in neue, innovative Technologien. Das gesamte Marktvolumen für hochwertige Inkjet Photopapiere für Home + Office-Anwendungen beziffert Dieter Meyer auf 184 Mio. qm. Außerdem spielt bei der Umsetzung die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel eine entscheidende Rolle: „Um neue Partner zu gewinnen, stellen wir zur photokina neue Produkte vor und erweitern unsere Vertriebsstruktur“, kündigt Dieter Meyer an. Als wesentlichen Wettbewerbsvorteil von Sihl nennt er das vielfältige und umfangreiche Sortiment, mit dem die unterschiedlichsten Anwendungen abgedeckt werden können. So beinhaltet Sihl Home + Office momentan über 70 Produkte, die in fünf Kategorien eingeteilt sind: Foto- und Dokumen-

tenpapiere sowie Präsentations-, Kreativ- und Identifikationsmedien. Angebote gibt es in allen Produktbereichen sowohl für den Inkjet-Druck als auch für das Laser- und Kopierverfahren.

Selbst bedruckbare Folien

Zur photokina stellt Sihl die Laptop Design-Folie 125 glossy 4378 vor, mit der aus jedem Laptop ein unverwechselbarer Hingucker wird. „Hiermit liegen wir voll im Trend hin zu kreativen und personalisierten Foto-Anwendungen“, ergänzt Dieter Meyer.

Die opakweiße und selbstklebende Folie im Letter-Format (216 x 279 mm) lässt sich auf handelsüblichen Tintenstrahldruckern mit individuellen Fotos und anderen Motiven bedrucken, danach auf den Laptop-Deckel oder andere glatte Oberflächen kleben und bei Bedarf später wieder rückstandslos ablösen. Neben der Laptop Design-Folie gibt es von Sihl noch weitere kreative Foto-Anwendungen. Dazu gehören Sihl Transfer-Medien für T-Shirts und andere Mode-Accesso-

ires sowie das Sihl Photo Book Set. Die Komplettlösung aus einem professionell wirkenden DIN A4 Hardcover sowie doppelseitig bedruckbaren Sihl Premium Photo Papieren macht es so einfach wie nie zuvor, Fotobücher in Eigenregie herzustellen.

Stärker im Fachhandel

Um für eine optimale Betreuung des Fachhandels zu sorgen, hat Sihl die personellen Ressourcen für den Home + Office-Bereich aufgestockt. Die Vertriebs-Mitarbeiter sollen gezielt den Foto- und Büro-Handel ansprechen. Die Home + Office-Produkte werden weiterhin unter der Marke „X-Inkjet“ vermarktet, allerdings soll das Verpackungs-Design überarbeitet und moderner gestaltet werden.

Die Fachhandels-Partner profitieren zudem von einer leistungsfähigen Logistik, praktischen Verkaufshilfen wie Produktordner, Musterfächer und Thekendisplays sowie einem erstklassigen „After-Sales-Service“ in Form einer kostenlosen Hotline.

Neue Vertriebswege für Mamiya DM Systeme

Die Mamiya DM Kamerasysteme (Mamiya DM22, DM28 und DM33 Digitalsysteme), die bislang ausschließlich von der Mamiya America Corporation (auch Leaf Vertrieb USA) vertrieben worden sind, sollen ab sofort über einen eigenen Distributionskanal vermarktet werden. Wie das Konsortium Mamiya – Phase One – Leaf mitteilte, wurden zu diesem Zweck ein neues Markenzeichen und eine eigene neue Homepage www.mamiya.com eingerichtet, die sich noch im Aufbau befindet. Zur Zeit werden dort Vertriebspartner für vier europäische Länder gelistet.

Mamiya DM Systeme stehen für die Kombination einer Mamiya Kamera mit einem Leaf Aptus Digitalrückteil unter dem Markennamen Mamiya, mit Auflösungen von 22 bis 33 Megapixeln. Die Leaf Digitalrückteile mit Auflösungen größer als 33 Megapixel sollen nach wie vor über die nationalen Leaf Händler vertrieben werden.

Der Vertrieb der klassischen Mamiya Produkte wie RZ67 Pro II D, Mamiya 7 II, 645 AFD III, Mamiya DF sowie der echten Mamiya Digitalsysteme Mamiya ZD und ZD Back Double Buffer bleibt bei den Mamiya Distributoren.

