

# imaging + foto <sup>9</sup> 2008

# contact

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

## CeWe Color

Innovation auf  
1.000 Quadratmetern

## auf der photokina



## CeWe Fotobuch 2.0



### **Klassisches Zubehör erlebt derzeit eine Wiedergeburt**

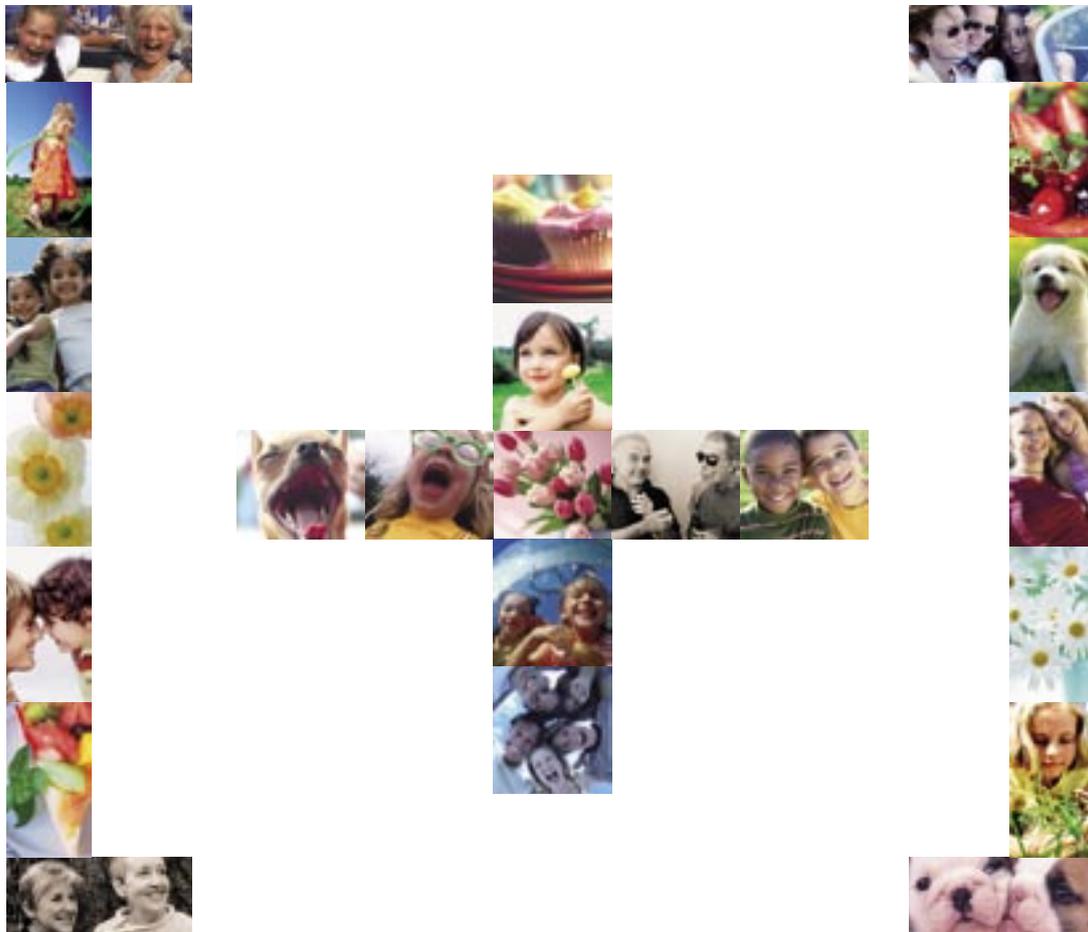
Dank des nach wie vor boomenden Absatzes von digitalen Spiegelreflexkameras steigt auch die Nachfrage nach klassischem Zubehör wieder; allen voran erfreuen sich derzeit Objektive und Taschen großer Beliebtheit. **S. 16**

### **photokina Besuch oder nicht? Kooperationen nehmen Stellung**

Obwohl die photokina ein Pflichttermin für alle sein sollte, die in der Imagingbranche arbeiten, mag mancher Fotohändler dem Messebesuch skeptisch gegenüberstehen. Lesen Sie, was die Handelskooperationen meinen. **S. 26**

### **General Imaging präsentiert sich auf 1.000 Quadratmetern**

Seit wenigen Monaten sind in Deutschland Digitalkameras der Marke GE zu haben. Auf der photokina will General Imaging als weltweit exklusiver Lizenznehmer die GE Produkte und Konzepte vorstellen. **S. 22**



## Herzlich willkommen auf dem Noritsu-Stand! Entdecken Sie, wie Sie Ihr Bildergeschäft ab sofort noch attraktiver und erfolgreicher gestalten können.

Die digitale Fotografie bietet Verbrauchern noch mehr Möglichkeiten, sich an Fotos zu erfreuen. Das Papierbild geht in eine glänzende Zukunft – von den Standardformaten bis zu den vielen neuen Bildmehrwertprodukten, als Foto wie als Druck.

Wir unterstützen aktiv die Wiederentdeckung des Papierbildes: mit Ausarbeitungsgeräten aller Verfahren, ob fotochemisch oder trocken. Zum Beispiel mit zwei photokina-Neuheiten\*!

Mit unserem neuen „refocus<sup>[+]</sup>“-Konzept, das Fotofachhändlern und Fotografen unter anderem einen modernen, attraktiven Innen- und Außenauftritt ihres Geschäfts ermöglicht. Damit sowohl Ihre Kunden als auch Sie noch mehr Freude an all den vielenschönen digitalen Bildern finden.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch.



\*photokina-Neuheit: Volldigitale „High Definition“-Printer-Serie 37HD mit der weltweit höchsten Bildauflösung, die Minilabgeräte erzielen.

## QSS-37HD SERIES

**NEU** \*photokina-Neuheit: Digitales Trockenlab!  
optimiert auf die Produktion moderner Bildmehrwertprodukte.

Besuchen  
Sie uns!

## photokina

world of imaging

Di., 23. September bis  
So., 28. September 2008  
Halle 10.2 Stand C-004



## Die photokina zeigt den neuen Bildermarkt

# KÖLN MACHT KLUG

In einer Zeit, in der viele Messen um jeden einzelnen Aussteller und Besucher kämpfen müssen, zeigt sich die photokina 2008 in hervorragender Form. Den Veranstaltern, Koelnmesse und Photoindustrie-Verband, ist es wieder einmal gelungen, das komplette Angebot des Weltmarktes in Köln zu versammeln. Trotzdem bleibt nicht alles beim alten: Unter den 1.600 Ausstellern sind mehr als 100 Unternehmen, die zum ersten Mal an einer photokina teilnehmen.



Thomas Blömer, Verleger

Zahlreiche etablierte Großunternehmen der Branche werden zudem ihre Stände deutlich vergrößern, und der IT-Gigant Microsoft kehrt nach Köln zurück. Ganz offensichtlich ist es der photokina bereits gelungen, die rasanten Veränderungen der Foto- und Imaging-Märkte aufzugreifen und auf dem Kölner Messegelände widerzuspiegeln.

Natürlich werden auch im Jahr 2008 – zumindest in der öffentlichen Wahrnehmung – Kameras die Stars der photokina sein. Und obwohl manchem Beobachter die digitale Kameratechnik schon ausgereizt erscheint, wird es in Köln in diesem Bereich echte Innovationen geben. Bei den Spiegelreflexmodellen sind interes-

sante Neuheiten zu erwarten – die starke Nachfrage weckt offensichtlich die Phantasie der Entwicklungsingenieure. Wie wir in dieser Ausgabe von *imaging+foto-contact* berichten, wird in Köln zudem eine völlig neue Kameraklasse aus der Taufe gehoben: Olympus und Panasonic haben den Micro Four Thirds Standard angekündigt, um besonders kompakte Digitalkameras mit Wechselobjektiven auf den Markt zu bringen. Auf der photokina werden die ersten Modelle vorgestellt; man darf gespannt sein, wie sie aussehen und was sie leisten können.

Wer von neuen Kameras spricht, muss auch erwähnen, dass in Köln mit General Imaging ein ehrgeiziges Unternehmen seinen ersten Europa-Auftritt zelebriert, um den hiesigen Fotohandel und die Konsumenten für die Produkte der Marke GE (General Electric) zu begeistern.

Was die photokina 2008 besonders auszeichnet, ist das umfassende Angebot aller Imaging-Technologien, und dazu gehören nicht nur Kameras. Bekanntlich debattiert die Branche seit dem Beginn der Digitalfotografie darüber, was die Konsumenten mit ihren Aufnahmen tun und wie man im digitalen Bildergeschäft Geld verdienen kann. Noch nie hat auf einer photokina eine so große Zahl von Fotodienstleistern ihr Angebot präsentiert. Fotobücher, personalisierte Printprodukte

und Fotogeschenke werden im Bildergeschäft immer wichtiger. In Köln kann der Fotohandel von Dienstleistern und Geräte-Anbietern gleichermaßen erfahren, wie er an diesem Boom, der zur Zeit vom Internet dominiert wird, teilhaben kann. Schon allein das ist ein Grund, nach Köln zu fahren.

Ein weiterer Grund ist das in diesem Jahr deutlich erweiterte Rahmenprogramm der photokina, das einen erfreulichen Schwerpunkt auf neue Bildanwendungen für Profis und Amateure legt und dabei auch neue Geschäftsmodelle thematisiert: Dazu gehören zum Beispiel die virtuelle Fotografie im „Solution Center Computer Generated Imaging“, die Faszination großer Bilder im Sonderbereich „Impressions XXL“ und natürlich das größte Fotobuch der Welt „Fotobuch XXL“. Und wie man alte und neue Zielgruppen für digitale Erinnerungen begeistern und dabei Geschäfte machen kann, diskutieren führende Branchenpersönlichkeiten auf dem internationalen Business Forum „Memories on demand“, zu dessen Organisatoren auch unsere globale Schwesterzeitschrift *INTERNATIONAL CONTACT* gehört (Einzelheiten S. 44 f.).

Kein Zweifel: Wer wissen will, wie man heute und morgen mit Foto und Imaging Geld verdienen kann, der muss auf die photokina – und zwar unbedingt! Sonst würde ja ein Verleger aus dem Düsseldorf-Norden nicht über seinen Leitartikel schreiben: „Köln macht klug“.

Thomas Blömer

# Inhalt

## Zum Titelbild

CeWe Fotobuch 2.0 –  
photokina Auftritt auf 1.000 m<sup>2</sup> . . . . . 12

## Editorial

Köln macht klug . . . . . 3

## Interview

Thomas Güttler, Geschäftsführer  
RCP-Fototechnik: Rolle gut im Rennen . . . . . 20

## Internationale Messen

photokina Trends: Klassisches Zubehör  
erlebt eine Wiedergeburt . . . . . 16

photokina oder nicht? Stellungnahmen von

- Michael Gleich, Geschäftsführer Ringfoto . . . . . 26
- Dieter Naruhn, Leiter Einkauf europa-foto . . . . . 28
- Ralf Wegwerth, Geschäftsf. Optimal Foto . . . . . 30
- Michael Binkert, Geschäftsf. BHS Binkert . . . . . 31

Internationales Business Forum  
„Memories on demand“ . . . . . 43

**photokina-guide 2008** . . . . . 35

Daten und Fakten . . . . . 36

Aussteller nach Produktgruppen . . . . . 37

Wichtige Aussteller nach Hallen . . . . . 39

Die wichtigsten Aussteller von A–Z . . . . . 41

## Bildergeschäft

CeWe Fotobuch 2.0 . . . . . 12

Noritsu zeigt Neuheiten auf der photokina . . . . . 58

## Unternehmen

Olympus und Panasonic stellen den neuen  
Micro Four Thirds Standard vor . . . . . 8

General Imaging präsentiert sich auf einem  
1.000 m<sup>2</sup> großen photokina-Stand . . . . . 22

## Handel

Foto Bartmann arbeitet erfolgreich mit  
einem Kodak APEX System . . . . . 32

Gewinner und Verlierer: Studie untersucht  
Umsätze und Sortiment im Fotohandel . . . . . 34

## CeWe präsentiert sich auf einem 1.000 m<sup>2</sup> großen photokina Stand

CeWe Color will auf der photokina ein weiteres Kapitel der Erfolgsgeschichte seines Bestsellers „CeWe photo book“ schreiben. Auf einem rund 1.000 m<sup>2</sup> großen Stand will das Unternehmen neue Versionen für Amateure und Profis vorstellen, innovative Anwendungen für CeWe Fotobücher demonstrieren, attraktive Präsentationsmittel zeigen und die Bestellsoftware auch für MAC OS einführen. **Seite 12**



ZUM TITELBILD

## Olympus und Panasonic stellen neuen Micro Four Thirds Standard vor

Sechs Jahre nach Ankündigung des Four Thirds Standards haben Olympus und Panasonic mit dem Micro Four Thirds System eine Technologie entwickelt, die ein völlig neues Segment in den Kameramarkt einführen soll: Der neue Standard ermöglicht es, die Abmessungen von Digitalkameras mit Wechselobjektiven dramatisch zu verkleinern und dabei Aufnahme-Chips im Format des Four Thirds Systems zu benutzen, um die hohe Bildqualität sicherzustellen. **Seite 8**



UNTERNEHMEN

## Newcomer General Imaging will auf der photokina durchstarten

Beflügelt durch die guten Verkaufserfolge und die positive Resonanz in Handel und bei den Verbrauchern will General Imaging, Lizenzinhaber für Digitalkameras der Marke GE, auf der photokina noch einmal richtig durchstarten. Auf rund 1.000 Quadratmetern will der Newcomer sein Digitalkameraportfolio sowie das dahinterstehende Verkauf- und Marketingkonzept präsentieren und existierenden wie potentiellen Handelspartnern die Vorteile einer Zusammenarbeit erläutern. **Seite 22**



UNTERNEHMEN

## Foto Bartmann arbeitet erfolgreich mit einem Kodak APEX System

Foto Bartmann in Kornwestheim ist ein alteingesessener Familienbetrieb, dessen Kunden das Unternehmen inzwischen seit rund 40 Jahren schätzen. Sein heutiges Ansehen verdankt Foto Bartmann neben dem eigenen unternehmerischen Engagement vor allem der Mitgliedschaft in der Fürther Ringfoto-Gruppe und der erfolgreichen Zusammenarbeit mit passenden Partnern aus der Industrie. Ein solcher ist das Norderstedter Unternehmen Tetenal, das unter dem Motto „Pictures best friend“ die gleichen Werte vertritt wie Foto Bartmann. **Seite 32**



BILDERGESCHÄFT

## Interview mit **Thomas Güttler**, Geschäftsführer RCP-Technik

Vor gut einem Jahr hat die RCP-Technik GmbH mit einem kleinen, aber interessanten Sortiment an Digitalkameras



den Markennamen Rollei neu belebt. Erster öffentlicher Auftritt war die IFA 2007. Eine positive Resonanz auf die gut ausgestatteten Kameras mit guten Margen ließ nicht lange auf sich warten. Über den Verlauf des ersten Jahres, Trends und Zukunftsaussichten

sprach **imaging+foto-contact** mit Thomas Güttler, Geschäftsführer der RCP-Technik GmbH Seite 20

## Internationales Business Forum „Memories on demand“

Nutzen Sie die Gelegenheit, aus erster Hand zu erfahren, wie internationale Spitzenmanager der Foto- und Imaging-Industrie aus Handel und Dienstleistung die Auswirkungen der digitalen Bildtechnologien auf den Lifestyle der Konsumenten sehen und erleben Sie die Präsentation neuer Geschäftsmodelle. Das internationale Business Forum „Memories on demand“ verspricht, das Top-Ereignis des Rahmenprogramms der photokina 2008 zu werden. Digital Imaging, mobile Kommunikation, Consumer Electronics und die wachsenden Möglichkeiten des Internets definieren den Begriff „Erinnerungen“ neu, der seit jeher fest mit der Fotografie verbunden ist: Die Konsumenten haben zahllose Möglichkeiten, Fotos und bewegte Bilder mit Musik, Tonaufnahmen und anderen digitalen Inhalten zu kombinieren und so lebendige Erinnerungen festzuhalten, zu speichern, wiederzugeben und mit anderen Menschen zu teilen. Wie die Foto- und Imagingbranche dieser emotionalen Komponente wirklich gerecht werden kann, ist das Thema des Business Forums „Memories on demand“. Seite 43

## The Phone House sucht Franchisenehmer als Existenzgründer

Seit knapp einem Jahr ist The Phone House, der Komplettanbieter für Telekommunikation und Entertainment, als Partner von Ringfoto auch als Unternehmen in der Fotobranche aktiv. Bislang haben 75 Ringfoto-Händler einen Vertrag mit The Phone House geschlossen; eine



Zahl, die Dieter Koßmeier, Leiter Vertrieb und Handel bei The Phone House, gegenüber **imaging+foto-contact** als „sehr zufriedenstellend“ bezeichnete. Um sich noch stärker im Markt zu

präsentieren, hat The Phone House jetzt ein neues Franchisemodell entwickelt. Dieses kann sowohl für Fotohändler, die sich ein zweites Standbein in der nach wie vor attraktiven Telekommunikationsbranche schaffen wollen, als auch für deren Mitarbeiter, die sich eine eigene Existenz aufbauen wollen, von Interesse sein. Seite 46

INTERVIEW

INTERNATIONALE MESSEN

HANDEL

The Phone House sucht Existenzgründer . . .	46
Zusatzdienstleistung Foto-Gravur . . . . .	60
Neuigkeiten vom Photo+Medienforum . . . .	62
H. D. Lehmann: Messegäste . . . . .	70

### Wichtiges aus **worldofphoto.de** . 6, 9, 25, 59

### Neuheiten . . . . . 67, 69, 71

Nikon stellt die D90, die erste digitale SLR-Kamera mit HD-Video, vor . . . . .	10
Kodak und Motorola entwickeln Fotohandy . .	48
Vier neue Fujifilm FinePix Modelle . . . . .	49
Sechs neue Nikon Coolpix Modelle . . . . .	50
Sieben neue Kompakte von Olympus . . . . .	54
Zwei neue edle Sony Cyber-shot Modelle .	56
Drei weitere Casio Exilim Modelle . . . . .	57
Swarovski kommt mit neuer Fernglas-Serie .	61
Walther stellt neue Alben und Rahmen vor .	63

### Rubriken

#### Video

Ulrich Vielmut: Welches Zubehör wirklich notwendig ist (Teil 3) . . . . .	66
---	----

<b>Rechtstips</b> . . . . .	68
-----------------------------	----

### Wirtschaftspolitischer Kommentar

„Frank“ heißt die Kanaille . . . . .	64
--------------------------------------	----

<b>Literatur</b> . . . . .	72
----------------------------	----

<b>Klein- und Personalanzeigen</b> . . . . .	73
--	----

<b>Impressum</b> . . . . .	74
----------------------------	----



**Immer aktuell:**

**www.worldofphoto.de**

### Leica Camera meldet Verlust für das erste Quartal

Der Leica Camera Konzern hat für das erste Quartal des laufenden Geschäftsjahres (Ende 31. März 2009) einen deutlichen Verlust bekanntgegeben. Der Umsatz sank im Vergleich zum selben Zeitraum des Vorjahres um 38 Prozent auf 27 Millionen Euro. Verzögerungen bei der Einführung von neuen Produkten führten zu verringerten Verkäufen von digitalen Kompaktkameras und Produkten des M-Systems; gleichzeitig wurden die Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen drastisch erhöht. Diese Faktoren führten zu einem Verlust von 3,85 Millionen Euro im ersten Quartal; im selben Zeitraum des Vorjahres hatte Leica einen Gewinn von 4,17 Millionen Euro erzielt. Für das gesamte Geschäftsjahr rechnet Leica mit einem Konzernfehlbetrag im „höheren einstelligen Euro-Millionen-Bereich“; das gelte auch für den Einzelabschluss der Leica Camera AG, hieß es in einer Pressemitteilung. Ein erfolgreicher Markteintritt mit innovativen Produkten zur photokina 2008 und in den folgenden Monaten soll für das Folgegeschäftsjahr 2009/2010 ein „ausgeglichenes bis leicht positives Ergebnis“ wahrscheinlich machen.

### Sinar Deutschland kooperiert mit Briese Lichttechnik

Die Sinar Deutschland GmbH übernimmt zum 1. Januar 2009 den bundesweiten Exklusivvertrieb für die Briese Lichttechniksysteme. Darüber hinaus sieht die Kooperation die Vermietung der Sinar Hy6 in den Briese Rent-Studios in Hamburg vor. Bereits zur photokina startet die Zusammenarbeit mit einem gemeinsamen Messeauftritt. Sinar wird eine Reihe preisgünstiger Systemlösungs-Pakete aus Kamera, Lichttechnik und Software anbieten, die speziell auf die wichtigsten fotografischen Anwendungsfelder wie Food, Fashion, Architektur und Werbefotografie abgestimmt sind. Briese

### „Rundum-sorglos-Paket“ für Fachhändler auf der photokina

Als besonderen Service bietet die photokina 2008 mit der International Buyers Lounge im Europasaal des Congress-Centrums Ost Fachhändlern aus aller Welt eine exklusive Anlaufstelle. Elektronischer Neuheitenkatalog, Info-Pakete, Besprechungsräume, Ruhe-Lounge und mehr sollen optimale Rahmenbedingungen für den zielgerichteten Businessbesuch der photokina garantieren. An jedem Messetag können sich Händler in der „International Buyers Lounge“ schon vor Messebeginn auf den Besuch der photokina vorbereiten. Das Service- und Informationsangebot reicht von detaillierten Messe- und Produktinformationen über individuelle Problemlösungen bis zum Zugriff auf spezielle Datenbanken und das World Wide Web. Die GfK Marketing Services bietet beispielsweise mit Encodex eine elektronische Datenbank für Artikelstammdaten mit einem Neuheitenkatalog, der auf Tastendruck den Zugriff auf ein umfassendes Sortiment an Imaging Produkten ermöglicht. Kompetente Messehostessen weisen die Besucher in die Datenbank ein und geben Hilfestellungen bei der Nutzung des Tools. Zum Angebot zählen zudem das kostenlose Fitness-Frühstück von 9.00 Uhr bis 10.00 Uhr am „Free Welcome Desk“ sowie ein umfangreiches Info-Paket mit photokina-Katalog, handlichem Messebegleiter sowie Neuheiten- und Produkt-Infos. Eine Meeting-Area lädt zu intensiven Fachgesprächen ein, und für vertrauliche Gespräche können kostenlos Besprechungsräume reserviert werden. In einer Ruhe-Lounge können sich die Besucher stärken, und die Wellness-Area bietet Massage-Sessel zur Entspannung. Zutritt zur International Business Lounge haben ausschließlich registrierte Fachhändler. Eine Registrierung ist vor Ort oder vorab online über das photokina-Kundenportal <http://mykoelnmesse.photokina.de/> möglich.

Lichttechnik ist am Sinar Messestand (Halle 4.2, Gang C, Stand Nr. 21) präsent und zeigt das aktuelle Lichttechnik-Portfolio, darunter auch ein neues Remote-Modul für die Briese focus-Reflektoren, mit dem sich die Lichtfokussierung bequem per Fernbedienung vornehmen lässt.

### Schneider-Gruppe übernimmt die Isco Gruppe

Die Schneider-Gruppe, Bad Kreuznach, hat mit Wirkung zum 15. August das Geschäft der Göttinger Isco Gruppe übernommen. Mit dem Kauf des Spezialisten für Kinoprojektion und Spezialoptiken will der deutsche Hersteller von hochwertigen Objektiven seine Marktstellung weiter ausbauen. „Wir wollen unsere Stärken partnerschaftlich bündeln und sehen uns für den künftigen Umbruch durch digitale Projektion gut gerüstet“, betonte

Schneider-Kreuznach Geschäftsführer Dr. Josef Staub. Die Marke Isco soll auch in Zukunft erhalten bleiben.

### Canon Roadshow startet auf der IFA 2008 in Berlin

Canon Deutschland wird seine neuesten Consumer Produkte in den kommenden Wochen wieder auf einer Roadshow präsentieren. Erste Station ist der Canon Stand auf der IFA, wo die Roadshow am 28. August in Halle 16/Rotunde Station macht. Weitere Termine:

8.9., Hamburg, Kunsthalle, Glockengießerwall, 20095 Hamburg.

15.9., Stuttgart, Phönixhalle im Römerkastell, Naststr. 43-45, 70376 Stuttgart.

17.9., München, Arabella Sheraton, Arabellastr. 5, 81925 München

Zeit: jeweils 17–22 Uhr

Aufgrund der photokina wird es in NRW keinen zusätzlichen Roadshow-Termin geben. Canon präsentiert sein Produkt-Portfolio auf der weltgrößten Foto- und Imagingmesse in Halle 3.2.



FINEPIX S100FS



## Die schönsten Bilder liefert die Natur.

Der Motivreichtum und die Farbvielfalt der Natur sind unvergleichbar. Fangen Sie diese unvergesslichen Eindrücke ein – mit einer Kamera, die durch eine wahrhaft atemberaubende Bildqualität überzeugt. Dank ihres erweiterten Dynamikbereiches und zahlreicher weiterer innovativer Funktionen beschert Ihnen die FINEPIX S100FS ein nahezu unverfälschtes Naturerlebnis. Damit Ihnen kein Wunder dieser Welt entgeht.

### HIGHLIGHTS:

- Fujinon Objektiv mit 14,3-fachem optischem Zoom (28 – 400 mm), Supermakro bis 1cm Abstand
- Simulationsmodi analoger FUJI Filme (Velvia, Provia, Portrait und Soft)
- Erweiterter Dynamikumfang von 100% bis 400% für die Darstellung feiner Nuancen und Details
- Belichtungsreihen für Filmsimulation, Dynamikumfang und Blendenvorwahl



Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.finepix.de](http://www.finepix.de)

# Neues Kamerasystem

## Micro Four Thirds Standard soll ein neues Marktsegment für die Branche erschließen

Sechs Jahre nach Ankündigung des Four Thirds Standards haben Olympus und Panasonic mit dem Micro Four Thirds System eine Technologie entwickelt, die ein völlig neues Segment im Kameramarkt ermöglichen soll: extrem kompakte Modelle mit der aus dem Spiegelreflexbereich bekannten Flexibilität von Wechselobjektiven und ganz neuen Funktionen.

Obwohl das Four Thirds System bereits die Entwicklung besonders kompakter digitaler Spiegelreflexkameras wie der Olympus E-420 ermöglicht habe, seien SLR Kameras vielen Konsumenten immer noch zu groß und zu schwer, betonten beide Unternehmen. „Ein neues Four Thirds System wurde entwickelt, um die Freiheit und die Freude an der digitalen Spiegelreflexfotografie weiter zu steigern. Der neue Standard ermöglicht es, die Abmessungen von Digitalkameras mit Wechselobjektiven dramatisch zu verkleinern und dabei Aufnahme-Chips im Format des Four Thirds Systems zu benutzen, um die hohe Bildqualität sicherzustellen“, so die Four Thirds Organisation auf ihrer Internetseite ([www.four-thirds.org/en/microft/](http://www.four-thirds.org/en/microft/), auf englisch). „Zudem soll der neue Standard zukünftige Weiterentwicklungen der Funktionen ermöglichen, zum Beispiel die integrierte Aufnahme von Fotos und bewegten Bildern.“

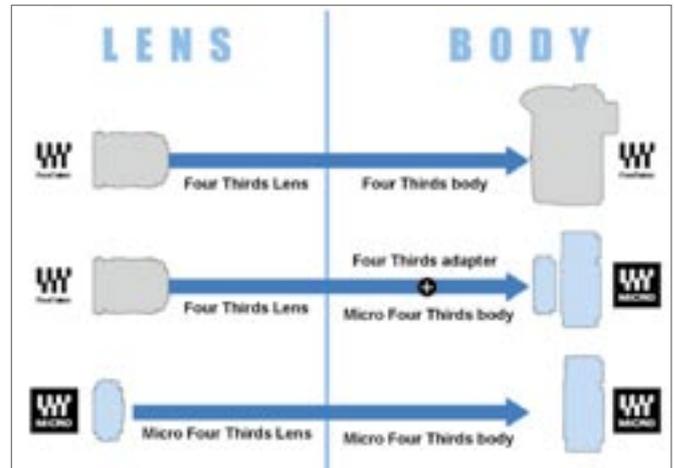
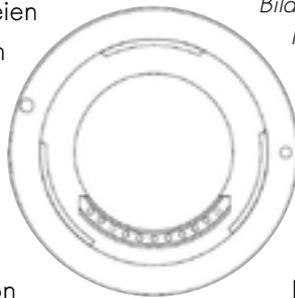


Bild oben: Durch das neue Micro Four Thirds System sollen Hersteller erheblich kleinere Kameras und Objektive bauen können als im Four Thirds System. Bild links: Im neuen Micro Four Thirds Standard finden sich elf statt neun Kontakte im Four Thirds System.

merkmale und Kamerafunktionen möglich zu machen.

Der für SLR-Kameras typische klappbare Spiegel findet in den kompakten Kameragehäusen des Micro Four Thirds Systems keinen Platz. Olympus und Panasonic sprechen zwar in ihrer Pressemitteilung und auf der Internetseite von „SLR-Fotografie“, haben aber wohl dabei vor allem die für dieses Segment typische hohe Bildqualität und die Flexibilität von Wechselobjektiven im Sinn. Es liegt nahe, bei den neuen Kameras eine Kombination von elektronischen Suchern mit der Life View Funktion zu erwarten; denkbar sind aber auch ganz neue Lösungen, denn der Standard schreibt lediglich die wichtigsten Parameter für die Verbindung von Kameragehäuse und Objektiven vor. Die Konstruktion des Suchers liegt also allein in den Händen (und der Phantasie) der Entwicklungsingenieure.

### Kleinere Objektive

Der neue Standard macht eine neue Objektiv-Generation möglich, bei der besonders Superzoom- und Weitwinkel-Objektive deutlich kompakter konstruiert werden können als bei bisherigen SLR-Systemen. Dabei, so betonen die Entwickler, werden sich die geringeren Abmessungen der

### Reflex ohne Spiegel?

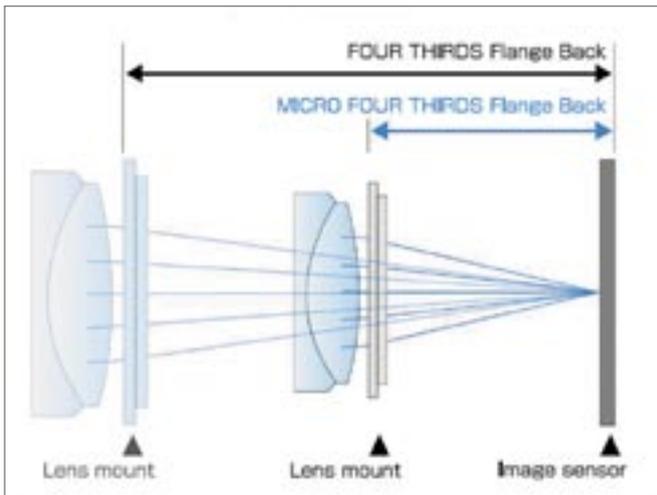
Der Micro Four Thirds Standard unterscheidet sich vom existierenden Four Thirds System in drei wichtigen Punkten:

1. Das Auflagemaß, also die Entfernung zwischen Objektiv-Bajonett und Bildsensor, wird um etwa 50 Prozent verkürzt.
2. Der äußere Durchmesser des Objektiv-Bajonetts ist sechs Millimeter kleiner.
3. Die Zahl der elektrischen Kontakte im Objektiv-Bajonett wird von neun auf elf erhöht, um neue Ausstattungs-

## Kein Ersatz für Four Thirds

Olympus und Panasonic stellen ausdrücklich fest, dass sie die Entwicklung von Spiegelreflexkameras und Objektiven nach dem Four Thirds Standard auch in Zukunft fortsetzen wollen. Dabei machen beide Hersteller keinen Hehl daraus, dass sie mit dem bisherigen Markterfolg dieses speziell für die Digitalfotografie entwickelten SLR-Standards nicht ganz zufrieden sind. Bis zum März dieses Jahres wurden weltweit 1,1 Millionen Four Thirds Systemkameras verkauft, davon eine halbe Million im letzten Jahr. Zur Zeit liegt der Anteil auf dem SLR-Weltmarkt bei etwa sieben Prozent – und soll, nicht zuletzt durch Synergien mit dem neuen Micro Four Thirds Standard, weiter steigen.

Details über neue Kameramodelle wurden bei der Ankündigung des Standards nicht genannt – Insider gehen aber davon aus, dass auf der photokina bereits die ersten Micro Four Thirds Kameras und Objektive zu sehen sein werden. Konkrete Ziele in Form von Verkaufszahlen oder Marktanteilen haben sich Panasonic und Olympus bislang nicht gesetzt, betonen aber das große Potential, das sich durch die Erschließung völlig neuer Zielgruppen für die Hersteller und den Fotohandel bietet.



Die Kürzung des Auflagemaßes auf die Hälfte ist eines der maßgeblichen Kriterien des neuen Standards.

Linse nicht negativ auf die Lichtstärke auswirken. Objektive des Four Thirds Systems können mit Hilfe eines Adapters, der den kürzeren Abstand zwischen Bajonett und Sensor-Oberfläche ausgleicht, auch an den neuen Kameras genutzt werden. Umgekehrt geht das nicht: Micro Four Thirds Objektive passen nicht an Four Thirds Kameras.

## Neue Funktionen

Bereits die Erhöhung der Zahl der Kontakte im Objektiv-Bajonett von neun auf elf weist darauf hin, dass die Entwickler beim Micro Four Thirds System die Kommunikationsmöglichkeiten zwischen Objektiv und Kamera erweitern wollen. In der Pressemitteilung wird eine Verbesserung der Life View Funktion erwähnt und zusätzlich die Möglichkeit, Foto- und Videofunktionen zu integrieren. Das hat es bislang bei Fotokameras mit Wechselobjektiven noch nicht gegeben.



## „Nicht ganz offener“ Standard

Das Four Thirds System wurde vor sechs Jahren als offener Standard angekündigt: Jedem Kamera- und Objektivhersteller stand es frei, kompatible Produkte zu entwickeln. Auch beim Micro Four Thirds Standard sind Partner willkommen, aber die wollen sich Olympus und Panasonic selbst aussuchen. Nach sechs Jahren hätten andere Hersteller im Hinblick auf das Four Thirds System ihre Positionen bezogen, betonten die Unternehmen. Beim Micro Four Thirds Standard wolle man die Zulassung weiterer Anbieter deshalb davon abhängig machen, was diese zur Unterstützung des Systems beitragen könnten.

## Wichtiges aus worldofphoto.de

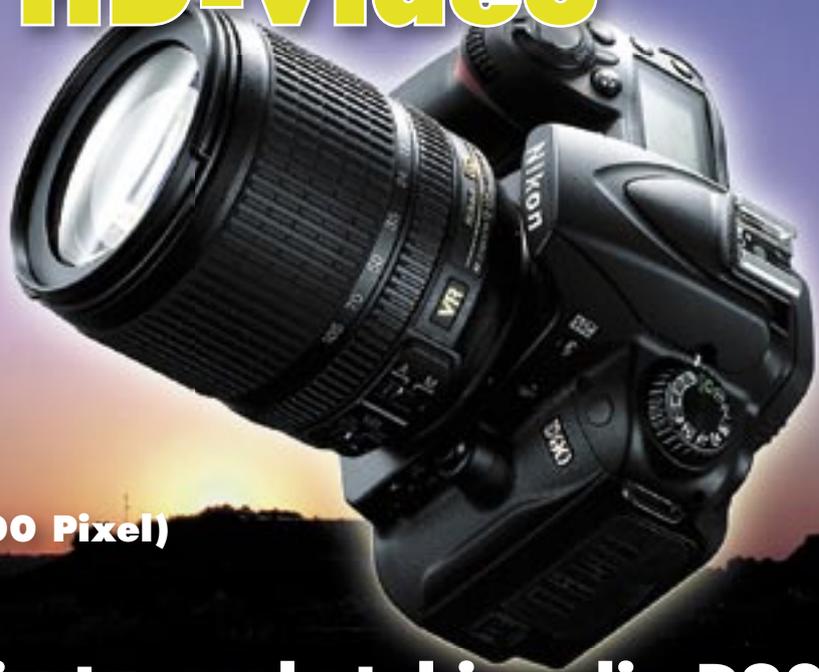
### Carl Zeiss auf der photokina

Unter dem Slogan „Use your inner Eye“ präsentiert sich Carl Zeiss auf der photokina mit einem vollkommenen neuen Messekonzept, mit dem Produkte, Anwendungen und die Marke Zeiss für das interessierte Publikum erlebbar gemacht werden sollen. Rund um eine eindrucksvolle Anwendungs-Lagune präsentiert sich den Besuchern das gesamte Objektiv- und Kameraprogramm.

Die Lagune bietet eine Vielzahl von Motiven und damit Gelegenheit, unterschiedliche Brennweiten und Einstellungen auszuprobieren und seiner Kreativität freien Lauf zu lassen. Bei Fragen zu den Produkten oder für Tipps beim Ausprobieren stehen professionelle Fotografen mit Rat und Tat zur Seite. Besonders tiefe Einblicke in die optische Kompetenz von Carl Zeiss offenbaren sich in einem überdimensionalen, begehbaren Objektiv. Hier können Besucher sprichwörtlich erleben, wie viel Erfahrung, Entwicklungsarbeit und Präzision in einem Objektiv von Carl Zeiss steckt. Zudem führt die Präsentation „24 Stunden mit Carl Zeiss“ den Besuchern vor Augen, wie jeder täglich mit Entwicklungen aus dem Unternehmen in Berührung kommt, ohne sich dessen bewusst zu sein.

# Erste digitale SLR mit HD-Video

- + 12,3 Megapixel
- + CMOS-Sensor
- + Live View
- + Gesichtserkennung
- + 4,5 Bilder/Sekunde
- + 3,0-Zoll-LCD (920.000 Pixel)



## Nikon präsentiert zur photokina die D90

Mit der D90 bringt Nikon zur photokina eine DSLR-Kamera, die erstmals mit einer HD-Videofunktion ausgestattet ist. Das neue Modell, das mittelfristig die erfolgreiche und vor gut zwei Jahren eingeführte D80 ablösen wird, ist im Mittelfeld der Produktpalette angesiedelt und schließt die Lücke zwischen der Einsteigerkamera D60 und der semi-professionellen D300.

