

# imaging + foto 11 2018

# contact

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

## Cewe mit großem Auftritt auf der photokina



## Im Zeichen der Zukunft



### photokina 2018 mit 180.000 Besuchern Gelungener Start

Die erste photokina mit neuem Konzept hat die Erwartungen mehr als erfüllt. Trotz der um zwei Tage verkürzten Dauer strömten 180.000 Besucher (2016: 190.000) aus 127 Ländern auf das Messegelände. **S. 8**

### Panasonic, Leica und Sigma Die neue Allianz

Am 25. September kündigten die Leica Camera AG, Panasonic und Sigma auf einer Pressekonferenz an, zukünftig bei der Entwicklung von Systemkameras und Objektiven zusammenzuarbeiten. **S. 13**

### So geht Nikon ins Weihnachtsgeschäft Die Kraft der zwei Systeme

Auf der photokina präsentierte Nikon neben den Vollformat-Neuheiten die komplette DSLR-Palette und neue Objektive. Aktivitäten zum Jahresende sollen in allen Segmenten für mehr Nachfrage sorgen. **S. 19**

Jetzt Termin vormerken!

6. – 7. März 2019, Congress-Centrum Ost, Koelnmesse

# BUSINESS FORUM IMAGING

# COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**  
IMAGING UNLIMITED

## „Create the unseen“

# Die photokina war besser als erwartet

## Ein wichtiger Schritt

Die erste photokina nach ihrer Neupositionierung durch Koelnmesse und Photoindustrie-Verband (PIV) war besser als erwartet. Dazu trugen gleich zwei Faktoren bei: zum einen die angesichts der um zwei Tage verkürzten Dauer überraschend hohe Zahl von 180.000 Besuchern, zum anderen die spektakulären Neuheiten, mit denen die Aussteller der photokina die richtige Würze gaben.



Thomas Blömer, Verleger

Für große Resonanz in den Medien sorgten das Thema spiegelloses Vollformat, zu dem sich nach den Ankündigungen von Canon und Nikon noch das Dreigestirn Leica, Panasonic und Sigma hinzugesellte. Der Fotohandel darf deshalb von der photokina 2018 zurecht wichtige (und notwendige!) Umsatzimpulse für das Weihnachtsgeschäft und darüber hinaus erwarten. Denn bei den Neuheiten handelt es sich vorwiegend um sehr hochwertige Produkte, die nicht nur Umsatz bringen, sondern von den Konsumenten auch am liebsten im Fachhandel gekauft werden.

Diese erfreuliche Entwicklung hat

leider auch eine Schattenseite: Während Kunden, die ernsthaft fotografieren wollen und klassische Kamera-Konzepte zu schätzen wissen, jetzt mehr denn je die Qual der Wahl haben, fehlen am anderen Ende des Marktes Neuheiten, die in Bedienung und Design dem Lebensgefühl und den Erwartungen der wachsenden Zahl junger Menschen entsprechen, die zwar gerne mit ihren Smartphones fotografieren, aber mit analogen Elementen wie Einstellrädern oder Belichtungsparametern, die nach Zeit und Blende berechnet werden, herzlich wenig anfangen können. Vielleicht wäre es eine gute Idee, wenn die Kamera-Hersteller nach dem Vorbild der Autoindustrie eine Messe wie die photokina auch dazu nutzen würden, ungewöhnliche und vielleicht sogar abgedrehte Produkt-Konzepte vorzustellen, um zu testen, wie die Kunden darauf reagieren.

Bilddienstleister wie Cewe haben das offensichtlich bereits verstanden. Neue Technologien wie Sprachsteuerung und Künstliche Intelligenz wurden in der Praxis gezeigt, und einige davon werden sogar bereits eingesetzt. Auch die Anbieter von Sofortdruck-Lösungen für das Geschäft sind bei der Entwicklung

von Lösungen für Smartphone-Fotografen viel weiter als die Kamera-Industrie: Mit Apps, Cloud-Lösungen und jungen Bildprodukten greifen sie nicht nur gekonnt neue Trends auf, sondern machen das Mobilgerät auch zum Bestellterminal, so wie es die Kunden von anderen Mobile Commerce Angeboten längst gewohnt sind. Damit bieten sie dem Fotohandel die große Chance, neue Zielgruppen ins Geschäft zu locken.

Bis zur nächsten photokina dauert es nicht mehr lange: Bereits am 8. Mai soll sich die Branche wieder zur weltweiten Leitmesse für Imaging versammeln. Es wird zur Zeit durchaus kontrovers diskutiert, ob sich der Schwung und die Innovationskraft der photokina 2018 in die so kurzfristig folgende photokina 2019 mitnehmen lässt. Wichtige Aussteller haben bereits zugesagt, einige wenige große Namen fehlen noch. In bestimmten Segmenten, z. B. dem Bewegtbild, rechnen die Organisatoren 2019 mit nennenswertem Zuwachs. Es wird also spannend! Und im Grunde gibt es gar nicht so viel zu diskutieren: Wenn unsere Branche ihre wichtigste (und einzige) internationale Plattform erhalten will, dann muss sie auch die photokina 2019 zum Erfolg machen. Die diesjährige photokina hat gezeigt, dass dies nicht unmöglich ist.

Thomas Blömer

# Inhalt

## Zum Titelbild

Cewe mit großem Auftritt auf der photokina  
Im Zeichen der Zukunft . . . . . 28

## Editorial

Die photokina war besser als erwartet  
Ein wichtiger Schritt . . . . . 3

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

## Internationale Messen und Kongresse

photokina 2018 mit 180.000 Besuchern  
Gelungener Start . . . . . 8

Erste Fotomesse des Fachhandels  
Zusammen ist mehr . . . . . 40

## Handel

Panasonic, Leica und Sigma  
Die neue Allianz . . . . . 13

## Unternehmen

Vitec Imaging Solutions auf der photokina  
Starke Marken . . . . . 18

## Neuheiten

Vollformat-Kompaktkamera von Zeiss  
Adobe inside . . . . . 12

Fujifilm erweitert das GFX-System  
Kompaktes Mittelformat . . . . . 16

Zoomen von 60-600mm  
Der Allrounder von Sigma . . . . . 22

Mit walther design gut gerüstet  
ins kommende Weihnachtsgeschäft  
Fünf inspirierende Wohnwelten . . . . . 38

## Panasonic, Leica und Sigma Die neue Allianz



Gerüchte gab es schon vor der photokina, aber offiziell hielten die Beteiligten bis zum Tag vor der Messe dicht. Am 25. September kündigten die Leica Camera AG, Panasonic und Sigma auf einer Pressekonferenz an, zukünftig bei der Entwicklung von Systemkameras und Objektiven zusammenzuarbeiten. Die Basis der Kooperation bildet das von Leica erstmals 2014 eingeführte und seither weiter entwickelte L-Bajonett. **Seite 13**

HANDEL

## Cewe mit großem Auftritt auf der photokina Im Zeichen der Zukunft



Auf einem großzügigen Stand in der markanten Hausfarbe Rot präsentierte Cewe auf der photokina sein umfassendes

Angebot von Fotos und Fotoprodukten. Dabei setzte Europas Bilddienstleister Nummer 1 gleich doppelt auf die Zukunft: zum einen mit wichtigen Neuheiten für das kommende Weihnachtsgeschäft und zum anderen mit „Smart Solutions“, die mit innovativen Technologien wie Sprachsteuerung und Künstlicher Intelligenz die Bilderwelt von morgen definieren. **Seite 28**

ZUM TITELBILD

## Fujifilm erweitert das GFX-System Kompaktes Mittelformat



Während alle Welt vom spiegellosen Vollformat sprach, strebte Fujifilm auf der photokina nach Größerem, jedenfalls was den Sensor angeht. Mit der GFX 50R stellte das Unternehmen eine kompakte Mittelformat-Kamera im Messucher-Design vor und kündigte die Entwicklung eines 100 MP Modells an, das auch 4K-Videos aufnehmen kann. **Seite 16**

## Zoomen von 60-600mm Der Allrounder von Sigma



Sigma machte auf der photokina nicht nur als Mitglied der neuen L-Mount-Alliance Schlagzeilen, sondern erweiterte auch sein Objektivprogramm um fünf Modelle. Dazu gehören lichtstarke (F1.4) Festbrennweiten der Contemporary (56mm) und Art-Baureihe (28 und 40mm) sowie ein neues Flaggschiff unter den lichtstarken Telezooms, das Sigma 70-200mm F2.8 DG OS HSM. Ein wichtiges Highlight für den Fotohandel stellt zudem das neue Sigma 60-600mm F4.5 bis 6,3 DG OS HSM dar; es ist das erste Teleobjektiv der Welt, dessen 10-fach Zoom bis 600mm reicht. **Seite 22**

NEUHEITEN

## walther design gerüstet für Weihnachtsgeschäft Fünf inspirierende Wohnwelten



Zum Weihnachtsgeschäft präsentiert walther design attraktive Neuheiten, die die fünf Wohnwelten Classic Chic, Country Style, Ethnic Chic, Urban Living und Young Living erweitern. **Seite 38**

HANDEL

## So geht Nikon ins Weihnachtsgeschäft Die Kraft der zwei Systeme



Stefan Maier

Neben den angekündigten spiegellosen Vollformat-Kameras Z 7 und Z 6 nutzte Nikon die Messe dazu, sein gesamtes Sortiment von der neuen DSLR Einstiegs-kamera Nikon D3500 bis zu den Profi-modellen und neuen Objektiven zu präsentieren. *imaging+foto-contact* hat mit Stefan Maier, Department Manager

Marketing Communications Nikon GmbH, über die Positionierung der neuen Modelle und das kommende Weihnachtsgeschäft gesprochen. **Seite 19**

## Gelungener Start für das Canon R System Das neue Niveau



Guido Jacobs

Das spiegellose Vollformat-System EOS R stand im Mittelpunkt des selbst-bewussten photokina Auftritts von Canon. Seit dem 9. Oktober ist es im Handel und soll mit einem neuen Niveau von optischer Finesse, Schnelligkeit und Lichtstärke die Kunden

begeistern. *imaging+foto-contact* hat mit Guido Jacobs, Country Director Imaging Technologies & Communications Group, und Marketing Director, Marco Gottschalk, über die Reaktionen der Anwender und des Fachhandels gesprochen und nach weiteren Plänen im Kamerageschäft gefragt. **Seite 24**



Marco Gottschalk

## Dr. Christian Friege, CEO von Cewe Renaissance des gedruckten Fotos

Mit dem zukunftsorientierten photokina Auftritt hat Cewe in Köln große Aufmerksamkeit bei Besuchern, den Medien und sogar bei Wettbewerbern gefunden. *imaging+foto-contact* hat mit Cewe CEO Dr. Christian Friege darüber gesprochen, wie er die Zukunft des Fotofinishings sieht und welche Rolle der Fotohandel dabei spielt. **Seite 30**



Dr. Christian Friege

## Kodak Moments Innovationen für Sofortdruck Smartphone als Fotostation



Mit zahlreichen Neuheiten setzte Kodak Moments auf der photokina vor allem auf Sofort-Service-Konzepte für das Drucken vom Smartphone. Dazu gehört auch die Möglichkeit, Bilder vom Smartphone und aus der Cloud ohne Kabel, ohne App und ohne Terminal direkt vom Mobilgerät aus an den Drucker im Laden schicken können. **Seite 36**

Braun-Neuheiten fürs Weihnachtsgeschäft  
Sortiment für Fotohandel und B2B . . . . . 42

### Bilddienstleistungen

Die photokina Neuheiten von Mitsubishi Electric  
Drucker und Passbildsystem . . . . . 27

DNP Neuheiten für ID, Event und Luxus  
Drucken mit Gewinn . . . . . 33

Fujifilm setzt weiter auf haptische Bilder  
Wachsen mit Fotos . . . . . 34

Kodak Moments Innovationen für den Sofortdruck  
Smartphone als Fotostation . . . . . 36

### Interviews

So geht Nikon ins Weihnachtsgeschäft  
Die Kraft der zwei Systeme . . . . . 19

Gelungener Start für das Canon R System  
Das neue Niveau . . . . . 24

Dr. Christian Friege, CEO von Cewe  
Renaissance des gedruckten Fotos . . . . . 30

Impressum . . . . . 43

Klein- und Personalanzeigen . . . . . 43

INTERVIEWS

### Immer aktuell:



[www.foto-contact.de](http://www.foto-contact.de)

BILDDIENSTLEISTUNG

### Tetenal: Sanierung in Eigenverwaltung

Die Tetenal Europe GmbH hat beim Amtsgericht Norderstedt einen Antrag auf eine Sanierung unter Insolvenzschutz gestellt. Die Maßnahme soll dem Unternehmen eine wettbewerbliche Auszeit ermöglichen, um sich wieder marktgerecht aufzustellen. Mit dem ESUG, dem Gesetz zur weiteren Erleichterung der Sanierung von Unternehmen, hat der Gesetzgeber seit 2012 dazu die gesetzlichen Voraussetzungen geschaffen. Das Besondere des Eigenverwaltungsverfahrens ist, dass der bisherige Geschäftsführer im Amt bleibt und die Sanierung selbstständig durchführen kann. Dabei wird er durch die Sanierungsexperten des Beratungsunternehmens Buchalik Brömmekamp begleitet. Tim Langstädter ergänzt die Unternehmensleitung als Sanierungsgeschäftsführer.

Das Amtsgericht hat Dr. Sven-Holger Undritz von der Kanzlei White & Case zum vorläufigen Sachwalter bestellt. Er hat die Aufgabe, eine Aufsichtsfunktion zu übernehmen und die wirtschaftliche Lage des Schuldners zu prüfen.

Die Gründe für die wirtschaftliche Schiefelage sieht Tetenal in dem branchenweit seit Jahren zweistellig rückläufigen Umsatz im Fotodruck und dem rund fünf Monate langen Lieferausfall eines Herstellers für Colorpapiere.

„Die Produktion, der Vertrieb sowie unsere Handelsplattformen bleiben während des Verfahrens weiterhin uneingeschränkt geöffnet“, erklärte Tetenal Geschäftsführer Daniel Middendorf. „Die Anordnung der Eigenverwaltung hat keinerlei Auswirkungen auf den laufenden Geschäftsbetrieb. Es ist sichergestellt, dass alle Aufträge weiter ausgeführt und auch neue Aufträge angenommen werden können.“ Die Tochtergesellschaften in Großbritannien, Frankreich und Polen sind von dem Eigenverwaltungsverfahren nicht betroffen. Am Produktionsstandort in Norderstedt sind rund 120 Mitarbeiter beschäftigt, die bereits in einer Mitarbeiterversammlung über das Verfahren informiert wurden. Die Löhne und Gehälter sind in den nächsten drei Monaten über das Insolvenzgeld gesichert, danach

will das Unternehmen wieder die Zahlungen übernehmen.

In dem Sanierungsprozess wird Tetenal von der Kanzlei und Unternehmensberatung Buchalik Brömmekamp aus Düsseldorf begleitet, die mit der Geschäftsführung ein Zukunftskonzept zur Fortführung und Entschuldung entwickeln soll, dem später die Gläubiger zustimmen müssen. „Tetenal ist im operativen Bereich in fast allen Geschäftsbereichen kerngesund“, betonte Sanierungsgeschäftsführer Tim Langstädter. „Nicht gesunde Bereiche werden wir nachhaltig restrukturieren. Die Eigenverwaltung ist der richtige Weg, um die Sanierung im Interesse aller Beteiligten umzusetzen. Im Verfahren müssen wir nun die grundsätzlichen Strukturen schaffen, um das Unternehmen so aufzustellen, dass es mittel- bis langfristig eine gute Chance hat und an die gesunkenen Umsätze angepasst ist.“ Langstädter hat erst kürzlich die Höttl Retail Solutions (Bad Hersfeld) erfolgreich durch ein Eigenverwaltungsverfahren begleitet.

### PCP neu aufgestellt

Die 2012 gegründete PCP Photo Competence Partner Fachhandels GmbH hat nach dem Ausscheiden der Gesellschafter Isarfoto und AVI einige wichtige Korrekturen vorgenommen. Die Geschäftsführung der Gemeinschaft, der die vier Foto-Fachhändler Foto Dinkel, Photo Universal, GM-Foto und Probis Media Solutions mit derzeit sieben, demnächst acht Standorten angehören, liegt seit dem 1. September 2018 in den Händen von Jörg Hagitte, der bis zum Verkauf seiner Anteile Ende 2017 geschäftsführender Gesellschafter der Probis Media Solutions GmbH war.



