

imaging+foto ¹⁰ 2020 contact

Fachzeitschrift für die Fotobranche • www.foto-contact.de

Für den Umsatz zu Weihnachten Bildprodukte und Fotogeschenke von CEWE



PIV sieht positive Trends im Imaging-Markt Hoffnung auf ein Feuerwerk

Der Photoindustrie-Verband (PIV) sieht positive Entwicklungen im Imaging-Markt. Im weiteren Jahresverlauf sei von Seiten der Industrie ein Feuerwerk von Neuheiten zu erwarten, heißt es in einer Pressemitteilung. **S.8**

Neue Sofortbildkamera instax Square SQ1 Auch für Männer

Mit der neuen instax Square SQ1 bringt Fujifilm zur Weihnachtssaison eine weitere Sofortbildkamera im beliebten quadratischen Bildformat 62 x 62 mm sowie zwei neue Filme auf den Markt. **S.18**

Die neue Vollformat-Systemkamera Lumix S5 Kompakter als manches G-Modell

Mit der neuen Lumix S5 stellt Panasonic eine neue spiegellose Systemkamera mit Vollformatsensor vor, die den Qualitätsstandards der S-Serie entspricht, aber besonders kompakt konstruiert ist. **S.20**

MEISTERLEHRGANG 2021

ONLINE INFOABEND

Am Photo+Medienforum Kiel laufen trotz der aktuellen Lage zwei Vorbereitungslehrgänge für die Meisterprüfung im Fotografenhandwerk. Komplette im virtuellen Klassenzimmer. Daher bleibt das Angebot natürlich auch für 2021 bestehen. Ob virtuell oder in Kiel vor Ort, unterschieden wird zwischen dem Vollzeit - und dem Teilzeitlehrgang. Was das heißt und wie die Prüfungen laufen, können Interessierte nun in einem kostenlosen Online-Infoabend erfahren.

WANN

Datum 14.10.2020
von 19:00 - 20:00 Uhr

WO

Nach Anmeldung gibt es den Zugangslink zum virtuellen Klassenraum

INHALTE

- Teilzeit oder Vollzeitlehrgang
- Unterrichtsinhalte
- Kosten und Fördermöglichkeiten
- Prüfungsinhalte
- Bewerbungsverfahren

Dieses Angebot steht kostenfrei zur Verfügung!

INFOS

www.meisterlehrgang-fotograf.de
oder www.photomedienforum.de
johanna.bavendiek@photomedienforum.de
0431 57 97 00

Ein Angebot vom

Photo+Medienforum Kiel
Feldstraße 9-11
24105 Kiel
www.photomedienforum.de



PHOTO+MEDIENFORUM KIEL
Aus- und Weiterbildung



(C) PHOTO+MEDIENFORUM KIEL



(C) JENS WAGENER

Die Fotobranche ist so begehrt wie nie

Alle lieben Imaging

Wer die Erkenntnisse der Marktforscher zur Lage auf dem Foto- und Imagingmarkt in diesem Jahr zur Kenntnis nimmt, hat die Wahl: Man kann die vom Photoindustrie-Verband (PIV) verbreiteten Daten des GfK Noon Food Index Panel Markets DE zur Kenntnis nehmen und bei einem Umsatzverlust von fast 20 Prozent von einer Krise sprechen – oder angesichts des im Home Electronics Markt Index (Hemix) berichteten Absturzes des Kameramarktes um 31,3 Prozent im zweiten Quartal das Wort „Katastrophe“ benutzen. Der Beliebtheit der Branche tun solche Zahlen keinen Abbruch: Nicht weniger als drei große Messengesellschaften kämpfen mit harten Bandagen darum, die zukünftige Leitmesse für Foto und Imaging beherbergen zu dürfen.



Thomas Blömer, Verleger

Seitdem die für den Mai dieses Jahres geplante photokina wegen der Corona-Pandemie ausfallen musste, arbeitet die Koelnmesse an einem neuen Konzept, um die traditionelle Leitmesse unserer Branche für 2022 in eine zukunftsfähige Form zu bringen. Im Juni kündigte dann die Messe Hamburg das neue Eventformat „Photopia“ an, das bereits vom 23. bis 26. September 2021 eine

Plattform für Foto, Video, Imaging und Bildkommunikation bieten soll.

Jetzt hat zum Abschluss der IFA 2020 Special Edition auch die Messe Berlin ganz offiziell ihren Hut in den Foto- und Imaging-Ring geworfen. Am 5. September 2020 gab sie ihre Absicht bekannt, das Thema Imaging auf der IFA in Zukunft stärker in den Blickpunkt zu rücken. Dabei soll eine Partnerschaft mit der Berlin Photo Week (BPW) helfen, die bei ihrer Premiere 2019 nach Angaben der Veranstalter mehr als 30.000 Besucher anzog. Die seinerzeit von der Fotoplattform EyeEm initiierte Veranstaltung geht jetzt wohl in die Regie des Imaging Media Houses über, das in den letzten Jahren eine interessante Kombination von Fachmedien unter einem Dach versammelt hat, darunter PhotoPresse, PhotoPro, Chip Foto Video, PhotoWeekly, photoscala.de, digitalkamera.de, etc.

Wie genau die Kooperation der BPW mit der IFA aussehen wird, ist

noch nicht bekannt. Bisher wurde lediglich angekündigt, die Berlin Photo Week werde einige Tage vor der IFA 2021 beginnen und sich mit der Großmesse um einen Tag überschneiden, damit Fachbesucher die Möglichkeit haben, an beiden Veranstaltungen teilzunehmen.

Es ist erfreulich, dass unsere Branche zumindest von großen Messengesellschaften als so innovativ wahrgenommen wird, dass man ihr gerne eine Plattform bieten möchte. Die Hängepartie, die sich im Moment abzeichnet, hilft allerdings niemandem, sondern könnte zu einer Zersplitterung der Kräfte führen, obwohl in der derzeit schwierigen Lage eine Bündelung wünschenswerter wäre.

Eine besonders wichtige Spielfigur auf dem Imaging-Schachbrett hat sich bislang noch gar nicht positioniert: Der Photoindustrie-Verband, der als ideeller Träger der photokina eine Schlüsselrolle in der globalen Messelandschaft spielt, schweigt sich, zumindest offiziell, zur zukünftigen Messepolitik aus. Das sollte sich schnell ändern. Hersteller, Dienstleister, der Fotohandel und nicht zuletzt die Messengesellschaften brauchen klare Aussagen, wie der federführende Verband unserer Branche die Messelandschaft gestalten will.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Bildprodukte und Fotogeschenke von Cewe
Für den Umsatz zu Weihnachten 12

Editorial

Die Fotobranche ist so begehrt wie nie
Alle lieben Imaging 3

Wichtiges aus foto-contact.de 7, 17

Verbände

PIV sieht positive Trends im Imaging Markt
Hoffnung auf ein Feuerwerk. 8

Internationale Messen • Kongresse • Events

Zuversicht auf der IFA 2020 Special Edition
Signal für den Aufschwung 6

Grünes Licht für die Photo+Adventure 2020
Zeltstadt in Duisburg 30

Neuheiten

Neue Sofortbildkamera instax Square SQ1
Auch für Männer. 18

Die neue Vollformat-Systemkamera Lumix S5
Kompakter als manches G-Modell 20

Die neue Alpha 7C von Sony
Kein großes Ding 22

HDE und Google verbünden sich für Digitalisierungsprogramm Initiative ZukunftHandel



Der Handelsverband Deutschland (HDE) und Google wollen gemeinsam mit weiteren Partnern, darunter eBay und Media Markt Saturn, ein breit angelegtes Digitalisierungsprogramm für den Einzelhandel anbieten. Die Initiative ZukunftHandel ist als Paket aus Instrumenten und Trainings konzipiert, das die teilnehmenden Unternehmen Schritt für Schritt vom klassischen Ladengeschäft (offline) hin zu einem hybriden Betrieb (offline und online) begleiten soll. Zielsetzung sei außerdem, das stationäre Geschäft mit Hilfe von Online-Tools zu stärken und zukunftsfähig zu machen, erklärte der HDE in einer Pressemitteilung. Im Fokus der Initiative sollen kleine Handelsbetriebe und Ladenbesitzer stehen. **Seite 10**

HANDEL

Bildprodukte und Fotogeschenke von Cewe Für den Umsatz zu Weihnachten



Während die Nachfrage nach Kameras durch die Corona-Krise spürbar beeinträchtigt wurde, hat der Umsatz im Segment Fotofinishing in diesem Jahr sogar zugelegt. Mit einem breiten Sortiment und neuen Ideen gibt Marktführer Cewe dem Fotohandel Gelegenheit, im Weihnachtsgeschäft einen Teil der Umsatzverluste im Hardware-Bereich durch wertschöpfungsstarke Bildprodukte wie Fotobücher, Kalender und Fotogeschenke auszugleichen. Dafür sind auch in diesem Jahr wieder massive Werbemaßnahmen geplant. **Seite 12**

ZUM TITELBILD

Neue Sofortbildkamera instax Square SQ1 Auch für Männer



Mit der neuen instax Square SQ1 bringt Fujifilm zur Weihnachtssaison eine weitere Sofortbildkamera im beliebten quadratischen Bildformat 62 x 62 mm sowie zwei neue Filme auf den Markt. Die in modernem, minimalistischem Design gehaltene Nachfolgerin der instax Square SQ6 wird im Fujifilm-Sortiment ab Anfang Oktober in den drei aktuellen Trendfarben Chalk White, Glacier Blue und Terracotta Orange an die Seite der instax Square SQ20 treten. **Seite 18**

Die neue Vollformat-Systemkamera Lumix S5 Kompakter als manches G-Modell



Mit der neuen Lumix S5 stellt Panasonic eine neue spiegellose Systemkamera mit Vollformatsensor vor, die den Qualitätsstandards der S-Serie entspricht, aber besonders kompakt konstruiert ist. Der 24 Megapixel Vollformatsensor erzeugt mit Hilfe der aus der Lumix S1H bekannten Dual-Native-ISO Technologie rauscharme Bilder mit großem Dynamikumfang und bietet mit einem Empfindlichkeitsbereich von ISO 100 bis 51.200 viel Spielraum für praktisch alle Lichtverhältnisse. Dabei ist das Magnesiumgehäuse der neuen Kamera kleiner und leichter als das der Lumix GH5 mit MFT-Sensor. **Seite 20**

NEUHEITEN

Die neue Alpha 7C von Sony Kein großes Ding



Mit der Alpha 7C stellt Sony ein besonders kompaktes Vollformat-Modell vor, das zusammen mit dem ebenfalls neuen FE 28-60 Millimeter Zoomobjektiv nichts weniger darstellt als das derzeit kleinste und leichteste Vollformat-Kerasystem der Welt. Dazu passt der neue, kompakte Blitz HVL-F28RM, der mit der Gesichtserkennung der Kamera zusammenarbeitet, um die Lichtleistung präzise zu steuern. **Seite 22**

Cewe Marketing Vorstand Thomas Mehls „Das Jahr der anderen Geschichten“



Thomas Mehls

Die Weihnachtszeit ist für Cewe und seine Handelspartner die wichtigste Saison im Jahr. imaging+foto-contact hat mit Marketing Vorstand Thomas Mehls darüber gesprochen, was der Marktführer von der diesjährigen Saison erwartet und welche Aktivitäten geplant sind. **Seite 15**

Vecnos ultrakompakte 360°-Kamera Iqui Leider nur bei Amazon



Sie ist elegant und nur so groß wie ein Stift: Mit der Iqui 360°-Kamera will Vecnos, das von Ricoh aus-gegründete Startup, nach eigener Aussage nichts weniger erreichen, als den Anwender zum Mittelpunkt des Universums zu machen und das Selfie neu zu erfinden. Wer dabei sein will, muss die Neuheit für 329 Euro auf amazon.de (UVP) bestellen. Denn andere Vertriebswege sind derzeit nicht vorgesehen. **Seite 24**

PIV sieht positive Trends im Imaging Markt Hoffnung auf ein Feuerwerk



Der Photoindustrie-Verband (PIV) hat eine Pressemitteilung zur Entwicklung des Imaging-Marktes im ersten Halbjahr herausgegeben. Darin heißt es, die Lust der Deutschen am Fotografieren sei trotz der anhaltenden

Covid-19-Pandemie ungebrochen, auch wenn die Konsumenten im ersten Halbjahr 2020 auf die großen Foto-Anlässe wie Hochzeiten, Partys oder Sommerurlaube verzichten mussten. Das habe zwar die Nachfrage nach Kameras und Zubehör beeinträchtigt, aber es gebe auch positive Entwicklungen, betonte der PIV. **Seite 8**

Partnerschaft von Fotocenter Berlin und Fujifilm Wonder Photo Shop in Berlin



Seit der Eröffnung des ersten Wonder Photo Shops in Tokio im Jahr 2014 hat Fujifilm die Idee, in trendigen Geschäften den Hardware-Verkauf mit Dienstleistungen zu verbinden und den Kunden Raum für ihre eigene Kreativität zu bieten, stetig weiterentwickelt. Inzwischen gibt es über 100 solcher Shops in 28 Ländern. In die Reihe der Wonder Photo Shop Standorte, die Metropolen wie Barcelona und New York City einschließt, reiht sich nun Berlin ein. **Seite 26**

INTERVIEW

Vecnos ultrakompakte 360°-Kamera Iqui Leider nur bei Amazon	24
Neue Nikkor-Z-Objektive von Nikon Zwei Lichtstarke	28
Leichte 8x10" Großformatkamera nun verstellbar Die neue Chamonix	29

Interview

Cewe Marketing Vorstand Thomas Mehls „Das Jahr der anderen Geschichten“	15
--	----

Handel

HDE und Google verbünden sich für Digitalisierungsprogramm Initiative ZukunftHandel	10
Partnerschaft von Fotocenter Berlin und Fujifilm Wonder Photo Shop in Berlin	26

NEUHEITEN

Impressum	31
---------------------	----

Klein-

und Personalanzeigen	31
--------------------------------	----

VERBAND

Immer aktuell:



HANDEL

Zuversicht auf der IFA 2020 Special Edition

Signal für den Aufschwung

Unter strengen Gesundheits- und Sicherheitsauflagen brachte die IFA 2020 Special Edition vom 3. bis 5. September erstmalig nach Beginn der Corona-Pandemie globale Marken digitaler Consumer Technologien mit Medien und dem Handel zusammen – in Berlin und online im Xtended Space. Jetzt blicken die Verantwortlichen mit Zuversicht auf das Jahr 2021, in dem die IFA wieder in vollem Umfang stattfinden soll. Dann soll eine neue Kooperation mit der Berlin Photo Week die Themen Foto und Imaging in Berlin präsen- ter machen.

