

imaging+foto 12 2017

contact

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

Die neue Lumix G9

Das Topmodell von Panasonic



Bilder in Profiqualität

europafoto Messe in Bad Homburg Die Letzte ihrer Art

Auf der europafoto Herbstmesse in Bad Homburg Mitte November waren nicht nur die Angebote fürs Weihnachtsgeschäft ein Thema, sondern natürlich auch die Veränderungen bei den Kooperationsmessen. **S. 8**

Foto Mundus im Online-Geschäft erfolgreich Wachstum mit PayPal PLUS und Ratenzahlung

Foto Mundus gehört inzwischen zu den bedeutenden Online-Händlern für Foto-, Video- & Medientechnik in Deutschland. Gelungen ist das mit einer Kombination von persönlicher Beratung und flexibler Zahlung über PayPal. **S. 16**

Tetenal sieht im Fotomarkt neue Chancen Mut zum Aufbruch

Als Spezialist für Fotochemie war Tetenal besonders stark vom digitalen Umbruch betroffen. imaging+foto-contact sprach mit Daniel Middendorf, der seit dem 1. April das Unternehmen führt, über seine Pläne. **S. 27**

Täglich frisch:

Aktuelle Neuheiten und Branchen-News auf www.foto-contact.de



Sollt unsere kostenlosen Newsletter „imging + foto-contact online“ haben Sie einen schnellen und aktuellen Überblick über die Nachrichten, die Ihre Kameravertriebler abdecken. Füllen Sie einfach die Felder mit Ihren Namen und Ihrer E-Mail-Adresse aus und klicken auf „registrieren“.

Ich würde gerne den kostenlosen Newsletter „imging + foto-contact online“ abonnieren!

*Name

*Nachname

*E-Mail

Bitte:

Land

Ort

PLZ

*diese Felder müssen ausgefüllt werden!

registrieren

Jetzt kostenlosen Newsletter abonnieren!
newsletter@worldofphoto.de

Es geschah an einem Freitag...

Kollektiver Blackout

Während das Team von imaging+foto-contact fleißig an der Herstellung der letzten Ausgabe in diesem Jahr arbeitete, gab es in Deutschland eine Massenhysterie. Der Black Friday tobte durch Einkaufszentren, Werbebeilagen und Online-Kampagnen, als ob die ganze Nation am Abend zuvor Thanksgiving gefeiert und Truthähne verspeist hätte. Mal ganz im Ernst: Wozu soll ein an den Haaren (hoffentlich nicht denen von Donald Trump) aus den USA herbeigezogener Anlass für ruinöse Rabattschlachten eigentlich gut sein?



Thomas Blömer, Verleger

Bekanntlich stammt der Black Friday aus den Vereinigten Staaten von Amerika, und dort hat er anders als in Europa sogar einen Sinn. Denn der traditionell am vierten Donnerstag im November gefeierte Thanksgiving Day ist zum einen das wichtigste amerikanische Familienfest; zum anderen ist die Zahl der Feiertage unter der Woche im Land der unbegrenzten Möglichkeiten sehr begrenzt. Deshalb liegt es nahe, den seltenen Brückentag zum Auftakt des Weihnachtsgeschäfts zu nutzen. In Deutschland gibt es weder Thanksgiving noch einen Black Friday als

Brückentag, und deshalb gibt es auch eigentlich keinen Anlass, an einem x-beliebigen Freitag die Preise auf breiter Front in den Keller zu donnern. Sollte man meinen...

Der Name Black Friday soll übrigens seinen Ursprung darin haben, dass an diesem Tag die Einkaufszentren und Straßen schwarz von Menschen sind. Mit dem Aufkommen des Online-Handels riefen die Internet-Shops deshalb den darauffolgenden Montag als Cyber Monday aus, an dem Amazon in diesem Jahr einen Rekordumsatz in den USA erzielte.

Da Deutsche bekanntlich alles besonders gründlich tun, war vielen Einzel- und Online-Händlern ein einziger Freitag für die Rabattschlacht noch nicht genug. Ein großer Fachmarkt in unserer Region rief eine Black Week aus, und man fragt sich, ob wir 2018 mit einem Black Month oder sogar mit einem Black Year rechnen müssen. Da kann man wirklich schwarz sehen.

Oder man kann die Frage stellen, warum man sich denn unbedingt an den USA orientieren will, um billig zu verkaufen. In China haben die großen Online-Händler den Singles Day

erfunden. Er findet am 11. November statt und soll als Gegenpol zum Valentinstag denjenigen einen Anlass zum Konsum geben, die nicht mit einem Valentin oder einer Valentine liiert sind, die sie an diesem Tag beschenken können. Allein der Internet-Gigant Alibaba verkaufte am Singles Day in diesem Jahr Waren im Wert von 21,8 Milliarden Euro und kam in Spitzenzeiten auf 256.000 Transaktionen pro Sekunde. Das wäre doch mal ein Modell für Deutschland, zumal die Zahl der Singles auch hier zunimmt.

Ein intelligenter Fotohändler schrieb auf Facebook zum Thema Black Friday, man müsse nicht jeden Schwachsinn mitmachen. Der Mann hat natürlich vollkommen recht, auch wenn man zugeben muss, dass dieses Rezept nicht für jeden Kollegen tragfähig ist. Denn wenn die Konkurrenz Preis-Amok läuft, lässt es sich manchmal nicht vermeiden, auch selber das böse Spiel mitzumachen – hoffentlich aber mit Sinn und Verstand.

Pardon, all das musste einmal gesagt werden, es lag mir wirklich am Herzen. Das Team von imaging+foto-contact wünscht Ihnen ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft, entspannte Feiertage und ein gutes Jahr 2018. Und lassen Sie bitte am Heiligen Abend Ihren Laden zu. Das haben Sie und Ihre Mitarbeiter verdient!

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Das neue Lumix Foto-Topmodell von Panasonic
Bilder in Profiqualität 12

Editorial

Es geschah an einem Freitag...
Kollektiver Blackout 3

Wichtiges aus foto-contact.de 6, 7, 26

Handel

europafoto Messe in Bad Homburg
Die Letzte ihrer Art. 8

Verband

BGL verzeichnet weiteres Wachstum
Freunde an großen Bildern 10
PIV sieht die Branche auf Wachstumskurs
Ein Jahr im Plus. 10

Unternehmen

So wurde Foto Mundus im Online-Geschäft erfolgreich
Wachstum dank PayPal PLUS und Ratenzahlung 16

Analog fotografieren, analog entwickeln
Jobo artisan Workshops 30

Neuheiten 22

CP-D90DW-EV Fotodrucker von Mitsubishi Electric
Einfach und sicher. 20

Leica CL erweitert APS-C System
Kompakter Begleiter 21

BGL verzeichnet weiteres Wachstum Freude an großen Bildern



Der Bundesverband der Photo-Großlaboratorien (BGL) hat auf seiner jährlichen Mitgliederversammlung Ende November in Hamburg einstimmig einen neuen Vorsitzenden gewählt. Cewe Vorstandsvorsitzender Dr. Christian Friege übernahm das Amt von Dr. Rolf Hollander, der nach seinem Wechsel vom Cewe Vorstand in das Kuratorium der Neumüller Cewe Color Stiftung nicht für eine Wiederwahl zur Verfügung stand. Er wurde einstimmig zum Ehrenvorsitzenden des BGL gewählt. Mit der derzeitigen Situation auf dem Bildermarkt zeigte sich die Verbandsspitze sehr zufrieden. **Seite 10**

VERBAND

Das neue Panasonic Lumix Foto-Topmodell Bilder in Profiqualität



Mit der Lumix G9 hat Panasonic ein neues Spitzenmodell angekündigt, das im Januar auf den Markt kommt. Mit einem weiter verbesserten Bildstabilisator, deutlich beschleunigtem Autofokus und umfassender Ausstattung kommt die neue Systemkamera nicht nur auf 20 Bilder/s in voller Auflösung mit Schärfenachführung, sondern auch auf die höchste Bildqualität im Lumix-Sortiment. **Seite 12**

ZUM TITELBILD

europafoto Messe in Bad Homburg Die Letzte ihrer Art



Gute Stimmung kennzeichnete die europafoto Herbstmesse in Bad Homburg, die in diesem Jahr relativ spät, Mitte November, stattfand. Am Vorabend des Messtages nutzten zahlreiche Mitglieder der Kooperation die Gelegenheit, beim inzwischen schon bewährten Format „Industrie trifft Handel“ mit den Lieferanten ins Gespräch zu kommen. Auf der Messe waren nicht nur die Angebote fürs Weihnachtsgeschäft ein Thema, sondern natürlich auch die Veränderungen bei den Kooperationsmessen. **Seite 8**

HANDEL

Leica CL erweitert APS-C System Kompakter Begleiter



Mit der neuen Leica CL erweitert der Wetzlarer Kamerahersteller das APS-C System um die Leica CL, die sich durch innovative Technologien, komfortable Bedienung und ein Design auszeichnet, das in der Tradition der kompakten Leica CL aus dem Jahr 1973 steht. **Seite 21**

NEUHEITEN

Der neue Gimbal Freevision Vilita-M Stabile Smartphone-Videos



Mit der Steigerung der Foto- und Videoleistung von Smartphones nimmt auch das Interesse an passenden Gimbals zu. Kurz nach der Einführung des Actioncam Gimbals Freevision Vilita Handheld (siehe imaging+foto-contact 10/2017, S. 34) stellt Miniwing Europe jetzt ein weiteres Produkt für Smartphones vor. Das Gerät wird vom Hamburger Distributor S+M Rehberg vertrieben. **Seite 23**

Tetenal sieht im Fotomarkt neue Chancen Mut zum Aufbruch



Unter der Leitung von Hauptgesellschafter Matthias Hübener reagierte der Spezialist für Fotochemie auf den digitalen Umbruch mit der Etablierung neuer Geschäftsbereiche, baute die Markendistribution im Segment Imaging aus und erschloss sich auch neue Geschäftsfelder außerhalb des Fotomarktes. Am 1. April hat Hübener sich aus dem operativen Geschäft zurückgezogen. imaging+foto-contact hat mit dem neuen Mann an der Tetenal-Spitze, Daniel Middendorf, über seine Ideen für die Zukunft des Unternehmens gesprochen. **Seite 27**

So wurde Foto Mundus erfolgreich Wachstum dank PayPal PLUS u. Ratenzahlung

Gerade für inhabergeführte Fachgeschäfte ist der eigene Online-Shop immer noch ein echte Herausforderung. Dabei gibt es Lösungen, die nicht nur den Einstieg einfach machen, sondern auch mit deutlichen Wachstumsraten Schritt halten.