Jörg Hagitte

„Ich habe die Gruppe mitgegründet und glaube zu wissen, wo wir anpacken müssen, um die PCP wieder nach vorne bringen“, kommentierte Hagitte seine neue Aufgabe. Die erste Maßnahme war die neu gestaltete Webseite [www.pcp-online.eu](http://www.pcp-online.eu), auf der sich Kunden und Lieferanten einen Überblick über Ziele und die beteiligte Unternehmen verschaffen können.

Weitere Projekte wie die Partnersuche im Westen und Osten, aktuelle Angebotskataloge, gemeinsame Workshops und Seminare, Messen und die Entwicklung eigener Produkte uvm. sind schon angelaufen.

### Thorsten Kortemeier jetzt bei Noblex

Die Noblex GmbH hat eine Erweiterung in der Unternehmensführung bekanntgegeben: Roger Steiner, Lutz Belger und Thorsten Kortemeier verantworten ab

sofort die Geschäftsführung des Unternehmens.

Thorsten Kortemeier, als Sprecher der Geschäftsführung, verantwortet die Unternehmensbereiche Unternehmensstrategie, Administration & Finanzen, F&E/Produktentwicklung. Zusätzlich beteiligt sich Kortemeier als Gesellschafter an dem thüringischen Unternehmen.

„Die Kombination aus einer starken Marke sowie die Möglichkeit Entwicklungs- und Fertigungsdienstleistungen für dritte Unternehmen aus der Optik-, Jagd- und Sportwaffenindustrie anzubieten, hat den Ausschlag gegeben, mich finanziell an dem Unternehmen zu beteiligen“, so Kortemeier. Noblex, als direkter Nachfolger des Unternehmens im thüringischen Eisfeld, entwickelt, fertigt und vertreibt heute u. a. optoelektronische Consumer-Produkte.

Das Unternehmen mit derzeit 130 Mitarbeitern vereint mit seinem Portfolio der Hochleistungsoptik klassische Produkte, wie Ferngläser und Zielfernrohre, mit modernen optoelektronischen Geräten.

# GELD VERDIENEN MIT SMARTPHONE-FOTOS

Jetzt genial einfach mit FUJIFILM SmartPrint.  
Steigen Sie noch 2018 mit unseren starken Startpaketen  
besonders günstig ein!



Wir beraten sie gerne:

**Thomas Velbinger** | 0172 972-8240  
Thomas.Velbinger@fujifilm.com

**Frank Schachschneider** | 0172 972-9156  
Frank.Schachschneider@fujifilm.com

Weitere Infos  
finden Sie hier:





## photokina 2018 mit 180.000 Besuchern

# Gelungener Start

Die erste photokina mit neuem Konzept hat die Erwartungen mehr als erfüllt. Trotz der gegenüber den Vorjahren um zwei Tage verkürzten Dauer strömten vom 26. - 29. September 180.000 Besucher (2016: 190.000) aus 127 Ländern auf das Kölner Messegelände – und bekamen auf reduzierter Fläche so viele wichtige Neuheiten geboten wie selten zuvor. Vor allem die spiegellosen Vollformatkameras sorgten für Aufsehen – und werden hoffentlich auch die Kassen im Fotohandel füllen.

Im Bereich Mobile zeigte Huawei mit seinem neuesten Flaggschiff-Modell, dass nicht nur die Objektivtechnologie von Leica, sondern auch Künstliche Intelligenz (KI) zu hervorragenden Bildergebnissen beitragen kann. Auch Cewe demonstrierte, wie intelligente Algorithmen die richtigen Bilder für Fotobücher finden, die dann per

Sprachbefehl innerhalb von wenigen Sekunden am Smartphone gestaltet und bestellt werden können. Sowohl die Aussteller, die innovative Drucklösungen vorstellten, als auch die zahlreichen Fotoausstellungen bewiesen, dass gedruckte Bilder immer Menschen faszinieren können. Die Bandbreite reichte von Sofortbildern über

bedruckte Fotogeschenke bis zu großformatigen Fotos in Museumsqualität. Der Bewegtbildbereich in Halle 5.2 zeigte mit neuen Ausstellern aus dem Audio-Segment, dass zu guten Videos auch guter Ton gehört.

Insgesamt 812 Aussteller, davon 69 Prozent aus dem Ausland, zeigten in Köln nicht nur neue Produkte, sondern gaben auch einen Ausblick in die Zukunft des Imaging. Diesem Thema war im photokina Imaging Lab in der Halle 5.1 unter der Schirmherrschaft von NRW-Wirtschaftsminister Prof. Dr. Andreas Pinkwart ein eigener Ausstellungs-bereich gewidmet, in dem etablierte Unternehmen, Start-Ups und Forschungseinrichtungen innovative Ideen präsentierten und Herausforderungen und Lösungsansätze



*Imaging für alle Generationen: Junge Menschen interessieren sich für hochwertige Kameras wie die Lumix GH5S, ältere Semester für moderne Gimbal-Technik von FeiyuTech.*

diskutierten. Zu den Gästen auf der Bühne des Imaging Lab zählten neben Brigitte Zypries (ehem. Bundeswirtschaftsministerin) auch hochrangige Unternehmensvertreter von Canon, Cewe, di support, Huawei, Kodak und Skylum.

Viele Besucher nutzen auch in diesem Jahr die photokina zum Austausch mit Gleichgesinnten und ließen sich von zahlreichen Präsentationen inspirieren. Der Olympus Playground in Halle bot Inspirationen für eigene Ideen, auch die Bühnen der Koelnmesse und die Vorträge auf den Ständen stießen auf

großes Interesse. Dabei zeigte sich eine weitere Verjüngung des Publikums: Der Anteil der Besucher unter 30 stieg deutlich an. Auf der anderen Seite zeigten sich die Aussteller mit der Qualität und der Internationalität des Fachbesucher außerordentlich zufrieden.

### PIV Startup-Day

Das Imaging Lab bot auch den Rahmen für den PIV Startup Day, auf dem sich von der Jury aus allen Bewerbungen ausgewählte Startups Startups in 5-minütigen Vorträgen um den PIV Startup-Award 2018 bewarben.

Zu der 7-köpfigen Jury zählten Hans Hartmann (Suite48 Analytics), Peter Siedlatzek (WSS Redpoint), Wolfgang Heinen (Imaging Media House), Dr. Lorenz Gräf (STARTPLATZ), Torsten Jensen (EY), Thomas Blömer (imaging+foto-contact) und Kevin Pflöck (Junge Gründer).

Als Sieger ging am Ende das deutsche Startup K|Lens vom Platz. Dessen Team rund um Geschäftsführer Matthias Schmitz hat ein neuartiges Lichtfeldobjektiv entwickelt, das mit allen gängigen Vollformat-Kameras und Bajonetten kompatibel ist und so die Vorteile dieser Technologie nutzbar macht, ohne dass man dafür ein spezielles Aufnahmeggerät einsetzen muss. Dafür gab es neben dem PIV Startup-Award ein Preisgeld von 2.500 Euro und einen Ausstellerplatz auf der photokina 2019.

Auf den zweiten Rang platzierte die Jury das norwegischen Startup Wiral, dessen pfiffiges, leicht zu installierendes Cablecam-System spannende Kamerafahrten aus verschiedenen Perspektiven erlaubt. Dafür erhält Wiral ein kostenloses



*Siegerehrung beim PIV Startup-Award: v. r. Katharina C. Hamma (Geschäftsführerin Koelnmesse) und Rainer Führes (Vorsitzender Photoindustrie-Verband) gratulierten dem Geschäftsführer des Siegers K|Lens, Matthias Schmitz, zum 1. Platz.*

## Internationale Messen

Silber-Sponsorenpaket auf dem Business Forum Imaging Cologne 2019. Der dritte Preis, ein Beratungsgutschein der Kanzlei WSS Redpoint in Höhe von 500 Euro, ging an Raypack AI für ihre KI-basierten Produkte im Bereich Visual Computing.

### Zufriedene Veranstalter

Das lebhaftes Messegeschehen in Köln stellte auch die Veranstalter zufrieden. „Das Feedback von Ausstellern und Besuchern ist durchweg positiv“, erklärte Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse. „An den Ständen freute man sich sowohl über die Frequenz wie auch die Qualität der Besucher. Die Besucher wiederum schätzen sehr, was sie hier erleben. Das bestätigt, dass wir mit der begonnenen Neuausrichtung absolut auf Kurs sind.“ Das seien gute Voraussetzungen für die photokina 2019, die aufgrund des neuen Turnus' bereits im Mai stattfinden wird, fügte der Manager hinzu. „Einige Unternehmen haben bereits signalisiert, dass sie basierend auf dem



*Die Bühnenprogramme, hier ein Workshop mit einem Profifotografen, stießen auf großes Interesse.*

Erlebnis in diesem Jahr in 2019 vergrößern, wiederkehren oder zum ersten Mal ausstellen möchten. Das betrifft insbesondere die Bereiche Broadcast und Cine, in denen wir 2019 besonders viel Wachstum erwarten.“

Auch Rainer Führes, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes, dem ideellen Träger der photokina, zeigte sich zuversichtlich: „Wir haben die innovativste photokina seit langem erlebt, mit zahlreichen Neuheiten

in allen Bereichen der Wertschöpfungskette. Die Branche hat hier in Köln einmal mehr gezeigt, dass mit ihr zu rechnen ist: Imaging-Technologien sind im Alltag und in allen Industriezweigen unverzichtbar geworden. Wir Hersteller bieten dafür die ganze Palette an Lösungen und Produkten. Vielen guten Gesprächen in dieser Woche entnehmen wir, dass wir als Branche und mit der Neuaufstellung der photokina auf dem richtigen Weg sind.“



*In den Hallen drängten sich zeitweise regelrechte Menschenmassen.*

Wäre doch alles  
so zuverlässig wie ein Drucker  
von Mitsubishi Electric...



## CP-D90DW-P

EXCLUSIVE  
D90  
SOLUTION



Viele Druckgrößen, unterschiedliche Oberflächen  
Panorama-Druck, perforiertes und Postkarten-Papier verfügbar  
Herausragende Druckqualität  
Schnelldruck in nur 7,8 Sekunden

**Thinkit Printit Profit**  
*Ihre Ideen werden zu Ihrem Profit*

# Vollformat-Kompaktkamera von Zeiss

Einen photokina-Stand hatte sich Zeiss zwar gespart, stellte aber seine neue – und erste – Vollformatkamera immerhin „in Köln“ vor. Die ZX1 markiert nicht nur die Rückkehr der Traditionsmarke in den Kameramarkt, sondern ist auch eine echte Innovation: Denn Zeiss hat Adobe Lightroom CC direkt in das neue Modell eingebaut. Auf eher lustige Weise innovativ ist dagegen der etwas hilflose Presstext, der aus Oberkochen zu diesem Produkt versandt wurde.



Die neue Zeiss ZX1 ermöglicht die Bearbeitung von RAW-Daten direkt in der Kamera.

## Adobe inside

Immerhin enthält er die Information, dass mit der Software das professionelle Bearbeiten von RAW-Bilddateien „direkt auf der Kamera“ möglich ist. Keine Sorge, die Bilddaten kommen dafür nicht heraus und können deshalb auch nicht herunterfallen. Zeiss hat vielmehr eine spezielle – und sehr übersichtlich wirkende – Bedienoberfläche entwickelt, die es ermöglicht, auf dem berührungsempfindlichen Display zu arbeiten. Das hat mit 4,3 Zoll/10,92 cm die dafür notwendigen großzügigen Abmessungen. Zudem ist es, wie es Zeiss formuliert, leicht „geknickt“ – an der rechten Begrenzung der Bildansicht ist

das Feld mit den Bedienelementen etwas nach oben gebogen.

### Großer Speicher

Für die Unterbringung der Datenmengen hat Zeiss in die ZX1 einen 512 GB großen internen Speicher eingebaut, der Platz für etwa 6.800 RAW-Dateien (DNG) oder mehr als 50.000 JPGs bietet. Über WiFi, Bluetooth und USB-C lassen sich die Bilder leicht teilen und auch Peripheriegeräte anschließen. Software-Updates können drahtlos

ohne eine Computerverbindung durchgeführt werden.

In dem minimalistisch gestalteten Gehäuse der ZX1 steckt erstklassige Fototechnik. Die Bildinformationen gelangen durch ein feines, neu konstruiertes 35 mm f/2 Zeiss Distagon Objektiv mit Autofokus auf den von Zeiss entwickelten 37,4-Megapixel-Vollformatsensor. Eine Videofunktion ist offensichtlich nicht vorgesehen, was angesichts der herausragenden Rechenleistung und des großen Speichers ausgesprochen schade ist. Dass die Kamera ohne Spiegel arbeitet, wird von Zeiss zwar ausdrücklich betont, versteht sich aber bei einer Kompakten mit fest eingebautem Objektiv natürlich von selbst.

Mit ihrer charakteristischen Form und dem aufgeräumten Äußeren macht die Kamera einen hochwertigen, zeitgemäßen Eindruck. Die Zeiss ZX1 soll Anfang 2019 auf den Markt kommen und über ausgewählte Händler vertrieben. Den Preis und weitere Einzelheiten will Zeiss zum Marktstart bekanntgeben.



Das berührungsempfindliche Display ist stattliche 4,3 Zoll/10,92 cm groß.

## Panasonic, Leica und Sigma

**Panasonic**



**SIGMA**



# Die neue Allianz

Gerüchte gab es schon vor der photokina, aber offiziell hielten die Beteiligten bis zum Tag vor der Messe dicht. Am 25. September kündigten die Leica Camera AG, Panasonic und Sigma auf einer Pressekonferenz an, zukünftig bei der Entwicklung von Systemkameras und Objektiven zusammenzuarbeiten. Die Basis der Kooperation bildet das von Leica erstmals 2014 eingeführte und seither weiter entwickelte L-Bajonett.

Mit einem Durchmesser von 51,6 mm eignet sich das L-Bajonett sowohl für Kameras mit Vollformat- als auch mit APS-C Sensor. Das Auflagemaß von 20 mm ermöglicht Konstruktionen kompakter Objektive, was sich besonders bei Weitwinkel-Modellen und hohen Lichtstärken auszahlt. Dank seiner robusten Konstruktion aus Edelstahl mit vier Flanschsegmenten ist das L-Bajo-

nett auch für professionelle Einsatzbedingungen geeignet. Für die Kommunikation zwischen Objektiven und Kameras ist es mit einer standardisierten Kontaktleiste ausgestattet, über die auch Firmware-Updates für Objektive übertragen werden können.

Durch die strategische Partnerschaft wollen Leica, Panasonic und Sigma dem Fotohandel die Möglichkeit geben, ihren Kunden eine größere Auswahl von Kameras und Objektiven anzubieten. „Im immer stärker wachsenden Markt für spiegellose Systemkameras herrscht eine immer größere Vielfalt von unterschiedlichen Anforderungen der Nutzer“, kommentierte Dr. Andreas Kaufmann, Aufsichtsratsvorsitzender und Mehrheitseigner der Leica Camera AG. „Um diesen Anforderungen auch kurzfristig gerecht werden zu können, haben wir uns entschieden, mit renommierten Partnern aus der Fotoindustrie zusammenzuarbeiten. Mit Panasonic verbinden uns viele Jahre der partnerschaftlichen sowie vertrauensvollen Zusammenarbeit, die Expertise des Unternehmens in Elektronik ist unbestritten. Sigma ist

ebenfalls ein respektiertes Unternehmen, das sich besonders im Bereich der optischen Entwicklung etabliert hat und mit seinen innovativen Produkten eine perfekte Ergänzung für unser bestehendes L-Mount Portfolio bieten kann.“

### Vorteile für alle Beteiligten

In Anspielung auf die Dreier-Konstellation bezeichnete Junichiro Kitagawa, Executive Officer und Director der Consumer Marketing Division von Panasonic, die Zusammenarbeit als Win-Win-Win-Situation. „Die L-Mount Allianz ist eine Rakete, die uns in die Mitte des High-End-Marktes bringt“, erklärte der Panasonic Manager. „Sie gibt uns die Möglichkeit, Produkte mit unserer eigenen Philosophie auf einer gemeinsamen Plattform auf den Markt zu bringen.“

Sigma will die Allianz nicht nur mit der Entwicklung von Objektiven unterstützen, sondern auch spiegellose Kameras entwickeln, die das kurze Auflagemaß nutzen. „Diese Allianz wird sowohl die Umsetzung als auch die



## Handel

Erweiterbarkeit unseres Kamerasystems stark voranbringen“, erklärte Sigma Chef Kazuto Yamaki in Köln. „Leica ist ein großartiges Unternehmen und hat seit mehr als 100 Jahren maßgeblichen Einfluss auf die Fotografie genommen. Und Panasonic ist aufgrund seiner bewährten Ent-

wicklungen Marktführer in vielen Bereichen. Zusammen mit Sigmas qualitativ hochwertigen, leistungsfähigen und einzigartigen Produkten wird das L-Bajonett zu einem extrem attraktiven System für die Kunden werden.“

Das L-Bajonett wird von Leica Camera

derzeit bei den SL Systemkameras (Vollformat) sowie den Kameramodellen Leica CL, TL2 und TL (APS-C) eingesetzt. Für Vollformatkameras bietet Leica acht SL-Objektive an, darunter fünf Festbrennweiten und drei Zoomobjektive bis zu einer Brennweite von 280 mm.