Wegen der Corona-Pandemie war die Teilnehmerzahl der IFA 2020 Special Edition von vornherein begrenzt. Insgesamt trafen sich nach Angaben der Messe Berlin 6.100 Teilnehmer in den Ausstellungsbereichen IFA Global Press Conference, IFA Next meets Shift Mobility sowie den IFA Business-, Retail- und Meeting-Lounges; fast 150 Unternehmen präsentierten ihre Produkte und Innovationen. Und die fanden ihren Weg in die Öffentlichkeit: Führende Medien waren in Berlin vertreten, und Bild Online berichtete dreimal an jedem Messetag live



Kai Hillebrandt, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu Consumer & Home Electronics (links) und Jens Heithecker, IFA Executive Director waren trotz der Umstände zu Recht guter Stimmung: Die IFA 2020 Special Edition hat ihre Aufgabe gut erfüllt.

über die IFA-Neuheiten. Weitere 1.350 virtuelle Ausstellerpräsentationen waren und sind im IFA Xtended Space und im IFA Virtual Market Place online abrufbar. Auf dieser Plattform, die bis kurz vor der IFA 2021 online geöffnet bleiben soll, verfolgten bis zum letzten Veranstaltungstag mehr als 78.000 Menschen die Keynotes, Pressekonferenzen, Podiumsdiskussionen und Produktvorführungen.

„Die IFA 2020 Special Edition hat uns die beeindruckende Kraft von Innovation demonstriert“, sagte Dr. Christian Göke, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin. „Sie hat uns dabei auch gezeigt, dass die Welt diese persönlichen Begegnungen zwischen Industrie, Handel, Verbrauchern und Medien braucht.“

„Die IFA 2020 Special Edition hat ein

wichtiges Signal gesendet: „Tech is Back“, fügte Jens Heithecker, IFA Executive Director hinzu. „Der Aufschwung und die Erholung der Branche beginnen hier und jetzt. Selbstverständlich mussten wir die Teilnehmerzahlen auf der diesjährigen IFA 2020 Special Edition niedrig halten, aber sie zeigte das große Interesse aller, sich persönlich zu treffen, und sie bringt uns auf den richtigen Weg für eine starke IFA 2021 in vollem Umfang.“

Aufgabe „perfekt erfüllt“

Heithecker zeigte sich besonders erfreut darüber, dass 60 Prozent der Ausstellungsfläche für die nächste IFA bereits gebucht sind: „Noch nie zuvor hatten wir so früh, so weit vor Beginn der IFA, ein so großes Interesse.“

Für die Industrie lobte Kai Hillebrandt,

Aufsichtsratsvorsitzender der gfu Consumer & Home Electronics, die Veranstaltung: „Zu allererst gebührt mein Dank unserem Partner Messe Berlin für die Konzeption und Durchführung der IFA 2020 Special Edition. Für die weltweiten Märkte hat die IFA zum richtigen Zeitpunkt im Vorfeld der umsatzstärksten Zeit als Innovationsplattform

mit zahlreichen Neuheiten-Präsentationen wichtige Impulse gesetzt. Unser Ziel für die IFA 2021 wird sein, die traditionellen Stärken der IFA, viele Innovationen mit noch mehr Menschen an einem Platz zusammenzubringen, mit den Erfahrungen der IFA 2020 Special Edition zu einem robusten Zukunftsformat zu verbinden.“

Mehr Imaging im nächsten Jahr

2021 sollen die Themen Foto und Imaging auf der IFA eine größere Rolle spielen als bisher. „Imaging hat sich als bedeutender Trend in unserem Leben etabliert, der weit über das Privatleben hinausgeht“, erklärte Heithecker. „In der Medizintechnik, beim autonomen Fahren, in der KI und in vielen anderen Bereichen spielt Imaging bereits eine zentrale Rolle.“

Deshalb soll eine neue Kooperation der Messe Berlin mit der Berlin Photo Week (BPW), die sich als Eventformat „für alle, die Fotos lieben“ versteht, das Thema auf der IFA stärker als bisher in den Blickpunkt rücken. „In ihrer Mischung aus Foto-Aktionen, Community-Erlebnis, Inspiration durch Kunst und Kultur, die Schaffung unwiederbringlicher Momente, der Nutzung von Partnerschaften weit über die Fotografie hinaus und ihrer mediale Präsenz, ist die BPW das Eventformat, das die Imagingbranche ins Zentrum der gesellschaftlichen Wahrnehmung bringen soll“, sagte Wolfgang Heinen von der Berlin Photo Week.

Bei ihrer Premiere 2019 zog die Berlin Photo Week nach Angaben der Veranstalter mehr als 30.000 Besucher an, überwiegend junge Fotoenthusiasten, Smartphone-Nutzer, Spiegelreflex-Fans sowie Profis. Im Jahr 2021 soll die Berlin Photo Week vor der IFA beginnen und bis zum ersten Tag (einschließlich) der High-Tech-Messe dauern, damit die Teilnehmer beide Veranstaltungen besuchen können.



Nach Ansicht von Wolfgang Heinen ist die Berlin Photo Week „das Eventformat, das die Imagingbranche ins Zentrum der gesellschaftlichen Wahrnehmung bringen soll“.

Neuer Termin für CES 2021

Der Termin für die CES 2021, die ursprünglich vom 6. bis 9. Januar 2021 in Las Vegas stattfinden sollte, ist jetzt auf den 11. bis 14. Januar 2021 festgelegt worden.



Hans Vestberg

Bereits Ende

Juli hatte der organisierende Verband, die Consumer Technology Association CTA, angekündigt, die Messe als vollständig digitales Ereignis durchzuführen. Am 11. Januar soll das virtuelle Ereignis mit einem ausschließlich den Medien vorbehaltenen Pressetag beginnen, bevor an den folgenden drei Tagen ein umfangreiches Programm von Produktvorstellungen, Technologie-Präsentationen und Vorträgen online zugänglich sein wird.

Zudem hat die CTA bekanntgegeben, dass Hans Vestberg, Vorstandsvorsitzender des Telekommunikationsunternehmens Verizon, die Eröffnungkeynote zur CES 2021 halten wird. Dabei will der Manager die Rolle von 5G als Basistechnologie für das 21. Jahrhundert erläutern und darstellen, wie in Zukunft die weltweite Gemeinschaft durch Datenkommunikation in Echtzeit weiter zusammenwachsen kann. Dabei soll es auch um Themen wie Telemedizin und Teleausbildung gehen.

PIV sieht positive Trends im Imaging-Markt

Hoffnung auf ein Feuerwerk

Der Photoindustrie-Verband (PIV) hat eine Pressemitteilung zur Entwicklung des Imaging-Marktes im ersten Halbjahr herausgegeben. Darin heißt, es, die Lust der Deutschen am Fotografieren sei trotz der anhaltenden Covid-19-Pandemie ungebrochen, auch wenn die Konsumenten im ersten Halbjahr 2020 auf die großen Foto-Anlässe wie Hochzeiten, Partys oder Sommerurlaube verzichten mussten. Das habe zwar die Nachfrage nach Kameras und Zubehör beeinträchtigt, aber es gebe auch positive Entwicklungen, betonte der PIV.

So ist der Verkauf von Foto- und Imaging-Produkten gemäß dem GfK Non Food Index Panelmarket DE im ersten Halbjahr im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in der Menge (-24 Prozent) und im Wert (-19 Prozent) zurückgegangen, zeigt aber nach Angaben des PIV in einzelnen Segmenten auch deutliche Wachstumsraten. Der Fotofachhandel habe seinen Marktanteil weiter steigern können, betonte der Verband. Insbesondere die zunehmende Bedeutung von modernen, videobasierten Content Creators eröffne der Industrie neue, gewinnbringende Felder, erklärte



Kameras und Zubehör für Videofilmer sind für den Photoindustrie-Verband ein wichtiges Wachstumssegment.

der PIV. So Sorge die positive Entwicklung von speziellen Vlogging-Kameras und entsprechendem Zubehör für steigenden Absatz bei den Herstellern. Ein weiterer anwachsender Sektor, der besonders vom Covid-19-Lockdown und damit von den Schul- und Kita-Schließungen profitiert habe, sei der Markt der Digitalkameras für Kinder. Die Nachfrage nach diesen

robusten Aufnahmegeräten sei im ersten Halbjahr 2020 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 65 Prozent im Wert und um 79 Prozent im Absatz gewachsen, betonte der Verband.

Impulse durch Video

Neben der positiven Marktentwicklung bei spiegellosen Vollformatkameras erwartet der PIV im Verlauf des Jahres weitere Impulse vom Video-Bereich. Das Bewegtbild gewinne bei vielen Anwendern weiter an Bedeutung, erklärte der Verband. Deshalb seien entsprechende Aufnahmegeräte und Zubehör gefragter denn je. Dazu zählen laut PIV z. B. Video Rigs, die gemeinsam mit Stativen im ersten Halbjahr für einen Gesamtmarktwert von rund 18

Der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbands, Kai Hillebrandt, ist davon überzeugt, dass die Verbraucher weiterhin Wert auf eine qualifizierte Beratung legen.



Millionen Euro gesorgt hätten. Auch Lifestyle-Trendprodukte wie Sofortbildkameras (+33 Prozent zum vergleichbaren Vorjahresabsatz) sowie Mini-Fotodrucker seien weiterhin auf Erfolgskurs, fügte der PIV hinzu.

Laut dem GfK Handelspanel seien auch Drohnen sowohl beim Absatz (+39,6 Prozent) als auch beim Umsatz (+33,7 Prozent) nach wie vor wichtige Umsatztreiber.

Für den weiteren Jahresverlauf verspreche die Fotoindustrie „ein Feuerwerk von innovativen Produktneuheiten“, versprach der PIV. Die Einführungs-terminen hätten sich aufgrund der Pandemie sowie fehlender Messen und Festivals zwar leicht verschoben, der Fotofachhandel dürfe sich aber dennoch über zahlreiche und wichtige Kaufimpulse seitens der Industrie freuen.

Fachhandel gewinnt Anteile

Trotz der behördlich angeordneten Schließungen im Frühjahr habe der Fotofachhandel mit E-Commerce-Aktivitäten bei den Kunden punkten und sich damit einen Marktanteil von 50 Prozent bei Kameraverkäufen im März sichern können, berichtete der PIV. „Die Kunden wussten besonders zu schätzen, dass sie auch ohne den Gang in den Laden gewohnt gut beraten wurden und den Kauf letztendlich über den Online-Shop des Fotohändlers abschließen konnten“, sagte der Vorstandsvorsitzende des Photoindustrie-Verbands (PIV), Kai Hillebrand. „Das zeigt uns, dass die Verbraucher weiterhin Wert auf eine qualifizierte Beratung legen.“

Auch die Bilddienstleister haben laut PIV nach dem zweiten Quartal 2020

ein positives Fazit gezogen: So habe insbesondere das Geschäftsfeld Foto-finishing bei vielen Anbietern vom sogenannten „Stay-at-home“-Effekt profitiert, weil Foto-Erinnerungen und -Geschenke in Zeiten von Kontaktbeschränkungen ein wichtiger emotionaler Anker für die Menschen seien, erklärte der PIV. Es sei davon auszugehen, dass auch das anstehende Weihnachtsgeschäft von dieser positiven Entwicklung profitieren könne.

Sowohl der andauernde Erfolg der Anbieter von Fotobüchern und Fotomehrwertprodukten als auch die steigende Nachfrage nach höherwertigen Kameras und Objektiven sowie nach Video-Ausrüstungen bestätigten die positiven Trends der Imaging-Industrie, stellte der PIV am Ende der Pressemitteilung fest.

DAS PREMIUM-KIOSK

• FT23000 Kiosk Terminal:

- 23 Zoll Multitouch Terminal inkl. Silverlab Kiosk Bestellsoftware
- Offenes System, Ansteuerung aller Drucker (Thermosublimation und Inkjet)
- Minilabansteuerung optional über Admin Software**, inkl. Laboranbindung
- Datenaufnahme über alle Speichermedien, Smartphones (Kabel, Airprint, WIFI...)
- Bestellmöglichkeit von zu Hause über Kiosk@Home und Kiosk@Web **

• SureLab D800 InkJet Drucker:

- Hohe Druckqualität durch innovative Druck und Tintentechnologie
- Großer Farbraum und Langlebigkeit durch 6 UltraChrome Tinten
- Bilder in Studioqualität in Formaten 9x13 bis 21x100 cm
- Langlebiger Druckkopf (200.000 Prints im Format 10x15)
- Günstige Druckkosten (ab 8 Cent für 10x15)

* Bei einer Laufzeit von 36 Monaten

** zusätzliche Software nötig

**SureLab SL-D800
inkl. 3 Jahre
CoverPlus Paket**

Leasingrate

nur 149* €

**AUTHORISED
PARTNER 2020**

EPSON®
EXCEED YOUR VISION

silverlab®
solutions GmbH

Weitere Informationen erhalten Sie unter:
Telefon: +49 (0) 8 51 / 85 16 85-34
Email: info@silverlab-solutions.de



Gemeinsam mit Google und weiteren Partnern will der HDE auch kleinen Handelsbetrieben und Ladenbesitzern digitalen Schwung geben.

HDE und Google verbünden sich für Digitalisierungsprogramm

Der Handelsverband Deutschland (HDE) und Google wollen gemeinsam mit weiteren Partnern, darunter eBay und Media Markt Saturn, ein breit angelegtes Digitalisierungsprogramm für den Einzelhandel anbieten. Die Initiative ZukunftHandel ist als Paket aus Instrumenten und Trainings konzipiert, das die teilnehmenden Unternehmen Schritt für Schritt vom klassischen Ladengeschäft (offline) hin zu einem hybriden Betrieb (offline und online) begleiten soll. Zielsetzung sei außerdem, das stationäre Geschäft mit Hilfe von Online-Tools zu stärken und zukunftsfähig zu machen, erklärte der HDE in einer Pressemitteilung. Im Fokus der Initiative sollen kleine Handelsbetriebe und Ladenbesitzer stehen.

