

# imaging+foto 10 2019

# contact

Fachzeitschrift für die Fotobranche • [www.foto-contact.de](http://www.foto-contact.de)

## Mehr als ein Erlebnis - die neuen Produkte von Cewe



### **Kai Hillebrandt ist neuer Vorsitzender Vorstandswahlen beim PIV**

Im Rahmen seiner Jahrestagung hat der PIV Kai Hillebrandt, Managing Director DACH & NL bei Panasonic zum neuen Vorstand gewählt. Er tritt die Nachfolge von Rainer Führes, Canon Deutschland, an. **S.7**

### **Sony Deutschland Spitze setzt auf Fotohandel Mit Partnern weiter wachsen**

Seit dem 1. April hat Sony Deutschland eine neue Spitze. imaging+foto-contact sprach mit dem neuen Country Head John Anderson und Commercial Director Thilo Röhrig, der auch das Marketing verantwortet. **S.16**

### **4K-Video, 4K-Zeitraffer und 24,1 Megapixel Die neue Canon EOS M200**

Canon hat mit der neuen EOS M200 eine spiegellose Systemkamera angekündigt, die besonders einfach zu bedienen ist. Die Nachfolgerin der EOS M100 ist mit dem neuesten Canon Digi 8 Prozessor ausgestattet. **S.20**



DS-RX1HS



DS-820



DS-620



DP-SL620II

## THERMOSUBLIMATION-SOFORTDRUCK

### Macht Träume Sofort Wahr

Steigern Sie Ihren Umsatz dank neuer Druckmöglichkeiten

#### Viele Formate und Medien

- Panoramabilder
- Foto-Streifen
- Quadratische Bilder
- Pure Premium & Standard Digitale Medien
- Metallische Medien
- Perforierte und Sticker Medien

#### Starke Leistung

- Wunderschöne Bilder zu niedrigen Kosten
- Kompakt zum einfachen Transport
- Zuverlässig on-site und im Foto-Studio
- Perfekt für Foto-Kioske und Events
- Hochgeschwindigkeitsdruck



## Zwischen Zukunftschancen und Gefahren

# Quo vadis photokina

Es ist eine Ironie des Schicksals: Die Menschen fotografieren so viel wie nie zuvor, die Nachfrage nach Bildprodukten steigt stetig, und die photokina 2018 war nach einhelliger Meinung von Ausstellern, Besuchern und Medien eine gelungene Veranstaltung. So sollte eigentlich einer mindestens ebenso gelungenen photokina 2020 nichts im Wege stehen. Eigentlich. Denn die Organisatoren müssen bis zur Eröffnung am 27. Mai noch manche Hürde überwinden.



Thomas Blömer, Verleger

Die Talfahrt des Kameramarktes legt leider an Tempo zu. Laut Marktindex Hemix brachen die Verkaufszahlen im ersten Halbjahr 2019 in Deutschland um 10,3 Prozent auf 771.000 Stück ein; der Umsatz ging um 8,3 Prozent auf 376 Millionen Euro zurück. Andererseits entwickeln sich die Segmente Mobile, Fotoprodukte und Bewegtbild durchaus dynamisch; und Imaging-Technologien gewinnen in vielen Bereichen an Bedeutung. „Die photokina stellt eine einzigartige Chance dar, der Welt zu zeigen, dass die Themen Foto, Video und Imaging nicht an Relevanz verloren haben“, erklärte darum Gerald Böse, der Vorsitzende der Geschäfts-

führung der Koelnmesse, in einer Pressemitteilung zur kommenden photokina. „Wir setzen darauf, dass die großen Player der Industrie diese Chance möglichst geschlossen nutzen.“

Leider ist diese Geschlossenheit nur ein frommer Wunsch. Während Canon, Cewe, Kodak Alaris, Panasonic, Sigma, Sony und Tamron sich ebenso wie die Newcomer DJI, GoPro und Insta360° bereits angemeldet haben, liegen auch gewichtige Absagen vor, unter anderem von Leica, Nikon und Olympus.

Die Koelnmesse betont, dass die Planungen für die photokina 2020 ungebrochen weitergehen. „Die Absagen bedauern wir natürlich sehr, sie ändern aber nichts am Gesamterlebnis der photokina“, sagte Christoph Werner, Geschäftsbereichsleiter der Koelnmesse. „Die einzigartige Mischung aus Produktpräsentation, Networking, Erlebnis und Weiterbildung macht die photokina seit vielen Jahren zu einer weltweit besonderen Veranstaltung.“

Die Firmen, die abgesagt haben, geben (dankenswerterweise) über ihre Gründe keine lautstarken Stellungnahmen ab. Es ist aber zu vermuten, dass einige Kamerahersteller die Fotografie nicht mehr als Massenmarkt sehen und

deshalb kleinere Veranstaltungen bevorzugen, auf denen sie ihren Zielgruppen ohne Streuverluste besonders nahe kommen können. Nicht ohne Grund erfreuen sich die Events in Zingst, Duisburg oder Oberstdorf wachsender Beliebtheit, nicht nur bei Besuchern, sondern auch bei Sponsoren und Ausstellern. Aber: So wichtig sie auch sind, die globale Strahlkraft einer photokina können diese Veranstaltungen niemals ersetzen.

Deshalb geht es bei der Diskussion über die photokina um die Frage, ob die Foto- und Imagingbranche noch in der Lage (und willens) ist, als eigenständiger Technologiesektor aufzutreten, der Entwicklungen antreibt, anstatt sich (ins Abseits) treiben zu lassen. Ohne eine Leitmesse wie die photokina gäbe es für Imaging-Unternehmen vorerst keine weltweite Plattform mehr, um einem großen Publikum ihre Leistungsfähigkeit und Innovationskraft zu zeigen und die Aufmerksamkeit der Medien zu wecken. Zugegebenermaßen muss diese Leistungsfähigkeit und Innovationskraft dafür auch vorhanden sein. Wenn das nicht der Fall ist und die Branche sich nach dem Motto „Klein, aber fein“ in Nischen zurückzieht, dann wird das schwerwiegende Konsequenzen für den Fotohandel haben. Denn in einem solchen Markt, oder in einem solchen Märktchen, werden nur wenige Betriebe überleben können.

Thomas Blömer

# Inhalt

## Zum Titelbild

Cewe geht mit Innovationen ins Weihnachtsgeschäft  
Premium-Neuheiten für den Fotohandel . . . . . 10

## Editorial

Zwischen Zukunftschancen und Gefahren  
Quo vadis photokina . . . . . 3

Wichtiges aus foto-contact.de . . . . . 6

## Verbände

Kai Hillebrandt ist neuer Vorsitzender  
Vorstandswahlen beim PIV. . . . . 7

## Interviews

Die neue Sony Deutschland Spitze  
setzt auf den Fotohandel  
Mit Partnern weiter wachsen . . . . . 16

Neuheiten . . . . . 13

Das neue Nikon Z6 Essential Movie Kit  
Damit die Bilder laufen lernen . . . . . 14

Neue Systemkamera Fujifilm X-A7  
Mit großem Display . . . . . 19

## Vitec Imaging Solutions auf der IBC Manfrotto Video-Innovationen

Mit einem starken Auftritt nutzte Vitec Imaging Solutions die IBC in Amsterdam, um das Leistungsspektrum der drei Marken Manfrotto, Joby und Avenger vorzustellen und das umfassende Sortiment von Videoköpfen sowie Zubehör, Beleuchtungs- und Transportlösungen für Videofilmer und -reporter, Produzenten, Vlogger und Blogger vorzustellen. Die Messe fand vom 13. bis 17. September statt und lockte nach Angaben ihrer Organisatoren 1.700 Aussteller sowie 55.000 Besucher in die Metropole an der Amstel. **Seite 22**



## Cewe mit Innovationen im Weihnachtsgeschäft Premium-Neuheiten für den Fotohandel



Wertschöpfungsstarke Bildprodukte sind eine willkommene Möglichkeit für den Fotohandel, die durch

das schwächelnde Kamerageschäft entstehenden Umsatzlücken zu schließen. Denn die stetig wachsende Fotografierbegeisterung der Konsumenten führt zu einer steigenden Nachfrage nach Fotos und Bildprodukten.

Gerade zu Weihnachten sind Fotoprodukte eine willkommene Geschenkidee. Deshalb setzt der Marktführer Cewe rechtzeitig zum Fest neue Akzente in seiner Produktpalette, um den Handelspartnern die Möglichkeit zu geben, mit Premium-Produkten noch mehr Wertschöpfung zu erzielen. Neues gibt es nicht nur beim Flaggschiff Cewe Fotobuch, sondern auch bei den Fotos und zahlreichen weiteren Artikeln. **Seite 10**

## Das neue Nikon Z6 Essential Movie Kit Damit die Bilder laufen lernen



Mit dem Nikon Z 6 Essential Movie Kit bietet Nikon jetzt eine Grundausstattung an, mit der Videoprofis, Filmemacher und solche, die es werden wollen, schnell in die Produktion von Video-Inhalten mit der spiegellosen Vollformat-Kamera Z 6 einsteigen können. Natürlich kann die Basisausstattung nach Bedarf erweitert werden. **Seite 14**

## Neues Systemkamera Fujifilm X-A7 Mit großem Display



Mit der X-A7 bringt Fujifilm eine neue Systemkamera auf den Markt, die für Einsteiger gedacht ist und in einem kompakten, 320 Gramm

leichten Gehäuse viel Ausstattung und Komfort bietet. Dazu gehören Augen-Autofokus, 4K-Video, neue Kreativ-Funktionen und ein besonders großes, berührungsempfindliches Display für intuitive Bedienung. **Seite 19**

## DGH auf der IFA 2019 Neue Sortimente



DGH stellte auf der IFA neue Sortimente vor, die den Handelspartnern dabei helfen sollen, Umsatzrückgänge in traditionellen Segmenten zu kompensieren und neue Kundengruppen anzusprechen. Dazu gehört nicht nur Ware, sondern auch Unterstützung beim Einstieg in neue Märkte. Aber auch die Fotofahne hat der Würzburger Distributor noch nicht eingerollt und sogar neue Marken in den Vertrieb genommen. **Seite 26**

ZUM TITELBILD

NEUHEITEN

NEUHEITEN

## Sony Deutschland Spitze setzt auf Fotohandel Interview mit John Anderson und Thilo Röhrig



John Anderson Thilo Röhrig

Seit dem 1. April dieses Jahres hat Sony Deutschland eine neue Spitze. Zu diesem Termin übernahm John Anderson die Position des Country Head,

und der langjährige Vertriebsdirektor Thilo Röhrig erweiterte als Commercial Director Consumer Audio Video (CAV) seinen Verantwortungsbereich um das Marketing. Die beiden Manager bauen in ihren neuen Verantwortungsbereichen darauf auf, dass sich Sony bereits seit einigen Jahren auf die Vermarktung von margenträchtigen Premium-Produkten konzentriert. **Seite 16**

## Kai Hillebrandt ist neuer Vorsitzender Vorstandswahlen beim PIV



Im Rahmen seiner Jahrestagung hat der Photoindustrie-Verband (PIV) turnusgemäß einen neuen Vorstand gewählt. Auf ihrer Versammlung entschieden sich die Mitglieder für Kai Hillebrandt, Managing Director DACH & NL bei Panasonic. Er tritt die Nachfolge von Canon Deutschland Geschäftsführer Rainer Führes an, der nicht mehr für eine Wiederwahl zur Verfügung stand. Führes ist damit auch aus dem PIV-Vorstand ausgeschieden; für Canon wurde Guido Jacobs, Country Director der Canon Consumer Imaging Group (CIG) DACH in das Führungsgremium des Verbandes gewählt. **Seite 7**

## Empfehlungen für Vollformat-Systemkameras Die neuen Objektive von Sigma



Mit gleich drei Neuheiten für spiegellose Systemkameras bietet Sigma dem Fotohandel rechtzeitig vor der Weihnachtssaison die Möglichkeit, vom Erfolg der spiegellosen Vollformatmodelle zu profitieren und den Kunden erstklassige Optiken anzubieten. Denn das Sigma 45mm F2.8 DG DN I Contemporary, das Sigma 14-24mm F2.8 DG DN I Art und das Sigma 35mm F1.2 DG DN I Art sind nicht nur mit L-Bajonett, sondern auch mit Sony E-Anschluss erhältlich. **Seite 28**

### INTERVIEWS

Mit 4K-Video, 4K-Zeitraffer und 24,1 Megapixeln Die neue Canon EOS M200 . . . . .	20
Vitec Imaging Solutions auf der IBC Manfrotto Video-Innovationen . . . . .	22
DGH auf der IFA 2019 Neue Sortimente . . . . .	26
Gute Empfehlungen für Vollformat-Systemkameras Die neuen Objektive von Sigma . . . . .	28
Rahmen-Neuheiten von walther design Bunter Herbst . . . . .	30

Impressum . . . . .	31
---------------------	----

Klein- und Personalanzeigen . . . . .	31
--	----

### VERBÄNDE

## Immer aktuell:



### NEUHEITEN

### Glanzlichter Fotowettbewerb 2020

Zum 22. Mal schreibt das „projekt natur & fotografie“ den Internationalen Naturfoto-Wettbewerb „Glanzlichter der Naturfotografie“ aus und sucht den Glanzlichter-Naturfotografen 2020. Zusätzlich werden der „Glanzlichter-Junior Award“ und zum 13. Mal der „Fritz Pölking Award“ vergeben, der den bekannten deutschen Naturfotografen würdigt. Mit der neuen Kategorie „Naturfotografien mit dem Multicopter“ ist erstmals ein Preis für die besten Drohnentfotos ausgeschrieben. Zudem werden in acht verschiedenen Kategorien (Landschaften, Pflanzen, Kunst in der Natur, Vögel, Säugetiere, andere Tierarten außer Vögel und Säugetiere, besondere Naturmomente und Multicopter-Fotos) die schönsten Naturfotos aus aller Welt gesucht. Noch bis zum 5. Januar 2020 ist die Teilnahme zum „Glanzlichter“-Naturfotowettbewerb offen – auch online auf der Internetseite [www.glanzlichter.com/online2020.cfm](http://www.glanzlichter.com/online2020.cfm) möglich.