## Zwei spiegellose Vollformatkameras von Panasonic

Panasonic kündigte auf der photokina zwei spiegellose Vollformat-Systemkameras für das Leica L-Bajonett an. Die Lumix S1R und die Lumix S1 wurden auf dem Stand als Prototypen gezeigt und sollen im Frühjahr 2019 auf den Markt kommen. Detaillierte technische Daten wurden noch nicht bekanntgegeben.



Die Vollformatkameras Lumix S1R und S1 kommen im Frühjahr nächsten Jahres auf den Markt.

## Die Lumix S-Klasse

Die beiden Modelle unterscheiden sich vor allem durch den Bildsensor, der bei der Lumix S1R eine Auflösung von 47 MP und bei der Lumix S1 24 MP bietet. Verarbeitet werden die Bilddaten mit einem neuen Venus Engine Prozessor. Er soll es den beiden Modellen möglich machen, als erste spiegellose Vollformatkameras Videos in 4K/60P aufzuzeichnen. Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal (nach derzeitigem Stand) ist das Dual I.S. Bild-

stabilisierungssystem, bei dem die Verwacklungskorrekturen in Kamera und Objektiv zusammenarbeiten. Die neuen Kameras sollen mit je einem Speicherkartenplatz für das SD/XQD-Format sowie einem um drei Achsen schwenkbaren LCD-Monitor ausgestattet werden.

### Eigene Objektive

Das Leica L-Bajonett macht die Verwendung von derzeit acht Leica

SL-Objektiven für das Vollformat möglich, zudem will Panasonic zügig ein eigenes Objektiv-Sortiment mit L-Bajonett auf den Markt bringen. Es soll bereits 2020 mehr als 10 Modelle umfassen. Zur Einführung der beiden Kameras im kommenden Frühjahr ist voraussichtlich mit einer 1,4/50 mm Festbrennweite, einem Standardzoom 24-105 mm und einem Telezoom 70-200 mm zu rechnen.

„Durch die Kooperation mit Leica und

Sigma bieten wir den Nutzern der Lumix S Serie gleich von Beginn an eine breite Auswahl an ausgezeichneten Objektiven und geben zugleich ein großes Wertversprechen für die Zukunft ab“, erklärte Michael List, Sales Director CE bei Panasonic Deutschland. „Damit sorgen wir für ideale Bedingungen für den Marktstart der Serie und erleichtern unseren Partnern im Handel maßgeblich die Argumentation gegenüber den Kunden.“

### Parallel mit Micro-Four Thirds

Der Einstieg von Panasonic in das Vollformat-Segment erfolgt begleitend zur Weiterentwicklung der Lumix G Modelle. Beide Systeme werden in

Zukunft nebeneinander existieren, betonte Panasonic auf der photokina. Unterstrichen wird diese Aussage durch die Ankündigung des neuen, besonders lichtstarken Weitwinkel-Zoomobjektivs Leica DG Vario Summilux 10-25 mm/F1,7, das im kommenden Jahr auf den Markt kommen soll. „Der Micro-Four Thirds Standard ist eine tragende Säule für den Erfolg der Lumix G Serie und wird auch im professionellen Bereich von vielen Nutzern geschätzt“, erklärte Armando Romagnolo, Marketing Director CE bei Panasonic Deutschland. „Wir haben die Objektivauswahl im Laufe der Jahre kontinuierlich weiter ausgebaut und werden das Angebot auch in Zukunft immer wieder sinnvoll erweitern.“

### Lumix Profi Service kommt

Mit Lumix Pro kündigte Panasonic auf der photokina eine neue Plattform für professionelle Lumix Fotografen und ambitionierte Amateure an. Das Programm richtet sich an Nutzer der Modelle Lumix GH4, GH5, GH5S und G9



in den USA, Grossbritannien, Frankreich, Italien und Spanien. Es ist eine Erweiterung des in Japan bereits laufenden Lumix Professional Service Programms und

soll in Europa in den ersten Monaten 2019 zur Verfügung stehen.

Für die Teilnahme am Lumix Pro Programm bietet Panasonic verschiedene Optionen an, von der kostenfreien Basis-Mitgliedschaft über Silber (39 Euro/Jahr) und Gold (139 Euro/Jahr) bis zu Platin (199 Euro/Jahr).

Je nach Status umfasst Lumix Pro zahlreiche Leistungen wie eine spezielle Hotline, schnellere Bearbeitungszeiten für Service und Reparaturen, kostenlose Wartungsdienste wie Sensor- und Sucherreinigung, Objektiv-Kalibrierung oder Firmware-Updates, kostenlosen Versand von und zum Servicecenter, Leihgeräte, bevorzugten Zugang zu den neuesten Produkten sowie verschiedene Partner-Vorteile und Rabatte.

Lumix Pro Mitglieder können die Dienstleistungen auch unterwegs in allen Ländern nutzen, in denen der Service zur Verfügung steht. Panasonic strebt an, Lumix Pro schrittweise auf weitere Länder auszudehnen, um seine Kunden weltweit zu unterstützen.

# 1.000 Stunden Salzsprühtest



Manfrotto Stativ übertreffen den Wettbewerb seit mehr als 50 Jahren. Und mit mehr als 40 Patenten setzt Manfrotto ständig neue Standards für die ganze Branche. Entdecken Sie das leichteste Hochleistungsstativ von Manfrotto: [manfrotto.de/befree](http://manfrotto.de/befree)



red dot award 2018  
winner



MADE  
IN ITALY



**Manfrotto**  
Imagine More

## Fujifilm erweitert das GFX-System

# Kompaktes Mittelformat



*Das Design der neuen GFX 50R gleicht einer klassischen Messsucherkamera.*

Während alle Welt vom spiegellosen Vollformat sprach, strebte Fujifilm auf der photokina nach Größerem, jedenfalls was den Sensor angeht. Mit der GFX 50R stellte das Unternehmen eine kompakte Mittelformat-Kamera im Messucher-Design vor und kündigte die Entwicklung eines 100 MP Modells an, das auch 4K-Videos aufnehmen kann.

Ein wenig Ironie konnte sich Toshi Iida, General Manager der Optical Devices & Electronic Imaging Products Division von Fujifilm, auf der photokina-Presskonferenz nicht verkneifen: Vollformat höre sich so an, als wäre es jetzt genug oder ginge nicht größer. In dieser Logik, so der Manager augenzwinkernd, müsse man den 43,8 x 32,9 mm großen 51,4 MP Sensor der Fujifilm GFX-Kameras dann wohl als Super-Vollformat bezeichnen.

Jedenfalls hat Fujifilm den im Vergleich zum 35mm-Format 1,7 mal größeren Bildwandler jetzt in ein kompaktes Gehäuse gesteckt, das weniger an Mittelformat als vielmehr an eine klassische Messsucherkamera erinnert. Mit einem Gewicht von 775 Gramm ist die neue GFX 50R respektable 145 Gramm leichter sowie 25 Millimeter dünner als das Schwestermodell GFX 50S.

Das elektronische Sucher der GFX 50R hat 3,69 Mio. Bildpunkte und bietet mit einem Vergrößerungsfaktor von 0,77 dem Fotografen einen guten

Überblick über die Gesamtszene über den angezeigten Bildausschnitt hinaus. Beim Sensor wurden das Design der Mikrolinsen und die Signalverarbeitung überarbeitet, um Schärfe und Kontrast zu verbessern. Durch die niedrige Basisempfindlichkeit von ISO 100 und den hohen Dynamikumfang von 14 Blendenstufen (14-bit RAW) entstehen detailreiche Aufnahmen mit natürlichen Hauttönen und präziser Farbwiedergabe.

Der X-Prozessor Pro der GFX 50R erlaubt nicht nur ein hohes Arbeitstempo, sondern auch Fujifilms einzigartige Filmsimulationen, eine interne RAW-Konvertierung in 8-bit Tiff, präzise Scharfeinstellung und schnelle Auslösezeiten. Die GFX 50R ist mit einem Fokus-Joystick ausgestattet, mit dem der Fokusbereich komfortabel und schnell eingestellt werden kann, ohne dass man dabei die Kamera vom Auge nehmen muss. Das robuste

Gehäuse aus einer Magnesiumlegierung ist an 64 Stellen abgedichtet, staubgeschützt, wetterfest und auch bei Kälte bis minus 10 Grad einsatzbereit.

Wie das Schwestermodell unterstützt die GFX 50R die Tethering-Software HS-V5 für Windows und Tether Shooting Plug-in Pro für Adobe Photoshop Lightroom.



*Das 100 MP GFX-Modell soll bereits in der ersten Hälfte 2019 auf den Markt kommen.*

Capture One Pro von Fujifilm bietet zusätzliche Optionen für Studio-Aufnahmen in der Werbe- und Modelfotografie. Als erstes Modell der GFX-Serie ist die 50R mit der energiesparenden Bluetooth-Technologie ausgestattet, so dass die Bilder mit der Fujifilm Camera Remote App sofort auf Smartphones und Tablets übertragen werden können. Die Kamera kommt im November für 4.499 Euro (UVP) auf den Markt.

### 100 MP und 4K-Video

Mit der Vorankündigung eines GFX-Modells mit 100 MP CMOS Sensor und Phasendetektions-Pixeln unterstrich Fujifilm auf der photokina die Bedeutung dieses Systems. Als erste digitale Mittelformat-Systemkamera soll sie mit einem internen Bildstabilisierungssystem (IBIS) aufwarten und 4K-Videos (4K30p) aufnehmen können. So werden einzigartige Filme mit der für Mittelformat typischen geringen Tiefenschärfe und großem Tonwertumfang möglich. Trotz des großen Sensors soll die

Kamera in Größe und Gewicht einer High-End-DSLR gleichen. Ein Hochformat-Griff sorgt auch bei der Verwendung von größeren Objektiven für komfortable Handhabung. Die 100 MP GFX-Kamera wird voraussichtlich GFX100 heißen, in der ersten Hälfte 2019 auf den Markt kommen und rund 10.000 Dollar (derzeit knapp 9.000 Euro) kosten.

### Mehr Objektive

Für das GFX-System kündigte Fujifilm auf der photokina drei neue Fujinon GF Objektive an. Das aktuelle Sortiment von sieben Produkten mit Brennweiten von 23 mm (18 mm KB) bis 250 mm (198 mm KB) wird um das Telezoom GF100-200mm F5.6 R LM OIS WR, das mittlere Telezoom GF45-100mm F4 R LM OIS WR sowie die kompakte und leichte Festbrennweite Fujinon GF50mm F3.5 R LM WR erweitert.

Wie alle GF-Objektive sind sie wetterfest und in der Auflösung bereits auf die Verwendung von 100 MP-Sensoren ausgelegt.

## Drei neue GF-Objektive

Fujifilm hat auf der photokina drei neue GF-Objektive für die GFX-Mittelformatkameras angekündigt. Nach deren Einführung werden elf Objektive für das System verfügbar sein.

Das Fujinon GF100-200mm F5.6 R LM OIS WR, dessen Brennweitenbereich 79-158mm im Kleinbildformat entspricht, kann mit dem bereits vorhandenen Telekonverter GF1.4X TC WR verwendet werden. Dann wächst der Zoombereich auf 140-280mm (111-221mm KB).

Als kleinstes und leichtestes GF Objektiv eignet sich das Fujinon GF50mm F3.5 R LM WR besonders gut, um in Kombination mit der neuen GFX 50R ein handliches Duo für das unauffällige Fotografieren unterwegs zu bilden.

Das Zoomobjektiv Fujinon 45-100mm F4 R LM OIS WR setzt mit einem Brennweitenbereich, der 36 bis 79 mm im Kleinbildformat entspricht, auf Vielseitigkeit und ist vor allem für Porträtaufnahmen und Schnappschüsse geeignet.

# 5.000 Funktionstests



10  
YEAR  
warranty

Manfrotto Stativ übertreffen den Wettbewerb seit mehr als 50 Jahren. Und mit mehr als 40 Patenten setzt Manfrotto ständig neue Standards für die ganze Branche. Entdecken Sie das leichteste Hochleistungsstativ von Manfrotto: [manfrotto.de/befree](http://manfrotto.de/befree)



red dot award 2018  
winner



MADE  
IN ITALY



**Manfrotto**  
Imagine More

Manfrotto  
A Vitec Group Brand

[manfrotto.de](http://manfrotto.de)

# Vitec Imaging Solutions auf der photokina

## Starke Marken

Mit insgesamt acht Marken, vier für Konsumenten und vier für Profis, präsentierte sich Vitec Imaging Solutions auf der photokina mit insgesamt 59 neuen Produkten. Mit diesem umfassenden Portfolio will das Unternehmen dem Fotohandel die Möglichkeit bieten, von den Neuvorstellungen zahlreicher Kamerahersteller im spiegellosen Vollformat ebenso zu profitieren wie von der Popularität der Smartphonefotografie und der wachsenden Nachfrage nach hochwertigem Markenzubehör.



Jörg Schönbeck,  
Geschäftsführer  
Vitec Imaging  
Distribution:  
„Die Order-  
Ergebnisse  
auf der  
photokina  
lagen  
deutlich  
über Plan.“

Auf der photokina 2018 vereinigte Vitec Imaging Solutions erstmals die vier Consumer-Marken Manfrotto, Lowepro, Gitzo und Joby unter dem Slogan „Looking 4ward“ unter einem Dach. Für die kommerzielle Studio- und Werbefotografie wurden zudem die

Sortimente der Profi-Marken Lastolite by Manfrotto, Colorama, Avenger und das Manfrotto Lighting Sortiment gezeigt.

Die Schwerpunkte der Neuheiten für Konsumenten lagen in den Bereichen Kamera-Stabilisierung (Stative), Transport (Taschen) und Smartphone-Fotografie. Dafür hat Vitec die Profile seiner Marken geschärft, um sie noch näher an ihre jeweilige Zielgruppe heranzuführen: Manfrotto richtet sich an professionelle Fotografen und Filmhersteller sowie an ambitionierte Foto- und Videoenthusiasten, Lowepro hat seinen Schwerpunkt im Bereich Outdoor-Abenteuer, und Gitzo ist die erste Wahl für professionelle Anwender und Prosumer im Bereich der Natur- und Wildlife-Fotografie. Joby, zu dessen Portfolio das Kultstativ GorillaPod zählt, erweiterte sein Angebot in Richtung Smartphone-Fotografie, um dieses schnell wachsende Marktsegment umfassend zu bedienen.

### Gutes Messe-Ergebnis

Nach Ansicht von Jörg Schönbeck, Geschäftsführer Vitec Imaging Distribution, ist die neue Markenstrategie auf der photokina voll aufgegangen: „Wir freuen uns über das positive Echo aus dem Handel bezüglich unseres starken Marken- und Produktportfolios. Die Order-Ergebnisse lagen deutlich über Plan.“ Besonders starkes Interesse verzeichnet Vitec für das Manfrotto Befree 2n1 Stativ, den Hardcase Tough aus der Manfrotto Trolley Serie sowie die Freeline von Lowepro. Mit einer Fortsetzung der umfassenden Markenkampagne, die in diesen



Das neue Manfrotto Befree 2N1 war auf der photokina besonders gefragt.