Neue gfu/GfK Broschüre CE-Markt Deutschland 2009

Die gemeinsam von der gfu und der GfK erarbeitete Broschüre mit Informationen zum Markt für Consumer Electronics Deutschland 2009 liegt jetzt druckfrisch vor. Interessenten finden die umfangreiche Betrachtung mit Grafiken und Kommentaren zum Download



unter www.gfu.de. Im Vorwort der Broschüre heißt es: „Die GfK Retail and Technology GmbH... veröffentlicht gemeinsam mit der gfu (Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik mbH) die jährlichen Gesamtmarktzahlen für den deutschen Markt der Consumer Electronics...“ Die Daten werden von der GfK Retail and Technology in kontinuierlichem Rhythmus in über 2.800 Geschäften erhoben,

und zwar bei folgenden Absatzmittlern:

- Elektro-Facheinzelhandel – Büro-Facheinzelhandel
- Elektro-Fachmärkte – Telekom-Facheinzelhandel
- Foto-Facheinzelhandel – Verbrauchermärkte
- Autoradio-Spezialisten – Warenhäuser
- Kfz-Ersatzteile- und Zubehör-Einzelhandel – Versandhandelsunternehmen
- Computer-Shops/Systemhändler – Online Shops

Die von der GfK Retail and Technology erhobenen Daten werden zu einem Jahreswert verdichtet. In Abstimmung mit der AG Marktforschung des Fachverbandes Consumer Electronics im ZVEI, der eng mit der gfu zusammenarbeitet,

werden diese Daten um die von der GfK nicht erfassten Vertriebswege ergänzt.

Im Hinblick auf die zunehmende Vernetzung von Unterhaltungselektronik, Telekommunikation und Informationstechnologie werden in dieser Studie diese Märkte gemeinsam dargestellt. Die Darstellung dieser Märkte konzentriert sich dabei auf den Konsumentenmarkt mit privatem und semi-professionellem Bedarf. Prognosen sind in dieser Studie nicht enthalten.

Täglich neue Branchen-Nachrichten: www.worldofphoto.de

Foto-Aktienkurse

		14.07.2010	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	3.580	3.735	2.975	4.520
Casio	YEN	594	606	525	939
CeWe Color	EUR	24,77	27,36	21,57	30,00
Du Pont	USD	37,31	36,86	24,25	41,45
Eastman Kodak	USD	4,72	5,14	0,05	9,08
Fujifilm	YEN	2.778	2.651	2.285	3.345
Hewlett-Packard	USD	46,77	46,88	36,67	54,75
Hitachi	YEN	357	355	227	424
Imation	USD	9,89	9,15	7,59	12,59
Jenoptik	EUR	4,01	3,96	3,01	5,18
Leica	EUR	12,20	11,00	3,50	13,00
Metro	EUR	44,14	44,08	34,95	47,69
Olympus	YEN	2.362	2.303	2.020	3.100
Samsung	KRW	824.000	798.000	813.000	828.000
Seiko Epson	YEN	1.173	1.170	1.098	1.715
Sharp	YEN	1.007	986	867	1.260
Sony	YEN	2.592	2.614	2.240	3.645
Spector	EUR	0,67	0,68	0,58	1,24
Toshiba	YEN	468	469	330	572

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

„Gibt es heute noch Helden? Für mich schon. Alle, die sich für Arme einsetzen.“
Tanja Mairhofer, Moderatorin
Werden Sie ein Held!
www.misereor50.de

Mit Zorn und Zärtlichkeit an der Seite der Armen
50MISEREOR
IHR HILFSWERK

5.979 zahlende Abonnenten (IVW 1/2010)

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

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

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

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

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

Fotografen/-in

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

Foto Studio • Mustermannstr. 70 • 20000 Bilderberg

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

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

zum

mm-Preis von

1,61 € x 85 mm hoch

= 136,85 €

zzgl. gesetzl. MwSt.



Auftrag

Klein- und Personalanzeigen

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

- einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
 in den Ausgaben

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

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

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

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

ifc 8/2010

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

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift



Zentraler Reparatur - Service

GEDDERT

Edixa – Voigtländer – Porst –
Samsung – Service

Camcorder – Computer – Service

Film – Foto – Elektronik – HiFi – Video – TV

Benno-Strauß-Straße 39
90763 Fürth
Postfach 22 41, 90712 Fürth
Telefon 09 11/65 85 184
Fax 09 11/65 85 144
www.zrs-geddert.de
e-mail: info@zrs-geddert.de

SPEZIAL REPARATUREN FÜR:
Alfo – Braun – Carena – Chinon
Cosina – Exakta – Haking – Noris – Nalcom
Petri – Porst – Revue – Ricoh – Samsung
Projektoren – Objektive – Blitzgeräte
u.v.a. Geräte

Der **Verband für Journalisten**

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

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

Ankauf – Verkauf

gebrauchter Fotogeräte,
Minilabs und Laborgeräte.