Wie das funktionieren kann, zeigt mit Foto Mundus ein Beispiel aus dem Fotohandel. Das Unternehmen, das 1985 mit einem Geschäft in Meppen begann, gehört inzwischen zu den bedeutenden Online-Händlern für Foto-, Video- & Medientechnik in Deutschland. Gelingen ist das mit einer Kombination von persönlicher Beratung und flexibler Zahlung über PayPal. **Seite 16**



Analog fotografieren, analog entwickeln Jobo artisan Workshops



Seit diesem Jahr bietet Jobo unter der Bezeichnung „Jobo artisan“ Workshops in der Unternehmenszentrale in Gummersbach und an anderen attraktiven

Orten an. Die Veranstaltungen, in denen die von Jobo vertriebenen Chamonix Kameras und das entsprechende Entwicklungszubehör im Einsatz erlebt werden können, richten sich mit theoretischen und praktischen Aspekten an Einsteiger und ambitionierte Fotografen. **Seite 30**

Cewe Weihnachtskampagne Emotionen zum Fest



Seit 2015 fährt Cewe seine Werbekampagne „Mein Cewe Fotobuch, mein Leben“, in der echte Kunden über ihre persönlichen Erlebnisse und Emotionen berichten, die sie in ihrem Cewe Fotobuch festgehalten haben. In diesem Jahr gibt es vor Weihnachten noch mehr Emotionen: Erstmals war Cewe live bei einer Bescherung dabei und beobachtete mit der Kamera, wie die Kundin Vanessa Teich ihrem Großonkel Jakob ein Cewe Fotobuch zu Weihnachten schenkte. Ihr Großonkel wusste dabei von dieser Überraschung nichts, da der Dreh unter einem anderen Vorwand stattfand. **Seite 24**

INTERVIEW

Der neue Gimbal Freevision Vilita-M
Stabile Smartphone-Videos **23**

Bilddienstleistungen

Weihnachten mit Kodak Moments
Persönliche Geschenke. **19**

Cewe Weihnachtskampagne mit echter Bescherung
Emotionen zum Fest **24**

Interview

Tetenal sieht im Fotomarkt neue Chancen
Mut zum Aufbruch. **27**

Impressum **31**

Klein- und Personalanzeigen **31**

UNTERNEHMEN

Immer aktuell:



www.foto-contact.de

BILDDIENSTLEISTUNGEN

Allen Lesern von imaging+foto-contact
wünschen wir ein frohes Weihnachtsfest
und ein erfolgreiches Jahr 2018.



Horst-Dieter Lehmann verstorben



Horst-Dieter Lehmann

Im Alter von 86 Jahren ist Fotografenmeister Horst-Dieter Lehmann in Bad Nenndorf verstorben. Langjährige Leser von imaging+foto-contact kennen ihn als ständigen Kolumnisten unseres Magazins, in dem er zuerst zur photokina 1980 und dann ab März 1981 bis Juni 2009 regelmäßig Beiträge aus der Perspektive eines Atelier- und Portrait-Fotografen veröffentlichte. Dabei sparte er auch nicht an kritischen Worten, wenn es notwendig war. Mit seinen mehr als 300 Kolumnen hat Horst Dieter Lehmann über fast drei Jahrzehnte hinweg das Gesicht von imaging+foto-contact mit geprägt. Wir blicken dankbar auf die langjährige Zusammenarbeit zurück und werden ihm ein ehrendes Gedenken bewahren. Unsere Anteilnahme gilt seiner Ehefrau Karin, mit der er 57 Jahre verheiratet war, und seiner Familie.

Foto Tour nach Havanna, Cuba

Die Foto Tour „La Habana – La Vida“ der Ickinger IF/Academy GbR findet vom 3.-10. März 2018 unter der Leitung von Rüdiger Schrader statt. Teilnehmer lernen, wie Entschleunigung, ein achtsames Vorgehen und aufmerksame Beobachtung eine assoziative Fotografie erlauben, mit der die coolen Farben, alten Farben, ungewöhnli-



chen Lichtspiele und Formen in den vielen, täglichen Situationen eingefangen werden können.

Rüdiger Schrader arbeitet als Coach und Business-Trainer mit dem Schwerpunkt der

visuellen Kommunikation. Er wird daher die Zeit mit den Teilnehmern nutzen, um ihr visuelles Denken, ihr fotografisches Bewusstsein, ihren kreativen Prozess insgesamt zu diskutieren, zu inspirieren, zu trainieren und zu verfeinern. Der Preis für die Foto Tour nach Havanna beträgt 1.650 Euro; Infos und Anmeldung gibt es unter www.if-academy.net/cuba-2018

Neuer Verkaufsleiter bei Eschenbach Optik

Am 1. November 2017 hat Matthias Gerrelts die Stelle des Verkaufsleiters Fachhandel in Deutschland bei Eschenbach Optik für die Geschäftsbereiche Vision Technology Products (vergrößernde Sehhilfen) und Sport Optik (Ferngläser) übernommen. Der 46-jährige Handelsfachwirt soll in dieser neu geschaffenen Position enger mit dem Fachhandel sowie den Branchenverbänden zusammenarbeiten,



Matthias Gerrelts

ten, um den Fachhandel zu stärken und den Absatz von vergrößernden Sehhilfen und Ferngläsern zu steigern.

Zentrale Aspekte seiner Tätigkeit sind die Entwicklung und

Implementierung neuer Vermarktungskonzepte am PoS sowie die Steuerung des Vertriebsaußendienstes. Zuletzt war Matthias Gerrelts, der über langjährige Erfahrung im Handel verfügt, als Vertriebsleiter in einer der führenden Vertriebsgesellschaften in der Uhren- und Schmuckbranche tätig.

„Wir freuen uns, dass wir mit Matthias Gerrelts einen ausgewiesenen Fachhandels-Experten gewinnen konnten“, sagt Matthias Daum, Vertriebsleiter bei Eschenbach Optik. „Dank seiner langjährigen Vertriebs- und Führungserfahrung kennt er den deutschen Fachhandelsmarkt sehr gut und ist damit die optimale Besetzung für diese neue Position.“

Täglich neue Branchen-Nachrichten: www.foto-contact.de

Olympus kooperiert mit GDT e. V.

Nachdem sich Olympus bereits seit vielen Jahren bei Fotofestivals wie „horizonte zingst“, dem „Oberstdorfer Fotogipfel“, den „Fürstenfelder Naturfototagen“ und der „Mundologia“ engagiert, ist der Hersteller jetzt Premiumpartner der Gesellschaft Deutscher Tierfotografen (GDT) e. V. Darüber hinaus bestehen Partnerschaften mit Museen und Ausstellungshäusern wie den Deichtorhallen Hamburg, dem Fotografie Forum Frankfurt und dem Amsterdamer FOAM.

Seit Einführung der OM-D E-M1 Mark II hat Olympus sein Engagement auf die Verbände ausgeweitet. Die Gesellschaft Deutscher Tierfotografen (GDT) e. V. sei für Olympus ein weiterer wichtiger Partner, denn der Verband stehe nicht nur für Naturfotografie auf höchstem Niveau, sondern auch für den Naturschutz, erklärte das Unternehmen. Dazu komme, dass gerade Naturfotografen auf eine robuste Ausrüstung angewiesen sind.

„Die GDT ist eine tolle Plattform, um mit

unserer Zielgruppe in Kontakt zu treten“, kommentierte Olaf Kreuter, Leitung Consumer Marketing, Deutschland und Österreich, Consumer Products, Olympus Deutschland. „Unsere Natur ist einzigartig, wie die Mitglieder der GDT jeden Tag aufs Neue beweisen, und sie muss geschützt werden.“

Cewe ehrt langjährige Betriebszugehörigkeit

Bei Cewe in Oldenburg fand die traditionelle Ehrung der Jubilare statt. Insgesamt 117 Mitarbeitende erreichten in diesem Jahr ihren Ehrentag mit 10 bis 40 Jahren Betriebszugehörigkeit.

Zehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten bereits seit 40 Jahren, zehn

feierten ihr 35-jähriges Jubiläum, acht ihr 30-jähriges, zwanzig ihr 25-jähriges und dreizehn ihr 20-jähriges. Gleich 56 Jubilare freuten sich über ihre 10-jährige Betriebszugehörigkeit.

„Ich danke allen Kolleginnen und Kollegen, die Cewe bereits so lange die Treue halten. Denn ihrem Engagement und ihren Ideen verdanken wir den Erfolg von Cewe“, betont Dr. Friege, Vorstandsvorsitzender. „Unser Unternehmen hat in den letzten Jahrzehnten einen enormen Wandel vollzogen, in dem sich nicht nur die Produkte, sondern auch die damit verbundenen Arbeitsplätze und Aufgabenbereiche verändert haben. Unsere langjährigen Mitarbeitenden haben diesen Wandel aktiv mitgestaltet.“



IHRE KUNDEN SUCHEN NOCH EIN PASSENDES WEIHNACHTSGESCHENK?

Kofferanhänger und Magnetsticker mit persönlichem Bild!