Unter den engagierten jugendlichen Naturfotografen wird der „Glanzlichter Nachwuchs-Naturfotograf des Jahres“ gesucht. Alle Nachwuchsfotografen, die zum Einsendeschluss am 5. Januar 2020 nicht älter als 17 Jahre sind, können an diesem Fotopreis teilnehmen. Zusätzlich zu den Geld- und Sachpreisen erhält der „Glanzlichter Nachwuchs-Naturfotograf des Jahres“ eine Olympus-Kamera-Ausrüstung im Wert von 1.700 Euro vom Junior-Award-Sponsor Olympus. Insgesamt ist der Naturfoto-Wettbewerb mit Preisen im Gesamtwert von über 30.000 Euro dotiert.

### Felix Schoeller Photo Award 2019

Die Jury des internationalen Felix Schoeller Photo Awards für Profifotografen hat die jeweils fünf Nominierten in den fünf Kategorien sowie für den Nachwuchsförderpreis benannt. Wer von ihnen gewinnt, wird auf der Preis-

### IFA 2019 erneut mit Rekorden

Die IFA 2019, die am 11. September in Berlin zu Ende ging, hat mit fast 2.000 Ausstellern, 245.000 Besuchern und einem neuen Allzeithoch bei den internationalen Fachbesuchern erneut Rekorde aufgestellt. Das gaben die gfu und die Messe Berlin in einer Pressemitteilung bekannt. Mehr als die Hälfte der Fachleute aus Industrie und Handel kamen aus dem Ausland und unterstrichen so die ausgesprochen hohe Internationalität der Veranstaltung. Bei den Trends dominierten durch alle Produktkategorien in den Bereichen Consumer Electronics und Home Appliances innovative Technologien wie Sprachsteuerung, Künstliche Intelligenz (KI) sowie Vernetzung, die insbesondere angesichts des anstehenden raschen Ausbaus von 5G-Mobilfunknetzen weiter Fahrt aufnimmt.

IFA Next, der Innovations-Hub der IFA, stellte ebenfalls neue Rekorde auf: Neben Forschungsinstituten aus Deutschland, Japan und Korea verteilten sich mehr Startups und innovative Vordenker als je zuvor auf zwei Hallen. In diesem Jahr war der Bereich Gastgeber für Japan als erstes Partnerland. Der Japan-Pavillon präsentierte neue Ideen und konkrete Produkte, die zeigten, wie Mensch und Technologie in Zukunft interagieren können.

„Als wichtiger Impulsgeber für Handel und Industrie und weltweit bedeutendste Plattform für Consumer Electronics und Home Appliances hat die IFA 2019 die hoch gesteckten Erwartungen erfüllt“, kommentierte Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der IFA-Veranstalterin gfu Consumer & Home Electronics GmbH, den Messeverlauf. „Mit der Vielzahl an Innovationen beeinflusst sie die Stimmung in den internationalen Märkten positiv. Mit einem, in Anbetracht der aktuellen Marktsituation, unerwartet stabil hohen Ordervolumen wurde damit das Fundament für ein erfolgreiches Jahresendgeschäft gelegt.“

IFA Executive Director Jens Heithecker hob die Innovationskraft der IFA hervor: „So wie die Zahl der Aussteller gewachsen ist, so stieg auch die Qualität und die Menge der Innovationen sowie die Anzahl neuer Produktepremier, die hier in Berlin erstmals zu sehen waren.“

Die weltweite Medienpräsenz auf der IFA ist 2019 erneut gestiegen. Die nach Berlin gekommenen Journalisten arbeiten für Medienunternehmen aus 160 Ländern. Dies zeige, wie wichtig die IFA im Kalender für Technologie- und Lifestyle-Journalisten weltweit sei, betonten die Organisatoren. In diesem Jahr kamen rund 2.800 Journalisten aus der ganzen Welt zur IFA.

verleihung am 19. Oktober 2019 im Museumsquartier (MQ4) Osnabrück verkündet. Einen Tag danach eröffnet die Stadt Osnabrück dort die Ausstellung „Winners & Nominees“, in der bis zum 8. März 2020 die auf mit den auf Felix Schoeller Fotopapier ausgedruckten Arbeiten der Sieger und Nominierten in Formaten bis zu 100 x 120 cm zu sehen sind. Online findet man die Bilder seit dem 9. September 2019 auf [www.felix-schoeller-photoaward.com](http://www.felix-schoeller-photoaward.com). Zur sechsköpfigen Jury gehörten in diesem Jahr neben dem Juryvorsitzenden Michael Dannenmann (Porträtfotograf, DGPh) auch Julia Sörgel (Leiterin Foto-

redaktion des Magazins ICON), Clare Freestone (Kuratorin für Fotoausstellungen an der National Portrait Gallery, London), Clara Maria Sels (Galeristin und Leiterin des Düsseldorf Photo Weekend) und Gérard A. Goodrow (freier Kurator und Autor, Dozent am CIAM - Zentrum für Internationales Kunstmanagement in Köln und Düsseldorf) sowie die Fotoredakteurin der Vogue Deutschland, Andrea Vollmer-Hess.

„Wir wünschen der Ausstellung erneut die zahlreichen Besucher, die sich bereits beim letzten Mal hier in Osnabrück den Stand der internationalen Gegenwartsfotografie angesehen haben“, so Dr. Friederike Texter, Senior Vice President Corporate Communication der Felix Schoeller Group.

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

# Kai Hillebrandt ist neuer Vorsitzender

## Neuer Vorstand beim PIV



Der neue PIV-Vorstand: vorne (v. l.) Olaf Kreuter (Olympus), Kai Hillebrandt (Panasonic, Vors.), Lars Fiedler (Kodak Alaris), Dr. Christian Friege (Cewe); hinten (v. l.) René Rüdüsühli (Nikon), Bernd Gansohr (Fujifilm), Christoph Thomas (Hama), Guido Jacobs (Canon), Ralph Naruhn (di support). Nicht im Bild: John Anderson (Sony)

Im Rahmen seiner Jahrestagung hat der Photoindustrie-Verband (PIV) turnusgemäß einen neuen Vorstand gewählt. Auf ihrer Versammlung entschieden sich die Mitglieder für Kai Hillebrandt, Managing Director DACH & NL bei Panasonic. Er tritt die Nachfolge von Canon Deutschland Geschäftsführer Rainer Führes an, der nicht mehr für eine Wiederwahl zur Verfügung stand. Führes ist damit auch aus dem PIV-Vorstand ausgeschieden; für Canon wurde Guido Jacobs, Country Director der Canon Consumer Imaging Group (CIG) DACH in das Führungsgremium des Verbandes gewählt.

In einer kurzen Ansprache bedankte sich Führes bei allen Vorstandsmitgliedern für die gute Zusammenarbeit und die Unterstützung während der vergangenen vier Jahre. Weitere Vor-

standsmitglieder sind John Anderson (Sony), Lars Fiedler (Kodak Alaris), Dr. Christian Friege (Cewe), Bernd Gansohr (Fujifilm), Olaf Kreuter (Olympus), Ralf Naruhn (di support),

René Rüdüsühli (Nikon) und Christoph Thomas (Hama). Der neue Vorsitzende Kai Hillebrandt dankte den Mitgliedern für ihr Vertrauen und betonte, er freue sich darauf, seinen Beitrag für das Vorankommen der Imaging-Industrie leisten zu dürfen. Dabei setze er aber vor allem auf gute Zusammenarbeit: „Mit Transparenz und Offenheit möchte ich gemeinsam mit meinen Kollegen im Vorstand Lösungsansätze für den sich stetig wandelnden Imaging-Markt erarbeiten sowie Potentiale für unsere Mitglieder definieren.“

### Intelligenz und Imaging

Der inzwischen schon traditionelle Branchentalk im Rahmen der Jahres-

## Verbände

tagung stand in diesem Jahr unter der Überschrift „Künstliche Intelligenz – Von reiner Fiktion zur realen Marktchance“. Unter der umsichtigen Moderation von Carmen Hentschel gab es in zwei hochkarätigen Vorträgen und einer nicht weniger hochkarätigen Podiumsdiskussion viele Informationen zu diesem aktuellen Thema.

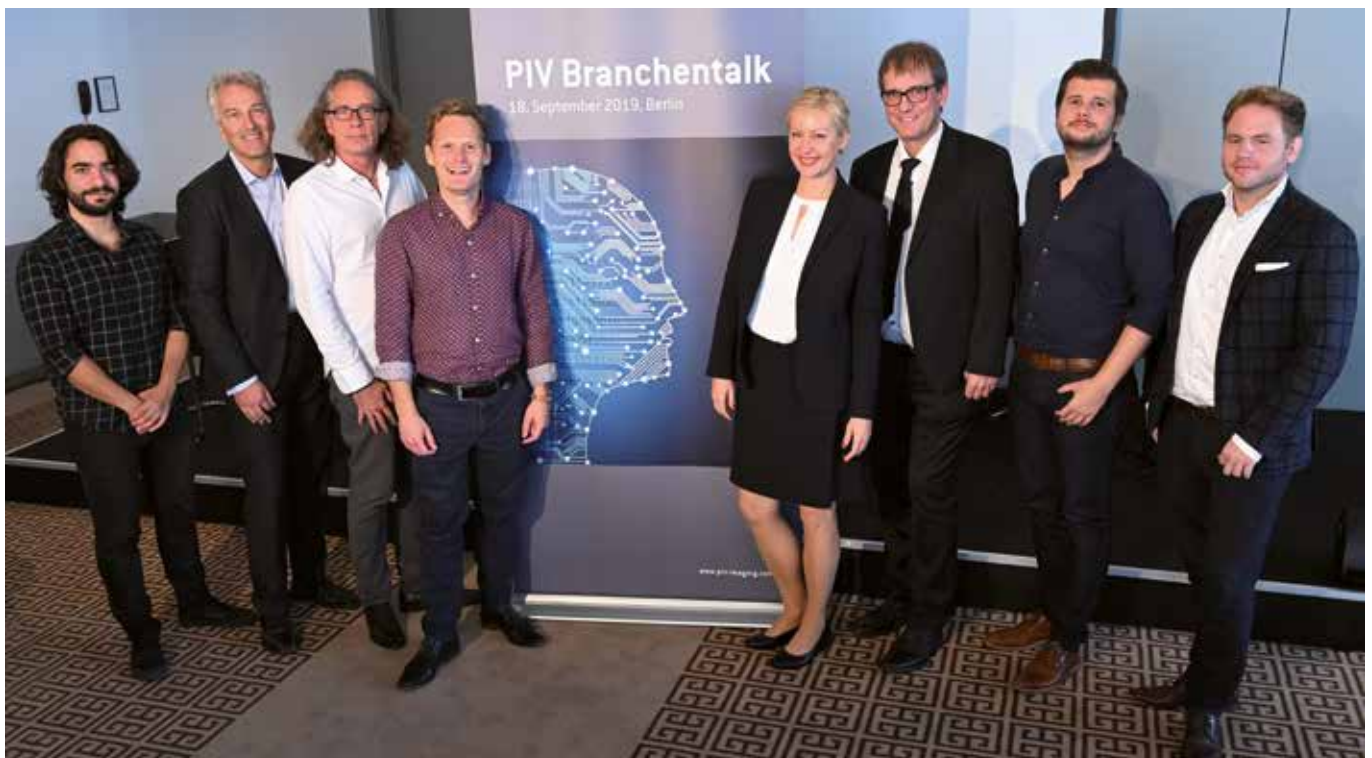
Zum Auftakt gab Reinhard Karger, Unternehmenssprecher des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz (DFKI) in Saarbrücken, in einem fulminanten Vortrag einen Überblick darüber, was künstliche Intelligenz derzeit leisten kann. Dabei stellte er gleich am Anfang klar: Künstliche Intelligenz ist ein Werkzeug, das den Menschen unterstützt, aber keine Menschen ersetzt. Die zweite Klarstellung folgte auf dem Fuß: Künstliche Intelligenz ist im Grunde nichts Neues, denn schon das DFKI ist 30 Jahre alt. Im Grunde gehe es darum, so Karger, durch die Digitalisierung menschlicher Wissensfähigkeiten Prozesse zu

beschleunigen, Menschen zu entlasten und bestimmte Anwendungen überhaupt erst möglich zu machen. Denn während Menschen schon rein zeitlich nicht in der Lage seien, aus tausenden, zehntausenden oder hunderten Fotos die richtigen Informationen herauszufinden, könne eine gut programmierte künstliche Intelligenz mit Fähigkeiten zur Motiverkennung genau dies leisten. Natürlich müsse man sich immer darüber klar sein, wie man gefährliche Fehlinterpretationen, die z. B. in der Medizin, beim autonomen Fahren oder gar bei militärischen Anwendungen fatale Folgen haben, vermeiden kann.