Initiative ZukunftHandel

Denn dieser Zielgruppe stünden beim Aufbau einer eigenen Webseite oder eines eCommerce Angebotes oft fehlende Zeit oder mangelndes Know-How im Weg, erklärte der HDE. Das Angebot der Initiative ZukunftHandel könne ohne große monetäre oder zeitliche Investitionen wahrgenommen werden und stehe allen Interessenten zur Verfügung. Der neue ZukunftHandel-Award, den der HDE und Google ausrufen, soll positive Beispiele in sechs Kategorien hervorheben. Weitere Partner der Initiative sind DHL, eBay, IFH, jtl-Software, Shopware, Jimdo, Ionos, bonprix, Signal Iduna und Media Markt Saturn.

„Der Einzelhandel bildet das Fundament unserer Innenstädte und leistet einen essentiellen Beitrag zum gesellschaftlichen Zusammenhalt, auch als wichtiger Arbeitgeber und Ausbilder“,

sagte Stephan Tromp, stellvertretender Hauptgeschäftsführer des Handelsverbands Deutschland. „Lokale Einzelhändler in den Innenstädten fit für die Zukunft zu machen, liegt folglich im gesamtgesellschaftlichen Interesse. Die Händler brauchen dabei gerade in der aktuellen Krise Angebote, die dabei helfen, sich ohne allzu großen Aufwand zu digitalisieren.“

„Wir möchten die Digitalisierung des deutschen Einzelhandels überall unterstützen“, ergänzte Philipp Justus, Geschäftsführer der Google Deutschland GmbH. „Eine digitale Präsenz hilft allen Handelsbetrieben dabei, das eigene Geschäft zu verbreitern und bei der nächsten Krise besser aufgestellt zu sein, dem kleinen Buchhändler und dem Späti um die Ecke ebenso wie größeren Drogeriemärkten oder Modegeschäften. ZukunftHandel trägt dem Rechnung, die Angebote

sind einfach, passgenau und ohne größere Investitionen umsetzbar.“

Verschiedene Instrumente

Die Initiative ZukunftHandel beinhaltet verschiedene Instrumente und Trainings, die auf den Erfahrungsstand des jeweiligen Unternehmens zugeschnitten sind. Dazu zählen unter anderem:

- Eine professionelle Unternehmenswebseite nebst Onlineshop in Zusammenarbeit mit Iomos 1&1 und Jimdo
- 1x1 Starter-Paket von Google, eine Schritt-für-Schritt-Anleitung zu Aufbau und Erweiterung des Onlinegeschäfts
- Passgenaue Online-Trainings u. a. zu Online-Sicherheit (mit TÜV SÜD), Zertifizierungs-Kurse zu Online-Marketing (Google Zukunftswerkstatt) sowie Einstiegskurse in das Thema „Künstliche Intelligenz“
- Neue, einfache Funktionen für Einzelhändler in der Google Suche und Maps, z. B. Neuerungen, wie Lieferdienste oder neue Produkte kommunizieren, direkte Online-Buchung von Offline-Dienstleistung, kostenlose Werbemittel und verstärkte Hinweise auf Einkaufsmöglichkeiten „in der Nähe“
- Kostenlose Daten- und Diagnosetools für Einzelhändler, um bestehende Webseiten zur Steigerung des Umsatzes zu verbessern
- 27 Kurse mit Fokus auf den Handel, davon sieben speziell für KMUs

sowie über 70 bestehende Kurse zu digitaler betrieblicher Weiterbildung (u.a. mit Partnern wie HDE, TÜV Süd, New Work SE)

- Telefonische Beratung und Unterstützung über eigene ZukunftHandel-Hotline

Im ersten Schritt werden über 250.000 Einzelhandelsbetriebe postalisch über die Initiative und Teilnahmemöglichkeiten informiert. Es folgen dedizierte Trainings für Händler im Rahmen der Zukunftstage Handel. Zusätzlich wird die Initiative u. a. im TV, auf YouTube und über das Netzwerk des HDE bekannt gemacht.

Neuer Award

Mit dem neuen ZukunftHandel-Award wollen die Partner HDE und Google Handelsunternehmen auszeichnen, die sich in der Corona-Krise mit mutigen oder ungewöhnlichen Ansätzen hervorgetan haben. Die Preise werden in den sechs Kategorien Gründergeist, Netzwerker, Umweltretter, Onlinekönner, Marktplatzmacher und Durchstarter (Sonderpreis: Covid-19) vergeben; Interessierte können sich ab sofort über die Webseite initiativezukunftshandel.de bewerben. Die Preisverleihung findet im Rahmen des HDE-Handelskongresses am 18./19. November statt. Die Gewinner erhalten ein Zertifikat und werden auf einer eigenen Webseite des ZukunftHandel-Award vorgestellt.

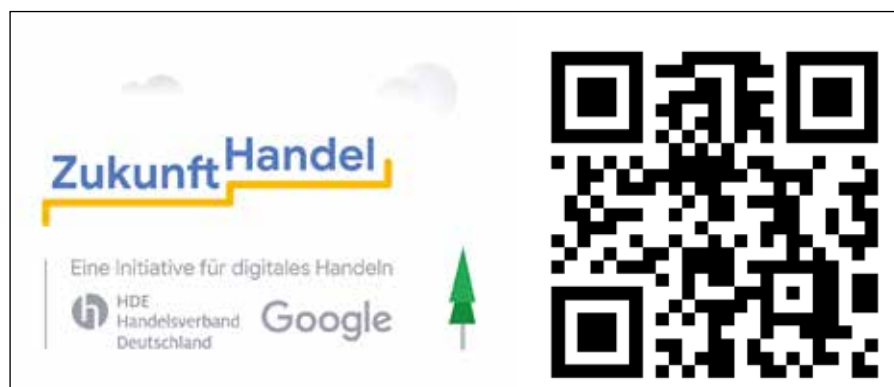
HDE-Konsumbarometer im September

Die Stimmung der Verbraucher erholt sich weiterhin nur sehr langsam von den Auswirkungen der Corona-Krise. Das zeigte das HDE-Konsumbarometer im September. Demnach zeige der Trend zwar wie schon in den vergangenen Monaten nach oben, es gehe nur in kleinen Schritten aufwärts, erklärte der Verband. Die Verbraucherstimmung habe sich zwar im Vergleich zu den Krisenmonaten März bis Mai deutlich erholt, aktuell fehle dem Trend allerdings die Dynamik für weitere spürbare Ausschläge nach oben. Die eher abwartende Haltung der Verbraucher führte der HDE auch auf die wieder angestiegenen Corona-Infektionszahlen zurück.

Die Sorge um die eigene finanzielle Situation geht bei den Konsumenten aber offensichtlich zurück. So steigt laut HDE-Konsumbarometer die Anschaffungsneigung, bleibt allerdings weiter unter dem Vorjahreswert. Die Auswirkungen der Mehrwertsteuersenkung erscheinen bisher eher als gering. Positiv gestimmt sind die Verbraucher mit Blick auf die Entwicklung ihrer Einkommen, planen aber häufig mit erhöhten Spareinlagen und wollen ihr Geld nicht nur für den Konsum nutzen. Die zunehmende Sparneigung zeige, dass es vielen Menschen in diesen Krisenzeiten auch um den Aufbau von Risikoversorge gehe, erklärte der HDE.

Das Konsumbarometer zeigt, dass der private Konsum angesichts des positiven Trends zur gesamtwirtschaftlichen Erholung beitragen kann. Da der Arbeitsmarkt sich derzeit nicht weiter verschlechtert, rechnet der HDE mit einem Anhalten der moderaten Wachstumsimpulse für den privaten Verbrauch.

Das HDE-Konsumbarometer erscheint monatlich und basiert auf einer Umfrage unter 2.000 Personen zur Anschaffungsneigung, Sparneigung, finanziellen Situation und anderen konsumrelevanten Faktoren. Es bildet nicht das aktuelle Verbraucherverhalten ab, sondern gibt einen Ausblick auf die Stimmung, die in den kommenden drei Monaten zu erwarten ist.



Auf der Webseite g.co/zukunftshandel gibt es Informationen über die neue Initiative.

Bildprodukte und Fotogeschenke von Cewe



Neue Buchvorlagen zum Thema Jahrbuch sollen die Kunden auch im Corona-Jahr motivieren, ihre Erinnerungen in einem Cewe Fotobuch festzuhalten.

Für den Umsatz zu Weihnachten

Während die Nachfrage nach Kameras durch die Corona-Krise spürbar beeinträchtigt wurde, hat der Umsatz im Segment Fotofinishing in diesem Jahr sogar zugelegt. Mit einem breiten Sortiment und neuen Ideen gibt Marktführer Cewe dem Fotohandel Gelegenheit, im Weihnachtsgeschäft einen Teil der Umsatzverluste im Hardware-Bereich durch wertschöpfungsstarke Bildprodukte wie Fotobücher, Kalender und Fotogeschenke auszugleichen. Dafür sind auch in diesem Jahr wieder massive Werbemaßnahmen geplant.

Während des Lockdowns hat Cewe in den Monaten April, Mai und Juni eine deutliche Zunahme der Nachfrage nach Bildprodukten verzeichnet. Ganz offensichtlich nutzten die Kunden die zusätzlich zu Hause verbrachte Zeit, um sich mit ihren Erinnerungen zu beschäftigen. So legte der Absatz von Cewe Fotobüchern im zweiten Quartal um 11,1 Prozent auf 1,37 Mio. Stück zu.

Dabei ist traditionell das vierte Quartal mit dem Weihnachtsgeschäft für den Geschäftsbereich Fotofinishing von Cewe die wichtigste Zeit im Jahr. So wuchs 2019 in dieser Periode der Umsatz um 15 Prozent auf 251,1 Mio. Euro. Dass es eine besondere Herausforderung ist, auch in diesem Jahr ähnlich erfolgreich zu sein, ist den Verantwortlichen sehr bewusst. Denn viele Anlässe, ein Cewe Fotobuch zu gestalten und zu bestellen, sind in diesem Jahr ausgefallen, weil Urlaube und Familienfeste dem Virus zum Opfer fielen.

Das Jahrbuch als Geschenkidee

Deshalb stellt Cewe in diesem Jahr neue Buchvorlagen zum Thema Jahrbuch bereit, denn auch 2020 hat es für viele Menschen zahlreiche Erlebnisse gegeben, die es Wert sind, in Erinnerung behalten zu werden. Die Vorlagen sind mit Design-Elementen wie Seitenlayouts, Hintergründen und Cliparts schon so vorgestaltet, dass die Kunden nur noch ihre Fotos und Texte einfügen müssen. Natürlich können sie das Erscheinungsbild nach ihrem Geschmack verändern oder auch mit komplett leeren Seiten beginnen, um ihre eigene Kreativität walten zu lassen.

Wie beim Cewe Fotobuch gewohnt,

stehen zahlreiche unterschiedliche Papierqualitäten und Einbände sowie individuelle Veredelungen zur Verfügung. So können z. B. auf dem Hardcover ausgewählte Elemente und Schriften spür- und sichtbar mit Effektlack, Silber-, Gold- oder Roségoldveredelung in Szene gesetzt werden. Für besondere Anlässe kann das Cewe Fotobuch auch als Jahrbuch in den Formaten XL und XXL Panorama bestellt und mit hochwertigen Einbänden aus Leder und Leinen versehen werden. So wird es für viele Jahre zum Blickfang im Bücherregal.

Weihnachtszeit – Kalenderzeit

Nicht nur das Cewe Fotobuch, sondern auch Cewe Kalender liegen immer häufiger unter deutschen Weihnachtsbäumen. Dabei beginnt die Kalendersaison eigentlich schon vorher, denn Adventskalender von Cewe sind bereits seit Jahren ein Wachstumsthema, das der Bilddienstleister in diesem Jahr mit neuen Ideen befeuert. So gibt es für den Premium-Adventskalender mit den beliebten Ferrero Spezialitäten in diesem Jahr eine Innovation in Sachen Nachhaltigkeit: Erstmals setzt Cewe bei einer Variante anstelle des üblichen Plastik-Innenteils ein Element aus Kartoffelstärke ein, das zu 100 Prozent biologisch abbaubar ist und z. B.



In diesem Jahr müssen sich die Kunden nicht zwischen einem Adventskalender mit Fotos und einem mit Süßigkeiten entscheiden, sondern können auch beide miteinander kombinieren.

in der braunen Tonne entsorgt werden kann. Es ist nicht nur umweltschonender, sondern auch deutlich wertiger als der herkömmliche Plastik-Bliester. Ganz ohne Kunststoffe geht es aber auch bei dieser Adventskalender-Variante nicht, denn das Lebensmittelrecht fordert einen besonderen Schutz der Schokolade, so dass die einzelnen Pralinen ebenso wie der ganze Kalender mit Folie eingepackt sein müssen.

Ebenfalls neu unter den Adventskalendern ist eine Variante, in der hinter jedem Türchen nicht nur eine Schokolleckerei von Kinder steckt, sondern auch ein Foto. Wer zusätzlich mit Spiel und Spaß beschenken will, kann auch auf eine Version mit Überraschungseiern zurückgreifen, und wer es ganz persönlich mag, wird den Cewe Adventskalender zum Selbstbefüllen zu schätzen wissen. Wichtig für den Fotohandel: Als „Ein-Bild-Produkte“ können die Adventskalender auch ganz unkompliziert direkt an der Cewe Fotostation bestellt werden. Nach der Advents- und Weihnachts-

Den Ferrero-Adventskalender von Cewe gibt es jetzt auch mit einem Innenteil, der aus Kartoffelstärke gefertigt und zu 100 Prozent biologisch abbaubar ist.