Wochen und Monaten in ganz Deutschland bereits für hohe Aufmerksamkeit sorgt, will Vitec im Jahresendgeschäft für überdurchschnittlich Nachfrage sorgen. „Wir freuen uns darauf, unsere Partner im Handel auf allen Ebenen nachhaltig zu unterstützen, um weiterhin gemeinsam Erfolg zu haben“, erklärte Schönbeck. „Das gilt für das anstehende Weihnachtsgeschäft ebenso wie für die Planungen des Jahres 2019.“



Auch die Freeline Rucksäcke von Lowepro stießen auf viel Interesse beim Fotohandel.

## So geht Nikon ins Weihnachtsgeschäft



*Die unterschiedlichen Eigenschaften des Z-Systems und des klassischen DSLR-Konzepts machen es Nikon möglich, die unterschiedlichen Ansprüche von Profifotografen, Enthusiasten und Einsteigern noch präziser zu erfüllen.*

## Die Kraft der zwei Systeme



Auf dem photokina Stand von Nikon hatten die im August angekündigten spiegellosen Vollformat-Kameras Z 7 und Z 6 ihren ersten großen Auftritt. Das Unternehmen nutzte die Messe aber auch dazu, sein gesamtes Sortiment von der neuen DSLR-Einstiegskamera Nikon D3500 bis zu den Profimodellen und neuen Objektiven zu präsentieren. Bekannte Nikon Profi-Fotografen aus aller Welt zeigten zudem in erstklassigen Vorträgen und spektakulären Fotos das ganze Leistungsspektrum der Nikon-Fotografie. **imaging+foto-contact** hat mit Stefan Maier, Department Manager Marketing & NPS bei der Nikon GmbH, über die Positionierung der neuen Modelle und die Aktivitäten für das Weihnachtsgeschäft gesprochen.

**imaging+foto-contact:** Herr Maier, Nikon ist auf der photokina in die spiegellose Vollformat-Fotografie gestartet. Wie haben die Besucher auf die Nikon Z 7 und Z 6 reagiert?

**Stefan Maier:** Die Reaktionen waren außerordentlich positiv, und zwar sowohl von Seiten der Anwender und Endkunden als auch von Seiten des Fachhandels. Das liegt nicht nur an der exzellenten Bildqualität, dem hervorragenden elektronischen Sucher und dem ins Gehäuse integrierten Bildstabilisator. Es ist uns gelungen, deutlich zu machen, dass die Kombination des derzeit größten Bajonett-Anschlusses aller Vollformat-Kameras mit dem geringen Auflage-



## Interview

maß von 16 mm ganz neue Möglichkeiten beim Objektiv-Design bietet. Deshalb befindet sich mit dem Nikkor Z 58 mm 1:0,95 S Noct das bisher lichtstärkste Objektiv der Nikon Geschichte bereits in der Entwicklung. Sehr gut aufgenommen wurde auch die Tatsache, dass wir bereits zum Start zwei Modelle anbieten, um die Ansprüche unterschiedlicher Anwendergruppen zu erfüllen. Das entspricht der traditionellen Strategie von Nikon, jeder Fotografin und jedem Fotografen das passende Werkzeug anzubieten. Und da das Z-System das bewährte

Bedienkonzept von Nikon weiterführt, fühlt man sich sofort wie zu Hause. Besonders gefreut hat uns auch, dass nicht nur die Messebesucher so positiv auf das Z-System reagiert haben, sondern auch die aktuellen Testergebnisse zur Z 7 die Leistungsfähigkeit des neuen Systems bestätigen. So titelt die Audio Video Foto Bild zum Beispiel „Die beste Kamera aller Zeiten: Mit sensationellen Objektiven“, und die Z-Serie hat bereits den Chip Foto Award 2018 als bestes Kamerasystem des Jahres gewonnen. Auch in weiteren Fachmagazinen erzielte die Z 7



*Stefan Maier, Department Manager Marketing Communications bei der Nikon GmbH: „Es gibt keinen Grund, das eine System gegen das andere auszuspielen.“*

**VIEL MEHR ALS NUR CASH BACK**  
01.11.2018 - 31.01.2019

**I AM YOUR NEW COMPANION**

**DSLR**

- D5600: 100 €
- D7500: 200 €
- D500: 200 €
- D750: 300 €
- D850: 300 €

**DX**

- AF-S DX MICRO NIKKOR 40 mm 1:2,8G ED: 50 €
- AF-S DX MICRO NIKKOR 85 mm 1:3,5G ED VR: 50 €
- AF-P DX NIKKOR 10-20 mm 1:4,5-5,6G VR: 50 €
- AF-S DX NIKKOR 10-24 mm 1:3,5-4,5G ED: 100 €
- AF-S DX NIKKOR 14-80 mm 1:2,8-4E ED VR: 100 €
- AF-S DX NIKKOR 18-200 mm 1:3,5-5,6G ED VR II: 100 €
- AF-S DX NIKKOR 18-300 mm 1:3,5-6,3G ED VR: 100 €
- AF-DX NIKKOR 70-300 mm 1:4,5-6,3G ED VR: 100 €

**FX**

- AF-S NIKKOR 50 mm 1:1,8G: 50 €
- AF-S MICRO NIKKOR 80 mm 1:2,8G ED: 50 €
- AF-S MICRO NIKKOR 105 mm 1:2,8G IF-ED VR: 75 €
- AF-S FISHEYE NIKKOR 8-15 mm 1:3,5-4,5E ED: 100 €
- AF-S NIKKOR 70-300 mm 1:4G ED VR: 100 €
- AF-P NIKKOR 70-300 mm 1:4,5-5,6E ED VR: 100 €
- AF-S NIKKOR 28-300 mm 1:3,5-5,6G ED VR: 100 €
- AF-S NIKKOR 16-35 mm 1:4G ED VR: 100 €
- AF-S NIKKOR 300-500 mm 1:5,6E ED VR: 200 €
- AF-S NIKKOR 70-200 mm 1:2,8E FL ED VR: 300 €
- AF-S NIKKOR 14-24 mm 1:2,8G ED: 300 €
- AF-S NIKKOR 24 mm 1:1,4G ED: 300 €
- AF-S NIKKOR 28 mm 1:1,4E ED: 300 €
- AF-S NIKKOR 35 mm 1:1,4G: 300 €
- AF-S NIKKOR 58 mm 1:1,4G: 300 €
- AF-S NIKKOR 85 mm 1:1,4G: 300 €
- AF-S NIKKOR 105 mm 1:1,4E ED: 300 €

**Mehr Infos und Teilnahmebedingungen auf [www.nikon.de/cashback](http://www.nikon.de/cashback)**

**Nikon**

Mit der großen Cashback-Aktion für fünf DSLR-Modelle und 25 Nikkor-Objektive sorgt Nikon für Nachfrage auch im Spiegelreflex-Segment.

hervorragende Testergebnisse: Die ColorFoto vergab einen Kauf Tipp, Digital Photo bewertete die Nikon Z 7 als Super, Photographie kürte die Kamera im Vergleichstest spiegelloser Vollformat-Kameras zum Testsieger, und Foto Hits vergab die Gesamtnote Exzellent.

**imaging+foto-contact:** Wird nicht kritisiert, dass die bisherigen F-Nikkore nur mit einem Adapter genutzt werden können?

**Stefan Maier:** Das war natürlich eine Sorge vieler Nutzer. Unsere Kunden verstehen aber, dass der Schritt notwendig und sinnvoll war, denn ohne ein neues Bajonett wäre es unmöglich, die Grenzen der optischen Leistung neu zu definieren. Zentral ist natürlich, dass Nikon Fotografinnen und Fotografen mit dem FTZ Adapter ihre bisherigen Objektive sowie beinahe das komplette Sortiment an F-Nikkoren ohne Qualitätskompromisse weiter nutzen können. Die von uns bereitgestellte Kompatibilitätsliste zeigt, dass fast alle Autofokus F-Nikkore von der VR Bildstabilisierung profi-

tieren, die wir in die Z 7 und die Z 6 eingebaut haben. Das gilt sowohl für Objektive mit als auch für solche ohne eigenen Bildstabilisator, und es funktioniert beim Fotografieren ebenso wie beim Videofilmen. Die professionellen Features, die das Z-System beim Bewegtbild bietet, schaffen unseren Anwendern in der Kombination von 4K/30p, Full HD mit bis zu 120p und Zeitrasterfilmen in 8K ganz neue Möglichkeiten.

**imaging+foto-contact:** Markieren die neuen spiegellosen Vollformat-Modelle Z 7 und Z 6 das Ende der Spiegelreflex-Ära?

**Stefan Maier:** Nein. Sie geben uns vielmehr die Möglichkeit, die unterschiedlichen Ansprüche von Profifotografen, Enthusiasten und Einsteigern noch präziser zu erfüllen. Dabei ist spiegellos zunächst einmal ein Konstruktionsprinzip und kein Qualitätsmerkmal. Das entsteht für uns erst dadurch, dass wir durch ein besonders großes Bajonett und ein sehr kurzes Auflagemaß neue Möglichkeiten für optische Bestleistungen geschaffen haben, die sich so bisher nicht realisieren lassen.

Die Ansprüche der Anwender sind so vielschichtig wie die Fotografie selbst, und deshalb gibt es keinen Grund, das eine System gegen das andere auszuspielen. Viele Fotografinnen und Fotografen werden auch in Zukunft auf bewährte DSLR-Technologie zurückgreifen, da sie zum Beispiel den optischen Sucher und die gewohnte Ergonomie sehr schätzen. Es kommt eben auf den Einsatzzweck und die persönlichen Vorlieben an. Ich persönlich finde es großartig, dass ich als Fotograf je nach Situation auf eine Nikon D850 oder eine Z 7 zurückgreifen kann. Zudem bietet auch Spiegelreflex noch Raum für Innovationen. Ein Beispiel dafür ist unser neues, beson-



Die Nikon Z 7 wurde bereits in zahlreichen Tests hervorragend bewertet.

ders leichtes und kompaktes AF-S Nikkor 500 mm 1:5,6E PF ED VR. Nikon wird beide Systeme so weiter entwickeln, dass der Fotohandel seinen Kunden die besten Produkte in jeder Preisklasse anbieten kann. Und unsere Aktivitäten zum Weihnachtsgeschäft bieten gute Gründe, jetzt ein vorhandenes Nikon DSLR-System auszubauen oder in die Welt der Nikon Fotografie einzusteigen.

**imaging+foto-contact:** Welche Aktivitäten haben Sie geplant?

**Stefan Maier:** Neben einer umfangreichen Werbekampagne für die neue Z-Serie gibt es für das DSLR Segment eine große Cashback-Aktion für die Kameramodelle D5600, D7500, D500, D750 und D850 sowie nicht weniger als 25 Nikkor-Objektive. Wir bieten dieses Mal auch äußerst attraktive Cashback-Beträge von bis zu 300

Euro Rückerstattungsbetrag pro Produkt. Auf diese Aktion werden wir mit umfangreichen Kommunikationsmaßnahmen in Print- und Online-Medien, auf unseren Social Media Kanälen, im Newsletter, auf der Homepage und natürlich in den Geschäften unserer Handelspartner aufmerksam machen. Nicht vergessen sollte der Fachhandel, dass wir auch weiterhin den Kunden die Möglichkeit bieten, die Garantie für Nikkor-Objektive kostenlos auf 5 Jahre zu verlängern. Das ist Zukunftssicherheit in jeder Hinsicht.

**imaging+foto-contact:** Mit welchen Innovationen von Nikon können wir in der Zukunft rechnen?

**Stefan Maier:** Seit mehr 100 Jahren Nikon ist es Nikon immer wieder gelungen, mit Innovationen die Grenzen der Fotografie neu zu definieren. Diesen erfolgreichen Weg werden wir konsequent weitergehen, um es Profis und Enthusiasten zu ermöglichen, ihre Bildideen genauso zu realisieren, wie es ihren Vorstellungen entspricht. Wir haben ja bereits diverse Objektive für das Z-Bajonett angekündigt, und auch im DSLR Segment ist das Innovationspotential längst nicht ausgeschöpft.

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



Das besonders große Bajonett und das sehr kurze Auflagemaß des Z-Systems geben Nikon neue Möglichkeiten für optische Bestleistungen.

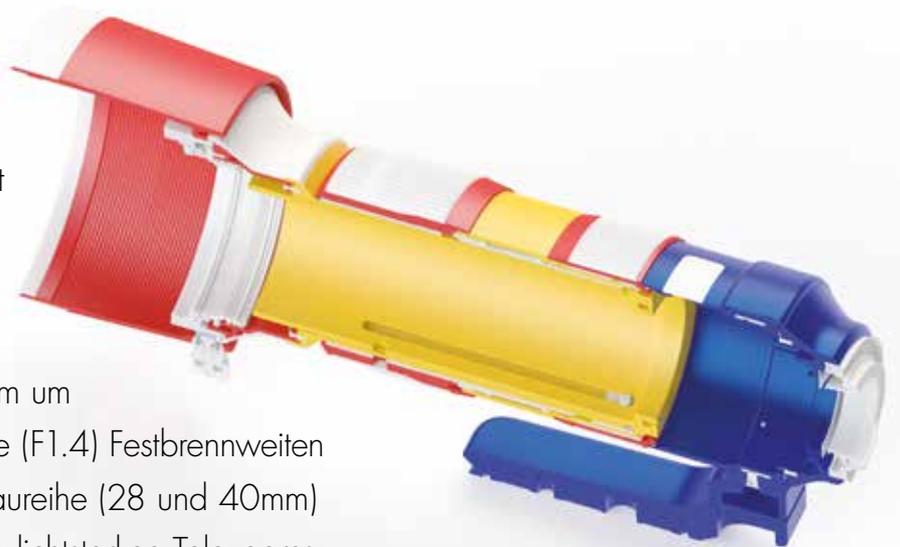
## Zoomen von 60-600mm



*Das neue Sigma 60-600mm F4.5 bis 6,3 DG OS HSM ist das erste 10-fach-Telezoom der Welt mit bis zu 600mm Brennweite.*

# Der Allrounder von Sigma

Sigma machte auf der photokina nicht nur als Mitglied der neuen L-Mount-Alliance (siehe Seite 13 in dieser Ausgabe) Schlagzeilen, sondern erweiterte auch sein Objektivprogramm um fünf Modelle. Dazu gehören lichtstarke (F1.4) Festbrennweiten der Contemporary (56mm) und Art-Baureihe (28 und 40mm) sowie ein neues Flaggschiff unter den lichtstarken Telezooms, das Sigma 70-200mm F2.8 DG OS HSM. Ein wichtiges Highlight für den Fotohandel stellt zudem das neue Sigma 60-600mm F4.5 bis 6,3 DG OS HSM dar; es ist das erste Teleobjektiv der Welt, dessen 10-fach Zoom bis 600mm reicht.



*Um geringes Gewicht mit großer Stabilität zu kombinieren, verwendet Sigma beim 60-600mm F4.5-6.3 DG OS HSM verschiedene Materialien: eine Magnesiumlegierung (blau), das formstabile TSC (gelb) und Carbonfaser-verstärkten Kunststoff (rot).*

Das neue Objektiv tritt an die Seite von zwei anderen Sigma Super-Tele-Zooms mit maximal 600mm Brennweite: das robuste 150-600mm F5-6.3 DG OS HSM|Sports und das leichte 150-600mm F5-6.3 DG OS HSM|Contemporary. Mit seinem noch größeren Brennweitenbereich, der bei 60mm beginnt, ist es ausgesprochen vielseitig und kann bei einer Brennweite von 200mm auch für Tele-Makroaufnahmen mit einem maximalen Vergrößerungsmaßstab von 1:3,3 eingesetzt werden. Durch die aufwändige, optische Konstruktion bietet das neue Sigma 60-600mm F4.5-6.3 DG OS HSM eine gleichbleibend hohe Bildqualität über den gesamten Zoombereich. Dazu tragen drei FLD-Glaselemente und eine SLD-Linse bei. Mit dem neuesten Algorithmus erzielt der optische Bildstabilisator einen Effekt von vier Belichtungsstufen; für hohes Autofokus-Tempo sorgt der Hyper-Sonic-Motor, dessen Softwareansteuerung ebenfalls verbessert wurde.