Der anschließende Vortrag von Florian Schild, Mitgründer und Geschäftsführer des Düsseldorfer Unternehmens boot.AI, war eine gute Ergänzung zu Kargers Ausführungen. boot.AI entwickelt innovative Anwendungen, bei denen künstliche Intelligenz für ganz spezielle Problemlösungen eingesetzt wird und verfolgt dabei einen interdis-

ziplinären Ansatz. Ein Beispiel ist die Analyse der Bilder handelsüblicher 4K-Videokameras, die zu Überwachungszwecken im Verkehr oder in sicherheitsrelevanten Bereichen eingesetzt werden. Mit KI kann man aus umfangreichen Aufzeichnungen z. B. die Zahl der Autos oder Personen ermitteln, Fahrbahn-Beschädigungen erkennen, den Zustand von Parkbäumen analysieren oder (das hören wir nicht so gerne) Falschparker identifizieren. Dazu werden neben Technologien zur Personen- bzw. Objekterkennung auch semantische Verfahren eingesetzt, um den Inhalt von Bildern präzise zu bestimmen. Solche Technologien können z. B. bei der Identifizierung und der Abwehr von Drohnen an Flughäfen oder bei Großveranstaltungen angewendet werden oder das autonome Fahren unterstützen.

Eines machte Florian Schild markant deutlich: Ohne Imaging-Sensoren und bildgebende Verfahren ist künstliche Intelligenz in vielen Zusammenhängen



Hochkarätige Referenten und Diskussteilnehmer machten den Branchentalk zu einer gelungenen, informativen Veranstaltung: v. l. Ramzi Rizk (EyeEm), Dr. Reiner Fageth (Cewe), Reinhard Karger (DFKI), Jan Werth (Phytec), Carmen Hentschel (Moderatorin), Professor Dr. Stefan Pickl (Universität der Bundeswehr), Marian Gläser (Brigher.AI) und Florian Schild (boot.AI).



nicht denkbar. Eigentlich, so konnte man schließen, ist das eine gigantische Chance für die ganze Branche.

### Chance für die Imaging-Banche

So sahen das auch die Teilnehmer der fast 90minütigen Podiumsdiskussion, die sich an die Vorträge anschloss. Cewe Technik-Vorstand Dr. Reiner Fageth, Marian Gläser (Brigher.AI), Reinhard Karger, Professor Dr. Stefan Pickl (Universität der Bundeswehr), Florian Schild, Jan Werth (Phytec) und Ramzi Rizk (EyeEm) beschäftigen sich auch mit ganz konkreten Anwendungen von künstlicher Intelligenz beim alltäglichen Umgang mit Bildern. Hier können die smarten Technologien echte Lebenshilfe leisten, indem sie die Konsumenten dabei unterstützen, die richtigen Fotos aus der Bilderflut herauszufinden. Denn gerade bei der Bewältigung großer Datenmengen ist künstliche Intelligenz wirklich in ihrem Element.

Hier ist auch das Interesse der Foto- und Imagingbranche schnell definiert: Bildprodukte wie Fotobücher oder Wanddekorationen werden naheliegenderweise nur von solchen Fotos bestellt, die von den Kunden auch gefunden werden. Kein Wunder also, dass sich Cewe schon lange mit dem Thema beschäftigt und auf der eigenen Plattform Cewe MyPhotos die Möglichkeit bietet, mit Hilfe von Motiv- und Gesichtserkennung die richtigen Bilder zu finden. Auch für ein Online-Unternehmen wie EyeEm, das Bilder und Videos zur lizenzfreien Nutzung anbietet, sind solche Technologien ausschlaggebend für den wirtschaftlichen Erfolg.

Natürlich spielt bei diesem Thema der Datenschutz eine große Rolle. Deshalb kommt es darauf an, einfache Prozesse zu definieren und diese den Kunden

transparent zu machen. Denn wenn Vertrauen erst einmal verspielt ist, ist es sehr schwer, es wieder zurückzugewinnen.

Ein weiteres Thema der Podiumsdiskussion war die Frage, wie gut künstliche Intelligenz fotografieren kann. Denn natürlich machen es die neuen Technologien möglich, eine Kamera zu entwickeln, die weiß, wann sie ein Bild aufnehmen soll, ohne dass jemand

durch den Sucher schaut und den Auslöser drückt. Hier herrschte allerdings Einigkeit über die Grenzen der Technik. Kurz gesagt: Künstliche Intelligenz kann zweifellos ein technisch perfektes Bild machen. Wenn es aber darum geht, aus einer komplexen Situation überhaupt erst ein mögliches Bild zu sehen und mit einem Foto Emotionen wiederzugeben oder zu wecken, dann ist der Mensch (noch) unersetzlich.

### Goldene Ehrennadel für Klaus Tiedge



*Klaus Tiedge (Mitte) nahm die Auszeichnung von Kai Hillebrandt (links) und Henning Ohlsson entgegen.*

Zum Programm der Jahrestagung gehörte auch ein Vortrag von Henning Ohlsson, Geschäftsführer von Epson Deutschland, zum Thema Nachhaltigkeit. Unter dem Titel „Es liegt in unseren Händen“, zeigte Ohlsson gekonnt auf, dass nachhaltiges Wirtschaften und der schonende Umgang mit der Umwelt und den Ressourcen auch im Interesse der Wirtschaft liegt. Zum einen, weil die Kunden das inzwischen von den Marken, denen sie vertrauen wollen, erwarten, und zum anderen, weil man auf einem toten Planeten keine Geschäfte machen kann. Ohlssons Ausführungen, die mit entsprechenden Bildmaterial von Plastikverschmutzung und Waldbränden auch die Macht der Bilder in der Kommunikation unterstrichen, waren eine perfekte Einleitung für einen weiteren Programmpunkt der Jahrestagung: die Auszeichnung von Klaus Tiedge mit der goldenen PIV Ehrennadel.

Tiedge hat sich in vielen Jahrzehnten seines Berufslebens für die Förderung der Fotografie eingesetzt, zuerst als PR-Spezialist und Journalist, später als Verleger von Magazinen wie *designer digest*. In den letzten zehn Jahren hat er sein Lebenswerk durch seine erfolgreiche und eindrucksvolle Arbeit als Kurator des Umweltfestivals *horizonte* zingst gekrönt. „Mit seinem fotografischen und journalistischen Knowhow sowie seinem Gespür für die Wünsche der Besucher hat Tiedge das Festival zu einem jährlichen Highlight der Fotoszene etabliert“, betonte Ohlsson in seiner Laudatio.

# Cewe geht mit Innovationen ins Weihnachtsgeschäft



Beim Flaggschiff Cewe Fotobuch wurde das Sortiment von Leder- und Leineneinbänden (oben) komplett erneuert und sowohl optisch als auch haptisch aufgewertet. Das Cewe Fotobuch Hardcover ist jetzt auch mit Veredelungselementen im Farbton Rosé-Gold (Bild rechts) erhältlich.

## Premium-Neuheiten für den Fotohandel

Wertschöpfungsstarke Bildprodukte sind eine willkommene Möglichkeit für den Fotohandel, die durch das schwächelnde Kamerageschäft entstehenden Umsatzlücken zu schließen. Denn die stetig wachsende Fotografierbegeisterung der Konsumenten führt zu einer steigenden Nachfrage nach Fotos und Bildprodukten. Marktuntersuchungen zeigen, dass immer mehr Kunden das gedruckte Foto wieder zu schätzen wissen. Gerade zu Weihnachten sind Fotoprodukte eine willkommene Geschenkidee. Deshalb setzt der Marktführer Cewe rechtzeitig zum Fest neue Akzente in seiner Produktpalette, um den Handelspartnern die Möglichkeit zu geben, mit Premium-Produkten noch mehr Wertschöpfung zu erzielen. Neues gibt es nicht nur beim Flaggschiff Cewe Fotobuch, sondern auch bei den Fotos und zahlreichen weiteren Artikeln. Zudem befeuert Cewe die Nachfrage mit umfassenden Werbeaktivitäten, auch im Fernsehen.

Bereits vor dem eigentlichen Weihnachtsgeschäft baut Cewe sein Angebot von Adventskalendern weiter aus. Hier gibt es in diesem Jahr eine neue Variante im XXL-Format 48x36 cm, die mit 24 süßen Überraschungen von kinder aufwartet, darunter erstmals elf Überraschungseier. Auch bei diesem neuen Adventskalender haben die Kunden die Wahl zwischen 50 Designs für die individuelle Gestaltung mit ihren eigenen Fotos. 49,99 Euro (UVPI) kostet der Cewe Adventskalender XXL mit kinder Überraschungseiern.

### Leder- und Leinen-einbände komplett neu

Bei Flaggschiff Cewe Fotobuch gibt es in diesem Jahr im oberen Segment des Portfolios besonders viel Neues, denn Cewe ersetzt das bisherige, teilweise recht betagte Sortiment von Leder- und Leineneinbänden komplett durch neue Varianten, die sowohl optisch als auch haptisch kräftig aufgewertet wurden. Die neuen Cewe Fotobücher mit Leder- oder Leineneinbänden stehen in den Formaten XL und XXL Panorama zur Verfügung; das bei diesem Typ eingesetzte Fotopapier Premium Matt verstärkt den wertigen Eindruck. Erstmals können Leder- und Leineneinbände mit Gold, Rosé-Gold oder silberfarbenen, dreidimensio-



Ob Taschen oder Emaille-Becher: Die Bandbreite bei den Cewe Fotogeschenken wird immer größer.

nen Schriften und ClipArts veredelt werden, und zwar auf der Vor- und Rückseite. „Die Neuauflistung des Cewe Fotobuch Sortiments mit Leder- und Leineneinbänden wird der Erfahrung gerecht, dass die Konsumenten gerade bei diesen Produkten besonders hohe Ansprüche an Qualität und Wertigkeit stellen“, erklärte Cewe CEO Dr. Christian Friege. „Deshalb stellen wir sicher, dass sowohl die eingesetzten Materialien als auch das Design höchsten Ansprüchen genügen. Denn damit setzen wir auch ein Zeichen dafür, dass Qualität ihren Preis hat. Denn für ein Cewe Fotobuch in Leder-ausstattung kann man jetzt 200 Euro und mehr ausgeben.“

Auch die Auswahl beim Cewe Fotobuch Hardcover wird zum Weihnachtsgeschäft nochmals vergrößert: Dieses beliebte Produkt ist jetzt auch



mit Veredelungselementen im Farbton Rosé-Gold erhältlich.

### Premium-Fotos

Die Beliebtheit von Smartphone-Schnappschüssen schlägt sich bei Cewe in einer steigenden Zahl von Aufträgen für Fotos in Standardformaten nieder. Hier erweitert der Bilddienstleister sein Angebot um matte Premium-Bilder auf Fuji Crystal Archive Paper Lustre in den Formaten 9x13, 10x15, 11x17 und 13x18 cm. Bei der Bilderbox, die es in Größen für 30, 50 oder 100 Abzüge gibt, kann der Kunde jetzt selbst entscheiden, welches Bild er vorne einstecken möchte. So wird auch die Bilderbox zu einem ganz individuellen Produkt.

Im Produktbereich Cewe Wandbilder gibt es 10 verschiedene Posterdruck XXL Formate jetzt auch mit praktischem Kunststoffrahmen. Sie sind in leicht glänzendem Schwarz oder Weiß erhältlich, schützen das Foto mit Plexiglas und werden mit praktischer Aufhängung geliefert. Ein besonderer Wandschmuck ist zudem der Cewe Kalender im repräsentativen A3 Format. Dieses Premium-Produkt ist jetzt in einer hochwertigen Geschenkverpackung mit Goldveredelung erhältlich. Die Palette von Fotogeschenken baut Cewe rechtzeitig zum Fest ebenfalls weiter aus. Zu den Neuheiten gehören die Fotomagnete Quadrat im For-



Unter den 24 süßen Überraschungen von kinder im neuen Cewe Adventskalender XXL sind erstmals auch Überraschungseier.

## Bilddienstleistungen

Bei Fotos in Standardformaten gibt es die neuen Premium-Bilder auf Fuji Crystal Archive Paper Lustre und neue personalisierbare Bilderboxen.



mat 6x6 cm, die im 10er Set in einer Schmuckverpackung erhältlich sind. Das trifft auch für den Fotomagnet Herz (Größe ca. 7,1x7 cm) zu. Wer Wert auf einen hohen Kuschelfaktor legt, kann auch auf das Premium-Herzkissen mit dem persönlichen Foto zurückgreifen oder zwischen vier-eckigen Premium-Kissenbezügen in den Formaten 30x30 cm und 40x40 cm wählen. Ebenfalls neu sind hochwer-

Im Produktbereich Cewe Wandbilder gibt es 10 verschiedene Posterdruck XXL Formate jetzt auch mit praktischem Kunststoffrahmen.



tige Emaille-Becher, und den Trend zur wiederverwertbaren Tragetaschen greift Cewe mit einem personalisierten Produkt auf, das ein positives, individuelles Erscheinungsbild mit hoher Materialqualität verbindet. Die Cewe

Neuheiten für das Weihnachtsgeschäft sind ab sofort über die Cewe Fotowelt Software bestellbar. In die Webseite werden sie je nach Produkt Schritt für Schritt integriert.