Die mit einem 23,6 x 15,8 mm großen CMOS-Sensor ausgestattete 12,3-Megapixel-Kamera (effektiv) verfügt über zahlreiche Merkmale, die bereits in den semi-professionellen und professionellen Modellen zur außergewöhnlich hohen Bildqualität beitragen. Dazu gehört in erster Linie der Expeed-Bildprozessor, der auch bei hohen Empfindlichkeiten für rauschfreie Bilder sorgt. So kann der große Empfindlichkeitsbereich von ISO 200 bis ISO 3.200, der sich auf ISO 100 bzw. ISO 6.400 erweitern lässt, voll ausgeschöpft werden. Zur automati-

schen oder nachträglichen Bildverbesserung bzw. -bearbeitung stehen zahlreiche Funktionen zur Verfügung. Mit D-Lighting lassen sich besonders kontrastreiche Motive optimal darstellen. Bereits in der Kamera lassen sich mit dem umfangreichen Bildbearbeitungsmenü Verzeichnungen ausgleichen oder Bilder – beispielsweise bei kippendem Horizont – ausrichten. Des Weiteren können Bilder mit zusätzlichen Effekten (z. B. Fish-Eye-Effekt) versehen werden. Darüber hinaus ist die Wirkung der jeweiligen Bildoptimierungsoption individuell justier- und

speicherbar. Die Bilddaten können wahlweise im RAW- (12-Bit) oder JPEG-Format auf SD-/SDHC-Karten aufgezeichnet werden. Ein gleichzeitiges Speichern von RAW- und JPEG-Dateien ist ebenfalls möglich.

### Großer Monitor

Genau wie die höher angesiedelten Modelle hat jetzt auch die D90 einen 3 Zoll großen Monitor mit großem Betrachtungswinkel und einer Auflösung von 920.000 Bildpunkten, wodurch eine sehr gute Bildbeurteilung speziell im Live View- und Videomodus ermöglicht wird. Neu in der Live View Funktion sind die drei AF-Modi (Porträt-, Weitwinkel-, Normal-AF), die im Kontrastvergleich arbeiten und ein schnelles Fokussieren ermöglichen. Eine mit „Lv“ bezeichnete Taste erlaubt den schnellen Wechsel zwischen Sucher und Live View.

## Professionelle Ausstattung

Das Autofokussystem arbeitet mit elf Messfeldern und einem zentralen Kreuzsensor. Die Wahl des Messfeldes kann automatisch oder manuell erfolgen. Zur Belichtungsmessung (TTL-Offenblendmessung) stehen drei Modi zur Verfügung: 3D-Color-Matrixmessung II, mittenbetonte Messung und Spotmessung (im Zentrum des aktiven AF-Feldes). Als Belichtungsfunktionen bietet die D90: Programmautomatik (mit Programmverschiebung), Blenden- und Zeitautomatik, manuelle Einstellung und Auto-Flash-Off. Des Weiteren kann der Benutzer auf fünf Motivprogramme (Porträt, Landschaft, Sport, Nachtaufnahme und Nachtporträt) zugreifen. Serienaufnahmen sind mit bis zu 4,5 Bildern/Sekunde möglich, und die 41 frei programmierbaren Individualfunktionen erlauben maßgeschneiderte Kameraeinstellungen.

### Nikon D90

#### Pluspunkte

- + Erste DSLR mit HD-Videofunktion
- + 12,3 Megapixel CMOS-Sensor
- + Live View mit 3 Kontrast-AF-Modi
- + Integrierte Sensorreinigung
- + Empfindlichkeit ISO 200 – 3.200 (erweiterbar ISO 100/ISO 6.400)
- + 3-Zoll-Monitor (920.000 Pixel)
- + Bis zu 4,5 Bilder/Sekunde

#### Vorgängermodell

Nikon D80



UVP: 969,- Euro (Gehäuse)  
1.189,- Euro (mit 18-105 mm VR)  
Lieferbar voraussichtlich ab 19. 09. 08



Links: Der mit 920.000 Bildpunkten auflösende 3-Zoll-Monitor ermöglicht während oder nach der Aufnahme eine sehr gute Bildbeurteilung. Rechts: Das optional erhältliche Multifunktions-Batterieteil MB-D80 erhöht die Betriebsdauer und kann wahlweise mit Lithium-Ionen-Akkus EN-EL3 oder Standard AA Akkus/Batterien bestückt werden.



gen. Ebenfalls mit an Bord ist ein Blitzgerät mit kompatibler i-TTL-Steuerung.

## Zusätzlicher Nutzen

Erstmals ist eine DSLR-Kamera mit einer Videofunktion ausgestattet, die in drei Motion-Formaten aufzeichnet. Darunter auch eine 720p-HD-Auflösung (1.280 x 720 Pixel). In Verbindung mit dem großen Objektivangebot ergeben sich auch im Videobereich vielseitige Möglichkeiten, wie beispielsweise eine kreative Freiheit durch Tiefenschärfekontrolle. Außerdem lassen sich die meisten Fotofunktionen auch bei der Videoaufzeichnung einsetzen. Zur Wiedergabe der Videoclips und Fotos auf einem Fernsehgerät ist eine HDMI-Schnittstelle vorhanden.

## Optionales Zubehör

Neben einem großen Angebot an Objektiven und Blitzgeräten gibt es zur D90 maßgeschneidertes Zubehör wie Fernauslöser, Netzadapter und das Multifunktions-Batterieteil MB-D80, mit dem die Betriebsdauer gesteigert werden kann. Neu ist die externe GPS-Einheit GP-1, mit der sich GPS-Standortdaten bequem aufzeichnen und zuordnen lassen.

Gleichzeitig mit der D90 wurde auch das AF-S DX Nikkor 18-105 mm/3,5-

5,6G ED VR (KB-äquivalent 27-158 mm) vorgestellt, das mit einem Silent-Wave-Motor für geräuscharme und schnelle Fokussierung sowie einem VR-Bildstabilisator ausgestattet ist, der drei Verschlusszeitenstufen kompensieren soll.

Objektiv und Kamera werden voraussichtlich ab dem 19. September einzeln oder als Kit verfügbar sein.

### AF-S DX Nikkor 18-105 mm/3,5-5,6G ED VR

#### Pluspunkte

- + Aufbau: 15 Elemente/11 Gruppen
- + 1 ED-Glas
- + 1 asphärische Linse
- + Silent-Wave-Motor
- + VR-Bildstabilisator
- + Nahgrenze: 45 cm
- + Abbildungsmaßstab: 1:5
- + Filtergewinde: 67 mm
- + Maße (LxØ): 76 x 89 mm
- + Gewicht: 420 Gramm



UVP: 289,- Euro  
Lieferbar voraussichtlich ab 19. 09. 08

# photokina Auftritt auf 1.000 Quadratmetern



Das CeWe Fotobuch und andere wertschöpfungsstarke Print-Produkte werden auf dem photokina Stand von CeWe Color im Mittelpunkt stehen.



# CeWe Fotobuch 2.0

CeWe Color will auf der photokina ein weiteres Kapitel der Erfolgsgeschichte seines Bestsellers „CeWe photo book“ schreiben. Auf einem 1.000 Quadratmeter großen Stand will das Unternehmen neue Versionen für Amateure und Profis vorstellen, innovative Anwendungen für CeWe Fotobücher demonstrieren, attraktive Präsentationsmittel für den Fotohandel zeigen und die Bestellsoftware für die Erfolgsprodukte auch für Mac OS Oberflächen einführen. Zusätzlich will Europas führender Fotofinisher den Fotohandel über Renditechancen mit wertschöpfungsstarken Bildprodukten und Fotogeschenken informieren und neue Vermarktungskonzepte für Standardprints vorstellen.

„Die Marktentwicklung zeigt, dass digitale Standardprints den weitgehenden Wegfall der Bilder vom Film in den Großlabors allein nicht kompensieren können“, erklärte Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender von CeWe Color, dem imaging+foto-contact. „Dagegen hat sich unsere Strategie, im Jahr 2005 das CeWe Fotobuch einzuführen und es in der Folgezeit konsequent als hochwertigen Markenartikel zu positionieren, als wegweisend für die gesamte Branche erwiesen: Denn die Katego-

rie der Fotobücher zeichnet sich durch enorme Wachstumsraten aus.“

Tatsächlich hat das CeWe Fotobuch (und die ebenfalls starke Nachfrage nach gedruckten Fotoprodukten wie Kalendern und Grußkarten) die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass CeWe Color inzwischen in Europa Marktführer im Bereich des hochwertigen Digitaldrucks ist. Nicht weniger als 25 Digitaldruckmaschinen stehen inzwischen in acht der fünfzehn Produktionsstandorte des Unternehmens, allein elf davon im Hauptquartier in Oldenburg. Zusätzlich

hat CeWe Color durch massive Investitionen in die weitgehend automatische Endverarbeitung die Weichen für weiteres Wachstum gestellt. Dieses Wachstum soll auf der photokina mit weiteren Neuheiten unterstützt werden: Erstmals wird das CeWe Fotobuch im Format A4 quer vorgestellt. Zudem will das Unternehmen die immer populärer werdenden großen Fotobuch-Formate XL (30 x 30 cm) und XXL (30 x 42 cm) in den Mit-

telpunkt stellen. Mit einer Erweiterung des Umfangs auf 130 Seiten möchten die CeWe Marketing-Experten vermeiden, dass Bilder nur deshalb nicht gedruckt werden, weil das Fotobuch voll ist. „Wir werten unsere Auftragsdaten konsequent aus“, erklärte Marketingleiter Thomas Grunau. „Dabei haben wir erkannt, dass viele Konsumenten große Bilder bevorzugen und dafür natürlich Platz brauchen. Zudem steigt die Zahl der Bilder pro Fotobuch stetig an – mit der Möglichkeit, mehr Seiten zu bestellen, kommen wir deshalb dem Verbraucher entgegen und sorgen natürlich auch für höhere Umsätze bei unseren Handelspartnern und in unseren Labors.“

## Vielfalt der Anwendungen

Mit zahlreichen Musterbüchern wird CeWe Color auf der photokina die Vielfalt der Anwendungen für das CeWe Fotobuch demonstrieren und dabei Konsumenten wie Profis gleichermaßen ansprechen. Themenbücher unter den Titeln Baby, Hochzeit, Urlaub werden ebenso zu sehen sein wie Varianten, in denen die von CeWe Color angebotenen redaktio-

nellen Inhalte verwendet werden. So können die Kunden zum Beispiel für ein CeWe Fotobuch über eine Urlaubsreise redaktionelle Inhalte zu dem entsprechenden Zielort hinzufügen und ihre eigenen Erinnerungen mit professionellen Aufnahmen ergänzen.

Eine wichtige Anwendung für das CeWe Fotobuch ist zudem die gewerbliche Nutzung. „Dieses neue Medium ist hervorragend für die Produktion von Produktkatalogen und Firmenbroschüren geeignet“, betonte Thomas Grunau. „Viele Profifotografen nutzen bereits die Möglichkeit, ihren Kunden das CeWe Fotobuch als attraktive Präsentationsmöglichkeit anzubieten und damit über den Fotoauftrag hinaus zusätzliche Umsätze zu erzielen.“

## Neu: CeWe Fotobuch auf Fotopapier

Als weitere Neuheit wird auf der photokina das erste CeWe Fotobuch auf echtem Fotopapier seine Premiere erleben. Damit will das Unternehmen neue Zielgruppen für dieses Produktsegment begeistern. „Das CeWe Fotobuch begeistert viele Konsumenten, weil sie die Möglichkeit bekommen, ihre Erinnerungen in Form eines professionell gedruckten Buches in den Händen zu halten“, erläuterte Thomas Grunau. „Mit der Erweiterung des Produkt-Portfolios auf Versionen aus echtem Fotopapier sprechen wir darüber hinaus Konsumenten an, die die Haptik und das Erscheinungsbild traditioneller Fotos besonders schätzen und dieses Gefühl auch bei einem Fotobuch nicht vermissen möchten. Da diese Zielgruppe nicht besonders preissensitiv ist, ergeben sich für den Fotohandel attraktive



Für die Präsentation des CeWe Fotobuchs im Geschäft steht dem Fotohandel eine umfassende Palette von Werbe- und Dekorationsmaterialien zur Verfügung.

## Bildergeschäft

Möglichkeiten zur Wertschöpfung – denn diese Kunden kaufen gerne und oft im Fachgeschäft.“

### Wertschöpfungs- starke Fotoprodukte

Neben dem Bestseller CeWe Fotobuch wird Europas größter Fotofinisher auf der photokina die gesamte Vielfalt des digitalen Bildergeschäftes demonstrieren. In einer Sonderpräsentation wird die beeindruckende Wirkung großer Fotos auf Leinen im Rahmen einer Ausstellung der bekannten Fotografin Liz Hickok gezeigt. Die Fotos dieser Künstlerin zeigen Silhouetten bekannter Städte, die aus Lebensmitteln nachgebaut wurden und einen hohen, dekorativen Effekt aufweisen. Natürlich wird CeWe Color auch das breite Spektrum weiterer Druckartikel wie Fotokalender, Gruß- und Visitenkarten sowie die fast unüberschaubare Fülle von Fotogeschenken zeigen, die das Unternehmen inzwischen anbietet.

### Präsentation am PoS

Während das traditionelle Bildergeschäft zu analogen Zeiten eine Domäne des stationären Einzelhandels war, werden Fotobücher in immer stärkerem Maße über das Internet bestellt. „Wir sind sicher, dass der Fotohandel hier noch ein großes Potential hat und wollen unsere Kunden dabei unterstützen, es auszuschöpfen“, sagte Thomas Grunau. „Unsere Erfahrungen zeigen, dass besonders diejenigen Fotohändler mit dem CeWe Fotobuch erfolgreich sind, die dieses attraktive Produkt aufmerksamkeitsstark und professionell in ihren Geschäften präsentieren.“ Auf dem

photokina-Stand von CeWe Color wird darum eine breite Palette von PoS-Materialien und Werbemitteln zu sehen sein, darunter Präsenter in verschiedenen Größen, attraktive Displaybanner, Acrylhalter für Musterbücher, Poster und vieles mehr. „Unsere Außendienstmitarbeiter helfen unseren Handelspartnern gerne dabei, eine individuelle Lösung für das jeweilige Geschäft zu entwickeln“, betonte Thomas Grunau. „Die Handelsspanne, die man mit dem CeWe Fotobuch erzielen kann, rechtfertigt auf jeden Fall eine prominente Platzierung – übrigens auch im Schaufenster.“

Auch die neugeschaffene Möglichkeit, eine Light-Version des CeWe

Fotobuchs an den CeWe DigiFoto-Maker Terminals zu bestellen, soll die Handelspartner dabei unterstützen, ihre Marktanteile im Fotobuch-Segment zu vergrößern. Die DigiFoto-Maker Bestellterminals werden übrigens ab der photokina auch mit einer Sofortdruck-Funktion erhältlich sein. „Damit versetzen wir unsere Handelspartner in die Lage, auch Kunden, die ein besonders schnelles Bild wünschen, ein entsprechendes Angebot zu machen“, resümierte Thomas Grunau. „Denn wir sehen es als unsere Aufgabe, unsere Partner in allen Aspekten des Bildergeschäftes zu unterstützen. Genau das werden wir auf der photokina demonstrieren.“

## Erstes Halbjahr im Plan

Die CeWe Color Holding AG hat das erste Halbjahr 2008 planmäßig abgeschlossen. Der Umsatz stieg um 1,2 Prozent auf 181,5 Millionen Euro. Das Ergebnis vor Steuern und Restrukturierungskosten verbesserte sich leicht auf einen Verlust von 1,2 Millionen Euro gegenüber einem negativen Resultat von 2,6 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2007.

Um 4,8 Millionen Euro höhere Restrukturierungskosten als im ersten Halbjahr 2007 führten zu einem Verlust nach Steuern von 12,1 Millionen Euro (erstes Halbjahr 2007: -8,7 Millionen Euro). Mit 9,7 Millionen Euro erreichte der Cash Flow (Ergebnis nach Steuern zuzüglich Abschreibung) nahezu das Vorjahresniveau von 10,4 Millionen Euro.

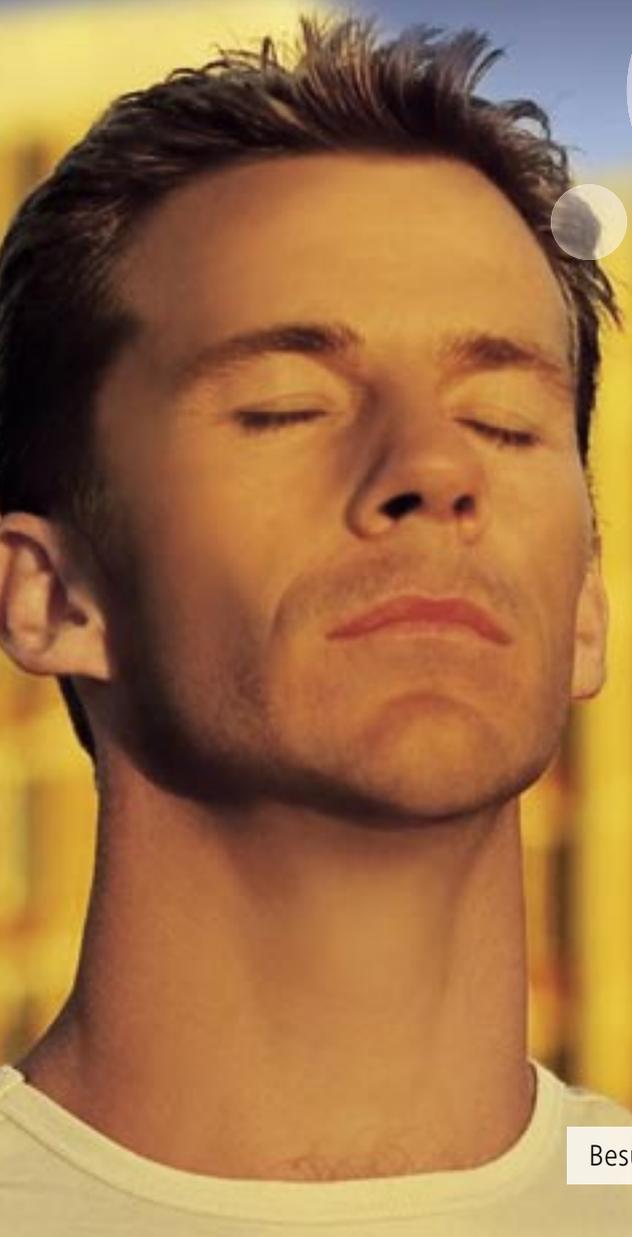
Erwartungsgemäß verringerte sich die Menge der Fotos von Filmen um 34,2 Prozent auf 413,4 Millionen Prints; die Zahl der digitalen Bilder (inklusive CeWe Fotobuch und Fotogeschenkartikel-Prints) wuchs um 17,1 Prozent auf 708,2 Millionen Stück. Damit liegt der Anteil der Digitalfotos bei CeWe Color jetzt bei 63 Prozent.

Am stärksten legte im ersten Halbjahr 2008 die Zahl der Digitalfoto-Bestellungen über das Internet zu: Hier verzeichnete die europäische Fotofinishing-Gruppe ein Plus von 34,4 Prozent auf 333,7 Millionen Stück. Der stationäre Handel bleibt aber weiterhin ein wichtiger Partner, da 56 Prozent der Internet-Bestellungen in den Geschäften abgeholt wurden, heißt es in einer Pressemitteilung.

Erstmals gab CeWe Color Verkaufszahlen für das CeWe Fotobuch bekannt: Der Absatz des Erfolgsproduktes wuchs im ersten Halbjahr 2008 um 91 Prozent auf 859.000 Stück. Aufgrund des saisonalen Schwerpunktes im dritten und vor allem im vierten Quartal erwartet der Vorstand für das Gesamtjahr 2008 einen Absatz von 2,5 Millionen CeWe Fotobüchern; im Vorjahr wurden 1,5 Millionen Stück verkauft.

„Vor dem Hintergrund des auf das vierte Quartal verlagerten Saisonschwerpunktes hat das erste Halbjahr unsere Erwartungen bestätigt“, erklärte Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG. Deshalb erwartet der Vorstand unverändert ein Umsatzwachstum von 3 Prozent auf 426 Millionen Euro, ein operatives Ergebnis vor Steuern und Restrukturierungskosten von 31 Millionen Euro (+ 12 Prozent) und ein um 53 Prozent auf 9 Millionen Euro verbessertes Nachsteuer-Ergebnis. Grundlage für diese positive Entwicklung soll die erwartete starke Nachfrage nach CeWe Fotobüchern und Fotogeschenken im vierten Quartal dieses Jahres sein.

use your  
**inner eye** ✨



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

Besuchen Sie uns auf der **Photokina 2008 in Köln** | Halle 2.1 | Stand C019

## SLR Objektiv von Carl Zeiss



### **Bewusst fotografieren. Intuition ist der Auslöser.**

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

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



We make it visible.

# Klassisches Zubehör erlebt Wiedergeburt

## Neue Fertigungstechniken und Materialien sorgen für ein immer breiteres Angebot

Die GfK und der Photoindustrie-Verband gehen davon aus, dass der Spiegelreflexkammermarkt auch in den kommenden Jahren weiter wächst. Damit schafft er eine noch breitere Basis für den Verkauf von Zubehör, als dies bereits in den vergangenen Monaten der Fall war. Neben neuen digitalen Zubehörprodukten wie digitalen Bilderrahmen erlebt dabei erfreulicherweise klassisches Zubehör eine Wiedergeburt, allen voran Objektive, Taschen und Blitzgeräte.

Im vergangenen Jahr wurden 43 Prozent aller SLR-Kameras nach Europa verkauft. 2007 erreichte der Spiegelreflexkammermarkt in Deutschland eine Wachstumsrate von 31 Prozent. Von den 715.000 Spiegelreflexkameras, die 2007 allein in Deutschland verkauft wurden, betrug der Anteil der digitalen Modelle 97 Prozent. Von diesem Trend zum Digitalen profitiert der Handel vor allem durch die Nachfrage nach Wechseloptiken. Das Wachstum drückt sich beispielsweise durch ein Umsatzplus von 80 Millionen Euro im Vergleich 2007 zu 2006 allein in Deutschland aus. Hier erreichte der Gesamtumsatz mit Objek-



*Mit dem wachsenden Interesse an der D-SLR-Fotografie wächst auch die Nachfrage nach Systemzubehör. Die Hersteller haben sich darauf eingestellt und erweitern ihr Sortiment kontinuierlich.*

tiven im vorigen Jahr eine Summe von 300 Millionen Euro (nach 220 Millionen Euro im Jahr 2006). In Stückzahlen wuchs das Geschäft mit Objektiven um über 35 Prozent von 650.000 auf 880.000. Weltweit wurden laut Photoindustrie-Verband und der GfK im Jahr 2007 über zwölf Millionen Objektive verkauft.

Ein Ende des Booms ist derzeit nicht abzusehen. So sagt beispielsweise die CIPA (Camera & Imaging Products Association, Japan) für das laufende Jahr einen weiteren Anstieg des Verkaufs von Wechselobjektiven um rund 17 Prozent voraus. Zwar soll die Kurve danach wieder ein wenig abflachen, aber dennoch sollen laut CIPA 2009 weltweit noch ein Anstieg von rund zehn Prozent und 2010 noch

ein Plus von annähernd sieben Prozent möglich sein. Wichtige Impulse für den Objektivverkauf wird ohne Zweifel die photokina setzen, denn die Innovationszyklen sind kürzer geworden – das gilt auch für Objektive. Und die Verbraucher wissen, dass sie für die optimale Umsetzung der Möglichkeiten ihrer Kamera auch modernste Optikprodukte benötigen.

### Objektive bieten mehr

Moderne Objektive bieten deutlich mehr in Bezug auf Qualität, Flexibilität und die kreativen Möglichkeiten des Fotografierens. So übertreffen neue Zoomobjektive, die vorrangig für Digitalkameras gerechnet wurden, oft die Qualität älterer Festbrennweiten. Neben den auf die besonderen



Die DSLR-Verkäufe steigen seit einigen Jahren stetig an. Dabei gingen im vorigen Jahr vier von zehn ausgelieferten Kameras nach Europa. Quelle: GfK

Anforderungen der Sensortechnik abgestimmten, optischen Konstruktionen, bieten Objektive der jüngsten Generation deutlich bessere Autofokusantriebe, effektivere Bildstabilisatoren und kompaktere Bauformen bei größeren Zoombereichen.

Ein weiterer Schritt hinsichtlich der Vergrößerung des Brennweitenbereichs nach unten und nach oben sowie der Verringerung der Baugröße bei Objektiven kündigt sich mit dem neuen, Anfang August von Olympus und Panasonic vorgestellten Micro Four Thirds Standard an (siehe an anderer Stelle dieser Ausgabe). Da sich beide Unternehmen bislang zu Produkten nicht konkret geäußert

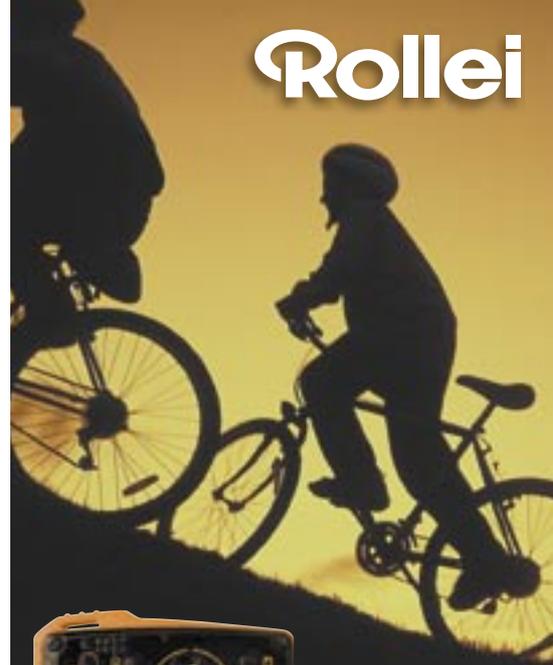
haben, darf man gespannt sein, ob es auf der photokina bereits detaillierte Informationen geben wird.

Für jede Anwendung gibt es das entsprechende Spezialobjektiv. Die großen Brennweitenbereiche der Superzooms vom extremen Weitwinkel bis zum Supertele geben dem Fotografen mit nur einem Objektiv mehr Flexibilität. Ultrakurze Brennweiten erschließen den extremen Weitwinkelbereich. Spezialobjektive für die Makrofotografie und den Perspektivenausgleich erweitern die kreativen Möglichkeiten. Gleichzeitig zeigt sich ein Trend zu höheren Lichtstärken. Ergänzend zu den Optik-Verbesserungen werden bei hochwertigen Kameras neuerdings auch Funktionen integriert, die eventuelle Abbildungsschwächen von Objektiven durch eine Fehlerkorrektur per Software ausgleichen.

Erfreulich für den Handel ist die Tatsache, dass Fotografen inzwischen



Auch Mittel- und Großformatfotografen profitieren von den Fortschritten im Objektivbau. So hat zum Beispiel Carl Zeiss soeben mit dem Distagon T\* 3,5/18 ZF ein neues, äußerst kompaktes Superweitwinkelobjektiv mit einem Bildwinkel von 99° ins Programm genommen.



Besuchen Sie uns auf der photokina, Halle 5.2, Stand D9.



## ABTAUCHEN...

UND DIE FASZINATION FOTO AN JEDEM ORT ERLEBEN

Wohin es auch geht – die Rollei X-8 SPORTS ist immer dabei. Mit einer Wasserdichte bis zu 10 Meter ist sie mehr als nur wettersicher. Zudem sorgt ihr extrem stoßfestes und kompaktes Gehäuse für den perfekten Einsatz in jeder Situation – egal ob zu Wasser oder an Land, im Schnee, beim Wandern oder Klettern – die X-8 SPORTS ist jederzeit bereit für brillante Bilder.

- ▶ 8 Megapixel
- ▶ Rollei 3x optischer Apogon Zoom
- ▶ 4x Digital Zoom
- ▶ 2.5" Farb-LTPS-TFT-LCD
- ▶ USB Port
- ▶ SD Card 2 GB, SDHC 8 GB Support
- ▶ wasserdicht bis 10 Meter
- ▶ stoßfest bis 1 Meter Fallhöhe
- ▶ frostsicher bis minus 5° Celsius
- ▶ 24 Motiv-Programme inkl. Night-Shot-Mode u. Sport
- ▶ Panoramafunktion
- ▶ Datum- und Uhrzeit-Anzeige
- ▶ Rote-Augen-Reduktion
- ▶ Burst-Funktion

# Rollei X-8 SPORTS

immer häufiger zu hochwertigen Objektiven greifen. Dies sorgt nicht nur für höhere Erträge, sondern trägt auch zu besseren Bildergebnissen und damit zu mehr Spaß an der Fotografie bei. Viele DSLRs werden heute im Kit mit Zoomobjektiven verkauft. Während hier vom Verbraucher Standardzooms, gefolgt von Telezooms, bevorzugt werden, ist es bei Einzelkäufen das Telezoom. Speziell gefragt sind auch extreme Weitwinkel, und an nächster Stelle kommen Objektive, die den Makrobereich abdecken. Neue Materialien wie bleifreie Gläser machen die Fotografie umweltfreundlicher.

## Erfolg mit Fototaschen

Fototaschen, -koffer und -rucksäcke gehören derzeit ebenfalls zum meistverkauften Zubehör im Fotomarkt. Allein in Deutschland stieg, laut Photoindustrie-Verband und GfK, der Absatz im Vergleich zu 2006 im Jahr 2007 um über 30 Prozent auf fast fünf Millionen Fototaschen und -rucksäcke bei einem Umsatz, der im Jahr 2007 annähernd 85 Millionen Euro betrug. Und auch in den ersten Monaten des laufenden Jahres entwickelte sich dieses Segment weiterhin positiv. Damit belegt die Produktgruppe im Umsatz nach den Objektiven den zweiten Platz beim Fotozubehör.

Diese positive Entwicklung geht einher mit der ungebrochenen Nachfrage nach digitalen Kompaktkameras



*Gerade große und teure Fotoausrüstungen brauchen Taschen oder Rucksäcke, die sowohl hinsichtlich der Handhabung als auch mit Blick auf den Schutz des wertvollen Inhalts den hohen Ansprüchen der Nutzer gerecht werden.*



*Fototaschen, -koffer und -rucksäcke sind in den vergangenen Jahren auf Platz zwei der Verkaufsstatistik beim Foto-Zubehör geklettert.*

und Camcordern, dem gestiegenen Absatz an digitalen Spiegelreflexkameras, aber auch den Produkten selbst, die sich in immer besserer Ausstattung präsentieren und für jeden Geschmack das passende Design bieten.

Die Zeiten sind vorbei, als Fotografen sich mit schlichten Fototaschen oder Kamerarucksäcken abquälen mussten, die hinsichtlich ihrer Sicherheit der kostbaren Ausrüstung oft nicht gerecht wurden und die auch optisch wenig zu bieten hatten. In den letzten Jahren haben die Hersteller alles dafür getan, dass Sicherheit und Bequemlichkeit dieser Artikel kaum noch Wünsche offen lassen.

Ob man eine Bergwanderung, eine Skitour oder einen Strandurlaub plant, ob man auch sein Notebook immer dabei haben möchte oder nur seine Kompaktkamera und Kleinigkeiten wie Mobiltelefon und Brieftasche unterbringen möchte – kein Wunsch muss unerfüllt bleiben.

Viel Wert wurde zuletzt darauf gelegt, den Bedienkomfort, hier vor allem die Zugriffsmöglichkeiten auf die Ausrüstung, zu verbessern. Der digitalen Welt tragen die Hersteller mit Extrafächern für Speicherkarten, Handy und Notebook Rechnung. Zum Verkaufsschlager haben sich in den vergangenen Monaten Taschen entwickelt, die nicht nur in klassischem Schwarz oder Grau zu haben sind, sondern in nahezu allen modischen Farbtönen.

## Zusätzliche Lichtquellen

Mit dem wachsenden Interesse an der digitalen SLR-Fotografie erlebt auch das externe Blitzgerät eine Renaissance. Seine Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig: Wichtigster Grund, ein externes Blitzgerät zu benutzen, ist zu geringes Umgebungslicht. Aber darüber hinaus setzen kreativ arbeitende Fotografen die zusätzlichen Lichtquellen auch ein, um Schatten aufzuhellen, Kontraste im Bild zu mindern, Farben kräftiger erscheinen zu lassen und eventuelle Farbstiche, verursacht durch das vorhandene Umgebungslicht, zu verringern. Mit externen, sprich getrennt

von der Kamera, eingesetzten Blitzgeräten lassen sich durch geschickte Lichtführung Personen oder Objekte plastischer beleuchten und gezielt Akzente setzen. Blitzlicht kann schnellste Bewegungen „einfrieren“ und umgekehrt durch die beim Blitzen mit langen Belichtungszeiten entstehenden Wischeffekte Bewegung suggerieren. Durch die ausgereifte, auf die Kameras abgestimmte Steuertechnik lassen sich die meisten Blitzlichteffekte moderner Blitzgeräte über die Automatik realisieren. So kann der Anwender bei den meisten Blitzgeräten wählen, ob die Blitzsynchronisation auf den ersten oder zweiten Verschlussvorhang erfolgen soll. Er kann vorgeben, ob der Blitz als Haupt- oder Aufhell-Licht genutzt werden soll und sich darauf verlassen, dass die Automatik beim Blitzen stets zuverlässig den Leuchtwinkel des Reflektors der Brennweite des an der Kamera

angesetzten Objektivs anpasst. Dreh- und schwenkbare Zoomreflektoren ermöglichen indirektes Blitzen. Streuscheiben und Reflexschirme sorgen für besonders weiches Licht. Im Zuge der Digitaltechnik wurde es auch möglich, die Steuerelektronik der



Blitzgeräte durch Firmware-Updates über eine integrierte USB-Schnittstelle den Neuerungen und Sonderfunktionen der sich ändernden Blitzautomatiken der Kameras anzupassen.

## Der Bedarf an Speicherkarten wächst immens

Zwar kein klassisches Zubehörprodukt in dem Sinne, dass es bereits zu analogen Zeiten existierte, diesen aber trotzdem zurechenbar sind Speicherkarten – die ja letztlich nur den Film als Speichermedium ersetzt haben. Der Bedarf an Speichermedien wächst schier ins Unermessliche, denn hochauflösende Bildsensoren produzieren riesige Bilddateien, die zwischengelagert, transportiert und archiviert werden müssen. Immer schnellere Schreib- und Lesegeschwindigkeiten haben zudem den kleinen Speichermedien den Weg in die Videowelt geöffnet und vielfach zu einer Ablösung von Bändern oder DVDs geführt. Die ursprünglich für die Digitalfotografie entwickelten Flash-Speicher haben



darüber hinaus in Videorecordern, MP3-Playern, TV- und Navigationsgeräten und PDAs Einzug gehalten. Durch den wachsenden Bedarf hoher Speicherkapazitäten in einer Vielzahl mobiler Geräte steigt auch die Anzahl unterschiedlicher Formate und Formfaktoren. Von seiten der Handyhersteller gibt es Bemühungen, einen neuen Kartenstandard für mobile Digitalprodukte zu schaffen. Der neue Universal-Flash-Storage-Standard soll die Kompatibilität der Speicherkarten erweitern und stärken. Der neue Kartenstandard soll bei kleinerer Bauform noch höhere Kapazitäten und schnellere Transferraten bei geringerem Energiebedarf bieten.

# walther auf der photokina 2008



**Neues,  
überraschendes,  
exclusives,  
profitables.**

**Wir freuen uns  
wenn Sie  
kommen.**

 **walther**  
Für Ihre Bilder das Beste.



**Info:**

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

**potokina 2008  
Köln, 23. - 28. September  
Halle 9, Stand C 011**

# Rollei gut im Rennen

## Hohe Bekanntheit bei den über 30jährigen

Vor gut einem Jahr hat die RCP-Technik GmbH mit einem kleinen, aber interessanten Sortiment an Digitalkameras den Markennamen Rollei neu belebt. Erster öffentlicher Auftritt war die IFA 2007. Eine positive Resonanz auf die gut ausgestatteten Kameras mit den guten Margen ließ nicht lange auf sich warten. Über den Verlauf des ersten Jahres, Trends und Zukunftsaussichten sprach *imaging+foto-contact* mit Thomas Güttler, Geschäftsführer der RCP-Technik GmbH.



Thomas Güttler: „Wir rechnen in diesem Jahr mit einem Marktanteil von drei bis vier Prozent.“

***imaging+foto-contact:*** Herr Güttler, vor einem Jahr hat RCP-Technik die Traditionsmarke Rollei wiederbelebt und seither verschiedene Digitalkamera-Modelle auf den Markt gebracht. Haben sich Ihre Erwartungen erfüllt?

**Thomas Güttler:** Absolut. Wir rechnen damit, dass wir hierzulande in 2008 einen Marktanteil von drei bis vier Prozent erreichen werden. Entscheidend für diesen Erfolg ist, dass wir mit einem soliden und sehr zuverlässigen Produkt-Portfolio in den Markt gingen und so das Vertrauen des Handels gewinnen konnten.

***imaging+foto-contact:*** In welchen Vertriebswegen sind Rollei Digitalkameras inzwischen vertreten?

**Thomas Güttler:** Unsere Vertriebsstrategie konzentriert sich auf den Fotofachhandel und die Fachabteilungen der Fachmärkte wie expert,

EP, MediMax, Euronics, Saturn oder Media Markt.

***imaging+foto-contact:*** Welche Produkte haben sich im vergangenen Jahr als besonders erfolgreich erwiesen?

**Thomas Güttler:** Das meistverkaufte Modell war die Rollei XS-8 mit einem Verkaufsanteil von 20 Prozent. Aber auch mit dem Verkauf der Weitwinkelkamera RCP-8427XW waren wir sehr zufrieden.

***imaging+foto-contact:*** Vor einem Jahr haben Sie betont, der Fotofachhandel müsse nicht befürchten, Rollei Digitalkameras oder baugleiche Produkte als Postenware bei Discountern oder anderen branchenfremden Vertriebswegen zu finden. Gilt das auch heute noch?

**Thomas Güttler:** Dazu stehen wir noch heute. Es werden auch in Zukunft

keine Rollei Digitalkameras in Discountern, Verbrauchermärkten und dem Lebensmitteleinzelhandel verkauft, damit würden wir doch nur dem Rollei Markenimage schaden.