Bernd Braun
Im Wasenfeld 7
71573 Allmersbach im Tal
Telefon: 0 71 91 - 49 501 501
E-Mail: info@tis-service.de



europafoto Messe in Bad Homburg

Die Letzte ihrer Art

Gute Stimmung kennzeichnete die europafoto Herbstmesse in Bad Homburg, die in diesem Jahr relativ spät, Mitte November, stattfand. Am Vorabend des Messtages nutzten zahlreiche Mitglieder der Kooperation die Gelegenheit, beim inzwischen schon bewährten Format „Industrie trifft Handel“ mit den Lieferanten ins Gespräch zu kommen. Auf der Messe waren nicht nur die Angebote fürs Weihnachtsgeschäft ein Thema, sondern natürlich auch die Veränderungen bei den Kooperationsmessen.

Das gilt auch für das Pressegespräch, bei dem sich europafoto Verwaltungsratsvorsitzender Andreas Manthey und Geschäftsführer Robby Kreft den Fragen der Fachmedien stellten. Die Ankündigung der gemeinsamen Herbstmesse mit Ringfoto sei von den europafoto Mitgliedern durchweg positiv aufgenommen worden, erklärte Manthey. Jetzt gehe es darum, ein Konzept zu entwickeln, in dem die Mitglieder sich wirklich wiederfinden können, ohne sich als Besucher bei den anderen zu fühlen. Das Projekt müsse ein Erfolg werden, um langfristig zu funktionieren. Zwei Messen für zwei Kooperationen seien für die Lieferanten eine überflüssige Belastung, die man leicht vermeiden könne.



Andreas Manthey, Vorsitzender des europafoto-Verwaltungsrats, und Geschäftsführer Robby Kreft (links) blicken auf ein gutes Jubiläumsjahr zurück.

Eine bessere Zusammenarbeit beider Kooperationen kann nach Meinung der europafoto-Spitze allen Beteiligten nützen. „Unsere Konkurrenz sitzt nicht in Fürth, sondern bei großen Online-Anbietern und Fachmarktketten“, betonte

Manthey. Wie vielen Fachhändlern ist auch den europafoto-Verantwortlichen die Politik des Kartellamtes, die ruinöse Preiskämpfe geradezu fördert, ein Dorn im Auge. Während die Industrie daran gehindert werde, Beratungsleistungen des Fachhandels zu honorieren, könnten Online-Spezialisten wie Amazon immer noch massive Steuervorteile in Anspruch nehmen, beklagte Kreft. Hier sei die Politik gefordert, denn durch solche Verwerfungen habe am Ende auch der Verbraucher das Nachsehen. „Unbeschränkter Wettbewerb kann zu Monopolen führen“, betonte Kreft.

Gutes Jubiläumsjahr

Im Jahr des 50jährigen Jubiläums erwartet europafoto einen Umsatz auf dem Niveau des Vorjahres. Das sei angesichts der negativen Marktentwicklung kein schlechtes Ergebnis, erklärte Kreft. Der Online-Shop verzeichne weiteres Wachstum, habe



Auch die aktuelle Beilage soll zu einem erfolgreichen Weihnachtsgeschäft beitragen.

aber vor allem den positiven Effekt, immer mehr Kunden in die Geschäfte der Mitglieder zu führen. Auch die Vermarktung von Kommissionsware entwickelt weiter positiv. Rund 90 europafoto Händler sind inzwischen dabei, und viele von ihnen haben durch diese Angebote wieder Freude am Hardware-Verkauf. Auch die am 1. April an den Start gegangene Dienstleistung „Drop Shipment“, bei der die europafoto-Zentrale die bei einem Mitglied bestellte Ware direkt an den Endkunden liefert, wird gut angenommen. Auffallend sei, erklärte Kreft, dass sich in den monatlichen Vergleichen mit dem Vorjahr starke Differenzen zeigten – sowohl nach oben, als auch nach unten. Außerhalb des Weihnachtsgeschäfts gebe es offensichtlich keine

hen, um einen negativen Trend umzukehren“, erklärte Kreft. Mit der Ordertätigkeit auf der Herbstmesse zeigte sich die europafoto-Spitze sehr zufrieden. Der späte Messtermin in diesem Jahr habe sich nicht als Hindernis erwiesen, betonte Kreft. Eher treffe das Gegenteil zu: „Bei vielen unserer Händler sind die Lager leer, so dass sie jetzt gut einkaufen, um für das Weihnachtsgeschäft gerüstet zu sein“, berichtete Kreft. Dabei helfe auch die Lieferung am nächsten Tag, die für viele Händler eine spürbare Entlastung des Lagers bedeute. Für das Weihnachtsgeschäft verspricht sich europafoto positive Impulse von der aktuellen Winterbeilage und der Fortsetzung der Werbeaktivitäten rund um das Jubiläum. Besonders die Google AdWords Kampagnen, die Internetnutzern passende Angebote von europafoto Händlern in ihrer Region zeigen, haben sich bereits im Laufe des Jahres als überdurchschnittlich wirksam erwiesen.

Workshops online buchen

Eine komplett neue Dienstleistung für die europafoto-Mitglieder und die Konsumenten ist die Ankündigung von Workshops und Seminaren auf der Webseite der Kooperation. Das Ziel: Die Kunden sollen über eine einfache Suchfunktion herausfinden, wann und wo in ihrer Region Workshops über Themen stattfinden, die sie interessieren. Dann können sie entsprechende Veranstaltungen direkt online buchen – für diese Dienstleistung erhält die Kooperationszentrale 10 Prozent Provision. Vier Wochen nach dem Start hatten bereits 30 europafoto Mitglieder damit begonnen, ihre Seminar-Angebote einzustellen. Weitere sollen in den nächsten Wochen und Monaten folgen.

Neu auf der europafoto-Webseite ist die Möglichkeit für Endkunden, Workshops und Seminare in ihrer Region zu finden und sofort zu buchen.

festen saisonalen Zyklen mehr. Auch die Entwicklungen bei den europafoto-Händlern sei sehr unterschiedlich. Während die einen gutes Wachstum verzeichnen, läuft es bei anderen nicht immer rund. In diesen Fällen könnten die Mitglieder auf eine besonders intensive Unterstützung durch die Zentrale rechnen: „Manchmal reicht es, an kleinen Stellschrauben zu dre-

Manfrotto startet Weihnachtsaktion

Manfrotto startet eine Weihnachtsaktion mit drei Geschenke-Kits. Jedes der drei Kits enthält als Basis das Manfrotto Pixi Mini-Stativ in Schwarz, das sich besonders für kompakte Kameras und Smartphones eignet.



Das Manfrotto Pixi verfügt über ein 1/4 Zoll Anschlussgewinde und eignet sich für die Verwendung mit digitalen Geräten bis zu einem Gewicht von max. 1kg.

Zum Manfrotto Pixi beigegepackt sind je nach Kit entweder die TwistGrip Smartphone Halterung für eine sichere und stabile Befestigung des Mobiltelefons, sowie das Lumimuse 3 LED Licht für eine ausreichende Ausleuchtung; eine NX Schultertasche für die CSC-Kamera samt Zubehör oder die universelle Manfrotto Smartphone Halterung mit 1/4 Zoll Gewinde an der Basis und an der Rückseite sowie Silikonplatten für einen sicheren Halt.

Das Weihnachtskit 1 mit dem Pixi Mini-Stativ in Schwarz, der TwistGrip Smartphone Halterung und Lumimuse 3 LED Licht ist ab sofort zum UVP von 99 Euro erhältlich.

Das Weihnachtskit 2 (Foto) besteht aus dem Pixi Mini-Stativ in Schwarz und der NX Schultertasche in grau für eine CSC-Kamera und Zubehör und wird zu einem UVP von 44,90 Euro angeboten.

Das Weihnachtskit 3 mit dem Pixi Mini-Stativ in Schwarz samt Smartphone-Halterung ist zum UVP von 24,90 Euro erhältlich.

BGL verzeichnet weiteres Wachstum

Freude an großen Bildern

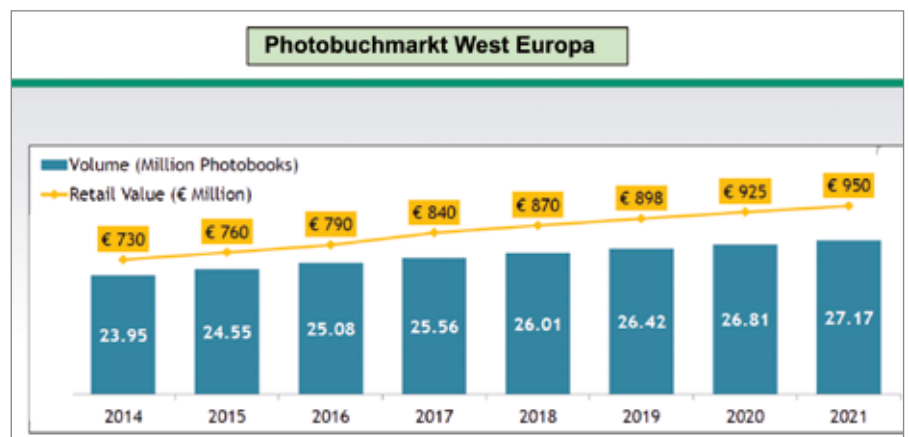
Der Bundesverband der Photo-Großlaboratorien (BGL) hat auf seiner jährlichen Mitgliederversammlung Ende November in Hamburg einstimmig einen neuen Vorsitzenden gewählt. Cewe Vorstandsvorsitzender Dr. Christian Friege übernahm das Amt von Dr. Rolf Hollander, der nach seinem Wechsel vom Cewe Vorstand in das Kuratorium der Neumüller Cewe Color Stiftung nicht für eine Wiederwahl zur Verfügung stand. Er wurde einstimmig zum Ehrenvorsitzenden des BGL gewählt. Mit der derzeitigen Situation auf dem Bildermarkt zeigte sich die Verbandsspitze sehr zufrieden.

