

MOTOROLA MOTOZINE ZN5

Ein Telefon für alle Fälle



Im Motorola Motozine ZN5 stecken Kodak-Technologien für die Fotofunktion

Unwiederbringliche Momente im Bild festhalten, um sie anderen zu zeigen, gehört nicht erst seit der Erfindung der Fotografie zu den besonders ausgeprägten Bedürfnissen der Menschen. Die Kommunikation mit Bildern ist ein Urbedürfnis, das im Laufe der Geschichte immer weiter perfektioniert wurde.

Mit der Digitaltechnik und der darauf folgenden Konvergenz von Fotografie, Telekommunikation und Informationstechnologie hat die visuelle Kommunikation einen neuen Höhepunkt erreicht: **Nie zuvor wurden so viele Bilder gemacht.** Nie zuvor war es einfacher, ein technisch perfektes Abbild der uns umgebenden Welt zu machen und nie zuvor gab es so viele Möglichkeiten, diese Bilder jedem, jederzeit und überall verfügbar zu machen.

Die vielzitierte Feststellung, die beste Kamera sei die, die man dabei hat, unterstellt, dass jedes Bild besser sei als gar kein Bild, weil keine Kamera zur Hand war. **Die Zahl der verpassten Gelegenheiten soll nach Vorstellung der Mobiltelefonhersteller zukünftig immer kleiner werden.** Denn zu den drei Dingen, die heute nahezu jeder stets mit sich führt, wenn der das Haus verlässt, zählen Handy, Schlüssel und Brieftasche. Nur in Erwartung großartiger Motive und Fotogelegenheiten wird gezielt eine Kamera mitgenommen. Mit den Camphones der jüngsten Generation hat der Besitzer nicht nur zusätzlich eine 5-Megapixel-Kompaktkamera mit Blitz, Zoomfunktion,

Eine neue Dimension der Fotografie mit Mobiltelefonen verspricht Motorola den Käufern des neuen Motozine ZN5. Das neue in Partnerschaft mit Kodak entwickelte Camphone verbindet die Möglichkeiten der digitalen Fotografie mit den Möglichkeiten der Telekommunikation

Autofokus, Bildstabilisation, Kodak-Bildsensor und Carl Zeiss-Optik immer dabei, sondern auch immer Zugang zum Internet und der Kodak Gallery.

Webgalerien als Albenersatz? Wohl kaum, denn auch in Zukunft werden Displays nicht das Erlebnis vermitteln können, das die kreative Gestaltung eines Fotoalbums oder Fotobuchs bietet. Sie werden wohl auch kaum eine ähnliche Bedeutung erlangen, wie sie beispielsweise ein persönlich gestaltetes Fotoalbum als Geschenk zur Erinnerung an einen Urlaub oder ein anderes wichtiges Ereignis besitzt. Aber sie werden die Kommunikation mit Fotos revolutionieren und gleichzeitig dafür sorgen, dass unsere wertvollsten Erinnerungen sicher verwahrt sind.

Werden Menschen danach befragt, welche Gegenstände sie im Katastrophenfall als erstes aus ihrem Haus retten würde, so nennt eine große Mehrzahl ihre Fotos. Dies wird zukünftig für viele nicht mehr nötig sein, denn diese befinden sich mehrfach gesichert über verschiedene Standorte verteilt im Web. Dort sind sie nicht nur sicher, sondern auch jederzeit verfügbar.

Der Beginn einer dauerhaften Freundschaft?

Die Fotofunktion war bei Motorola-Handys bisher unterentwickelt. Durch die Partnerschaft mit Kodak soll sie ein Fokusfeature werden. So wird von Olaf May, General Manager Mobile Devices Deutschland, Österreich und Benelux der Motorola GmbH Deutschland, bestätigt, dass es sich bei dem Motozine ZN5 nur um das erste einer Reihe zukünftiger Mul-

timedia-Produkte handelt, die in Zusammenarbeit mit Kodak geplant sind. **Gerüchteweise ist bereits von einem Motozine-Handy mit 8 Megapixelchip die Rede.** Doch auch bei Motorola und Kodak ist man sich darüber einig, dass die Pixelzahl allein weder qualitätsbestimmend ist noch ausreichend die Verbraucherwünsche abdeckt. Neben einer optimalen Bildqualität wird Flexibilität für die Nutzung der Bilder erwartet. Auch hier setzt man durch die Zusammenarbeit mit Kodak und vor dem Hintergrund von kabelloser Datenübertragung auf den Austausch von Fotos über das Internet und die dort beheimateten Fotoservices. Auch die direkte, kabellose Verbindung zu Druckern, Notebooks und PCs soll die Nutzung der Fotofunktion der Motorola-Handys attraktiver machen.