### Innovativer Gehäuseaufbau

Mit einem Gewicht von 2.700g und einer Länge von 268,9mm ist das neue Sigma-Superzoom ausgesprochen kompakt. Durch die Verwendung ver-

schiedener Materialien für den Objektivtubus erreicht Sigma das geringe Gewicht, ohne die Tragbarkeit und Robustheit des Objektivs zu beeinträchtigen. Während das Ende rund um das Bajonett aus einer robusten Magnesiumlegierung besteht, ist der größte Teil des Tubus aus dem formstabilen Material TSC aufgebaut. Die drei Buchstaben stehen für Thermally-Stable-Composite und weisen darauf hin, dass dieser Materialmix nur minimal auf Temperaturschwankungen reagiert. Zudem bietet TSC im Vergleich mit anderen Sigma-Produkten, bei denen Polycarbonat mit 20 Prozent Glasanteil eingesetzt wird, eine um 70 Prozent höhere Elastizität. Die Sonnenblende rund um die Frontlinse besteht aus Carbonfaser-verstärktem Kunststoff, wie er auch im Flugzeugbau eingesetzt wird.

Das Sigma 60-600mm F4.5-6.3 DG OS HSM|Sports kann sowohl als Dreh- als auch als Schiebezoom verwendet werden. Wie alle Objektive der Sports-Produktlinie ist es staub- und spritzwassergeschützt, die Frontlinse ist wasser- und ölabweisend beschichtet. Damit ist das Objektiv ausgezeichnet auch für robuste Einsatzbedingungen in freier Natur bei praktisch jedem Wetter geeignet. Es ist ab sofort erhältlich und kostet 1.899 Euro (UVP).



*Lichtstark: Sowohl das 56mm Objektiv (oben) der Contemporary Serie als auch die 28mm (Mitte) und 40mm Brennweiten der Art-Baureihe bieten eine große Blendenöffnung von F1.4.*



*Durchgehend F2.8: das neue Sigma 70-200mm F2.8 DG OS HSM |Sports.*

# Gelungener Start für das Canon R System

## Das neue Niveau

Das spiegellose Vollformat-System EOS R stand im Mittelpunkt des selbstbewussten photokina Auftritts von Canon. Seit dem 9. Oktober ist es im Handel und soll mit einem neuen Niveau von optischer Finesse, Schnelligkeit und Lichtstärke die Kunden begeistern. **imaging+foto-contact** hat mit Guido Jacobs, Country Director Imaging Technologies & Communications Group, und Marketing Director Marco Gottschalk, über die Reaktionen der Anwender und des Fachhandels gesprochen und auch nach weiteren Plänen im Kamerageschäft gefragt.

**imaging+foto-contact:** *Das lang erwartete spiegellose Vollformat-System EOS R hatte auf dem Canon Stand seinen ersten großen Auftritt. Sind Sie mit den Reaktionen auf diese Innovation zufrieden?*

**Guido Jacobs:** Wir sind nicht nur zufrieden, wir sind begeistert, und zwar deshalb, weil unsere Kunden begeistert waren und sind. Wir sind sicher, mit dem EOS R System einen Meilenstein im spiegellosen High-End-Segment entwickelt zu haben, und wir freuen uns, dass dies auf der photokina in vollem Umfang bestätigt wurde. Darüber freuen sich auch unsere Partner im Fachhandel, denn die EOS R



*Mit dem EOS R System will Canon eine führende Position im Segment der High-End-Systemkameras erreichen.*

wird zu einer wichtigen Umsatzsäule im kommenden Weihnachtsgeschäft und auch in den Monaten danach.

**imaging+foto-contact:** *Die Frage muss erlaubt sein: Spiegelloses Vollformat von Canon – warum erst jetzt?*

**Guido Jacobs:** Canon steht für Kontinuität und Innovation. Nicht ohne Grund ist das EOS System seit seiner Einführung im Jahr 1987 zum erfolgreichsten Imaging-System der Welt geworden: Wir haben es permanent weiterentwickelt und dabei die Möglichkeiten neuer Technologien genutzt, um die Ansprüche unserer Kunden immer besser zu erfüllen. Diese Strategie steht auch hinter dem EOS R System. Wir wollten nicht irgendeine

spiegellose Vollformatkamera bauen, sondern die Vorteile dieser Technologie nutzen, um Profis und fortgeschrittenen Enthusiasten ganz neue Möglichkeiten beim Fotografieren und Filmen zu bieten. Damit legen wir die Grundlage für die nächsten 30 Jahre derameratechnologie-Entwicklung.

**imaging+foto-contact:** *Welche Möglichkeiten sind dabei besonders wichtig?*

**Marco Gottschalk:** Die beeindruckenden Eigenschaften des 30,3 MP Vollformatsensors und die digitale Objektivoptimierung hebt die Bildqualität auf ein neues Niveau. Unterstützt wird das durch den herausragend schnellen, lichtempfindlichen und prä-

zisen Dual Pixel CMOS AF, einem Phasendetektions-Autofokus, der mit einer Reaktionszeit von 0,05 Sekunden der schnellste der Welt ist und auch noch bei -6 LW funktioniert. Dies ermöglicht eine ganz neue Art des Fotografierens. Dazu kommen professionelle 4K-Videofähigkeiten mit herausragender Fokussteuerung, erstklassige Vernetzungsfunktionen und eine ausgezeichnete Bedienbarkeit. Dabei ist die EOS R die einzige Vollformat-Spiegellose mit dreh- und schwenkbarem Display. Das bedeutet tatsächlich Fotografieren und Filmen auf einem völlig neuen Niveau. Ergänzt wird dies durch die vier besonders kompakten bzw. lichtstarken Objektive, die entweder schon verfügbar sind oder noch vor Weihnachten auf den Markt kommen. Dabei war uns wichtig, dass unsere Kunden auch ihre vorhandenen EF Objektive weiter nutzen können – und zwar mit derselben Leistung, die sie von ihren EOS DSLRs gewohnt sind.

**imaging+foto-contact:** *Allerdings braucht man dazu einen Adapter.*

**Guido Jacobs:** Ja, selbst Canon kann die Gesetze der Physik nicht außer Kraft setzen. Die EOS R ist das Ergebnis detaillierter Forschung. Um das Leistungsprofil der EOS R zu erreichen, musste das Bajonett von Grund auf neu entwickelt werden. Zusammen mit dem kürzeren Aufmaß ermöglicht es eine schnellere Kommunikation zwischen Objektiv und Kamera.

Wir bieten nicht nur den derzeit zum Lieferumfang gehörenden Basisadapter, sondern ab Februar zwei weitere Modelle an, von denen eins mit dem RF Objektivsteuerring ausgestattet ist und das andere die Möglichkeit bietet, Drop-in Filter einzusetzen. Das bedeutet einen echten Mehrwert und zusätzliche Umsätze für den



*Guido Jacobs: „Mit dem EOS R System legen wir die Grundlage für die nächsten 30 Jahre der Kamertechnologie-Entwicklung.“*

Fachhandel. Wichtig ist: Obwohl wir mit der EOS R ein für Canon neues Marktsegment adressieren, können die Anwender von Anfang an auf das umfassendste Imaging-System im Markt zurückgreifen. Das gilt nicht nur für die Objektive, sondern geht bis zum gedruckten Foto. Denn Canon bietet erstklassige Drucker an und hat auf der photokina die neue Drucksoftware Professional Print & Layout vorgestellt, die mit der Dual Pixel RAW Druckfunktion die Herstellung von Fotos in hoher Auflösung ermöglicht. Dabei werden die Schärfentiefe-Informationen aus den RAW-Dateien berücksichtigt, um Details und feine Texturen so wiederzugeben, wie es vom Fotografen beabsichtigt ist. Unser Zusammenspiel von Optik, Kamera, Software und Drucker ist einzigartig auf dem Markt.

**imaging+foto-contact:** *Steht denn zum Start des EOS R Systems genug Ware zur Verfügung?*

**Guido Jacobs:** Wir wollen eine führende Position mit der EOS R im Segment der High-End-System-

kameras erreichen. Unser Anspruch daran ist groß. Die Alleinstellungsmerkmale dieses Produkts lassen eine hohe Nachfrage erwarten, für die wir gut geplant haben. Natürlich kann ich nicht versprechen, dass immer jede gewünschte Stückzahl zu jedem Zeitpunkt zur Verfügung stehen wird, aber grundsätzlich wird es keine Lieferengpässe geben, die einem erfolgreichen Weihnachtsgeschäft bei unseren Handelspartnern im Wege stehen.

**imaging+foto-contact:** *Einige Hersteller haben sich aus dem Lagergeschäft der Kooperationszentralen zurückgezogen und beliefern den Fachhandel nur noch direkt. Gilt das auch für Canon?*

**Guido Jacobs:** Die Canon EOS R wird im selektiven Vertrieb vermarktet, ebenso wie z. B. die EOS 5D. Fachhändler, die die entsprechenden Voraussetzungen erfüllen, können Canon Produkte nach wie vor über ihre Kooperationszentralen erwerben. Wir wissen die Vertriebsfunktionen von europafoto und Ringfoto sehr zu schätzen und sehen deshalb keinen Grund, diese erfolgreiche Zusammenarbeit in Frage zu stellen.

**imaging+foto-contact:** *Das EOS R System wurde für Profis und engagierte Amateure entwickelt. Die photokina hat aber auch gezeigt, dass viele Smartphone-Fotografen sich für bessere Bilder interessieren. Wie adressiert Canon diese junge Zielgruppe, deren erste Kamera ja nicht unbedingt ein Vollformat-Modell sein dürfte?*

**Marco Gottschalk:** Es ist die Aufgabe aller Hersteller und auch des Fachhandels, die Popularität der Smartphone-Fotografie zu nutzen, um junge Zielgruppen für bessere Fotos zu begeistern und zu Kamera-Käufern



## Interview

zu machen. Bei Canon haben wir deshalb Anfang dieses Jahres unsere Aktivitäten zu diesem Thema deutlich verstärkt.

Mit der Weiterentwicklung des EOS M Systems und zielgerichteten Marketing-Aktivitäten haben wir genau diese Zielgruppe ins Visier genommen, z. B. durch die Platzierung der EOS M100 in Germany's Next Topmodel. Darüber hinaus haben wir zuletzt mit dem Claim „You Deserve Perfection“ die EOS M50 in den Markt eingeführt. Diese Aktivitäten haben uns im Laufe des Jahres im Segment der spiegellosen Systemkameras erhebliche Marktanteile gebracht und die beiden Modelle unter den Top Ten der verkauften Systemkameras positioniert. Wer uns kennt, weiß, dass unser Hunger damit noch nicht gestillt ist.

**imaging+foto-contact:** Welche Themen stehen bei Ihren Kampagnen zum Weihnachtsgeschäft im Mittelpunkt?



*Marco Gottschalk: „Der Fotohandel kann auch auf der photokina 2019 wichtige Impulse von uns erwarten.“*

**Marco Gottschalk:** Im vierten Quartal konzentrieren wir uns auf das EOS R System und unterstützen unsere Handelspartner mit starken Auftritten in Special Interest Medien, Online-Kanälen und einer VIP Touch + Try Tour

vor Ort. Darüber hinaus unterstützen wir unsere Partner mit gezielten Media-Kampagnen zum Thema Cash-back.

Parallel werden wir unsere Online-Aktivitäten, um junge Menschen für die Marke Canon und EOS M zu begeistern, weiter vorantreiben. Unsere Markenbekanntheit ist bei dieser Zielgruppe bereits sehr hoch. Der erfolgreiche photokina Auftritt hat deutlich gezeigt: Fotografie ist kein stagnierendes Segment für wenige Enthusiasten, sondern sie entwickelt sich weiter und begeistert zunehmend auch neue, junge Zielgruppen.

Diese Entwicklung treiben wir bei Canon auch im kommenden Jahr voran. Der Fotohandel kann also auch auf der photokina 2019 wichtige Impulse von uns erwarten.

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

## Canon Pro Forum

Am 15. November sind Porträt- und Hochzeits-Fotografen von 9.00 bis 15.00 Uhr zum Canon Pro Forum nach Krefeld eingeladen. Neben Vorträgen von Fotografen und Business-Experten stehen unter anderem ein Live-Shooting mit Felix Rachor, ein interaktiver Druckteil mit dem FineArt-Experten Hermann Will sowie ein kostenloser Clean and Check auf dem Programm.

Im Vortragsprogramm wird bpp-Fotograf Frank Luger darstellen, wie man sein Business effektiv organisiert und eine tragfähige Existenz aufbaut. Die bekannten Hochzeitsfo-

tografen Julia & Gil geben wertvolle Tipps, wie sich Fotografen ein stimmiges Branding aufbauen können.

Die Beraterin Dr. Martina Mettner zeigt unter dem Titel „Ihr Preis spielt keine Rolle“ die Schritte auf, mit denen Hochzeits- und Porträtfotografen ihr Geschäft nachhaltig verbessern können.

FineArt-Experte Hermann Will beschreibt, weshalb Prints auch heute unverzichtbar sind und wie man sich mit minimalem Aufwand einen Vorsprung in der Kundenbindung schaffen kann.

Rechtsanwalt Tim Hoesmann vom Centralverband deutscher Berufsfotografen (CV) erläutert, auf welche Regeln Fotografen beim Datenschutz achten müssen.

Wie der Porträtfotograf Felix Rachor neue Energie schöpft, mit positiver Einstellung ein neues Konzept gestaltet und es anschließend auch umsetzt, erfahren die Gäste in einem Vortrag zum Thema Unternehmenskonzepte.

Tickets sind unter [canon.de/canon-ProForum](http://canon.de/canon-ProForum) zum Preis von 179 Euro inklusive Verpflegung erhältlich (CPS-Mitglieder zahlen 149 Euro).

# Die photokina Neuheiten von Mitsubishi Electric

Mit dem neuen Smart-D90RT Drucker, der das Herzstück des ebenfalls neuen PhotoPrintMe-Konzepts darstellt, und dem neuen Smart D70iD+ System bietet Mitsubishi Electric dem Fotohandel neue Lösungen für den Sofortdruck und den schnellen Passbildservice an.



Der neue Smart-D90RT Drucker von Mitsubishi Electric ist die Basis für das neue PhotoPrintMe-Konzept, das dem Fotohandel das Anbieten von Sofortdruckleistungen für Smartphone-Bilder besonders einfach macht.

# Drucker und Passbildsystem

Der neue D90 Drucker braucht für ein Foto im Format 10 x 15 cm weniger als 8 Sekunden. Das integrierte Rückspul-System vermeidet nicht nur die

Verschwendung von Verbrauchsmaterial, sondern ermöglicht auch die Herstellung verschiedener Formate zwischen 5 x 15 und 15 x 51 cm ohne Materialwechsel. Bei den Medien setzt Mitsubishi Electric auf Qualität: Es gibt ein Standard- und ein Premium-Papier; auf herkömmliches dünneres Material wird verzichtet. Auch perforiertes Foto-

papier und Fotopapier mit Postkarten-Aufdruck sind erhältlich.

Im Rahmen des PhotoPrintMe-Konzepts steht dem Fotohandel ein personalisierter Online-Katalog zur Verfügung, der Werbematerial für den schnellen Fotoservice im Geschäft enthält. Alle Elemente enthalten einen individuellen Barcode für einen eigenen Online-Katalog und erklären, wie man vom Smartphone aus bestellt und druckt.

## Schnelle Passbilder

Das neue Smart D70iD+ System ist eine kompakte Lösung für den Druck von Bewerbungs- und Passfotos nach den ISO- und ICAO-Standards für maschinenlesbare Reisedokumente. Mit automatischen Funktionen wandelt die Software das aufgenommene Bild in ein biometrisches Passfoto um, das allen Normen und Vorschriften entspricht. Gesichter werden automatisch erkannt und ihre Größe angepasst; die Hintergrundfarbe kann mit nur einem Klick geändert werden. Der Ausdruck eines Passbild-Sets dauert weniger als 40 Sekunden.



Mit automatischer Gesichtserkennung passt das Smart 70iD System Gesichter so an, dass sie den Vorschriften für biometrische Passbilder entsprechen.





## Cewe mit großem Auftritt auf der photokina



# Im Zeichen der Zukunft

Auf einem großzügigen Stand in der markanten Hausfarbe Rot präsentierte Cewe auf der photokina sein umfassendes Angebot von Fotos und Fotoprodukten. Dabei setzte Europas Bilddienstleister Nummer 1 gleich doppelt auf die Zukunft: zum einen mit wichtigen Neuheiten für das kommende Weihnachtsgeschäft und zum anderen mit „Smart Solutions“, die mit innovativen Technologien wie Sprachsteuerung und Künstlicher Intelligenz die Bilderwelt von morgen definieren. Manches davon ist noch Zukunftsmusik, aber intelligente Technologien zur Organisation von Fotos können bereits auf der Cloud-Plattform Cewe MyPhotos genutzt werden.