Diese Zufriedenheit wurde auch nicht von der Tatsache getrübt, dass die Gesamtzahl der in den Betrieben der BGL Mitglieder verarbeiteten digitalen Fotos 2017 gegenüber dem Vorjahr voraussichtlich leicht auf 2 Milliarden Stück zurückgehen wird und analoge Bilder mit einer Gesamtmenge von 70 Millionen Stück (Vorjahr: 80 Millionen) praktisch keine Rolle mehr spielen. Denn die Finisher profitieren davon, dass sich die in den letzten Jahren zu beobachtende Entwicklung „Klasse statt Masse“ fortsetzt und die Nachfrage nach hochwertigen Bildprodukten weiter steigt. Dieser Trend werde zu einem wesentlichen Teil von den immer besseren Smartphone-Kameras getrieben, erklärte BGL Vorstandsmitglied Thorsten Ziehl (Fujifilm), der auch in diesem Jahr die Marktzahlen aufbereitet hatte. So sei der Anteil von Smartphones, deren Kamera zwei Objektive habe, von 2 Prozent im Vorjahr auf 6 Prozent in diesem Jahr gestiegen. 2019 soll der Anteil bei 15 Prozent liegen. „Ganz

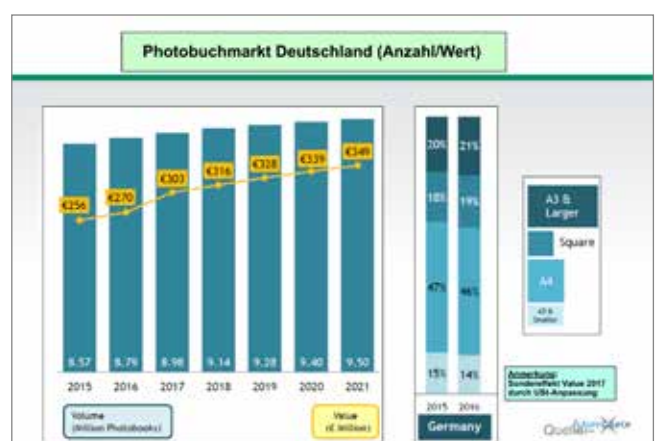
offensichtlich wollen die Smartphone-Hersteller das Thema Foto weiter besetzen, weil sie in der Kameraleistung ein wichtiges Differenzie-

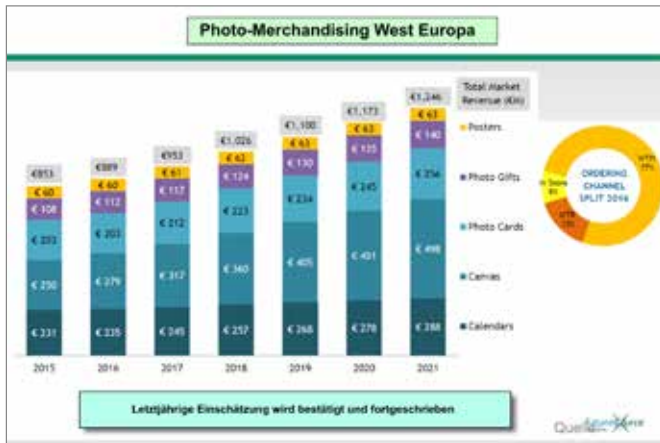
rungsmerkmal für ihre Produkte sehen“, erklärte Ziehl.

Bei der Erhebung der detaillierten Marktzahlen nach Produktkategorien und Vertriebswegen arbeitet der BGL seit Jahren mit dem Marktforschungsunternehmen Futuresource zusammen. Die Briten hatten den Gipfel der Nachfrage nach Fotobüchern bereits für vergangene Jahre erwartet – eine Sichtweise, die der BGL mehrfach ausdrücklich nicht teilte. Die Finisher hatten Recht: Auch 2017 dürfte der Absatz von Fotobüchern in Westeuropa um knapp 2 Prozent auf über 25 Millionen Stück wachsen; beim Umsatz wird sogar eine Steigerung um 4 Prozent auf 790 Millionen Euro erwartet. Hier spielen allerdings auch Sondereffekte wie die Erhöhung der Umsatzsteuer in Deutschland und Österreich eine Rolle. Das bestätigen die Zahlen für den deutschen Markt: Er liegt im Volumen mit einem



Der Absatz von Fotobüchern wächst sowohl in Westeuropa als auch in Deutschland weiter. Dabei drückt sich der Trend zu größeren Büchern in steigenden Durchschnittspreisen aus. Der überproportionale Umsatzsprung in diesem Jahr ist auf den erhöhten Mehrwertsteuersatz zurückzuführen. (Quelle: Futuresource)





Auch die Nachfrage nach wert schöpfungstarken Bildprodukten steigt. Spitzenreiter ist hier das Segment Wanddekoration, das in der Grafik unter „Canvas“ zusammengefasst wird. (Quelle: Futuresource)

Zuwachs von gut 2 Prozent im europäischen Trend; die Umsatzkurve verzeichnet dagegen einen Sprung von 270 Millionen Euro im Jahr 2016 auf 303 Millionen Euro in diesem Jahr, der im wesentlichen auf die Steuererhöhung zurückzuführen ist. Aber auch nach Nettopreisen liegt der Fotobuch-Umsatz in diesem Jahr im Plus. Dabei nimmt der Anteil großer Bücher zwar langsam, aber seit Jahren stetig zu. Sowohl Futuresource als auch der BGL erwarten in diesem Segment für die kommenden Jahre zwar kein spektakuläres, aber dafür stetiges Wachstum. Dazu sollen auch neue Technologien wie die automatische Gesichtserkennung beitragen, die es für die Kunden noch komfortabler machen, ihr individuelles Fotobuch schnell zu gestalten.

Mehr als Fotobücher

Kräftig nach oben zeigen die Umsatz- und Absatzkurven von weiteren wert schöpfungstarken Bildprodukten. So wird für 2017 in Westeuropa für die Kategorien Poster, Fotogeschenke, Grußkarten, Wanddekorationen und Kalender ein Umsatzsprung von 889 Millionen im Vorjahr auf 953 Millionen Euro erwartet; das ist ein Plus von 7,2 Prozent. Dieser Trend soll sich in den kommenden Jahren fortsetzen. Futuresource erwartet, dass sich die Nachfrage nach diesen Produktkategorien

in Westeuropa bis 2021 gegenüber dem Niveau von 2015 nahezu verdoppeln wird.

Auch in Deutschland zeigt sich bei den Bildprodukten weiterhin ein positiver Trend, der vor allem von der steigenden Beliebtheit von Wandbildern getrieben wird. In dieser Kategorie rechnet Futuresource für 2017 mit einem Zuwachs von 12,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr; der Umsatz mit diesen 4,5 Millionen Bildern soll 109 Millionen Euro erreichen und damit sogar fast 15 Prozent höher liegen als im Vorjahr. Positiv entwickeln sich auch die Umsätze mit Fotokalendern (plus 6 Prozent/70 Millionen Euro), Grußkarten (plus 4,3 Prozent/49 Millionen Euro) und Fotogeschenken (plus 3,1 Prozent/33 Millionen Euro). Lediglich bei den Postern wird ein mengenmäßiger Rückgang bei stabilem Umsatz erwartet; der Trend zu größeren Formaten gilt also auch für dieses Segment.

Internet wichtigster Bestellweg

Für alle Produktkategorien ist das Internet zum wichtigsten Bestellweg geworden. Das liegt zum einen an der großen Zahl reiner Online-Anbieter, zum anderen aber auch daran, dass Kunden, die sich ihr Bildprodukt bei entsprechend aufgestellten BGL Betrieben zum Fachhandel liefern lassen, dieses trotzdem am liebsten online bestellen.

Unter dem Strich sind die BGL Betriebe mit der aktuellen Marktsituation noch zufriedener als in den Vorjahren. Denn sie verzeichnen nicht nur für dieses Jahr weiteres Wachstum in wertschöpfungsstarken Produktkategorien. Auch die Zukunftsprognosen fallen deutlich positiver aus als noch vor einigen Jahren. Damit bietet sich für die Finisher die Chance, gedruckte Fotos weiter in den Fokus der Konsumenten zu bringen und sie als wertvolle Produkte zu positionieren, betonte Dr. Christian Friege. Das schaffe auch die Möglichkeiten, den Markt mit Innovationen weiter voranzutreiben.

Trauer um Heiko Mohrmann

Überschattet wurde die diesjährige Mitgliederversammlung von der Nachricht, dass Heiko Mohrmann (allcop) am Tag zuvor im Alter von 48 Jahren verstorben war. Mohrmann kam 2003 vom damaligen Großlabor Uhlenhuth zu allcop, zunächst als Leiter Vertrieb und Marketing. 2007 wurde er zum Geschäftsführer ernannt und hatte wesentlichen Anteil an der erfolgreichen Entwicklung von allcop zum innovativen Anbieter im digitalen Bildermarkt. 2010 wurde Mohrmann in den Vorstand des BGL gewählt, dessen Mitglieder sich in Hamburg dankbar an sein persönliches Engagement für die gemeinsamen Anliegen erinnerten.



allcop-Geschäftsführer Heiko Mohrmann ist am 23. November im Alter von 48 Jahren verstorben.

Neuheiten

Das neue Lumix Foto-Topmodell von Panasonic

Mit der Lumix G9 hat Panasonic ein neues Spitzenmodell angekündigt, das im Januar auf den Markt kommt. Mit einem weiter verbesserten Bildstabilisator, deutlich beschleunigtem Autofokus und umfassender Ausstattung kommt die neue Systemkamera nicht nur auf 20 Bilder/s in voller Auflösung mit Schärfenachführung, sondern auch auf die höchste Bildqualität im Lumix-Sortiment.



Die Lumix G9 ist staub- und spritzwassergeschützt.

Bilder in Profiqualität

Möglich wird das durch die Kombination des 20,3 Megapixel-Digital-Live-MOS-Sensors mit dem Venus-Engine-Bildprozessor, der mit Multipixel-Luminanz-Analyse Farbtönen, Sättigung und Helligkeit erkennt. So wird eine natürliche Farbwiedergabe mit hoher Sättigung in dunklen und hellen Bildbereichen möglich. Die auf den Sensor abgestimmte Gradationseinstellung führt zu einem im Vergleich zum Vorgänger größeren Dynamikbereich, eine Anti-Reflex-Beschichtung des Sensors reduziert zudem Geisterbilder und Reflexe.