Bilddienstleistungen

zeit kommt bekanntlich Neujahr, und deshalb werden zu Weihnachten auch viele Cewe Fotokalender bestellt, die es in zahlreichen Varianten gibt. Besonders wertschöpfungsstark sind die Premium-Kalender, die eigentlich den Eindruck eines monatlich wechselnden Wandbildes vermitteln. Neu im Cewe Sortiment sind Holzleisten für den A4-Kalender. Sie werden einfach auf die Spiralbindung gesetzt, um die Optik moderner und edler zu gestalten. Dabei setzt Cewe FSC-zertifiziertes Eichenholz ein, das in den Farben Weiß, Schwarz und Natur erhältlich

Mit einer Holzleiste, die einfach auf die Spiralbindung gesetzt wird, erhalten die A4-Kalender einen modernen, hochwertigen Look.



Bei den Wandkalendern gewinnt das Premium-Segment weiter an Bedeutung. Die eindrucksvollen A2-Kalender können jetzt auch mit Goldveredelung bestellt werden.

lich ist. Bei den eindrucksvollen A2-Kalendern können die einzelnen Seiten mit goldenen Effekten veredelt werden, und wer die A3- oder A4-Kalender verschenken möchte, kann eine edle Schmuckverpackung mitbestellen.

Zahlreiche Geschenk-Ideen

Das umfangreiche Cewe Sortiment von Fotogeschenken bietet dem Fachhandel neben Cewe Fotobüchern und

Kalendern weitere Umsatzchancen. Neu bei den Oldenburgern sind Handyketten fürs Smartphone, denn diese Accessoires werden immer beliebter. Die transparente Silikonhülle kann mit persönlichen Fotos gestaltet und mit passenden Layouts, Cliparts sowie kleinen Texten ergänzt werden. Die Bänder aus geflochtenem Leder oder Stoff sind in verschiedenen Farben erhältlich. Das Trendprodukt Handykette kostet 39,99 Euro (UVP). Ebenfalls neu sind Emaille-Becher im Vintage-Look (UVP: 14,99 Euro), die mit einem persönlichen Foto gestaltet werden können. Sie sind nicht nur bestens für den winterlichen Glühwein geeignet, sondern kommen im Sommer auch gerne mit zum Camping oder zu anderen Outdoor-Aktivitäten.

Ein Produkt aus der bunten Cewe Palette sollte gerade in der dunklen Jahreszeit nicht vergessen werden: Während des Lockdowns haben sich



Die neue Handykette mit persönlichem Foto erweitert das Cewe-Sortiment von Fotogeschenken.

individuell gestaltete Fotopuzzles als echte Bestseller erwiesen und machen mit Sicherheit auch zu Weihnachten vielen Menschen Freude, denn mit ihnen kann sich die ganze Familie gemeinsam beschäftigen. Das Cewe Fotopuzzle in Kooperation mit Ravensburger ist in verschiedenen Größen mit bis zu 1.500 Teilen erhältlich, die Preise beginnen ab 12,99 Euro (UVP).



Die neuen Emaille-Becher im Vintage-Look sind nicht nur für Glühwein geeignet.

Cewe Marketing Vorstand Thomas Mehls

„Das Jahr der anderen Geschichten“

Die Weihnachtszeit ist für Cewe und seine Handelspartner die wichtigste Saison im Jahr. **imaging+foto-contact** hat mit Marketing Vorstand Thomas Mehls darüber gesprochen, was der Marktführer von der diesjährigen Saison erwartet und welche Aktivitäten geplant sind.

imaging+foto-contact: Herr Mehls, im zweiten Quartal hat das Fotofinishing-Geschäft von Cewe nicht etwa unter den Corona-Maßnahmen gelitten, sondern zugelegt. Expecten Sie, dass dieser positive Trend sich auch zu Weihnachten fortsetzt?

Thomas Mehls: Tatsächlich haben viele Konsumenten in den Wochen des Lockdowns die zusätzliche Zeit zu Hause genutzt, um ihre Fotos anzuschauen und in schöne Bildprodukte, darunter besonders viele Cewe Fotobuch Exemplare, zu verwandeln. Wir können ja in unseren Betrieben sehen, dass viele Menschen dabei auch einige Jahre zurückgegangen sind und die Erinnerungen an Reisen wiederbelebt haben, die schon länger zurückliegen.

imaging+foto-contact: Nun sind in diesem Jahr nicht so viele Reisen dazugekommen wie sonst, die besonders fototrächtigen Fernreisen sind z. B. praktisch ganz entfallen. Welche Anlässe sollen da nennenswerte Nachfrage nach weiteren Cewe Fotobüchern schaffen?



Cewe Marketing Vorstand Thomas Mehls: „In diesem Jahr werden andere Geschichten erzählt als sonst.“

Thomas Mehls: Auch wenn die klassischen Anlässe wie der Sommerurlaub, die Fernreise, das große Familienfest sowie Volksfeste und Konzerte weitgehend entfallen sind, gibt es für viele Menschen doch schöne und wichtige Erinnerungen, die sie gerne festhalten möchten. Dabei werden in diesem Jahr andere Geschichten erzählt als sonst: Z. B. haben die kleinen Freuden in der Familie an Bedeutung gewonnen, aber auch Aktivitäten wie Ausflüge an den Badesee, die Neugestaltung des Gartens oder der Wohnung, Kochabende im Kreise der Liebsten usw. Weil die Menschen sicher nicht jedem dieser Anlässe ein komplettes Fotobuch widmen möchten, machen wir es ihnen einfach, ihre Erinnerungen in einem Jahrbuch zusammenzustellen. Dafür haben wir Vorlagen entwickelt, die so komplett vorgefertigt sind, dass man eigentlich nur noch die Fotos und gegebenenfalls Texte hinzufügen muss. Natürlich kann

man diese Vorschläge auch verändern oder das Cewe Fotobuch komplett selbst gestalten, denn alle unsere Markenversprechen gelten natürlich auch im Corona-Jahr.

imaging+foto-contact: Wird es auch wieder Werbekampagnen zum Weihnachtsgeschäft geben?

Thomas Mehls: Selbstverständlich werden wir auch in diesem Jahr mit einer umfassenden TV-Kampagne für Nachfrage sorgen. Dabei mischen wir bewährte und neue Spots nach dem bekannten Konzept: Wir zeigen echte Kunden, die ohne vorheriges Briefing spontan und authentisch ihre Erfahrungen mit dem Cewe Fotobuch teilen. Neben unserem Flaggschiff-Produkt werden wir auch unsere Adventskalender und die Cewe Fotokalender im Fernsehen bewerben.

imaging+foto-contact: Was gibt es in diesen Segmenten Neues?

Thomas Mehls: Nachdem wir in den letzten Jahren ein kontinuierliches Wachstum bei den Adventskalendern verzeichnet haben, widmen wir dieser Produktkategorie noch mehr Aufmerksamkeit. Zum einen befreien wir die Kunden aus dem Dilemma, sich entweder für einen „Diät-Adventskalender“ mit eigenen Fotos hinter den Türchen oder eine Variante mit Schokolade bzw. Pralinen, aber ohne Fotos, entscheiden zu müssen. Jetzt kann man bei Cewe auch einen Adventskalender bestellen, hinter dessen Türen sich sowohl Fotos als auch kinder Schokolleckereien verstecken.

Bilddienstleistungen

Eine besondere Neuheit ist unser Premium-Adventskalender mit Ferrero-Pralinen, den wir jetzt auch in einer besonders nachhaltigen Variante mit einem Innenteil anbieten, der zu 100 Prozent biologisch abbaubar ist. Mit diesem Produkt, wollen wir Kunden ansprechen, die Wert darauf legen, weniger Plastikmüll zu verursachen. Wir sind selber gespannt, wie die Kunden auf dieses Angebot reagieren werden. Denn die umweltfreundliche Variante ist zwar etwas teurer, aber wir wollen sie nicht in der Nische positionieren, sondern ein nachhaltiges Massenprodukt erzeugen.

imaging+foto-contact: Enthält diese Variante gar kein Plastik?

Thomas Mehls: Ganz auf dieses Material verzichten können wir aber leider nicht, denn das Lebensmittelrecht schreibt vor, dass die einzelnen Pralinen eingepackt werden müssen und dass wir auch den gesamten Adventskalender für den Versand mit einer Folie schützen müssen. Die bedruckte Umverpackung der Adventskalender ist wie bei Cewe üblich aus FSC-zertifiziertem Material und kann im Altpapier entsorgt werden. Wie alle Cewe Markenprodukte wird übrigens auch der Adventskalender klimaneutral produziert.

imaging+foto-contact: Gibt es bei den Cewe Kalendern auch Neuheiten?

Thomas Mehls: Ja, denn auch in diesem Segment verzeichnen wir stetiges Wachstum, und zwar nicht nur bei den Stückzahlen. Immer wichtiger werden Premium-Kalender, die es in Größen bis zum eindrucksvollen A2-Format gibt. Diese hochwertigen Produkte haben wenig mit dem Küchenkalender gemeinsam, auf dem man früher gerne noch den nächsten Termin für die Sperrgut-Abfuhr notierte. Sie sind praktisch monatlich

wechselnde Wandbilder, die auch in anspruchsvoll eingerichteten Wohnzimmern eine gute Figur machen. Konsequenterweise bieten wir deshalb beim A2-Kalender auch eine Goldveredelung der einzelnen Seiten an. Für die A4-Kalender gibt es ab Mitte Oktober Holzleisten, die man einfach auf die Spiralbindung setzt, um einen wirklich modernen, edlen Look zu erzielen. Auch für die Cewe Kalender wird es TV-Spots geben, um die Nachfrage weiter zu beleben.

imaging+foto-contact: Kann man aus den vielfältigen Aktivitäten schließen, dass Sie auch im Weihnachtsgeschäft keine Corona-Krise für Cewe erwarten?

Thomas Mehls: Wir haben ja in diesem Jahr bereits positive Erfahrungen gemacht und sind zuversichtlich, auch im vierten Quartal gemeinsam mit unseren Handelspartnern erfolgreich sein zu können. Jedenfalls haben wir von unserer Seite alles dafür getan. Wir haben trendige neue Produkte entwickelt und umfassende Werbeaktivitäten vorbereitet. Zudem haben wir mit großer Sorgfalt Maßnahmenpakete umgesetzt, mit denen wir unsere Betriebe sozusagen corona-gerecht aufstellen, um die Betriebssicherheit und die Lieferfähigkeit so weit wie irgend möglich zu gewährleisten. Dabei kommt uns zugute, dass wir schon seit langem unsere Produktionsstätten so vernetzt haben, dass wir schnell Aufträge von einem Standort zum anderen verlagern können, wenn wirklich einmal etwas passieren sollte. Zur Zeit aber sehen wir zwar Anlass zur Sorgfalt, aber nicht zu Sorgenfallen. Wir werden weiterhin alles dafür tun, dass das so bleibt und wünschen auch unseren Handelspartnern ein in jeder Hinsicht gesundes Weihnachtsgeschäft.

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

Meyer Optik Görlitz Lydith 30 f3.5 II von

Meyer Optik Görlitz hat mit dem Lydith 30 f3.5 II nun das zweite neue Objektiv angekündigt. Es wartet mit einem neuen Mechanik-Design und überarbeitetem Optik-Design auf. Bei unendlicher Distanz, z. B. bei Street- oder Landschaftsaufnahmen, zeichnet das Lydith einen besonderen Schärfeverlauf zum Bildrand, der den Bildern eine Konzentration auf die Bildmitte verleiht, ohne zu aufdringlich zu wirken, heißt es in einer Pressemitteilung. Im Nahbereich, z. B. in der Pflanzenfotografie, erzeugt das Lydith dann ein wunderbares Bokeh, das sich durch die – für Meyer Optik typischen – Seifenblasen, einen leichten Swirl und aquarellartige Unschärfe auszeichnet und so den dreidimensionalen Eindruck verstärkt, heißt es weiter.



Das neue Lydith 30 f3.5 II eignet sich durch seine kurze Mindestobjektdistanz von 0,15m, die dreidimensionale Abbildung und die hohe Schärfeleistung im Nahbereich besonders gut für Makro-Aufnahmen. „Das Lydith stellt mit 30 Millimetern die derzeit kürzeste Brennweite unseres Portfolios dar und bietet durch seine Abbildungseigenschaften die Möglichkeit, Szenen außergewöhnlich lebendig einzufangen“, so Timo Heinze, Geschäftsführer OPC Optics. „Die Art und Weise, wie das Lydith Farben darstellt und kontrastreiche, sehr scharfe Bilder mit wunderbarem Bokeh zeichnet, ermöglicht es dem Anwender überaus dynamische Bilder zu erzeugen.“

Horst Urbschat verstorben

Im Alter von 92 Jahren ist Ende August die Berliner Fotografen-Legende Horst Urbschat verstorben. Der gelernte Filmtechniker arbeitete im Nachkriegs-Berlin zunächst als Fotojournalist und sammelte viele seiner Bilder in dem Buch „Berlin im Jahre Null“. 1969 kaufte er das bereits 1886 gegründete Fotostudio des ehemaligen Hoffotografen Dürckoop und betrieb es fortan unter eigenem Namen. Der Betrieb zog zwar seither zweimal um, blieb aber immer eine erste Adresse auf dem Kurfürstendamm.

Horst Urbschats Töchter Daniela und Nicole führten das Studio zu überregionaler Bekanntheit, gewannen internationale Fotokunstpreise und präsentierten ihre Bilder in internationalen Fotoausstellungen wie der National Art Gallery in New York. Heute liegt die Leitung des Unternehmens in den Händen von Yvonne Urbschat-Huber. Auch die Enkeltochter Nathalie Bernsteiner, die die Foto-Finka auf Mallorca leitet, und der Enkelsohn Dirk Dehmel, der als Werbefotograf tätig ist, haben die fotografischen Gene ihres Großvaters offensichtlich geerbt. Bis ins hohe Alter war Horst Urbschat seinem Beruf verbunden und mit der Kamera häufig unterwegs.

Canon: Weltrekord beim Oberstdorfer Fotogipfel

Am 26. September stellte Canon auf der Oberstdorfer Schattenbergschanze einen Weltrekord auf: So gelang es dem Unternehmen, mit dem imagePRrograf Pro-6100 Großformat-Fotodrucker den längsten durchgehenden digitalen Fotodruck der Welt zu produzieren. Dazu wurde der Drucker am höchsten Punkt der Schanze platziert und kontinuierlich über eine Rolle mit Spezialpapier des Herstellers Ilford versorgt, so dass der Druck langsam Richtung Tal hinabgleiten konnte. Die Aktion wurde von Canon mit einem umfassenden Spendenprogramm begleitet.