Fotoservice Jungkunz

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

POLAROID-Filme lieferbar
www.nordfoto.de

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

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

Seit 1978

Videotransfer Michael Richter

Tel. 06201 / 1 88 23 11

E-Mail: videotransfer@arcor.de

Inserenten-Verzeichnis

Fujifilm 7 Sony 4. U.
Samsung 2. U. Kleinanzeigen 43-45

Ihr Reparatur-Service
für Foto-, Film-, Video-
HiFi-Geräte
sämtlicher Hersteller



Lichtensteinstraße 75
72770 Reutlingen-Gönnigen
Telefon 0 70 72/ 92 97-0
Telefax 0 70 72/ 2069

E-mail: Geissler-Reutlingen@t-online.de
www.geissler-service.de

Autorisierte
Vertragswerkstatt

Canon

Panasonic
Service-Center
Reutlingen

SAMSUNG
Cameras

SONY
Authorized Service Center

TAMRON

Saeco
Kaffeautomaten

BRAUN
PHOTO TECHNIK

reflecta

Rollei

Mez

Kodak

SOLIDOR

**Anzeigenschluss
für Kleinanzeigen
in der Ausgabe
9/2010 ist der
16. August 2010.**

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

Verkaufen

„photo Kiosk“ der Marke
bluechip Computer AG,
Farbe: Rot. Nur Selbstabholung,
Standort: Tübingen,
999 €, Tel. 07071/559250

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

Neuheitenredaktion:

Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Hans Joseph Blömer

Anzeigen:

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Albert Willmann

Vertrieb:

Silke Gräßel

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

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



ISSN: 1430-1121



NEWSLINE

FÜR DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DIE SCHWEIZ

Büro für Europa: Hiltenspergerstr. 9
80798 München
Tel.: 0 89 271 8671
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

August 2010

Besucherrekord bei der PMA Australia

Die PMA Australia Digital Expo 2010, die vom 4. bis 6. Juni in Melbourne stattfand, verzeichnete einen neuen Besucherrekord. Nach vorläufigen Zahlen wurde die bisherige Bestmarke von 23.000 Teilnehmern deutlich übertroffen. Auf der Messe stellten mehr als 100 große Foto- und Imaginghersteller ihre Produkte und Dienstleistungen aus.

Die PMA Australia ist auch für Konsumenten geöffnet. Nach Angaben der PMA wurde die Steigerung der Besucherzahlen durch intensive Werbung über Zeitungen, Radio und Fernsehsender erreicht. Als besonders erfolgreich erwies sich zudem eine Kampagne in sozialen Netzwerken wie Twitter, Facebook und YouTube. Auch

der Fotohandel habe die PMA Australia in besonderer Weise unterstützt, betonten die Organisatoren.

Nach Angaben des PMA Reports Consumer Imaging in Australia 2010 besitzen auf dem fünften Kontinent 60 Prozent der Haushalte mindestens eine Digitalkamera; Kamera-Handys sind in 79 Prozent der Haushalte verbreitet. Im Jahr 2007 besaßen nur 42 Prozent ein solches Gerät. Sorgen macht der australischen Fotobranche, dass nur 55 Prozent der Haushalte im vergangenen Jahr von ihren digitalen Aufnahmen Papierbilder anfertigten oder anfertigen ließen. Ein Jahr zuvor waren es noch 63 Prozent.

Die PMA Australia 2011 findet vom 23. bis 26. Juni in Sydney statt.

„Marketing Research“ der PMA Webseite (www.pmai.org) kostenlos erhältlich. Die Premium Edition kostet 149 US-\$ (ca. 116 Euro) für Mitglieder und 249 US-\$ (ca. 195 Euro) für Nichtmitglieder.