## Unterstützung für Handelspartner

Auch in diesem Jahr befeuert Cewe die Nachfrage nach Cewe Fotobüchern und anderen Bildprodukten mit massiven Werbeaktionen über zahlreiche Kanäle. Dazu gehören auch wieder TV-Spots zur besten Sendezeit. Das beginnt schon im Oktober, um die Cewe Adventskalender in das Bewusstsein der Konsumenten zu rücken. Zum eigentlichen Weihnachtsgeschäft steht dann wieder das Cewe Fotobuch im Mittelpunkt der TV-Spots. „Es gibt kaum ein persönlicheres Geschenk, als ein mit Liebe gestaltetes Cewe Fotobuch“, erklärte Cewe Marketing Vorstand Thomas Mehls.

„Gerade zu Weihnachten, dem wohl emotionalsten Fest im Jahr, sprechen Erinnerungen an denkwürdige Ereignisse und gemeinsame Erlebnisse die Beschenkten unmittelbar an und sind deshalb prädestiniert dafür, Gefühle zu wecken. Genau diese Botschaft transportieren wir mit unseren neuen TV-Spots.“

Für den Fotohandel bietet Cewe zahlreiche Materialien an, um das Cewe Fotobuch, Cewe Wandbilder, Cewe Kalender und zahlreiche Fotogeschenke aufmerksamkeitsstark zu präsentieren, sei es im Schaufenster, an der Bildertheke oder als Zweitplatzierung.



Emotionen sind das wichtigste Kommunikationsmittel im neuen TV-Spot für das Cewe Fotobuch.



Cewe unterstützt seine Handelspartner mit aktuellen Kampagnenmotiven, die mit den attraktiven Shop-Elementen kombiniert werden können.

### Rollei HS Freeze 4s und 6s jetzt noch schneller

Bei den Profi-Blitzen HS Freeze 4s und 6s hat Rollei die Blitzladezeit im Vergleich zu den Vorgängermodellen um fast die Hälfte reduziert. Die neuen Blitze HS Freeze 4s und 6s bleiben nun bei der Recycle-Time



unter einer Sekunde, was nach Herstellerangaben besonders schnelle Blitzreihen ermöglicht. Der HS Freeze 4s ist ab jetzt wie sein großer Bruder gegen Staub, Sand und Sprühwasser

geschützt und eignet sich damit ebenso für den Outdooreinsatz. Passend zu den neuen Profi-Blitzen kommt der neue Profi Funksender Mark II in den Handel, der ebenfalls einen Staub-, Sand- und Sprühwasserschutz erhalten hat. Er ist mit Kameramodellen von Canon, Nikon, Sony, Fuji und jetzt sogar auch mit Olympus und Panasonic kompatibel. Bei Sony-Kameras wird ein Adapter benötigt, der bereits zum Lieferumfang des Senders gehört.

Der Preis für den Rollei HS Freeze 4s beträgt 499 Euro und für die 6s-Version 699 Euro (jeweils UVP). Der Profi Funksender Mark II ist für 99,99 Euro (UVP) erhältlich.

### Limitierte Leica M Monochrom „Signature“

Leica Camera und der Fender Custom Shop präsentieren zusammen mit dem legendären Gitarristen die Leica M Monochrom „Signature“ by Andy Summers und die Andy Summers Monochrome Strat. Beide Sets sind weltweit auf 50 Exemplare limitiert.

Die Leica M Monochrom „Signature“ by Andy Summers wurde in Zusammenarbeit mit Andy Summers entwickelt. Das ehemalige Mitglied der Rockband The Police, die mehrfach bei den Grammy Awards ausgezeichnet und in die Rock and Roll Hall of Fame aufgenommen wurde, zählt nicht nur zu den größten Gitarristen der Welt, sondern ist auch ein passionierter Fotograf, heißt es in einer Pressemitteilung.

Die Foto-Collage macht die Kamera in Kombination mit der Hochglanzlackbeschichtung, den silbernen Bedienelementen und der edlen roten Gravur auf der Deckkappe zu einem Unikat. Das Set umfasst neben der Kamera ein hochglanzlackbeschichtetes Leica Summicron-M 1:2/35 ASPH. mit runder Vintage-Gegenlichtblende, einen vom Gurt einer Fender Gitarre inspirierten Trageriemen sowie eine Systemtasche



aus schwarzem Leder von Oberwerth. Die auf 50 Sets limitierte Leica M Monochrom „Signature“ by Andy Summers ist ab sofort zum Preis von 14.850 Euro (UVP) erhältlich. Die Andy Summers Monochrome Strat ist zum Preis von 12.500 US-Dollar erhältlich.

### Olympus-Herbstaktion

Noch bis zum 31. Oktober unterstützt Olympus die Handelspartner mit einer Herbstaktion für die OM-D Kameras E-M1X und E-M1 Mark II. Beim Kauf einer OM-D E-M1 Mark II gibt es den Akkugriff HLD-9 im Wert von 299 Euro sowie das M.Zuiko Digital ED 30mm F3.5 Macro, ebenfalls im Wert von 299 Euro, gratis dazu. Käufer einer E-M1X in Verbindung mit einem oder mehreren teilnehmenden M.Zuiko Pro Objektiven dürfen sich auf 500 Euro Cashback freuen.

Passend zur neuen Kameraausrüstung stellt Olympus den Everyday Camera Backpack vor. Der stylische Rolltop-Rucksack bietet Platz für ein OM-D Gehäuse und mindestens fünf M.Zuiko Objektive. Ein schneller Zugriff auf den Inhalt, konfigurierbare Innentrennwände, zusätzliche Taschen und Fächer für Speicherkarten, Dokumente und Notebook, sorgen für komfortable Handhabung – dank des wasserabweisenden Materials auch bei schlechtem Wetter. Der neue Everyday Camera Backpack ist ab sofort zum Preis von 109 Euro (UVP) erhältlich.



### EVOC PHOTO

In den letzten 20 Jahren haben wir 50 Destinationen weltweit bereist – immer auf der Suche nach den besten Trails und schönsten Powder Abfahrten. Daher wissen wir: Verlässliches Equipment, das in jedem Terrain funktioniert, ist essenziell für gute Bilder.

[www.evocsports.com/products/photo](http://www.evocsports.com/products/photo)

[www.evocsports.com](http://www.evocsports.com)



CT 40L  
Professioneller Kameratrolley

**EVOC** ★  
PROTECTIVE SPORTS PACKS



PHOTO: BENJAMIN

## Neuheiten



Das Z 6 Essential Movie Kit von Nikon enthält neben der Vollformat-Systemkamera eine komplette Grundausstattung für den Start in die professionelle Video-Produktion.

## Das neue Nikon Z 6 Essential Movie Kit

# Damit die Bilder laufen lernen

Mit dem Nikon Z 6 Essential Movie Kit bietet Nikon jetzt eine Grundausstattung an, mit der Videoprofis, Filmemacher und solche, die es werden wollen, schnell in die Produktion von Video-Inhalten mit der spiegellosen Vollformat-Kamera Z 6 einsteigen können. Natürlich kann die Basisausstattung nach Bedarf erweitert werden.

Neben der Nikon Z 6 und dem FTZ-Bajonettadapter, mit dem sich zahlreiche Nikkor-Objektive mit F-Bajonett für die Aufnahme von 4K-Videos bei hohen Bitraten mit einem Vollformatsensor verwenden lassen, enthält das Kit zahlreiche Komponenten für anspruchsvolles Filmen. Dazu gehören der Atomos Ninja V Monitor-Rekorder für die Aufzeichnung in den bearbeitungsfreundlichen Formaten ProRes

und DNxHR, ein SmallRig-Kameraträger mit Manfrotto-kompatiblen Schnellverschlussystem für den sekundenschnellen Wechsel vom Dreibein zum Einbeinstativ, ein oben montierter SmallRig-Griff für den Kameraträger sowie die SmallRig Magic Arm-Klemme zur Befestigung des Atomos Ninja V am Kameraträger. Auch zwei Nikon EN-EL15b-Akkus, ein HDMI-Spiralkabel mit High-Speed-HDMI 2.0

Unterstützung für Aufnahmen mit 4Kp60 ProRes und RAW mit hohen Bildraten sowie zwei 5200-mAh-Akkus mit Schnellladegerät für den Atomos Ninja V gehören zum Lieferumfang. Die Nikon Z 6 ist mit ihrem integrierten 5-Achsen-Bildstabilisator, der mit dem Digital-VR kommuniziert, und dem 24,5 MP Vollformat-Sensor mit einer



Lichtempfindlichkeit von 100–51.200 ISO hervorragend für die Aufnahme von 4K-Filmen ausgestattet, die durch Downsampling aus 6K-Pixeln erzeugt werden. Zudem nimmt die Kamera Zeitlupen mit bis zu 120 Bilder/s in FHD auf, unterstützt 10-Bit-Log und Zeitcodeausgabe ebenso wie das offene Atomos-Protokoll und ermöglicht interne 8-Bit-Aufzeichnung mit bis zu 144 MBit/s sowie kamerainterne Zeitlupen- und Zeitrafferfunktionen.

Im weiteren Verlauf des Jahres soll ein Firmware-Update veröffentlicht werden, das mit dem Atomos Ninja V die Aufzeichnung in Apples ProRes RAW direkt aus der RAW-Ausgabe der Kamera ermöglicht, um noch mehr Flexibilität in der Postproduktion zu bieten.

Das Z 6 Essential Movie Kit wird selektiv vertrieben und ist ab Mitte September 2019 für 2.899 Euro (UVP) erhältlich.

## Neue Profi-DSLR kommt



*Klassisches DSLR-Design:  
So soll die Nikon D6 aussehen.*

Neuen Modell „unübertroffene Leistung auch unter schwierigsten Bedingungen“ bieten will, ist zwar beruhigend, aber keine echte Überraschung. Neben der Entwicklung der D6 unterstreicht Nikon seine Absicht, das FX-Format weiter auszubauen, mit der Ankündigung des Telezoom-Objektivs AF-S Nikkor 120–300 mm 1:2,8E FL ED SR VR. Wann die lichtstarke Linse auf den Markt kommt, ist wie bei der D6 noch nicht bekannt.



*Auch beim Design des neuen Telezooms gibt es keine Überraschungen.*

## Ambassadors für Nikon Deutschland

Nikon Deutschland hat vier Fotografinnen und Fotografen für das renommierte Nikon Ambassador Programm gewonnen. Die angesehenen Profis haben ganz unterschiedliche Arbeitsschwerpunkte, stehen aber für das Erzählen spannender Geschichten, für besondere fotografische Energie und Leidenschaft für ihr Handwerk. Damit teilen sie Nikons Engagement für Innovation, Bildung und das Ausloten neuer kreativer Grenzen in der modernen Fotografie, betont der Hersteller in einer Pressemitteilung.

Der Fotojournalist und Dokumentar Fotograf Daniel Biskup, der als freier Fotograf für große Zeitungen und Zeitschriften arbeitet, entschloss sich bereits mit 15 Jahren, Fotograf zu werden. In dieser Eigenschaft begleitete er Ende der achtziger-, Anfang der neunziger-Jahre den politischen Umbruch in Deutschland, der DDR und in Ost-Europa. Er veröffentlichte mehrere Bücher und stellt seine dokumentarischen Bildstrecken in Museen und Kultureinrichtungen aus.

Marcel Lämmerhirt ist Outdoor-, Sport- und Actionfotograf. Nachdem er sich mit Aufnahmen von Snowboard- und Ski-Teams aus aller Welt einen Namen gemacht hatte, fotografiert er heute ein breites Spektrum an Sportarten und ist eine feste Größe in der Outdoor- und Extremsport-Szene.

Als weltweit renommierter Wüstenfotograf veröffentlichte

Michael Martin 30 Bildbände und Bücher. Für sein Projekt „Planet Wüste“ unternahm er innerhalb von sechs Jahren 40 Reisen und Expeditionen in die extremsten Gebiete der Welt, um Multivision, einen Bildband, eine TV-Serie und eine Ausstellung zu produzieren, die international gefeiert wurden. Das weibliche Duo Tali Photography, bestehend aus Tali Pelosi und ihrer Schwester Claudia, hat sich auf glamouröse Hochzeitsfotografie spezialisiert und fotografiert Paare am liebsten an glamourösen und exklusiven Orten, um Resultate zu erzielen, die von der Fashionfotografie inspiriert sind.



*Zu den neuen Nikon Ambassadors gehören so unterschiedliche Typen wie der Dokumentar Fotograf Daniel Biskup (oben) und das Duo Tali Photography, das sich auf glamouröse Hochzeitsfotografie spezialisiert hat.*

## Die neue Sony Deutschland Spitze setzt auf den Fotohandel



Mit Vollformat-Kameras wie der Alpha 7R IV (links) und ...

... APS-C Modellen wie der Alpha 6600 (unten) bietet Sony dem Fotohandel die Möglichkeit, in beiden Marktsegmenten Premium-Produkte zu verkaufen.

## Mit Partnern weiter wachsen



Seit dem 1. April dieses Jahres hat Sony Deutschland eine neue Spitze. Zu diesem Termin übernahm John Anderson die Position des Country Head, und der langjährige Vertriebsdirektor Thilo Röhrig erweiterte als Commercial Director Consumer Audio Video (CAV) seinen Verantwortungsbereich um das Marketing. Die beiden Manager bauen in ihren neuen Verantwortungsbereichen darauf auf, dass sich Sony bereits seit einigen Jahren auf die Vermarktung von margenträchtigen Premium-Produkten konzentriert. Damit ist das Unternehmen im Segment Digital Imaging besonders gut gefahren und macht inzwischen dem langjährigen Spitzenreiter Canon die Position als Nummer Eins (in Wert, Sept. 2018 – Aug. 2019) im Kameramarkt streitig.