Mit den zahlreichen Neuheiten für das Weihnachtsgeschäft (siehe *imaging+foto-contact* 10/2018, S. 28-30) bietet Cewe nicht nur den Kunden neue Möglichkeiten, sondern auch den Handelspartnern die Chance für mehr Wertschöpfung. Das gilt z. B. für die Veredelungen, mit denen das Cewe Fotobuch Hardcover durch vollflächigen Effektlack, über 150 neue

*Zu den Smart Solutions, die Cewe auf der photokina demonstrierte, gehörten auch neue Wege, mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz (KI) Gesichter, Orte und Ereignisse zu identifizieren, um schnell und einfach die richtigen Bilder zu finden.*

Gestaltungselemente und erhabene Schriften in Gold und Silber aufgewertet werden kann. Einige dieser Ver-



*Für die Möglichkeit, das Cewe Fotobuch Hardcover durch erhabene Schriften in Gold und Silber zu veredeln, wurde Cewe in diesem Jahr mit dem TIPA World Award ausgezeichnet. Inzwischen wurden die Veredelungsmöglichkeiten um 150 Gestaltungselemente und vollflächigen Effektlack erweitert.*



edlungen stehen jetzt auch für Cewe Cards zur Verfügung. Mehr Gestaltungsfreiheit gibt es beim Cewe Fotobuch Pure, und es gibt ein kindersicheres Cewe Fotobuch Kids mit 22 Seiten, das speziell für Babys und Kleinkinder entworfen wurde.

Bei den beliebten Cewe Kalendern kommen quadratische Formate dazu. Das Sortiment von selbstgestalteten



*Der beeindruckende Cewe Adventskalender Deluxe wird in einer limitierten Auflage von 1.111 Exemplaren produziert.*

Adventskalendern wurde deutlich erweitert. Ein besonderer Blickfang ist dabei der beeindruckend große Adventskalender Deluxe zum Aufklappen, der mit exklusiver Schokolade von Ferrero bestückt und mit goldenem Effektlack veredelt wird. Wegen der aufwendigen Fertigung per Hand ist dieses Premium-Produkt auf 1.111 Exemplare limitiert.

Im Segment Cewe Wandbilder gibt es mit den sechseckigen hexxas Fotokacheln eine attraktive Innovation zur kreativen Gestaltung der eigenen vier Wände. Die Elemente, die es in

*Neue Gestaltungsvarianten gibt es auch für das Cewe Fotobuch Pure, das in diesem Jahr den EISA Award der European Imaging & Sound Association gewann.*

den Formaten 18 x 15,6 cm oder 27 x 23,4 cm gibt, können entweder mit einzelnen Bildern versehen oder als Collage bzw. Mehrteiler in Szene gesetzt werden. Spezielle Magnetaufhängungen machen die Montage und das Umdekorieren einfach.

Auf der Cloud-Plattform Cewe MyPhotos können die Anwender jetzt auf Gesichtserkennung und die automatische Identifizierung besonderer Ereignisse zurückgreifen, um ihre Fotos zu bestimmten Anlässen schnell zu finden.

## Cewe Sofortfotos mit Video

Auch für die Cewe Fotostation zeigte Cewe auf der photokina eine Innovation, um die Reaktionen der Kunden zu testen: Die Standbesucher konnten erstmals die Funktion Video auf Cewe Sofortfotos ausprobieren. Für das Erstellen einer Video-Grußbotschaft wird ein Film an der Cewe Fotostation hochgeladen, der dann mit Hilfe eines auf dem Sofortfoto aufgedruckten QR-Codes abgerufen werden kann.

Die Erstellung des Fotos mit QR-Code ist ganz leicht: Wenn das Smartphone per Kabel mit der Cewe Fotostation verbunden ist, wählt der Nutzer ein Video aus, das über die Cewe Fotostation auf einen Server des Bilddienstleisters hochgeladen wird. Danach kann man mit einem Standbild aus dem Video ein Cewe Sofortfoto im gewünschten Design gestalten, in das ein QR-Code integriert ist, der mit dem Handy gescannt werden kann. Das geht mit einschlägigen QR-Code-Apps oder bei vielen modernen Smartphones auch schon mit der regulären Kamera. Ob bzw. wann das Feature eingeführt wird, steht noch nicht fest.

*Das Video wird über die Cewe Fotostation hochgeladen und ist dann mit Hilfe eines QR-Codes zugänglich, der auf das Cewe Sofortfoto gedruckt wird.*



### Dr. Christian Friege, CEO von Cewe

# Renaissance des gedruckten Fotos

Mit dem zukunftsorientierten photokina Auftritt hat Cewe in Köln große Aufmerksamkeit bei Besuchern, den Medien und sogar bei Wettbewerbern gefunden. **imaging+foto-contact** hat mit Cewe CEO Dr. Christian Friege darüber gesprochen, wie er die Zukunft des Fotofinishing sieht und welche Rolle der Fotohandel dabei spielt.



*Dr. Christian Friege, CEO von Cewe: „Die photokina 2018 hat unsere Überzeugung bestätigt, dass das gedruckte Foto vor einer Renaissance steht.“*

**imaging+foto-contact:** Herr Dr. Friege, Sie stehen seit dem 1.7.2017 an der Spitze von Cewe. Mit welchen Gefühlen blicken Sie auf Ihre ersten 15 Monate in diesem Amt zurück?

**Dr. Christian Friege:** Mit sehr guten Gefühlen, denn wir sehen uns auf gutem Weg, unsere Ziele zu erreichen. Mit der Akquisition von Laserline haben wir uns im Segment Kommerzieller Onlinedruck verstärkt, und mit der Übernahme der Mehrheit am französischen Foto-App-Spezialisten Cheerz können wir neue Chancen im Bereich der Smartphone-Fotografie realisieren. Zudem bietet uns die starke Position von Cheerz in Frankreich, Spanien und Italien die Möglichkeit, in diesen Ländern deutlich zu wachsen.

**imaging+foto-contact:** Die photokina 2018 war die erste unter Ihrer Füh-

rung. Welche Bilanz ziehen Sie für die Messe?

**Dr. Christian Friege:** Aus der Sicht von Cewe ist die Bilanz der photokina außerordentlich positiv. Es ist uns gelungen, mit der Parallelität von tollen neuen Produkten und zukunftsweisenden Smart Solutions ein klares Zeichen zu setzen, dass wir im Fotofinishing nicht nur das erfolgreichste Produktportfolio im Markt besitzen, sondern uns auch für die Zukunft positionieren. Das wurde uns auf der Messe von Konsumenten, unseren Handelspartnern und den Medien bestätigt.

**imaging+foto-contact:** Worauf führen Sie diesen Erfolg zurück?

**Dr. Christian Friege:** In unserem Fall hat der Erfolg tatsächlich viele Väter und Mütter, denn man kann unseren Messeauftritt mit Recht als starke

Mannschaftsleistung bezeichnen. Ein wichtiger Teil unserer Neuheiten hat nämlich seine Wurzeln nicht in einer Abteilung, die Forschung und Entwicklung betreibt, sondern in Initiativen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das gilt z. B. für den beeindruckenden Adventskalender Deluxe. Er wurde von dem Team entwickelt, das an unseren Verpackungsmaschinen für Adventskalender arbeitet und sich überlegt hat, was man damit über das normale Sortiment hinaus noch Schönes produzieren könnte. Auch die Produktneuheit hexxas im Bereich Cewe Wandbilder entstammt den Ideen von Mitarbeitern, die dieses Produkt in einem firmeninternen Hackathon sozusagen erfunden haben. Hier zahlt sich aus, dass wir bei Cewe regelmäßig Innovationsworkshops veranstalten, in denen unsere Mitarbeiter ihren

Ideen freien Lauf lassen können.

**imaging+foto-contact:** *Welche Neuheiten sind aus Ihrer Sicht besonders wichtig?*

**Dr. Christian Friege:** Für das aktuelle Geschäft ist unser erweitertes Sortiment von Adventskalendern eine gute Gelegenheit für den Fotohandel, das Weihnachtsgeschäft vier Wochen früher zu beginnen. Die vielfältigen Möglichkeiten der Veredelung für unsere Cewe Fotobücher sind eine wichtige Weiterentwicklung unseres Flaggschiff-Produkts. Das wird auch von neutraler Seite aus anerkannt, denn mit diesem Feature haben wir in diesem Jahr den renommierten TIPA World Award für den besten Fotoservice gewonnen. Kurz vor der photokina hat die European Imaging & Sound Association zudem das Cewe Fotobuch Pure als bestes Fotoprodukt mit dem EISA Award ausgezeichnet. Cewe ist in diesem Jahr also Weltmeister und Europameister geworden.

Hervorheben möchte ich auch unsere neuen hexxas Wanddekorationen, mit denen unsere Kunden ganz neue Design-Akzente in ihrem Zuhause setzen können. Für alle unsere Produkte gilt: Die Software macht die Gestaltung einfach, bietet aber immer die Möglichkeit, mit der eigenen Kreativität zu spielen und eigene Ideen zu verwirklichen.

**imaging+foto-contact:** *Welche Erkenntnisse haben Sie aus der photokina außerhalb Ihres eigenen Messestandes gewonnen?*

**Dr. Christian Friege:** Die photokina 2018 hat unsere Überzeugung bestätigt, dass das gedruckte Foto vor einer Renaissance steht und nicht etwa vor dem Abgesang. Und das gilt für praktisch alle Marktsegmente und Konsumentengruppen. Die großartige Bildqualität von Vollformatkameras lässt

sich nur erfahren, wenn man die Fotos auch druckt. Aber auch immer mehr Smartphone-Fotografen verstehen, dass ein Bild nur dann mehr ist als ein beliebiger Datensatz, wenn es gedruckt wird; erst dann ist es eine echte Erinnerung, ein Foto. Das sehen wir in unseren Betrieben am rasant wachsenden Anteil von Smartphone-Bildern in unseren Cewe Fotobüchern und anderen Fotoprodukten; und an unseren Cewe Fotostationen machen Smartphone-Bilder inzwischen die Mehrheit der Aufträge aus. Auch die große Popularität der Sofortbildfotografie bestätigt diesen Trend zum haptischen Bild – erfreulicherweise auch und gerade bei jungen Menschen.

**imaging+foto-contact:** *Wie wollen Sie als Marktführer im Fotofinishing diesen Trend vorantreiben?*

**Dr. Christian Friege:** Zum einen durch immer neue Produkte, die den Kunden die Möglichkeit geben, ihre eigenen kreativen Ideen umzusetzen, z. B. in einem individuell gestalteten Cewe Fotobuch, einem attraktiven Wandbild oder persönlichen Fotogeschenken. Zum anderen sehen wir

große Chancen, den Markt durch die Verbindung von Fotografie und Smart Solutions zu erweitern. Das haben die Reaktionen unserer Standbesucher bestätigt.

**imaging+foto-contact:** *Das heißt, die Kunden wollen tatsächlich Sprachsteuerung und Künstliche Intelligenz?*

**Dr. Christian Friege:** Die Kunden wollen vor allem den Nutzen, den diese Technologien bringen können. Mit der Sprachsteuerung ist es z. B. besonders einfach, ein Cewe Fotobuch zu gestalten. Sehr interessant fanden viele Besucher auch die Idee des Cewe Fototagebuchs, bei dem der Sprachassistent dabei hilft, aktuelle Erlebnisse festzuhalten. Wenn ich der App sage, dass ich heute auf der photokina war, fragt sie nach, ob sie die entsprechenden Fotos hinzufügen soll. So entsteht im Laufe der Zeit ein Tagebuch mit wertvollen Erinnerungen, ohne dass Sie dafür erst stundenlang die richtigen Bilder aus tausenden von Fotos heraussuchen müssen.

**imaging+foto-contact:** *Welche Rolle spielt dabei Künstliche Intelligenz?*



Die neuartigen hexxas Wandbilder können entweder mit einzelnen Bildern versehen oder als Collage bzw. Mehrteiler in Szene gesetzt werden.

## Interview

**Dr. Christian Friege:** Die Künstliche Intelligenz ermöglicht es, mit der Identifizierung von Gesichtern, Orten, Ereignissen und Inhalten schnell und einfach die passenden Bilder zu finden. Das gilt natürlich nicht nur für sprachgesteuerte Verfahren. Deshalb bieten wir peu à peu über die nächsten Wochen auf unserer Cloud-Plattform Cewe MyPhotos die Möglichkeit, mit diesen Instrumenten die richtigen Fotos aus der großen Menge von Bildern herauszufiltern. Dabei ist es wichtig, dass wir die Europäischen Datenschutzregeln konsequent umsetzen. Kundendaten werden von uns weder verkauft noch ohne die Zustimmung der Betroffenen an Dritte weitergegeben. Mit der neuen Kunden-Charta „Digitalisierung mit Verantwortung“ machen wir transparent, was wir mit den Daten unserer Kunden tun. Dabei werden wir von einem fachkundigen Beirat unterstützt. Niemand, der unsere digitalen Assistenten für die Gestaltung von Cewe Fotoprodukten nutzt, braucht Sorge zu haben, dass seine Daten für andere Ziele mißbraucht oder weitergegeben werden.

**imaging+foto-contact:** *Nun ist Cewe zwar ein großer Bilddienstleister, aber im Vergleich zu großen Technologiekonzernen ein relativ kleines Unternehmen. Können Sie Zukunftstechnologien wie Künstliche Intelligenz denn aus eigener Kraft weiterentwickeln?*

**Dr. Christian Friege:** Die neuen digitalen Technologien sind so komplex, dass auch große Unternehmen mit Partnern zusammenarbeiten, um Anwendungen zu entwickeln. Cewe kooperiert bereits intensiv mit der Universität Oldenburg und unterstützt gemeinsam mit Partnern wie EWE, Büfa, der OLB und der Wirtschaftlichen Vereinigung Oldenburg sowie der Stiftung der Metallindustrie im Nordwesten eine Stiftungsprofessur im Bereich

*Das kindersichere Cewe Fotobuch Kids wurde speziell für Babys und Kleinkinder entwickelt.*



Informatik, mit der vor allem die Kompetenz für Künstliche Intelligenz ausgebaut wird. Und wir sind natürlich jederzeit offen dafür, mit Partnern aus der Industrie, der Forschung oder der Startup-Szene zusammenzuarbeiten. Mit Professor Dr. Wolfgang Wahlster gehört der technisch-wissenschaftliche Leiter und Vorsitzende der Geschäftsführung des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz dem unabhängigen Beirat für Digitalisierung an, der uns bei der Umsetzung und Weiterentwicklung unserer Kunden-Charta unterstützt.

**imaging+foto-contact:** *Wie kann der Fotohandel von der Renaissance des gedruckten Fotos profitieren?*

**Dr. Christian Friege:** Indem er die Möglichkeiten nutzt, die tollen neuen Kameras mit ebenso tollen Bildprodukten zu verknüpfen. Aktive Fotohändler haben dieses Potential schon lange erkannt und wissen, dass der Verkauf von Bilddienstleistungen nicht nur zusätzliche Erträge bringt, sondern auch deutlich mehr Kundenfrequenz. Damit bietet sich die Möglichkeit, den in der Regel einmaligen Kontakt beim Kamerakauf in eine nachhaltige Kundenbeziehung zu verwandeln, die auch den Verkauf von Objektiven und weiterem Zubehör unterstützt.

**imaging+foto-contact:** *Mit welchen Marketing-Aktivitäten wollen Sie den Fotohandel zum Weihnachtsgeschäft unterstützen?*

**Dr. Christian Friege:** Wir werden zur Hochsaison unsere ganzjährig laufenden Marketing-Aktivitäten deutlich verstärken und setzen dabei wieder auf TV-Spots. Hier bewerben wir ab Ende Oktober erstmals die individuell gestalteten Adventskalender und später – wie in den Vorjahren – unsere Cewe Kalender. Und natürlich gibt es wieder eine große Kampagne für das Cewe Fotobuch mit neuen Geschichten zum Thema „Mein Cewe Fotobuch – Mein Leben“.

Die Spots zeigen typische Situationen, wie Menschen anderen Menschen mit einem Cewe Fotobuch eine Freude machen. Das kann die Ehefrau sein, die ihre Schwiegermutter beschenkt oder Freunde, die sich bei der Geburt ihrer Kinder im Krankenhaus kennengelernt haben. Immer haben diese Geschichten die klare Botschaft: Es gibt kein persönlicheres Geschenk als ein Cewe Fotobuch. Es ist selbstgemacht, es ist emotional, und es ist einmalig. Denn das Cewe Fotobuch kann tatsächlich nur der schenken, der es gestaltet hat. Das sollte auch der Fotohandel seinen Kunden immer wieder in Erinnerung rufen. Dabei unterstützen wir unsere Partner gerne mit Musterbüchern und PoS-Material, auf denen die Motive unserer Kampagne aufgenommen werden.