6Sight Future of Imaging Conference

Die 6Sight Future of Imaging Conference 2010 findet vom 15. bis 17. November im St. Claire Hotel, San Jose, Californien, USA, statt. Auf der hochkarätigen Veranstaltung werden die wichtigsten neuen Trends von internationalen Experten vorgestellt. Die Konferenz wird von der Future Image Inc. und der Association of Image Executives, einer Mitgliedsorganisation der PMA, organisiert.

In diesem Jahr stehen aktuelle Themen wie 3D-Kameras und Drucker, netzwerkfähige Aufnahmegeräte, neue Printverfahren und intelligenterere Kamerahandys auf dem Programm. Einzelheiten sind in ständig aktualisierter Form auf der Internetseite www.6sight.com verfügbar.

Amerikanischer Fotomarkt mit viel Potential

Der amerikanische Fotomarkt bietet in den nächsten Jahren in verschiedenen Segmenten erhebliche Wachstumsmöglichkeiten. Das geht aus der „Premium Edition“ des PMA U.S. Photo Industry 2010 Review and Forecast Reports hervor, die soeben erschienen ist. Demnach wird der amerikanische Digitalkamera-Markt in diesem Jahr ein Volumen von 5,2 Milliarden US-\$ (4,06 Milliarden Euro) erreichen. Die Zahl der ausgedruckten Bilder schätzt die PMA für die Vereinigten Staaten in diesem Jahr auf 13,9 Milliarden Stück. Wichtigster Wachstumstreiber im Bildergeschäft ist in den USA der steigende Absatz von Fotogrüßkarten. Experten gehen davon aus, dass dadurch in Zukunft auch weitere Nach-

frage nach anderen personalisierten Printprodukten und Fotogeschenken erzeugt wird. Das Geschäft mit großen Bildern im Format A4 geht nach Erkenntnissen der PMA Marktforschung immer noch in erheblichem Maße am Fotohandel vorbei – die Mehrheit dieser großen Bilder wird in den USA von den Konsumenten zu Hause gedruckt.

Die immer stärkere Verbreitung von Kamerahandys könnte nach Ansicht der PMA in den kommenden Jahren zu einer Herausforderung für die Vermarktung von ultrakompakten Kameras werden.

Die Basisversion des U.S. Photo Industry 2010 Review and Forecast Reports ist für PMA Mitglieder im Bereich

Weitere wichtige PMA Konferenzen in diesem Jahr

PMA Latin America Peru

Expo 2010:

18. bis 19. August in Lima, Peru

PMA Canada Photo

Expo 2010:

11. bis 13. September,
Toronto, Ontario, Canada

Einzelheiten jeweils auf:

www.pmai.org.



Aktuell aus PMA Newsline International

E-Mails sind in den USA das wirksamste Instrument für Einzelhändler, um ihre Kunden direkt anzusprechen. Das hat eine Studie des Fachmediums eMarketer (www.emarketer.com) ergeben. 40 Prozent der befragten Konsumenten in vier amerikanischen Bundesstaaten bevorzugten es, per E-Mail von Händlern über ihre Angebote informiert zu werden. Werbebriefe interessierten 25 Prozent der Befragten und SMS-Nachrichten wurden von 18 Prozent begrüßt. Überraschend: Nur 9 Prozent der Endkunden waren an Angeboten in sozialen Netzwerken wie Facebook interessiert, die sich bei der befragten Zielgruppe als vollkommen untauglich erwiesen, um Kunden in ein Geschäft zu locken. Dagegen haben Werbebriefe, Schaufenster-Dekorationen und E-Mail die größte Wirkung, wenn es darum geht, die Kunden zum Besuch im Geschäft zu motivieren.



Jacques Guers wurde zum neuen Präsidenten von Xerox Europe ernannt. In dieser Funktion, die die Verantwortung für Verkauf und Marketing von Xerox in 17 westeuropäischen Ländern einschließt, folgt er Armando Zagalo de Lima, der bei Xerox jetzt weltweit für das Management der Kundenbeziehungen verantwortlich ist.

Der 1955 geborene Guers startete seine Karriere bei Xerox im Jahr 1980. Zuletzt war er als Präsident des entsprechenden Geschäftsbereichs für die Xerox Operationen in neuen Märkten verantwortlich. Zuvor leitete er als General Manager die französische Niederlassung des Unternehmens. Für seine Verdienste um die französische Wirtschaft wurde Guers zum Ritter der Ehrenlegion ernannt.