Während Thilo Röhrig im Fotohandel seit Jahren gut bekannt ist, ist der Country Head von Sony Deutschland,

John Anderson, in der deutschen Fotobranche ein neues Gesicht. Er arbeitet bereits seit knapp drei Jahr-

zehnten in Führungspositionen für Sony und sammelte als Geschäftsführer von Sony Österreich auch Erfahrungen im deutschsprachigen Raum. Zu seinen weiteren Tätigkeiten gehörten die Position des Vice President Customer Service Europe, Vice President Home Entertainment & Sound und zuletzt die Funktion als Country Head von Sony Großbritannien und Irland.

Die neue Spitze von Sony Deutschland hat ihre Positionen in einer Zeit angetreten, in der es gleich in mehreren Segmenten des Kerngeschäfts große Herausforderungen gibt. Denn das wichtige TV-Geschäft und der Kamera-



markt sind aktuell bekanntlich nicht gerade von Wachstum geprägt. Marktveränderungen wie die Zentralisierung des Handels, Wirtschaftskrisen und die wachsende Marktmacht von globalen Online-Unternehmen wie Amazon machen das Leben für alle Beteiligten ebenfalls nicht einfacher. Zusätzlich liegt die Verantwortung für den Mobile-Bereich seit 01.04.2019 beim Management von Sony Deutschland in Berlin, während viele Mitarbeiter der Smartphone-Sparte weiter am Düsseldorfer Standort sitzen. **imaging+foto-contact** hat mit John Anderson und Thilo Röhrig über ihre Pläne für die Weiterentwicklung des Kamera-Geschäfts in Deutschland und die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel gesprochen.

**imaging+foto-contact:** *Herr Anderson, Sie sind von Ihrer Position als Country Head von Sony in Großbritannien & Irland nach Deutschland gekommen. Fühlen Sie sich in Ihrer neuen Heimat wohl?*

**John Anderson:** Ich fühle mich in Deutschland sehr wohl, weil ich auf der sehr positiven Entwicklung der letzten Jahre aufbauen kann. Besonders beeindruckt bin ich von dem guten und soliden Verhältnis zum Fachhandel. In diesem Segment haben wir in den vergangenen zwei Jahren unseren Marktanteil verdoppelt und sind nicht nur im Bereich Consumer Electronics, sondern auch im Fotohandel besonders erfolgreich. Das sind gute Voraussetzungen, um diese Partnerschaften strategisch auszubauen und für beide Seiten neue Win-Win-Situationen zu erzeugen.

**imaging+foto-contact:** *Worauf führen Sie die positive Entwicklung der letzten Jahre zurück?*

**John Anderson:** Die Tatsache, dass wir trotz der harten Bedingungen, die in den letzten Jahren den Kamera-



*John Anderson, Country Head Sony Deutschland: „Wir wollen die Partnerschaften mit dem Fachhandel und den Kooperationszentralen strategisch ausbauen und für beide Seiten neue Win-Win-Situationen erzeugen.“*

markt kennzeichneten, Marktanteile gewonnen haben, ist eine Bestätigung für die Produkt-Strategie von Sony und die Aktivitäten meines Kollegen Thilo Röhrig beim Vertrieb über den Fachhandel. Sony hat in den letzten Jahren besonders viele Premium-Produkte eingeführt und das heutige Wachstumssegment der spiegellosen Vollformatkameras überhaupt erst geschaffen. Wenn sich seit einem Jahr auch andere Anbieter in diesem Feld zu etablieren versuchen, dann zeigt das deutlich, welche erfolgreiche Pionierarbeit Sony hier geleistet hat. Wir haben mit Kameras wie der Alpha 7R III mit 42,4 Megapixeln und der Alpha 7 III mit 24,2 Megapixeln die Maßstäbe gesetzt, an denen sich andere nun orientieren. Mit der neuen Alpha 7R IV unterstreichen wir erneut unseren Führungsanspruch. Denn diese Kamera verbindet die in dieser Klasse einzigartige Auflösung von 61 Megapixeln mit einem spektakulären Kontrastumfang sowie nochmals verbesserter Präzision und Schnelligkeit. Damit kann man auf

höchstem Niveau fotografieren und videofilmen. Mit den APS-C Modellen machen wir einige der Technologien aus dem Vollformat-Sortiment auch größeren Zielgruppen zugänglich und geben so dem Fotohandel die Möglichkeit, in den verkaufstarken Segmenten von unserer Innovationskraft zu profitieren.

**imaging+foto-contact:** *Wie helfen Sie Ihren Handelspartnern bei der Vermarktung dieser anspruchsvollen Produkte?*

**Thilo Röhrig:** Mit unserem 50-köpfigen Außendienst haben wir eine der größten Mannschaften der Branche und sind in der Lage, unsere Partner vor Ort ausgezeichnet zu betreuen. Dazu gehören auch Schulungsmaßnahmen und die Entwicklung individueller PoS-Lösungen für die Handelspartner, die an unserem selektiven Vertrieb teilnehmen. Die wichtigste Unterstützung beim Abverkauf sind allerdings die Qualität und die wegweisende Ausstattung unserer Kameras. Nicht ohne Grund haben wir im Segment Digital Imaging



*Thilo Röhrig, Commercial Director Consumer Audio Video (CAV): „Mit einer der größten Mannschaften der Branche sind wir in der Lage, unsere Partner vor Ort ausgezeichnet zu betreuen.“*

## Interview

soeben nicht weniger als sechs EISA Awards eingesammelt. Besonders stolz sind wir auf die Auszeichnung in der Klasse „Foto Innovation“, denn als Kamerahersteller hat Sony eine viel kürzere Tradition als andere große Namen, und deshalb freuen wir uns, dass der technologische Durchbruch, den unser Echtzeit-Autofokus darstellt, von der EISA Jury anerkannt wurde.

**imaging+foto-contact:** Was können Ihre Handelspartner davon erwarten, dass Sony Mobile jetzt zum Portfolio von Sony Deutschland gehört?

**Thilo Röhrig:** Damit ist Sony jetzt in der Lage, den Kunden gemeinsam mit dem Fachhandel komplette Produktwelten anzubieten. Im Moment konzentrieren wir uns darauf, alle Mitarbeiter im Innen- und Außendienst mit den neuen Produkten vertraut zu machen, damit sie in der Lage sind, das gesamte Sony-Portfolio zu vermarkten und unsere Handelspartner dabei effizient zu betreuen.

**imaging+foto-contact:** Wo liegen

die personellen Verantwortlichkeiten für Sony Mobile?

**John Anderson:** Seit dem Frühjahr wurde das Vertriebs- und Marketing-Team von Sony Mobile in die Deutschland-Organisation von Sony Consumer Electronics eingegliedert. Im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes verantwortet Thilo Röhrig auch den gesamten Mobile-Vertrieb. Innerhalb dieser neuen Strukturen ist Jan Costathiele als Sales Head Mobile Operators für die strategische Weiterentwicklung dieses Bereiches verantwortlich, um z. B. Vermarktungskonzepte für den neuen Mobilfunkstandard 5G in Sony Xperia Smartphones zu entwickeln. Darüber hinaus prüfen wir, ob der Bereich Mobile Operators in Zukunft als zusätzlicher Vertriebskanal für das CAV-Portfolio agieren könnte, um weitere Synergien zu schaffen.

**imaging+foto-contact:** Welche Produkte aus dem Sony Mobile Portfolio sind im Premium-Segment besonders wichtig?

**Thilo Röhrig:** Unser Flaggschiff ist natürlich das Xperia 1, das als erstes Smartphone mit einem 21:9 Cinema-Wide Format Display mit 6,5 Zoll großem 4K HDR OLED Panel aufwartet. Auf der IFA haben wir diesem Spitzenprodukt eine schlanke Variante an die Seite gestellt: Das Xperia 5 mit einem 6,1 Zoll FHD+ HDR OLED Display im 21:9 CinemaWide Format. Wie das Xperia 1 ist es mit unserer Triple-Kamera ausgestattet, die wichtige Technologien aus den erfolgreichen Alpha-Systemkameras enthält und mit drei 12-Megapixel-Modulen den gesamten Brennweitenbereich vom Super-Weitwinkel bis zum Tele abdeckt. Das sind wegweisende Features, mit denen wir auch dem Fotohandel die Möglichkeit bieten, von der ungebrochenen Beliebtheit der Smartphone-Fotografie zu profitieren und neue Kundengruppen zu erreichen, die sich später vielleicht auch für unser Alpha-System begeistern lassen.

**imaging+foto-contact:** Die IFA liegt gerade hinter uns. Welche Rolle spielen Großmessen dieser Art für einen Premium-Anbieter wie Sony?

**John Anderson:** Die IFA 2019 hat soeben wieder deutlich gemacht, dass richtig positionierte Großmessen eine wichtige Plattform sind, um – auch durch ihre große Medienresonanz – öffentliche Aufmerksamkeit für die Innovationen der Consumer Electronics Branche zu schaffen. Das war ein guter Auftakt für die umsatzstärkste Zeit des Jahres, die heutzutage ja schon früher beginnt als das klassische Weihnachtsgeschäft, weil der Black Friday inzwischen ein erster Höhepunkt geworden ist.

**imaging+foto-contact:** Meine Herren, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.



## Neue Systemkamera Fujifilm X-A7

# Mit großem Display

Mit der X-A7 bringt Fujifilm eine neue Systemkamera auf den Markt, die für Einsteiger gedacht ist und in einem kompakten, 320 Gramm leichten Gehäuse viel Ausstattung und Komfort bietet. Dazu gehören Augen-Autofokus, 4K-Video, neue Kreativ-Funktionen und ein besonders großes, berührungsempfindliches Display für intuitive Bedienung.

Auf dem neuen 24,2 Megapixel APS-C CMOS-Sensor der X-A7 befinden sich rund 8,5-mal mehr Phasendetektions-Pixel als beim Vorgängermodell X-A5. Das ermöglicht dem Autofokus eine deutlich schnellere und präzisere Gesichts- und Augenerkennung bei der Verfolgung von Motiven und beim Scharfstellen unter schlechten Lichtverhältnissen. Die Kupferdrahtschicht



Die Fujifilm X-A7 bietet deutlich mehr als das Vorgängermodell X-A5.

des Sensors trägt laut Hersteller zu einem im Vergleich zu früheren Bildwandlern um rund eine EV-Stufe verbesserten Rauschverhalten bei. Zudem werden die Daten schneller ausgelesen, so dass 4K-Videoaufnahmen mit einer Bildrate von 30 Bildern pro Sekunde möglich sind. Sie werden auf der Basis des vom Bildsensor zur Verfügung gestellten 6K-Datenmaterials (6.032 × 3.392 px) erzeugt. Der

Rolling-Shutter-Effekt bei der Aufnahme von sich schnell bewegenden Objekten wird ebenfalls erheblich reduziert.

### Neue Video- und Kreativ-Funktionen

Der neue Modus Countdown Video gestattet die Aufnahme von 15, 30 oder 60 Sekunden langen Videoclips, bei denen die verbleibende Aufnahmedauer auf dem Monitor angezeigt wird. Das ist vor allem bei der Erstellung von Filmen nützlich, die in sozialen Netzwerken geteilt werden sollen. Mit der HD-Highspeed-Aufnahme lassen sich Zeitlupensequenzen mit bis zu 4-facher Geschwindigkeit aufzeichnen.

Das neu gestaltete Smart Menü ermöglicht eine intuitive Bedienung über das Display, was vor allem Einsteigern das Leben leichter macht. Die Helligkeit des Bildes und die Hintergrundunschärfe lassen sich einfach per Fingertipp verändern, auch die



Über das neu gestaltete Smart Menü können Einstellungen auf dem großen Display intuitiv verändert und die Effekte sofort begutachtet werden.

## Neuheiten

Filmsimulationen und das Aufnahmeformat (3:2, 16:9, 1:1 oder 4:3) können so direkt ausgewählt werden. Die Wirkung der Effekte lässt sich dabei in der Vorschau auf dem Monitor sofort überprüfen.

Im Modus Porträtoptimierung entstehen bei Einsatz der Gesichts- und Augenerkennung des Autofokus scharfe Selfies mit attraktiven Hauttönen. Zu den neuen Kreativ-Funktionen gehört auch der Modus Helligkeit, der über die Erweiterte SR Auto-Funktion aktiviert wird. Dann wählt die Kamera automatisch die besten Einstellungen für helle, lebendige Bilder. Im Motivwahl-Menü macht die neue Funktion Lichtspur das Aufnehmen von beleuchteten Fahrzeugen mit langen Belichtungszeiten einfach. Dabei kann die Entstehung des Lichtspur-Effekts in Echtzeit auf dem Monitor verfolgt werden.

Die Fujifilm X-A7 ist mit einem berührungsempfindlichen, dreh- und schwenkbaren Monitor ausgestattet, der mit einer Diagonale von 8,9 cm (3,5 Zoll) im Format 16:9 eine gute Übersicht bietet und nach Angaben von Fujifilm in Sachen Helligkeit (ca. 1.000 Candela) und Reaktionsgeschwindigkeit mit Smartphone-Displays vergleichbar ist. Ein optischer bzw. elektronischer Sucher ist nicht vorhanden.