***imaging+foto-contact:*** Welche Gründe gibt es für den Fotohandel noch, sich für die Marke Rollei einzusetzen?

**Thomas Güttler:** Die Marke Rollei besitzt gerade bei einer Zielgruppe ab 30 Jahre hohe Bekanntheit und einen guten Namen. Sie steht für Qualität, Innovation und Fotografieren schlechthin. Dieses Image kann der Fotohändler im Verkaufsgespräch nutzen. Darüber hinaus bieten wir dem Fotofachhandel höhere Preisspannen als die meisten Mitbewerber. Eine geringe Ausfallrate von klar unter einem Prozent sorgt für zufriedene Kunden, die so für Anschlusskäufe gerne wiederkommen.

**imaging+foto-contact:** Kann der Fotohandel auch mit speziellen Unterstützungsmaßnahmen von Ihrer Seite rechnen?

**Thomas Güttler:** Wir unterstützen unsere Handelspartner mit individuell gestaltbaren PoS-Materialien, um das Rollei Kamera-Sortiment wirkungsvoll zu inszenieren. Zudem erhalten die Fachhändler regelmäßige Schulungen durch unsere Außendienstmitarbeiter und werden über alle verkaufsfördernden Aktionen durch unseren Innendienst zeitnah informiert. Produkteinführungen unterstützen wir durch überregionale, regelmäßige Promotion-Aktionen, die wir intensivieren werden. Ein Beispiel ist eine Promo-Aktion mit einem Fotofachgeschäft auf Sylt parallel zum Surf Weltcup Ende September, wo die Kunden Rollei X-8 Sports Kameras gewinnen können.

**imaging+foto-contact:** Sie haben mit dem Wiederaufbau der

Marke Rollei in Deutschland begonnen, aber die Markenrechte für ganz Europa erworben. Wie weit ist das Projekt „Internationalisierung“ gediegen?

**Thomas Güttler:** In der Schweiz und Österreich kommen wir mit dem Aufbau unseres Vertriebsnetzes gut voran und sind dort bereits bei größeren Handelsketten und einigen Fotofachhändlern gelistet.

Die internationalen Vertriebsaktivitäten wollen wir weiter verstärken und auch auf andere Länder kontinuierlich ausdehnen. Die ersten Schritte dafür haben wir in Italien und Skandinavien getan.

**imaging+foto-contact:** Wie geht es nach dem ersten Jahr mit Rollei weiter? Welche Schwerpunkte wollen Sie auf den kommenden Messen (IFA und photokina) setzen?

**Thomas Güttler:** Die Messen möchten wir dazu nutzen, das Vertrauen beim Handel und beim Ver-

braucher weiter auszubauen. Die IFA wie auch die photokina bieten ausgezeichnete Kommunikationsplattformen, um die neuen Modelle und ihre vielseitigen Anwendungsmöglichkeiten unseren Zielgruppen zu präsentieren.

Auf der IFA wird erstmals die wasserdichte Rollei X-8 Sports gezeigt, zur photokina präsentieren wir dann ein weiteres Highlight: eine 10-Megapixel-Kamera mit Touch Screen.

Ausblickend auf das Geschäft in 2009 rechnen wir mit weiteren Umsatzsteigerungen und einem Marktanteil von fünf bis sechs Prozent.

Außerdem wird die Ausstattung unserer Modelle immer weiter optimiert. Schon gegen Ende 2008 wollen wir Rollei Kameras mit optischem Bildstabilisator zur Marktreife bringen.

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

## Rollei stellt auf der IFA die neue S-Klasse vor

Mit der S8 und S10 stellt RCP auf der IFA zwei Einsteigerkameras vor, die ab September als Sonder-Edition in limitierter Stückzahl zur Verfügung stehen. Zum Lieferumfang der Sonder-Edition gehören jeweils eine Fototasche, eine 1 GB SD-Karte und die Bildbearbeitungssoftware „Photo-Studio 9“ von Zoner.

Beide Kameras sind mit einem Rollei Apogon 3fach-Zoomobjektiv ausgestattet und bieten eine Auflösung von 8 bzw. 10 Megapixeln. Weitere Gemeinsamkeiten sind: Serienbild-Funktion mit 3 Bildern/Sekunde, digitaler Verwacklungsschutz, Gesichtserkennung für ein oder mehrere Gesichter, Smile Detection (automa-



tische Auslösung bei lächelnden Personen), MPEG-Videofunktion sowie „Coupling Shot“-Funktion, mit der zwei Aufnahmen zu einem Bild kombiniert werden können. Die Speicherung kann auf einem internen Speicher oder auf SD-/SDHC-Karten erfolgen. Die Energie beziehen beide Modelle aus 2 AA Batterien oder Akkus.

Während die S8 einen 1/2,5-Zoll-CCD-Bildsensor und eine Auflösung von 8 Megapixeln bietet, hat die S10 einen 1/2,3-Zoll-CCD und löst 10 Megapixel auf. Weitere Unterscheidungsmerkmale: 2,5 Zoll (S8) bzw. 2,7 Zoll (S10) große Displays (jeweils 230.000 Bildpunkte), interner 16-MB- (S8) bzw. 32-MB-Speicher, 4fach- (S8) respektive 5fach-Digital-zoom (S10), Zoombereiche 37,5–112,5 mm (S8) und 35,5–106,5 mm (S10), Gewicht 140 Gramm (S8) bzw. 120 Gramm (S10).

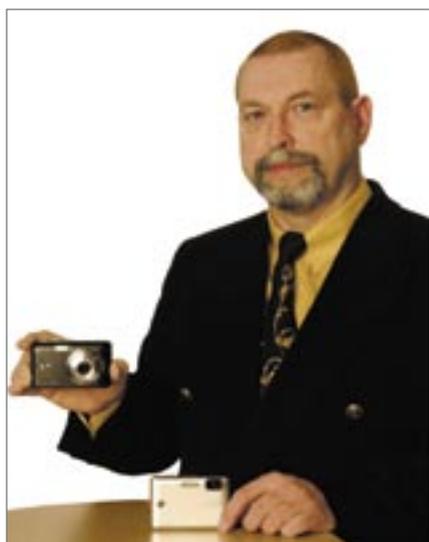
Beide Kameras sind in Silber und Schwarz erhältlich. Die UVPs betragen 99,95 Euro (S8) bzw. 149,95 Euro (S10).

# Premiere auf 1.000 m<sup>2</sup>

## General Imaging stellt seine Produkte vor

Beflügelt durch die guten Verkaufserfolge, die positive Resonanz im Handel und bei den Verbrauchern sowie die Auszeichnung durch die unabhängige Jury des Plus X Awards will General Imaging, Lizenzinhaber für Digitalkameras der Marke General Electric, auf der photokina noch einmal richtig durchstarten.

Auf rund 1.000 Quadratmetern will der Newcomer in Halle 5.1 das Digitalkameraportfolio der Marke General Electric sowie das dahinterstehende Verkaufs- und Marketingkonzept präsentieren und existierenden wie potentiellen Handelspartnern die Vorteile einer Zusammenarbeit erläutern. Für die Betreuung der Endkunden auf der Messe stehen



Manfred Birrong, GE Verkaufsleiter Deutschland, stellte in der *imaging+foto-contact* Redaktion das aktuelle GE Kameraportfolio vor und erläuterte die photokina-Pläne des Unternehmens.



Rund 1.000 m<sup>2</sup> wird der Stand groß sein, mit dem General Imaging und die Kameramarke General Electric auf der photokina Premiere feiern werden.

geschulte Mitarbeiter an Beratungsinseln bereit, die alle Produkte mit ihren vielseitigen Funktionen erklären. Für den Fachbesucher gibt es einen abgeschlossenen Händlerbereich, in dem die General Imaging Vertriebsmannschaft, verstärkt durch Mitarbeiter aus dem Salesteam von S & M Rehberg, mit Rat und Tat zur Seite stehen. Die Vertriebsmitarbeiter von S & M Rehberg sind auch nach der Messe für die flächendeckende Betreuung zuständig.

### Attraktives Portfolio

Weltweit bietet das in Torrance, Kalifornien (USA), beheimatete Unternehmen derzeit zehn Kameramodelle für die unterschiedlichsten Anwender-

bedürfnisse an. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen der aktuellen Modellpalette bewegen sich

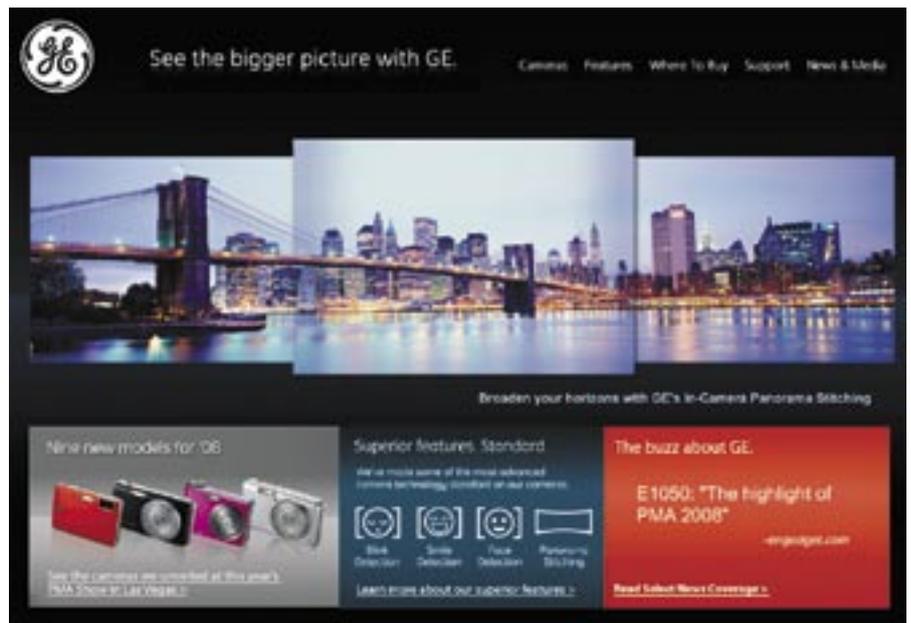
### „Happy hour“ am Stand

Fotohändler, die tagsüber nicht genügend Zeit für einen Besuch auf dem Stand von GE finden, können auch nach dem offiziellen Ende der Messe noch mit Vertretern des Unternehmens ins Gespräch kommen: An den ersten drei Messetagen lädt General Imaging von 18:00 bis 19:00 Uhr zu einer „Happy Hour“ ein. In dieser Zeit können sich die Gäste dann in gemütlicher Runde und bei einem Imbiss über die Produkte und das dahinterstehende Konzept informieren.

zwischen zirka 120 und knapp 270 Euro für das mit einem Plus X Award für Innovation und Bedienung ausgezeichnete Topmodell E1050. Damit bietet das vorhandene Sortiment schon jetzt in jedem Fall eine hervorragende Alternative für Fotohändler, die auf der Suche nach Produkten sind, die bislang noch nicht im Fokus der Verbraucher und damit auch nicht im unmittelbaren Wettbewerbsvergleich stehen. Und die ambitionierten Pläne des Unternehmens lassen erwarten, dass demnächst weitere attraktive Geräte auf den Markt kommen.

## Trumpfkarte Qualität

„Wenn man als Neueinsteiger in einem so hart umkämpften Markt wie dem Fotomarkt nicht von vornherein auf verlorenem Posten stehen will, dann muss man sich für einen von zwei Wegen entscheiden: Entweder man geht über den Preis, um Marktanteile und Bekanntheit zu gewinnen, oder man setzt auf hohe Qualität. GE hat sich für die Qualitätsvariante ent-



Auf der englischsprachigen Webseite [www.ge.com/digitalcameras](http://www.ge.com/digitalcameras) informiert das US-Unternehmen General Electric ausführlich über die GE Digitalkameras.

schieden und damit bislang weltweit sehr großen Erfolg erzielt“, betonte Manfred Birrong, GE Verkaufsleiter Deutschland, im Gespräch mit *imaging+foto-contact*. „Wir sind eine Premiummarke und erzielen mit unseren Kameras wettbewerbsfähige Preise.“

Die Sicherung einer durchgehend hohen Produktqualität ist eine der

Trumpfkarten von General Imaging. Hinzu kommt die Fähigkeit, neueste technologische Entwicklungen schnell in die Produkte zu integrieren. So basieren das hervorragende Preis-/Leistungsverhältnis und die Möglichkeit für den Händler, einen erfreulichen Rohertrag zu erwirtschaften, auf einem einfachen, aber für viele Fotohändler immer noch ungewohnten Produktkonzept: Das gesamte GE Sortiment zeichnet sich durch eine klare Linie und Struktur aus. Alle GE Kameras warten mit einer einheitlichen Bedienung und einer

*General Imaging vertreibt GE Kameras in den drei Produktlinien A (für das Einstiegssegment), G (für designorientierte Nutzer) und E (für den gut ausgestatteten Premiumbereich). Alle GE Kameras sind mit unterschiedlichen Gehäusefarben zu bekommen. Das Modell GE A835 (oben) bietet*

*für einen UVP von 139,99 Euro unter anderem einen Acht-Megapixel-Aufnahmechip und ein Dreifach-Zoomobjektiv, die GE G2 (UVP: 139,95 Euro, Mitte) fällt optisch durch ihr nur 20*

*Millimeter dünnes Gehäuse auf, und die GE E1235 (UVP: 229,95 Euro, unten) vereint unter anderem einen großen 2,7"-Monitor mit umfangreicher Fototechnik.*



## Kontaktdaten von GE

Die Kontaktdaten für General Imaging in Deutschland sehen folgendermaßen aus: Vertriebsleiter ist Manfred Birrong, Geiselhof 7, 92272 Freudenberg, Telefon 09627-91220, Telefax 09627-91219 (ab 1. Januar Fabrikstr. 17, 92224 Amberg), E-Mail [mbirrong@general-imaging.com](mailto:mbirrong@general-imaging.com). Der deutsche Vertriebspartner S & M Rehberg hat folgende Adress- und Kontaktdaten: Heidlohstr. 10, 22459 Hamburg, Telefon 040-5592008/09, Telefax 040-5592000.

## Unternehmen

Vielzahl identischer Ausstattungsmerkmale auf. So bieten zum Beispiel alle Modelle, vom besonders preiswerten Sieben-Megapixel-Einstiegsmodell bis zum Zwölf-Megapixel-Topmodell, Features wie Gesichtserkennung, Smile-Detection (Kamera löst aus, wenn die Person lächelt), Blink-Detection (Kamera warnt, wenn eine Person die Augen geschlossen hat; diese Funktion sorgt sogar bei Gruppenaufnahmen für gelungene Fotos), Bildstabilisator, LCD mit automatischer Helligkeitsanpassung und eine Panoramafunktion, die drei Aufnahmen zusammenfügt.

### Identisches Bedienkonzept

Dass auch das Bedienkonzept bei allen GE Kameras identisch ist, kommt dem Handel beim Verkaufsgespräch am Point of Sale ebenfalls entgegen. Alle Gemeinsamkeiten erleichtern es, den Überblick zu behalten und



Die GE E1050 wurde im Juni mit dem Plus X Award ausgezeichnet.

gegenüber dem Kunden Kompetenz zu zeigen.

Der Preisunterschied, der trotz dieser in weiten Teilen identischen Ausstattung besteht, erklärt sich durch die weiteren Ausstattungsmerkmale der einzelnen Modelle. Hier ergeben

sich Unterschiede vor allem bei der Anzahl der Pixel des Aufnahmechips, bei der maximalen ISO-Empfindlichkeit, der Größe des Sensors und der Kapazität des internen Speichers. Und das Topmodell E1050 zeichnet sich sogar durch einen berührungsempfindlichen 3"-Monitor, ein 28-mm-Weitwinkelzoom, das Edelstahlgehäuse sowie HDMI Videoaufnahme und Wiedergabe direkt aus der Kamera ohne Zusatzgeräte aus.

### Kostenfreie Hotline

Groß geschrieben wird bei General Imaging auch das Thema Service: Das Unternehmen hat eine für den Anrufer kostenfreie Hotline (0800-GEPHOTO bzw. in Ziffern 0800-4374686) eingerichtet, die jedem Besitzer einer GE Kamera bei technischen Fragen oder Problemen hilft. Für den Fall, dass die Hotline nicht helfen kann, wird dem Kunden ein Austausch der Kamera innerhalb 48 Stunden angeboten.

GE	A735	A835	G2	E840s	E1035	E1050	E1235
CCD / Auflösung	1/2,5 Zoll / 7,07 MP	1/2,5 Zoll / 8,0 MP	1/2,35 Zoll / 8,0 MP	1/2,5 Zoll / 8,0 MP	1/1,7 Zoll / 10,1 MP	1/2,33 Zoll / 10,5 MP	1/1,72 Zoll / 12,2 MP
Display / Pixel	2,5 Zoll / 153.600		2,7 Zoll / 230.400			3,0 Zoll / 230.400	2,7 Zoll / 230.400
Objektiv	2,8-4,8/36-108 mm		3,5-5,15/38-152 mm	3,4-5,8/36-144 mm	2,8-4,9/34-102 mm	3,3-4,9/28-140 mm	2,8-4,9/34-102 mm
Empfindlichkeit	ISO 80 - ISO 1.600				ISO 80 - ISO 3.200		
Speicher intern	32 MB		26 MB				
Batterien/Akku	2 x Mignon AA		Lithium-Ionen-Akku GB-20		Lithium-Ionen-Akku GB-40		
Maße (in mm)	92,3 x 59,0 x 27,5		91,0 x 59,8 x 20,0	95,7 x 56,0 x 21,0	103,0 x 56,0 x 24,0	92,5 x 57,0 x 23,5	103,0 x 56,0 x 24,0
Gewicht	133 Gramm (nur Kamera)		95 Gramm (nur Kamera)		145 Gramm (nur Kamera)		
UVP	119,99 Euro	139,99 Euro	199,95 Euro	249,95 Euro	159,95 Euro	269,95 Euro	229,95 Euro

Alle Modelle Typ A (A735 und A835) werden mit Ladegerät und Mignon-Akkus geliefert, alle anderen Kameras (Serie G und E) inklusive zweitem Lithium Ionen Akku.

## Michael Geiler ist neuer Vertriebsleiter bei DayMen

Michael Geiler ist seit 15. August der neue Vertriebsleiter bei DayMen. Der Diplom-Betriebswirt kann auf eine 15-jährige nationale und internationale Erfahrung in Vertrieb und Marketing zurückblicken. Zuletzt war Geiler bei Melitta Haushaltsprodukte GmbH & Co. KG als Leiter Vertrieb Fachhandel in Deutschland tätig. Weitere Stationen des 45-jährigen waren die Agfa Deutschland Vertriebs GmbH, Folex GmbH sowie Rollei Fototechnic.

## Datacolor verlängert Umtauschaktion

Aufgrund der großen Nachfrage hat Datacolor seine Umtauschaktion für ältere Kalibriergeräte bis zum 28. September verlängert. Besitzer von älteren Kalibrierungsgeräten (nicht nur von

Datacolor, sondern auch von anderen Herstellern) können diese beim Händler abgeben oder an Datacolor schicken. Im Gegenzug erhalten die Besitzer die neueste Technologie zur Farbkalibrierung in Form eines Spyder3Elite oder eines Spyder3Studio bei einem Preisnachlass von 50 Euro. Besucher der photokina können ihre alten Geräte auch auf dem Datacolor-Stand (Halle 4.1, Stand D11/E19) direkt eintauschen und bekommen das neue Gerät dann innerhalb von zwei Arbeitstagen zugeschickt.

## Happy Foto erweitert Fotobuch-Produktion

Der Online- und Mailorder-Fotofinisher Happy Foto, Freistadt, Österreich, will seine Fotobuch-Produktion deutlich ausweiten. Zu diesem Zweck installiert das Unternehmen zwei weitere Digitaldruck-Maschinen. Damit soll einem

Bericht der Tageszeitung „Oberösterreichische Nachrichten“ zufolge die Produktionskapazität von 500 auf bis zu 1.500 Bücher pro Tag steigen. Happy Foto hat im vergangenen Jahr seine Bildproduktion um 64 Prozent auf 82 Millionen Fotos gesteigert und dabei einen Umsatz von 15 Millionen Euro (plus 20 Prozent) erzielt.

## Carl Zeiss stattet Handel mit neuem PoS-Material aus

„Eine Präsentation, die verspricht, was die Produkte halten“, beschreibt Carl Zeiss seinen neuen Auftritt beim Fotohandel. Mit einer Vielzahl von PoS-Materialien will das Unternehmen die Premium-Qualität der Marke Zeiss unterstreichen. „Von Produkt-Aufstellern für Objektive und Kameras oder Marken-Aufstellern, über pfiffige Multimedia-Diplays für die Verkaufstheke bis zu speziellen Preis- und Info-Schildern ist alles dabei“, beschreibt Christoph Horn, Fotofachhändler aus Erfurt, das Sortiment.

**Täglich neue Branchen-Nachrichten:** [www.worldofphoto.de](http://www.worldofphoto.de)

# Manche Momente verdienen mehr als klassisches Fotopapier.

Gravur auf Kunststoff und Glas

Portrait auf Marmor

Dauerhafte Metalmarkierung

Holzgravur

Fotokulptur auf Acryl

Abbildung auf Fliese

**Besuchen Sie uns auf der photokina, Halle 10.1, Stand B 041**

**Erschließen Sie neue Möglichkeiten – mit einem VersaLASER®!**

- Schaffen Sie neue Einkommensquellen
- Begeistern Sie Ihre Kunden mit neuen Dienstleistungen
- Steigern Sie Ihre Kundenfrequenz und gewinnen Sie neue Kunden
- Unterscheiden Sie sich von Ihren Mitbewerbern

**Möchten Sie mehr erfahren? Rufen Sie uns an unter +43 1 402220 oder senden Sie uns eine E-mail an [sales@uls.at](mailto:sales@uls.at). Besuchen Sie uns auch auf [www.uls.at](http://www.uls.at).**

www.uls.at  
sales@uls.at **UNIVERSAL LASER SYSTEMS**

©2008 Universal Laser Systems, Inc. Sämtliche Rechte vorbehalten. Universal Laser Systems Logo und Name sowie VersaLASER sind eingetragene Warenzeichen der Universal Laser Systems, Inc. PK08-1

# photokina oder nicht?

## Statements der Kooperations-Geschäftsführer Den Anfang macht Michael Gleich, Ringfoto

Im Vorfeld der photokina mag sich so mancher Fotohändler fragen, ob sich der Besuch in Köln für ihn wirklich lohnt. Wir meinen, dies sollte außer Frage stehen, denn nirgendwo anders kann man die Welt des Imaging so unmittelbar erleben wie in Köln und sich Anregungen für die Zukunft des eigenen Geschäftes holen. Diese Meinung teilen auch die **Vertreter** der Fotokooperationen, die wir nach ihrer Meinung gefragt haben.

Lesen Sie auf den folgenden Seiten, was Michael Gleich, Geschäftsführer Ringfoto, Dieter Naruhn, Leiter Einkauf/Verkauf bei europa-foto, und Ralf Wegwerth, Geschäftsführer Optimal Foto, ihren Händlern für einen Besuch in Köln mit auf den Weg geben. Wir haben allen dreien identische Fragen vorgelegt. Hier die Fragen und die Antworten:

**imaging+foto-contact:** *Nehmen wir an, Sie müssten Ihren Mitgliedern eine Empfehlung für einen Rundgang über die photokina aussprechen: Welche Produktbereiche sollten sich diese sowohl hinsichtlich des technologischen Fortschritts als auch mit Blick auf die zukünftigen Absatzchancen nicht entgehen lassen.*

**Michael Gleich:** Wir werden unseren Mitgliedern zirka zehn Tage

vor dem Beginn der Messe einen „photokina-Wegweiser“ mit den wichtigsten Tipps für einen effektiven Besuch der Messe geben; zu diesem Zeitpunkt werden alle wesentlichen Informationen für einen gezielten Rundgang vorliegen. Wir werden dabei die beiden Themenbereiche Hardware und Dienstleistungen

unsere Händler ihren Wissensvorsprung behalten.

Die Messe sollte vor allem aber genutzt werden, um das eigene Dienstleistungsportfolio zu überprüfen und nach Lösungen für Eigen- und Fremdfertigung zu suchen. Fotokiosks, Drylabs, Fotobuch – auch in der Eigenfertigung – sind nur die wich-



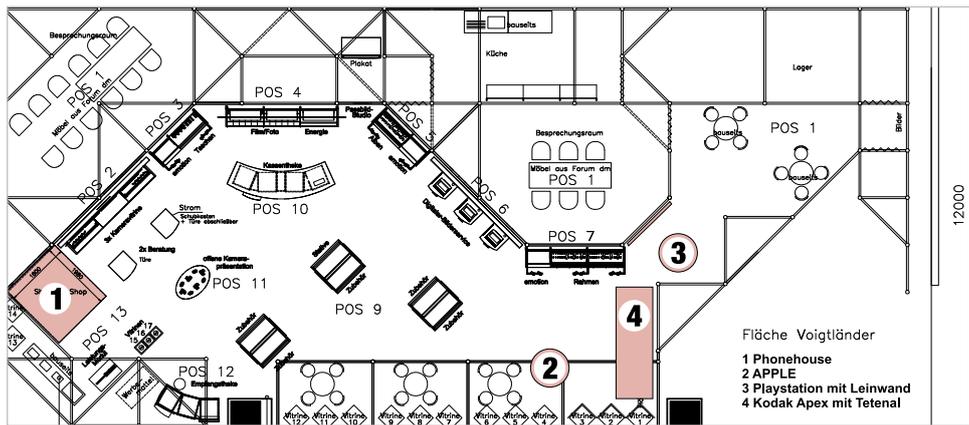
*Mitglieder können sich auf der photokina auch über aktuelle Aktionen und Werbematerialien informieren.*

beleuchten. Natürlich ist es wichtig, sich die neuesten Entwicklungen bei Kameras und Zubehör anzuschauen; hier ist aber durch den Charakter der Publikumsmesse eine tiefere Beschäftigung mit den Produkten, gerade die Highlights sind in der Regel stark umlagert, meist nicht optimal möglich. Der sehr wichtige Bereich des Zubehörs sollte intensiver angeschaut werden – und natürlich die Unterstützungen im Abverkauf mit PoS-Material und Schulungen hinterfragt werden. Gerade bei neuen Systemen wie Micro Four Thirds (siehe an anderer Stelle dieser Ausgabe, d. Verf.) müssen

die wichtigsten Themen; besonders wichtig sind daher die Hallen 5 und 10 für die Produktion, die Halle 6 für den Studiobereich und – ganz wichtig – Halle 9 für die Trends in der Bild-Präsentation.

**imaging+foto-contact:** *In jüngster Zeit kommen immer neue digitale Produkte und Produktbereiche auf den Markt, die es noch vor einigen Jahren gar nicht gab – andere Segmente werden stetig weiterentwickelt. Und immer häufiger steht nicht das einzelne Gerät, sondern eine komplette Lösung, ein System, eine Anwendung dahinter. Wo sehen Sie hier die derzeit wichtigsten Trends?*

**Michael Gleich:** Im Fotofach-



Auf dem 250 m<sup>2</sup> großen Ringfoto-Stand auf der photokina sind auch die wichtigsten Lieferanten und Partner vertreten, unter anderem The Phone House mit einem Musterladen (1), Apple mit einer iBook-Präsentation (2), Sony mit der Playstation (3) und Tetenal mit dem Kodak APEX-System (4).

handel ist der SLR-Bereich traditionell bestens aufgehoben; die neuen Systemkameras werden viele Aufsteiger begeistern. Und immer mehr Dienstleistungen ermöglichen es dem Händler, sich von Mitbewerbern positiv abzusetzen – und hier gibt es immer mehr Gesamtkonzepte, wie zum Beispiel Kodak mit dem APEX-System zeigt; dieses System wird übrigens durch den Kodak Vertriebspartner



Michael Gleich

Tetenal auch auf unserem Stand gezeigt. Der Trend zu immer mehr Eigenfertigung, mit immer geringerem Aufwand und aufeinander abgestimmten, aber dennoch für neue Geräte offenen Systemen hilft hier enorm.

**imaging+foto-contact:** Auf welche dieser neuen Produkte und Lösungen sollte ein Händler Ihrer Ansicht nach zu-

künftig nicht verzichten, wo sehen Sie die größten Wachstums- und Ertragschancen?

**Michael Gleich:** Die besten Ertragschancen sehe ich hier bei Fotobüchern, Leinwandbildern und der riesigen Vielfalt an Funprodukten, die in verschiedenen Versionen in Eigen- und Fremdfertigung produziert werden können. Der Händler sollte dabei ein möglichst breites Sortiment führen, vom einfachen bis zum Exklusivprodukt; der Erfolg wird hier (im Einklang mit der Long-Tail-Theorie) in der Vielseitigkeit liegen.

**imaging+foto-contact:** Neue Produkte und neue Lösungen erfordern oftmals eine neue Herangehensweise an die Vermarktung, zum Beispiel das Auflösen des klassischen Abteilungsgedankens. Welche Maßnahmen empfehlen Sie hier Ihren Mitgliedern, wie sieht in diesem Punkt die Unterstützung durch die Zentrale aus und welche Erwartungen haben Sie hier an die Industrie?

**Michael Gleich:** Einen Abteilungsdenken gibt es im klassischen Fotohandel ohnehin nur in ganz großen Betrieben. Der typische Fotohändler hat sein Geschäft schon immer ganzheitlich betrachtet. Wir empfehlen unseren Mitgliedern jedoch einen „Kümmere“ für die verschiedenen Bereiche – aber natürlich in enger Abstimmung untereinander.

Die typischen Vorteile des Fachhändlers, seine Beratungsqualität, sein Fachwissen und seine Bereitschaft zur Problemlösung müssen herausgestellt werden. Hier unterstützen wir den Händler mit einem reichhaltigen Schulungsangebot, aber auch mit vielfältigem Material, mit dem er seine Kunden schulen kann, sowie verschiedenen Postern und Handzetteln, die er zum Bewerben seiner Produktpalette und seiner Möglichkeiten

nutzen kann. Auch die Industrie muss ihren Teil dazu beitragen, das Wissen und die Fähigkeiten der Mitarbeiter im Fotohandel zu stärken – mit Schulungen, PoS-Material und Unterstützung bei Aktionen des Händlers.

**imaging+foto-contact:** Wie sieht Ihr photokina-Auftritt aus, haben Sie Partner mit am Stand, sind besondere Aktivitäten geplant?

**Michael Gleich:** Wir sind in diesem Jahr mit einem 250 m<sup>2</sup> großen Stand in Halle 2.1, D20, D28 vertreten. Dort halten wir für unsere Mitglieder Informationen zu aktuellen Aktionen, Werbemitteln etc. bereit, und Händler, die noch nicht Mitglied oder Partner bei Ringfoto sind, können sich darüber informieren, welche Vorteile ihnen eine Mitglied- oder Partnerschaft bringt. Ansonsten sind auch verschiedene Partnerunternehmen mit auf unserem Stand vertreten. CeWe Color zeigt zum Beispiel das Fotobuch, The Phone House einen Mustershop und Fujifilm einen verkaufsfördernden Fernglasständer. Apple informiert mit einer iBook-Präsentation über seine aktuellen Notebooks, Sony über Umsatz- und Ertragschancen mit der Playstation, und dazu kommen zahlreiche Vitrinen mit Geräten, Alben und Zubehör unserer wichtigsten Lieferanten.



## Dieter Naruhn, Einkaufsleiter europa-foto

Da europa-foto Geschäftsführer Robby Kreft im Urlaub und für uns unerreichbar war, übernahm Dieter Naruhn, Leiter Einkauf und Verkauf, die Aufgabe, unsere Fragen für europa-foto zu beantworten.

**imaging+foto-contact:** Nehmen wir an, Sie müssten Ihren Mitgliedern eine Empfehlung für einen Rundgang über die photokina aussprechen: Welche Produktbereiche sollten sich diese sowohl hinsichtlich des technologischen Fortschritts als auch mit Blick auf die zukünftigen Absatzchancen nicht entgehen lassen?

**Dieter Naruhn:** Die Bedeutung der photokina für Industrie, Handel und den Endverbraucher ist enorm. photokina-Jahre sind meist auch sehr gute Jahre für den Fotohandel, weil hier direkt vor den Augen des Endverbraucher Produkte präsentiert und Begehrlichkeiten geweckt werden. Insbesondere für den Handel ist diese Messe ein Aushängeschild, um sich aktuell zu informieren und Kontakte zu knüpfen. Aus diesem Grund gibt es für den aktiven Händler gar keine Alternative. Ein Besuch auf der photokina ist Pflicht. Die Messe bietet eine ideale Plattform, um neben den Produktneuheiten weitere wichtige Informationen über die Ware zu erhalten, wie zum Beispiel Markteinführung oder Verfügbarkeit. Besonders wichtig ist dies für das kommende Weihnachtsgeschäft. Natürlich spielen die Neuheiten im Kompakt- als auch im Spiegelreflexkammerbereich eine wichtige Rolle für jeden Händler. Aus den kompakten Digitalkameras haben sich mittlerweile Lifestyle-Produkte entwickelt, die durch ihr Design und die tren-



Auch auf dem europa-foto-Stand auf der photokina werden die wichtigsten Hersteller mit Informationen zu den neuesten Produkten vertreten sein.

digen Farben den individuellen Geschmack des Verbrauchers treffen sollen. Aus einer Vielzahl von möglichen Produkten müssen die besten Angebote herausgefiltert werden. Ein Fachhändler hat als „Problemlöser“ den Anspruch gegenüber dem Kun-



Dieter Naruhn

den, die für seine Bedürfnisse beste Alternative anzubieten. Durch die Vernetzung von Fotografie und Unterhaltungselektronik werden die Einsatzmöglichkeiten der Digitalfotografie nochmals ausgeweitet. Kameras liefern Bilder in Full-HD-Technologie, die in Kombination mit dem entsprechenden Fernseher zu einem wahren Bilderlebnis werden.

Ein weiterer großer Bereich betrifft die klassische Bilderproduktion. Der Trend zu Kiosksystemen wird weiter anhalten. Durch den Einsatz der entsprechenden Software werden die Händler in die Lage versetzt, unterschiedliche Ausgabesysteme miteinander zu verknüpfen und dadurch ihre Kapazitäten effizient einzusetzen. Ein moderner Händler kann dem Kunden jeden Lösungsvorschlag anbieten, von Onlineanbindung über Sofortprint bis zur klassischen Fachausarbeitung. Ebenfalls von größtem Interesse ist das Fotobuch. Auch hier wird den Händlern eine Vielzahl von unterschiedlichen Produktionsverfahren vorgestellt.

**imaging+foto-contact:** In jüngster Zeit kommen immer neue digitale Produkte und Produktbereiche auf den Markt, die es noch vor einigen Jahren gar nicht gab – andere Segmente werden stetig weiterentwickelt. Und immer häufiger steht nicht das einzelne Gerät, sondern eine komplette Lösung, ein System, eine Anwendung dahinter. Wo sehen Sie hier die derzeit wichtigsten Trends?

**Dieter Naruhn:** Auf keinen Fall sollte der Fachhandel den Markt für

digitale Bilderrahmen der Großfläche überlassen. Hier liegt noch erhebliches Steigerungspotential, denn die Qualität dieser Produkte wird immer besser. Darüber hinaus sollte sich der Fachhandel als Problemlöser für die zunehmende Verschmelzung zwischen Unterhaltungselektronik und Fotografie positionieren. Dabei rückt das einzelne Produkt in den Hintergrund, denn der komplette Lösungsvorschlag tritt in den Vordergrund. Im Bilderbereich hat der Fachhandel die große Chance, sich neben dem traditionellen Bildergeschäft Ertrag durch das Fotobuch oder Funprodukte zu sichern. Zukunftsorientierte Händler können dem Kunden jede Art des Ausdrucks anbieten, vom klassischen 10er-Bild bis zu eingerahmten Bildern auf Leinwand.

**imaging+foto-contact:** Auf welche dieser neuen Produkte und Lösungen sollte ein Händler Ihrer Ansicht nach zukünftig nicht verzichten, wo sehen Sie die größten Wachstums- und Ertragschancen?

**Dieter Naruhn:** Ein großes Wachstums- und Ertragspotential liegt beim Fotobuch. Hier kann jeder Händler individuell entscheiden, welche Produktionsvariante für seine Verhältnisse die beste ist. In diesem Bereich bieten sich auch ideale Möglichkeiten zum Einsatz des Fotobuchs in Verbindung mit Hochzeits- und Reportagefotografie. Darüber hinaus unterstützen Fotokiosks den Wunsch des Kunden, das ausgedruckte Bild sofort in Händen zu halten.

**imaging+foto-contact:** Neue Produkte und neue Lösungen erfordern oftmals eine neue Herangehensweise an die Vermarktung, zum Beispiel das Auflösen des klassischen Abteilungsgedankens. Welche Maßnahmen empfehlen Sie hier Ihren Mitgliedern, wie sieht in diesem Punkt die Unterstützung durch die Zentrale

aus, und welche Erwartungen haben Sie hier an die Industrie?

**Dieter Naruhn:**

Wenn der Fachhändler als kompletter Lösungsanbieter auftreten will, so sind Abgrenzungen von einzelnen Produktbereichen nicht mehr zeitgemäß. Die Verkäufer müssen hier umfangreiches Know-how in den Bereichen Kameras, passendes Zubehör,

**www.Kameraversicherung.de**  
**Andreas Matthiessen Versicherungsmakler**  
 Curslackter Heerweg 270 • 21039 Hamburg  
 Tel.: 040-7901-1190 • Fax: 040-7901-1191

europa-foto unterstützt hier seit mehreren Jahren das Photo- und Medienforum in Kiel. Heutige Anforderungen an die Verkäufer sind dort sehr gut in die entsprechenden Ausbildungsberufe integriert worden. Wir würden uns auch wünschen, dass die Industrie diesen Mehrwert, den der Fachhandel leistet honoriert und stärker unterstützt.

**imaging+foto-contact:** Wie sieht Ihr photokina-Auftritt aus, haben Sie Partner mit am Stand, sind besondere Aktivitäten geplant?

**Dieter Naruhn:** Wir wollen unseren Mitgliedern mit unserem Stand auf der photokina als zentrale Anlaufstelle auf der Messe dienen. Hier sehen die Händler alle Neuheiten auf einen Blick und finden auch sämtliche Informationen zu den Herstellern. Alle großen Industriefirmen werden ihre photokina-Neuheiten am europa-foto Stand (Halle 3.1, Stand A20) ausstellen. Des Weiteren zeigen wir die neuesten Entwicklungen im Sofort-Printbereich. Zusätzlich veranstalten wir auf der photokina unsere Einkaufstagung. Die Vorteile liegen auf der Hand. Neben der Einsparung von Kosten für eine zusätzliche Veranstaltung gewinnt die photokina noch mehr an Attraktivität. Davon profitiert auch die Industrie noch einmal.