„Für Canon war der achte Oberstdor-

Metz-mecatech ist insolvent

Die Metz-mecatech GmbH, Zirndorf, hat bereits im August beim Amtsgericht Nürnberg einen Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens gestellt. Zum vorläufigen Insolvenzverwalter wurde der Nürnberger Rechtsanwalt Harald Schwartz bestellt. Der nach dem ersten Insolvenzantrag von Metz von dem chinesischen Technologie-Unternehmen Skyworth übernommene TV-Hersteller Metz Consumer Electronics GmbH, Zirndorf, ist von dem Insolvenzantrag Metz-mecatech GmbH in keiner Weise betroffen.

Wegen der Insolvenz machen sich 139 Mitarbeiter Sorge um ihren Arbeitsplatz. Mit dem Insolvenzantrag dürfte auch der Versuch gescheitert sein, die Umsatzrückgänge im Blitzgeräte-Geschäft durch Investitionen in den Bereich Mikromobilität zu kompensieren.



Der Druckvorgang für das längste durchgehend digitale Foto betrug 16 Stunden; die Länge beträgt 109,04 Meter.

fer Fotogipfel ein voller Erfolg“, so Markus Koch, European Document Solutions Group Director bei Canon Deutschland. „Ganz besonders freuen wir uns darüber, im Einklang mit unserem Grundsatz mit Bildern und unseren Produkten etwas Gutes zu tun, den Verein „Schaut hin!“ e.V. mit einer Spendensumme von 5.000 Euro zu unterstützen.“

Neuer Präsident und Geschäftsführer für Fujifilm in Europa

Mit Wirkung vom 1. September 2020 hat Toshihisa „Toshi“ Iida die Position des Präsidenten und Geschäftsführers der Fujifilm Europe GmbH, Düsseldorf, und der Fujifilm Europe B.V., Tilburg (Niederlande), übernommen. Der Manager, der bereits seit 30 Jahren in der Fujifilm

Gruppe tätig ist und dabei verschiedene internationale Funktionen ausübte, tritt die Nachfolge von Mark Yamamoto an, der eine neue Aufgabe als Vorstandsmitglied der Fujifilm Corporation in Tokio (Japan) und General Manager der Abteilung Optical Devices & Electronic Imaging Products übernehmen wird. In seiner neuen Funktion leitet er die Geschäfte von Fujifilm in der gesamten Region EMEA, wo das Unternehmen 55 Gruppengesellschaften in 43 Ländern unterhält und 4.500 Mitarbeiter in den Bereichen Forschung und Entwicklung, Produktion, Vertrieb, Marketing und Service beschäftigt.

Iida, geboren 1967, begann seine Karriere 1991 nach dem Abschluss an der Keio-Universität (Japan) in der internationalen Marketing Abteilung im Bereich Fotofilm. Nachdem er verschiedene Positionen durchlaufen hatte, übernahm er 1997 bei Fujifilm UK seine erste Position in Europa. Nach seiner Rückkehr



Toshihisa Iida

nach Japan im Jahr 2005 begann für Iida eine lange und erfolgreiche Karriere in der Abteilung Electronic Imaging, zu deren Leiter er 2016 ernannt wurde und gleichzeitig die Führung der Abteilung Optical Devices übernahm. Er war verantwortlich die Etablierung der Marke Fujifilm X Series sowie für die Einführung des 2018 vorgestellten Kamerasystems GFX 100.

Neue Sofortbildkamera instax Square SQ1

Auch für Männer



Mit ihrem markant reduzierten Design soll die in drei Trendfarben erhältliche instax Square SQ1 neue Zielgruppen für die Sofortbildfotografie begeistern.

Mit der neuen instax Square SQ1 bringt Fujifilm zur Weihnachtssaison eine weitere Sofortbildkamera im beliebten quadratischen Bildformat 62 x 62 mm sowie zwei neue Filme auf den Markt. Die in modernem, minimalistischem Design gehaltene Nachfolgerin der instax Square SQ6 wird im Fujifilm-Sortiment ab Anfang Oktober in den drei aktuellen Trendfarben Chalk White, Glacier Blue und Terra-cotta Orange an die Seite der instax Square SQ20 treten.

Die neue Kamera soll zu Beginn der verkaufsstärksten Saison des Jahres einen Impuls setzen, um die weltweit geschriebene Erfolgsgeschichte der Sofortbildfotografie fortzusetzen. Denn die beeindruckenden Zahlen für den deutschen Markt zeigen die Chancen, die Fujifilm mit dieser Produktkategorie für den Fotohandel eröffnet: Seit der Wiedereinführung im Jahr 2009 wurden hierzulande 1,6 Millionen instax Kameras verkauft – und 156 Millionen Sofortbilder vermarktet. Damit haben sich Sofortbildkameras für aktive Händler nicht nur als Umsatzträger, sondern auch als Frequenzbringer erwiesen: Denn pro Kamera wurden im Durchschnitt neun instax-Filme verkauft. Auch die Down-

loadraten der mini LiPlay und der mini-link App, die bei 123 Prozent liegen, zeigen, dass die Kameras und Drucker nicht nur gekauft, sondern auch genutzt werden. Dass auch andere Anbieter nach den Erfolgen von instax das Sofortbild-Segment wiederentdeckt haben, beeinträchtigt die Erfolgsbilanz nicht: Mit einem Anteil von 90 Prozent ist Fujifilm in Deutschland eindeutiger Marktführer – und liegt mit dieser Zahl über dem europäischen Durchschnitt.

Stetiges Wachstum

Seit mehr als 10 Jahren sind die instax Umsätze in Deutschland jährlich um zweistellige Prozentzahlen gestiegen – zuletzt 2019 um 12 Prozent. In diesem Jahr gab es ab März durch die Corona-Pandemie allerdings erstmals eine Delle. Denn zum einen sind die Umsätze mit Sofortbildprodukten von Events wie Hochzeiten abhängig, von denen viele abgesagt wurden oder nur im kleinen Rahmen stattfinden konnten; zum anderen musste Fujifilm selbst viele Promotions und gemeinsam mit den Handelspartnern geplante Veranstaltungen wegen der Virusgefahr vom Terminkalender streichen. „Trotzdem ist es uns gelungen, mit gezielten Aktivitäten in digitalen und sozialen Medien den Kontakt zu den instax-Zielgruppen zu halten“, erklärte Bernd Gansohr, Geschäftsführer von Fujifilm Imaging Systems. „Das hat sich gelohnt, denn seit der Wiederöffnung der Geschäfte und der Lockerung vieler Einschränkungen gehen die Verkaufszahlen wieder nach oben. Im Monat August konnten wir sogar wieder eine Steigerung gegenüber dem

Vorjahr verzeichnen.“ Deshalb sind die Verantwortlichen bei Fujifilm zuversichtlich für die nächsten Monate: Denn 42 Prozent des Jahresumsatzes mit instax werden traditionell im Weihnachtsgeschäft erwirtschaftet, und mit einem Abflauen des weltweiten Booms ist nach Einschätzung von Gansohr nicht zu rechnen: „instax hat sich vom Trendprodukt zu einer etablierten Produktfamilie entwickelt, die den Kunden eine Auswahl von drei Bildformaten, neun Kameramodellen, zwei Printern und 25 Sofortbildfilm-Varianten bietet“, betonte der Geschäftsführer. „Mit der instax Square SQ1 führen wir jetzt genau zum richtigen Zeitpunkt ein attraktives Modell ein, das dem Fotohandel neue Zielgruppen in die Geschäfte bringen kann.“

Für neue Zielgruppen

Während Fujifilm mit seinen instax Sofortbildkameras traditionell vor

allem weibliche Zielgruppen im Alter von 25 - 34 Jahren anspricht, soll die neue instax Square SQ1 mit ihrem markant reduzierten Design auch Männer für die Sofortbildfotografie begeistern. Denn als Unisex-Modell orientiert sich diese Sofortbildkamera in eine ganz neue Richtung und steht laut Fujifilm für ein komplett neues instax Gefühl. Mit einer automatischen Belichtungseinstellung soll die instax Square SQ1 die Bildqualität im quadratischen Format 62x62mm weiter steigern. Ein Spiegel an der Frontseite und ein verstellbares Objektiv machen die Aufnahme von Selfies besonders einfach: Es genügt, den Objektivring auf den Selfiemodus zu drehen und das Objektiv herauszuziehen, um ein gelungenes Selbstportrait aufzunehmen.

Die neue instax Square SQ1 von Fujifilm ist ab Anfang Oktober für 129,99 Euro (UVP) erhältlich.

Erstes Fujifilm AF-Objektiv mit Blende F1.0

Das neue Fujinon XF50mmF1.0 R WR ist nach Angaben von Fujifilm das weltweit erste AF-Objektiv mit Lichtstärke F1.0 für spiegellose Systemkameras.

Das ultralichtstarke Tele-Objektiv mit einer Brennweite von 50 mm



(äquivalent zu 76 mm KB) eignet sich besonders für Portrait-Aufnahmen. Trotz des großen Durchmessers ist das wetterfeste Objektiv leicht und kompakt.

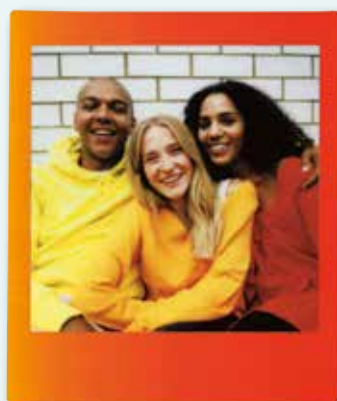
Der Autofokus stellt auch bei Offenblende F1.0 präzise und besonders schnell auf das Motiv scharf. Die Gesichts- und Augenerkennung der Kameras der X Serie sorgt dabei trotz des geringen Schärfentiefenbereichs für eine punktgenaue automatische Fokussierung. Der Fokusring zum manuellen Scharfstellen lässt sich um 120 Grad drehen.

Der optische Aufbau des XF50mmF1.0 R WR umfasst zwölf Elemente in neun Gruppen, darunter eine asphärische Linse und zwei ED-Elemente zur Korrektur von sphärischen Aberrationen. Bei vollständig bzw. nahezu vollständig geöffneter Blende ist der Schärfentiefenbereich laut einer Pressemitteilung besonders gering. Die große kreisrunde Öffnung sorgt dabei für einen ausgeprägten, harmonischen Bokeh-Effekt, der den Aufnahmen einen professionellen Look verleiht. Das XF50mmF1.0 R WR eignet sich jedoch nicht nur für Porträts. Auch Street- und Lifestyle-Fotografen können mit dem Objektiv unruhige Hintergründe weichzeichnen, um eine beispiellose Freistellung des Hauptmotivs zu erreichen.

Das Fujinon XF50mmF1.0 R WR wird voraussichtlich ab Ende September 2020 zu einem Preis von 1.558,69 Euro (UVP) erhältlich sein.



Zeitgleich mit der neuen Sofortbildkamera führt Fujifilm auch zwei neue Sofortbildfilme ein: So gibt es jetzt nicht nur den beliebten Monochrome-Film im Square-Format,...



...sondern auch einen Rainbow-Film, dessen Bilder mit Rahmen im Farbverlauf des Regenbogens versehen sind.

Die neue Vollformat-Systemkamera Lumix S5 Kompakter als manches G-Modell

Mit der neuen Lumix S5 stellt Panasonic eine neue spiegellose Systemkamera mit Vollformatsensor vor, die den Qualitätsstandards der S-Serie entspricht, aber besonders kompakt konstruiert ist. Der 24 Megapixel Vollformatsensor erzeugt mit Hilfe der aus der Lumix S1H bekannten Dual-Native-ISO Technologie rauscharme Bilder mit großem Dynamikumfang und bietet mit einem Empfindlichkeitsbereich von ISO 100 bis 51.200 viel Spielraum für praktisch alle Lichtverhältnisse. Dabei ist das Magnesiumgehäuse der neuen Kamera kleiner und leichter als das der Lumix GH5 mit MFT-Sensor.



Mit umfassenden Foto- und Videofunktionen setzt die Lumix S5 die Möglichkeiten des Vollformatsensors so um, dass die Ergebnisse auch professionelle Ansprüche erfüllen können.

Der DFD-High-Speed-Autofokus nutzt die Echtzeit Deep-Learning-Technologie, um bei Menschen und Tieren die Augen, den Kopf und den Körper zu erkennen. Dabei kommunizieren Sensor und Objektiv mit einer Datengeschwindigkeit von bis zu 480 fps, um eine Fokuszeit von nur ca. 0,08 Sekunden zu erreichen. Zusätzlich erlaubt der Low-Light Autofokus das Fokussieren auch

bei sehr wenig Licht bis -6EV. Im High Resolution Modus ist die Aufnahme von Fotos mit 96 Megapixel im RAW- oder JPG-Format möglich.

Dank der internen 5-Achsen-Bildstabilisierung (Body I.S.) werden in Verbindung mit der optischen Bildstabilisierung der Lumix S Objektiv Verwacklungen so effektiv reduziert, dass bis zu 6,5 Stufen längere Belichtungszeit bei



Trotz seiner kompakten Abmessungen ist das Gehäuse der Lumix S5 gegen das Eindringen von Staub und Spritzwasser geschützt.

Foto- und Videoaufnahmen aus der Hand möglich werden.

Beim Videofilmen stellt sich die Lumix S5 mit einem Dynamikumfang von 14+ Blendenstufen dem Vergleich mit Cinema-Kameras; der Farbumfang des Sensors übersteigt nach Angaben von Panasonic sogar den BT.2020 Farbraum. Intern kann die Kamera Videos mit bis zu 4K 60p 4:2:0 (10-Bit) und 4K 30p 4:2:2 (10-Bit) in V-Log aufnehmen. Über den HDMI-Ausgang sind sogar bis zu 4K 60p 4:2:2 (10-Bit) möglich. Durch ein neues Wärmeableitungs-Design ist die Aufnahmezeit bis 4K 30p 4:2:0 (8-Bit) unbegrenzt. Beim Filmen können die Nutzer auf zahlreiche Aufnahmemodi wie 4:3 Anamorph, Slow- & Quick Motion, 4K/60p und 4K HDR zurückgreifen.