Als erste Lumix Kamera hat die G9 ein Status-Display auf der Oberseite.

Im neuen High-Resolution-Modus erzeugt die Lumix G9 mit Pixel-Shift Fotos mit einer Auflösung von 80 Megapixeln (10.368 x 7.776), die wahlweise als JPEG- oder RAW-Datei gespeichert werden können.

Verbesserter Bildstabilisator

Der in das Gehäuse der Lumix G9 integrierte Bildstabilisator wurde weiter verbessert; Bewegungs-

informationen werden jetzt nicht nur von einem Gyrosensor, sondern auch von einem Beschleunigungssensor und dem Bildsensor erfasst und mit einem neu entwickelten Algorithmus verarbeitet. In Kombination mit dem O.I.S. der Lumix Objektive (2-Achsen) erlaubt der 5-Achsen Body Image Stabilizer der Lumix G9 um bis zu 6,5 EV-Stufen längere Verschlusszeiten aus freier Hand. Der Dual-I.S. funktioniert auch bei Videoaufnahmen; die Kamera-interne Bildstabilisierung kompensiert Bewegungen auch dann, wenn Objektive ohne O.I.S. eingesetzt werden.

Schnellerer Autofokus

Das Autofokus-System der Lumix G9 arbeitet mit Kontrast-AF und DFD-Technologie sowie einer beschleunigten Sensor-Auslesung von 480 Bildern/s; so wird eine Reaktionszeit von nur 0,04 Sekunden möglich. Dabei kann die Kamera nicht nur Gesichter und



Augen erkennen, sondern auch eine menschliche Gestalt. Die Zahl der AF-Felder wurde gegenüber dem Vorgänger von 49 auf 225 erweitert. Sie können vom Anwender frei gruppiert, in der Größe verändert und verschoben werden. Wie bisher stehen Gesicht-/Augenerkennung, Tracking-AF, 1-Bereich-AF und Punkt-AF zur Verfügung. Zudem gibt es benutzerdefinierte Einstellungen, mit denen sich Parameter wie die Empfindlichkeit und der Grad der Fokus-Kompensation festlegen lassen. Mit dem schnellen Autofokus kann die Lumix G9 in voller Auflösung von 20,3 Megapixeln 20 Bilder/s mit Schärfenachführung und 60 Bil-



Mit ihrem professionellen Leistungsprofil ist die Lumix G9 für zahlreiche Aufgaben vom Portrait (mit 12-60mm Leica DG Vario-Elmarit) bis zur rasanten Action-Szene (mit dem neuen Leica DG Elmarit 200mm/F2.8) geeignet.
Fotos: Horst Gottfried

der/s ohne Schärfenachführung festhalten. Dazu kommt die von der Lumix GH5 bekannte 6K-Fotofunktion mit 30 18-MP-Bildern/s (4K-Foto: 60 Bilder/s mit 8 Megapixeln). Videos nimmt die Lumix G9 in 4K/60p auf; im Full-HD Modus können Zeitlupen mit bis zu 180 Bildern/s gefilmt werden.

Fortsetzung auf Seite 14

Leica Supertele mit Festbrennweite

Mit dem Leica DG Elmarit 200mm F2.8 Power O.I.S. präsentiert Panasonic ein besonders kompaktes, lichtstarkes Superteleobjektiv, dessen Festbrennweite 400mm im Kleinbildformat entspricht. Mit seiner staub- und spritzwassergeschützten Konstruktion sowie dem integrierten Bildstabilisator (Dual I.S.-kompatibel) ist es besonders gut für Tier- oder Sportaufnahmen geeignet. Mit dem 1,4x Telekonverter (im Lieferumfang) kann die Brennweite auf 560mm (KB bei F4.0) verlängert werden. Das Objektiv ist aus 15 Linsen,

darunter zwei UED-Elemente, in 13 Gruppen aufgebaut. Die UED-Linsen sorgen für eine besonders hohe Auflösung und hohen Kontrast bis an den Rand; Verzeichnungen und chromatische Aberration werden wirkungsvoll unterdrückt.



Das Leica DG Elmarit 200mm F2.8 Power O.I.S. soll noch vor Weihnachten auf den Markt kommen.

Das Tele ist mit einem dreifachen Linearmotorsystem ausgestattet und erlaubt für die präzise Kontrastmessung eine Sensoransteuerung von bis zu 240fps bei Foto- und 4K Video-Aufnahmen.

Die fein abgestufte Blendensteuerung sorgt auch bei wechselnden Helligkeiten, z. B. während des Schwenkens, für gleichmäßige Belichtung.

Das robuste, staub- und spritzwassergeschützte Objektiv arbeitet zuverlässig auch bei Kälte bis zu -10° Celsius. Es ist ab Dezember 2017 erhältlich. Der Preis steht noch nicht fest.

Fortsetzung von Seite 13

Umfassende Ausstattung

Mit einem Vergrößerungsfaktor von 1,66fach/0,83fach (KB) bietet der elektronische Sucher der Lumix G9 eine hervorragende Übersicht. Die scharfe OLED-Anzeige mit einer Auflösung von 3,68 Millionen Bildpunkten zeichnet sich durch flüssige Bilder (120 Bilder/s), schnelles Ansprechverhalten (weniger als 0,005 Sekunden) und hohen Kontrast (10.000:1) aus. Der 7,5 cm große berührungsempfindliche Monitor mit

1,04 Millionen Bildpunkten auf der Kamera-Rückseite ist schwenk-, dreh- und klappbar. Wie bei allen Anzeigen der Kamera kann die Helligkeit des Monitors im Nacht-Modus reduziert werden.

Das trifft auch für das erstmals bei einer Lumix Kamera eingebaute Status-Display auf der Oberseite des Gehäuses zu. Es bietet wie bei einer klassischen Spiegelreflex einen schnellen Überblick über alle wichtigen Einstellungen.

Die Lumix G9 ist mit einem Doppel-SD-Kartenlaufwerk für schnelle UHS-II Karten ausgestattet; ein

vorderer und hinterer Rahmen aus Magnesium-Legierung sorgt beim Gehäuse für Stabilität. Alle Fugen, Räder und Tasten sind gegen das Eindringen von Spritzwasser und Staub geschützt. Die ständige Verbindung mit einem Smartphone/Tablet ist dank Bluetooth 4.2 bei geringem Stromverbrauch möglich. Auch eine schnelle WiFi-Funktion ist eingebaut. Die Lumix G9 ist ab Januar 2018 für 1.699 Euro (UVP Gehäuse) lieferbar. Wer bis zum 24. Dezember die Kamera beim Fachhändler vorbestellt, erhält kostenlos einen Akku-Handgriff dazu.

Cash-Back-Aktion zum Weihnachtsgeschäft

Panasonic unterstützt die Nachfrage nach Lumix G Kameras sowie nach TVs, Blu-ray-Recordern/-Playern und Soundbars im Fachhandel mit einer umfassenden Kampagne unter dem Titel „Pure Magie erleben“. Bis zum 7. Januar 2018 sollen rund eine Milliarde Werbekontakte über TV, Radio, Print, Digital, Social Media, Out of Home und PoS-Materialien erreicht werden. Für Konsumenten, die sich für den Kauf eines Aktionsprodukts entscheiden, gibt es bis zu 1.000 Euro Cashback, bei Lumix G-Systemkameras bis zu 100 Euro.

Für die nötige Aufmerksamkeit sorgt eine reichweitenstarke Mediakampagne unter dem Titel „Pure Magie erleben“. Unter demselben Motto stehen auch die PoS Materialien, die Kunden im Fachhandel Orientierung geben und die Kampagne in die Geschäfte verlängern. Für teilnehmende Händler gibt es im Partner-Portal von Panasonic

weitere Informationen und Material. Der Ablauf ist den Konsumenten und den Handelspartnern aus den Vorjahren bekannt: Kunden, die bis einschließlich 7. Januar 2018 eines der vielen Aktionsprodukte bei einem teilnehmenden Händler erwerben, können den Kauf online registrieren und den Kaufbeleg hochladen. Sind alle Bedingungen erfüllt, überweist Panasonic je nach Produkt zwischen 25 und 1.000 Euro direkt an den Kunden. „1 Milliarde Werbekontakte und bis zu 1.000 Euro Cash Back – mit diesen Zahlen sorgen wir dafür, dass viele Kunden den Weg zu unseren Partnern im Fach-

handel finden“, so

Armando

Romagnolo,

Marketing Director

CE bei Panasonic

Deutschland.

„Unser Ziel: Wir

wollen unser

bereits jetzt sehr

erfolgreiches

Geschäftsjahr mit

einem hervor-

ragenden

Weihnachtsgeschäft

im Fachhandel

krönen.“



Beim Kauf von Lumix Systemkameras gibt es bis zu 100 Euro Cash-Back.

Lumix Festival 2018 beginnt am 20. Juni

Bilder in Hannover

Das 6. Lumix Festival für jungen Fotojournalismus findet vom 20. bis 24. Juni 2018 auf dem Expo-Gelände in Hannover statt. Das Festival wird wieder von der Hochschule Hannover und dem Verein zur Förderung der Fotografie in Hannover e.V. veranstaltet. Mit der Kameramarke Lumix unterstützt Panasonic diese Veranstaltung bereits seit der Erstausrichtung im Jahr 2006 als Hauptsponsor und Namensgeber. 2016 verzeichnete das Lumix Festival mehr als 30.000 Besucher; für 2018 rechnen die Organisatoren mit einem weiteren Anstieg.

Insgesamt zeigt das Festival 60 Reportagen, Serien und Essays mit etwa 1.500 Bildern. Diese werden in Ausstellungen in mehreren Pavillons auf dem ehemaligen Expo-Gelände sowie in einer großen Open-Air-Ausstellung in den „Gärten im Wandel“ präsentiert.