Klasse statt Masse

Hat Motorola nach seinem fulminanten Erfolg als Design-Marke bei seinen Versuchen, dem Massenmarkt die entscheidenden Impulse zu geben, schmerzhaft Rückschläge erleben müssen? Das Unternehmen musste deutliche Einbußen in der Handysparte hinnehmen, Entlassungen wurden angekündigt und die Abspaltung des Handybereichs vom Gesamtkonzern. Deutschland, einer der Kernmärkte der Marke, soll allerdings, so Olaf May, das Tief überwunden haben und auch ohne Entlassungen davon gekommen sein. Jetzt will sich das Unternehmen wieder stärker auf Verbraucherbedürfnisse und die Wünsche der Netzbetreiber konzentrieren und hofft, durch gezielte Erfüllung der Markttrends wieder zu alter Stärke zurückkehren zu können. HH

Interview mit Olaf May

Olaf May leitet den Geschäftsbereich Mobile Devices bei der Motorola Deutschland GmbH



■ **Herr May, es werden heute weltweit deutlich mehr Kamerahandys verkauft als Kameras. Wird die Funktion von den Verbrauchern auch genutzt?**

Mit dem wachsenden Bedürfnis nach Multimediahandys haben Kunden klare Erwartungen an die Kamera- und Videofähigkeiten ihres Handys. Motorola bietet seinen Kunden unter dem Namen Motozine innovative Handys mit den bestmöglichen Foto- und Multimediafunktionalitäten. Mit dem Motozine ZN5 zum Beispiel wird das Fotografieren ganz einfach und selbstverständlich. Bei keinem anderen Fotohandy im Markt steht die Fotofunktion so im Vordergrund. Kein anderes Fotohandy bietet Motorolas ModeShift-Technologie und damit einen schnelleren Wechsel zur Fotofunktion und eine schnellere Bildaufnahme. Umfangreiche Softwarelösungen helfen, die Fotos zu bearbeiten, zu archivieren und einfach mit Freunden zu teilen.

■ **Werden verbesserte Eigenschaften der Kamerafunktion, wie höhere Pixelzahlen, Autofokus, Motivprogramme, Blitz usw. Verbraucher dazu bringen, mehr mit dem Handy zu fotografieren?**

Das ZINE ZN5 erfüllt schon die drei wichtigsten Anforderungen, die Kunden heute an ihr Kamerahandy stellen: Fotografieren in bestmöglicher Qualität, einfacher Download der Fotos und unmittelbarer Austausch der Bilder mit Freunden und Bekannten. Das Gerät lässt dem Nutzer außerdem die Wahl zwischen einem Autofokus, einer Panorama-Einstellung und einer Makro-Einstellung, um hochwertige Fotos zu erstellen.

■ **Glauben Sie als Fotohandy-Hersteller,**

dass die Camphones die Klasse der Kompaktkameras ganz verdrängen wird?

Auch wenn Digitalkameras dadurch nicht komplett ersetzt werden, das ZINE ZN5 macht es einfach, hochwertige Bilder zu erstellen. Es ist das erste Produkt, das die Kompetenz von Motorola und Kodak für ein neuartiges Fotoerlebnis verbindet. Es wurde entwickelt, um mit dem Handy die gleiche Technologie zu nutzen wie die vielfach ausgezeichneten Kodak-Kleinbildkameras – für lebendige und klare Bilder. Mit dem ZINE ZN5 haben die Kunden Hightech-Handy und die persönliche Kamera in einem Gerät.