Trotz ihrer kompakten Abmessungen ist die Lumix S5 mit einem großen elektronischen OLED-Sucher mit 2,36 Mio. Bildpunkten ausgestattet, der mit einer Verzögerung von weniger als 0,005 Sekunden und einem 0,74-fachen Abbildungsmaßstab klare Sicht auf das Motiv bietet. Der Augenabstand von ca. 20mm macht den Einblick in den Sucher auch für Brillenträger komfortabel.

Das berührungsempfindliche 3-Zoll Display der Lumix S5 mit dem Seitenverhältnis von 3:2 hat 1,84 Mio. Bildpunkte und ist durch dreh- und schwenkbare Achsen flexibel einsetzbar. Für den Transport lässt es sich auch einklappen. Das kompakte, aus Magnesium gefertigte Gehäuse der Lumix S5 ist gegen das Eindringen von Staub und Spritzwasser geschützt. Das Bedienlayout, das einen schnellen Zugriff auf die wichtigsten Kameraeinstellungen ermöglicht, orientiert sich an den größeren Lumix S1 Modellen. Von den zwei SDXC-Speicherkartenplätzen ist einer mit dem Übertragungsstandard UHS-II (V90) und der andere mit dem Standard UHS-I kompatibel. Die Lumix S5 unter-

Firmware-Updates für die Lumix S1R, S1H und S1

Panasonic hat Firmware-Updates für die spiegellosen Vollformatkameras Lumix S1R, S1H und S1 angekündigt. Sie sollen ab Ende dieses Jahres verfügbar sein, um die Funktionen und Benutzerfreundlichkeit der Modelle weiter zu verbessern. So wird die S1R nach dem Update in der Lage sein, 5K-Video aufzunehmen, die den hochauflösenden Bildsensor bestmöglich nutzen. Zudem erhalten die Lumix S1R, S1H und S1 die verbesserte AF-Technologie, die Panasonic in die neue Lumix S5 eingebaut hat.

Diese arbeitet nicht nur schneller und präziser als ältere System, sondern erkennt auch Menschen und deren Bewegungen zuverlässiger. Denn neben Augen, Gesicht und Körper wird auch der Kopf durch die Echtzeit-Technologie identifiziert, um eine noch präzisere Fokussierung zu ermöglichen. Dies funktioniert auch dann, wenn eine Person sich schnell bewegt, den Rücken zur Kamera dreht, den Kopf neigt oder sich weit von der Kamera entfernt. Auch die Erfassung kleiner oder sich schnell bewegend Motive mit dem kontinuierlichen Autofokus wird mit dem Update AFC verbessert. Die durch die neue Firmware erzielten Leistungssteigerungen gelten für Foto- und Videoaufnahmen.

stützt 5GHz & 2,4GHz WiFi sowie Bluetooth 4.2 (BLE - Bluetooth Low Energy) für kabellose Verbindungen mit Mobilgeräten, die als Kamera-Fernbedienung oder für den Datentransfer genutzt werden kann. Zudem gibt es Anschlüsse für Mikrofon, Kopfhörer, HDMI, USB-C und Fernauslöser.

Der neue DMW-BLK22 Akku mit einer Kapazität von 2.200mAh stellt Strom für ca. 470 Aufnahmen (max. 1.500 in Power Save LVF-Modus) bereit. Er kann über einen USB-C Anschluss in der Kamera oder einen externen Adapter aufgeladen werden. Bei sehr langen Aufnahmezeiten ist auch eine dauerhafte Stromversorgung über den USB-C Anschluss möglich. Da der Akku zwei Kontaktreihen hat, kann er auch als Alternative für den kleineren 1.860mAh Standard-Akku von Lumix-MFT-Kameramodellen wie der GH5 und G9 dienen. Die Lumix S5 ist ab Ende September 2020 für 1.948,61 Euro (UVP Gehäuse) bzw. 2.241,04 Euro (UVP für Kit mit dem 20-60mm S-Objektiv) lieferbar. Die Preise verstehen sich jeweils inkl. 16 Prozent MwSt. Kunden, die bei teilnehmenden Händlern bis zum 30. September 2020 eine Lumix S5 kaufen, erhalten ein Sigma 45mm/ F2.8

DG DN / Contemporary Objektiv im Wert von 569 Euro (UVP Stand August 2020) gratis dazu, wenn sie ihren Kauf in der Zeit vom 1. bis 31. Oktober im Aktionsportal registrieren.

Als Zubehör bietet Panasonic u. a. den Batteriegriff DMW-BGS5 an, dessen zusätzliches Akkufach die Aufnahmekapazität auf ca. 940 Bilder (mit Sucher) bzw. 3.000 Bilder (im Energiespar-Sucher Modus) erhöht. Zusätzlich sind auch ein Mikrofonadapter, ein Stativgriff und ein Fernauslöser erhältlich. Mit der kostenfreien Lumix Tether Software ist die Steuerung der Kamera über einen PC oder Mac möglich. Lumix Tether für Streaming (Beta) erlaubt zudem die Nutzung der Kamera für Live Streaming Anwendungen.



Das Display der Lumix S5 ist dreh- und schwenkbar.

Die neue Alpha 7C von Sony

Kein großes Ding

Mit der Alpha 7C stellt Sony ein besonders kompaktes Vollformat-Modell vor, das zusammen mit dem ebenfalls neuen FE 28-60 Millimeter Zoomobjektiv nichts weniger darstellt als das derzeit kleinste und leichteste Vollformat-Kamerasystem der Welt. Dazu passt der neue, kompakte Blitz HVL-F28RM, der mit der Gesichtserkennung der Kamera zusammenarbeitet, um die Lichtleistung präzise zu steuern.

Um die Neuheit zur kleinsten und leichtesten Vollformatkamera der Welt zu machen, hat Sony ein verbessertes 5-Achsen-Bildstabilisierungssystem sowie speziell entwickelte Verschluss-einheiten eingebaut und sich für eine Monocoque-Konstruktion entschieden, wie sie häufig bei Autokarosserien und Flugzeugrümpfen verwendet wird. Im nur 124,0 x 71,1 x 59,7 Millimeter großen und 509 Gramm leichten Gehäuse der Alpha 7C stecken ein Exmor CMOS Vollformatsensor mit ca. 24,2 Megapixeln (effektiv) sowie der Bionz X Bildprozessor. Sie ermöglichen einen Standard-ISO-Bereich bis ISO 51.200 (erweiterbar bis auf 204.800) und einen Dynamikumfang von 15 Blendenstufen. Die Kamera unterstützt 16-Bit-Verarbeitung und 14-Bit-RAW-Ausgabe für natürliche Abstufungen.



Mit dem silberfarbenen Gehäusedeckel strahlt die Alpha 7C von Sony, die ab November auch ganz in Schwarz erhältlich ist, einen Hauch von Leica aus.

Verbesserter Autofokus

Das AF-System der Alpha 7C arbeitet bis zu EV-4 mit 693 Phasendetektionspunkten, die auf ca. 93 Prozent der Sensorfläche verteilt sind; dazu kommen 425 zusätzliche Kontrasterkennungspunkte. Dank ihres KI-basierten Echtzeit-Tracking-Systems behält die Alpha 7C die Scharfstellung automatisch bei, wenn beim Verfolgen des Motivs der Auslöser halb gedrückt wird. Darüber hinaus kann „Tracking On + AF-On“ jetzt einer benutzerdefinierten Taste zugewiesen sowie durch Drücken der AF-ON-Taste sofort aktiviert werden. Ist „Touch Tracking“ eingeschaltet, braucht man das Motiv nur auf dem Display zu berühren, damit die Kamera es beim Fotografieren und Filmen verfolgt. Auch die Echtzeit-Augenerkennung für Menschen und Tiere ist eingebaut. Bei Menschen folgt das Echtzeit-Tracking in Verbin-

dung mit Gesicht-/Augenpriorität dem Auge bzw. dem Gesicht der ausgewählten Person besonders präzise. Dank der neu entwickelten Verschluss-einheit und der schnellen Datenverarbeitung kommt die Kamera bei Serienaufnahmen auf bis zu zehn Bilder pro Sekunde mit AF-/AE-Nachführung. Im Live-View-Modus sinkt das Tempo auf maximal acht Bilder pro Sekunde. Ohne Unterbrechung können bis zu 223 JPEG (Fine L)-Bilder, 115 komprimierte RAW-Bildern oder 45 unkomprimierte RAW-Bilder aufgenommen werden.

Erweiterte Video-Funktionen

Dank der vollständigen Pixelauslesung ohne Pixel-Binning kann die Alpha 7C mehr als doppelt so viele Daten erfassen, wie für 4K-Videos benötigt werden. Darüber hinaus unterstützt die

Kamera HDR- (HLG18) und S-Log/ S-Gamut-Profile, Aufnahmen in Zeitlupe und Zeitraffer sowie Full-HD-Aufnahmen in Hochgeschwindigkeit mit 120 Bildern pro Sekunde.

Der Autofokus mit Echtzeit-Augenerkennung und Nachverfolgung für Menschen kann auch bei Videoaufnahmen genutzt werden. In den Voreinstellungen lässt sich die AF-Übergangsgeschwindigkeit in sieben Stufen und die Empfindlichkeit für den AF-Motivwechsel in fünf Stufen anpassen. Die Touch-Tracking-Funktion ist ebenfalls für Filmaufnahmen verfügbar. Die Video-Taste wurde auf der Oberseite der Kamera angebracht, um die Bedienung bei Aufnahmen im Selfie-Modus zu vereinfachen. Der Zubehörschuh mit mehreren Schnittstellen wurde um einen digitalen Audiokontakt erweitert, um das Shotgun-Mikrofon ECM-B1M oder das XLR-Adapterkit XLR-K3M anschließen zu können. Auch ein Kopfhörer- und ein Mikrofonanschluss sind vorhanden.

Die Alpha 7C ist mit einem berührungsempfindlichen, drei Zoll großen LC-Display mit ca. 921.000 Bildpunkten ausgestattet. Es kann mit verstellbarem Winkel seitlich ausgeklappt werden. Dazu kommt der XGA-OLED Tru-Finder mit 2,35 Millionen Bildpunkten und einem Modus für hohe Anzeigequalität, der feinere Details sichtbar macht. Die Kamera ist staub- und feuchtigkeitsbeständig, unterstützt WiFi mit 2,4-GHz und den 11ac-Standard zur Übertragung über das 5-GHz-Band. Darüber hinaus ist ein USB Typ-C-Anschluss vorhanden, der mit SuperSpeed USB 5 Gbit/s (USB 3.2) kompatibel ist.

Kleines Zoom

Zur kleinen Kamera hat Sony mit dem neuen FE 28-60 Millimeter F4-5.6 auch das nach Herstellerangaben derzeit

kleinste und leichteste Vollformat-Zoomobjektiv der Welt entwickelt. Es wiegt 167 Gramm, misst 66,6 x 45 Millimeter und ist gegen das Eindringen von Staub und Feuchtigkeit geschützt. Der optische Aufbau mit drei asphärischen Elementen unterdrückt Abbildungsfehler über den gesamten Zoombereich. Ein kürzester Aufnahmeabstand von 30 (Weitwinkel) bis 45 Zentimetern (Tele) macht auch Nahaufnahmen möglich. Der Linearmotor ermöglicht schnelles Fokussieren mit Echtzeit-Tracking und Augenerkennung. Dank der Innenfokussierung bleibt die Länge auch beim Scharfstellen unverändert.

Kompakter Blitz

Passend zur Alpha 7C (und zu anderen Kameras von Sony) bietet der neue, staub- und feuchtigkeitsbeständige Blitz HVL-F28RM eine konstante Lichtausbeute mit Leitzahl GN2824, ist aber um sieben Prozent leichter und um 12 Prozent kleiner als der HVL-F32M. Die kabellose Funkkommunikation wird ebenso unterstützt wie die Funksteuerung für Mehrfachblitz. Zudem arbeitet das Blitzgerät mit der Echtzeit-Gesichtserkennung der Kamera zusammen, um das Verhältnis

zwischen dem Licht, das auf das Gesicht des Motivs fällt, und der Umgebung auszubalancieren. Die Blitzkompensation, das Lichtverhältnis und andere Parameter können direkt über die Kamera gesteuert werden. Ein neu entwickelter Multi-Interface-Fuß aus Metall, in dem die elektrischen Kontakte untergebracht sind, erhöht die Widerstandsfähigkeit gegen physische Stöße und Schläge aus allen Richtungen. Wenn der Blitz auf die Alpha 7C, Alpha 7S III, Alpha 7R IV oder Alpha 9 II aufgesetzt und verriegelt wird, steigt die Widerstandsfähigkeit gegen Staub und Feuchtigkeit.

Der HVL-F28RM wird mit zwei AA (LR6)-Alkaline- oder Ni-MH-Batterien betrieben. Ein neues Paar Alkaline-Batterien liefert nach Angaben von Sony Strom für bis zu 110 kontinuierliche Blitze (1/1 manueller Blitz mit Alkaline-Batterien).

Die Alpha 7C von Sony ist ab Oktober für 2.099 Euro (UVP Gehäuse) bzw. 2.399 Euro (UVP mit SEL-2860) erhältlich. Das Zoomobjektiv FE 28-60mm F4-5.6 (SEL-2860) gibt es separat erst ab Januar 2021 für 499 Euro (UVP); für den Blitz gibt Sony einen Preis von 279 Euro (UVP) und einen Liefertermin „ab Winter 2020“ an.

Mit dem ausklappbaren Display, zahlreichen Videofunktionen und dem auf dem Gehäusedeckel angebrachten Video-Auslöser ist die Alpha 7C auch für Vlogger und Influencer gut geeignet.





*Die Iqui-Kamera
ist elegant und
handlich.*

Sie ist elegant und nur so groß wie ein Stift: Mit der Iqui 360°-Kamera will Vecnos, das von Ricoh ausgegründete Startup, nach eigener Aussage nichts weniger erreichen, als den Anwender zum Mittelpunkt des Universums zu machen und das Selfie neu zu erfinden. Wer dabei sein will, muss die Neuheit für 329 Euro auf [amazon.de](https://www.amazon.de) (UVP) bestellen. Denn andere Vertriebswege sind derzeit nicht vorgesehen.