Im Hörsaal des Design Centers geben acht international renommierte Fotografinnen und Fotografen Einblicke in ihr Arbeiten. Das bereits vom Lumix Festival 2016 bekannte Containerdorf, in dem Hochschulen, Redaktionen, Verbände, Initiativen und Fotografen-Kollektive ihrer Arbeiten

*60 Reportagen,
Serien und
Essays mit etwa
1.500 Bildern
werden auf dem
Lumix Festival
präsentiert.*



zeigen und bewerben können, wird 2018 erweitert.

Darüber hinaus können sich die Besucher auch beim 6. Lumix Festival das aktuelle Kamera- und Objektiv-Sortiment auf der Fototechnik-Messe im Atrium aus der Nähe anschauen und vor Ort testen.

„Das Lumix Festival fördert junge Fototalente und gibt ihnen die Möglichkeit, ihre Arbeiten einem großen Publi-

kum zu präsentieren“, kommentierte Michael Langbehn, Head of PR/Media/Sponsoring bei Panasonic Deutschland. „Mit diesem Gedanken konnten wir uns von Beginn an identifizieren. Wir freuen uns deshalb, dass wir seit der ersten Stunde unseren Beitrag zu einem der nun-

mehr wichtigsten Fotofestivals Europas leisten durften.“ Seit dem 1. November können sich Fotografinnen und Fotografen im Alter von bis zu 35 Jahren für das Ausstellungsprogramm bewerben. Die Bewerbungsfrist läuft bis zum 31. Januar 2018.

Die beste Arbeit des Festivals wird mit dem Freelens Award ausgezeichnet, der in Kooperation mit Freelens, Deutschlands größtem Verband von Fotografinnen und Fotografen, ausgelobt wird und mit einer Prämie von 10.000 Euro dotiert ist.

Aber nicht nur Fotos werden prämiert: Für die beste Multimedia-Geschichte verleiht die Jury den Lumix Multimedia Award, dessen Gewinner ein Preisgeld von 5.000 Euro erhält. Mit der gleichen Summe ist auch der Lammhuber Photography Award für die beste Alltagsgeschichte dotiert. Die Umweltdruckerei stiftet darüber hinaus erneut den Umwelt-Preis in Höhe von 1.000 Euro für die beste Geschichte zum Thema Umwelt.



kum zu präsentieren“, kommentierte Michael Langbehn, Head of PR/Media/Sponsoring bei Panasonic Deutschland. „Mit diesem Gedanken konnten wir uns von Beginn an identifizieren. Wir freuen uns deshalb, dass wir seit der ersten Stunde unseren Beitrag zu einem der nun-

So wurde Foto Mundus im Online-Geschäft erfolgreich Wachstum dank PayPal PLUS und Ratenzahlung



Gerade für inhabergeführte Fachgeschäfte ist der eigene Online-Shop immer noch eine echte Herausforderung. Dabei gibt es Lösungen, die nicht nur den Einstieg einfach machen, sondern auch mit deutlichen Wachstumsraten Schritt halten. Wie das funktionieren kann, zeigt mit Foto Mundus ein Beispiel aus dem Fotohandel. Das Unternehmen, das 1985 mit einem Geschäft in Meppen begann, gehört inzwischen zu den bedeutenden Online-Händlern für Foto-, Video- & Medientechnik in Deutschland. Gelungen ist das mit einer Kombination von persönlicher Beratung und flexibler Zahlung über PayPal.

„Es geht unseren Kunden nicht nur um den günstigsten Preis, sondern auch um zusätzliche Informationen, die es nur in der Beratung gibt,“ kommentiert Prokurist Benjamin Bergknecht. „Das ist wichtig, denn viele unserer Kunden sind Profis oder ambitionierte Hobbyfotografen. Diese Kunden besitzen zumeist schon gute Vorkenntnisse. Aber ein guter Fotograf muss nicht zwingend technisch bewandert sein.

Hier helfen wir gerne weiter.“ Beratung und persönlicher Kontakt sind eigentlich nicht gerade die Stärke von Online-Shops. Foto Mundus löst diesen Widerspruch durch Telefonsupport, bei dem der Kunde nicht in der Warteschleife eine Geduldsprobe bestehen muss, sondern von der Zentrale umgehend zu einem Fachberater weitergeleitet wird, der Spezialist für seine individuellen Aufträge ist. Das

Unternehmen verzichtet bewusst auf Callcenter; auch E-Mails werden bei Foto Mundus immer individuell von einem persönlichen Ansprechpartner beantwortet.

Vielfalt im Shop und bei den Zahlungsarten

Beim Shopdesign ist die Übersichtlichkeit wichtig. „Der Kunde erwartet wie bei einer Speisekarte im Restaurant nicht zu viele und nicht zu wenige Artikel“, so Bergknecht. „Zudem sind eine

Rundum-Versorgung mit PayPal PLUS

Mit PayPal PLUS können Onlinehändler ihren Kunden einfach und bequem das Bezahlen per PayPal, Lastschrift, Kreditkarte und Rechnung ermöglichen. Die speziell für kleine und mittelständische Unternehmen entwickelte Bezahlösung bietet die vier beliebtesten Zahlungsarten der Deutschen aus einer Hand. Händler können so das Bezahlen in ihrem Online-Shop besonders einfach machen und Kaufabbrüche aufgrund fehlender Bezahlarten reduzieren. Darüber hinaus haben sie mit PayPal PLUS alle Zahlungen im Überblick, da diese stets dem PayPal-Konto des Händlers gutgeschrieben werden. Gebühren fallen dabei rein auf Transaktionsbasis an. Mehr unter www.paypal.de/paypal-plus



Der Online-Shop ist professionell gestaltet und bietet praktisch alle gängigen Zahlungsmöglichkeiten.





*Kompetenz auf den ersten Blick:
das Fachgeschäft von Foto Mundus.*

einfache Kaufabwicklung und natürlich das Angebot sämtlicher Zahlungsarten wichtig. Durch PayPal PLUS und Ratenzahlung Powered by PayPal bieten wir praktisch alle Zahlungsmöglichkeiten an, die es gibt. Damit können wir jeden Kunden zufriedenstellen.“

Foto Mundus hat sich schon beim Start von PayPal in Deutschland entschieden, diese Zahlungsmöglichkeit anzubieten. Die Erfahrungen sind durchweg positiv – das liegt an der einfachen Bezahlung und der Sicherheit für die Kunden und den Händler. „Zahlungsausfälle seit dem Start im Jahr 2001 kann man an einer Hand abzählen“, resümiert Bergknecht. Kunden und Händler können dank dem Käuferbeziehungsweise Verkäuferschutz von PayPal sorglos Transaktionen abschließen – geht etwas schief, ist jede Seite abgesichert.

Ratenzahlung und PayPal PLUS

Anfang 2017 kam mit der Ratenzahlung eine neue Möglichkeit dazu, nachdem Foto Mundus schon Mitte 2016 PayPal PLUS eingeführt hatte. „Wir sind bei beiden Möglichkeiten sofort eingestiegen“, berichtet Bergknecht. „Und beide kommen sehr gut an. Der Kunde muss nicht umdenken, und auch der Händler hat alles aus einer Hand. Wir können zum Beispiel Zahlungseingänge und -ausgänge an einer Stelle überwachen.“

Die Einbindung der neuen Zahlungs-



PayPal macht das Bezahlen im Internet für alle Beteiligten einfach und sicher.

möglichkeiten in den Shop war kein großer Aufwand. „Dank der Plug-ins von PayPal waren die neuen Zahlungsmöglichkeiten mit einem Aufwand von vielleicht ein bis zwei Stunden im System“, stellt der Prokurist zufrieden fest. Foto Mundus nutzt das verbreitete System Shopware, das speziell auf den Mittelstand zugeschnitten ist. Derzeit lässt PayPal für Benjamin Bergknecht keine Wünsche offen; die Akzeptanz ist nach der Erfahrung von Foto Mundus sehr hoch. „Wenn doch ein Kunde mal kein PayPal-Konto hat, kann er per Kreditkarte, Lastschrift oder Rechnung bei uns bezahlen. Auch hier vertrauen wir auf PayPal bei der Abwicklung – was jedoch nur im Hintergrund geschieht.“

Mit Sicherheit mehr verkaufen

Beim Kauf auf Rechnung überweist der

Kunde das Geld direkt an PayPal, von dort wird es zum Händler weitergeleitet. Auf der Rechnung erscheint zwar der Briefkopf des Händlers, als Bankverbindung werden jedoch die Daten von PayPal angegeben. Der Händler genießt dabei die gleichen Vorteile wie bei der normalen Abwicklung per PayPal: Das Geld ist in Sekunden auf seinem PayPal-Konto, während PayPal auf die Zahlung des Kunden wartet. Bergknecht hat von Anfang an die Erfahrung gemacht, dass sich die Gebühren für PayPal in einem Online-shop praktisch von selbst finanzieren, da man automatisch auch mehr verkauft, wenn man PayPal und eine breite Auswahl von Zahlungsmöglichkeiten anbietet. „Die Gebühren sind sehr gerechtfertigt“, stellt der Foto Mundus-Prokurist fest. „Es ist nicht zu unterschätzen, welchen Wert es hat, wenn beim Checkout diese Sicherheit angeboten wird. Ich persönlich kaufe auch bei keinem Shop, der keine PayPal-Zahlung anbietet. Hier weiß ich als Kunde: Wenn ich Probleme habe, bekomme ich sofort Hilfe.“

Ohne Risiko: Ratenzahlung Powered by PayPal

Mit der einfach zu integrierenden Ratenzahlungsoption können Onlinehändler Wachstum erzielen, indem sie ihren Kunden anbieten, die in ihrem Shop erworbene Ware in Raten zu bezahlen. Diese Lösung funktioniert dabei komplett online und medienbruchfrei. Käufer erhalten so bei größeren Anschaffungen einfach und schnell mehr finanzielle Flexibilität, Händler wiederum können über das Angebot eines Ratenkaufs höhere Warenkörbe erzielen, neue Kunden gewinnen und die Kundenzufriedenheit erhöhen. PayPal übernimmt für sie den kompletten Zahlungseinzug und das Risikomanagement.