Mit der Fujifilm Camera Remote App kann die Kamera schnell mit dem Smartphone oder Tablet verbunden werden. Alternativ geht das auch mit einem handelsüblichen USB-Kabel, mit dem sich Fotos und Videos etwa 5- bis 8-mal schneller als per Drahtlosverbindung übertragen lassen.

Die Fujifilm X-A7 wird in den Farbvarianten Silber und Dunkelsilber ab Oktober 2019 erhältlich sein und soll 749 Euro (UVP mit XC15-45mmF3.5-5.6 OIS PZ) kosten.

## Mit 4K-Video, 4K-Zeitraffer und 24,1 Megapixeln

*Die kompakte EOS M200 wiegt nur 299 Gramm (Gehäuse mit Akku und Speicherkarte).*



## Die neue Canon EOS M200

Canon hat mit der neuen EOS M200 eine spiegellose Systemkamera angekündigt, die besonders einfach zu bedienen ist, aber Einsteigern viele Möglichkeiten bietet. Die Nachfolgerin der EOS M100 ist mit dem neuesten Canon Digic 8 Prozessor ausgestattet, der verbesserte Autofokus-Funktionen und die Aufnahme von 4K-Videos erlaubt. Dank der neuen Bedienoberfläche ist der intuitive Zugriff auf zahlreiche Funktionen möglich.

Mit ihrem 24,1 Megapixel APS-C-Sensor und dem Canon Digic 8 Prozessor macht die EOS M200 mit Hilfe des Dual Pixel CMOS Autofokus automa-

tisch scharfe Bilder, und zwar dank einer Lichtempfindlichkeit von ISO 100 bis 25.600 (erweiterbar auf ISO 51.200) auch bei schlechten Lichtver-

hältnissen von bis zu -4 LW. Die Augenerkennung legt auf Wunsch den Schärfepunkt exakt auf die Augen des Motivs.

Videos nimmt das neue Einstiegsmodell in 4K auf; mit der 4K-Zeitrafferfunktion können Standbilder mit einer Auflösung von 8 MP extrahiert werden.

Zeitlupenaufnahmen sind mit einer Geschwindigkeit von bis zu 120 B/s in HD möglich. Wer möchte, kann Videoclips auch im Hochformat aufnehmen, das auf Social-Media-Plattformen weit verbreitet ist, aber die 4K-Fähigkeiten des Fernseher ad absurdum führt, wenn man den Film auf dem großen Bildschirm anschauen will.



*Als Zubehör gibt es farbenfrohe Fronthüllen, um die Kamera an das aktuelle Outfit anzupassen.*

Die Canon EOS M200 kann per Bluetooth und WLAN mit dem Mobilgerät verbunden werden, um mit der kostenlosen Canon Camera Connect App Bilder und Videos individuell zu laden, zu prüfen und zu teilen. Die App

ermöglicht zudem die Fernsteuerung der Kamera vom Smartphone oder Tablet aus.

Mit einem Gewicht von nur 299 Gramm (Gehäuse mit Akku und Speicherkarte) passt die Canon EOS M200 leicht ins Gepäck. Neben den Canon EF-M Objektiven steht den Nutzern der EOS M200 mit dem optionalen EF-EOS

M Adapter auch das gesamte EF- und EF-S Objektivangebot zur Verfügung. Mit optional erhältlichen, farbenfrohen Fronthüllen lässt sich das in schwarz oder weiß erhältliche Gehäuse modisch aufpeppen.

Die Kamera ist ab Oktober lieferbar und kostet mit dem EF-M 15-45mm f3.5-6.3 IS STM 599 Euro (UVP).

### Kreative Fingertipps

Der berührungsempfindliche LCD-Monitor der Canon EOS M200 lässt sich um 180 Grad nach oben klappen; im Selbstporträt-Modus können Einstellungen wie Hintergrundunschärfe und Helligkeit in Echtzeit angepasst werden. Erstmals bei einer EOS Kamera befindet sich auch die Videotaste auf dem Display, um z. B. Vloggen einen sofortigen Start der Aufzeichnung bei nach vorne geklapptem Bildschirm zu ermöglichen.

Auf der übersichtlichen Bedienoberfläche können die Anwender Tipps dafür finden, wie sie die besten Ergebnisse erzielen. Mit dem Canon Kreativ-Assistenten stehen verschiedene Effekte wie körniges Schwarzweiß-Foto, Fisheye und Weichzeichner sowie diverse Filter und Farbanpassungswerkzeuge zur Verfügung. Sie können schon bei der Bildkomposition angewendet werden oder erst nach der Aufnahme, wenn man das Fotos wie mit einer Foto-App verändern möchte.

### Zwei neue Ferngläser

Canon hat zwei neue Ferngläser mit Stabilisierung angekündigt. Bei beiden Modellen setzt Canon die bewährten Optiken der EF Objektivreihe ein. Die optische Bildstabilisierung arbeitet mit Linsenverschiebung, um Verwacklungen durch Ausgleichsbewegungen des dritten Elements sofort zu korrigieren.

Mit einem Gewicht von nur ca. 420 Gramm bietet das neue Canon 8x20 IS eine 8-fache Vergrößerung und ist laut Hersteller derzeit das weltweit leichteste Fernglas mit integriertem Bildstabilisator. Das ebenfalls neue Canon 10x20 IS mit 10-facher Vergrößerung ist auch sehr handlich und wie die kleine



*Das neue Canon 8x20 IS ist laut Hersteller derzeit das weltweit leichteste Fernglas mit integriertem Bildstabilisator.*

Schwester mit Porroprismen, Bildfeldebnungslinsen und Canon Super Spectra Vergütung ausgestattet. Beide Ferngläser haben anpassbare Augenschalen und lassen sich an die individuelle Sehstärke anpassen. Die Stromversorgung erfolgt bei beiden Ferngläsern mit einer CR123A-Batterie, die bis zu 12 Stunden Bildstabilisierung ermöglicht. Diese wird per Knopfdruck für fünf Minuten aktiviert.

Die neuen Ferngläser kosten 519 Euro (UVP 8X20 IS) bzw. 579 Euro (UVP 10X20 IS) und sind ab November erhältlich.

# Vitec Imaging Solutions auf der IBC

Mit einem starken Auftritt nutzte Vitec Imaging Solutions die IBC in Amsterdam, um das Leistungsspektrum der drei Marken Manfrotto, Joby und Avenger und das umfassende Sortiment von Videoköpfen sowie Zubehör, Beleuchtungs- und Transportlösungen für Videofilmer und -reporter, Produzenten, Vlogger und Blogger vorzustellen. Die Messe fand vom 13. bis 17. September statt und lockte nach Angaben ihrer Organisatoren 1.700 Aussteller sowie 55.000 Besucher in die Metropole an der Amstel.



Das neue 645 Video-Stativ ist das erste Modell einer Produktreihe mit Doppelrohren und Ultra-L-Lock-Klemmtechnologie.

# Manfrotto Video-Innovationen

„Auf der IBC konnten wir unterschiedliche Gruppen von Kreativen und Unternehmen erreichen, die Bewegtbildinhalte für Filme, Blogs, Unternehmenspräsentationen oder Nachrichten erstellen“, erklärte Jörg Schönbeck, Geschäftsführer der Vitec

Imaging Distribution GmbH. „Das Spektrum reicht von Filmregisseuren, Studios und Einkäufern großer Produktionsfirmen bis zu Influencern und Vloggern, die ihre Filme oft mit dem Smartphone aufnehmen. Für uns sind alle diese Zielgruppen interessant, weil wir in unserem Portfolio Zubehörsysteme für professionelle Videokameras ebenso vermarkten wie Transport- und Aufnahme-lösungen für SLR- und Systemkameras sowie nützliche Accessoires für Smartphones. Zudem unterliegen alle Vitec Imaging Solutions Produkte strengen Qualitätstests und werden kontinuierlich verbessert, denn die Anwender, die professionell Videofilme und Bewegtbildinhalte erstellen, müssen sich auf jede Komponente ihrer Ausrüstung hundertprozentig verlassen können. Diese Strategie kam bei den Messebesuchern sehr positiv an, so dass wir auf der IBC gute

Ergebnisse in vielen Produktbereichen erzielt haben.“

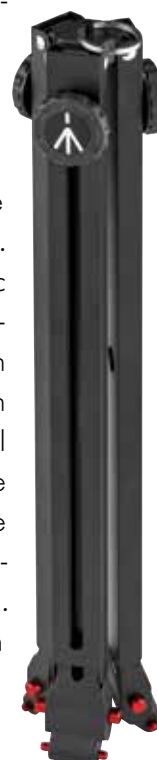
## Neue Manfrotto Stativ

Die Kernmarke Manfrotto stellte in Amsterdam u. a. das neue Fast-Lock-System vor. Es gehört zur Ausstattung der ebenfalls neuen 645 und 635 Videostativen, die entwickelt wurden, um professionellen Videofilmmern und unabhängigen Content Creators die Arbeit durch noch schnelleren Aufbau und geringeren Wartungsaufwand zu erleichtern. Das ganze Bein wird mit synchronisierten Schließmechanismen zwischen der oberen und unteren Verriegelung mit einer einzigen Verriegelungsbewegung

Die optionale 2-in-1-Stativspinne (MVASPR2N1) kann bei den beiden neuen Stativen als Boden- oder Mittelspinne eingesetzt werden.



Das neue 635 Video-Stativ ist in Carbon erhältlich und kann mit verschiedenen Köpfen kombiniert werden.



arretiert bzw. gelöst. Dabei sind die neuen Stativ vielseitig, können mit zahlreichen verschiedenen Köpfen eingesetzt werden und bieten hohe Verdrehsteifigkeit bei gleichzeitig geringem Gewicht.

Das in Aluminium und Carbon erhältliche 645 Video-Stativ ist das erste Modell einer neuen Produktreihe mit Doppelrohren und Ultra-L-Lock-Klemmtechnologie. Damit verschiedene Köpfe verwendet werden können, ist die 2-in-1-Halbkugel mit einer Standard-100-mm-Halbschale und einem 75-mm-Adapter ausgestattet. Das Stativ kann mit einer Mittelspinne (MVASPRM) kombiniert werden, die dank der drei Beinstellwinkel allerdings nicht immer eingesetzt werden muss. Das neue 635 Video-Stativ ist in Carbon erhältlich und erlaubt mit dem bekannten M-Lock Drehverschluss eine schnelle und sichere Verriegelung. Es wird mit einer 75-mm-Halbkugel gelie-



*Spike-Füße und Gummischuhe gehören bei beiden Neuheiten zur Ausstattung.*

fert und ist auch auch mit einem separat erhältlichen 60-mm-Halbkugel-Adapter kompatibel. Zudem sind Easy Link-Anschlüsse mit 3/8-Zoll-Gewinde vorhanden, um sowohl Manfrotto-Arme mit Anti-Rotation-System als auch Arme mit Arri Standard-Befestigungstiften aufzunehmen. So kann auch ein externer Monitor oder anderes Zubehör sicher montiert werden. Das 635 und das 645 haben Befestigungspunkte für die optional erhält-

liche 2-in-1-Stativspinne (MVASPR2N1), die als Boden- oder Mittelspinne eingesetzt werden kann. Beide Video-Stativ verfügen über einen 3-Bein-anstellwinkel-Mechanismus für eine einfache Ausrichtung und sind für festen Halt auf verschiedenen Untergründen mit Spike-Füßen und Gummischuhen ausgestattet. Die Fast Stativ sind ab November im Kit mit den neuen Videoköpfen Nitro 608 und 612 erhältlich. Die Preise beginnen bei 1.090,83 (UVP) für das 645 mit Nitro-tech Kopf 608.

### **Manfrotto Lykos 2.0 (2-in-1) Leuchten**

Die Manfrotto LED Lykos 2.0 Leuchten, die Biocolor und Tageslicht in einem Produkt vereinen, wurden nach ihrer Premiere auf der NAB im April dieses Jahres (siehe *imaging+foto-contact* 5/2019, S. 16f.) nochmals überarbeitet. →

## **Neue Advanced Kamerataschen**

Unter dem Namen Advanced2 bringt Manfrotto eine runderneuerte Kollektion von Kamerataschen für ambitionierte Amateurfotografen auf den Markt. Sie umfasst 14 Transportlösungen, die mit unterschiedlichen Trage- und Ausrüstungssystemen auf verschiedene Anwendungen abgestimmt und mit Blick auf die Größe aktueller Kameramodelle und Zubehör verbessert wurden.

So können Anwender zwischen sechs Rucksäcken, fünf Schultertaschen und drei Halftnern wählen, die jetzt durch eine einheitliche, urbane Form- und Materialsprache die Familienähnlichkeit erkennen lassen. Das zeigt sich unter anderem in hochwertig beschichteten Materialien, stylishen Logo- und Markenakzenten sowie

neu integrierten Elementen in exklusiver Carbon-Optik. Innerhalb jedes Taschentyps stehen verschiedene Größen und Formen zur Verfügung. Die Aufteilung des Stauraums kann zwischen persönlichen Dingen und Fotoausrüstung individuell angepasst werden. Nach unten abgerundet wird die neue Advanced2 Kollektion durch

eine Messenger-Tasche mit Stabilisierungsgurt in Größe M, vier Schultertaschen in den Größen XS bis L sowie drei Halftner in den Größen S bis L. Die neuen Taschen sind ab sofort erhältlich und kosten je nach Modell zwischen 29,95 Euro und 169,95 Euro (UVP).