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

## DNP Neuheiten für ID, Event und Luxus

# Drucken mit Gewinn

Neben dem bewährten Portfolio von Druckern und Annahmeterminals zeigt DNP Photo Imaging Europe auf der photokina neue Systeme für Passbilder und Eventfotografie. Ein neues metallisches Foto-Papier bringt zudem einen Hauch von Luxus in den Sublimationsdruck.



Der weltweite Marktführer in dieser Technologie hat das attraktive Material vor allem für Anwendungen in Architektur, Mode und Design entwickelt; es macht aber auch auf Events eine sehr gute Figur. Verarbeitet wird es mit dem DS820-Drucker genau so wie herkömmliche Medien, denn wie diese besteht es aus der Papierrolle und dem Farbband. Es wird ohne Rückseitendruck geliefert, damit, so DNP, die Qualität für sich selbst sprechen kann. Die Fotos sehen jedenfalls sehr hochwertig aus und rechtfertigen deshalb auch einen höheren Verkaufspreis.

### Für Passbilder

Für die Passbild-Fotografie hat DNP jetzt das ID+ Fotosystem im Programm, das nur wenig Platz benötigt und sich leicht auf der Theke oder einem Tisch platzieren lässt. Es besteht aus dem

*Die neue Passbildlösung ID+ ist sehr kompakt und passt gut auf die Theke.*

Farbsublimationsdrucker ID 600, einem Touchscreen-Tablet mit integrierter Kamera sowie ID+ Software und produziert schnell und einfach alle Arten von ID-Fotos in Übereinstimmung mit den EU-Anforderungen. Farbe, Helligkeit und Kontrast können bei Bedarf manuell angepasst werden. Automatische Funktionen stellen sicher, dass das Ergebnis den Spezifikationen für biometrische Passbilder entspricht. Das speziell für diesen Zweck entwickelte Material (360 Blatt/Box) signalisiert das durch den Rückseitendruck "ID Photo Paper".

### Neue Selfie-Station

Für den boomenden Markt der Selfie-Stationen für Events stellte DNP

den Yodabooth Lite vor, der sich durch eine besonders einfache Bedienung auszeichnet und zudem leicht zu transportieren und in wenigen Minuten aufgebaut ist.

Tatsächlich wurde die Box sozusagen rund um den DS620-Drucker konstruiert und einfach auf vier Beine gestellt; das Material wird durch eine Klapptür an der Seite nachgeladen.

Als Kamera fungiert eine Canon EOS 1300D, das 12,3 Zoll große Display (Microsoft Tablet Computer) ist berührungsempfindlich und zeigt eine Vorschau des

Fotos.

Die Bilder können sofort ausgedruckt und auch per Email versandt werden.



*Das Event-Fotosystem Yodabooth Lite ist leicht zu transportieren und in wenigen Minuten betriebsbereit.*

# Fujifilm setzt weiter auf haptische Bilder Wachsen mit Fotos

Auf seinem beeindruckenden photokina-Stand bildete Fujifilm die gesamte Bandbreite des Imaging von der Aufnahme bis zum Druck ab. Dabei stellte der weltgrößte Foto- und Imaging-Konzern an mehreren Stellen das haptische Bild in den Mittelpunkt. Über 80 Jahre Erfahrung in Forschung und Entwicklung schlugen sich dabei auch in wichtigen Neuheiten für die Wachstumssegmente Sofortbild und Smartphone-Fotografie nieder.

Bereits am Vortag der photokina hatte kein Geringerer als der Chairman/CEO der Fujifilm Group, Shigetaka Komori, in Sachen instax für einen Paukenschlag gesorgt: Der charismatische Konzernlenker korrigierte das ehrgeizige Ziel, nach 7,7 Millionen instax Kameras im Jahr 2017 in diesem Jahr 9 Millionen zu verkaufen, noch weiter nach oben: 10 Millionen instax



Die neue instax Square SQ20, hier in Schwarz matt, gibt es auch in glänzendem Beige.

Sofortbildkameras sollen es 2018 werden. Und um dieses Ziel zu erreichen, fällt den Fujifilm Ingenieuren immer wieder etwas Neues ein.

Aktuell ist das die instax Square SQ20, die auf der photokina als Nachfolger des Hybridmodells SQ10 vorgestellt wurde und als erste Sofortbildkamera der Welt die Aufnahme von Bewegungsabläufen in bis zu 15sekündigen Videos ermöglicht. Aus diesen Kurzfilmen kann man dann mit der Frame-Grab-Funktion die besten Szenen auswählen und als Sofortbild ausgeben.

Aus den Video-Clips können einzelne Bilder extrahiert und ausbelichtet werden.

Sogar Bewegungsstudien lassen sich als Collage von bis zu vier Aufnahmen aus dem Video-Clip erstellen. Zudem erlaubt die instax Square SQ20 die Kombination von bis zu vier Schnappschüssen, um auf einem Sofortbild eine kleine Geschichte zu erzählen. Fujifilm nutzt also die hybride Bauweise, bei der das Foto zuerst digital geschossen und anschließend auf dem instax Film belichtet wird, nicht nur für gelungene Schnappschüsse, sondern für ganz neue, kreative Sofortbild-Erlebnisse. Dazu dient auch die 4fach-Digitalzoom-Funktion, mit der sich weiter entfernte Motive formatfüllend ins Sofortbild holen lassen. Für die richtige Beleuchtung sorgen drei Blitzfunktionen.

Die instax Square SQ20 ist passend für das Weihnachtsgeschäft ab sofort zum Preis von 199 Euro (UVP) verfüg-



Auch Bewegungsstudien lassen sich als Collage von bis zu vier Aufnahmen erstellen.

bar. „Mit dieser spannenden Kamera zeigt Fujifilm, dass man auch das Sofortbild-Segment mit Innovationen weiter vorantreiben kann“, erklärte





Die SmartPrint-Station gibt es als aufmerksamkeitsstarkes Standmodell oder als platzsparende Thekenlösung.



Bernd Gansohr, Geschäftsführer von Fujifilm Imaging Systems und Vertriebsleiter Fujifilm Imaging Products & Solutions. „Damit geben wir dem Fachhandel zu Weihnachten ein attraktives Modell an die Hand, das mit seinem bewusst erwachsenen Design auch Männer und ältere Zielgruppen anspricht.“ Teenies und junge Frauen kommen als klassische instax Zielgruppe zu Weihnachten ebenfalls nicht zu kurz: Neben den bunten mini 9 Kameras bietet Fujifilm das analoge instax Square Modell SQ6 in zwei neuen Farbvarianten an und wartet zudem ganz aktuell mit Taylor Swift als globales Testimonial auf, um die junge Zielgruppe zu adressieren.

### SmartPrint für Smartphones

Für den erstklassigen Ausdruck von Smartphone-Bildern direkt im Geschäft hatte auf der photokina die innovative SmartPrint-Lösung (siehe *imaging+foto-contact* 9/2018, S. 16-18) von Fujifilm ihren großen Auftritt. Sie macht es sowohl dem Fotohandel als auch den Kunden besonders einfach, Smartphone-Schnappschüsse in haptische Fotos zu verwandeln. Der gesamte Bestellprozess wird über die kostenlose SmartPrint App gesteuert, mit der die Fotos sicher an die vom Kunden ausgewählte SmartPrint Station geschickt werden. Das geht schnell

und praktisch ohne Wartezeiten. Im Geschäft wird lediglich ein QR-Code eingescannt, um den Druckauftrag auszulösen. Wenig später sind die Fotos in hochwertiger Inkjet-Qualität fertig. Die Einfachheit des SmartPrint Systems bietet auch dem Fotohandel Vorteile. „Mit SmartPrint kann jedes Foto-geschäft sein Service-Portfolio um eine attraktive und innovative Bestellmög-

lichkeit erweitern, die auch neue Zielgruppen anspricht“, betonte Gansohr. „Der gesamte Bestellprozess entspricht dem Lebensgefühl junger Kunden, von denen sich immer mehr auch für haptische Bilder begeistern. Damit hat der Fotohandel die Möglichkeit, das riesige Umsatzpotential von Milliarden Bildern zu nutzen, die auf Mobilgeräten gespeichert sind.“ Zwei SmartPrint Versionen stehen dem Fotohandel zur Verfügung: ein aufmerksamkeitsstarkes Standmodell, das zu einem attraktiven Blickfang im Geschäft werden kann, und eine platzsparende Thekenlösung. Beide Varianten werden mit dem Fujifilm DX-100 Inkjetdrucker in einem Startpaket angeboten. Zur Produkteinführung gibt es auch interessante Leasing-Angebote.

### Europaweite Kampagne für Wall-Decor-Produkte

Rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft hat Fujifilm unter dem Motto „Your photo is worth printing“ eine europaweite Dachkampagne für individuelle Wanddekorationen ausgerollt. Sie führt die Kunden auf eine Internetseite, die nicht nur Informationen über Wall-Decor-Produkte wie Künstlerleinwände, Direktdruck auf Aluminium- oder Acrylplatten etc. enthält, sondern auch zahlreiche Deko- und Anwendungsideen. Eine Händler-suche informiert die Kunden über den nächsten Fujifilm Partner. Da das Sortiment jetzt europaweit harmonisiert wird, kann der Fotohandel seinen Kunden jetzt noch mehr Produkte anbieten.



Zum Weihnachtsgeschäft bewirbt Fujifilm Wall-Decor-Produkte in einer europaweiten Dachkampagne.

Das hohe Qualitätsniveau der Fujifilm Wall-Decor-Produkte wird mit einem speziell entwickelten Icon signalisiert, dessen Design an die Hangtags von Fashion Labels erinnert.

Im Rahmen der Kampagne unterstützt Fujifilm seine Handelspartner mit zahlreichen Werbemitteln, darunter Plakate, Flyer und Broschüren sowie digitale Elemente wie Online-Banner.



### Kodak Moments Innovationen für den Sofortdruck

Bilder als Blickfang auf dem photokina-Stand von Kodak Moments.

# Smartphone als Fotostation

Mit zahlreichen Neuheiten setzte Kodak Moments auf der photokina vor allem auf Sofort-Service-Konzepte für das Drucken vom Smartphone. Dazu gehört auch die Möglichkeit, Bilder vom Smartphone und aus der Cloud ohne Kabel, ohne App und ohne Terminal direkt vom Mobilgerät aus an den Drucker im Laden zu schicken. Das ist nicht nur praktisch, sondern schafft auch Voraussetzungen für eine zeitgemäße Gestaltung des Geschäfts.

„Bereits die Hälfte aller Bilder, die an der Kodak Sofortbild Station gedruckt wird, kommt direkt vom Smartphone“, erklärte Helena Babic, Marketing Director (DACH) & Retail Experience Director (WW) bei Kodak Moments. „Dabei zeigen unsere Kundenumfragen, dass gerade junge Frauen zwischen 16 und 26 Jahren ihre Fotos am liebsten

*Bei der neuen Lösung von Kodak Moments reicht es aus, mit dem Smartphone im Laden einen QR-Code zu scannen, um Bildprodukte zu gestalten und zum Drucker zu schicken. Das eröffnet auch neue Möglichkeiten im Ladenbau.*

an der Fotostation im Handel ausdrucken.“ Dabei weisen Marktstudien Kodak Moments in Deutschland als die bekannteste als auch die meistgenutzte Marke für Sofortdruck aus.

Die Fotostation wird aber am PoS nicht mehr von allen Kunden benötigt. Denn Kodak Moments hat eine Lösung ent-



wickelt, bei dem es ausreicht, mit dem Smartphone im Laden einen QR-Code zu scannen – je nach Modell geht das bereits mit der Kamera oder mit einem der üblichen QR-Code Lessapps. Dann öffnet sich die Bestellplattform, auf der die Bilder ausgesucht und die Bildprodukte gestaltet werden. Dann kann man die Bestellung direkt zum Drucker im Geschäft schicken.

### Neue Ladengestaltung

„Immer mehr der mit dem Smartphone aufgenommenen Bilder werden automatisch in der Cloud gespeichert“ betonte Babic. „Mit unserer Lösung zum Drucken direkt vom eigenen Smartphone können die Kunden auch auf alle ihre hoch aufgelösten Bilder zugreifen, die in der Cloud gespeichert sind.“

Nach Ansicht von Babic wird sich durch diese neuen Bestellmöglichkeiten auch das Bild der Geschäfte verändern: „Fotos sind mit Emotionen verbunden, das Einkaufserlebnis für Bildprodukte wirkt aber momentan eher funktional und technisch. Wenn die Aufträge mit dem eigenen Mobilgerät gestaltet werden, können einladende Sitzmöglichkeiten in Lounge-Atmosphäre das Ladenbild prägen, um noch mehr Inspirationen und Raum für individuelle Kreationen zu bieten.“ Dafür bietet Kodak Moments dem Fotohandel skalierbare Hard- und Softwarelösungen an.

### Neue Bildprodukte sofort

Unter den photokina Neuheiten von Kodak Moments sind zahlreiche Bildprodukte und Fotogeschenke zum Selbermachen, z. B. die Kodak FototasseSofort (8,99 Euro UVP). Sie kann mit eigenen Fotos oder Schriftzügen wie z. B. Happy Birthday bedruckt und sofort mit nach Hause genommen wer-



Die neue Kodak FototasseSofort kann mit eigenen Fotos oder Schriftzügen bedruckt und sofort mit nach Hause genommen werden.

den. Für zahlreiche saisonale Fotogeschenke können die Kunden ihr Bild im passenden Format ausdrucken und zusammen mit dem entsprechenden Fotoartikel kaufen.

Mit der neuen Kodak Picture Kiosk Software v7.1 ist es noch einfacher, das Kodak FotobuchSofort (ab 10,99 Euro UVP) intuitiv zu gestalten. Die neue



Für das Kodak FotobuchSofort gibt es neue, trendige Hintergründe.

Benutzeroberfläche bietet u. a. eine erweiterte Auswahl von trendigen Hintergründen, so dass Urlaubsfotos mit mit Flamingos oder Dschungelmotiven kombiniert werden können.

Für Dekorationen mit eigenen Fotos gibt es – neben den dekorativen Paneelen sofort zum Mitnehmen – jetzt das Kodak Retro FotosetSofort. Aus individuellen Bildersets entstehen Fotoserien mit farblich unterschiedlichen Rahmen, Formen oder Vintage-Effekten in verschiedenen Layouts, die mit fröhlichen Cliparts auf den Bildern

ergänzt werden können. Aktuell sind auch die Mini-Fotomagnete im Format 7,5 x 7,5 cm, die auf jeder Metalloberfläche halten – am Kühlschrank, an einer Magnetleiste oder am Auto.

### Komfortabel drucken und mehr

In Sachen Hardware stellte Kodak Moments auf der photokina den neuen Kodak 6900 Photo Printer und den DL2200 Printer vor.



Das Kodak Retro FotosetSofort besteht aus individuellen Bildersets mit farblich unterschiedlichen Rahmen.

Der 6900 Photo Printer unterstützt randlose Bilder im Format 13x13 und 13x18 cm sowie Panoramaprints bis zum Format 15x50 cm. Der DL2200 Printer druckt nicht nur Fotobücher, Grußkarten und Kalender in verbesserter Papierqualität, sondern eignet sich auch für Kopieraufträge.



Der Kodak DL2200 Printer eignet sich auch für Kopieraufträge.

# Mit walther design gut gerüstet ins kommende Fünf inspirierende Wohn



Zum Weihnachtsgeschäft präsentiert walther design attraktive Neuheiten, die die fünf Wohnwelten Classic Chic, Country Style, Ethnic Chic, Urban Living und Young Living erweitern.

Die Wohnwelt Country Style wird erweitert um den weißen, dekorativen

Holz-Portraitrahmen Dreams, der, veredelt mit der goldenen Aufschrift „All We Need is Love“, Platz für ein Foto im Format 10 x 15 cm bietet. Passend zu den Rahmen bietet walther design Fotoclips und Bilderhalter an. Bei den Fotoclips handelt es sich um Holzwürfel mit Metallclip und mit Schriftdekor. Die drei Farben Natur, Weiß und Schwarz sind jeweils unterschiedlich beschriftet. Das gilt auch für die Herzen des



Country Style: Dreams

3er-Sets Bildhalter. Die Fotos können in die weißen Herzen eingesteckt werden.