Mehr unter www.paypal.de/ratenzahlung

PIV sieht die Branche auf Wachstumskurs

Ein Jahr im Plus

Nach dem erfreulichen Verlauf des Jahres erwartet der Photoindustrie-Verband (PIV) auch für das 4. Quartal eine positive Marktentwicklung in weiten Teilen der Imaging-Segmente in Deutschland. Hintergrund sei ein Umsatzanstieg um 3,8 Prozent in den ersten neun Monaten, erklärte der Verband. Für die Kernwarengruppen kompakte Systemkameras mit Wechselobjektiven, Action-Cams, Objektive und Fotodrohnen wird für das Gesamtjahr 2017 ein Umsatzplus von 4,8 Prozent erwartet.

„Die positive Erwartungshaltung kommt nicht von ungefähr“, betonte PIV Vorstandsvorsitzender Rainer Führes. „Der Absatz von kompakten Systemkameras erreichte laut GfK in den ersten drei Quartalen einen bemerkenswerten Mengenzuwachs von 22 Prozent. Das damit generierte Umsatzplus lag sogar um 40 Prozent höher als im Vorjahr.“ Auf 23 Prozent Wertwachstum brachten es demnach in den Monaten Januar bis September auch die Wechselobjektive für kompakte Systemkameras; Fotodrohnen zeigten im selben Zeitraum sogar einen Wertzuwachs von 56 Prozent.

Angesichts der jüngsten Zahlen des Verbandes der japanischen Kameraindustrie (CIPA), der eine Steigerung der Kameraexporte ausweist, seien auch



PIV-Vorstandsvorsitzender Rainer Führes

die Aussichten für einen positiven Jahresauftakt 2018 gut, fügte Führes hinzu. „Ist der Kameramarkt gut aufgestellt, so profitiert davon die gesamte Branche. Unser Markt wächst im Wert. Wer Foto- und Videoequipment kauft, der investiert in Qualität.“ Ein Zeichen dafür seien die steigenden Durchschnittspreise.

Nach Ansicht von Führes sind Fotos und Videos, die millionenfach in sozialen Netzwerken verbreitet werden, wichtige Werbebotschafter für Imaging-Produkte. „Sie werben für die aktuellen Aufnahmefeatures, schärfen das Bewusstsein für gute Qualität und schaffen damit zusätzliche Kaufanreize.“

Neue Geschäftsfelder

Nach den Erkenntnissen des PIV weitet der stationäre Fotohandel seinen Aktionsradius aus, z. B. durch das Verleihen von Foto- und Videogeräten an Profis und Amateure. „Neben der Kun-

denbindung hat dieser Geschäftszweig auch positiven Einfluss auf den Abverkauf von Foto- und Videohardware“, betonte Führes. „Denn durch die Möglichkeit, Equipment zu testen, wird die Kaufentscheidung erleichtert.“ Auch Fotoseminare, -workshops und -tours seien ein gutes Instrument zur Kundenbindung.

Bilder statt Sprache für die Kommunikation zu nutzen sei ein ungebrochener Trend, erklärte der PIV. Vor allem die junge Generation setze immer neue kreative Stilmittel ein, um sich auszudrücken. Imaging-Produkte begleiteten die Menschen darüber hinaus in vielfacher Weise quasi durch den gesamten Tag: über Bilder online und offline, in Applikationen und im Fernsehen, aber auch in Form von medizinischen Anwendungen in Optik und Diagnostik. Resümee des Photoindustrie-Verbandes: Imaging ist ein nicht wegzudenkender Teil des Lebens.

Weihnachten mit Kodak Moments

Persönliche Geschenke

Kodak Alaris hat in den vergangenen Monaten die Palette seiner Sofortbildprodukte stetig ausgebaut. Gerade zu Weihnachten können die wertschöpfungsstarken Bildprodukte bei den Kunden für besonders emotionale Kodak Moments sorgen. Die persönlichen Geschenke werden ganz einfach an der Kodak SofortBild Station gestaltet und im Geschäft hergestellt.

Neben dem bewährtem Fotobuch können auch Kodak Fotosets, Poster-Puzzle und Mini-Magnete für zusätzliche Umsätze im Weihnachtsgeschäft sorgen. So gibt es im Kodak Retro FotosetSofort schöne Bilder mit farblich unterschiedlichen Rahmen und Vintage-Effekten, um Fotoserien in verschiedenen Layouts als attraktiven Blickfang präsentieren und damit Akzente in Farben und Formen zu setzen.

Neu sind auch dekorative Produkte

wie das Kodak Poster PuzzleSofort. Hier wird das ausgewählte Motiv automatisch in 15 Einzelbilder, die jeweils 10 x 15 cm groß sind, aufgeteilt und zusammen mit einer Anleitung an der Kodak SofortBild Station ausgedruckt. Die Beschenkten können das Puzzle selbst zusammenstellen und dabei auch schöne Erinnerungen Revue passieren lassen.

Aktuell im Trend sind Mini-Fotomagnete im quadratischen Format 7,5 x 7,5 cm, die auf jeder Metalloberfläche halten – egal ob am Kühlschrank, an einer Magnetleiste oder am Auto. Die Kodak MagneteSofort können im 4er-Set mit eigenen Bildern sofort ausgedruckt werden.

Online ins Geschäft

Bei Bilddienstleistungen bietet Kodak Alaris auch den Bestellweg „Net-to-Retail“ an, über den die Kunden ihre Bilder über das Internet ins Geschäft schicken können. Mit rund 16.000 in Deutschland installierten Kodak SofortBild Stationen hat das Unternehmen dafür die Infrastruktur im Handel geschaffen. Mit eigenen Software-Pro-

dukten und Apps können die Fotoprodukte praktisch überall auf dem Smartphone oder Tablet gestaltet, zum Geschäft geschickt und dort sofort ausgedruckt werden. So können auch noch kurz vor Heiligabend Last-Minute-Geschenke besorgt werden.



Quadratisch: Kodak MagneteSofort.

„Die Weihnachtssaison ist ein wichtiger Umsatztreiber, und Geschenke sind das Thema im Handel“, sagte Helena Babic, Marketingleiterin DACH bei der Kodak Alaris Germany GmbH. „Hier setzen wir mit unseren Sofortdruck-Produkten an und zeigen, wie einfach, günstig und schnell es geht, etwas Persönliches zu verschenken.“



Individuell: das Kodak Retro FotosetSofort.



Originell: das Kodak Poster PuzzleSofort.

Der neue CP-D90DW-EV Fotodrucker von Mitsubishi Electric

Einfach und sicher drucken



Der CP-D90DW-EV WiFi-Drucker von Mitsubishi Electric ist für den Einsatz auf Events und im Fotogeschäft geeignet.

Mit seinen umfangreichen Vernetzungsfunktionen ist der Drucker für den Einsatz im Fotogeschäft ebenso geeignet wie für das Drucken auf Events. Der CP-D90DW-EV lässt sich mit WLAN-fähigen, professionellen Kameras via FTP verbinden, kann in einem Netzwerk unter Windows/MAC und Linux direkt angesprochen werden und stellt einen Webserver über HTTP bereit, mit dem

Fotos vom Smartphone auch ohne App ganz einfach direkt übertragen werden können. Das ist ein besonderer Vorteil auf Events, wo ein Internetzugang nur schwierig oder gar nicht erreicht werden kann. Die Bilder können problemlos von vielen Geräten aus gleichzeitig zum Drucker übertragen werden, wo der Druckvorgang wahlweise mit oder ohne Auftragsfreigabe erfolgt. Die Einbindung

Schnappschüsse in verschiedenen Formaten zu drucken. Gleichzeitig können sich Profifotografen auf Events voll auf das Fotografieren konzentrieren, denn die Aufnahmen werden automatisch erfasst, bearbeitet und gedruckt. Mit einem Gewicht von nur 14 kg ist der kompakte CP-D90DW-EV auch leicht zu transportieren.

Zusätzlich ermöglicht die KioskPrints-App von Mitsubishi Electric einen besonders komfortablen Workflow beim Sofortdruck vom Smartphone: Die Bilder werden einfach auf dem Display des Mobilgeräts ausgewählt und direkt zum Drucker übertragen. Bestell-Terminals, PCs oder Internet-Verbindungen sind dafür nicht notwendig.

„Die Bildqualität von Smartphone-Kameras wird immer besser“, sagt Karsten Bierbach, Sales Manager Visual Information Systems bei Mitsubishi Electric Deutschland. „Häufig ist es aber immer noch viel zu kompliziert, die Schnapp-

in Bezahl-systeme ist möglich. Mit diesem Leistungsprofil wird der CP-D90DW-EV zur Erlebnis-Station auf Events: Die Gäste können sich einfach mit dem WLAN des Druckers verbinden, um ihre eigenen



Die Fotos können einfach personalisiert werden.

schüsse vom Smartphone-Speicher zu einem Fotodrucker zu übertragen. Mit dem CP-D90DW-EV von Mitsubishi Electric können Fotohändler den Smartphone-Fotografen ohne großen Aufwand erstklassige Fotos im Sofortdruck anbieten. Dabei ist der Bestellvorgang nicht nur schnell und einfach, sondern auch sicher, denn die Übertragung der Bilddaten erfolgt ohne Internet-Verbindungen oder Cloud-Dienste, und die Daten werden nach Abschluss des Auftrages automatisch gelöscht.“

Der CP-D90DW-EV WiFi-Drucker verarbeitet die Bildformate 5 x 10, 5 x 15, 10 x 10, 10 x 15, 13 x 18, 15 x 20 und 15 x 23 cm mit glänzender oder matter Oberfläche. Praktisch ist das Rückspulsystem, mit dem die Größen 10 x 15 und 15 x 20 cm ohne Materialverlust und ohne Papierwechsel gemischt gedruckt werden können. Speziell für diese Druckerserie hat Mitsubishi Electric das neue Postkartenpapier CK-946PST mit beschreibbarer Rückseite entwickelt. Für Einsätze im Event-



Die neuen Papiere mit Mikroperforierung machen es möglich, den Bildern Logos, Werbung oder Rabattcoupons hinzuzufügen, die leicht vom Foto getrennt werden können.