*Der neue Advanced2 Hybrid Backpack lässt sich alternativ als Rucksack, Schulter- oder Tragetasche nutzen.*

## Neuheiten

Die Weiterentwicklung der beliebten Lykos Leuchte eignet sich für Filme und Videointerviews im Innen- und Außenbereich und erzielt im Tageslichteinstellung schöne Ergebnisse bei Stillleben, während der Bicolor-Modus der LED bei Modeaufnahmen den Hauttönen zusätzliche Wärme verleiht. Mit der rückseitigen Steuerung werden die Lichtintensität und Modus reguliert sowie die Einstellungen für Tageslicht und Bicolor vorgenommen. Zudem lässt sich die Leuchte auch mit der Lykos-App steuern. Der früher optionale BT-Dongel ist jetzt in der Leuchte fest eingebaut. Sie kann sowohl an normalen Stromquellen als auch mobil über einen Dual-Mount-Akku (Sony L-Type oder Canon LP-E6) geladen werden.



Die Lykos 2.0 LED-Leuchte ist einzeln oder im praktischen Manfrotto Pro Light Tough-55 Hartschalentrolley mit drei Lykos 2.0, drei Nano-Lichtstativen und zwei Softboxen erhältlich.

Lykos 2.0 leicht zu transportieren.

Die 2-in-1-LED Lykos 2.0 ist mit einem Diffusor sowie acht Blitzschuhhaltern ausgestattet, so dass bis zu vier Lykos 2.0-Leuchten verbunden werden können, um auch größere Studioaufbauten auszuleuchten. Mit ihren kompakten Abmessungen ist die Leuchte

ist sowohl einzeln (UVP 297,49 Euro) als auch in einem professionellen Set erhältlich. Es kostet 1.427,99 Euro (UVP) und enthält drei Lykos 2.0, drei Nano-Lichtstative und zwei Softboxen, die in einem Manfrotto Tough-55 Hartschalentrolley mit speziellem stoßdämpfendem Schaumstoff verstaut sind.

### Das neue Gitzo Traveler Légende Stativ

## Innovativ im Retro-Design

Mit dem neuen Gitzo Traveler Légende stellt Vitec Imaging Solutions eine moderne Interpretation des allerersten Stativs der Premium-Marke Gitzo aus Frankreich vor. Die Neuauflage des originalen Flagg-schiffmodells verbindet klassisches Retro-Design mit zukunftsweisender Technologie und wurde für professionelle Fotografen und ambitionierte Fotoenthusiasten entwickelt, die ein Faible für erstklassige Handwerkskunst mit innovativen Features haben.

Das Gitzo Traveler Légende ist ein leistungsfähiges Reisestativ, dessen Vintage-Design stark von der funktionalen Ästhetik des ersten Gitzo Traveler-Stativs inspiriert ist, das mit seinen um 180° klappbaren Beinen neue Maßstäbe in diesem Segment setzte. Optisch reiht sich die Retro-Neuheit damit im aktuellen Reisestativ-

Portfolio zwischen der klassischen Traveler-Modellreihe im Noir Décor und der matt-schwarzen Variante ein, die speziell

für die Formensprache der Sonys Alpha-Kameras konzipiert wurde. Dank der leichten, stabilen Beine aus robusten eXakt-Carbonrohren und der neuen Aluminium-Stativspinne gelten für das Traveler Légende dieselben Verkaufsargumente wie für die bisherigen Traveler-Stativ. Mit dem von Gitzo entwickelten 180°-Klappmechanismus ist es schnell einsatzbereit; die maximale Arbeitshöhe liegt bei 165 cm. Die Schnell-Drehverschlüsse aus hell-silbernem Aluminium sind mit schwarzen Gummiringen versehen und setzen sich markant vom schwarzen Carbon ab. Der ebenfalls silber-



Die stilvolle Farbkombination, ein hochwertiger Materialmix und ein Tragegurt aus echtem Leder unterstreichen die Premium-Positionierung des Gitzo Traveler Légende.

farbene Arca-Swiss-kompatible Kugelpfopf trägt bis zu 8 kg schwere Kamerasysteme und ist ausgestattet mit unabhängig voneinander arretierbaren Schwenk- und Neigemechanismen inklusive Friktionskontrolle für feinste Bewegungen. Das typische Look-and-Feel des 1,45 kg wiegenden Gitzo Traveler Légende, die stilvolle Farbkombination und der hochwertige Materialmix werden durch einen Tragegurt aus echtem Leder gut ergänzt.

Das neue Gitzo Traveler Légende ist ab sofort zum Preis von 1.051,16 Euro (UVP) erhältlich.



## Fotografen\*Innen aufgepasst

### Umfangreiches Kursprogramm am Photo+Medienforum Kiel für Oktober – Dezember 2019

Sei es das Thema Fotografie, Bildbearbeitung oder der Austausch untereinander, für Einsteiger bis zum Profi sind verschiedene Workshops dabei. Auch online können Sie teilnehmen, wie zum Beispiel beim Thema Fotorecht und Datenschutz. Die Kurse im Überblick:

25.10-27.10.2019  
Bildbearbeitung mit  
Adobe Photoshop,  
Lightroom und  
Capture One

25+26.10.2019  
Produktfotografie  
Basics

11.10.2019  
Kreative  
Blitzfotografie in der  
alten Gießerei Kiel

07.11.2019  
Fotorecht –  
Onlineseminar ab  
(insgesamt 3 Termine )

16.11.2019  
Analoge Fotografie

13+14.12.2019  
Portraitfotografie Basics



Blitzfotografie mit Michael Nagel. Foto: Michael Nagel

Alle Kurse und Infos unter  
[www.photomedienforum.de](http://www.photomedienforum.de)  
[mail@photomedienforum.de](mailto:mail@photomedienforum.de)  
0431 57 97 00  
PHOTO+MEDIENFORUM KIEL  
Feldstraße 9-11, Kiel

# DGH auf der IFA 2019

# Neue Sortimente

DGH stellte auf der IFA neue Sortimente vor, die den Handelspartnern dabei helfen sollen, Umsatzrückgänge in traditionellen Segmenten zu kompensieren und neue Kundengruppen anzusprechen. Dazu gehört nicht nur Ware, sondern auch Unterstützung beim Einstieg in neue Märkte. Aber auch die Foto-fahne hat der Würzburger Distributor noch nicht eingerollt und sogar neue Marken in den Vertrieb genommen.

Denn die Verantwortlichen wissen, dass es auch im Fotomarkt durchaus Produktbereiche mit Wachstum gibt. Ein Beispiel dafür ist die Sofortbildfotografie. Hier verzeichnet DGH z. B.



*Die wachsende Nachfrage nach Sofortbildprodukten wie den instax Kameras von Fujifilm sorgt auch bei DGH für steigende Umsätze.*

eine steigende Nachfrage nach den analogen KiiPIX Druckern. Diese kleinen Geräte fotografieren das Foto auf dem Smartphone-Display kurzerhand ab und drucken es auf Fujifilm instax mini Sofortbildmaterial aus. Erfreut zeigte man sich bei DGH darüber, dass Kameras der Marken Olympus und Pentax wieder ins Angebot aufgenommen werden konnten. „Das war eine gute Entscheidung der Hersteller“, meint DGH Vertriebsleiter

Walter Dürr. „Der Markt kann nicht nur durch wenige Großabnehmer komplett bedient werden. Einzelne Fachhändler, die regelmäßig kleinere Stückzahlen benötigen, spielen glücklicherweise immer noch eine wichtige Rolle für den Kameraabsatz.“

## Neue Produktgruppen

Als Vollsortimenter ist DGH bestrebt, seinen Kunden im Einzelhandel ein Angebot ohne Lücken zu machen. Ca. 1.700 Artikel sind derzeit im Sortiment, zu dem inzwischen auch neue Produktgruppen wie klassische Werkzeuge gehören, bei denen DGH die Marken eWalt, Einhell und sogar die blaue Bosch Profiline im Programm hat. Ergänzt wird das durch Werkzeuge klassischer Anbieter wie Fiskars, Gardena, Kirschen, KS Tools, Knipex und Wera.

Nach Ansicht von Dürr bieten sich Produkte fürs Heimwerken und den Garten vor allem für den Onlinevertrieb und technische Fachmärkte an. Um den Partnern einen kleinen Einblick in die Möglichkeiten zu geben, hatte DGH auf seinem IFA-Stand eine komplette Werkstatt aufgebaut und eingerichtet. Der Einstieg könne aber auch in der virtuellen Welt erfolgen, betonte Dürr. Dafür bietet DGH Handelspartnern nicht nur – gegen eine monatliche Gebühr – Produktbilder und Content an, sondern übernimmt im Zuge des Dropshipments auch den Versand der Produkte an den Endkunden. So können Interessenten schnell und ohne großen Aufwand in den Verkauf des neuen Sortiments einsteigen, ohne selbst Ware lagern zu müssen.



*Auch das Thema Gesundheit wird für DGH wichtiger: Mit dem HeraBeAT des israelischen Start-ups HeraMed können werdende Mütter die Herz-töne des ungeborenen Kindes überwachen. Mit der dazugehörigen App können die Messungen gespeichert, geteilt und für Ärzte freigegeben werden.*



Das Organisationstalent!  
Der erste komplett  
aufklappbare Rucksack.

**229,99 €**  
Art.-Nr. 59202002

[www.enjoyyourcamera.com](http://www.enjoyyourcamera.com)  
**ENJOYYOURCAMERA**

„Wie in anderen Bereichen sind auch in diesem Segment die Umsatz- und Ertragschancen mit Zubehör und Verbrauchsmaterialien nicht zu unterschätzen“, betonte Dürr und nannte als Beispiel Scheiben für die Flex oder Bänder für den Bandschleifer. Steigende Bedeutung sieht DGH darüber hinaus bei Akkus, da immer mehr Geräte ohne Akku verkauft werden. Die neue Strategie der Hersteller ist, dass ein Akku mehrere Geräte derselben Marke mit Energie versorgen kann. Dürr: „Das spart Produktionskosten, schont die Umwelt und vereinfacht die Arbeit für den Anwender, der nicht Berge von Akkus zu Hause haben muss.“

### Gesundheitsprodukte

Das margenträchtige Geschäft im Bereich Healthcare läuft auch bei DGH gut. Deshalb hat sich das Unternehmen nach neuen Partnern umgesehen und diese in AVA und HeraMed gefunden. AVA hat bei Krankenschwestern und Hebammen einen hervorragenden Ruf und bietet über DGH seinen in der Schweiz bereits sehr erfolgreichen Zyklustracker für Frauen an. Das Gerät wird wie ein Fitnessstracker getragen, misst verschiedene Parameter und zeigt den optimalen Zeitpunkt an, um schwanger zu werden. Hat es geklappt, können die werdenden Eltern mit HeraBeat die Herz-töne des im Bauch heranwachsenden Kindes hören und aufzeichnen.

### Smartwatch für Kinder

Neu auf dem IFA-Stand von DGH waren die Xplora Smartwatches, die speziell für Kinder entwickelt wurden. Das neue Premium-Modell Xplora 4 ist wasserfest, robust und mit der O2O-Aktivitätsplattform #Goplay kompatibel, die Kinder motivieren soll, mehr Zeit mit körperlichen Aktivitäten offline zu verbringen. Dafür erhalten sie virtuelle Belohnungen, XCoins genannt, die gegen physische Produkte oder gegen Spielzeit eingelöst werden können. In einer Partnerschaft mit Paramount Pictures sollen die Xplora Smartwatches im Zusammenhang mit dem Film „Dora und die goldene Stadt“ ein einzigartiges Spielerlebnis bieten, das auf der Aktivität des Kindes basiert. Dem Einzelhandel steht dafür eine Sonderedition der Xplora Go Smartwatch zur Verfügung.

Natürlich bietet die Xplora 4 auch ganz „normale“ smarte Funktionen. Die jungen Anwender können damit telefonieren sowie Sprachnachrichten verschicken und empfangen. Auch Fotografieren kann man mit dem kleinen Accessoire.

Zudem können die Eltern mit einer App den Standort des Kindes feststellen und vorab sichere Bereiche festzulegen, in denen sich das Kind aufhalten darf. Das Gerät ist in den Farben Ozeanblau, Rosa und Türkis erhältlich und kostet 199,99 Euro (UVP).



*Die neue Smartwatch Xplora 4 wurde speziell für Kinder entwickelt.*

## Gute Empfehlungen für Vollformat-Systemkameras

# Die neuen Objektive von Sigma

Mit gleich drei Neuheiten für spiegellose Systemkameras bietet Sigma dem Fotohandel rechtzeitig vor der Weihnachtssaison die Möglichkeit, vom Erfolg der spiegellosen Vollformatmodelle zu profitieren und den Kunden erstklassige Optiken anzubieten. Denn das Sigma 45mm F2.8 DG DN | Contemporary, das Sigma 14-24mm F2.8 DG DN | Art und das Sigma 35mm F1.2 DG DN | Art sind nicht nur mit L-Bajonett, sondern auch mit Sony E-Anschluss erhältlich.