Classic Chic: Friends

Die Bilderrahmen-Serie Friends erweitert die Wohnwelt Classic Chic um drei Portraitrahmen sowie Tisch-Galerien, die mit einer Standleiste ausgestattet sind und Platz für zwei Fotos bieten. Um der Nachfrage nach passenden Rahmen für instax Fotos nachzukommen, bietet walther design eine schwarz-weiße

## Den Begriff „Setzkasten“ neu definiert



walther design lässt zum Weihnachtsgeschäft alte Erinnerungen wieder aufleben und bringt mit den Standgalerien einen echten Blickfang zurück. Diese erinnern an einen Setzkasten aus vergangenen Tagen. Die Rahmen sind zum sicheren Stand mit einer besonders breiten unteren Leiste ausgestattet. Die Galerien werden für zwei, vier oder sechs Fotos angeboten.

# Weihnachtsgeschäft welten



Galerie für sechs Fotos im Format 10 x 10 cm an. Auch eine Galerie für vier Fotos – ebenfalls in der gleichen Farbkombination erhältlich – bietet Platz für drei Fotos im Format 15 x 20 cm sowie ein Foto im Format 20 x 25 cm. Die Portraitrahmenserie Dupla aus der Wohnwelt Ethnic Chic bietet Platz für

## Schwebende Erinnerungen

Neu in der Wohnwelt Country Style ist der Schweberrahmen aus der Serie Rustic.



Das Foto wird zwischen zwei Glasscheiben positioniert, wodurch der

Anschein erweckt wird, dass das Foto im Rahmen schwebt. Neben dem Portraitrahmen für ein Foto im Format 10x15 cm wird diese Variante auch als Galerie für drei Fotos in das Sortiment aufgenommen.

ein Foto im Format 15 x 20 cm und ist jetzt in den Farbvarianten Blau/Natur, Rot/Natur, Weiss/Natur, Creme/Blau, Bordeaux/Grün und Blau/Rosa verfügbar. Die Wohnwelt Urban Living wird zum Weihnachtsgeschäft um die



*Ethnic Chic:  
Dupla*

Design-Portraitrahmen-Serie Elaine erweitert. Die beiden Pakete im Format 10x15 cm sowie 13x18 cm bestehen aus 15 Polystyrol-Portraitrahmen. Das Profil der Rahmen ist glänzend und mit



*Urban Living:  
Elaine*

einer Riffelstruktur verziert. In den Farben Silber, Champagner, Silber/Schwarz und Gold wirken die Rahmen besonders edel und stilvoll.

Das Paket Shiny Heart, das die Wohnwelt Young Living erweitert, besteht aus „Rahmen“ ohne Glas. Das Bild wird durch ein Gummiband an der oberen und unteren Leiste befestigt. Insgesamt besteht das Paket aus 106 Rahmen in vier Formaten und wird in den Farben Weiß, Schwarz und Natur erhältlich sein.



*Young Living: Shiny Heart*

# EO

Die photokina  
ist vorbei und Sie  
haben noch  
keinen neuen Job?



Wir  
schon!

Aktive Karriereplanung  
für Führungskräfte aus der  
IMAGING Industrie.

EO Personalberatung | 56727 Mayen  
Marcus Kunkel  
+49 178 2557940  
mayen@eoexecutives.com  
www.eo-mayen.de

# Erste Fotomesse des Fachhandels



Mit dem Rückenwind zahlreicher photokina-Neuheiten und der Absicht, zu einer gemeinsamen Kooperation zu fusionieren, wurde die erste gemeinsame Messe von Ringfoto und europafoto zu einem vollen Erfolg. Fast 1.900 Besucher, die 550 Geschäfte von Ringfoto und europafoto repräsentierten, kamen zur Fachmesse des Fotohandels in die Halle 1 der Messe Nürnberg. Sie brauchten den Besuch nicht zu bereuen.

Die Atmosphäre in der modernen Messehalle unterschied sich grundsätzlich vom etwas angestaubten, aber gemütlichen Ambiente der Heinrich-Lades-Halle in Erlangen, die in diesem Jahr wegen Renovierung nicht

zur Verfügung stand. Der Umzug auf das Nürnberger Messegelände bot den Organisatoren jedenfalls Gelegenheit, zum Start der neuen Zweisamkeit auch räumlich aus dem Vollen zu schöpfen: Auf mehr als 7.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche präsentierten sich 104 Unternehmen mit eige-

nen Messeständen sowie Ringfoto und europafoto mit ihren eigenen Marktplätzen. Nachdem die Verwaltungsräte beider Kooperationen im August über die gemeinsame Messe hinaus eine weitreichende Zusammenarbeit mit dem Ziel der Fusion beschlossen hatten, zeigten sich in Nürnberg auch



*Kommen sichtlich gut miteinander aus: Die Verwaltungsratsvorsitzenden Rainer Schorch (Ringfoto, links) und Andreas Manthey (europafoto, rechts) sowie die Geschäftsführer Michael Gleich (Ringfoto, 2. v.l.) und Christof Bergmann (europafoto).*

die beiden Geschäftsführer, Christof Bergmann (europafoto) und Michael Gleich (Ringfoto), überzeugend als harmonisches Team.

Folgerichtig bestritten die beiden Manager gemeinsam den traditionellen Programmpunkt der Ringfoto Messe „Neues aus der Zentrale“. Dabei wurde deutlich, dass der Zeitpunkt für das Zusammengehen gut gewählt ist. Zum einen funken Bergmann und Gleich spürbar auf der gleichen Wellenlänge, zum anderen kann der Fachhandel trotz aller Probleme (noch) aus einer Position der Stärke agieren. Während der Markt laut GfK in den ersten acht Monaten um kräftige acht Prozent zurückging, gab es im qualifizierten Fotohandel nur ein kleines Minus von 1,2 Prozent. Das drückte sich bei Ringfoto in einem leichten Umsatzrückgang von 0,8 Prozent aus, bei europafoto lagen die Umsätze um ca. 5 Prozent unter dem Vorjahr. Steigerungen gab es beim Verkauf von spiegellosen Systemkameras (Ringfoto: +51,7 Prozent/europafoto: +37,8 Prozent) und Objektiven. Auch am Boom der Sofortbildkameras nahmen beide Gruppen teil – Ringfoto mit einem Plus von 38 Prozent, europafoto sogar mit einer Steigerung von 59,1 Prozent.

Für das Weihnachtsgeschäft erwarten die Kooperationen von den hochwertigen photokina-Neuheiten wichtige und notwendige Impulse. „Die Tatsache, dass sich mehrere große Hersteller für Systemlösungen entschieden haben, die auf große Bajonette und damit auch auf extrem lichtstarke und hochwertige Objektive setzen, ist für den Fachhandel ein großer Vorteil“, erklärte Michael Gleich. „Systeme dieser Art sind nicht nur hochpreisig, sondern auch sehr erklärungsbedürftig. Und damit sind sie über andere Vertriebswege nur schwer zu verkaufen.“



*Auch Workshops gehörten zum Messeprogramm.*

Aus diesem Grund, so ergänzte Christof Bergmann, sei ein hoher Anteil des Fachhandels am Kameramarkt weiterhin sichergestellt.

### Aktionen zum Jahresende

Mit zahlreichen Aktionen wollen beide Kooperationen das Jahresendgeschäft ihrer Mitglieder ankurbeln. So wird es zum Black Friday von europafoto und Ringfoto Werbemaßnahmen geben, bei denen knapp kalkulierte und zeitlich auf wenige Tage beschränkte Angebote im Mittelpunkt stehen. Dazu kommen die üblichen Beilagen zur Saison. Ringfoto hat zudem mit Fujifilm eine große instax Weihnachtsaktion konzipiert, für die den teilnehmenden Händlern ab Mitte November wöchentliche Basteltipps, ein Instagram Video, eine Landing-Page und ein umfangreiches Werbepaket zur Verfügung stehen.

### Viel Arbeit

Die geplante Fusion wird den beiden Kooperations-Geschäftsführern in den nächsten Monaten noch viel Arbeit machen. Bevor die Gesellschafterversammlungen von europafoto und Ringfoto im Juni nächsten Jahres das letzte Wort haben, soll sichergestellt werden, dass alle Beteiligten die Maßnah-

men als Vorteil empfinden. Dazu zählen auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, deren Arbeitsplätze erhalten bleiben sollen. Am Ende soll, so Michael Gleich, eine „tolle große Gruppe“ stehen, die ihren Mitgliedern mehr bieten kann als die beiden einzelnen Organisationen allein. Zusammen sei mehr Power, mehr Stabilität, mehr Vielfalt, mehr Zukunft und mehr Attraktivität, machten beide Geschäftsführer in ihrer gemeinsamen Präsentation deutlich. Wenn das gelinge, so Christof Bergmann, sei der Weg frei, von einer Einkaufs- zur Vertriebsorganisation zu werden und die Position des Fachhandels im Markt weiter zu stärken. Dabei sollen die Marken europafoto, Ringfoto und Photo Porst erhalten bleiben.



*Zusammen feiern können sie schon: Die Abendveranstaltung fand im großzügigen Foyer der Messehalle statt.*

# Braun-Neuheiten fürs Weihnachtsgeschäft Sortiment für Fotohandel und B2B

Auf dem photokina-Stand von Braun konnten sich Besucher nicht nur über neue Actioncams und digitale Bilderrahmen, sondern auch über Bodycams, DashCams und Smartphone-Halterungen informieren.

Im Segment Actioncams stellte Braun mit der Champion 4K III eine Outdoor-Kamera vor, die neben Fotos auch Videos mit einer Auflösung von 3.840 x 2.160 Pixeln bei 30 Bildern/s aufnehmen kann. Mit dem Unterwassergehäuse ist die Kamera bis zu einer Tiefe von 30 m wasserdicht.



*Die neue Braun Champion 4K III zeichnet sich durch ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis aus.*

Die mit WiFi ausgestattete Kamera verfügt über ein 2 Zoll großes Display, ein Ultralit 170° Weitwinkelobjektiv sowie einen 16 Megapixel Bildsensor aus dem Hause Sony. HDMI-Ausgang, Moment-, Loop-Aufnahme, Zeitraffer sowie Zeitlupenmodus ergänzen in Kombination mit dem mitgelieferten Zubehör den Funktionsumfang. Die Champion 4K III ist ab sofort zum Preis von 69,90 Euro (UVP) erhältlich.

Neu im Bereich digitale Bilderrahmen ist die Serie „Business Line“ in Größen von 10,1 Zoll bis 55 Zoll für den PoS

und B2B-Bereich. Alle Business Line Geräte besitzen zwei eingebaute Stereo-Lautsprecher (2x3W) und einen Stereo-Audio/Kopfhörer-Ausgang. Auto-Start, Auto-Wiedergabe und Auto-Wiederholungsfunktion sowie Fernbedienung runden die Ausstattung ab.

### Für mehr Sicherheit

Braun präsentierte auf der photokina die neue Bodycam BCX2, die sich bei der Ausstattung und Bedienung am Alltagseinsatz und den Bedürfnissen der Ordnungshüter und Sicherheitsdienste orientiert. Die neue BCX2 zeichnet Full HD Video mit einer Auflösung von 1.920x1.080p mit 30 Bildern/s bzw. 1.280x720p mit 60 Bildern/s im MP4 Format auf. Die maximale Auflösung für einzelne Fotos beträgt 21 MP im JPEG-Format. Ein High-Power Infrarotlicht ermöglicht die IR Nachtsicht, wobei der Nachtmodus manuell zuschaltbar ist. Die mit nur 100 Gramm sehr leichte Kamera wird mit Ladegerät, Netzstecker, USB-Kabel und Handbuch ausgeliefert. Die Bodycam BCX2 ist ab sofort erhältlich, der Preis beträgt 229 Euro (UVP).

Im Segment DashCams stellte Braun auf der photokina die besonders kompakte B-Box T6 mit Abmessungen von 4,60 cm x 4,90 cm (B x H) und einem Gewicht von nur 56 g vor. Das auf der Rückseite eingebaute 1,5" (3,81cm) Display im 4:3-Format ermöglicht eine schnelle Bildkontrolle. Zudem verfügt die Kamera über ein 150°-Ultralit-Weitwinkelobjektiv mit Glaslinse.



*Die neue Bodycam BCX2 wurde für den Alltagseinsatz bei Ordnungshütern und Sicherheitsdiensten entwickelt.*

Der 3 MP Sensor hält Videos mit einer Auflösung von 1.920x1.080p bei 30 Bildern/s fest. Bei der Aufzeichnung kann zwischen einer kontinuierlichen Aufnahme und der Loop-Aufnahme gewählt werden. Ist der Loop-Modus aktiviert, werden bei einer laufenden Aufnahme automatisch die älteren Aufnahmen auf der Speicherkarte immer wieder gelöscht. Für die Audio-Aufnahme und Wiedergabe besitzt die B-Box T6 ein integriertes Mikrofon sowie einen Lautsprecher. Zudem verfügt die Autokamera über einen Bewegungsmelder, der die Aufnahme automatisch startet, wenn das Fahrzeug bewegt wird.

Die B-Box T6 ist ab sofort zum Preis von 139 Euro (UVP) verfügbar.



*Die Dashcam B-Box T6 ist besonders leicht und kompakt.*

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

**Suche gebrauchte Minilabs**  
Tel: 0048 604 283868  
**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](http://www.journalistenverbaende.de)

**Anzeigenschluss  
für Kleinanzeigen im  
imaging+foto-contact  
Ausgabe 12/2018  
ist der 19. November 2018.**

Senden Sie uns einfach ein  
Fax an: 0 21 02/20 27 49  
oder eine E-Mail an:  
[b.klomps@cat-verlag.de](mailto:b.klomps@cat-verlag.de)

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



**Herbert Geissler GmbH**  
72770 Reutlingen-Gönnigen  
Lichtensteinstraße 75  
Telefon 07072/9297-0  
Telefax 070 72/20 69  
[info@geissler-service.de](mailto:info@geissler-service.de)  
[www.geissler-service.de](http://www.geissler-service.de)

Autorisierte Vertragswerkstatt

**Canon**  
CPS. Canon Professional Services

**Metz**

**Panasonic**

**Pioneer**

**SAMSUNG**  
Cameras

**SONY**  
Authorized Service Center

Sony Imaging PRO SUPPORT

**TAMRON**  
**TOSHIBA**

## Inserentenverzeichnis

Business Forum	Panasonic.....	4. U.
Imaging Cologne .....	2. U.	
Executive Online .....	39	Vitec..... 15, 17
Mitsubishi Electric.....	11	Personal-
Fujifilm .....	7	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 Klomps

### Anzeigen:

Thomas Blömer (verantwortlich),  
Barbara Klomps  
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste  
Nr. 47 v. 1. Januar 2018

### Gestaltung:

Susanne Blum

### Vertrieb:

Barbara Klomps

### 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

# Panasonic



## DREI PROFIS FÜR PROFIS. LUMIX G

### DIE RICHTIGE KAMERA FÜR JEDEN ANSPRUCH.

Für alle mit besonderen Ansprüchen an Qualität und Kreativität: LUMIX G9L fürs Fotografieren mit extrem schneller Reaktionszeit und in brillanter Auflösung. LUMIX GH5S mit lichtstarkem Sensor fürs Filmen, selbst bei schwierigen Lichtverhältnissen. LUMIX GH5 für ausgezeichnete Fotografie und Videografie mit einer Kamera. Sie haben außerdem die Wahl zwischen zehn hochwertigen Leica Objektiven – für die perfekte Kombination nach Ihren Wünschen.

Entdecken Sie die LUMIX G Profis unter [panasonic.de/lumix-profis](http://panasonic.de/lumix-profis)

LEICA  
DG LENS

\* Die Bewertung Testsieger bezieht sich auf das Kameramodell LUMIX G9L.

\*\* Sichern Sie sich jetzt bis zu 200 € Cashback auf LUMIX Kameras oder LEICA DG Objektive von Panasonic im Aktionszeitraum 05.11.2018 – 30.12.2018. Infos unter [panasonic.de/cashback](http://panasonic.de/cashback)

BIS ZU  
**200€**\*\*  
ZURÜCK

## LUMIX G

A Better Life, A Better World