Stationäre Einzelhandelsgeschäfte bieten einen deutlich besseren Kundenservice als Internet-Shops. Das hat eine Studie von Avall Intelligence in Großbritannien ergeben. Fast die Hälfte der befragten Konsumenten gab an, Einzelhandelsgeschäfte zu bevorzugen, weil dort die Kunden besser betreut würden. Gut die Hälfte der Befragten fand allerdings das Sortiment von Internet-Shops umfassender als das stationärer Einzelhändler; nur 14 Prozent meinten, in einem „richtigen“ Geschäft ein besseres Angebot vorzufinden. Zahlreiche Endkunden fanden zusätzlich Beratung, Produktinformationen und die Navigation auf den Internetseiten von Webshops verbesserungswürdig.



Das soziale Netzwerk Facebook hat am 20. Juli die Marke von 500 Millionen Nutzern erreicht. Damit brauchte das Unternehmen nur sechs Jahre, um das in einem Studenten-Wohnheim der Harvard Universität entwickelte Portal zur meistbesuchten Internetseite der Welt und zu einem milliardenschweren Konzern zu

machen. Die Washington Post rechnete aus, dass die halbe Milliarde Facebook-Nutzer der Summe der Bevölkerung der Vereinigten Staaten, Japans und Deutschlands entspricht.



Nikon wird möglicherweise noch in diesem Jahr eine spiegellose Systemkamera einführen. Agenturmeldungen zufolge hat Nikon Präsident Makoto Kimura Pressevertretern angekündigt, das Unternehmen werde in absehbarer Zeit ein völlig neues Kamerakonzept einführen. Parallel berichtete der japanische Informationsdienst Nikkei Business Daily, Nikon wolle stärker mit sozialen Netzwerken und Herstellern von mobilen Geräten zusammenarbeiten, um seine Angebote für die Kommunikation mit Bildern zu verbessern.



Die Preise für personalisierte Fotoprodukte und Fotogeschenke bleiben in den USA stabil. Das hat eine Untersuchung der PMA Marktforschung ergeben. Die PMA vergleicht systematisch die aktuellen Preise wichtiger Internetanbieter von Bildprodukten.

Im vergangenen Jahr haben die amerikanischen Verbraucher für personalisierte Bildprodukte wie Fotobücher, Grußkarten und Fotogeschenke 1,32 Milliarden US-\$ (1,03 Milliarden Euro) ausgegeben. In diesem Jahr rechnet die Branche trotz der Wirtschaftskrise mit einem moderaten Wachstum auf 1,4 Milliarden US-\$ (1,09 Milliarden Euro).

Im Vergleich zum April dieses Jahres haben sich die amerikanischen Preise für Fotobücher, Kaffeetassen, Mauspads und personalisierte Fotokalender praktisch nicht verändert. Auch die Preise für Grußkarten blieben stabil: Bei Postern und Fotoleinwänden gab es ebenfalls nur leichte Bewegungen. Deutlich erweitert hat sich dagegen das Angebot – die Konsumenten können praktisch bei jedem Anwender aus einem größeren Sortiment auswählen als noch vor einigen Monaten.

Die Preisstudie ist im Bereich „Marketing Research“ der PMA Internetseite www.pmai.org verfügbar.



Canon hat auf der World Expo 2010 in Shanghai den Prototypen einer völlig neuen Kamera-Generation vorgestellt. Die Konzeptkamera nimmt mit extrem hoher Auflösung Videofilme auf, aus denen später die gewünschten Bildausschnitte als Fotos isoliert werden können. Technische Einzelheiten zu der Kamera von der Größe einer SLR wurden nicht bekanntgegeben. Die außerordentlich hohe Auflösung der Videobilder wurde aber durch Ausschnittvergrößerungen demonstriert, die nach Angaben von Augenzeugen selbst bei weit entfernten Motiven „unglaubliche Details“ sichtbar machten.

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

SONY
make.believe



Sicher kaufen -
bei Ihrem Sony Deutschland Partner.



Professionelle Bildqualität im Taschenformat.



Auch in Schwarz erhältlich.

Die weltweit kleinste Kompaktkamera
mit Wechselobjektiven.

Die kompakte NEX-5 von Sony ist mit dem gleichen Bildsensor wie große Spiegelreflexkameras ausgestattet. Damit können Sie einzigartige Aufnahmen und Full HD-Videos in höchster Qualität festhalten - ganz intuitiv und einfach. Mehr Informationen auf sony.de

NEX-5