Vecnos ultrakompakte 360°-Kamera Iqui ist lieferbar

Leider nur bei Amazon

Das optische System der Iqui-Kamera arbeitet mit drei seitlichen Objektiven und einem an der Oberseite. Ein neu entwickelter Algorithmus fügt die Einzelaufnahmen zu einem übergangslosen 360° Bild zusammen. Das kann dann mit der IquiSpin-App mit Effekten und Filtern versehen und in kurze Videoclips umgewandelt werden, die sich leicht auf gängigen Plattformen wie Facebook, Instagram und TikTok teilen oder auch per E-Mail oder SMS versenden lassen.

Das neuartige Spin-Video erzeugt eine animierte Kamerafahrt rund um den Fotografen und seine Umgebung herum. So entsteht aus Sicht des Urhebers die eindeutige Botschaft: Die ganze Welt dreht sich nur um mich. Zusätzlich gibt es weitere Vorlagen für dynamische Kamerafahrten, z. B. ein Rundum-Schwenk, ein Drehen mit hoher Geschwindigkeit oder tempo-reiches, abwechselndes Heran- und Herauszoomen von Personen.

Viele Effekte

Mit der App lässt sich der Spin-Effekt individuell festlegen. Dabei geht die Kamera dank künstlicher Intelligenz auf den Charakter des Motivs ein, berücksichtigt z. B. die Zahl der abge-



Solche Effekte lassen sich mit der App ganz einfach erzielen.



bildeten Personen und fügt auf Wunsch animierte Effekte wie Glitzerstern, rieselnde Kirschblüten, ein Feuerwerk oder Herzen hinzu. Die rieseln nicht einfach wie ein Vorhang durchs Bild, sondern bewegen sich dreidimensional durch die 360° Umgebung. Mit solchen Features, die zum Teil aus dem Gaming-Bereich adaptiert wurden, soll die Iqui-Kamera eine junge, trendbewusste Zielgruppe ansprechen, sogenannte Social Media Natives, die



mit dem Smartphone groß geworden sind. Dazu passt, dass die Kamera keine riesigen Bilddateien erzeugt, sondern MP4-Videoclips im Standardformat und überschaubaren, Upload-freundlichen Dateigrößen.

Die schlanke, stiftförmige Kamera passt gut in die Jacken-, Hosen- oder Handtasche und ist dann schnell griffbereit. Zur Bedienung reichen drei Tasten: An/Aus, ein Auslöser und eine Foto-Video-Umschalttaste. Mit der App kann die Kamera per WiFi mit dem Smartphone verbunden werden, um sie fernzusteuern, Daten zu synchronisieren sowie Bilder und Videos gleich auf dem Mobilgerät zu bearbeiten.

Die champagnerfarbene Kamera wird mit einem USB-Anschluss, einem Standfuß, einem USB-C-Kabel und einer weichen Tasche geliefert. Als optionales Zubehör ist ein kompaktes Batterieladegerät erhältlich, das die Kamera unterwegs auflädt. Eine schützende Transportkassette im Pop-out-Design mit Aufladefunktion soll ab November 2020 für 89 Euro (UVP) gekauft werden können – wahrscheinlich bei Amazon.

Die hippe Tochter der Theta

Entwickelt wurden die Iqai-Kamera und die App vom selben Team, das bei Ricoh bereits die 60°-Kamera Theta entworfen und 2013 auf den Markt gebracht hat. In dem neuen Startup Vecno soll dieses Team unter der Leitung von CEO Shu Ubukata seine Kompetenz für künstlichen Intelligenz (KI) nutzen, um neue Ansätze für 360°- und andere Spezialkameras, Software und Apps zu entwickeln.

Rollei stellt Dashcam für Motorräder vor



Rollei bringt eine robuste Dashcam auf den Markt, die speziell auf die Bedürfnisse von Motorradfahrern ausgelegt ist. Die M1 ist mit einem großen Display und zwei HD-Kameras ausgestattet und lässt sich bequem per Steuereinheit, Fernbedienung oder per App steuern.

Die M1 verfügt über zwei wetterfeste Kameras für Vorder- und Rückansicht mit Weitwinkel-Objektiven und elektronischer Bildstabilisierung. Individuelle Einstellungen können einfach mit der App „Rollei Dashcam“ vorgenommen werden. Wer seine Handschuhe nicht ausziehen möchte, kann außerdem die mitgelieferte Fernbedienung nutzen, um eine Aufnahme zu starten oder zu sperren, ein Foto zu machen oder den Ton einzustellen. An der Steuereinheit mit übersichtlichem Display können außerdem Foto- oder Videoaufnahmen, das Aufnahmeintervall und die G-Sensor-Empfindlichkeit sowie weitere Funktionen eingestellt werden.

Beim Starten des Motorrads wird die Dashcam aktiviert und startet automatisch die Aufnahme mit einer Videoauflösung von 1080p und 30 FPS. Die Daten werden vorerst gespeichert. Kommt es zu einem Unfall, wird das aktuelle Aufnahmeintervall zusätzlich schreibgeschützt und kann so nicht bei vollem Speicher überschrieben werden.

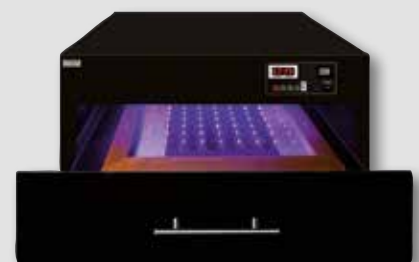
Die Empfindlichkeit des G-Sensors ist individuell einstellbar und kann der eigenen Fahrweise angepasst werden. Die Stromversorgung der Dashcam erfolgt über die Motorrad-Batterie.

Die Motorrad-Dashcam M1 wird mit umfangreichem Montage-Zubehör geliefert und bietet außerdem einen Steckplatz für eine microSD-Karte, die nicht im Lieferumfang enthalten ist.

Die M1 ist zum Preis von 349,99 Euro (UVP) erhältlich.

Neuer Platinum Printer von Jobo artisan

Der neue Jobo artisan Platinum Printer ist groß genug, um Kontaktrahmen aufzunehmen, die ein Außenmaß von 65 x 86 cm aufweisen, so daß Prints bis zu einer Größe von 50 x 60 cm realisiert werden können. Das Gerät verfügt über eine kugelgelagerte Schublade, die ein bequemes Be- und Entladen ermöglicht. Der eingebaute Timer erlaubt eine exakte Belichtung. Die gleichmäßige UV-Belichtung wird über 110 LEDs von 360 bis 390 nm erzeugt.



Das robuste Stahlgehäuse des Jobo artisan Platinum Printers hat Abmessungen von 78 x 75 x 30 cm (BxTxH) und wiegt 36 kg. Dank der LED-Technik liegt der Stromverbrauch trotz der eingebauten Ventilatoren bei 140 W.

Der UV-Printer ist ab September verfügbar; der Preis liegt bei 1.490 Euro (UVP) ohne Transport bzw. bei 1.590 Euro (UVP) inkl. Lieferung.

Im nächsten Jahr sollen bei Jobo artisan auch Workshops rund um das Thema Platinum-Printing angeboten werden.

Partnerschaft von Fotocenter Berlin und Fujifilm

Wonder Photo Shop in Berlin



Schon äußerlich vermittelt der Wonder Photo Shop einen Eindruck davon, wie ein Fotogeschäft mit neuem Konzept aussehen kann.

Seit der Eröffnung des ersten Wonder Photo Shops in Tokio im Jahr 2014 hat Fujifilm die Idee, in trendigen Geschäften den Hardware-Verkauf mit Dienstleistungen zu verbinden und den Kunden Raum für ihre eigene Kreativität zu bieten, stetig weiterentwickelt. Inzwischen gibt es über 100 solcher Shops in 28 Ländern. In die Reihe der Wonder Photo Shop Standorte, die Metropolen wie Barcelona und New York City einschließt, reiht sich nun mit Berlin auch die Hauptstadt der Bundesrepublik Deutschland ein.

Dort steht das von Gerd-Peter Huber geführte Geschäft auf dem Kurfürstendamm für neueste Trends und kreative Fotoprodukte aus dem Fujifilm Sortiment.



Viel Holz und ein breites Angebot von Materialien zum Basteln prägen das Innere des Wonder Photo Shops.

Trotz der unvorhersehbaren Entwicklungen in Zeiten von Corona hat der Fotofachhändler das Konzept von Fujifilm übernommen und sein bekanntes Geschäft „Fotocenter Berlin“ so umgestaltet, dass es den Kunden ein besonderes Einkaufserlebnis bietet. „Neben einer zielgruppengerechten Warenpräsentation bietet die Zusammenarbeit mit Fujifilm die Möglichkeit, bestmöglich auf neue Trends einzugehen und frische Ideen in einem nativen Umfeld anzubieten“, betont Huber. „Wir sind somit in der Lage, unsere Fotoprodukte, Fotoarbeiten und Bilddienstleistungen in der Vermarktung auf ein neues Niveau zu heben.“

Fotoprodukte im Mittelpunkt

Herzstück des Angebots sind die instax Sofortbildkameras und -filme sowie das komplette instax Zubehör. Darüber hinaus finden die Kunden ein großes Sortiment von kreativen Accessoires für ihre individuellen Foto-Ideen. Die können sie direkt im Wonder Photo Shop umsetzen, denn es gibt einen Scrapbooking Bereich zum Basteln und natürlich Fototerminals, mit denen Fotos, Fotobücher, Fotogeschenke und Wandbilder sofort erstellt werden

können. Zur Ausstattung gehört auch eine Fujifilm SmartPrint Station, an welche die Kunden mit der SmartPrint App von praktisch überall aus ihre Fotos schicken können, um dann im Geschäft mit Hilfe eines QR-Codes den Druck auszulösen. Auch von außen wird der ungewöhnliche Charakter des Wonder Photo Stores deutlich: Das modern gestaltete Schaufenster lädt die Kunden dazu ein, das mit viel Holz ausgestattete Geschäft zu betreten. Dort verstärken schwarze Pin-Boards die Leitgedanken rund um die Themen Kreativität, DIY und Fotografie.

Geht es nach den Verantwortlichen bei Fujifilm, soll es in Deutschland bald mehr solcher trendiger Fotogeschäfte geben: „Jedem Einzelhändler eröffnet



Erwarten einen guten Start des ersten Wonder Photo Shops in Berlin: v. l. Fujifilm Imaging Systems Geschäftsführer Bernd Gansohr, Inhaber Gerd-Peter Huber und Produkt Manager Stephan Althoff.

sich die Chance, Teil der einzigartigen Erfolgsgeschichte von Fujifilm zu werden“, sagte Produkt-Manager Stephan Althoff von Fujifilm Imaging

Systems. „Wir bieten mit dem Konzept des Wonder Photo Shop eine moderne Antwort für den stationären Fotofachhandel.“

Neue Ferngläser von Vanguard

Die neuen Veo ED Ferngläser zeichnen sich durch eine hochwertige Verarbeitung aus und bieten nach Herstellerangaben nicht nur eine beeindruckende Bildqualität, sondern auch eine ergonomische Handhabung.

Dank des innovativen Carbon-Gehäuses wiegen die Ferngläser gerade mal 640 Gramm. Nach Angaben von Vanguard hängt dies mit den verbauten Gläsern zusammen, denn diese verfügen über eine mehrfach vergütete Optik und sind dadurch sowohl wasserdicht als auch beschlagsfrei.



Für eine besonders klare und lebhafte Bildqualität sorgt das integrierte Glas mit extra geringer Dispersion (ED) sowie ein BaK4 Prisma. Das große Fokussierad in der Mitte des Fernglases ermöglicht dabei einen schnellen und präzisen Fokus, sogar auf sich bewegende Objekte. Damit während der Nutzung auch die Augen den entsprechenden Fokus finden,

kann durch die 2-Stufen Augenmuscheln wahlweise eine Brille getragen werden bzw. befindet sich an der rechten Augenmuschel einen Dioptrien-Einstellring, mit welchem die Fokussierung alternativ zusätzlich verbessert werden kann. Das Fernglas bietet einen ergonomischen und robusten Tragekomfort durch eine im Gehäuse integrierte Daumenposition und die verwendete Mitsubishi-Gummierung. An der Vorderseite befindet sich ein $\frac{1}{4}$ " Gewinde, über welches die Veo ED Modelle an einem Stativ oder Monopod mit Hilfe eines Adapters wie dem BA-185 Stativadapter befestigt werden können. Im Lieferumfang enthalten sind neben dem Fernglas eine Verschlusskappe für die Augenmuscheln, eine Tasche und ein zusätzlicher Tragegurt.

Sennheiser stellt neues Kompaktmikrofon vor

Mit dem neuen Kompaktmikrofon MKE 200 von Sennheiser können Videofilmer ihre Bewegtbilder jetzt schneller und einfacher mit hochwertigem Sound untermauern. Das MKE 200 kann mit einer DSLR- oder spiegellosen Kamera und mit dem Smartphone einfach verwendet werden. „Mit dem MKE 200 kann der Sound ein großes Stück weiter professionalisiert wer-

den“, sagte Tobias von Allwörden, verantwortlich für das Produktportfolio Audio für Video bei Sennheiser. „Es ist unglaublich einfach zu bedienen und macht im Vergleich zum eingebauten Mikrofon der Kamera oder des Smartphones sofort einen großen Qualitätsunterschied.“



Das MKE 200 ist mit einer Richtkapsel ausgestattet, die dafür sorgt, dass das Mikrofon automatisch den Ton aus der Richtung, in die gefilmt wird, einfängt und den übrigen Ton weicher macht. Im Innenbereich sorgt das spezielle Gehäuse des Mikrofon für ausreichend Windschutz. Es funktioniert ohne Batterien, ist leicht und hat die Stoßdämpfung innerhalb des Gehäuses. Das MKE 200 wird komplett mit einem Windschutz, zwei verschraubbaren Anschlusskabeln für DSLRs oder spiegellose Kameras (3,5 mm TRS-Kabel) und Smartphones (3,5 mm TRRS-Kabel) sowie einer Tasche zur Aufbewahrung geliefert. Das MKE 200 ist ab sofort zum Preis von 99 Euro (UVP) verfügbar.