Im Vorfeld der photokina haben wir unseren Mitgliedern ebenfalls ein kostenloses Werbepaket (Banner, Werbeplakate) zur Verfügung gestellt um Werbung für die Messeneuheiten zu machen. Dadurch profitiert nicht nur die Messe, sondern es nützt auch unseren Händlern.



europa-foto liefert den Mitgliedern spezielle Werbemittel zur photokina.

Speichermedien, Bildausgabe und Bildbearbeitung vorweisen. Nur dann ist eine ganzheitliche Beratung zu gewährleisten, und der Kunde erhält die für ihn beste individuelle Lösung.

## Ralf Wegwerth, Geschäftsführer Optimal Foto

Und so hat Ralf Wegwerth, Geschäftsführer der Optimal Foto GmbH & Co. KG in Loxstedt die Fragen beantwortet.

**imaging+foto-contact:** Nehmen wir an, Sie müssten Ihren Mitgliedern eine Empfehlung für einen Rundgang über die photokina aussprechen: Welche Produktbereiche sollten sich diese sowohl hinsichtlich des technologischen Fortschritts als auch mit Blick auf die zukünftigen Absatzchancen nicht entgehen lassen?

**Ralf Wegwerth:** Der digitale Sofortdruck – Thermosublimation oder Inkjet – ist sicher einen Besuch wert. Verschiedene Hersteller zeigen



Ralf Wegwerth

neue Drucksysteme, die als Einzellösung oder als Mehrwegsystem den unterschiedlichen Ansprüchen der Händler gerecht werden. Neue Technologien eröffnen hier neue Absatzchancen, die bislang in dieser Form und Qualität für viele Fotohändler nicht darstellbar waren. Zu überlegen ist auch die Ablösung eines Minilabs durch die neuen Ausgabesysteme.

**imaging+foto-contact:** In jüngster Zeit kommen immer neue digitale Produkte und Produktbereiche auf den Markt, die es noch vor einigen Jahren gar nicht gab – andere Segmente werden stetig weiterentwickelt. Und immer häufiger steht nicht das einzelne Gerät, sondern eine komplette Lösung, ein System, eine Anwen-

*Klare Sortimentsstrukturen und eine immer neue Angebotspräsentation finden sich im optimal foto & studio Bremerhaven.*



dung dahinter. Wo sehen Sie hier die derzeit wichtigsten Trends?

**Ralf Wegwerth:** Neben der Weiterentwicklung der digitalen SLR-Kameras sehe ich auch in Verbindung mit neuen „Bildausgabesystemen“ weitere Chancen für unsere Branche. Der Kunde kauft die Kamera, um tolle Fotos damit zu machen. Unsere Aufgabe ist es, diese erstellten digitalen Dateien in irgendeiner Form auf Papier zu bringen. Da hilft die Entwicklung im digitalen Bereich gewaltig mit. Ein Bild vom USB-Stick auf eine Tasse ist kein Problem mehr. Fotobuch-Software zaubert innerhalb kurzer Zeit ein beeindruckendes Buch voller Erinnerungen. Nach nur zehn Sekunden fällt das Bild in den Ausgabeschacht des Sofortdruckers. Ein Bild von der Datei eines Kunden in der Größe 60 x 90 cm auf Canvas druckt jeder aktuelle Großformatdrucker.

**imaging+foto-contact:** Auf welche dieser neuen Produkte und Lösungen sollte ein Händler Ihrer Ansicht nach zukünftig nicht verzichten, wo sehen Sie die größten Wachstums- und Ertragschancen?

**Ralf Wegwerth:** Ein absolutes MUSS ist in meinen Augen der Sofortdruck von digitalen Bilddateien vor Ort im Geschäft. Je nach Nachfrage, Ausstattung oder Investitionsvolumen können dann unterschiedliche Formate, Oberflächen oder Druckmedien ergänzt werden.

**imaging+foto-contact:** Neue Produkte und neue Lösungen erfordern oftmals eine neue Herangehensweise an die Vermarktung, zum Beispiel das Auflösen des klassischen Abteilungsgedankens. Welche Maßnahmen empfehlen Sie hier Ihren Mitgliedern, wie sieht in diesem Punkt die Unterstützung durch die Zentrale aus, und welche Erwartungen haben Sie hier an die Industrie?

**Ralf Wegwerth:** Eine „offene Präsentation“ wird von der Optimal Foto schon lange empfohlen. Fotogeschäfte im „old fashion style“ mit dunklen Tresen und Fotoabgabekästen dahinter sind nicht mehr zeitgemäß. Der Kunde möchte stöbern und ist es auch durch viele SB-Läden gewohnt, sich erst einmal alleine zu informieren. Hierbei helfen klare Sortimentsstrukturen – aber auch immer wieder neue Angebotspräsentationen, die durch kleine Umbauten dem Laden ein neues Gesicht geben. Dieses Konzept wird zum Beispiel im optimal foto & studio Bremerhaven konsequent verfolgt.

**imaging+foto-contact:** Wie sieht Ihr photokina-Auftritt aus, haben Sie Partner mit am Stand, sind besondere Aktivitäten geplant?

**Ralf Wegwerth:** Optimal Foto ist auf der photokina nicht mit einem eigenen Stand vertreten. Wir planen aber gemeinsame Treffen mit unseren Partnern auf den Ständen unserer Vertragslieferanten.

## Michael Binkert, Geschäftsführer BHS Binkert

Zum Schluss wollte imaging+foto-contact auch noch wissen, was BHS Binkert über die photokina 2008 denkt. Das Unternehmen gehört zur Riege der photokina-Aussteller und ist in Halle 3.1, Stand D034/D040, zu finden.

Für den Spezialdistributor BHS Binkert ist die photokina das große Highlight im Veranstaltungskalender 2008. „Nach wie vor schafft es keine andere Messe, die gesamte Themenbreite bei Fotografie und Digital Imaging unter ein Dach zu bringen sowie Fachpubli-



Michael Binkert

kum und Endkunden gleichermaßen anzusprechen“, fasste Geschäftsführer Michael Binkert den Stellenwert der Kölner Messe zusammen.

Entsprechend wird in den Messeauftritt investiert. BHS Binkert will sich noch stärker als Partner für den gesamteuropäischen Handel positionieren. „Mit unserem umfangreichen, aber dennoch klar fokussierten Sortiment wollen wir den Großkunden ebenso erreichen wie den Einzelhändler um die Ecke“, skizziert Binkert die Zielvorgabe. Dementsprechend bieten die Laufener im Foto- und

Imagingbereich nicht nur ein breit gefächertes Angebot an Kameras, Camcordern und Projektoren an, sondern auch besonders viel und hochwertiges Zubehör.

„Man braucht sich nur das DSLR-Segment anzuschauen, das immer mehr zum Massenmarkt wird“, sagt der Geschäftsführer. „Die Kunden werden anspruchsvoller, sie wollen nicht einfach nur fotografieren, sondern ihre Bilder auch professionell

### „Die Kunden werden anspruchsvoller“

be- und weiterverarbeiten. Wir wollen dafür sorgen, dass unsere Handelspartner ihren Kunden inhaltlich sinnvolle und preislich attraktive Pakete anbieten können.“

Deshalb legt BHS Binkert traditionell einen Schwerpunkt auf die hohe Produktverfügbarkeit im eigenen Lager. Ein dichtes Einkaufsnetz in ganz Europa schafft die Voraussetzungen dafür. Die enge Zusammenarbeit mit der Herstellerseite resultiert zudem in vielen Vorteilen, die BHS Binkert direkt an den Fotofachhandel weitergeben kann.

Das Unternehmen gehört zum Beispiel zu den größten europäischen Canon-Distributoren und führt Kameras und Imaging-Produkte des Herstellers in Stückzahlen von mehreren Tausend ständig im Lager. Als Canon Preferred Distributor kann BHS Binkert in vielen Fällen besonders günstige Einkaufskonditionen anbieten und seine Kunden dabei unterstützen, durch Werbe- und Marketingaktionen für die Marke Canon weitere Vergünstigungen zu erhalten.

Nach Einschätzung von Binkert muss die Botschaft an den Kunden lauten:

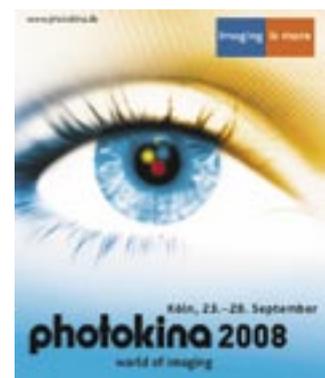
„Für Ihr Geld gibt es so viel Qualität wie nie.“ Gleichzeitig wird das Produktangebot immer unübersichtlicher; gerade im Einsteigersegment seien Beratung und Information daher wichtiger denn je, so Binkert weiter.

In den einzelnen Produktbereichen sieht der Geschäftsführer des süddeutschen Distributors noch einiges an Potential: „Bei DSLR etwa gehen die Hersteller mit noch höheren Auflösungen und noch mehr Bildoptionen

in eine neue Runde. Das heißt, die Fotos werden besser, bedeuten aber auch größere Dateien. Gleichzeitig bieten

Speicherkarten und Sticks inzwischen Kapazitäten, die vor nicht allzu langer Zeit noch undenkbar waren. Solches Zubehör wird eine immer größere Rolle spielen und bringt dem Handel viele Möglichkeiten. Ähnliches gilt zum Beispiel auch für Akkus mit hoher Energieeffizienz.“

Ein weiteres lukratives Segment sieht Binkert im Geschäft mit Zubehör für das Homeprinting. „Bei aller Digitalisierung ist das gedruckte Bild keineswegs out. Im Gegenteil: Das Geschäft mit Fotodruckern entwickelt sich gut. Dank Schnittstellen wie PictBridge oder WLAN-Funktionalität wird die Datenübertragung immer einfacher. Gerade auch bei den portablen Mini-Druckern sehe ich noch viel Luft nach oben“, fasst Binkert zusammen.



# Überzeugte Kunden

## Foto Bartmann arbeitet erfolgreich mit APEX

Foto Bartmann in Kornwestheim ist ein alteingesessener Familienbetrieb, dessen Kunden das Unternehmen wegen Eigenschaften wie Service, Qualität, Kompetenz und Innovation inzwischen seit rund 40 Jahren schätzen. Sein heutiges Ansehen verdankt Foto Bartmann neben dem eigenen unternehmerischen Engagement vor allem der Mitgliedschaft in der Fürther Ringfoto-Gruppe und der erfolgreichen Zusammenarbeit mit passenden Partnern aus der Industrie. Ein solcher ist das Norderstedter Unternehmen Tetenal, das unter dem Motto „Pictures best friend“ die gleichen Werte vertritt wie Foto Bartmann.

Dass Service und Kompetenz zu den wichtigsten Tugenden des Kornwestheimer Fotohändlers gehören, merken Kunden sofort, wenn sie das Ladengeschäft in der Bahnhofstraße 24 betreten: Das neue Kodak Adaptive Picture Exchange System (APEX) repräsentiert nicht nur den aktuellen technischen Stand der Onsite-Bilderproduktion, sondern es fügt sich auch optisch stimmig in das gesamte Ladenkonzept ein. Bilderkunden, insbesondere jene, denen die Möglichkeiten digitaler Bildverarbeitung noch nicht allzu vertraut sind, bekommen auf Wunsch eine kurze persönliche Einweisung an der Kodak Orderstation. Aber auch Kunden, die gar keine Bildaufträge bei sich haben, werden auf die Möglichkeiten des APEX-Systems aufmerksam gemacht – denn sie sollen sich schließlich dann an das Angebot erinnern, wenn sie später einmal Fotos printen lassen wollen.

### Kunden zeigen sich beeindruckt

„Die Reaktion aller Kunden, die zum ersten Mal mit APEX in Berührung kommen, ist immer identisch, sie kommen aus dem Staunen nicht heraus“, berichtet Jens Bartmann, der Geschäftsführer des Unternehmens. Besonders beeindruckend sei die einfache Arbeitsweise der Maschine, die sich mit drei Wörtern zusammenfassen lasse: auswählen, drucken, fertig. Nur Sekunden später liegen die fertigen Bilder vor. Und das in exzellenter Qualität und in verschie-



*Freuen sich über die hervorragende Resonanz der Kunden auf das APEX System: (v. l.) Gerald Schildt, Gebietsverkaufsleiter Hardware Systeme bei Tetenal, Jens Bartmann, Inhaber von Foto Bartmann, und Peter Bauer, Vertriebsdirektor Output Consumer & Professional Imaging bei Kodak.*

denen Größen, falls gewünscht. „Zu unserer Freude haben andere Formate als das Standardformat 10 x 15 cm mittlerweile einen großen Anteil an allen Bildprodukten, die wir mit der Maschine produzieren“, so Bartmann. „Vor allem das 13 x 18 cm-Format mit weißem Rand und Collagen von 20 x 30 cm bis zum Großformat 60 x 80 cm haben sich als Renner entwickelt.“

### Kunden lernen, alle Vorteile zu nutzen

Der Verkauf dieser Produkte sei vor der Installation des APEX Systems schwierig gewesen. „Obwohl einige Kunden Fotokiosks bereits aus anderen Bereichen kennen, lernen sie bei uns aufgrund der guten Beratung alle Vorteile voll zu nutzen. Diese Tatsache ist eine hervorragende Möglichkeit für den Fotohandel, sich gegenüber branchenfremden Bildproduzenten als kompetenter Ansprechpartner zu positionieren“, stellt Bartmann fest. Als natürliche Folge der guten Beratung verlässt so mancher Kunde das Geschäft mit viel mehr Bildern, als er ursprünglich haben wollte. Doch nicht nur die Kunden sind vom APEX System überzeugt, auch Jens Bartmann vertritt inzwischen die Meinung, dass den Trockenlabs aufgrund ihrer zahlreichen positiven Eigenschaften die Zukunft gehört. So falle bei-

spielsweise das bei chemischen Minilabs notwendige lästige Hochfahren jeden Morgen weg, denn bei APEX genügt ein „Knopfdruck“, um das Gerät startklar zu machen. „Auch das Fehlen des ansonsten nicht zu vermeidenden Geruchs, der geringere Strom- und Wasserverbrauch und das schnelle Abschalten sind Argumente, die immer mehr meiner Kollegen von dieser neuen Technik überzeugen werden“, ist sich Bartmann sicher. Positiv hervorzuheben sei weiterhin, dass keine verbrauchte Chemie zu entsorgen sei. Trockene Arbeit müsse also nicht immer „trocken“, sondern könne auch sehr spannend sein.

### **Gute Zusammenarbeit der Industrie**

Die Erfahrungen von Foto Bartmann zeigen, dass die gute Zusammenarbeit von Kodak und Tetenal im Imagingmarkt Früchte trägt und Fachhändlern und Kunden gleichermaßen zugute kommt. Das gemeinsame Streben nach optimaler Qualität von Zulieferern wie Tetenal und dem Fotohandel und der Ansatz, dass „gute Produkte und guter Service“ zusammengehören, macht für die Zukunft optimistisch.



*Das Kodak Adaptive Picture Exchange System (APEX) fügt sich bei Foto Bartmann in Kornwestheim harmonisch in das gesamte Ladenkonzept ein.*

Mit APEX bietet Tetenal den Fotofachhändlern eine attraktive Lösung, um wieder mehr Kunden für das Bildergeschäft zu gewinnen. Dass immer mehr Fachhändler Tetenal als Partner wählen, liegt nach eigener Einschätzung von Tetenal unter anderem an der mehrjährigen Kompetenz im Onsite-Printing. Auch der gut aufgestellte Außendienst und die extra gegründete Servicetochter, die Tetenal Imaging Service GmbH, seien weitere Argumente für Tetenal.

### **Gute Betreuung durch Tetenal**

Wegweisende Innovationen, pfiffige Marketingkonzepte rund um die Dienstleistung, überzeugende Produktqualität und umfangreiche Serviceleistungen gehören bei Tetenal zusammen. Dank der guten Betreuung durch Tetenal und deren Rund-um-Sorglos-Pakete werden auch Nachfragen in Bereichen wie Großformatdruck mit starken Marken wie Epson und Canon oder die Nachfrage nach Fotobuchlösungen in Eigenfertigung schnell erledigt.



## Der Filmstar im Taschenformat: Xacti HD1010 mit Full HD

HD1010 | 1.920 x 1.080 Bildpunkte im 1080p-Format | MPEG-4-AVC-Technologie

Die Xacti HD1010 begeistert mit brillanten Videos in Full HD-Qualität (1.920 x 1.080 Bildpunkte, 1080p) und speichert sie auf SD- oder SDHC-Speicherkarten. Dazu ist sie äußerst kompakt und leicht, also ideal für unterwegs. Der CMOS-Sensor und die 100-fache Zoompower aus 10-fach optischem und digitalem Zoom erfassen kleinste Details. Das zeigen auch die scharfen 4-Megapixel-Fotos. Die »Xacti Library« Funktion macht das Archivieren und Abspielen komfortabel – und die integrierte HDMI-Schnittstelle sorgt für beste Bild- und Ton-Übertragung.

# Gewinner und Verlierer

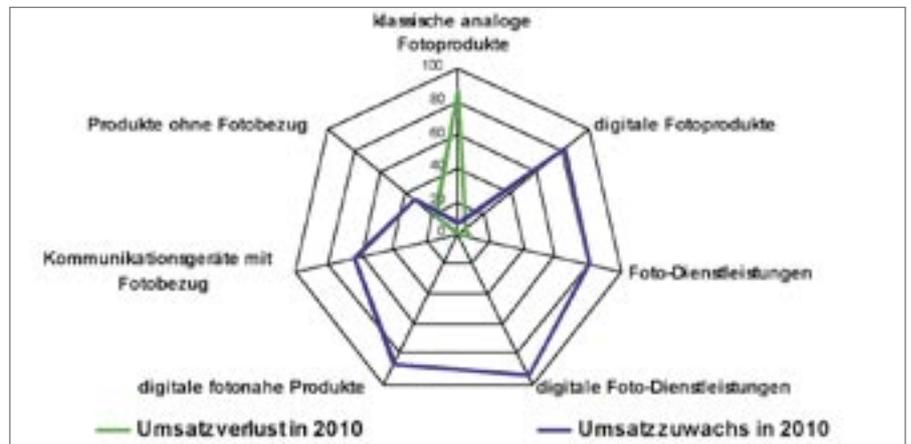
## Studie untersucht Umsätze und Sortiment

Applied Business Solutions (ABS) hat jetzt die Ergebnisse einer Marktuntersuchung zur Ermittlung der „Gewinner Sortimentsstruktur“ im deutschen Fotohandel vorgestellt. Die Analyse, die im Frühjahr mit Hilfe von Ringfoto-Händlern zustande kam, ergab neben den erwarteten auch einige überraschende Ergebnisse.

Im Mittelpunkt der Untersuchung stand die Frage, in welchem Umfang die einzelnen Segmente des „neuen Fotomarktes“ zum Umsatz beitragen, wie sich diese seit 2004 verändert haben und welche weiteren Veränderungen für 2010 zu erwarten sind? Diese Fragestellung entstand aus der Vermutung heraus, dass zwischen der schnellen Anpassung des Portfolios des Fotohändlers an das veränderte Verhalten der Konsumenten und seinem Markterfolg ein unmittelbarer Zusammenhang besteht.

### Ungenutzte Chancen

Als eines der Ergebnisse zeigte sich, dass die Mehrheit der befragten Fotohändler die Chancen nicht wahrnimmt, die der „neue Fotomarkt“ mit den Foto- bzw. fotonahen Produkten und Dienstleistungen aus der PC- und Kommunikationsindustrie bietet. „Mit einem nur durchschnittlich maximal sechsprozentigen Umsatzanteil bestätigte sich erneut die Scheu des Fotohandels vor technischen Veränderungen“, stellte Werner Uebelacker von ABS-Consul-



Zahlreiche Abbildungen veranschaulichen die Ergebnisse der Marktuntersuchung.

ting fest, der die Ergebnisse der Marktuntersuchung zusammenfasste. Des Weiteren erwarten die Befragten, bis 2010 einen weiteren Umsatzrückgang bei analogen Foto-Produkten und stehen den Produkten der Kommunikationstechnik, mit oder ohne Fotobezug, eher zurückhaltend gegenüber.

### Kaum Umsatzwachstum

In der Untersuchung wurde darüber hinaus sichtbar, dass nahezu gleich viele der Befragten Umsatzgewinne bzw. Umsatzverluste gegenüber dem Jahr 2004 hatten. Auch wurde erkennbar, dass nahezu der gleiche prozentuale Anteil der Befragten im Jahr 2007 gegenüber 2004 einen zehn- bis zwanzigprozentigen Umsatzzuwachs bzw. einen entsprechenden Umsatzverlust hatten. Uebelacker: „Berücksichtigt man einen rund dreiprozentigen Preisverfall pro Jahr, dann heißt das, dass die ‚Gewinner‘ beim Umsatz gar nicht oder im besten Fall um zehn Prozent gewachsen sind. Bei einem Kostenwachstum von ebenfalls zirka drei Prozent wurde demnach gerade einmal

die Position von 2004 gehalten.“ In der Analyse wurden neben der Sortimentsstruktur auch die Produkte innerhalb der Sortimente bezüglich ihrer Bedeutung als Hauptumsatzträger untersucht. Es wurden dabei deutliche Unterschiede zwischen Umsatzgewinnern und -verlierern erkennbar. So zeigte sich beispielsweise, dass eine Spezialisierung auf bestimmte Sortimentsegmente zu einem Umsatzverlust führte.

### Repräsentative Stichprobe

Die Befragung wurde per anonymen Fragebogen bei den Mitgliedern der Ringfoto-Gruppe durchgeführt. Sie ist repräsentativ für den deutschen Fotohandel mit einem Umsatz zwischen 250.000 Euro bis über 750.000 Euro im Jahr 2007. Die 40seitige Studie kostet für Einzelnutzer 185,00 Euro plus 19 Prozent MWSt. gegen Vorkasse auf das Konto 657606740 bei der Hypovereinsbank Gröbenzell (BLZ 70020270). Bestellt werden kann anschließend per E-Mail an ABS. Uebelacker@t-online.de.

imaging is more  
**photokina**  
world of imaging

# imaging + foto contact

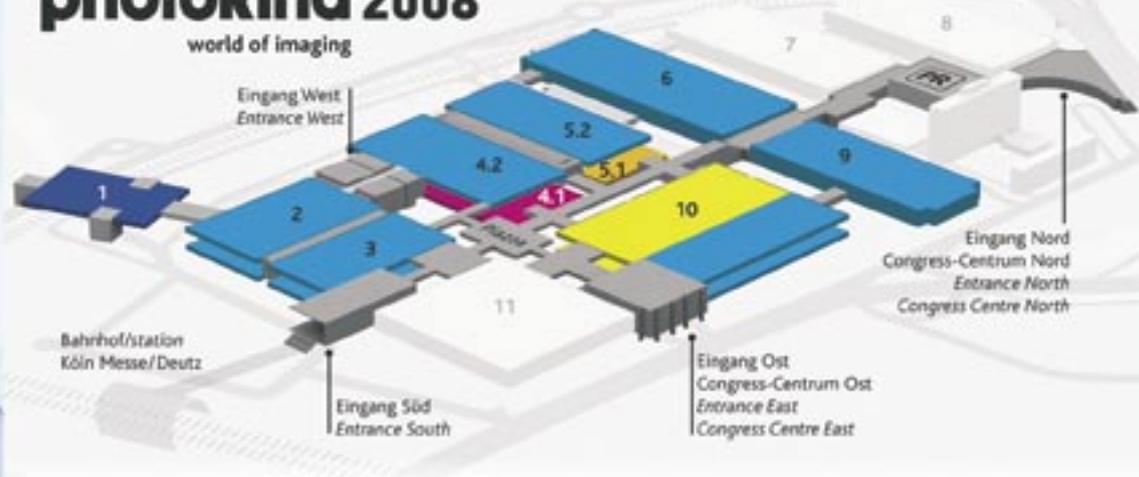
Fachzeitschrift für die Fotobranche • [www.worldofphoto.de](http://www.worldofphoto.de)

photokina –  
world of imaging  
23. – 28. 09. 2008

## photokina-guide

see you again

### photokina 2008 world of imaging



#### Hallen · Halls

1	1
2, 3, 4.2, 5.2, 6, 9, 10	2, 3, 4.2, 5.2, 6, 9, 10
4.1	4.1
5.1	5.1
10	10

#### Angebotsbereiche · Product areas

Visual Gallery	
Bildaufnahme/Equipment/Zubehör - Image Input/Equipment/Accessories	
Bildbearbeitung - Image Processing	
Bildspeicherung - Image Storage	
Bildausgabe/Services - Image Output/Services	
PR	Pressezentrum · Press Centre

Herzlich Willkommen  
Welcome

# Zirka 1.600 Anbieter aus rund 50 Ländern...

...haben ihr Erscheinen auf der photokina – world of imaging angekündigt. Sie werden vom 23. bis 28. September in den Kölner Messehallen nicht nur neue Produkte und Dienstleistungen zeigen, sondern Lösungen für die immer komplexer werdenden Bilderwelten anbieten.

Eine zentrale Rolle wird dabei das Thema Vernetzung und die sich daraus ergebenden Möglichkeiten für den Handel spielen. Hier geht es beispielsweise um die Inhouse-Vernetzung, also die Einbeziehung von Imaging-Produkten in die Multimedia- und Entertainmentwelt in den eigenen vier Wänden, als auch um die weltweite Vernetzung der Imaging-Community über das Internet. Gut 100 neue Aussteller werden in Köln vertreten sein. Eine Reihe großer Hersteller, darunter Sony, Panasonic, Samsung und Canon, haben sich zur Vergrößerung ihrer Standflächen entschlossen. Mit Microsoft kehrt darüber hinaus ein Global Player zur Weltmesse des Imaging zurück, der vor vier Jahren schon einmal zur Riege der Aussteller gehört hatte.

Das erfolgreiche Konzept der 2006er-Veranstaltung, den Imaging-Workflow auf die Hallenstruktur zu übertragen, wird auch in diesem Jahr wieder umgesetzt.

Um den Messebesuch zu optimieren, gibt es aber in diesem Jahr statt der bisherigen fünf nur vier Angebotsbereiche (Bildaufnahme, Bildbearbeitung, Bildspeicherung und Bildausgabe), die den gesamten Imaging-Workflow in den Hallen abbilden. Die Angebotspalette der Zubehörtartikel ist den jeweiligen Angebotsbereichen des Imaging-Workflow angegliedert.

Ein buntes Rahmenprogramm rundet die Messe wie immer ab. Top-Ereignis ist hier sicherlich das Internationale Business-Forum „Memories on demand“, in dem internationale Spitzenmanager die Auswirkungen der digitalen Bildtechnologie auf den Lifestyle des Konsumenten darstellen und neue Geschäftsmodelle erläutern.

## Daten und Fakten

### Öffnungszeiten:

Für Besucher täglich von 10 bis 18 Uhr  
Für Aussteller täglich von 9 bis 19 Uhr

Eintrittspreise	Vorverkauf Onlineshop*	Tageskasse
Tageskarte	21 Euro	28 Euro
Tageskarte Wochenende	12 Euro	16 Euro
2-Tage-Karte	35 Euro	47 Euro
Dauerkarte	59 Euro	79 Euro
Sondertageskarte**	--	9 Euro
Katalog***	19 Euro	19 Euro

### Vorverkauf:

Der Vorverkaufspreis gilt nur für Online-Shop Bestellungen ([www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)) bis einschließlich 22.9.2008. Bestellungen im Online-Shop sind bis inklusive 27.9.2008 möglich. Mit Beginn der Messe gelten auch hier die Preise der Tageskasse. (\*)

### Sondertageskarte:

Schüler, Studenten, Auszubildende, Bundeswehrgrund- und ersatzdienstleistende, Rentner und Schwerbehinderte gegen Vorlage des Ausweises (\*\*)

### Katalog:

Der Katalog kostet 19,00 Euro und ist nur an der Tageskasse erhältlich. Im Vorver-

kauf können Sie nur einen Katalogabholerschein erwerben. (\*\*\*)

### Anreise mit dem Auto

Zehn Autobahnen münden in den Autobahnring um Köln. Kreuzungs- und ampel-frei führt er Sie direkt zum Messegelände. Folgen Sie den grünen Hinweisschildern Koelnmesse auf den Autobahnen und Bundesstraßen. Rund um das Messegelände stehen etwa 14.500 Parkplätze bereit. Von dort bringen Sie kostenlose Pendelbusse zu den Eingängen.

Wenn Sie aus Deutschland oder einem weiteren Land Europas anreisen, finden Sie mit dieser Auswahl an Routenplanern sicherlich direkt zur Koelnmesse.

### Anreise per Flug

#### Koelnmesse Gruppe empfiehlt:

Zur Koelnmesse gelangt man von allen europäischen Großstädten schnell und bequem per Flugzeug. Kopenhagen, Berlin, Paris, Prag, London, München, Mailand oder Zürich liegen rund 60 Flugminuten vom Flughafen Köln/Bonn entfernt.

Das Messegelände ist vom Flughafen Köln/Bonn und vom Flughafen Düsseldorf direkt und unkompliziert zu erreichen. Günstige Direktflüge nach Köln können

Sie online buchen bei [www.germanwings.com](http://www.germanwings.com).

Flughafen Köln/Bonn – Koelnmesse  
Seit einiger Zeit ist der Flughafen Köln Bonn per Bahn erreichbar. ICEs, Regional-Züge und S-Bahnen fahren regelmäßig den Flughafen-Bahnhof an und bieten Ihnen damit eine bequeme Direktverbindung zum Messebahnhof Köln-Deutz, zum Beispiel mit der S-Bahn, Linie S-13.

Fahrpläne und Detailinformationen der Deutschen Bahn finden Sie unter Anreise mit Bus und Bahn.

Sie erreichen die Koelnmesse bequem über das gut ausgebaute öffentliche Verkehrsnetz. Sie kommen schnell ans Ziel und tragen so zum Schutz der Umwelt bei. Alle wichtigen Cityziele sind mit den öffentlichen Verkehrsmitteln in höchstens 10 Minuten erreichbar.

### Eintrittskarte = Fahrausweis

Während der photokina gelten alle Eintrittskarten und Messeausweise mit dem Zeichen des Verkehrsverbundes Rhein-Sieg (VRS) als Fahrausweise. Dazu zählen natürlich auch die Busse und Bahnen der Kölner Verkehrsbetriebe (KVB).

# Aussteller nach Produktgruppen

## Bildaufnahme, Bildspeicherung

### Kameras/Camcorder

#### BHS Binkert GmbH

Braun Photo Technik GmbH  
Canon Europa N.V.  
**Casio Europe GmbH**  
DGH Grosshandel  
Kodak/Eastman Kodak Company  
Franke & Heidecke GmbH  
Fujifilm Electronic Imaging Europe  
General Imaging Europe Ltd.  
Hasselblad A/S  
Jenoptik Laser, Optik, Systeme GmbH  
Leica Camera AG  
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH  
Maco Photo Products  
Mamiya Digital Imaging Co. Ltd.  
Minox GmbH  
Nikon Corporation  
Olympus Deutschland GmbH  
Panasonic Marketing Europe GmbH  
Pentacoon GmbH  
Pentax Europe GmbH  
**Plus X Award - Hall of Fame**  
„Rollei“ RCP Technik GmbH & Co. KG  
Ricoh International B.V.  
Samsung Electronics GmbH  
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH  
Sony Deutschland GmbH  
Supra Foto Elektronik Vertriebs GmbH  
Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG  
Voigtländer  
Carl Zeiss

### Home/Mobile Electronics

#### BHS Binkert GmbH

Dexx IT GmbH & Co. KG  
DGH Grosshandel  
Hama GmbH & Co KG  
Metz-Werke GmbH & Co. KG  
**Plus X Award - Hall of Fame**  
Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG

### Objektive/Filter/Kamerazubehör

Ansmann AG  
B.I.G. Brenner Import-  
und Großhandels GmbH  
Berlebach Stativtechnik  
**BHS Binkert GmbH**  
Bogen Imaging  
Braun Photo Technik GmbH  
Canon Europa N.V.  
**Casio Europe GmbH**  
CF Photo+Video Technik GmbH  
Crumpler Serious GmbH  
Cullmann Foto\*Audio\*Video GmbH  
dexxIT GmbH & Co. KG  
DGH Grosshandel  
Dörr GmbH  
Kodak/Eastman Kodak Company  
Erno Warenvertriebs GmbH

ewa-marine GmbH  
Franke & Heidecke GmbH  
Gitzo  
Gossen Foto- u. Lichtmesstechnik GmbH  
GP Battery Marketing (Germany) GmbH  
Hama GmbH & Co KG  
HaPa-Team Handelsges. mbH  
Hasselblad A/S  
Heliopan Lichtfilter-Technik  
Summer GmbH & Co KG  
Hensel Studioteknik GmbH & Co. KG  
Jobo AG  
Jos. Schneider Opt. Werke GmbH  
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG  
Kata  
Kürbi-Otto Tönnies GmbH  
Leica Camera AG  
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH  
Lino Manfrotto  
Linos Photonics GmbH & Co. KG  
Lowe/DayMen GmbH & Co. KG  
Mamiya Digital Imaging Co. Ltd.  
Metz-Werke GmbH & Co. KG  
Minox GmbH  
National Geographic  
Nikon Corporation  
Novoflex Präzisionstechnik GmbH  
Olympus Deutschland GmbH  
Panasonic Marketing Europe GmbH  
Pentax Europe GmbH  
Photo Star GmbH  
plawa-feinwerktechnik GmbH & Co. KG  
S. u. M. Rehberg GmbH  
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH  
Sigma (Deutschland) GmbH  
Soligor GmbH  
Sony Deutschland GmbH  
Tamron Europe GmbH  
Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG  
Technotrade Import-Export GmbH  
tecxus Europe GmbH  
Tiffen Europe Ltd.  
Vanguard  
Voigtländer  
Foto Walser GmbH & Co. KG  
Carl Zeiss

### Lichttechnik/Lichtquellen/ Beleuchtung

Ansmann AG  
**BHS Binkert GmbH**  
B.I.G. Brenner Import-  
und Großhandels GmbH  
bron imaging GmbH  
California Sunbounce  
CF Photo+Video Technik GmbH  
Cullmann Foto\*Audio\*Video GmbH  
dexxIT GmbH & Co. KG  
DGH Grosshandel  
Kodak/Eastman Kodak Company

GP Battery Marketing (Germany) GmbH  
Hedler Systemlicht GmbH  
Hensel Studioteknik GmbH & Co. KG  
Just Normlicht GmbH  
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG  
Kürbi-Otto Tönnies GmbH  
Metz-Werke GmbH & Co. KG  
Multiblitz  
Novoflex Präzisionstechnik  
plawa-feinwerktechnik GmbH & Co. KG  
reflecta gmbh  
Sinar Deutschland  
Soligor GmbH  
Foto Walser GmbH & Co. KG

### Fotostudio-Ausstattung

B.I.G. Brenner Import-  
und Großhandels GmbH  
bron imaging GmbH  
CF Photo+Video Technik GmbH  
dexxIT GmbH & Co. KG  
Dörr GmbH  
Hama GmbH & Co KG  
HaPa-Team Handelsges. mbH  
Hedler Systemlicht GmbH  
Hensel Studioteknik GmbH & Co. KG  
Jobo AG  
Just Normlicht GmbH  
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG  
Lastolite  
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH  
Multiblitz  
Novoflex Präzisionstechnik GmbH  
Silverlab Solutions GmbH  
Sinar Deutschland GmbH  
Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG  
Tetenal AG & Co. KG  
Wacom Europe GmbH  
Foto Walser GmbH & Co. KG

### Digital Imaging/Publishing

#### BHS Binkert GmbH

Braun Photo Technik GmbH  
Cruse GmbH  
dexxIT GmbH & Co. KG  
di-support GmbH  
DGH Grosshandel  
Dörr GmbH  
Kodak/Eastman Kodak Company  
**Foto Quelle GmbH & Co. OHG**  
Fotofix Schnellautomaten GmbH  
Hahnemühle Fine Art GmbH  
Hama GmbH & Co KG  
Hostert Pro GmbH  
Jobo AG  
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG  
Mitsubishi Electric Europe B.V.  
Nik Software GmbH  
Olympus Deutschland GmbH  
Pentacoon GmbH

# Aussteller nach Produktgruppen

## Bildaufnahme, Bildspeicherung

### Digital Imaging/Publishing

R. Rauch GmbH  
reflecta GmbH  
S. u. M. Rehberg GmbH  
Samsung Electronics GmbH  
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH  
Silverlab Solutions GmbH  
Soligor GmbH  
Sony Deutschland GmbH  
Tetenal AG & Co. KG  
Tiffen Europe Ltd.  
Wacom Europe GmbH

### Bild- u. Datenträger

B.I.G. Brenner Import- und Großhandels GmbH  
**BHS Binkert GmbH**  
Braun Photo Technik GmbH  
dexxIT GmbH & Co. KG  
DGH Grosshandel  
Dörr GmbH  
Kodak/Eastman Kodak Company  
General Imaging Europe Ltd.  
Glyn GmbH & Co. KG  
Hama GmbH & Co KG  
Jobo AG  
Maco Photo Products

Olympus Deutschland GmbH  
Photo Star GmbH  
**Plus X Award - Hall of Fame**  
SanDisk Corporation  
Soligor GmbH  
Sony Deutschland GmbH  
Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG  
**Verbatim GmbH**  
Voigtländer

### Zusatzsortiment

Fujifilm Europe GmbH  
Steiner Optik GmbH  
**Swarovski Optik Vertriebs GmbH**

## Bildbearbeitung, Bildausgabe

### Hard- u. Software

**BHS Binkert GmbH**  
dexxIT GmbH & Co. KG  
di support GmbH  
Fotoware Germany GmbH  
Hama GmbH & Co KG  
Hewlett-Packard Company  
Ilford Imaging Switzerland GmbH  
IP Labs GmbH  
Le Bon Image  
Microsoft Corporation  
**Plus X Award - Hall of Fame**  
Silverlab Solutions GmbH  
Wacom Europe GmbH

### Publishing Systeme: Layout - Grafik - Multimedia

Adobe Systems GmbH  
**BHS Binkert GmbH**  
FotoWare Germany GmbH  
Infowerk AG  
Nik Software GmbH  
Olympus Imaging Deutschland GmbH

### Video- u. Filmtechnik

Adobe Systems GmbH  
**BHS Binkert GmbH**  
dexxIT GmbH & Co. KG  
Hama GmbH & Co KG  
Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG  
Wacom Europe GmbH