■ **Bisher gab das Argument der Bildqualität den Ausschlag für den Kauf einer Digitalkamera, obwohl die meisten Konsumenten ihre Fotos auf Displays betrachten und, wenn überhaupt, nur im Postkartenformat ausdrucken. Wie wollen sie dieses Vorurteil ausräumen?**

Dank der Kodak-Imaging-Technologie bietet das ZINE ZN5 die beste Bildqualität seiner Klasse zu einem angemessenen Preis. Dabei bietet es eine Vielzahl an Möglichkeiten, die Bilder einfach und schnell herunterzuladen, um sie zu drucken, zu bearbeiten, zu präsentieren und auszutauschen. Die Kodak-Imaging-Technologie bringt in Verbindung mit der Kodak-Perfect-Touch-Technologie Bilder leuchtender und klarer zum Ausdruck.

■ **Obwohl Foto- und Videofunktionen heute zum Standard von Handys gehören, werden sie verhältnismäßig wenig genutzt. Sind die Verbraucher mit der Funktionsvielfalt der Geräte überfordert?**

Kodak und Motorola wollen es dem Nutzer so einfach wie nur möglich machen, mit dem Kamerahandy Spitzenfotos zu erstellen. Dabei steht die Lösung bekannter Nutzerprobleme – wie z. B. schlechte Bildqualität, die Schwierigkeit, Bilder vom Gerät zu überspielen und die beschränkten Möglichkeiten, Fotos auszutauschen – im Mittelpunkt. Das ZINE ZN5 erfüllt die drei wichtigsten Anforderungen, die Kunden heute an ihr Kamerahandy stellen: Fotografieren in bestmöglicher Qualität, einfacher Download der Fotos und unmittelbarer Austausch der Bilder mit Freunden und Bekannten.

■ **Motorola steht für Design und Technik. Kodak für Fotokompetenz. Wie wird Moto-**

ro la dies in seiner Marketingstrategie nutzen?

Beide Unternehmen verbindet eine große Tradition für innovative Produkte. Genau diese Aspekte stehen auch im Fokus unserer Marketingaktivitäten. Die Markenkampagne basiert auf der Überzeugung, dass der kreative Nutzer von heute mehr möchte als nur fotografieren. Er will auch Bildbearbeiter, Texter und Grafiker sein. Egal, ob das Motiv einen bestimmten Farbeffekt, einen zusätzlichen Text, eine Grafik oder einen eleganten Rahmen erhalten soll – dem Nutzer bietet das Motozine ZN5 mit der darin enthaltenen Kodak-Software viele verschiedene Möglichkeiten, seinen ganz persönlichen Stil auszudrücken. Er kann seine speziellen Momente festhalten, mit Freunden teilen, Geschichten erzählen und veröffentlichen.

■ **Der direkte Zugang zur Kodak-Gallery als stets mitgeführtes Fotoalbum, das man auch anderen zugänglich machen kann, ist ein Feature, das Verbrauchern Sicherheit für ihre wertvollen Erinnerungen bietet.**

Viele Verbraucher nutzen aber bereits auch andere Plattformen. Sind Motozine-Besitzer auf das Kodak-Portal beschränkt?

Das Motozine ZN5 überlässt es jedem Nutzer, seine Bilder mit einem Klick auf die jeweils bevorzugte Bildergalerie zu laden, seien es Kodak-Gallery, ShoZu, Flickr, Picasa oder andere Angebote.

■ **Es gibt zwei große, sich widersprechende Trends im Markt für Mobiltelefone: Der eine Teil der Verbraucher sucht Multifunktionalität, der andere will nur telefonieren. Die Hersteller bedienen beide. Dennoch sind viele Verbraucher mit ihren Produkten nicht zufrieden. Stimmt die Kaufberatung nicht?**

Wir denken, das ZINE ZN5 ist ein toller Start für eine ganze Reihe von Produkten mit Multimediafunktionen unter dem Namen Motozine. Mit unserem Motozine ZN5 bieten wir den Nutzern erstmals in einem Kamerahandy die einzigartige Kodak-Bildtechnologie, die es so einfach und erlebnisreich wie noch nie macht, zu fotografieren, die Bilder zu bearbeiten und mit Freunden und Bekannten auszutauschen.

Wir werden weiter Technologien, Produkte und Dienstleistungen entwickeln, um mobile Erlebnisse zu ermöglichen.