Zu einem Preis von 569 Euro (UVP inkl. Gegenlichtblende) ist das neue Sigma 45mm F2.8 DG DN aus der Baureihe Contemporary ein besonders attraktives Angebot für Kunden, die ein lichtstarkes Standardobjektiv mit hervorragendem Preis-/Leistungsverhältnis suchen. Es kombiniert einfache Bedienbarkeit mit kompakter Bauweise und hoher optischer

Leistung. Mit kontrollierter sphärischer Aberration erzeugt das Objektiv ein besonders ausdrucksstarkes Bokeh. Das betrifft nicht nur das große Bokeh vor und hinter dem Motiv, sondern auch das hintere, weil nahe des Fokusbereichs ein weicher Unschärfeverlauf erzeugt wird. So wird durch die Glättung von Vorder- und Hintergrund die dreidimensionale Wirkung des

Objekts verstärkt. Darüber hinaus ermöglicht das neue 45mm F2.8 DG DN mit einer Naheinstellgrenze von 24cm Schnappschüsse und Tabletop-Fotografie unter gestalterischer Nutzung des Bildwinkels. Und wenn es abgeblendet wird, entstehen auch knackscharfe Aufnahmen ohne Bokeh.

Der Schrittmotor sorgt für schnelle, weiche und leise Scharfstellung, Gesichtserkennungs- und Augenerkennungs-AF sowie Video-AF werden unterstützt. Die manuelle Fokussierung erfolgt über einen griffigen Ring.

### Empfehlung für Astro-Fotos

Die Baureihe Art hat Sigma um das besonders hochauflösende Weitwinkelzoom Sigma 14-24mm F2.8 DG DN erweitert, mit dem man im wahrsten Sinne des Wortes die Sterne vom Himmel holen kann. Denn aufgrund seiner technischen Ausstattung ist es auch für die Astro-Fotografie mit niedrigen ISO-Empfindlichkeiten geeignet. Viele Fotografen setzen nämlich bei Bildern vom nächtlichen Firmament gerne niedrige ISO Empfindlichkeiten ein, um das Bildrauschen so gering wie möglich zu halten. Dafür kann man guten Gewissens lichtstarke Weitwinkelobjektive wie das 14-24mm F2.8 DG DN | Art mit großem Durchmesser empfehlen, da diese schwaches Licht besonders effizient nutzen. Die gleich-



*Das neue Sigma 45mm F2.8 DG DN aus der Baureihe Contemporary bietet ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis.*



*Das Sigma 4-24mm F2.8 DG DN | Art ist auch für AstroFotografie bestens geeignet.*

mäßige Abbildungsleistung und die hervorragende Auflösung bis zum Rand der Aufnahme sind weitere Pluspunkte bei Aufnahmen vom Sternenhimmel. Verantwortlich für die hohe Abbildungsleistung sind eine FLD-Linse und fünf SLD-Glaselemente. Das staub- und spritzwassergeschützte Objektiv kostet 1.529 Euro (UVP inkl. Köcher und Frontstülpedeckel).

### Lichtstark und fein

Mit dem Sigma 35mm F1.2 DG DN | Art hat der japanische Hersteller sein Sortiment um seine erste Festbrennweite für spiegellose Vollformatkameras erweitert, die eine Lichtstärke von F1.2 bietet. Auch diese feine Linse wurde mit dem Fokus auf hohe Auflösung und feinem Bokeh entwickelt, wie man sie z. B. für eindrucksvolle Porträts mit geringer Schärfentiefe benötigt. Die aufwändige Konstruktion umfasst 17 Elemente in 12 Gruppen, darunter drei SLD-Glaselemente und drei asphärische Linsen sowie ein doppelseitig asphärisches Element. Damit bringt Sigma das Entwicklungskonzept

der Art-Produktlinie – „Streben nach höchster Bildqualität“ – auf die nächste Stufe. Durch die Unterstützung der kamerainternen optischen Korrekturfunktionen werden Verzeichnungen und Vignettierungen ebenso vollständig korrigiert wie sagittale Koma – und das bei einem Auflösungsvermögen von 50 Millionen Pixeln.

Auch das Bedienkonzept dieses Premium-Objektivs wird hohen Ansprüchen gerecht. Der große HyperSonic-Motor (HSM) hat genügend Drehkraft, um die Fokuslinsengruppe schnell und exakt zu steuern. Beim manuellen Scharfstellen reagiert der vom Focus-by-Wire-System angetriebene Fokusring präzise auf Feinjustierungen des Fotografen. Zudem ist der Blendenring mit einer Anti-Klick-Funktion ausgestattet, die das Einrasten ausschaltet und einen übergangslosen Betrieb ermöglicht, der besonders bei Videoaufnahmen nützlich ist.

Die AFL-Taste kann mit verschiedenen Funktionen belegt werden, um schnelles Reagieren auf spezielle Situationen zu ermöglichen. Das Objektiv ist staub- und spritzwassergeschützt, die Frontlinse wasser- und ölabweisend beschichtet. Der Preis liegt bei 1.529 Euro (UVP inkl. Köcher sowie tulpenförmiger Gegenlichtblende mit Verriegelung).

Das Sigma 35mm F1.2 DG DN | Art soll 1.529 Euro (UVP inkl. Köcher sowie tulpenförmiger Gegenlichtblende mit Verriegelung) kosten.



*Das Sigma 35mm F1.2 DG DN | Art bietet eine bestechende optische Leistung bei einer Auflösung von 50 Millionen Pixeln.*

# Rahmen-Neuheiten von walther design

## Bunter Herbst

walther design hat eine neue Rahmen-Kollektion zusammengestellt, mit der Menschen im Herbst ihr Zuhause gemütlich gestalten können. Dafür wurden neben den Wohn- und Farbtrends auch Vorschläge der Kunden berücksichtigt.

Je eine neue Rahmenserie erweitert die Wohnwelten Country Style und Classic Chic. Der Holzrahmen „Bench“ aus der Wohnwelt Country Style zeichnet sich durch ein schmales, mehrfach gekehltes Profil aus, das mit einer leichten Patina veredelt ist. In den hellen und trendigen Farben Grau, Grün, Weiß und Braun können die Rahmen in jedem Ambiente zu schönen Accessoires werden. Die Rahmen sind in fünf Formaten von 10x15 cm bis 30x40 cm erhältlich.

Die Wohnwelt Classic Chic wird mit dem Holzrahmen „Bozen“ ergänzt, der mit einem schmalen Halbbrundprofil ausgestattet ist und in acht Farbvarianten angeboten wird. Die Serie beinhaltet sieben Formate von 10x15 cm bis 30x40 cm, darunter auch das Urkundenformat DIN A4 21x29,7 cm.



Der Holzrahmen „Bench“ in trendigem Grün passt durch die leichte Patina besonders gut in die Wohnwelt Country Style.



„Bozen“ erweitert die Wohnwelt Classic Chic.

### Neue Farb- und Formatvarianten

Ab sofort ist der Portraitrahmen Chloe, Classic Chic, auch in Silber-Matt erhältlich. Damit ist diese Serie mit schmalen, halbbrunden Profilen in den Farben Silber-Glänzend, Silber-Matt sowie in Gold und Stahl verfügbar. Die Wohnwelten Country Style und Urban Living werden ebenfalls erweitert. In der Holzrahmenserie Fiorito gibt es die vier bislang erhältlichen Farbvarianten auch in den neuen Formaten 18x24 cm und 24x30 cm. Die beiden Rahmenserien Chalet und Bohemian bekommen ebenfalls Zuwachs: Chalet sind in einem schönen Rot-Ton erhältlich, und Bohemian wird in Nussbaum angeboten.

### Herbst-Aktionen

Neben den Sortimentserweiterungen hat walther design auch attraktive Aktionen für den Fachhandel vorbereitet. Im Oktober gibt es drei Aktionspakete mit Rahmen aus unterschiedlichen Materialien und in drei unterschiedlichen Ausführungen.

Das Design-Rahmenpaket „Jardin“, Country Style, beinhaltet Rahmen mit einem breiten, mehrfach gekehlten Polystyrol-Profil in den Farben Schwarz,

Creme, Braun und Grün. Insgesamt werden 88 sortierte Rahmen in den Formaten 13x18, 15x20, 20x30, 30x40 und 40x50 cm geliefert.

In der Serie Urban Living gibt es das Kunststoff-Rahmenpaket „Struktura“ mit insgesamt 110 sortierten Rahmen in den Formaten 10x15 bis 30x40 cm. Das mittelbreite Blockprofil wirkt aufgrund der Holz-Optik in den Farben Weiß, Natur, Hellgrau und Dunkelgrau besonders hochwertig und natürlich. Das Holz-Rahmenpaket „Furnish“, Classic Chic, beinhaltet 95 sortierte Rahmen in fünf Formaten und Farben. Die Holzprofile sind nach innen abfallend, wodurch der Blick auf das Foto gelenkt wird. Die farblich abgesetzte Außenkante harmonisiert mit den unterschiedlichen Profilarben. Die Rahmen



Das Holz-Rahmenpaket „Furnish“, Classic Chic, beinhaltet 95 Rahmen in fünf Formaten und Farben, darunter auch Rot-Weiß.

erscheinen in den Kombinationen Rot-Weiß, Weiß-Grau, Braun-Weiß, Grau-Weiß und Blau-Weiß. Ebenfalls werden die Rahmen in den Formaten von 10x15 – 30x40 cm im Paket geliefert.

### walther design für Weihnachten

Ab November gibt es bei walther design neben Alben und Rahmen auch weihnachtliche Dekorationsartikel, z. B. Adventskalender, Engel und Sterne aus Holz oder Wichtel und Tannenbäume aus Filz. Diese Dekorationsartikel sind in einer begrenzten Anzahl erhältlich.

**Sie sind Journalist?**

Profitieren Sie von hervorragendem Service, Fachinformationen, qualifizierter Beratung, Presseausweis, wirksamem Engagement, Medienversorgung und zahlreichen weiteren Leistungen der Journalistenverbände.

Tel. 040 / 8 99 77 99  
www.journalistenverbaende.de

**Suche gebrauchte Minilabs**

Tel: 0048 604 283868  
Lowim@wp.pl



VIA DA VINCI.dialog GmbH  
Hellgrundweg 109  
22525 Hamburg  
info@kamerareparatur.com  
Telefon: 040/ 84 87 87 87

**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

Viele SW-Laborteile  
z. B. Leitz Focomat IIc abzugeben  
Bei Interesse Teileumfang anfordern  
E-MAIL: phottlabvkf@t-online oder  
Tel. 0711 - 364 362

www.kamerareparatur.com  
Ihr Reparatur-Partner außerhalb  
der Herstellergarantie

Kameras und Objektive von:

- Olympus
- Leica
- Pentax
- Nikon
- Casio
- Samsung
- Panasonic
- Canon
- Sony
- Sigma
- Tokina u. mehr

Ihre Vertragswerkstatt  
für Foto-, Video-,  
TV-, und HiFi-Geräte

Autorisierte Vertragswerkstatt

**Canon**  
**CPS.**

**Panasonic**

**Pioneer**

**SONY**  
Authorized Service Center  
Sony Imaging  
**PRO**  
SUPPORT

**TAMRON**

**GEISLER**

Reparaturservice  
Herbert Geissler GmbH

Lichtensteinstraße 75  
72770 Reutlingen  
+49 (0)7072 9297-0  
info@geissler-service.de  
www.geissler-service.de

**Anzeigenschluss für Kleinanzeigen  
im imaging+foto-contact  
Ausgabe 11/2019  
ist der 17. Oktober 2019.**

Senden Sie uns einfach ein Fax an:  
0 21 02/20 27 49 oder  
eine E-Mail an: b.klumps@cat-verlag.de

**Inserentenverzeichnis**

DNP .....	2. U.
Enjoyyourcamera GmbH .....	27
EVOC Sports GmbH .....	13
Mitsubishi.....	4. U.
Personal- und Kleinanzeigen .....	3. U.

**IMPRESSUM**  
**imaging+foto-contact**

Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und Imagingbranche

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH  
Am Potekamp 20, 40885 Ratingen  
Telefon: 0 21 02/20 27-31  
Fax: 0 21 02/20 27-49  
Online: http://www.foto-contact.de

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

**Redaktion:**  
Thomas Blömer (verantwortlich),  
Barbara Klumps

**Anzeigen:**  
Thomas Blömer (verantwortlich),  
Barbara Klumps  
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste  
Nr. 48 v. 1. Januar 2019

**Gestaltung:** Susanne Blum

**Vertrieb:** Barbara Klumps

**Satz- und Repro:**  
C.A.T.-Publishing Thomas 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.-Publishing Thomas Blömer GmbH  
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen  
für Zeitungen und Zeitschriften.

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

ISSN: 1430-1121

*Hohe Kapazität  
Kompakte Größe  
Benutzerfreundlich*



## Der neue Mitsubishi Electric Fotodrucker CP-M1E. **Satisfaction cubed.**

Ein neues, innovatives und einfaches Medienaustauschsystem kombiniert mit einem Druckvolumen von hoher Kapazität! Dank unserer Rückspulfunktion sind Druckoptionen für mehrere Formate auf einem einzigen Medium verfügbar. All dies mit der traditionellen Zuverlässigkeit von Mitsubishi Electric in einem sehr kompakten Design.

### Benutzerfreundlich



**750**

Ausdrucke  
auf einer  
Papierrolle



**Kompakte  
Größe**

**0.105m<sup>2</sup>**

[m1satisfactioncubed.com](http://m1satisfactioncubed.com)