### Geräte/Systeme für Fotofinishing

**BHS Binkert GmbH**  
di support GmbH  
**Foto Quelle GmbH & Co. OHG**  
Kodak/Eastman Kodak Company

### Epson Deutschland GmbH

Fotofix Schnellautomaten GmbH  
Fujifilm Europe GmbH  
Hama GmbH & Co KG  
Hewlett-Packard Company  
Hostert Pro GmbH  
Jobo AG  
Jos. Schneider Opt. Werke GmbH  
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG  
Kienzle Phototechnik  
Le Bon Image  
Maco Photo Products  
Mitsubishi Electric Europe B.V.  
Noritsu Koki Co. Ltd.  
Foto + Minilabsysteme R. Saal GmbH  
Silverlab Solutions GmbH  
Soligor GmbH  
Sony Deutschland GmbH  
Tetenal AG & Co. KG

### Publishing Systeme: PrePress und Produktion

Adobe Systems GmbH  
**BHS Binkert GmbH**  
di-support GmbH  
FotoWare Germany GmbH  
Gossen Foto- u. Lichtmesstechnik GmbH  
Hewlett-Packard Company  
Jobo AG  
Just Normlicht GmbH  
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH  
Silverlab Solutions GmbH

### Foto-Fun-Artikel

Adobe Systems GmbH  
Artido! Seidenweberei L. Glüsken GmbH & Co. KG  
Aulfes GmbH  
**BHS Binkert GmbH**  
B.I.G. Brenner Import- und Großhandels GmbH

CeWe Color AG & Co. OHG  
di support GmbH  
DGH Grosshandel  
Dörr GmbH  
Kodak/Eastman Kodak Company  
Erno Warenvertriebs GmbH  
**Foto Quelle GmbH & Co. OHG**  
General Imaging Europe Ltd.  
goldbuch Georg Brückner GmbH  
Henzo B.V.  
Infowerk AG  
Jobo AG  
Karl Walther Alben und Rahmen GmbH & Co. KG  
Kürbi-Otto Tönnies GmbH  
S. u. M. Rehberg GmbH  
Foto + Minilabsysteme R. Saal GmbH  
Silverlab Solutions GmbH

### Projektion/Präsentation

Ansmann AG  
**BHS Binkert GmbH**  
Braun Photo Technik GmbH  
**Casio Europe GmbH**  
dexxIT GmbH & Co. KG  
DGH Grosshandel  
Dörr GmbH  
Franke & Heidecke GmbH  
Hama GmbH & Co KG  
Just Normlicht GmbH  
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG  
Kindermann GmbH  
Maco Photo Products  
Novoflex Präzisionstechnik GmbH  
Panasonic Marketing Europe GmbH  
reflecta gmbh  
Sanyo Fischer Sales (Europe) GmbH  
Soligor GmbH  
Voigtländer  
Wacom Europe GmbH

## Verbrauchsmaterialien für Fotofinishing

### BHS Binkert GmbH

di support GmbH  
 DGH Grosshandel  
 Felix Schoeller jr Foto- und Spezialpapiere GmbH & Co. KG  
 Kodak/Eastman Kodak Company  
 Fujifilm Europe GmbH  
 Hahnemühle Fine Art GmbH  
 Hostert Pro GmbH  
 Ilford Imaging Switzerland GmbH  
 Le Bon Image  
 Maco Photo Products  
 Mitsubishi Electric Europe B.V.  
 Photo Star GmbH  
 R. Rauch GmbH  
 Foto + Minilabsysteme R. Saal GmbH  
 Sihl GmbH  
 Silverlab Solutions GmbH  
 Tetenal AG & Co. KG

## Bestellabwicklung für Fotofinishing

### BHS Binkert GmbH

CeWe Color AG & Co. OHG  
 di support GmbH  
**Foto Quelle GmbH & Co. OHG**  
 Fujicolor Central Europe  
 Photofinishing GmbH & Co. KG  
 Hostert Pro GmbH  
 Silverlab Solutions GmbH

## Digital Imaging/Publishing

### BHS Binkert GmbH

Braun Photo Technik GmbH  
 Cruse GmbH  
 dexxIT GmbH & Co. KG  
 di-support GmbH  
 DGH Grosshandel  
 Dörr GmbH  
 Fotofix Schnellautomaten GmbH  
 Hahnemühle Fine Art GmbH  
 Hama GmbH & Co KG  
 Hewlett-Packard Company

Hostert Pro GmbH  
 Jobo AG  
 IP Labs GmbH  
 Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG  
 Le Bon Image  
 Mitsubishi Electric Europe B.V.  
 Nik Software GmbH  
 Olympus Deutschland GmbH  
 Pentacon GmbH  
 reflecta GmbH  
 S. u. M. Rehberg GmbH  
 Samsung Electronics GmbH  
 Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH  
 Silverlab Solutions GmbH  
 Soligor GmbH  
 Sony Deutschland GmbH  
 Tetenal AG & Co. KG  
 Tiffen Europe Ltd.  
 Wacom Europe GmbH

## Zusatzsortiment

Metz-Werke GmbH & Co. KG  
 Universal Laser Systems GmbH

# Wichtige Aussteller nach Hallen

## Halle 2

Berlebach Stativtechnik 1/A30  
 B.I.G. Brenner Import- u. Großhandels GmbH 1/E10

**CASIO**

**Casio Europe GmbH** 2/C10, D19  
 Dörr GmbH 1/A41

**EPSON**  
 EXCEED YOUR VISION

**Epson Deutschland GmbH** 2/B39, A30

Gossen Foto- u. Lichtmesstechnik GmbH 1/D29  
 Hasselblad A/S 1/B29  
 Hedler Systemlicht GmbH 1/A25  
 Heliopan Lichtfilter-Technik Summer GmbH & Co KG 1/D35  
 Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG 1/A40, A48  
 Kürbi-Otto Tönnies GmbH 1/C20  
 Leica Camera AG 1/A19  
 Linos Photonics GmbH & Co. KG 1/A40  
 Mamiya Digital Imaging Co. Ltd. 1/B39  
 Minox GmbH 1/C01  
 Nikon Corporation 2/A10  
 Nokia Corporation 1/B10, C19  
 Novoflex Präzisions-

technik GmbH 1/A41  
 Olympus Deutschland GmbH 2/D39, B30  
 Pentax Europe GmbH 2/D29  
 Photo+Medienforum Kiel Ringfoto GmbH & Co. 1/D25  
 Alfo Marketing KG 1/D20, D28  
 Soligor GmbH 1/C36  
 Steiner Optik GmbH 1/D37  
 Voigtländer Carl Zeiss 1/D20  
 1/C19

## Halle 3



**BHS Binkert GmbH** 1/D34, D40  
 Braun Photo Technik GmbH 1/D11-D19  
 Canon Europa N.V. 2/A17  
 ewa-marine GmbH 1/C39  
 Fotoco Fotohandelsges. mbH & Co. KG 1/A20  
 Panasonic Marketing Europe GmbH 2  
 Pentacon GmbH 1/C21  
 plawa-feinwerktechnik GmbH & Co. KG 1/D31  
 reflecta gmbh 1/C10-C18  
 Supra Foto Elektronik Vertriebs GmbH 1/B40



**Swarovski Optik Vertriebs GmbH** 1/B19, A10  
 Technotrade Import-Export GmbH 1/B39

## Halle 4

Adobe Systems GmbH 1/G20  
 Artido! Seidenweberei L. Guskens GmbH & Co. KG 1/E48, D49  
 Crumpler Serious GmbH 1/G10  
 FotoWare Germany GmbH 1/G30  
 Franke & Heidecke GmbH 2/A08  
 Fujicolor Central Europe Photofinishing GmbH & Co. KG 2/A10, C19  
 Fujifilm Electronic Imaging Europe 2/A10, C19  
 Fujifilm Europe GmbH 2/A10, C19  
 Hama GmbH & Co KG 2/C10  
 Hewlett-Packard Com. Infowerk AG 1/H23  
 1/B45  
 IP-Labs GmbH 4.2/A10/C19  
 Jenoptik Laser, Optik, Systeme GmbH 2/C21  
 Jos. Schneider Opt. Werke GmbH 2/B12  
 Just Normlicht GmbH 1/E50

# Wichtige Aussteller nach Hallen

## Halle 4

Kindermann GmbH	1/B10
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH	2/B14
Metz-Werke GmbH & Co. KG	2/F09
Microsoft Corporation	1/H49, G31
Nik Software GmbH	1/F01
Samsung Electronics GmbH	2/D48
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH	2/F10
Sinar Deutschland	2/C21
Tamron Europe GmbH	2/E10, F19
Wacom Europe GmbH	1/H18

## Halle 5

Ansmann AG	1/E10
DayMen/Lowe pro GmbH & Co. KG	2/C20, D29
Kodak/Eastman Kodak Company	2



General Imaging Europe Ltd.	1/C10
Glyn GmbH & Co. KG	1/D08
GP Battery Marketing (Germany) GmbH	1/I29
HaPa-Team	
Handelsges. mbH	2/B20
Jobo AG	1/A10-A18
Lowe pro/DayMen GmbH & Co. KG	2/C20, D29
„Rollei“ RCP-Technik GmbH & Co. KG	2/D09
Rehberg GmbH	1/C10
Ricoh International B.V.	2/D11, D19
S. u. M. SanDisk Corporation	1/B20
Sigma (Deutschland) GmbH	2/A20
Sony Deutschland GmbH	1/A10
Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG	1/C19
tecxus Europe GmbH	1/F19
Tetenal AG & Co. KG	2/B30
Tiffen Europe Ltd.	2/C10
Vanguard	1/H10



**Verbatim GmbH 1/F11**

## Halle 6

Bogen Imaging	1/D10, E10
bron imaging GmbH	1/A13
California Sunbounce	1/C03
CF Photo + Video Technik GmbH	1/D34
dexxIT GmbH & Co. KG	1/D37
DGH Grosshandel	1/D39
Gitzo	1/D10, E10
Hensel Studioteknik GmbH & Co. KG	1/A11, A19
Kata	1/D10, E10
Lastolite	1/E01
Lino Manfrotto	1/D10, E10
Multiblitz	1/C10, D15
National Geographic Foto Walser GmbH & Co. KG	1/D10, E10
	1/A30

## Halle 9

Aulfes GmbH	1/B14
Erno Warenvertriebs GmbH	1/A10, B11
goldbuch	
Georg Brückner GmbH	1/C20, D21
Henzo B.V.	1/D10
Karl Walther	
Alben und Rahmen GmbH & Co. KG	1/B10



**Plus X Award – Hall of Fame 1/A60-E69**

## Halle 10

CeWe Color AG & Co. OHG	2/A70-C71
Cruse GmbH	1/B38, C39
di support GmbH	2/A40
Enve Photopackaging GmbH	2/C64-C68
Felix Schoeller jr Foto- u. Spezialpapiere GmbH & Co. KG	10.1/A60
Foto + Minilabsysteme R. Saal GmbH	2/B30
Fotofix Schnellautomaten GmbH	2/A50



**Foto Quelle GmbH & Co. OHG 2/C30**  
 Hahnemühle Fine Art GmbH 1/C20  
 Hostert Pro GmbH 1/A10  
 Ilford Imaging Switzerland GmbH 1/B10



**imaging+foto-contact 2/C41**



**INTERNATIONAL CONTACT 2/C41**  
 Kienzle Phototechnik 1/D36  
 Le Bon Image 1/B10  
 Maco Photo Products 1/A19  
 Mitsubishi Electric Europe B.V. 2/A68  
 Noritsu 2/C04  
 Koki Co. Ltd. 2/C04  
 Photo Star GmbH 2/C21, C29



**PMA Photo Marketing Association International 2/C41**



**PoS-MAIL 2/C41**



**prepress-World of Print 2/C41**  
 R. Rauch GmbH 1/A30  
 Sihl GmbH 1/B20, C29  
 Silverlab Solutions GmbH 2/C30  
 Universal Laser Systems GmbH 1/B41

# Wichtige Aussteller von A bis Z

## A

Adobe Systems GmbH 4.1/G20  
 Ansmann AG 5.1/E10  
 Artido! Seidenweberei L. Güssen  
 GmbH & Co. KG 4.1/E48, D49  
 Aulfes GmbH 9.1/B14

## B

Berlebach Stativtechnik 2.1/A30  
**BHS Binkert GmbH** 3.1/D34, D40  
 Dr. Rudolf-Eberle-Str. 12  
 79725 Laufenburg  
 Tel: 07763/928-0 • Fax: 07763/928-399  
 www.bhsbinkert.de  
 B.I.G. Brenner Import- u.  
 Großhandel GmbH 2.1/E10  
 Bogen Imaging 6.1/D10, E10  
 Braun Photo Technik GmbH 3.1/D11-D19  
 bron imaging GmbH 6.1/A13

## C/D

California Sunbounce 6.1/C03  
 Canon Europa N.V. 3.2/A17  
**Casio Europe GmbH** 2.2/C10, D19  
 Bornbarch 10 • 22848 Norderstedt  
 Tel: 040/52865-0 • Fax: 040/52865-100  
 www.casio-europe.com • www.exilim.de  
 CeWe Color AG & Co. OHG 10.2/A70-C71  
 CF Photo + Video Technik GmbH 6.1/D34  
 Crumpler Serious GmbH 4.1/G10  
 Cruse GmbH 10.1/B38, C39  
 Cullmann Foto\*Audio\*Video GmbH 3.1/D20  
 DayMen/Lowepro  
 GmbH & Co. KG 5.2/C20, D29  
 dextIT GmbH & Co. KG 6.1/D37  
 DGH Großhandel 6.1/D39  
 di support GmbH 10.2/A40  
 Dörr GmbH 2.1/A41  
 Messerschmittstr. 1 • 89231 Neu-Ulm  
 Tel: 0731/97037-0 • 0731/97037-37  
 www.doerrfoto.de

## E/F

Kodak/Eastman Kodak  
 Company 5.2/A02-C19  
 Enve Photopackaging GmbH 10.2/C64-C68  
**Epson Deutschland GmbH** 2.2/B39, A30  
 Otto-Hahn-Str. 4 • 40670 Meerbusch  
 Tel: 02159/538-0 • Fax: 02159/538-3000  
 www.epson.de

Erno Warenvertriebs GmbH 9.1/A10, B11  
 ewa-marine GmbH 3.1/C39  
 Felix Schoeller jr Foto- und  
 Spezialpapiere GmbH & Co. KG 10.1/A60  
 Fotoco Fotohandelsgesellschaft  
 mbh & Co. KG 3.1/A20  
 Fotofix Schnellautomaten GmbH 10.2/A50  
**Foto Quelle GmbH & Co. OHG** 10.2/C30  
 Fürther Str. 205 • 90429 Nürnberg  
 Tel: 0911/1420-880 • www.fotoquelle.de  
 • Das Fotobuch auf echtem Fotopapier  
 • Fotobuch Easy – ohne Software,  
 ohne Internet  
 • Grußkartensortiment zum Selbstgestalten  
 • Bilder auf Leinwand in neuer Qualität  
 FotoWare Germany GmbH 4.1/G30  
 Franke & Heidecke GmbH,  
 Feinmechanik und Optik 4.2/A08  
 Salzdahlumer Str. 196  
 38126 Braunschweig  
 Tel: 0531/6800-100 • Fax: 0531/6800-295  
 www.franke-heidecke.net  
 Fujicolor Central Europe Photo-  
 finishing GmbH & Co. KG 4.2/A10, C19  
 Fujifilm Electronic Imaging  
 Europe 4.2/A10, C19  
 Fujifilm Europe GmbH 4.2/A10, C19

## G/H

General Imaging Europe Ltd. 5.1/C10  
 • Unter dem Motto: **See the bigger Image  
 with DIGITAL CAMERAS von GE** zeigt  
 General Imaging auf mehr als 1.000 qm  
 Ausstellungsfläche sein aktuelles Sorti-  
 ment mit allen Neuheiten.  
 Gitzo 6.1/D10, E10  
 Glyn GmbH & Co. KG 5.1/D08  
 goldbuch Georg Brückner  
 GmbH 9.1/C20, D21  
 Hallstadter Str. 50  
 96052 Bamberg  
 Tel: 0951/96788-0 • Fax: 0951/96788-30  
 www.goldbuch.de  
 Gossen Foto- u. Lichtmesstechnik  
 GmbH 2.1/D29  
 GP Battery Marketing  
 (Germany) GmbH 5.1/I29  
 Hahnemühle Fine Art GmbH 10.1/C20  
 Hama GmbH & Co KG 4.2/C10  
 HaPa-Team Handelsges. mbH 5.2/B20  
 Hasselblad A/S 2.1/B29

Hedler Systemlicht GmbH 2.1/A25  
 Heerstr. 112 • 65594 Runkel/Lahn  
 Tel: 06482/9181-00 • Fax 06482/9181-11  
 www.hedler.com  
 Heliopan Lichtfilter-Technik  
 Summer GmbH & Co KG 2.1/D35  
 Hensel Studioteknik  
 GmbH & Co. KG 6.1/A11, A19  
 Henzo B.V. 9.1/D10  
 Hewlett-Packard Company 4.1/H23  
 Hostert Pro GmbH 10.1/A10

## I/J/K/L

Ilford Imaging Switzerland GmbH 10.1/B10  
**imaging+foto-contact** 10.2/C41  
 C.A.T.-Verlag Blömer GmbH  
 Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen  
 Tel: 02102/2027-0 • Fax: 02102/202790  
 www.worldofphoto.de  
 • imaging+foto-contact ist die Fachzeit-  
 schrift für die deutsche Foto- und Ima-  
 gingbranche. Jeden Monat informiert sie  
 aktuell über Neuheiten – ergänzt durch  
 Medien im Internet, auf CD und einen  
 optionalen E-Mail-News-Service.  
 Infowerk AG 4.1/B45  
**INTERNATIONAL CONTACT** 10.2/C41  
 C.A.T.-Verlag Blömer GmbH  
 Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen  
 Tel: 02102/2027-0 • Fax: 02102/202790  
 www.worldofphoto.com  
 • INTERNATIONAL CONTACT ist die füh-  
 rende Fachzeitschrift für den weltweiten  
 Foto- und Imagingmarkt.  
 IP Labs GmbH (am Stand von  
 Fujifilm, Tokyo) 4.2/A10, C19  
 Schwertberger Str. 14 • 53177 Bonn  
 Tel. 0228/18479-0 • Fax: 0228/18479-15  
 www.iplabs.de  
 Jenoptik Laser, Optik, Systeme  
 GmbH 4.2/C21  
 Jobo AG 5.1/A10  
 Jos. Schneider Opt. Werke GmbH 4.2/B12  
 Just Normlicht GmbH 4.1/E50  
 Kaiser Fototechnik  
 GmbH & Co. KG 2.1/A40, A48  
 Im Krötenteich 2 • 74722 Buchen  
 Tel: 06281/407-0 • Fax: 06281/407-55  
 www.kaiser-fototechnik.de  
 Karl Walther Alben und Rahmen  
 GmbH & Co. KG 9.1/B10

# Wichtige Aussteller von A bis Z

## I/J/K/L

Kata	6.1/D10, E10
Kienzle Phototechnik	10.1/D36
Kindermann GmbH	4.1/B10
Kürbi-Otto Tönnies GmbH	2.1/C20
Lastolite	6.1/E01
Le Bon Image	10.1/B10
Leica Camera AG	2.1/A19
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH	4.2/B14
Lino Manfrotto	6.1/D10, E10
Linos Photonics GmbH & Co. KG	2.1/A40
Lowe/Day Men GmbH & Co. KG	5.2/C20, D29

## M/N

Maco Photo Products	10.1/A19
Mamiya Digital Imaging Co. Ltd.	2.1/B39
Metz-Werke GmbH & Co. KG	4.2/F09
Microsoft Corporation	4.1/H49, G31
Minox GmbH	2.1/C01
Mitsubishi Electric Europe B.V.	10.2/A68
Multiblitz	6.1/C10, D15
National Geographic	6.1/D10, E10
Nik Software GmbH	4.1/F01
Nikon Corporation	2.2/A10
Nokia Corporation	2.1/B10, C19
Noritsu Koki Co. Ltd.	10.2/C04
Novoflex Präzisionstechnik GmbH	2.1/A41

## O/P

Olympus Deutschland GmbH	2.2/D39, B30
Wendenstraße 14-18	
20097 Hamburg	
Tel: 040/23773-0 • www.olympus.de	
Panasonic Marketing Europe GmbH	3.2
Winsberggring 15 • 22525 Hamburg	
www.panasonic.de	
Pentacon GmbH	3.1/C21
Pentax Europe GmbH	2.2/D29
Photoindustrie-Verband e.V.	Boulevard A12
Photo+Medienforum Kiel	2.1/D25
Photo Star GmbH	10.2/C21, C29
plawa-feinwerktechnik GmbH & Co. KG	3.1/D31
<b>Plus X Award – Hall of Fame</b>	<b>9.1/A60-E69</b>
Montanusstr. 62 • 41515 Grevenbroich	
Tel: 02181/28595-0 • Fax: 02181/28595-199	
www.plusxaward.de	

## PMA Photo Marketing

### Association International 10.2/C41

Hiltenspergerstr. 9 • 80798 München  
Tel: 089/54558128 • Fax: 089/2730291  
pmaeurope@pmi.org

### PoS-MAIL 10.2/C41

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH  
Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen  
Tel: 02102/2027-0 • Fax: 02102/202790  
www.pos-mail.de

- Das erfolgreiche Medium für den High-Tech-Markt informiert über die Innovationen im Bereich Unterhaltungselektronik, Foto, IT und Telekommunikation – ergänzt durch Medien im Internet unter www.pos-mail.de und einen E-Mail-News-Service.

### prepress-World of Print 10.2/C41

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH  
Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen  
Tel: 02102/2027-0 • Fax: 02102/202790  
www.prepressworld.de, www.worldofprint.de, www.worldofprint.com

- prepress-World of Print, die Zeitschrift für die professionelle Produktion von Printprodukten. Angesprochen werden Druckereien, Verlage und Werbeagenturen sowie die klassischen freien Berufe der Medienproduktion – vom Grafiker bis zum Fotografen.

## Q/R/S

R. Rauch GmbH	10.1/A30
„Rollei“ RCP-Technik GmbH & Co. KG	5.2/D09
reflecta gmbh	3.1/C10-C18
S. u. M. Rehberg GmbH	5.1/C10
Ricoh International B.V.	5.2/D11, D19
Ringfoto GmbH & Co.	
Alfo Marketing KG	2.1/D20, D28
Foto + Minilabsysteme	
R. Saal GmbH	10.2/B30
Samsung Electronics GmbH	4.2/D48
SanDisk Corporation	5.1/B20
Sanyo Fisher	
Sales (Europe) GmbH	4.2/F10
Sigma (Deutschland) GmbH	5.2/A20
Sihl GmbH	10.1/B20, C29
Silverlab Solutions GmbH	10.2/C30
Donnersbergstr. 1 • 64646 Heppenheim	
Tel: 06252/7947-0	

www.silverlab-solutions.de

- Das Fotobuch (Echtfoto) für den Fachhändler
  - HP Photo-Center Lösungen
  - HP Large Format Drucker + Lösungen
- Sinar Deutschland 4.2/C21  
Gänseweg 5 • 22926 Ahrensburg  
Tel: 04102/67820-0 • Fax: 04102/67820-20  
www.sinar.de
- Soligor GmbH 2.1/C36
- Sony Deutschland GmbH 5.1/A10
- Steiner Optik GmbH 2.1/D37
- Supra Foto Elektronik Vertriebs GmbH 3.1/B40
- Swarovski Optik Vertriebs GmbH 3.1/B19, A10**

Daniel-Swarovski-Straße 70  
6067 Absam • Österreich  
Tel: +43-5223-5110  
www.swarovskioptik.com

- Optische Qualität wird mit der neuen EL 42-Serie von Swarovski Optik neu definiert. Die Ferngläser bieten eine exzellente Randschärfe sowie gestochen scharfe Konturen und eine farbtreue Darstellung bis zu einer Nahdistanz von 1,5 m.

## T

Tamron Europe GmbH	4.2/E10, F19
Technaxx Deutschland sGmbH & Co. KG	5.1/C19
Technotrade Import-Export GmbH	3.1/B39
tecxus Europe GmbH	5.1/F19
Tetenal AG & Co. KG	5.2/B30
Tiffen Europe Ltd.	5.2/C10

## U/V/W

Universal Laser Systems GmbH	10.1/B41
Vanguard	9.1/A10
<b>Verbatim GmbH 5.1/F11</b>	
Frankfurter Straße 63-69 • 65760 Eschborn	
www.verbatim-europe.com	
Tel: 06196/9001-0 • Fax: 06196/9001-20	
Voigtländer	2.1/D20
Wacom Europe GmbH	4.1/H18
Foto Walser GmbH & Co. KG	6.1/A30

## X/Y/Z

Carl Zeiss	2.1/C19
------------	---------

# Das Top-Ereignis der photokina am 24. und 25. September 2008

## Internationales Business Forum "Memories on demand"

Nutzen Sie die Gelegenheit, aus erster Hand zu erfahren, wie internationale Spitzenmanager der Foto- und Imaging-Industrie die Auswirkungen der digitalen Bildtechnologien auf den Lifestyle der Konsumenten sehen und erleben Sie die Präsentation neuer Geschäftsmodelle. Das internationale Business Forum "Memories on demand" verspricht, das Top-Ereignis des Rahmenprogramms der photokina 2008 zu werden.

Digital Imaging, mobile Kommunikation, Consumer Electronics und die wachsenden Möglichkeiten des Internets definieren den Begriff „Erinnerungen“, der seit jeher fest mit der Fotografie verbunden ist, neu: Die Konsumenten haben zahllose Möglichkeiten, ihre Fotos und bewegten Bilder mit Musik, Tonaufnahmen und anderen digitalen Inhalten zu kombinieren und so lebendige Erinnerungen festzuhalten, zu speichern, wiederzugeben und mit anderen Menschen zu teilen. Wie die Foto- und Imagingbranche dieser emotionalen Komponente wirklich gerecht werden kann, ist das Thema des Business Forums "Memories on demand". Die Konferenzsprache ist Englisch.



**Nader Anvari**  
Chief Marketing Officer,  
DigiLabs, Inc.



**Jeffrey W. Hayzlett**  
Chief Business  
Development Officer and  
Vice-President, Eastman  
Kodak Company



**Christopher M. Kooluris**  
Senior Media  
Specialist/Disruptive Media  
Ketchum



**Ton Marsman**  
CEO, Webprint B.V.



**Dr. Mark Mizen**  
Director of Technology,  
Creative Memories



**Christiane Ritter**  
Consumer Manager,  
Digital Lifestyle,  
Microsoft Germany



**Malte Schloen**  
Founder and CEO  
of locr GmbH

Änderungen vorbehalten

Bitte umblättern ►

### Veranstalter:

Photo Imaging News®



### Unterstützt von:



# The new top event at photokina 2008: International Business Forum "Memories on demand" September 24 to 25, 2008

## PROGRAM

### Day 1 - September 24, 2008

9.00 a.m. Registration open  
9.15 a.m. Coffee is served in the lobby  
10.00 a.m. Welcome/Opening remarks

#### 10.05 a.m. **The Changing Landscape of Print**

**Speaker: Jeffrey W. Hayzlett**, Chief Business Development Officer and Vice-President, Eastman Kodak Company  
Digital technologies continue to change the way we communicate. More than ever marketers are challenged to effectively reach their target audiences with the right message and the right media. This session will discuss how innovations in digital print technology empower retailers and photofinishers to speak to their customer base in new ways and introduce new opportunities to use print strategically.

#### 10.50 a.m. **New Opportunities in Personalized Photo Products**

**Speaker: Nader Anvari**, Chief Marketing Officer, DigiLabs, Inc.  
The market for personalized photobooks, cards, calendars and photo gifting is growing rapidly offering huge opportunities for consumers, professional photographers, photo service providers and suppliers. The following questions will be examined during this session. Where is this market headed? What are the new trends and opportunities? Who benefits from these new opportunities and how?

#### 11.30 a.m. **New ways out of the photo chaos**

**Speaker: Malte Schloen**, Founder and CEO of locr GmbH  
Established in September 2006, the rapidly expanding photo community [www.locr.com](http://www.locr.com) focuses on organizing photos by GPS tagging; additional digital content, sharing opportunities and the ability of combining the user's photos with other pictures taken in the same area open up new ways to experience memories.

#### 12.15 p.m. **Nora's digital world – a new lifestyle for consumers, retailers and manufacturers**

**Speaker: Christiane Ritter**, Consumer Manager, Digital Lifestyle, Microsoft Germany

Since the launch of Windows Vista and Windows Live Services, Microsoft and its partners engage in campaigns to excite consumers for life enhancements that are delivered by the digital lifestyle – such as Nora's Digital World in Germany. This new world not only facilitates entertainment and the exchange of digital content, but also substantially eases memory sharing and increases the fun of communication. The Microsoft partner ecosystem provides a multitude of solutions building connected entertainment anywhere, any time, on all devices.

1.00 p.m. Light lunch is served in the lobby

### Day 2 - September 25, 2008

9.00 a.m. Registration open  
9.15 a.m. Coffee is served in the lobby  
10.00 a.m. Welcome/Opening remarks

#### 10.05 a.m. **Unconventional marketing strategies to reach "Generation Y"**

**Speakers: Simon Noel**, Mobile Marketing Managing Director/CEO at Mobile One2One, and **Chris Kooluris**, Senior Media Specialist, Disruptive Media, Ketchum, New York

One of the greatest challenges facing the imaging industry is to attract younger target groups to photography and to printing out their own images. Simon Noel and Chris Kooluris, both from the internationally renowned PR firm Ketchum, New York, will be on hand to present unconventional marketing strategies including blogs, social networks and text messaging – and to show new approaches for reaching "Generation Y."

#### 10.50 a.m. **The future of memory preservation**

**Speaker: Dr. Mark Mizen**, Director of Technology, Creative Memories

The current decline in traditional scrapbook sales has not come from a lost interest in memory preservation. Instead, unique and individualized photo books are preserving the memories of a new generation. To see where memory preservation is headed, we need only look at the convergence of still photography and video, as well as the excitement behind YouTube, MySpace, and FaceBook. Past experience has shown that consumers will value products that celebrate their memories today and preserve them for tomorrow.

#### 11.30 a.m. **The new personalized photo products business model**

**Speaker: Don Franz**, Group Publisher, Photo Imaging News

In the consumer photofinishing business, the print business model is more and more being replaced by a model focusing on promoting life stories, produced in the form of multi-image prints, calendars, posters and especially photobooks. Franz reviews the development of the worldwide personalized photo product market, and explains how it is changing the industry.

#### 12.15 p.m. **New marketing models for photo books**

**Speaker: Ton Marsman**, CEO, Webprint B.V.

With annual growth rates of 200 percent, Webprint B.V., Hengelo, is the fastest growing company in the Netherlands. Founded in 2004, the online-photofinisher attracts its customers with a new strategy to order more and more digital prints, photo books, calendars and other photo-specialty products.

1.00 p.m. Closing remarks

1.05 p.m. Light lunch is served in the lobby

Subject to change

# Registration information and fees

## The International Business Forum

# "Memories on demand"

**Will run on two days, September 24 and September 25, 2008,  
from 10.00 a.m. to 1.00 p.m.**

### Full registration (2 days):

Regular fee € **699.00** / Discounted fee € **599.00**

### One day-registration:

Regular fee € **495.00** / Discounted fee € **445.00**

### For each day, registration includes:

- Attendance at all sessions • CD with final presentations • Coffee break and lunch
- One-day entrance ticket to photokina

### Discount policy: The discounted prices apply for

- photokina 2008 main exhibitors • members of Photoindustrie-Verband
- GfK customers (requires a member/customer code) • multiple registrants from the same company

### Media Registration:

A limited number of registrations are available for authorized media representatives at no charge.  
For details, please contact michael.steiner@koelnmesse.de.

## .... Registration form Please indicate below .....

### 1. Full registration

(two days September 24 and 25, 2008)

Regular fee Euro **699.00**  Discounted fee Euro **599.00**

### 2. One-day registration "Memories on demand" I

September 24, 2008

Regular fee Euro **495.00**  Discounted fee Euro **445.00**

### 3. One-day registration "Memories on demand" II

September 25, 2008

Regular fee Euro **495.00**  Discounted fee Euro **445.00**

### Payment:

Visa  MasterCard

Card Number: .....

Expiration: .....

Signature: .....

### Booking policy

Cancellations will be accepted with a 100 percent refund if made on or before September 10, 2008. Substitutions may be made at any time.

Hotel reservations and charges are the responsibility of each conference registrant.

For assistance in arranging accommodation, please visit the photokina website [www.photokina-cologne.de](http://www.photokina-cologne.de)

Please complete the name and address information below for the person to whom all registration confirmations should be sent.

Name: ..... Job Title: .....

Company: .....

Address: ..... City: .....

ZIP/Postcode: ..... Country: .....

Phone: ..... Fax: ..... Email: .....

Signature: .....

German VAT at 19% will be added to all registrations. If you are based in the EU, you may be able to recover this, so please enter your VAT number in the form below and it will be included on the invoice sent to you.

VAT number (For invoicing companies based in the EU): .....

**Fax: +49-2102-2027-90**

# Neuer Franchisegeber

## The Phone House sucht Existenzgründer

Seit knapp einem Jahr ist The Phone House, der Komplettanbieter für Telekommunikation und Entertainment, als Partner von Ringfoto auch als Unternehmen in der Fotobranche aktiv. Bislang haben 75 Ringfoto-Händler einen Vertrag mit The Phone House geschlossen; eine Zahl, die Dieter Koßmeier, Leiter Vertrieb und Handel bei The Phone House, gegenüber *imaging+foto-contact* als „sehr zufriedenstellend“ bezeichnete.

Mit der Unterzeichnung eines individuell ausgearbeiteten Vertrages erhalten die Fotohändler Zugriff auf das gesamte Sortiment aus Mobilfunk-, Festnetz-, DSL- und Entertainmentprodukten von The Phone House. Aus diesem Angebot können sie die Produkte und Dienste auswählen, die am besten zu ihrer Kundschaft passen bzw. mit denen sie neue Zielgruppen erreichen wollen. Viele Ringfoto-Händler haben in den vergangenen Monaten die Ertragschancen erkannt und umgesetzt, die ihnen die Kooperation mit The Phone House bietet.

### Wachstumsstrategie

Das Münsteraner Unternehmen will es aber nicht bei dieser Art der Zusammenarbeit belassen, sondern bietet Fotohändlern und deren Mitarbeitern mittels eines neuen Franchisemodells die Möglichkeit, sich



*Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House (r.), und Thorsten Fluck, Leiter des Geschäftsbereichs Shop, sehen auch für Fotohändler und deren Mitarbeiter gute Chancen, sich als Franchisepartner eine Existenz oder ein zweites Standbein im Telekommunikations- und Entertainmentmarkt aufzubauen*

eine erfolgversprechende Existenz bzw. ein zweites Standbein aufzubauen. „Wir fahren nach wie vor eine Wachstumsstrategie und wollen die Zahl unserer Shops von derzeit 215 in den kommenden Jahren auf etwa 500 erhöhen“, erklärte Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House. „Mindestens 50 Prozent aller Shops sollen künftig von Franchisenehmern betrieben werden.“

### Internationale Partner

Simon räumte ein, dass es bereits verschiedene Franchisemodelle in der Telekommunikationsbranche gebe, „aber“, so der The Phone House-Chef, „wir haben ein Gesamtpaket aus Leistungen und Konditionen geschnürt, das mehr als konkurrenzfähig ist. Es bietet den Franchisepartnern Ver-

dienstmöglichkeiten weit über dem Branchendurchschnitt. Und unsere Franchisenehmer werden auch von unserer internationalen Ausrichtung profitieren – die beim Wettbewerb weniger ausgeprägt ist.“ So könnten die neuen Shopbetreiber zum Beispiel von der Verkaufskompetenz aus über 3.200 Shops der Muttergesellschaft Best Buy International Ltd. profitieren, die in neun europäischen Ländern und den USA mit einer weitsichtigen Produkt- und Servicestrategie erfolgreich sei.

Der Einstieg des US-Elektronikhändlers Best Buy, der im Mai 50 Prozent der Anteile von Carphone Warehouse erwarb, müsse als positives Signal für die The Phone House-Händler gewertet werden. Simon: „Das professionelle Verständnis von Best Buy in bezug auf erfolgreiche

Vermarktungskanäle ergänzt das Know-how der Carphone Warehouse-Gruppe optimal. Durch das Unternehmen, das mit rund 150.000 Mitarbeitern etwa 40 Milliarden US-Dollar Umsatz macht, sind wir in der Lage, neue Trends in der Telekommunikation und der Unterhaltungselektronik noch schneller als bislang zu erkennen und zu vermarkten.“

### Herzblut ist gefragt

Die Hürden, die ein Interessent nehmen muss, um Franchisepartner von The Phone House zu werden, sind niedrig. „Wir suchen vor allem Menschen, die Freude am Verkauf technischer Konsumgüter haben. Dies sollte bei Fotohändlern und ihren Mitarbeitern der Fall sein. Außerdem sollten sie mit Herzblut Verkäufer sein



Zur Unterstützung der neuen Franchisepartner stellt The Phone House unter anderem ein mehrfach ausgezeichnetes Shopkonzept bereit.

und wissen, dass sie als Franchisenehmer durch Eigeninitiative und persönliches Engagement unmittelbar das Ausmaß ihres Erfolges bestimmen können“, erläuterte Thorsten Fluck, Leiter des Geschäftsbereichs Shops bei The Phone House. Auch die finanzielle Hürde liegt auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau. Fluck: „Der Franchisenehmer entrichtet lediglich eine einmalige Einstiegsgebühr in Höhe von 4.000 Euro und leistet anschließend eine monatliche Zahlung, die vom Rohertrag abhängig ist.“

### Vielfältige Unterstützung

„Diesem Investment steht ein umfangreiches und innovatives Leistungsprogramm gegenüber“, führte Andreas Jurkiewicz aus, der bei The Phone House die Leitung des neuen Vertriebskanals Franchiseshops übernommen hat. „Zu Beginn der Partnerschaft werden dem Franchisenehmer beispielsweise ein mehrfach prämiertes Shopsystem inklusive Shopeinrichtung sowie ein effektives IT-System kostenlos zur Verfügung gestellt.“ Außerdem sorgt The Phone House durch eine Zusammenarbeit auf Kommissionsbasis für ausreichende Liqui-

dität: Die Hardware, die den Partnern zur Verfügung gestellt wird, ist zu 100 Prozent Kommissionsware und verursacht somit keine Kapitalbindungskosten.