Neue Nikkor-Z-Objektive von Nikon

Zwei Lichtstarke

Nikon bringt noch in diesem Jahr zwei neue professionelle Nikkor Objektive für das spiegellose Z-System auf den Markt: das Nikkor Z 50 mm 1:1,2 S als erstes Z-Festbrennweiten-Objektiv mit einer Lichtstärke von 1:1,2 und das Nikkor Z 14–24 mm 1:2,8 S als nach Angaben von Nikon weltweit kürzestes Ultraweitwinkel-Objektiv für Vollformatkameras mit einer größten Blendenöffnung von 1:2,8.

Das Leistungsprofil der 50 mm Festbrennweite ist selbst für Nikon eine Besonderheit, denn es verbindet sehr hohes Auflösungsvermögen mit einem harmonischen Bokeh oder detailgetreuer Punktlichtwiedergabe. So sollen Profifotografen neue Dimensionen in puncto Tiefenwirkung und Detailtreue erreichen können, und zwar bei Fotos und Videofilmen. Die Offenblende von 1:1,2 schöpft die Möglichkeiten zur Lichtausbeute aus, die das große Nikon Z-Bajonett bietet, und erlaubt dem Anwender eine umfassende Kontrolle, präzise der Tiefenschärfe. Möglich werden die hohen Ab-

bildungsqualitäten dieses Premium-Objektivs durch eine aufwändige optische Konstruktion aus 17 Linsen in 15 Gruppen. Dabei setzt Nikon zwei ED-Glas-Linsen, drei asphärische Linsen und sowie Elemente mit Nanokristall- und Arneo-Vergütung ein. Wenn alles nach Plan läuft, kommt das innenfokussierte Nikkor Z 50 mm 1:1,2 S noch Mitte Dezember zum Preis von 2.436 Euro (UVP inkl. 16 Prozent MwSt.) in die Geschäfte und kann bei ambitionierten Amateuren und Profis unter dem Weihnachtsbaum liegen.

Als drittes professionelles f/2,8-Zoom-Objektiv vervollständigt das Nikkor Z 14–24 mm 1:2,8 S die Nikon Z-Reihe. Neben seiner hervorragenden Abbildungsleistung ist vor allem die kompakte Bauweise ein wichtiges Verkaufsargument für dieses Objektiv, das bereits Ende Oktober zum Preis von 2.630,96 Euro (UVP inkl. 16 Prozent MwSt.) erhältlich sein soll und deshalb gute Umsatzmöglichkeiten im Weihnachtsgeschäft bietet. Mit Abmessungen von 88,5 mm (maximaler Durchmesser) x 124,5 mm (Länge ab Bajonettauflage bis Vorderkante Objektiv) und einem Gewicht von ca. 650 g ist es tatsächlich bestens zum Mitnehmen geeignet. Für eine kompromisslose optische Leistung, die nach

Angaben von Nikon der von Festbrennweiten gleichkommt, sorgt der Aufbau aus 16 Linsen in 11 Gruppen, einschließlich 4 ED-Glas-Linsen, 3 asphärische Linsen und Linsen mit Nanokristall- und Arneo-Vergütung. Die Frontlinse ist mit einer Fluorbeschichtung versehen. Durch die aufwändigen Vergütungen und die hochwertigen Linsenelemente wird der Lichtabfall an den Bildrändern selbst bei Offenblende wirksam reduziert, auch Geisterbilder und Streulicht stören den Bildeindruck nicht. Fotografen können jetzt die ganze Schönheit architektonischer Kompositionen, Landschaften und nächtlicher Szenarien einfangen.

„Dies sind zwei sehr wichtige neue Nikkor-Z-Objektive“, erklärte Dirk Jasper, Manager Product Marketing bei Nikon Europe. „Unser neues Zoom-Objektiv mit einer Brennweite von 14–24 mm rundet die „Holy Trinity“ der Nikkor-Z-Zoom-Objektive für den professionellen Einsatz perfekt ab. Und das lichtstarke 50 mm-Festbrennweiten-Objektiv ist eine preisgünstigere Wahl für Profis, die eine dem bemerkenswerten Noct der S-Serie nahekommende optische Leistung suchen und auf den Autofokus nicht verzichten möchten.“



Das neue Nikkor Z 14–24 mm 1:2,8 S (links) ist ab Ende Oktober zum Preis von 2.630,96 Euro (UVP inkl. 16 Prozent MwSt.) erhältlich. Mitte Dezember soll das Nikkor Z 50 mm 1:1,2 S folgen.



Leichte 8x10" Großformatkamera nun verstellbar

Die neue Chamonix Alpinist X

Drei Jahre, nachdem der junge Kamerahersteller Chamonix mit der Alpinist eine besonders leichte Großformatkamera zur Belichtung von 8x10" Planfilm vorgestellt hat, legt das Unternehmen nach: Die neue Alpinist X ist zwar etwas schwerer, bietet aber Verstellmöglichkeiten und erlaubt auch den Einsatz langer Brennweiten. Auch sie wird, ebenso wie eine neue Einstell-Lupe, von Jobo vertrieben.

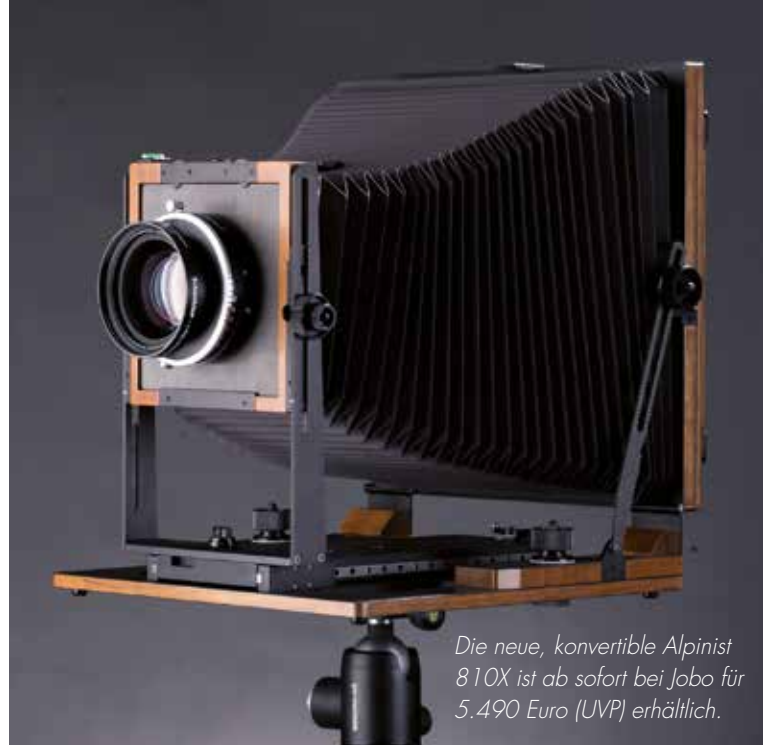
Während die klassische Alpinist 810 auf die Maße 355 x 270 x 97 mm zusammengeklappt werden kann und mit einem Gewicht von knapp 2,5 kg (2460 g) wohl die leichteste 8x10" Kamera auf dem Markt ist, hat die neue Alpinist 810X 500 g zugenommen, um die Konvertibilität zwischen dem Vertikal- und dem Horizontalformat zu ermöglichen. Der maximale Auszug von 680 mm erlaubt auch den Einsatz von langen Brennweiten, während der Minimalabstand von 65 mm auch das Fotografieren mit den

üblichen Weitwinkelobjektiven des 8x10" Formats zulässt. Mit Packmaßen von 355 x 310 x 97 mm bleibt die Kamera kompakt und transportfreundlich.

Für enorme Steifigkeit sorgt die dünne Bodenplatte aus Teakholz, die auf beiden Seiten mit einer dünnen Carbonschicht gegen Torsion geschützt wird. Auch ein Großteil der Standarten ist aus Carbon gefertigt. Die hintere Standarte der Alpinist 810X lässt sich um 30 Grad tilten. Noch großzügiger als bei der klassischen Alpinist kann die vordere Standarte: Vertikales Shiften ist nach oben um 87 mm, nach unten um 75 mm möglich, horizontales Shiften um 50 mm in jede Richtung. Das



Die neue Einstell-Lupe erlaubt präzises Fokussieren auf der Mattscheibe.



Die neue, convertible Alpinist 810X ist ab sofort bei Jobo für 5.490 Euro (UVP) erhältlich.

seitliche Schwenken, ebenso wie der Tilt der vorderen Standarte, wird lediglich durch den Balgen limitiert.

Die Chamonix C810 Alpinist kostet 4.790 Euro (UVP), die neue, convertible Alpinist ist ab sofort bei Jobo für 5.490 Euro (UVP) erhältlich. Wie das Schwestermodell wird die Alpinist 810 X mit einer Schutzabdeckung der Einstellscheibe aus Carbon ausgeliefert.

Neue Einstell-Lupe

Nachdem es in den letzten Jahren immer schwieriger wurde, gute Einstell-Lupen für die Großformatfotografie zu finden, bringen Jobo artisan und Chamonix gemeinsam eine Lupe auf den Markt, die speziell für diese Anwendung entwickelt wurde. Mit 5-facher Vergrößerung erlaubt sie intuitives, präzises Fokussieren auf der Mattscheibe; die schlichte Fassung ist aus edlem Carbon gefertigt. Das leichte, optische Instrument ist ab sofort für 149 Euro (UVP) erhältlich.

Im Gummersbacher Jobo artisan Studio können Chamonix Großformatkameras nach Terminvereinbarung in Augenschein genommen ausprobiert werden. Zudem bieten Workshops rund um die analoge Photographie Gelegenheiten, Produkte von Jobo und Chamonix im Einsatz zu erleben.



Grünes Licht für die Photo+Adventure 2020

Zeltstadt in Duisburg

Die Photo+Adventure, das Messe-Festival für Fotografie, Reise und Outdoor, wird am 10. und 11. Oktober im Landschaftspark Duisburg-Nord stattfinden. Die Stadt Duisburg, das Ordnungsamt und das Gesundheitsamt haben nach Angaben der Veranstalter dem neuen Konzept, das allen besonderen Belangen dieser Zeit gerecht werden soll, zugestimmt. Wegen der Corona-Bedingungen wird die Photo+Adventure erstmals komplett unter freiem Himmel stattfinden. Dabei wird eine bunte Zeltstadt auf dem Cowperplatz vor dem Hochofen 5 an die Stelle der gewohnten Messestände in der Kraftzentrale treten.

„In der Halle ließ sich schlicht kein vertretbares Hygieneschutzkonzept für unsere Veranstaltung realisieren“, erklärte Daniela Thies, eine der zwei Geschäftsführerinnen der P+A Photo Adventure GmbH. „Es heißt also ‚back to the roots‘, eigentlich ganz passend für eine Veranstaltung wie die unsere.“ Die Realisierung eines Outdoor-Konzepts im Herbst sei zwar eine

Herausforderung für Organisatoren, Aussteller und Besucher, doch die guten Erfahrungen mit den regelmäßig im November stattfindenden Workshop-Wochenenden und auch viele Rückmeldungen aus der Photo+Adventure-Gemeinschaft hätten die Veranstalterinnen darin bestärkt, diesen Weg einzuschlagen. „Unsere Community brennt einfach darauf, wieder im Landschaftspark zusammen zu kommen, zu stöbern, sich zu informieren, einzukaufen, zu fotografieren und sich auszutauschen“, betonte Thies.

Der Rahmen für die Photo+Adventure wird in dieser Saison zwar etwas kleiner ausfallen, aber das Ausstellerverzeichnis kommt aktuell immerhin auf knapp 50 Einträge. „Ich kann mir gut vorstellen, dass die Zeltstadt eine heimelige Weihnachtsmarkt-Atmosphäre versprühen wird“, sagte Thies.



Vor der faszinierenden Industriekulisse des Landschaftsparks Duisburg-Nord wird die Photo+Adventure erstmals komplett unter freiem Himmel stattfinden.

„Und das ein oder andere Weihnachtsgeschenk für Fotofreunde, Reisefans und Abenteuerlustige kann man ja auch prima schon im Oktober aussuchen.“

Auf einige Höhepunkte müssen die Besucher coronabedingt in diesem Jahr allerdings verzichten. So wird es am zweiten Oktober-Wochenende im Landschaftspark keine Special Acts, Show-Shootings, Ausstellungen und Bühnenvorträge geben. „Was aber bleibt, ist die Möglichkeit zum Gespräch mit Gleichgesinnten und Ausstellern, die Chance, neueste Technik auszuprobieren und sich beraten zu lassen und das ein oder andere Schnäppchen zu machen“, erklärte Thies. „Und natürlich finden auch weiterhin unsere Workshops und Seminare in Kleingruppen statt.“

Umgewöhnen müssen sich die Besucher auch in Sachen Messtickets. So gibt es keine Tageskarten, sondern nur Tickets für einen zweistündigen Zeitslot am Samstag, 10., oder Sonntag, 11. Oktober. Eingelassen werden dann ausschließlich Besucher, die keine Krankheitssymptome aufweisen und eine Alltagsmaske tragen. Am Ausgang des in Einbahnstraßen angelegten Messegeländes erhalten die Besucher auf Wunsch ein Armband, das zum späteren Wiedereintritt berechtigt, sofern zu diesem Zeitpunkt nicht die maximale Besucherzahl auf dem Messegelände erreicht ist. So kann der Aufenthalt auch länger als zwei Stunden dauern.

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

Suche gebrauchte Minilabs

0048 604283868, Lowim@wp.pl

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

Anzeigenschluss

für Kleinanzeigen im

imaging+foto-contact

Ausgabe 11/2020 ist der

15. Oktober 2020.

Senden Sie uns einfach ein Fax an:

0 21 02/20 27 49 oder

eine E-Mail an: b.klumps@cat-verlag.de

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



Reparaturservice
Herbert Geissler GmbH

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

Autorisierte Vertragswerkstatt

Canon
CPS.

Panasonic

Pioneer

SONY
Authorized Service Center

Sony Imaging
PRO
SUPPORT

TAMRON

Inserentenverzeichnis

Fujifilm	4. U.
Photo+Medienforum Kiel	2. U.
Silverlab Solution	9
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. 49 v. 1. Januar 2020

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



DIE NEUE
instax
SQUARE
SQ 1

don't just take, give.
Gib deinem Leben mehr Spaß im Quadrat.

instax
SOFORTBILDER