Die Unterstützung der zukünftigen Franchisenehmer beginnt allerdings schon früher. „Einer der entscheidenden Erfolgsfaktoren für jedes Geschäft ist der richtige Standort. Deshalb helfen wir potentiellen Franchisepartnern schon bei der Suche nach einem geeigneten Standort und nehmen eine wirtschaftliche Bewertung vor. Außerdem gewähren wir Gebietschutz, um unserem neuen Partner zusätzliche unternehmerische Sicherheit zu bieten“, so Jurkiewicz. Weitere Leistungen im Franchisepaket von The Phone House seien die intensive Unterstützung des Vertriebs mittels Marketingaktionen, praxisorientierte Trainings- und Schulungskonzepte sowie eine Außendienstbetreuung vor Ort. Weiterhin bekommen neue Partner über The Phone House einen Zugang zum vorhandenen Kundestamm aus der Umgebung ihres Shop-Standortes und können diese Kontakte von Beginn an für Vermarktungsaktivitäten nutzen.



Seit knapp einem Jahr ist The Phone House als Partner der Händlerkooperation Ringfoto im Fotohandel aktiv – und präsentiert sich regelmäßig auf den Ringfoto Einkaufsmessen in Erlangen.

# Gemeinschaftsprodukt

## Kodak und Motorola entwickeln Fotohandy

Kodak hat sich erstmals maßgeblich an der Entwicklung eines Mobiltelefons beteiligt: Gemeinsam mit dem ebenfalls aus den USA stammenden Hersteller Motorola wurde jetzt das Fotohandy Motorola Zine ZN5 auf den Markt gebracht. Während Motorola sein Know-how in der mobilen Kommunikation in das Produkt einbrachte, kümmerte sich Kodak um die Digitalfoto-Optionen.

Mit dem Zine ZN5 wollen die beiden US-Hersteller einen neuen Standard für Qualität, Bedienbarkeit und Datenaustausch von mobilen Fotokameras definieren. Mit Hilfe der bereits aus zahlreichen Fotoprodukten bekannten Kodak EasyShare Software und dem einfachen Zugang zur Kodak Gallery oder anderen Onlineangeboten bzw. Foto-Communitys können Bilder problemlos und schnell vom Handy überspielt, gedruckt und betrachtet werden.

„Kreative Nutzer von heute möchten mehr als nur fotografieren. Sie wollen die Bilder auch bearbeiten und präsentieren“, ist sich Olaf May, General Manager Mobile Devices Deutschland, Österreich und Benelux, Motorola GmbH Deutschland, sicher. „Egal, ob das Motiv einen bestimmten Farbeffekt, einen zusätzlichen Text, eine Grafik oder einen eleganten

Rahmen erhalten soll – dem Nutzer bieten sich viele verschiedene Möglichkeiten, seinen ganz persönlichen Stil auszudrücken.“

Mit einem 2,4 Zoll großen hochauflösenden Display im Querformat und außergewöhnlich kurzen Reaktionszeiten ist das Motozine ZN5 ganz auf beste Bildqualität ausgelegt. Um in den Aufnahmemodus zu wechseln, muss der Nutzer das Kodak Objektiv aufdecken. Das



Handy verwandelt sich dann in eine digitale Fotokamera mit Fünf-Megapixel-Chip und Autofokus, vierfache Digitalzoomfunktion und Xenon-Blitz. Zum Speichern der Bilder steht eine Schnittstelle für SD-Karten bereit.

Die Kombination aus Kodak Imaging-Technologie und Kodak Perfect Touch-Technologie bringt Bilder leuchtender und klarer zum Ausdruck und erleichtern auch ungeübten Fotografen die Nutzung der vielfältigen Fotofunktionen, zum Beispiel das Erstellen von Serienbildern oder Panoramafotos. Mit nur einem Knopfdruck kann man Fotos per TV-Out auf einem Fernsehgerät betrachten – ohne komplizierte

Einstellungen und ohne lästiges Suchen. Dank der ShoZu-Funktion lassen sich Fotos auf eine Vielzahl von Community-Seiten aufschalten. Die Bilder können mit einem einfachen Klick auf die Kodak Gallery Online-Plattform ([www.kodakgallery.com](http://www.kodakgallery.com)) hochgeladen werden und stehen dort sofort zum Anschauen, Speichern oder Tauschen bereit.

Die Kodak EasyShare Foto-Software erleichtert das Organisieren, Bearbeiten, Teilen, Speichern und Finden mobiler Fotos. Wer möchte, kann die Fotos via USB oder kabellos per WLAN oder Bluetooth auf seinen Computer laden oder auf Bluetooth-kompatiblen Kodak Druckern oder bei Kodak Bilder-Kiosken printen.

### Motozine ZN5

#### Pluspunkte

Datenaustausch per USB oder kabellos, mit wenigen Klicks können Bilder ins Internet geladen werden

#### Ausstattung

- Fünf-Megapixel-Kamera
- Vierfache Digitalzoomfunktion
- Autofokus
- Xenon-Blitz
- Carl-Zeiss-Objektiv
- Photo Editor (Rahmen, Spiegel, Farbeffekte, Text usw.)

#### Liefertermin

Ende des dritten Quartals

#### UVP

349 Euro (ohne Kartenvertrag)

# Vier FinePix-Neuheiten

## Die S2000HD kommt mit HD-Auflösung

Fujifilm hat vier neue Kompaktkameras der FinePix-Serie vorgestellt: Mit der S2000HD, der F60fd sowie den Modellen J100 und J150W kommen Neuheiten mit unterschiedlichster Ausstattung auf den Markt, die sich an verschiedene Zielgruppen wenden.

Alle Fujifilm FinePix-Neuheiten sind mit einem Fujinon Zoomobjektiv und einem Aufnahmechip mit mindestens zehn Megapixeln (FinePix F60fd = zwölf Megapixel) ausgestattet. Die FinePix F60fd erzeugt die Bildqualität außerdem mit einem Super CCD.

Die neue FinePix S2000HD greift einen aktuellen Trend auf und gibt den Nutzern die Möglichkeit, mit ihr aufgenommene Fotos und Videos in hoher Auflösung und exzellenter Schärfe auf einem TV-Gerät zu präsentieren. Dafür sorgen unter anderem der Zehn-Megapixel-CCD und moderne Bildverarbeitungstechnologien. Videos können in High Definition-Auflösung bis maximal 1.280 x 720 Pixeln aufgenommen werden. Das 15fach-Zoomobjektiv deckt einen Brennweitenbereich von 28 mm Weitwinkel bis 414 Millimeter Tele ab. Damit auch Aufnahmen mit langen Brennweiten nicht verwackeln, hat Fujifilm eine doppelte Bildstabilisie-

rung in die S2000HD integriert. Hohe Bildqualität und innovative Fotofunktionen machen die FinePix F60fd zur Allroundkamera für jede Gelegenheit. Auf der Rückseite des hochwertigen und kompakten Gehäuses befindet sich ein großes Drei-Zoll-Display. Viele hilfreiche Funktionen wie Gesichtserkennung und intelligente Szenenerkennung machen es auch Einsteigern leicht, von Beginn an Bilder mit hoher Qualität zu erzielen. Der Super CCD Bildsensor mit zwölf Megapixeln unterstützt den Fotografen dabei auch bei sehr hohen ISO-Empfindlichkeiten. Noch besser für Einsteiger in die Digitalfotografie sind die neuen Fujifilm Modelle der J-Serie, die FinePix

J100 und die FinePix J150W geeignet. Sie ermöglichen mit ihrer Ausstattung schöne Fotos ohne großes technisches Know-how und ohne aufwendige Einstellungen.

Beide Kameras bieten als Grundausstattung jeweils einen Zehn-Megapixel-Sensor und ein Objektiv mit fünf-fachem Zoombereich. Unterschiede ergeben sich bei den Größen der LC-Displays (J100: 2,7 Zoll, J150W: 3 Zoll) und bei den Brennweiten der Objektive (J100: 35–175 mm; J150W: 298–140 mm).

<b>Die neuen FinePix Kameras auf einen Blick</b>	 <b>S2000HD</b>	 <b>F60fd</b>	 <b>J100</b>	 <b>J150W</b>
CCD-Sensor	10 MP/1/2,3"	12 MP/1/1,6"	10 MP/1/2,3"	10 MP/1/2,3"
Objektiv	3,5–5,4/28–414 mm	2,8–5,1/35–105 mm	3,1–5,1/35–175 mm	3,3–5,2/38–140 mm
Display/Pixel	2,7"/230.000	3,0"/230.000	2,7"/230.000	3,0"/230.000
Maße/mm (BxHxT)	111 x 78,9 x 75,7	92,5 x 59,2 x 22,9	92 x 57,9 x 22,6	92 x 57,9 x 22,6
Gewicht	386 g	163 g	141 g	146 g
Farben	Schwarz	Schwarz/Silber	Schwarz/Silber	Schwarz/Silber
Sonstiges	Bis 13,5 Bilder pro Sekunde, HD-Auflösung, Real Photo Technology, zweifacher Bildstabilisator	Gesichtserkennung der dritten Generation, viele manuelle Einstellmöglichkeiten, Infrarot-Funk	Gesichtserkennung, Empfindlichkeit bis ISO 3.200 (bei drei Megapixeln), Metallgehäuse	Gesichtserkennung, Empfindlichkeit bis ISO 3.200 (bei drei Megapixeln), Metallgehäuse
Liefertermin	September			
UVP	Die unverbindlichen Preisempfehlungen lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.			

# GPS und Ethernet

## Nikon stellt neues Coolpix P-Topmodell vor

Nikon hat sechs neue Coolpix Kompaktkameras vorgestellt. Im Mittelpunkt der Neuheiten steht das Topmodell Coolpix P6000, die erste Nikon Kamera mit integriertem GPS-Empfänger. Die Coolpix S-Serie wurde um fünf Modelle erweitert. Neben der neuen Coolpix S61 mit großem Display und zehn Megapixeln gibt es jetzt auch die S560, die S610, die S610c und die S710, die mit ihren individuellen Ausstattungsmerkmalen unterschiedlichen Ansprüchen gerecht werden sollen.

Das neue Topmodell der Coolpix P-Serie soll erneut Maßstäbe im Markt der digitalen Kompaktkameras setzen. „Nikon ist für die Entwicklung innovativer Funktionen für seine Kameras bekannt“, stellte Mark Pekelharing, Product Manager Consumer Products bei Nikon, im Rahmen der Neuheitenpräsentation fest. „Mit der Einführung dieses GPS-Modells stellten wir unsere Vorreiterrolle in Sachen Technologie wieder einmal unter Beweis. Die qualitativ hochwertigen Materialien und der große Funktionsumfang finden sich sonst nur bei High-End-

mypicturetown.com, in ViewNX oder auf anderen dafür ausgelegten Webseiten, die Geotags unterstützen, die genauen Aufnahmeorte der Bilder angegeben werden.

Die Coolpix P6000 ist außerdem Nikons erste Consumer-Kamera mit integriertem Ethernet-Anschluss. Über diesen können die Benutzer Zugang zu Netzwerken bekommen, in denen



Die GPS-Funktion der neuen Coolpix P6000 erleichtert es, die Bilder auf Geotagging-Seiten wie [www.mypicturetown.com](http://www.mypicturetown.com) mit Standortinformationen zu versehen.



Kameras und werden auch anspruchsvolle Benutzer überzeugen.“ Eine der herausragenden Besonderheiten der neuen Coolpix P6000 ist die GPS-Funktion. Sie ermöglicht, an jedem Aufnahmeort, an dem die Kamera eine Sichtverbindung zu Satelliten hat, ein Geotag mit Positionsdaten (Breiten-/Längengrad, Höhe über 0 m) an die Bilddateien anzuhängen. Anschließend können anhand dieser Tags auf der Nikon-Website [sie dann ihre Bilddaten aus der Kamera heraus verschicken können, sei es zur Bearbeitung auf einen Rechner, zur Datensicherung auf eine externe Festplatte oder zur Veröffentlichung in eine Fotocommunity im Internet.](http://www.</a></p></div><div data-bbox=)

Eine effektive Auflösung von 13,5 Megapixeln, das Nikkor-Weitwinkelobjektiv mit Vierfach-Zoom (2,7–5,9/28–112 mm entsprechend Kleinbild), zwei Linsen aus ED-Glas sowie das Nikon-Bildverarbeitungssystem Expeed sorgen für die hervorragende Bildqualität. Zudem ist die Kamera

mit drei Funktionen zur Reduzierung von Verwacklungsunschärfe ausgestattet. Dank ihrer hervorragenden Rauschunterdrückungstechnologie wird ein Empfindlichkeitsbereich von bis zu ISO 6.400 unterstützt. Mit dem Best-Shot-Selector nimmt die Kamera bis zu zehn Bilder in Folge auf und speichert automatisch das schärfste Bild.

Darüber hinaus fällt die Coolpix P6000 durch ein ansprechendes und intelligentes Design auf. Ihr Griff wurde SLR-Kameras nachempfunden und liegt gut in der Hand, die Tasten sind übersichtlich und ergonomisch angeordnet, und der 2,7-Zoll-TFT-Monitor bietet mit seiner hohen Auflösung ein klares Bild. Dank all dieser Eigenschaften kann sich der Nutzer voll und ganz auf das eigentliche Fotografieren konzentrieren.

### Die Coolpix P6000 auf einen Blick



CCD-Sensor	13,5 MP/1/1.7"
Objektiv	2,7-5,9/28-112 mm
Display/Pixel	2,7"/230.000
Maße (BxHxT)	107 x 65,5 x 42 mm
Gewicht	240 g
Farben	Schwarz
Sonstiges	GPS-Empfänger, USB 2.0, Ethernet-Schnittstelle, optischer Bildstabilisator, 15 Motivprogramme, SDHC-kompatibel, Best Shot Selector, Empfindlichkeit bis ISO 6.400
lieferbar ab	Ende September
UVP	499 Euro

## Coolpix S60 mit HDMI und neuem Bedienkonzept

Neben dem neuen Topmodell der Coolpix P-Serie hat Nikon mit der S60 auch ein neues Flaggschiff in der Coolpix S-Serie vorgestellt. Das neue Modell zeichnet sich durch ein elegantes, eigenständiges Design, große Vielseitigkeit in der Ausstattung und ein außergewöhnliches Bedienkonzept aus. Basis für das Bedienkonzept bildet der 3,5 Zoll große Touchscreen-Monitor, über den

Menüfunktionen können direkt und intuitiv über den großen 3,5-Zoll-Touchscreen-Monitor (Ansicht 4:3 oder 16:9) durch leichtes Berühren gesteuert werden. Dank eines großen Betrachtungswinkels von zirka 160° ist das Monitorbild auch dann gut zu erkennen, wenn der Betrachter schräg



zur Kamera steht. Die Antireflexbeschichtung sorgt für zusätzlichen Betrachtungskomfort. Dabei kann der Nutzer die Bilder einfach mit dem Finger auf dem Monitor scrollen. Die Coolpix S60 richtet sich an designorientierte Benutzer, die Funktionsvielfalt lieben und gegenüber neuen Technologien besonders aufgeschlossen sind.

### Vier weitere Neuheiten mit individuellen Stärken

Die vier weiteren Coolpix Neuheiten der S-Serie, S560, S610, S610c und S710, sollen mit ihren individuellen Stärken unterschiedliche Kundengruppen ansprechen. Die S610 und die S610c sind mit der weltweit kürzesten Einschaltzeit in dieser Klasse\* extrem schnell, die WLAN-Konnektivität (Wi-Fi) der S610c ermöglicht im Unterschied zur S610 das kabellose Hochladen von Bildern ins Internet über

die gesamten Kamerafunktionen bedient werden können. Dank zehn Megapixel Auflösung, der hohen ISO-Empfindlichkeit (bis ISO 3.200 bei fünf Megapixeln), einem Nikkor-Objektiv mit Fünffach-Zoom (33-165 mm entsprechend Kleinbild) und einem integrierten optischen Bildstabilisator wird eine hervorragende Bildqualität erreicht.

Darüber hinaus bietet die Coolpix S60 fortschrittliche Funktionen wie Motivautomatik, verbesserten Porträt-Autofokus, Lächeln-Auslöser, Blitzelwarnung, Zeitrafferclips, kamerainterne Überarbeitungsfunktionen und HDMI-Ausgang. Bei Aktivierung der Funktion „Best Shot Selector“ nimmt auch dieses Modell bis zu zehn Bilder in Folge auf und speichert automatisch die schärfste der Aufnahmen.

Nahezu alle Kamerafunktionen wie Zoom, Programmauswahl oder

## Neuheiten



Die Coolpix Neuheiten S610 und S610c sind ebenso wie die neuen Modelle ...

HotSpots von T-Mobile, die S710 ist mit einem Aufnahmechip mit der effektiven Auflösung von 14,5 Megapixeln und einer Empfindlichkeit bis zu ISO 12.800 ausgestattet, und die S560 ist die weltweit kleinste Kamera ihrer Klasse.\*

Alle vier Neuheiten bieten Bildverarbeitung mit Nikons Expeed Technologie und hochwertige Nikkor-Optiken. Außerdem werden alle vier Modelle

mit robusten Metallgehäusen geliefert, die in verschiedenen Farben erhältlich sind.

„Diese vier neuen Coolpix S-Serie Kameras stellen hinsichtlich Design,

Stil und Qualität den neuesten Stand dar und bieten alle eine großartige Bildqualität“, so Mark Pekelharing, Product Manager Consumer Products bei Nikon. „Durch ihren unterschiedlichen Funktionsumfang bieten sie dem Handel die Möglichkeit, ganz verschiedene Zielgruppen zu erreichen.“ Alle fünf Coolpix S-Neuheiten werden im Laufe des Septembers lieferbar sein. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen liegen zwischen 249 Euro und 349 Euro.



... Coolpix S560 und Coolpix S710 mit verschiedenen Gehäusefarben zu haben.

\* Diese Angaben beziehen sich auf den Tag der Produktvorstellung

### Die neuen Kameras der Coolpix S-Serie auf einen Blick

	 <b>S60</b>	 <b>S560</b>	 <b>S610</b>	 <b>S610c</b>	 <b>S710</b>
CCD-Sensor	10 MP/1/2,3"	10 MP/1/2,33"			14,5 MP/1/1,72"
Objektiv	33–128 mm	34,8–174 mm	28–112 mm		28–101 mm
Display/Pixel	3,5"/230.000	2,7"/230.000	3"/230.000		
Maße (BxHxT)	97,5 x 60 x 22 mm	93 x 54,5 x 23,5 mm	94 x 57 x 22,5 mm	96,5 x 57 x 22,5 mm	96,5 x 75,5 x 24 mm
Gewicht	145 g	130 g	125 g	130 g	115 g
Farben	diverse	Schwarz, Warm Silver, Sakura (Pink)	Silber, Rot	Schwarz	Schwarz, Silber, Rot
Sonstiges	Monitor mit Anti-reflexbeschichtung, optischer Bildstabilisator, Makroaufnahmen ab einer Motiventfernung von fünf Zentimetern, SDHC-kompatibel, HDMI-Ausgang	optischer Bildstabilisator, 15 Motivprogramme (inkl. neuer Food-Modus), minimaler Objekt-Abstand von zehn Zentimetern, SDHC-kompatibel, USB 2.0, vier Filmmodi mit Ton	optischer Bildstabilisator, minimaler Objekt-Abstand von drei Zentimetern, 16 Motivprogramme (inkl. neuer Food-Modus), SDHC-kompatibel, Filmaufnahmen mit 30 Bildern pro Sekunde und Ton, USB 2.0, Video out, AV out; nur Coolpix S610c: WLAN-Konnektivität		optischer Bildstabilisator, minimaler Objekt-Abstand von vier Zentimetern, 16 Motivprogramme, vier Video-Modi, SDHC-kompatibel, USB 2.0, Video out, AV out
lieferbar ab	September				
UVP	349 Euro	249 Euro	299 Euro	319 Euro	329 Euro

# The Phone House sucht Existenzgründer!

Informieren Sie sich über unser einzigartiges Franchisesystem. Kostenlose Infotage im September in Hannover (18.09) und in Karlsruhe (24.09).

Jetzt informieren und anmelden unter:  
[www.phonehouse.de/franchise](http://www.phonehouse.de/franchise)

Schon über 70 Unternehmer haben sich für ihren Erfolg mit The Phone House entschieden. Wann sind Sie dabei?

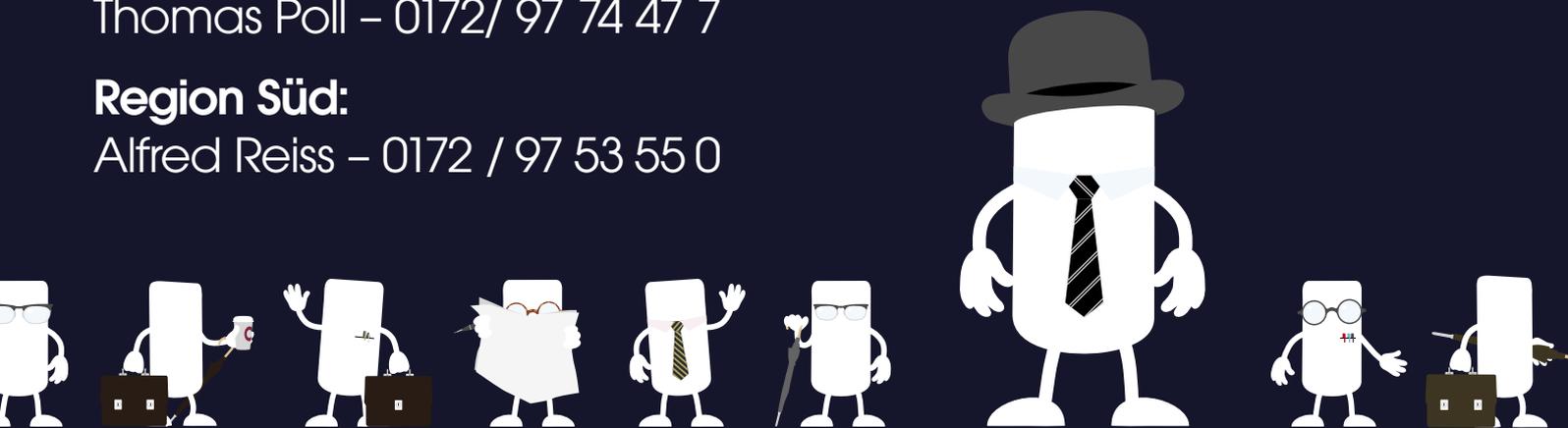
Wie Sie von unserer Stärke profitieren und unser Partner werden, erfahren Sie auch direkt über unsere Ansprechpartner:

## Region Nord:

Thomas Poll – 0172/ 97 74 47 7

## Region Süd:

Alfred Reiss – 0172 / 97 53 55 0



**The Phone House**

Kommunikation auf meine Art.

# Für jeden die Richtige

## Sieben neue Kompaktkameras von Olympus

Olympus erweitert zur photokina sein Angebot an Kompaktkameras um sieben Modelle: drei aus der FE-Serie, drei  $\mu$ -Modelle und eine Ultra-Zoom-Kamera aus der SP-Reihe. Typisch für alle Neuheiten sind die vielseitigen Funktionen, die eine einfache Handhabung ermöglichen und ausgezeichnete Bildqualität liefern sollen. Mit den Kameras spricht Olympus ein breites Spektrum von Konsumenten an – vom Einsteiger mit geringen Vorkenntnissen bis zum engagierten Anwender, der die kreativen Möglichkeiten seiner Kamera voll ausnutzen möchte. Alle sieben Kameras sollen kurz vor bzw. zur photokina lieferbar sein.

### Für Einsteiger

Die Kameras der FE-Baureihe wurden speziell für preisbewusste Einsteiger ohne Vorkenntnisse konzipiert. So auch die drei neuen Modelle FE-20, FE-360 und FE-370. Wie bereits die anderen Kameras dieser Klasse arbeiten auch die neuen nach dem „One button, one function“-Prinzip, bei dem jede Taste nur mit einer Funktion belegt ist. Eine Hilfe-Funktion erklärt die wichtigsten Einstellungen und Funktionen.

Alle drei sind mit einem 8-Megapixel-Bildsensor (1/2,33 Zoll) ausgestattet. Die FE-20 und FE-360 verfügen über ein 3fach-Zoomobjektiv (36–108 mm), 2,5-Zoll-LCD (154.000 Bildpunkte), Gesichtserkennung, Verwacklungsreduktion (Digital Image Stabilisation), ISO-Einstellungen bis ISO 1.000, 16 (FE-20) bzw. 19 Aufnahme- und Motivprogramme sowie eine Videofunktion mit Ton in VGA-Qualität (30 Bilder/

Sekunde). Die FE-360 hat zusätzlich noch ein Metallgehäuse.

Bei der FE-370 wurde erstmals in dieser Serie eine Dual Image Stabilisation (mechanischer Bildstabilisator und hohe ISO-Werte) integriert. Des Weiteren verfügt das neue Spitzenmodell über eine erweiterte Gesichtserkennung für bis zu 16 Personen, 5fach-Zoomobjektiv (36–180 mm), 2,7-Zoll-LCD (230.000 Pixel), TruePic III-Bildprozessor und einen Intelligent-Auto-Modus, der in Verbindung mit der Gesichtserkennung die fünf häufigsten Fotosituationen erkennt und die Einstellungen der Kamera entsprechend anpasst.

### Für Anspruchsvolle

Mit der  $\mu$ -Serie werden Verbraucher angesprochen, die nicht nur Wert auf eine erstklassige Ausstattung legen, sondern auch an das Kamera-Design besondere Anforderungen stellen. Mit einem neuen, außergewöhnlichen



*Die SP-565 UZ bietet mit ihrem 20fach-Weitwinkel-Zoomobjektiv (26–520 mm) eine große Bandbreite an gestalterischen Möglichkeiten und wird durch den zweifachen Bildstabilisator (mechanisch und digital) unterstützt.*

Design geht die  $\mu$  1040 an den Start, deren superschlankes Metallgehäuse eine Top-Ausstattung bietet. In dem schmalen Gehäuse der 10-Megapixel-Kamera (1/2,3-Zoll-CCD) sind neben einem 3fach-Zoomobjektiv (38–114 mm) modernste Technologien für optimale Bildergebnisse untergebracht. Dazu gehören eine erweiterte Gesichtserkennung (bis 16 Gesichter), der neue Intelligent-Auto-Modus, Schattenaufhellung, TruePic III-Bildprozessor, Digital-Image-Stabilisation und ein 2,7 Zoll großes HyperCrystal-LCD (230.000 Bildpunkte). Ebenfalls neu ist die Perfect Shot Preview, die die Auswirkungen verschiedener Einstellungen in Echtzeit und in mehreren Versionen auf dem LCD anzeigt. Der Anwender kann sich einfach das beste Ergebnis aussuchen und speichern. Die  $\mu$  1040 ist in den Farben Starry Silver, Midnight Black, Magma Red und Melon Yellow zum Preis von 219,- Euro (UVP) erhältlich.

Die Reihe der Outdoor-Kameras wird mit der  $\mu$  1050 SW erweitert. Neben den bekannten Merkmalen wie: wasserdicht (bis 3 m), stoßfest (bis 1,5 m) und frostsicher (bis  $-10^{\circ}$ ), sind bei der 10,1-Megapixel-Kamera Technologien wie Schattenaufhellung, Perfect Shot Preview, TAP-Control, Pre-Capture-Movie-Modus und die erweiterte Gesichtserkennung hinzugekommen. Die  $\mu$  1050 SW soll in vier Farben auf den Markt kommen und 329,- Euro (UVP) kosten.

Dritte im  $\mu$ -Bunde ist die 1060, die mit 10-Megapixel-Senior, 3,0 Zoll großem HyperCrystal-LCD (230.000 Pixel), 7fach-Zoomobjektiv (37–260 mm), mechanischem und digitalem Bildstabilisator, erweiterter Gesichtserkennung, Schattenaufhellung sowie Intelligent Auto Modus ausgestattet ist.

### Für Engagierte

Die SP-565 UZ richtet sich an ambitionierte Fotografen, die die Kameraeinstellungen individuell beeinflussen und die gebotenen Möglichkeiten kreativ ausschöpfen wollen.

Das 20fach-Weitwinkel-Zoomobjektiv (26–520 mm) wird durch den dualen Bildstabilisator (mechanisch und hohe ISO-Empfindlichkeit) wirkungsvoll unterstützt und der TruePic III-Bildprozessor soll für optimale Bildergebnisse sorgen.

Serienbilder sind mit einer Frequenz von 13,5 Bildern/Sekunde (bei 3 Megapixel Auflösung) möglich. Unterstützt wird die Serienbild-Funktion durch den Pre-Capture-Modus, in dem die Kamera bereits auslöst, bevor ausgelöst wurde. Diese Technik steht auch für Videos zur Verfügung.

Zahlreiche der 25 Aufnahme- und Motivprogramme lassen sich manuell einstellen oder beeinflussen. Zu den weiteren Merkmalen der 10-Megapixel-Kamera gehören: 2,5-Zoll-LCD (230.000 Pixel), erweiterte Gesichtserkennung, eingebauter Blitz und kabellose Blitzkontrolle, Schattenaufhellung, BrightCapture-Technologie, Perfect Shot Preview sowie Perfect Fix. Letztere ermöglicht eine sofortige Korrektur von Bildfehlern mit nur einem Knopfdruck. So können Schatten aufgehellt und der Rote-Augen-Effekt minimiert werden. Jede einzelne dieser Funktionen zur Bildbearbeitung ist direkt in der Kamera verfügbar.

Alle Neuvorstellungen werden mit einem Adapter ausgeliefert, der die Verwendung von microSD-Speicherkarten ermöglicht.

Olympus	FE-20	FE-360	FE-370	$\mu$ 1040	$\mu$ 1050 SW	$\mu$ 1060	SP-565 UZ
							
Pixel (effektiv)	8,0 MP			10,0 MP	10,1 MP	10,0 MP	10,0 MP
Sensor	1/2,35 Zoll			1/2,3 Zoll	1/2,33 Zoll		1/2,33 Zoll
Display	2,5 Zoll		2,7 Zoll	2,7 Zoll		3,0 Zoll	2,5 Zoll
Brennweite (KB)	36–108 mm		36–180 mm	38–114 mm		37–260 mm	26–520 mm
Speicher intern	20,5 MB		48 MB	14,8 MB		14,7 MB	48 MB
Maße (in mm)	95,9x57,2x21,5	93,9x55,6x20,3	94,7x56,7x25,3	89,0x55,5x20,3	93,0x62,0x22,6	93,7x56,4x25,1	116,0x83,3x80,8
Gewicht	88 Gramm	99 Gramm	128 Gramm	108 Gramm	152 Gramm	128 Gramm	373 Gramm
Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ISO 1.000</li> <li>• Gesichtserkennung</li> <li>• Digitale Bildstabilisation</li> <li>• 16 Aufnahmeprogramme</li> <li>• Guide-Funktion</li> <li>• Videofunktion</li> <li>• 2 Farben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ISO 1.000</li> <li>• Gesichtserkennung</li> <li>• Digitale Bildstabilisation</li> <li>• 19 Aufnahmeprogramme</li> <li>• Guide-Funktion</li> <li>• Videofunktion</li> <li>• 4 Farben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ISO 3.200 (bei reduz. Auflös.)</li> <li>• Erw. Gesichtserkennung</li> <li>• Dualer Bildstabilisator</li> <li>• Intelligent Auto Modus</li> <li>• Videofunktion</li> <li>• 2 Farben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ISO 1.600</li> <li>• Erw. Gesichtserkennung</li> <li>• Intelligent Auto Modus</li> <li>• Schattenaufhellung</li> <li>• HyperCrystal-LCD</li> <li>• 4 Farben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wasser-, stoß- und frostsicher</li> <li>• BrightCapture</li> <li>• Erw. Gesichtserkennung</li> <li>• Schattenaufhellung</li> <li>• HyperCrystal-LCD</li> <li>• TAP-Control</li> <li>• TruePic III</li> <li>• 4 Farben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bildstabilisator</li> <li>• Erw. Gesichtserkennung</li> <li>• Schattenaufhellung</li> <li>• HyperCrystal-LCD</li> <li>• 9 B/s (bei 3 MP)</li> <li>• Panorama</li> <li>• 3 Farben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dualer Bildstabilisator</li> <li>• Erw. Gesichtserkennung</li> <li>• BrightCapture</li> <li>• TruePic III</li> <li>• Pre-Capture-Modus</li> <li>• Panorama</li> <li>• 13,5 B/s (3 MP)</li> </ul>
UVP	149,- Euro	169,- Euro	219,- Euro	219,- Euro	329,- Euro	329,- Euro	429,- Euro

# Üppige Ausstattung

## Zwei neue edel designte Cyber-shot Modelle

Die ultradünne Bauform, das einzigartige Design und eine ganze Palette bunter Gehäusefarben sind die äußeren Kennzeichen der neuen Sony Cyber-shots DSC-T77 und DSC-T700. Zu den technischen Leistungsmerkmalen gehören der 10,1-Megapixel-Chip, das Vierfach-Zoomobjektiv, der doppelte Verwacklungsschutz und diverse Technologien zur Bildoptimierung.



Hier sind zunächst der Super HAD CCD Bildsensor und der Bionz-Bildprozessor mit Dynamic Range Optimizer zu nennen, die mit Unterstützung des doppelten Verwacklungsschutzes (optisch und ISO 3.200) selbst bei kritischen Lichtsituationen einwand-

freie Aufnahmen gewährleisten. Darüber hinaus optimieren beide Cyber-shot Modelle dank verbesserter Gesichts- und Motiverkennung alle Bilder automatisch bereits während der Aufnahme. Die Kameras erkennen bis zu acht verschiedene Szenen

und passen ihre Belichtungseinstellungen den Anforderungen von beispielsweise einer Porträt-, Landschafts- oder Makroaufnahme an.

Gleiches gilt für die automatische Gesichtserkennung, die zudem zwischen Kindern und Erwachsenen unterscheiden kann. Diese Kunst beherrscht auch die Smile Shutter-Funktion: Die Kameras „lesen“ in menschlichen Gesichtern, erkennen, ob eine Person lächelt, und nehmen dann automatisch ein Bild auf. Zusätzlich bietet die T77 eine Anti-Blinzel-Automatik.

Beide Neuheiten sind unter anderem mit einem Carl Zeiss Vario Tessar Vierfach-Zoomobjektiv (35–140 mm entsprechend Kleinbild) ausgestattet. Die Cyber-shot T700 bietet einen internen Speicher mit 4 GB Kapazität für bis zu 24.000 Fotos.

Dank Full HD-Wiedergabe und HD-Komponentenausgang lassen sich alle Bilder der beiden neuen Cyber-shot Modelle auch in High Definition-Qualität an einem Full HD oder HD ready Fernsehgerät betrachten.

### Sony Cyber-shot T700

#### Pluspunkte

Riesiger interner 4-GB-Speicher, volle HD-Funktionalität für hervorragende Bildergebnisse auf einem TV-Gerät

#### Ausstattung

- 10,1 Megapixel
- Zoom 3,5–4,6/35–140 mm
- 8,8 cm/3,5"-Monitor
- doppelter Verwacklungsschutz
- HDTV 1.920 x 1.280
- Farbvarianten: Grau, Rot, Pink, Silber, Gold



UVP: 379 Euro

### Sony Cyber-shot T77

#### Pluspunkte

Designkamera für Individualisten, vielfältige Bildoptimierungsfunktionen, Optik aus dem Hause Carl Zeiss

#### Ausstattung

- 10,1 Megapixel
- Zoom 3,5–4,6/35–140 mm
- 7,5 cm/3"-Monitor
- doppelter Verwacklungsschutz
- HDTV 1.920 x 1.280
- Farbvarianten: Schwarz, Silber, Pink, Grün und Braun



UVP: 279 Euro

# Pfiffige Details

## Casio stellt drei weitere Exilim Modelle vor

Casio kündigt drei neue Exilim Kameras an, die mit einer ganzen Reihe technischer Neuerungen und pfiffiger Details ausgestattet sind und bei denen sowohl die Bildqualität als auch der Spaß am Fotografieren im Vordergrund stehen soll. Alle drei Neuheiten werden in einer großen Farbauswahl angeboten.

Wesentliches Merkmal der Exilim EX-Z250 (9,14 MP) und EX-Z300 (10,1 MP) ist der neue Bildprozessor Exilim Engine 3.0, der eine Highspeed-Bildverarbeitung mit Moiré- und Rauschunterdrückung sowie völlig neue Funktionen ermöglichen soll. Dazu gehört unter anderem die automatische Korrektur von Bildern, die unter schwierigen Lichtbedingungen aufgenommen werden, wie beispielsweise Nacht-

oder Gegenlichtaufnahmen. Zu den neuen Funktionen gehören:

- Multi-Motion (kombiniert eine Bildserie zu einem Foto)
  - Beleuchtungs-Funktion (korrigiert zu helle oder zu dunkle Bereiche)
  - Make-up-Funktion (für schöne Porträtaufnahmen. Dabei lässt die Bildverarbeitung die Haut glatter aussehen und mildert Schatten im Gesicht).
- Des Weiteren sind die Kameras mit einem Bildstabilisator (CCD-Shift), 3,0-Zoll-Display (230.400 Pixel) und 4fach-Weitwinkel-Zoom (28–112 mm) und zahlreichen BestShot-Motivprogrammen ausgestattet. Die EX-Z300



Die Modelle EX-Z250 und EX-Z300 verfügen über ein 3,0 Zoll großes Display mit einer Auflösung von 230.400 Bildpunkten

bietet zusätzlich eine HD-Videofunktion mit H.264-Komprimierung.

### Neue Möglichkeiten

Bei der 9,1-Megapixel-Kamera EX-Z85 lassen sich erstmals die Form der Fokussierahmen (z. B. als Herz oder Schmetterling) und die Menüanzeige (in sechs Farben) individuell anpassen. Die Auto Shutter-Funktion löst automatisch aus, sobald die Kamera ruhig

gehalten wird, wenn die zu fotografierende Person lächelt oder wenn bei einem Selbstporträt das eigene Gesicht den Rahmen ausfüllt.

Ferner haben alle drei Neuheiten eine automatische Gesichtswiedererkennungsfunktion, die bis zu sechs Gesichter als Priorität speichert und diese bei nachfolgenden Aufnahmen beim Fokussieren und Belichten vorrangig behandelt.

Technische Daten			
	Exilim EX-Z85	Exilim EX-Z250	Exilim EX-Z300
<b>CCD-Sensor</b>	1/2,5 Zoll / 9,1 MP	1/2,5 Zoll / 9,14 MP	1/2,3 Zoll / 10,1 MP
<b>Objektiv</b>	3,1–5,9/39–114 mm	2,6–5,9/28–112 mm	2,6–5,8/28–112 mm
<b>Display / Auflösung</b>	2,6 Zoll / 114.960 Pixel	3,0 Zoll / 230.400 Pixel	
<b>Empfindlichkeit</b>	ISO 64 bis ISO 1.600	ISO 64 bis ISO 3.200	
<b>interner Speicher</b>	41,2 MB	38,5 MB	
<b>BestShot</b>	30	37 + Auto BestShot	38 + Auto BestShot
<b>Akkutyp</b>	Li-Ion-Akku NP-60	Li-Ion-Akku NP-70	Li-Ion-Akku NP-40
<b>Maße (BxHxT)</b>	89,7 x 51,7 x 19,0 mm	96,7 x 57,3 x 19,9 mm	96,9 x 57,6 x 23,0 mm
<b>Gewicht</b>	100 Gramm	119 Gramm	131 Gramm
<b>Sonstiges</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Easy-Mode für einfache Bedienung</li> <li>• Auto Shutter-Funktion</li> <li>• lieferbar in acht Farben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bildstabilisator (CCD-Shift-Technologie)</li> <li>• Exilim Engine 3.0 Highspeed-Bildprozessor</li> <li>• Make-up-Shot-Funktion für gelungene Porträts</li> <li>• HD-Videofunktion (nur EX-Z300)</li> </ul>	

# Fotos mit 640 dpi

## Noritsu zeigt Neuheiten auf der photokina

Wenn Noritsu am ersten photokina Tag seinen Stand in Halle 10.2, C004, öffnet, dann wird auf zirka 600 m<sup>2</sup> das gesamte aktuelle Geräteprogramm des japanischen Herstellers zu begutachten sein. Schwerpunkte der Präsentation werden zwei neue Labormaschinen und ein neues Buchbindesystem sein. Über die Produkte hinaus will Noritsu viele gute Vermarktungs-ideen für das Bildergeschäft präsentieren.

Die neue volldigitale 37er-HD-Geräte-serie (QSS-3701HD bis QSS-3705HD) soll zukünftig Maßstäbe setzen, insbesondere bei der Bildauflösung. Diese beträgt 640 dpi, ein Wert, der bei Redaktionsschluss von keinem anderen Minilabgerät erreicht wurde. Weltweit erstmals in Köln vorgestellt, können die Laserlabs der neuen Serie selbst feinste Details gestochen scharf



*Auf dem photokina Stand von Noritsu wird unter anderem das neue digitale Minilab QSS 3701 zu sehen sein. Eine weitere photokina Neuheit ist die Bildannahmestation CTEU.*

und farbtreu wiedergeben. Neben der hohen Bildqualität bieten die neuen 37er ein großes Ausarbeitungsspektrum bis zum Format 30 x 91 cm. Dieses eignet sich gut für Fotobücher. Die Geräte nehmen Bilddaten von allen gängigen Speichermedien auf



Auch RAW-Bilddaten können direkt ausgearbeitet werden. Das QSS-3701HD produziert stündlich maximal bis zu 900 Fotos im Format 10 x 15 cm, das QSS-3705HD 2.360 Fotos pro Stunde.

Als zweite photokina Neuheit stellt Noritsu den Prototyp eines Trockenlabs auf Tintenstrahlbasis vor. Das neue Gerät soll sich besonders gut zum Ausarbeiten von Bildmehrwertprodukten eignen.

Mehr Informationen dazu gibt es auf dem Noritsu-Messestand.

Ergänzend zu diesem Trockenlab wird Noritsu

erstmals auch ein Buchbindesystem vorstellen, das für die Herstellung ansprechender Softcover-Fotobücher konzipiert wurde. Für fotochemische Bilder empfiehlt Noritsu die Fotobuchsysteme von Fastbind und Unibind.

Mit dem CT-EU stellt das japanische Unternehmen außerdem eine neue Terminalgeneration vor. Die Bildannahmestation ist intuitiv zu bedienen und überzeugt durch großen Funktionsumfang. So kann der Verbraucher an dem Gerät zum Beispiel auch Bildmehrwertprodukte – einschließlich der immer beliebter werdenden Fotobücher – bestellen.

Auch auf alle heute bereits bekannten Noritsu-Geräte werden die Besucher

### Messe-Präsentationen auf deutsch und englisch

Fotohändler und Fotografen haben vom 23.–26. September die Möglichkeit, sich bei deutsch- oder englischsprachigen Präsentationen auf der Bühne des photokina Standes von Noritsu über folgende Themen umfassender zu informieren:

- 13.00–13.20 Uhr: „refocus[+]“ – Ihr Geschäft im Mittelpunkt.
- 15.00–15.20 Uhr: Bildmehrwertprodukte rationell produziert.
- 17.00–17.20 Uhr: Edle Bilder mit dem QSS-37HD-System.

Die englischsprachigen Präsentationen gleichen Inhalts finden zu folgenden Zeiten statt:

- 11.00–11.20 Uhr: „refocus[+]“ Business Revitalization Activities
- 14.00–14.20 Uhr: Photobook & Greeting Card Creation.
- 16.00–16.20 Uhr: QSS-37HD High Definition, Value-Added Prints.



Mit dem „refocus[+]“-Konzept bietet Noritsu seinen Kunden praktische Vermarktungshilfen für das Bildergeschäft. Ein Unternehmen, das die Angebote in der Praxis nutzt, ist Foto-Labor-Shop Ruf in Ostfildern.

auf dem Noritsu-Stand stoßen. Die fotochemischen Modelle der QSS-35Plus-Serie zeichnen sich durch geringe Abmessungen, Netzwerktauglichkeit und ein breites Ausarbeitungsspektrum aus. Das LPS-24PRO arbeitet Großfotos in verschiedensten Formaten bis zum Maximalformat 622 x 2.540 mm (14,5 x 100 Zoll) aus. Das aktuellste Trockenlab, das D701, fällt im Markt durch ausgezeichnete Bildqualität, gute Ausarbeitungsleistung, leichte Bedienbarkeit und geringen Platzbedarf auf. Alle im

Geräte-Areal präsentierten Geräte werden während der Messezeit betriebsbereit sein.

Auf dem Noritsu-Stand werden mit Livelink und mit dem von Noritsu selbst entwickelten „High Photo Transfer“ zwei bewährte Lösungen zur Online-Bildbestellung demonstriert.

Mit dem internationalen „refocus[+]“-Konzept bietet Noritsu seinen Kunden praktische Vermarktungshilfen für das Bildergeschäft. Dazu gehören Ideen, Werbemittel und Aktionen, die das Interesse der Konsumenten an Papier-

bildern aller Art fördern. Von Fotohändlern, Fotografen und Konsumenten gleichermaßen gut aufgenommen wird das „PoS“-Konzept, mit dem der Bilddienstleister sich und sein Geschäft modern und ansprechend präsentiert.

Bestandteil des Noritsu-Standes wird aber auch ein „refocus[+]“-Muster-shop sein. In der „refocus[+]“-Galerie werden Arbeiten japanischer Profifotografen ausgestellt, die gerade als Papierbilder besonders zur Geltung kommen.

## Wichtiges aus worldofphoto.de

### Ilford zeigt auf der photokina erweitertes und verbessertes Produktportfolio

Ilford präsentiert auf der photokina (Halle 10.1, Stand B010) ein erweitertes und verbessertes Angebot aus den Produktbereichen „Galerie“ und „Omnijet“. Bei Galerie Smooth Pearl und Smooth Gloss wurde durch Nano-Beschichtungstechnologie der neuesten Generation auf weiterentwickeltem Rohpapier eine optimale Ausgewogenheit von Papiergewicht, Flexibilität und Opazität erzielt. Das Endergebnis ist ein Medium für

schärfere Bildqualität mit einem größeren Farbraum, durch das sich die Leistungsfähigkeit der aktuellen großformatigen Dye- und Pigment-Tintenstrahldrucker voll entfaltet.

Zusätzlich wurde die neue Serie „Graphic“ in die Galerie Produktpalette aufgenommen, ein Medium für Spezialanwendungen. Die Ergänzungen sind unter anderem selbstklebendes Vinyl für Wall Graphics, transparente Backlit-Materialien für Leuchtkästen und Pop-Up Display Medien.

Der Bereich Omnijet wird durch eine neue Serie von Filmprodukten erweitert, die aus Großformatdruckern die

optimale Leistung herausholen soll. Die Serie umfasst Instant Dry Glossy Portable Display Filme für Pop-Up und Roll-Up Displays, Instant Dry Glossy Photo White Film für hochglänzende Fotos für Indoor Displays und Instant Dry Glossy Backlit Display Film für Leuchtkästen.

### Tobias Güttler ist neuer Gebietsverkaufsleiter in NRW bei RCP-Technik

Tobias Güttler arbeitet jetzt bei RCP-Technik als neuer Gebietsverkaufsleiter für den Bereich Rollei Digital Consumer Cameras. Güttler wird für die Betreuung des Fotofachhandels sowie der Fachmärkte in Nordrhein-Westfalen und für den Ausbau des Vertriebsnetzes zuständig sein.

**Täglich neue Branchen-Nachrichten: [www.worldofphoto.de](http://www.worldofphoto.de)**

# Zusatzdienstleistung

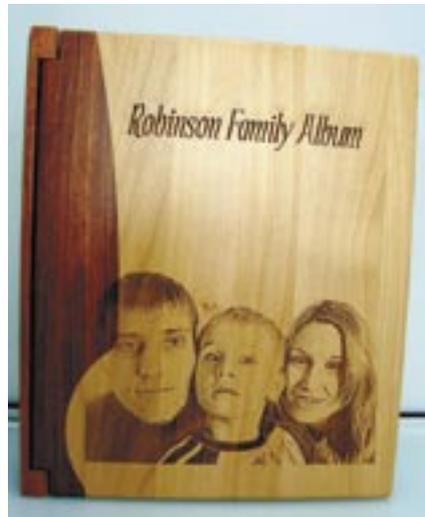
## Fotogravur als neuer Service für die Bildertheke

Eine neue und ungewöhnliche Möglichkeit, an der Bildertheke Zusatzerträge zu erzielen und dabei ein Marketinginstrument in die Hand zu bekommen, mit dem sich der Händler gegenüber dem Wettbewerb absetzen kann, bietet Universal Laser Systems aus Wien (Österreich).

Das Unternehmen, dessen Hauptsitz sich in Scottsdale im US-Bundesstaat Arizona befindet, stellt computergesteuerte Systeme zur Lasergravur und -markierung sowie für den Laserschnitt her. Die Systeme verwandeln Grafiken und Zeichnungen, die sich auf einem Computerbildschirm befinden, durch Gravur und/oder Schnitt in Gegenstände bzw. übertragen sie auf Gegenstände. Dies kann bei einer großen Anzahl von Materialien geschehen. Dazu zählen Holz, verschiedenste Kunststoffe, Stoffe und Papier ebenso wie Glas, Leder, Stein, Marmor, Keramik oder Gummi, um nur die gängigsten zu nennen.

### Kontaktmöglichkeiten

Universal Laser Systems ist als Aussteller auf der photokina in Halle B, Ebene 1, Stand 41, vertreten. Für weitere oder Vorabinformationen ist das Unternehmen per E-Mail [sales@uls.at](mailto:sales@uls.at) oder telefonisch +43-1-4022250 zu erreichen. Online ist der Anbieter unter [www.versalaser.at](http://www.versalaser.at) mit einer mehrsprachigen Homepage zu finden.



Mit den Systemen von Universal Laser Systems lassen sich Fotos, Schriften und Muster auf die unterschiedlichsten Materialien gravieren.



Realisiert wird die neue Dienstleistung beispielsweise über den Versalaser des Unternehmens. Dabei handelt es sich um ein Computer-Peripheriegerät, das optisch an einen Laser- oder Tintenstrahldrucker erinnert und ebenso einfach zu handhaben ist. Der Versalaser wird über USB mit dem Rechner verbunden. Das ausgefeilte Gerätekonzept sorgt dafür, dass selbst ungeübte Benutzer nach kurzer Einarbeitungszeit perfekte Ergebnisse erzielen. Auch bei der Funktion ähnelt das System einem herkömmlichen Drucker.

Zunächst wird ein Foto auf den Bildschirm geladen. Das anschließende Gravurverfahren läuft ab wie der Druck mit einem Tintenstrahldrucker (Rasterbewegung von hinten nach vorne und von links nach rechts). Der Unterschied besteht lediglich darin, dass statt Tinte ein starker Laserimpuls angewendet wird. Das System „erkennt“ Linien, Flächen und Farb-abstufungen und setzt diese auf dem gewählten Material um.

So können Bilder komplett auf die unterschiedlichen Materialien übertragen werden, es können aber auch

Gegenstände wie Bilderrahmen oder Tassen mit Schriften versehen werden, oder es können die verschiedensten Formen aus dem gewählten Material ausgeschnitten werden. In diesem Fall ähnelt der Einsatz des Lasers einem computergesteuerten Messer. Wichtigste Aufgabe des Anwenders ist es, für einen Auftrag das gewünschte Material und die Art der

Bearbeitung auszuwählen und den Auftrag anschließend freizugeben.

### Starterpaket

Universal Laser Systems bietet ein Starterpaket mit einer Auswahl an laserfähigem Basis-Material an, so dass Fotohändler zügig und ohne großen Aufwand mit ihrem Lasersystem arbeiten können. Das Starterpaket beinhaltet unter anderem Holz, Kunststoff, Stempelgummi, Acryl, Glas, eloxiertes Aluminium, eine Schiebellehre und vieles mehr.

# Qualität neu definiert

## Swarovski kommt mit neuer Fernglas-Serie

Auf der photokina (Halle 3.1, Stand B019/A010) präsentiert Swarovski Optik die neue EL 42-Fernglasserie, die laut Herstellerangaben eine noch nie dagewesene Abbildungsqualität in puncto Farbtreue sowie Rand- und Konturenschärfe liefern soll. Die neue EL-Serie besteht derzeit aus den beiden Modellen EL 8,5 x 42 mit 8,5fachem Vergrößerungsfaktor und dem EL 10 x 42 mit 10fachem Vergrößerungsfaktor. Beide Modelle sollen ab Oktober im Fachhandel verfügbar sein.



Zu der neuen Fernglas-Technologie gehören Field-Flattener-Linsen, die ein nahezu ebenes Bild erzeugen und erstmals eine brillante Bildauflösung bis an den äußersten Rand des Sehfeldes liefern sollen. Zudem minimieren fluoridhaltige HD-Linsen Farbsäume, wodurch gegenüber herkömmlichen Glassorten eine deutliche Verbesserung in Auflösung und Kontrast erzielt wird, und zwar bis zur Naheinstellgrenze von 1,5 m.

Darüber hinaus sorgen weiterentwickelte Antireflexionsbeschichtungen für eine naturgetreue Farbwiedergabe und hervorragende Bildhellig-

keit. Diese Vergütungen garantieren auch in der Dämmerung oder bei schlechten Lichtverhältnissen einen optimalen Kontrast. Ferner haben die außen liegenden Okular- und Objektivlinsen eine schmutzabweisende Wirkung.

„Mit der EL 42-Serie hat Swarovski Optik bei Ferngläsern eine neue Meßlatte für das technisch Machbare gesetzt. Durch die Verwendung neuartiger Linsenkombinationen und innovativer Glassorten ist uns ein optischer Quantensprung gelungen, der ein völlig neues Seherlebnis bietet und für neue, trendige Anwendungen im Foto-

Umfeld genutzt werden kann“, kommentiert Christian Olbrich, Leiter Vertrieb & Business Development bei Swarovski Optik, die Markteinführung.

### Zubehör inklusive

Zum Lieferumfang gehören jeweils eine wasserabweisende Funktionstasche, ein verstellbarer Lift-Tragegürtel, Schutzkappen für Okulare und Objektive sowie ein Snap-Shot-Adapter, der ein Fotografieren durch das Fernglas mit digitalen Kompaktkameras ermöglicht. Optional sind außerdem ein Stativadapter sowie ein Reinigungsset erhältlich.



Im Lieferumfang ist ein Adapter enthalten, mit dem problemlos durch das Fernglas fotografiert werden kann.

Technische Daten	EL 8,5 x 42	EL 10 x 42
Vergrößerung	8,5fach	10fach
Objektiv-Durchmesser	42 mm	
Austrittspupillen-Durchmesser	4,9 mm	4,2 mm
Austrittspupillen-Abstand	20 mm	
Sehfeld (auf 1.000 m / Grad)	133 m / 7,6°	112 m / 6,4°
kürzeste Entfernung	1,5 m	
Dioptrienkorrektur	6 dpt	8 dpt
Pupillendistanz	56 – 74 mm	
Dämmerungszahl (DIN 58388)	18,9	20,5
Maße (Länge x Breite)	160 x 122 mm	
Gewicht	795 Gramm	800 Gramm
UVP	2.150,- Euro	2.250,- Euro

# Neuigkeiten aus Kiel

## Photo+Medienforum auf der photokina 2008

„Wir begleiten in der Foto- und Medienbranche professionell Tätige ein Leben lang!“ So lautet die gemeinsame Vision des Photo+Medienforums Kiel und der Landesberufsschule Photo+Medien Kiel. Ein Teil dieser lebenslangen Begleitung ist die Aus- und Weiterbildung.

Deshalb steht der diesjährige photokina-Auftritt der Kieler Institution unter dem Motto: „Wir bilden gemeinsam die Photo+Medienbranche“. Auf Stand D-025 in Halle 2.1. wird sich alles um Qualifizierungsmaßnahmen in Form von Aus- und Weiterbildung drehen. Im Mittelpunkt der Angebote, über die in Köln informiert wird, stehen Seminare, Lehrgänge und die Karriereplanung für Einzelpersonen oder Einzelcoachings, aber auch die Personalentwicklung für Unternehmen der Branche wird

### Fotografen-Auszubildende üben sich in Industriefotografie

Kurz vor der Gesellenprüfung zum Fotografen hatten die Azubis der Landesberufsschule Photo+Medien Kiel die Möglichkeit, sich bei Vossloh Locomotives in Kiel einen Eindruck vom Fachgebiet der Industriefotografie zu verschaffen. In den Fertigungshallen des Unternehmens in Friedrichsort wurde zunächst mit Hensel-Studio-technik „Licht gesetzt“ und anschließend mitten im Produktionsablauf fotografiert. Die Ergebnisse der Kooperation mit Vossloh Locomotives sind online unter [www.lbsphotomedien.de](http://www.lbsphotomedien.de) zu sehen.



thematisiert. Ausbildungsbetriebe können sich bei der Landesberufsschule Photo+Medien Kiel über das neue Berufsbild „Fotomedienfachmann/-fachfrau“ informieren.

Für Fotografen besteht am Donnerstag, 25. September, die Möglichkeit, ihre Mappen sichten zu lassen. Gutachterin ist Silke Güldner, die seit vielen Jahren Fotografen berät und

coach. Sie leitet auch das Seminar „Marketing und Eigenwerbung für Fotografen“, das im April stattfinden wird. Interessenten wenden sich an Ute Nolte, E-Mail: [utenolte@photomedienforum.de](mailto:utenolte@photomedienforum.de), Telefon 0431-5797-00.

### Wunschseminare

Das Photo+Medienforum Kiel bietet derzeit verstärkt „Wunschseminare“ an: Kunden und Interessenten können ihre individuellen Seminar- oder Workshopwünsche mitteilen und erhalten ein für sie maßgeschneidertes Angebot. Soweit technisch möglich, können alle Veranstaltungen nicht nur in Kiel, sondern bundesweit am gewünschten Ort stattfinden. Zudem können sich Betriebe in Fragen der Personalentwicklung informieren – etwa, wenn es um neue Anforderungen bei der Kundenberatung geht oder die Erweiterung von Mitarbeiter-Qualifikationen bei neuen Unternehmensfeldern.

### Ringfoto und europa-foto sponsern Ausbildungs-Seminare

Die Geschäftsführer Michael Gleich (Ringfoto) und Robby Kreft (europa-foto) haben sich hinter die Ausbildungsinitiative des Photo+Medienforums Kiel gestellt und sich bereiterklärt, zwei knapp einwöchige Lehrgänge mit je 200 Euro pro Teilnehmer zu unterstützen. Die Lehrgänge unter der Bezeichnung „Azubi Spezial“ richten sich an Auszubildende, die am 1. August ihre Ausbildung begonnen haben und im ersten Lehrjahr in der örtlichen kaufmännischen Berufsschule keinen Fachunterricht erhalten. Die Kurse unter der Leitung von Jens Kestler finden vom 12.–16. Oktober in Bad Hersfeld und vom 26.–30. Oktober in Hannover statt. Durch die Beteiligung der beiden Händlergruppen kostet der Kurs statt der geplanten 690 Euro nur 490 Euro. Die Teilnehmerzahl ist pro Seminar auf zwölf begrenzt. Jeder Händler, der einen Auszubildenden zum 1. August eingestellt hat, kann ihn beim Photo+Medienforum anmelden. Die Vergabe der Plätze erfolgt nach Eingang der Anmeldungen. Ansprechpartnerin für Rückfragen im Photo+Medienforum ist Ute Nolte, Tel. 0431/5797013, E-Mail: [ute.nolte@photomedienforum.de](mailto:ute.nolte@photomedienforum.de).

# Neue Produktstrategie

## Walther stellt neue Alben und Rahmen vor

Walther Alben und Rahmen aus Nettetal hat in den vergangenen Jahren das sich verändernde Konsumentenverhalten gespürt, denn die große Masse der Digitalfotos blieb digital, und die wenigen analogen Bilder, die blieben, fanden seltener den Weg in ein Album.

Das Unternehmen hat sich auf diese Entwicklung eingestellt und richtet die Produktstrategie neu auf die digitalen Erfordernisse aus. Denn es mehren sich seit einiger Zeit die Anzeichen, dass gedruckte Bilder in der Gunst der Fotografen wieder steigen. Das schnelle, preiswerte und problemlose Drucken ausgewählter Motive an Fotokiosks oder in Minilabs vor Ort überzeugen offensichtlich.

Computeraffine Konsumenten schätzen das Fotobuch, und zwar nicht nur das digital erstellte, sondern auch das klassische Fotoalbum gewinnt wieder an Boden. Hochzeiten, der Nachwuchs, Familien- und andere Feste, Urlaub usw., sind Anlässe, die auf Bildern festgehalten und häufig als Bildauswahl an die Dabe-

*Die hohe Qualität der Verarbeitung zeichnet auch die neue Kollektion von Walther aus.*

gewesenen verschenkt werden. Dazu werden Alben gebraucht, die eine kleine Bildermenge aufnehmen und attraktiv präsentieren. Diesen Trend hat Walther aufgenommen. Auf der photokina wird das Unternehmen viele Varianten hochattraktiver kleiner Fotoalben vorstellen (eine kleine Auswahl der Neuheiten ist auf dieser Seite zu sehen).

Bestechendes Design, angenehme Haptik und eine funktionsgerechte Ausstattung, das sind laut Walther die

typischen Eigenschaften der Neuheiten, die häufig in verkaufsfördernden Displays präsentiert werden.

Zudem machen die in der Regel niedrigeren Preise der kleinen Albenformate diese zu einem Mitnahmeartikel, mit dem sich ohne Aufwand gute Erträge erzielen lassen. Für den Fotohändler mit digitaler Bildverarbeitung stellen sie damit ein geradezu ideales Produkt für zusätz-



liche Wertschöpfung an der Bilderteke dar.

Walther, traditionell stark im Rahmengeschäft, bietet darüber hinaus zur photokina nicht nur eine runderneuerte Kollektion, sondern auch eine Reihe von Rahmenaktionen mit außergewöhnlich attraktiven Preisen und in verkaufsfertiger Aufmachung. Neue Tisch- und Porträtrahmen, ein Segment mit überraschend hohem Wachstum, werden auf dem Walther Stand in den Kölner Messehallen in großer Vielfalt und in allen Preislagen zu sehen sein.



# Wie heißt der mächtigste Mann in Deutschland? „Frank“ heißt die Kanaille!

Wer sich in der deutschen Literatur auskennt, weiß natürlich, dass der Name in dem berühmten Zitat aus Friedrich Schillers Drama „Die Räuber“ nicht „Frank“, sondern „Franz“ heißen sollte. Aber es ist ja schon mehr als 200 Jahre her, dass der deutsche Dichter die Kanaille benannt hat, und deshalb ist es kein Wunder, dass sie heute eben anders heißt.

Der Frank, an den ich denke, ist kein Räuber – zumindest nicht im strafrechtlichen Sinn –, sondern heißt mit Nachnamen Bsirske, ist Vorsitzender der Gewerkschaft Ver.di und Mitglied der Partei Bündnis 90/Die Grünen. Und er lebt nicht im Wald, sondern besitzt eine unglaubliche Machtfülle: So ist er zum Beispiel im Aufsichtsrat des Energiekonzerns RWE und der Lufthansa. Er ist Vorstandsmitglied im Verwaltungsrat der KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau), die bekanntlich Hauptaktionär der Fast-Pleite-Bank IKB ist, die gerade in diesen Tagen an die LoneStar GmbH verkauft wurde.

In seinen zahlreichen Funktionen hat Bsirske mehr Macht als unsere gewählte Bundeskanzlerin Angela Merkel; denn „seine“ Ver.di Gewerkschaft hat in vielen Branchen als Arbeitnehmervertretung das Sagen. So ist Frank Bsirske der direkte oder auch hintergründige Machtfaktor bei vielen Auseinandersetzungen zwischen Arbeitgebern und Gewerkschaften in den wichtigsten Industriezweigen Deutschlands. Führende Politiker dagegen dürfen dort allenfalls freundliche Ratschläge geben.

Beim jüngsten Streit bei der Lufthansa waren 6,7 Prozent Lohnerhöhung und eine Einmalzahlung in Höhe eines Gehaltes zuerst nicht genug, so dass die Mitglieder zum Streik aufgerufen wurden, um knapp drei Prozentpunkte mehr zu erstreiten. Obwohl Bsirske als Aufsichtsrat für das Wohl der Lufthansa mitverantwortlich ist, ließ er das Unternehmen bestreiken. Allein dieses Beispiel zeigt, wie absurd es ist, dass ein paar

Funktionäre für relativ wenig mehr Geld anderen unbeteiligten Bürgern und Firmen unseres Landes Schaden in Höhe von vielen Millionen Euro zufügen und sich dafür auch noch feiern lassen. Die letzte Chuzpe des gelernten Politikwissenschaftlers Bsirske, der noch nie in einem Unternehmen richtig gearbeitet hat, war dann ein kostenloser Freiflug, der das Mitglied des Aufsichtsrates der Lufthansa mit seiner Frau in die Südsee führte. Das müsste eigentlich jedem Gewerkschaftsmitglied gezeigt haben, dass dieser Machtmensch keinerlei Hemmungen hat, wenn es um seinen persönlichen Vorteil geht. Stil hat er übrigens auch nicht.

Nachdem dieses unglaubliche Verhalten des mächtigsten Mannes in Deutschland ausgiebig in der Presse kommentiert wurde, hat Bsirske sich dann dazu herabgelassen, zuzugeben, dass er etwas falsch gemacht habe. Jetzt will er die Kosten für seinen Freiflug bei der Lufthansa selber bezahlen.

Figuren wie Frank Bsirske sind für ein Deutschland im vereinten Europa untragbar. Untragbar ist auch die Tatsache, dass selbst kleinste Gewerkschaften mit einem Streik der Wirtschaft, die im Weltmarkt bestehen muss, Knüppel zwischen die Beine werfen können. Eigentlich müsste jeder europäische Politiker verstanden haben, dass diese Zeit in einem vereinten Europa vorbei sein sollte. Es ist nicht einzusehen, dass ein paar Funktionäre im Interesse unzufriedener Arbeitnehmer ganze Länder wirtschaftlich ruinieren können – selbst wenn die Unzufriedenheit zu Recht besteht, sollten andere Möglichkeiten gefunden werden.

Wie raffiniert Ver.di bei der Lufthansa den Streik arrangiert hat, zeigt sich daran, dass nicht einmal bekannt ist, wie viele Mitarbeiter der Lufthansa sich als Gewerkschaftsmitglieder für den Streik ausgesprochen haben. Bsirske und seine Mitarbeiter geben zwar darüber Auskunft, dass sich 90 Prozent der abstimmenden Mitglieder für einen

Streik ausgesprochen haben (75 Prozent Zustimmung sind notwendig). Wie viele aber wirklich abgestimmt haben, darf die Öffentlichkeit nicht wissen. Wenn ein Unternehmen wie beispielsweise Siemens, das zur Zeit jeden Tag für das Fehlverhalten von Mitgliedern der Geschäftsleitung angeklagt wird, sich eine solche Politik erlauben würde, dann würden Bsirske und Co. sicher sofort nach Ablösung der Verantwortlichen rufen.

Zum guten Schluss ein Wort in eigener Sache: Auf der photokina 1956 habe ich meine erste Fotozeitschrift vorgestellt.

Auf der photokina 2008 möchte ich meine aktive Arbeit endgültig einstellen.

H. J. Blömer

### Zitate über Bsirske aus der Presse

**Rheinische Post vom 2.8.:** „Sein Doppelmandat ist eine gleichermaßen einmalige wie einträgliche Form der Tarifeinheit.“ (FDP-Generalsekretär Dirk Niebel)

**Bild am Sonntag vom 3.8.:** „Südsee – Bsirske ohne Anstand am Sandstrand“

**Bild am Sonntag vom 8.8.:** „Kein Anstand, keine Moral“ (Überschrift der Leserbrief-Spalte)

daraus: „Er muss sofort von seinen Ämtern zurücktreten...“ (Jens Volbers, Hannover)

„Herr Bsirske sollte doch für immer in der Südsee bleiben.“ (Horst Kollhoff, Remscheid)

„Dumme Mitglieder – kein Anstand – keine Moral“ (Bernd Müller, Erftstadt)

**Welt am Sonntag vom 10.8.:** Der Verdacht ist nicht neu, dass Gewerkschaftsführer Wasser predigen und Wein trinken.“ (siehe meinen Kommentar in imaging+foto-contact 5/91)

**FAZ vom 21.8.:** „... an der Basis lässt er zum Sturm blasen und lässt dann seine Mitstreiter im Stich, mit einem Vergnügungsflug in die Südsee.“ (Leserbrief J. F. Wilhelm Hörnicke, Eschborn/Taunus)

# Jetzt neu im grossen foto-katalog Online:

## Casio:

Exilim EX-Z85

Exilim EX-Z250

Exilim EX-Z300

## Fujifilm:

FinePix F60fd

FinePix J100

FinePix J150w

FinePix S2000 HD

## Olympus:

FE-360

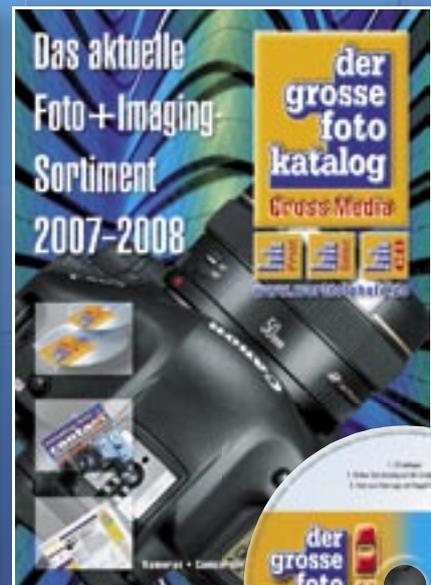
FE-370

µ1060

## Pentax:

Optio E60

Optio M60



Die umfassende  
Produkt-Datenbank  
für den Fotohandel!

Jetzt Newsletter  
und/oder aktualisierte CD  
anfordern bei [newsifc@cat-verlag.de](mailto:newsifc@cat-verlag.de)  
Für imaging+foto-contact  
Abonnenten kostenlos!

# Welches Zubehör wirklich notwendig ist (Teil 3)



Ulrich Vielmuth

## Steadybag

Bei der Aufzählung nützlichen Zubehörs für die Kamera-Ausrüstung darf auf keinen Fall das kleine Steadybag vergessen werden.

Im rauen Drehalltag unter allen möglichen und unmöglichen Bedingungen ist es manchmal im Rahmen einer kreativen Kameraführung angeraten,

auch mal unkonventionell vom Boden aus zu drehen. Jeder erfahrene Kameramann weiß, dass dies nicht so einfach und wackelfrei zu realisieren ist. Es sei denn, man hat ein Steadybag zur Hand. Dies ist ein kleiner, handlicher Sack aus strapazierfähigem Kunststoff oder gar Leder, der entweder mit Kirschkernen oder Reis, aber auch mit feinem Sand gefüllt sein kann. Durch seine Verformbarkeit kann er ideal als Unterlage für den Camcorder eingesetzt werden, wenn beispielsweise im Gelände wackelfreie Aufnahmen aus der Froschperspektive gemacht werden sollen. So ein Kissen kann selbst bei minimaler handwerklicher Begabung auch ohne großen Aufwand selbst hergestellt werden.

## Klebeband

Grundsätzlich darf nicht ein wichtiger Ausrüstungsgegenstand vergessen werden, der sich im praktischen Aufnahmebetrieb schon immer als sehr nützlich erwiesen hat. Denn was wären Filmaufnahmeteams ohne Lassoband oder Gaffertape? In manchen Drehsituationen ziemlich hilflos, wenn irgendwas ganz schnell an-, zu- oder abgeklebt werden muss! Klebebänder in verschiedenen Ausführungen und Farben können nützlich sein: Lassoband: In der Filmbranche schon legendär; ein leinenverstärktes, 19 mm breites – von Hand reißbares – Klebeband in verschiedenen Farben.

### TIP für den Umgang mit Akkus:

- Neue Akkus erst einmal mit mehreren Lade-/Entladezyklen so richtig fit machen
- Ersatz-Akkus beim Filmen im Winter vor Kälte schützen
- Kalte Akkus vor dem Laden erst auf Zimmertemperatur bringen
- Bei der Lagerung im Kühlschrank-Gemüsefach behält der Akku länger seine Ladung
- Ladezustand im Camcorder testen
- Von Zeit zu Zeit die Kontakte reinigen

**Wichtig:** Zum Schutz der Umwelt defekte Akkus dem Handel zum Recycling zurückgeben

Gaffertape: Stabiles, leinenverstärktes Klebeband in verschiedenen Breiten und Farben mit stark klebender Wirkung. Gebräuchlich ist die Ausführung in Schwarz, weil damit auf dunklem Boden oder im unbeleuchteten Hintergrund beispielsweise Netzkabel oder störende helle Steckdosen „unsichtbar“ gemacht werden können. Gaffer kommt aus dem Englischen und bezeichnet im Slang den Chefbeleuchter (Beleuchtungsmeister) beim Film.

Gelb-Schwarz gestreiftes Warnband: Selbstklebendes, 50 mm breites kräftiges PVC-Klebeband mit starker Klebehafung. Am Boden verlegte Netzkabel können hiermit aus Sicherheitsgründen abgeklebt und gleichzeitig warnend kenntlich gemacht werden. Ein Stolpern kann auf diese Weise verhindert werden. Wichtig, wenn Leuchten aufgestellt sind.

## Leistungsfähige Akkus

Leistungsfähige Akkus sind das A und O beim Filmen. Man kann nie genug davon dabei haben. Sie wissen schon, was ich meine. Denn es kann sehr ärgerlich werden, unterwegs beim Dreh zu sein und irgendwann zu merken, dass die Akkus sich langsam, aber stetig mit ihrer Leistungskraft verabschieden. Wenn dadurch der Zeitpunkt des Dreh-Endes diktiert wird, hat man sich unprofessionell auf den Drehtag vorbereitet. Moderne Lithium-Ionen-Akkus weisen nicht den von früheren Nickel-Cadmium-Akkus bekannten Memory-Effekt auf, der mit der Zeit die Speicherkapazität immer weniger werden lässt. Dieser berüchtigte Effekt gehört jedoch schon eine Weile der Vergangenheit an.

Heutzutage sind leistungsfähige Akkus auf dem Markt. Doch je kleiner der Camcorder, umso kleiner auch der dazugehörige Akku. Wer hohe Akkukapazitäten in seiner Ausrüstung vorhalten will, um auch für lange Drehs gewappnet zu sein, sollte Akkus mit möglichst hoher Kapazität anschaffen – auch wenn sich hier der Preis oft im dreistelligen Bereich bewegt. Akkus von Fremdherstellern können da eine billigere Alternative sein. Hama, Unomat oder Conrad-Electronic beispielsweise bieten eine große Auswahl.

Ich selbst habe bei Dreharbeiten immer ein Akku-Ladegerät dabei, selbst wenn ich morgens mit zahlreichen vollgeladenen Akkus rausfahre. Denn man weiß nie so ganz genau, wie lange der Dreh im Detail sein wird. Oftmalige Wiederholungen von langen Interviews, stundenlanges Verweilen im Standby-Betrieb beim Einrichten oder Einleuchten von Szenen oder stromintensive Bedienweise des Camcorders kosten freilich Akkukapazität. So habe ich in der Vergangenheit nicht selten schon mal „leergefahrene“ Akkus in der Mittagspause nachladen müssen.

Wohl dem, der dann ein Ladegerät dabei hat. Aber auch fürs Auto gibt es spezielle Ladegeräte, mit einem Stecker für den Zigarettenanzünder und der üblichen Spannung. Dieses kleine Gerät ist gar nicht so teuer und kann unter Umständen schon beim nächsten Außendreh seine Nützlichkeit unter Beweis stellen.

## Pentax mit zwei neuen Optio Zehn-Megapixel-Modellen

Pentax hat das Sortiment seiner Optio Digitalkameras um die beiden neuen Zehn-Megapixel-Modelle Optio M60 und Optio E60 erweitert. Trotz ihres Fünffach-Zoomobjektivs (3,5–5,6/36–180 mm entsprechend Kleinbild) und der Zehn-Megapixel-Auflösung zeigt sich die neue M60 mit den Abmessungen 95 x 55 x 23,5 mm sehr kompakt. Die erweiterte „Face-Recognition-Funktion“ für bis zu 32 Gesichter, intelligente Detailverbesserungen und die frischen Gehäusefarben Silber, Schwarz, Rot, Pink und Blau sind darüber hinaus weitere Kennzeichen der neuen Optio M60. Neben dem neuen Sensor wurde auch die anwenderfreundliche Ausstattung weiterentwickelt. So steht die Funktion zur Gesichtserkennung und optimalen Belichtung von Hauttönen jetzt in allen Modi zur Verfügung. Neu sind die „High-Speed-Serienbildaufnahme“ (ausschließlich in Fünf-Megapixel-Auflösung) für bis zu vier Aufnahmen pro Sekunde sowie die zusätzlichen Motivprogramme Nachtporträt und Feuerwerk. Gegenüber

### Pentax Optio M60

#### Pluspunkte

Gesichtserkennung für bis zu 32 Gesichter, Empfindlichkeit bis ISO 6.400, Fünffach-Zoomobjektiv

#### Ausstattung

- 10 Megapixel
- Zoom 36–180 mm
- Digitale Shake-Reduction
- Vollautomatikmodus und 16 Motivprogramme
- In sechs Farben erhältlich: Schwarz, Silber, Hell-, Dunkelblau, Rose, Pink



UVP: 199 Euro

## Ernos neue Raffi Kollektion soll vor allem Frauen ansprechen

Vor allem an Frauen wendet sich Erno mit der neuen Raffi Kollektion von Kalendern, Notizbüchern und Alben des belgischen Herstellers Brepols. Hinter dem Namen Raffi verbergen sich bekannte Künstler und Grafiker, deren Entwürfe und Ideen bereits von der Manufaktur Rosenthal sowie etablierten Bettwäsche-Herstellern umgesetzt wurden. Die Brepols Raffi Kollektion gibt es in den drei Design-Linien Garden, Roses und Spirit. Alle drei Serien umfassen Kalender in drei und Notizbücher in zwei Größen. Die Kalender gibt es in den Größen Small (8,4 x 8,4 cm), Medium (11 x 12 cm) und Large (17 x 17 cm). Bei den Formaten Small und Large ist das Kalendarium in eine Woche auf zwei Seiten



und bei Medium in einen Tag auf einer Seite unterteilt. Die Notizbücher sind in Medium mit 336 Seiten und Large mit 128 Seiten erhältlich. Die frisch und auffällig gestalteten Einbände sind bei der Serie Garden aus bedrucktem Textil, bei Roses aus weichem PU-Material und bei Spirit aus einer Kombination aus Papier und Textil. Die

Innenseiten sind aus 80 g/qm schwerem Papier. Zur Ausstattung gehört ferner ein Lesezeichen und bei der Serie Roses zusätzlich noch ein elastisches Band zum sicheren Verschließen der Bücher. Sowohl Kalender als auch Notizbücher haben eine langlebige Buchbindung, die auch bei häufiger Benutzung nichts von ihrer Stabilität verliert.

den Vorgängermodellen unverändert geblieben sind Features wie 130

### Pentax Optio E60

#### Pluspunkte

Kompaktes, ergonomisches Gehäuse, preiswertes Kameramodell für Fotografie-Einsteiger

#### Ausstattung

- 10 Megapixel
- Zoom 32–96 mm
- Digitale Shake-Reduction,
- Video-Shake-Reduction
- verschiedene Motivprogramme
- Video- und Tonaufzeichnung
- Farbe: Silber, Schwarz



UVP: 129 Euro

Gramm Gewicht (betriebsbereit) und die maximale 6.400-ISO-Empfindlichkeit. Die Kamera ist bereits lieferbar. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung beträgt 199 Euro.

Für 70 Euro weniger soll dagegen die neue Pentax Optio E60 an den Endkunden verkauft werden, die ebenfalls ab sofort zu haben ist. Mit einer höheren Auflösung von zehn Megapixeln im Vergleich zum Vorgängermodell, einem leichten Weitwinkel-Zoom (5,7–7,1/32–96 mm entsprechend Kleinbild), einer hohen Empfindlichkeit von bis zu ISO 6.400 und der digitalen Video-Shake-Reduction hat Pentax seine neue Einsteigerkamera marktgerecht weiterentwickelt. Die Erweiterung der Motivprogramme macht es speziell Fotografie-Einsteigern leichter, gute Bilder auch unter schwierigen Aufnahmebedingungen zu erzielen. Die Stromversorgung der Kamera erfolgt mit zwei Batterien oder Akkus des Typs AA (Mignon), die überall auf der Welt zu haben sind. Der Nutzer braucht sich daher auch im Urlaub keine Sorgen um die Energieversorgung zu machen.

### Ethik-Richtlinien

...werden in den Betrieben immer mehr zum In-Thema. Das Problem dabei ist: die Mitbestimmung des Betriebsrats. Ethik-Richtlinien betreffen in der Regel die Ordnung des Betriebs und das Verhalten der Arbeitnehmer im Betrieb. Das ist ein Bereich, der als soziale Frage nach § 87 Abs. 1 Nr. 1 BetrVG mitbestimmungspflichtig ist. Nur dort, wo Ethik-Richtlinien mitbestimmungsfreie Regelungen vorsehen, braucht der Betriebsrat kein Okay zu geben (BAG – Beschluss vom 22.7.2008 – 1 ABR 40/07).

### Kopierschutz

...auf Tonträgern ist eine feine Sache – zumindest für die Musikindustrie. Den Verbraucher ärgert's, muss er sich die CDs damit doch selbst kaufen. Es gibt zwar Software, mit der man den Kopierschutz knacken kann, ihre Verwendung ist jedoch streng verboten. Das gleiche gilt für die Bewerbung dieser Vervielfältigungsprogramme und ihr Angebot. Und dieses Verbot trifft sogar Privatleute, die ihre Software bei eBay zum Verkauf anbieten (BGH – Urteil vom 17.7.2008 – I ZR 219/08).

### Sammelpunkte

...können Anreiz für gesteigerten Konsum geben: Zielgruppe Kinder und Jugendliche, ein Punkt pro Schoko-Riegel, 25 Punkte für einen 5,00-EUR-Gutschein. Natürlich handelt jemand wettbewerbswidrig, wenn er die geschäftliche Unerfahrenheit von Kids und Teens ausnutzt. Aber nicht jede gezielte Beeinflussung Minderjähriger ist gleich wettbewerbswidrig. Deswegen hat der Bundesgerichtshof diese süße Werbeaktion ohne Beanstandung durchgewunken (Urteil vom 17.7.2008 – I ZR 160/05).

### Schlechtes Wetter

...kann der Grund für einen Arbeitsausfall sein. Trägt der Arbeitgeber das Risiko dieses Arbeitsausfalls, behalten betroffene Arbeitnehmer trotzdem ihren Vergütungsanspruch (§ 615 BGB). Sie brauchen die ausgefallene Arbeit auch nicht nachzuleisten – das ist eben das Betriebsrisiko des Arbeitgebers. Allerdings gelten diese Grundsätze nicht für alle Betriebe und Beschäftigte, sondern

### Im Fokus: Wenn's mal wieder aus ist...

Der **Arbeitgeber** kann auch betriebsbedingt kündigen. Die Ursachen für seine Kündigung können außer- oder innerbetrieblicher Art sein. Das ist aber nur der Einstieg. Unterm Strich muss weniger Arbeit da sein.

Die **Auslöser** für betriebsbedingte Kündigungen sind vielfältig. Das fängt bei A wie Arbeitsmangel an und hört bei Z wie Zahlungsunfähigkeit auf. Der außer- oder innerbetriebliche Anlass reicht aber nie allein für eine Kündigung: eine unternehmerische Entscheidung des Arbeitgebers muss hinzukommen.

Das **Kündigungsschutzgesetz** verlangt „dringende betriebliche Erfordernisse, die einer Weiterbeschäftigung des Arbeitnehmers in diesem Betrieb entgegenstehen“. Der Arbeitgeber darf den außer- oder innerbetrieblichen Anstoß daher nur als Auslöser nehmen. Die unternehmerische Entscheidung ist es, die schließlich zum Abbau von Arbeitsplätzen führt. Sie macht eine Kündigung erst möglich.

Der **Arbeitgeber** hat mehrere Möglichkeiten, auf außer- oder innerbetriebliche Anlässe zu reagieren. Die Antwort auf einen Umsatzrückgang muss nicht gleich eine Kündigung sein. Das betriebswirtschaftlich Sinnvolle wäre vielleicht zunächst eine breit angelegte Werbekampagne, die den Umsatz wieder nach vorne treibt. Sie wäre auch eine unternehmerische Entscheidung – die sich aber überhaupt nicht auf die Arbeitsplätze auswirkt und keine Kündigung rechtfertigen kann.

Die **Auslöser** für betriebsbedingte Kündigungen müssen über die unternehmerische Entscheidung zum Wegfall von Arbeitsplätzen führen. Das passiert beispielsweise dadurch, dass der Arbeitgeber sich wegen des Umsatzrückgangs dazu entschließt, seinen Personalbedarf dem rückläufigen Umsatz anzupassen. Der geänderte Personalbedarf wiederum folgt daraus, dass die infolge des Umsatzrückgangs geringer gewordene Arbeitsmenge auf weniger Mitarbeiter verteilt wird. Dadurch entsteht ein Überhang an Mitarbeitern – der wahre Kündigungsgrund.

Das **Kündigungsschutzgesetz** schreibt dem Arbeitgeber nicht vor, wie er auf außer- oder innerbetriebliche Ursachen zu reagieren hat. Der Gesetzgeber greift hier nicht in die unternehmerische Freiheit ein. Die Arbeitsrichter tun das ebenso wenig. Sie prüfen nicht, ob die unternehmerische Entscheidung betriebswirtschaftlich sinnvoll ist. Sie prüfen auch nicht ihre rechtliche Rechtfertigung oder ihre Zweckmäßigkeit. Aber sie untersuchen die unternehmerische Entscheidung darauf, ob sie „offenbar unsachlich, unvernünftig oder willkürlich ist (BAG, Urteil vom 23.4.2008, 2 AZR 1110/06)“. Ist sie es, scheitert eine Kündigung.

nur für Arbeitgeber, die ein witterungsabhängiges Unternehmen führen (BAG – Urteil vom 9.7.2008 – 5 AZR 810/07).

### Weihnachtsgeld

...ist meist tariflich vereinbart. Ohne Tarifvertrag ist Weihnachtsgeld eine freiwillige Leistung des Arbeitgebers. Damit die Extrazahlung freiwillig bleibt, gehört für sie ein Freiwilligkeitsvorbehalt in den Arbeitsvertrag. Aus ihm muss der Arbeitnehmer klar und eindeutig erkennen können, dass er keinen Rechtsanspruch auf die Gratifikation hat. Ist die Klausel mehrdeutig oder unklar, geht das zu Lasten des Arbeitgebers. Er muss dann trotzdem zahlen (BAG – Urteil vom 30.7.2008 – 10 AZR 606/07).

### Werbemails

...sind auch im geschäftlichen Bereich lästig. Dabei sagt § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG doch ganz eindeutig, dass eine Werbung unter Verwendung von Faxgeräten oder E-Mail ohne Einwilligung des Adressaten als unzumutbare Belästigung verboten ist.

Das Gesetz macht keinen Unterschied zwischen privatem und gewerblichem Bereich. Also können auch gewerbliche Anfragen nach Waren/Dienstleistungen unzulässige und wettbewerbswidrige Werbung sein (BGH – Urteil vom 17.7.2008 – I ZR 197/05).

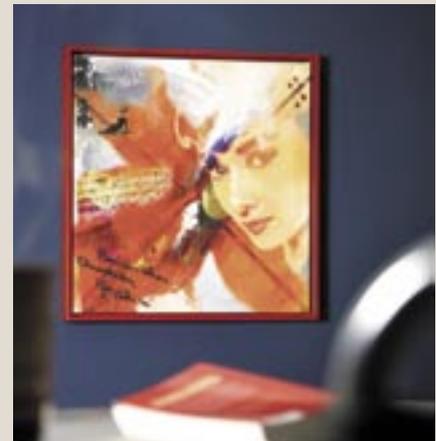
**Heinz J. Meyerhoff, Rechtsanwalt  
Fachanwalt für Arbeitsrecht**

## Sonnet Technologies zeigt Speicherlösungen bis 4 TB

Sonnet Technologies, Anbieter professioneller Speicherlösungen für Anwender von Macintosh-, Windows- und Unix-Systemen in der Foto-, Film-, Video- und Broadcast-Branche, zeigt erstmals auf der photokina in Halle 4.1, Stand D48/C41, seine Speicherlösungen für den Medienbereich. Im Vordergrund des Messeauftritts steht das Desktop-Festplattengehäuse Fusion D400Q mit bis zu 4 TB Speicherplatz. Kaum ein professioneller Fotograf vertraut auf nur eine einzige Festplatte, wenn es um die Sicherung wertvollen Bildmaterials geht. Für ein Backup besonders bewährt haben sich RAID-Systeme mit mehreren, gegeneinander gespiegelten Festplatten. Im Falle eines Defektes bleibt das Bildmaterial auf der gespiegelten Festplatte verfügbar. Sonnet präsentiert auf der photokina mit dem D400Q eine flexibel und kostengünstig erweiterbare RAID-Lösung für den Arbeitsplatz. Mit dem Festplatten-

## Schattenfugenleiste Glossy Canvas von NielsenBainbridge

Die neue Schattenfugenleiste Glossy Canvas von NielsenBainbridge folgt mit ihren zehn frischen, kräftigen Lackfarben dem heutigen Zeitgeschmack. Die hochglänzenden Lackoberflächen der aufwendig verarbeiteten Holzleiste sollen die Blicke des Betrachters auf sich ziehen und sie zum Bild leiten. Dabei bietet die Farbauswahl des zwölf Millimeter breiten Profils viel Spielraum für stimmungsvolle Bildpräsentationen. Die Profiltiefe von 43 mm eignet sich hervorragend zur Rahmung von hohen Keilrahmen. Dadurch eignet sich die Rahmenleiste auch besonders gut für Fotografien, die auf Leinwand vergrößert und anschließend auf Keilrahmen aufgezogen werden. Die neue Schattenfugenleiste Glossy Canvas ist in den Farben Yellow, Orange, Pink, Red, Aubergine, Blue, Green, Khaki, Black und White erhältlich.



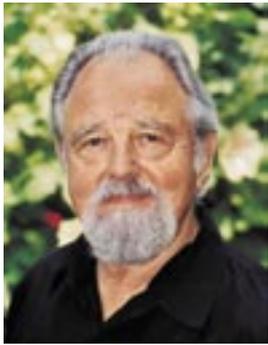
gehäuse Fusion D400Q bietet Sonnet hohe Datensicherheit. Das ausbaufähige System ermöglicht ein platzsparendes, gut organisiertes Bildarchiv. Es bietet vier Hot-Swap-fähige Festplatteneinschübe. Damit wird eine Gesamtkapazität von vier Terabyte bei Einsatz von 1-TB-Festplatten möglich. Sämtliche Festplatten und Einschübe sind hinter einer eleganten Front verborgen. Das Festplattengehäuse kann über eSATA, FireWire 800, FireWire 400 oder auch USB 2.0 mit dem Rechner verbunden werden. Durch den modularen Aufbau des Systems dürfte die Anschaffung eines professionellen Festplattengehäuses für Imaging-Profis erschwinglich sein, und vor allem langfristig rechnet sich diese Speicherlösung insbesondere mit Blick auf den langfristigen Preisverfall bei Speichermedien. Das System ist mit Mac, Windows und Linux kompatibel. Das Fusion D400Q ist zu einem unverbindlichen Verkaufspreis von 699,95 Euro erhältlich.

Auf der photokina sind darüber hinaus auch mobile Speicherlösungen für professionelle Fotografen zu sehen.

## Dörr ergänzt das Sortiment der Silver Star Metallrahmen



Silver Star Metallrahmen sind seit Jahren ein wichtiger Bestandteil des Rahmensortiments von Dörr Foto. Sie erfreuen sich nach Angaben des Herstellers stetig großer Beliebtheit durch ihre Eleganz und Zeitlosigkeit. Die Rahmen werden jetzt schon für eine Fülle verschiedener Anlässe und Motive angeboten. Dennoch ergänzt Dörr regelmäßig das Portfolio der Silver Star Bilderrahmen, um dem Handel die Möglichkeit zu geben, weitere Käufergruppen zu gewinnen. Die aktuellsten Sortimentserweiterungen sind Silver Star Role und Silver Star Transparent. Silver Star Role eignet sich zum Hängen und Aufstellen. Dieses Modell wird in den Formaten 10 x 15 cm und 13 x 18 cm angeboten. Silver Star Transparent hat das Format 25 x 25 cm und eignet sich zur individuellen Gestaltung.



Horst Dieter Lehmann

# Messe Gäste

Köln ist für jeden immer eine Reise wert! Die Interessen sind natürlich verschieden, können aber auch miteinander verbunden werden. Denke ich an Köln, sehe ich automatisch den Dom vor mir. So ist

dieser auch immer mein erster Anlaufpunkt, und dann werden stets Erinnerungen wach, welche sich nicht nur um die photokina drehen. Aber natürlich ist diese meistens der Hauptgrund, wenn ich die Stadt am Rhein aufsuche.

Köln hat in der Tat viel zu bieten. Für kauflustige und interessierte Besucher ist die Schildergasse, Deutschlands beliebteste Einkaufsmeile (noch vor München), für einen Bummel nicht zu verachten.

Nun sind die meisten Messebesucher aber Gäste. Sie wollen etwas sehen und erfahren, was es Neues gibt. Denken wir da an die photokina 2006. Diese war ein großartiger Erfolg. Wir meinen oft, größer oder besser geht es nicht mehr und wundern uns dann, was noch alles möglich ist.

Anno 2006 zeigte uns aber schon, dass wir „Insider“ nicht viel Neues oder gar Umwälzendes zu sehen bekamen. Aber erwarten das die Besucher auch, oder treiben doch andere Gründe sie für einen mitunter anstrengenden Besuch durch die Messehallen? Diese Frage kann und muss sich jeder selbst beantworten. Fest steht aber, dass eigentlich immer fast alle Gäste und Freunde der Fotografie sich recht begeistert zeigen und gerne wiederkommen wollen.

Für die photokina 2008 wage ich schon die Prognose: Es wird wieder eine Steigerung geben! Ob wir dadurch aber eine Umsatzsteigerung in Sachen Foto erleben werden, wage ich zu bezweifeln – dann schon eher im Bereich Imaging.

Die Überschrift lautet nun aber „Messegäste“. Damit soll schon ersichtlich sein, dass es mehr um die Besucher geht als um das, was alles gezeigt wird – also der Mensch vor der Maschine. Der Begriff „Messegäste“ hat in meiner Region nun auch eine Bedeutung, die mit der photokina weniger zu tun hat. Hannover ist ja als Messestadt bekannt, und das Umfeld profitiert davon. Die Stadt selbst kann nicht alle Gäste unterbringen, da bieten sich Hotels und Pensionen in der Umgebung an. Die Einheimischen bemerken das Messtreiben auch auch daran, dass es in den Lokalen immer neue Speisekarten gibt – auch zu DM-Zeiten schon ein deutlicher Aufwärtstrend bei den Preisen. Aber auch hier ist

man bescheidener geworden, denn die lieben Gäste verzeihen dem Euro auch nicht mehr alles.

Bleiben wir aber bei den Gästen der Kölner photokina. Hier nehmen die Imaginginteressierten, also die Amateure, den ersten Platz ein. Danach folgen – nach meiner Einschätzung – die Fotografen und Fotohändler. Die photokina wuchs in der Zeit ihres Bestehens gewaltig. War sie früher eher menschlicher, so ist sie heute zwar nicht unmenschlich geworden, aber etwas unübersichtlicher und kühler. Das liegt keineswegs an ihren Machern und der sogenannten Logistik, sondern an dem Trend zu immer größeren Dimensionen. Hier kann man mitunter an den Turmbau zu Babel denken, aber „mer wolle ja den Dom in Kölle lasse“.

Will man aber nun über eine Entwicklung reden, so muss man die Vergangenheit kennen, am besten miterlebt haben. So war mein erster Besuch in Köln mit dem Fahrrad. Die Unterkunft bot eine Großtante, die eine Fotodrogerie hatte, direkt neben einer Kirche, die mir als Wegweiser diente. Das Wasser vom Rhein war zwar kein „Gold’ner Wein“, aber reiner als heute. Bei meinem Messebesuch wurde ich an manchen Ständen besonders freundlich begrüßt. Einige Mitarbeiter an den Ständen, die zur Messezeit logischerweise unter erhöhtem Druck stehen, kannten mich noch aus meinem elterlichen Betrieb, manchmal aber auch aus den Geschäften, wo ich während meiner Wanderjahre eine „Gastrolle“ gab. In meinen Erinnerungen an die Messe und um sie herum, wie der Dom-Besuch und ein Bad im Rhein, sind einige Treffen besonders haften geblieben: zum einen das Wiedersehen mit meinem Onkel, einem bekannten Industriefotografen mit seiner Tochter, auch Fotografin, am Stand eines großen Herstellers fotografischer Erzeugnisse, darunter auch Chemikalien. Es gab zum Beispiel Entwickler in kleinen Fläschchen, welche aber hier mit Hochprozentigem gefüllt waren. Es wurde viel gelacht.

Eine andere Begegnung, sie liegt noch länger zurück, war mit Dr. Walter Boje und Prof. L. Fritz Gruber. Sie begegneten uns in höchster Eile auf einer Treppe und hatten sicherlich etwas anderes zu tun, als sich für einen unbekanntem Jungfotografen in Pose zu stellen. Sie taten es aber doch – vielleicht lag es auch mit am Charme meiner Begleiterin.

Ja, was uns bleibt, ist die Erinnerung und die Fotos davon – aber nur, wenn man sie gemacht hat. Dass viele Fotos in Zukunft gemacht werden und erhalten bleiben, dazu soll auch die photokina 2008 beitragen.

## Zwei Künstlerpapiere mit 240/320 g/m<sup>2</sup> von Sihl

Sihl hat im Vorfeld der photokina zwei unterschiedliche Künstlerpapiere – jeweils mit 320 g/m<sup>2</sup> und 240 g/m<sup>2</sup> Flächengewicht – angekündigt. Sowohl das Sihl Artistic Creative Smooth Paper 320 und 240 als auch das Sihl Artistic Creative Textured Paper 320 und 240 bestehen aus säurefreiem Kunstdruckpapier. Dieses ist aus 100 Prozent Baumwollfasern hergestellt und mit einer speziellen porösen, matten Beschichtung veredelt. Die Versionen Smooth und Textured unterscheiden sich dadurch, dass letztere eine leichte Strukturierung aufweist, während die



Smooth-Oberfläche ebenmäßig wirkt. Die sowohl als Blattware (A4 und A3+) als auch in den Rollenbreiten 17“, 24“, 36“, 44“ und 60“ ab sofort erhältlichen Künstlerpapiere eignen sich besonders für hochwertige Fotodrucke oder Kunstreproduktionen. Sie kommen ohne optische Aufheller aus und bieten zusammen mit dem Basismaterial und der speziellen Beschichtung beste Voraussetzungen für eine lange Haltbarkeit. In Verbindung mit Pigmenttinten – die empfohlen werden – kann eine Langzeitstabilität von rund 55 Jahren erwartet werden. Bei einer Hinterglasrahmung werden sogar bis zu 85 Jahre erreicht. Museumsglas mit UV-Filter verlängert die Haltbarkeit der gerahmten Kunstwerke nochmals. Auch bei höchsten Tintenmengen bleiben die Sihl Künstlerpapiere stabil und wellenfrei.

## Neues Buchalbum Textil gibt es bei Dörr Foto in vier Farben

Dörr Foto hat sein Portfolio um das neue Buchalbum Textil erweitert. Es bietet auf 40 weißen Seiten Platz für Fotos in den Formaten 9 x 13 cm oder 10 x 15 cm. Das Album mit der Textiloberfläche ist in vier frischen Farben erhältlich. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 7,99 Euro.



## Falk Marco Polo Interactive stellt selbstlernendes Navi vor

Navigationsspezialist Falk Marco Polo Interactive setzt in der kommenden Gerätegeneration auf „lernende“ Navigation. Die neue Software Falk Navigator 8 ermöglicht eine vollkommen neue Art der Routenberechnung: Erstmals können die Systeme nicht nur tages- und uhrzeitabhängig die optimale Route bestimmen, sondern lernen auf der Basis des Fahrverhaltens aller Falk-Nutzer ständig hinzu – und navigieren damit auf immer besseren Routen schneller ans Ziel. Ebenso werden die Points of Interest (POIs) durch die eigene Falk Community ständig erweitert und verbessert. Dieses Zusammenspiel der einzelnen Innovationen kommt im Falk-Claim „Die Welt mit allen Augen sehen“ zum Ausdruck. Derzeitige Navigationssysteme berechnen einfach eine Route. Hierbei handelt es sich immer um die gleiche Route, sofern die entsprechenden Vorgaben (kurz/schnell, mit/ohne Autobahn etc.) immer gleich sind. Die lernenden Navigationsgeräte von Falk gehen einen Schritt weiter. Das neue Falk Navi lernt selbstständig bei jeder gefahrenen Route hinzu. Berechnet beispielsweise das Navigationsgerät für die Fahrt von Stuttgart nach München eine Fahrtdauer von 2:25 h, der Fahrer kennt jedoch eine schlaunere Route, die nur 2:10 h benötigt, so lernt das Falk Navi hieraus. Doch nicht nur die eigenen Erfahrungen zählen: Das neue Navi

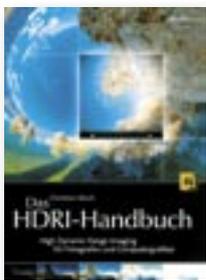
lernt nicht nur von seinem Besitzer, es lernt auch von allen anderen Fahrern. Auf diese Weise erhält es Informationen von Vielfahrern wie Taxifahrern und Ortskundigen – und kann dadurch Monat für Monat mit noch schlauneren Routen immer schneller ans Ziel führen. Wie diese neue Technologie funktioniert, zeigt Falk derzeit beispielsweise auf seinem Stand auf der IFA 2008 in Berlin.



Das erste neue Gerät, in dem die lernende Navigation zu finden ist, ist das High-End-Navigationsgerät Falk F10, das die erfolgreiche F-Serie weiter fortführt. Das neue Spitzenmodell hat ein Gehäuse in edlem Schwarz und bietet außerdem Travel Guide 2.0, Lifetime TMCpro, Bluetooth, Sprachsteuerung, Split Screen, FM-Transmitter und Kartenmaterial von West- und Osteuropa. Ein kostenloses Karten-Abo für die ersten zwei Jahre garantiert jederzeit aktuelles Kartenmaterial für den F10. Das Gerät wird für einen UVP von 399,95 Euro erhältlich sein.

### Christian Bloch: Das HDRI-Handbuch

HDRI (High Dynamic Range Imaging) ist eine neue Methode, um den gesamten sichtbaren Kontrastumfang eines Fotos digital zu erfassen und zu bearbeiten. Es ist sozusagen der letzte Schritt, mit dem die digitale Fotografie die analoge überholt. Das ewige Problem der Über- und Unterbelichtung kann damit elegant umgangen werden. Mittels dieser Technologie geht der digitale Ent-



wicklungsprozess weit über die Grenzen der Dunkelkammertechniken hinaus. Die richtige Belichtung ist nicht mehr von der Entscheidung des Fotografen zum Zeitpunkt der Aufnahme abhängig, sie ist ein flexibel handhabbarer Parameter geworden, der einen ganz neuen Umgang mit den digitalen Bilddaten erlaubt. Und wenn es sich beim HDR-Bild um eine Panoramaaufnahme handelt, kann das aufgenommene Licht sogar auf künstlich erzeugte 3D-Objekte übertragen werden.

Noch vor fünf Jahren kursierte HDRI als Schlagwort in Spezialistenkreisen der Computergrafik, heute ist es integraler Bestandteil zahlreicher Programme und kann ohne Spezialwissen auch von 3D-Hobbyanwendern genutzt werden. Aber nur wer HDRI wirklich versteht, ist in der Lage, erfolgreich damit zu arbeiten.

Das Buch entstammt der Feder von Christian Bloch, der Medientechnik an der Hochschule Leipzig studierte und dessen Diplomarbeit mit dem För-

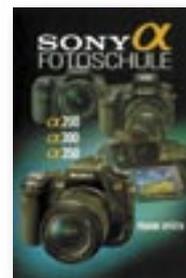
derpreis der HTWK Leipzig prämiert wurde. Im Zusammenhang mit weltbekannten Kino-Produktionen arbeitet er als Visual-Effect-Artist in Hollywood und wurde für seine Arbeiten mit dem Emmy Award ausgezeichnet. Mitgearbeitet an diesem Buch haben auch die bekannten Autoren Bernhard Vogl, Dieter Bethke und Uwe Steinmüller, so dass das vollständige HDRI-Expertenwissen garantiert ist. Das Praxis-Know-how versetzt den Leser in die Lage, HDRI kreativ für eigene Projekte einzusetzen, ganz gleich ob es sich dabei um Fotografen, Filmemacher, 3D-Künstler oder Spezialisten für Visual Effects handelt. Im Buch werden ausführliche Grundlagen und Hintergrundwissen vermittelt und die Werkzeuge für einen High Dynamic Range Workflow vorgestellt. Wie man HDR-Fotos aufnimmt und Tone Mapping für hervorragende Ausdrücke sind weitere Themen dieses Handbuchs. Der Inhalt umfasst weiterhin: HDR-Fotos zusammensetzen und bearbeiten – 4 Wege, um HDR-Panoramen zu erzeugen – image-based Lighting und CG-Rendering – Neue Software: Smart IBL und Pictureout – Kreative, konventionelle HDRI-Anwendungen. Auf der beigefügten DVD befinden sich u. a. Software, HDR-Bilder, Belichtungsreihen und Workshop-Dateien (für Windows und Mac).

Christian Bloch: Das HDRI-Handbuch. High Dynamic Range Imaging für Fotografen und Computergrafiker. 389 Seiten mit DVD, dpunkt.verlag, Heidelberg 2008, ISBN 978-3-89864-430-3, 49,- Euro.

### Frank Späth: Sony $\alpha$ Fotoschule $\alpha$ 200, $\alpha$ 300, $\alpha$ 350

Gleich drei Modelle hat Sony bereits in diesem Jahr auf dem DSLR-Markt

der Einsteiger- und Mittelklasse präsentiert, und mit dem innovativen Live View-System inklusive superschnellem Autofokus konnte der japanische Hersteller auch schnell die Fachwelt überzeugen. Da die drei Neuen (abgesehen von Live View und Sensorauflösung) quasi identisch ausgestattet sind, hat der Autor sich entschlossen, eine Sony  $\alpha$  Fotoschule zu schreiben, in der alle drei ohne Informationsverlust beschrieben werden. Das Buch ist didaktisch so aufgebaut, dass der Autor den Leser Schritt für Schritt durch die Bedienung und das Handling aller drei Modelle führt und ihn fit für den reibungslosen Umgang mit der Kamera macht. Im Praxisteil wird anhand der erlernten Fertigkeiten die konkrete Umsetzung in gelun-



gene Bilder geprobt. Im Workshopteil wird vorgeführt, wie neben der Technik und Bedienung auch die Motivsuche und Bildgestaltung gehandhabt werden können. Last but not least werden im Objektiv-Kapitel Anregungen gegeben, wie mit Hilfe der richtigen Optik das Beste aus der Alpha herausgeholt werden kann. Und wer noch mitten in der Kaufentscheidung steckt, der findet in diesem Buch eine detaillierte Beschreibung der Ausstattungs- und Bildqualitätsunterschiede der drei Kameramodelle, die die Kaufentscheidung erleichtert.

Frank Späth: Sony  $\alpha$  Fotoschule.  $\alpha$ 200,  $\alpha$ 300,  $\alpha$ 350, 216 Seiten, über 400 Abbildungen und Screenshots, Hardcover, Point of Sale Verlag Gerd Urban, Baierbrunn 2008, ISBN 978-3-925334-86-3, 28,- Euro.

*Gute und preiswerte Color-Chrom-*  
**Farb-ANSICHTSKARTEN**

Auflagedruck: -Standard-      Auflagedruck: -EXPRESS- (10 Tage)  
 1.000er Aufl. = € 95,00 p. 1.000 Stück      2.000er Aufl. = € 95,00 p. 1.000 Stück  
 1.500er Aufl. = € 70,00 p. 1.000 Stück  
 3.000er Aufl. = € 55,00 p. 1.000 Stück + MwSt. u. Versandkosten.

Bei Anlieferung druckreifer PDF-Dateien KEINE Kosten mehr für Druckträger!  
 Fordern Sie die Unterlagen an:  
 WOLFG. HANS KLOCKE VERLAG, Nieheimer Weg 13, 33100 Paderborn  
 Tel. 0 52 51 / 6 26 14 • Fax: 6 50 46 • E-Mail: Klocke-Verlag@web.de

**Kundenbringer im Geschäft:  
 Der neue Chamäleon  
 Studio-Blitz!**



300 W/s

Chamäleon D-300.  
 Regelbar stufenlos  
 über 5 Blenden.  
 Digitale Anzeige.  
 Studio-Kofferset  
 ab 598,-

**€ 198,-**  
 UVP

CF Photo + Video  
 Vertrieb www.cf-photo-video.de 02203 16262

**BILDBAND**  
**Fotos für die Pressefreiheit 2008**

100 Seiten | 85 Abb. | 4-farbig | DIN A4 | Broschur

**Reporter ohne Grenzen**

**NAHTSTELLEN**  
 Fotos für die Pressefreiheit 2008

Boris Mikhailov  
 Simon Roberts  
 Justyna Mielnikiewicz  
 Frank Herfort  
 Robert Polidori  
 Kirill Golovchenko  
 Anastasia Khoroshilova  
 Andrei Liankevich  
 Jelena+Viktor Vorobjev

Mit den Verkaufserlösen finanziert Reporter ohne Grenzen  
 Öffentlichkeitsarbeit, Anwaltskosten und medizinische Hilfe  
 für verfolgte Journalistinnen und Journalisten.

**12 €**  
 inkl. Versand

ISBN 978-3-937683-19-5  
**Information + Bestellungen**  
[www.reporter-ohne-grenzen.de](http://www.reporter-ohne-grenzen.de)



**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 Anzeigenpreislise  
 an meine e-Mail-Adresse: .....

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

Einfach in einen Fensterumschlag oder per Fax 0 21 02 / 20 27 - 90

**Gelegenheits- und Stellenanzeigen**

**Mein Anzeigentext lautet:**

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

iHc 9/2008

**Einzugsermächtigung:** Ich/wir ermächtige/n Sie, den Rechnungs-  
 betrag 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

## Kleinanzeigen Angebote/Verkäufe



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

Tanja Mairhofer, Moderatorin

Werden Sie ein Held!  
www.misereor50.de

Mit Zorn und Zärtlichkeit an der Seite der Armen

**50 MISEREOR**  
IHR HILFSWERK

**Ankauf – Verkauf**  
gebrauchter Fotogeräte,  
Minilabs und Laborgeräte.  
**Fotoservice Jungkunz**  
Tel. 0 89/6 51 99 75, Fax 6 51 99 81,  
Mobil 01 71/2 68 83 30

Der **Verband für Journalisten**  
bietet Beratung, Fachinfos,  
Presseausweis, Medienversorgung  
und vieles mehr. Kostenlose Infos  
für hauptberufliche Journalisten &  
Presseprecher:  
**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

**... die bandlose Zeit ist eingeläutet!**  
Sie besitzen jetzt auch einen DVD-Player? – Super!  
Und was können Sie damit?  
Nur gekaufte Filme abspielen – schlecht!  
Gönnen Sie sich Ihr persönliches DVD Erlebnis und  
lassen Sie von uns Ihre Dias, Filme oder Videos auf  
DVD brennen.  
Seit 1978  
**Vierheimer Video Transfer**  
Tel.: 0 62 01 / 1 88 23 11  
e-mail: videotransfer@arcor.de

**CCS FORM UND LICHT**  
Horst von Bröckel  
- Neu Mini-Hintergrund-Abroller -  
Halogenlampen / Blitzröhren  
Tel. 04265/8772 – www.ccs-licht.de

### Foto-Aktienkurse

		15.08.2008	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	5.280	4.977	4.100	6.760
Casio	YEN	1.268	1.242	1.052	1.808
CeWe Color	EUR	22,89	22,89	18,40	34,44
Du Pont	USD	45,24	41,47	40,43	52,49
Eastman Kodak	USD	16,27	13,50	12,20	29,60
Epson	YEN	362	338	313	830
Fujifilm	YEN	3.405	3.481	3.130	5.710
Hewlett-Packard	USD	45,50	41,59	39,99	53,47
Hitachi	YEN	802	786	569	852
Imation	USD	21,66	20,34	12,48	32,28
Jenoptik	USD	5,23	5,59	3,78	7,33
Leica	EUR	11,50	11,88	11,21	12,84
Metro	EUR	39,58	37,91	35,73	68,46
Olympus	YEN	3.610	3.418	2.590	5.320
Samsung	KRW	580.000	567.000	578.000	586.000
Sharp	YEN	1.435	1.610	1.353	2.150
Sony	YEN	4.242	4.354	3.910	6.410
Spector	EUR	1,00	0,99	0,92	1,43
Toshiba	YEN	682	760	649	1.091

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

**Anzeigenschluss für Kleinanzeigen**  
in der Ausgabe 10/2008 ist der 5. September 2008.  
Senden Sie uns einfach ein Fax an: 0 21 02 / 20 27 90

### Inserenten-Verzeichnis

C.A.T.-Verlag .....	65	Sanyo-Fisher .....	33
Canon .....	4. U.	The Phone House .....	53
CeWe-Color .....	3. U.	Universal Laser .....	25
Fujifilm .....	7	Walther .....	19
Matthiessen .....	29	Zeiss .....	15
Noritsu .....	2. U.	Kleinanzeigen .....	73 – 74
RCP-Rollei .....	17	photokina-guide .....	35 – 42

Beilage: Global Fairs TT-Messe

## IMPRESSUM

### imaging+foto-contact

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

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

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

**Redaktion:**  
Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)  
Dipl. Kfm. Andreas Blömer

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

**Neuheitenredaktion:**  
Jürgen Günther

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

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

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

**Vertrieb:**  
Silke Gräßel

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

**Druck:**  
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

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

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

ISSN: 1430-1121





# Mein<sup>®</sup> CEWE FOTOBUCH

Ausgezeichneter Spaß für Ihre Kunden – ausgezeichneter Umsatz für Sie!

## Testsieger in Serie!



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

Download kostenlos unter:

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

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

  
einfach schöne Fotos

you can  
**Canon**

# LET'S PLAY

**EOS  
450D**

Seien Sie kreativ. Gehen Sie raus. Spielen Sie. Erkunden Sie die Welt mit der neuen EOS 450D: 12,2-Megapixel-Sensor, Reihenaufnahmen bis zu 3,5 Bilder pro Sekunde und 3,0-Zoll-LC-Display mit Live-View-Funktion. Starten Sie Ihre Entdeckungsreise auf [www.canon.de/LETSPLAY](http://www.canon.de/LETSPLAY)