Bereit bieten sich die neuen Papiere CK-D746PF33 und CK-D746PF42 mit Mikroperforierung an. Damit ist es möglich, Drucke z. B. mit Firmenlogos, eigener Werbung oder Rabattcoupons zu versehen, die leicht vom Foto getrennt werden können.

Leica CL erweitert APS-C System

Kompakter Begleiter



Die neue Leica CL zeichnet sich durch das Leica-typische ikonische Design aus.

Mit der neuen Leica CL erweitert der Wetzlarer Kamerahersteller das APS-C System um die Leica CL, die sich durch innovative Technologien, komfortable Bedienung und ein Design auszeichnet, das in der Tradition der kompakten Leica CL aus dem Jahr 1973 steht.

Technisch ist die neue Leica CL mit ihrer APS-C Schwester Leica TL2 gleichwertig. Für den elektronischen Sucher mit einer Auflösung von 2,36 Millionen Pixel hat Leica speziell für diese Kamera die EyeRes-Technologie entwickelt. Damit ist es möglich, das fertige Bild bereits vor dem Auslösen im Sucher zu sehen.

Der hochauflösende APS-C 24MP Sensor der Leica CL sorgt in Kombination mit dem Prozessor der Maestro II Serie und dem schnellen Autofokus mit 49 Messpunkten für hohe Bildqualität in vielen Aufnahmesituationen. Videos

nimmt die CL mit einer Auflösung von bis zu 4K bei 30 Bildern/s auf.

Mit dem integrierten WiFi-Modul können Bilder und Videos kabellos auf Smartphones, Tablets oder Computer übertragen und per Leica CL App für iOS oder Android in sozialen Netzwerken oder via E-Mail geteilt werden. Darüber hinaus kann das Mobilgerät über die Remote-Funktion der App als externer Sucher oder für die Änderungen der Bildparameter genutzt werden.

Einfaches Handling

Alle wesentlichen Bedienelemente finden sich auf der Kamera-Oberseite. Neben dem elektronischen Sucher stehen hier zwei Einstellräder für Blende, Verschlusszeit, ISO-Wert und Belichtungskorrektur zur Verfügung. Alles ist so positioniert, dass die Kamera beim Fotografieren nicht mehr vom Auge genommen werden muss. Ein zusätzliches Top-Display informiert sofort über alle relevanten Werte.

Umfangreiches Objektiv-Zubehör

Für die Leica CL ist ein umfangreiches Angebot an TL-Objektiven verfügbar. Kompakt, lichtstark und mit Brennweiten von 17 bis 200 mm bietet das Portfolio zahlreiche Möglichkeiten für kreative Anwendungen. Für die Nutzung der Leica M- und R-Objektive sind entsprechende Adapter erhältlich. Die schwarze Ausführung der Leica CL ist sofort zum UVP von 2.490 Euro verfügbar.

GoXtreme: 360° Aufsteckkamera für Android Smartphones

Die Aufsteckkamera Omni 360° von GoXtreme wird einfach in den USB-Anschluss des Android-Smartphones gesteckt und rastet sofort sicher ein. Danach wird die kostenlose App gestartet, und die Aufnahme kann sofort erfolgen. Dabei stehen drei Wieder-

gabe-Modi zur Verfügung: 360° Vollbild-Panorama, Little Planet-Kugelansicht und der Virtual Reality-Modus. Mit der App lassen sich die 360°-Aufnahmen zu Facebook oder YouTube übertragen.

In der nur 4,2 x 4,1 x 4,1 cm großen, kugelförmigen Omni 360° sind zwei Kameras mit jeweils 2 MP verbaut worden, mit denen sich Videos mit Sound in Full-HD-Qualität (2.048 x 1.024p bei 30fps) aufnehmen lassen. Die beiden 220° Objektive erfassen ein komplettes 360°-Sichtfeld. Fotos schießt die GoXtreme Omni 360° in einer Auflösung von 2.048 x 1.024 Pixeln.

Die GoXtreme Omni 360° ist ab sofort zum UVP von 129,90 Euro erhältlich.

Cullmann Mundo Stative in neuen Sets

Cullmann hat bekanntgegeben, dass die bereits verfügbaren Modelle der Mundo Stative – 522T, 525M und 525MC – ab sofort auch in Kombination mit dem 3-Wege-Kopf OT35 oder dem Hybrid Kugelkopf OH2.5V erhältlich sind.

Wer schnell und bequem von Foto- auf Videomodus umschalten möchte, für den ist nach Herstellerangaben die Kombination mit dem Hybrid-Kugelkopf OH2.5V die richtige Wahl. Er ist eine 2-in-1-Lösung aus einem stabilen Kugelkopf und einem präzisen 2-Wege-Videokopf für ambitionierte Foto- und

Videofans. In Kombination mit dem 3-Wege-Kopf OT35 bringen die Mundo-Stative außerdem eine Kameraraschnellkupplung inklusive einer 38 mm Kameraplatte sowie drei präzise Skalen und anklappbare Griffe mit. Alle Stative verfügen über einen eloxierten Stativstern aus CNC-gefrästem Aluminium. Die um 180 Grad klappbaren Stativbeine und die Mittelsäule sind aus eloxiertem Aluminiumrohr bzw. Carbon gefertigt. Beide haben außerdem eine Schnellklemmverschraubung. Die 3-fache Stativbeinverstellung inklusive der Makrostellung wird ergänzt durch eine beiliegende kurze Mittelsäule für bodennahe Makroaufnahmen. In den 525er Reihe verfügen die Mundo Stative zusätzlich über ein Einbeinstativ, das durch die Kombination eines Stativbeins und der Mittelsäule entsteht. Stabile, rutschfeste Gummifüße und der passende Stativbeutel runden den Lieferumfang ab.

Die neuen Mundo Stative sind ab sofort im Handel erhältlich; die UVPs liegen bei 139,99 Euro für das Mundo 522T OT35 149,99 Euro für das Mundo 522T OH2.5V, 159,99 Euro für das Mundo 525M OT35, 169,99 Euro für das Mundo 525M OH2.5V, 259,99 Euro für das Mundo 525MC OT35 und 269,99 Euro für das Mundo 525MC OH2.5V

Canon stellt Low-Light- Netzwerkkamera vor

Die neue Low-Light-Netzwerkkamera ME20F-SHN ist mit einem 2,26 Megapixel 35mm CMOS-Sensor im Vollformat und dem Digic DV 4 Prozessor ausgestattet und liefert nach Angaben von Canon scharfe, rauscharme Videos in Full-HD und Farbe auch bei extrem schlechten Lichtverhältnissen. Noch mehr Details werden in Umgebungen mit wenig Licht erfasst, wenn bei Infra-rot aufnahmen der IR-Sperrfilter deaktiviert wird.

Ähnlich wie die professionellen Canon Kameras der Cinema EOS Serie bietet diese Netzwerkkamera Canon Log und Wide DR im Menü zur benutzerdefinierten Bildeinstellung. Das ermöglicht einen großen Dynamikumfang von bis zu 12 Blendenstufen (800 Prozent). Das

Menü zur benutzerdefinierten Bildeinstellung wurde aktualisiert und um die Funktion „Crisp Img“ erweitert. Somit sind besonders scharfe Bilder in gut beleuchteten Umgebungen und rauscharme Bilder bei schlechten Lichtverhältnissen möglich.

Für die lokale Überwachung verfügt die ME20F-SHN über 3G/HD-SDI- und HDMI-Schnittstellen. Per Ethernet ist die Fernbedienung der Kameraeinstellungen, eine Überwachung und Aufzeichnung über den Webbrowser, das Mobilgerät oder andere Videoverwaltungssoftware möglich.

Der microSD-Kartensteckplatz unterstützt die Aufzeichnung und Wiedergabe direkt von einer microSD-Karte. Eine kosteneffiziente Überwachung ohne Personaleinsatz ermöglichen die sechs integrierten Videoanalysefunktionen und das Interface für Meldesysteme. Eine automatisierte Aufzeichnung und Ausgabe erfolgt an externe Geräte, ausgelöst durch Videobewegungserkennung und eine entsprechende Alarmierung. Zur einfachen Integration in bestehende Videoüberwachungssysteme unterstützt die ME20F-SHN über die Canon WebView- und ONVIF-Protokolle eine breite Palette von Videoverwaltungssoftware.

Über das EF Bajonett mit Cinema Lock unterstützt die ME20F-SHN zahlreiche kompatible Canon Objektive – dazu gehören Zooms, Festbrennweiten sowie einige Canon Cinema Servo Objektive.



Die Datenübertragung über Ethernet und die Stromversorgung erfolgt mit PoE+ Unterstützung über ein LAN-Kabel. Das kompakte Gehäuse und das leichte Design sind ideal für Anwender, die sowohl eine fest installierte als auch eine tragbare Kamera benötigen. Preise und Verfügbarkeit standen bei Redaktionsschluss noch nicht fest.

Der neue Gimbal Freevision Viltä-M

Stabile Smartphone-Videos

Mit der Steigerung der Foto- und Videoleistung von Smartphones nimmt auch das Interesse an passenden Gimbals zu. Kurz nach der Einführung des Actioncam Gimbals Freevision Viltä Handheld (siehe *imaging+foto-contact* 10/2017, S. 34) stellt Miniwing Europe jetzt ein weiteres Produkt für Smartphones vor. Das Gerät wird vom Hamburger Distributor S+M Rehberg vertrieben.

Der Smartphone Gimbal Freevision Viltä-M arbeitet mit drei vollstabilisierenden Achsen und erzielt erstaunlich ruhige Videos ohne Wackler. Wie beim Freevision Viltä Action Cam Gimbal werden spezielle Algorithmen zur Motorsteuerung und Servo-Regelung eingesetzt. Die drei Achsen erlauben Schwenks im 360 Grad-Bereich sowie Rollen und Neigen im Winkelspektrum. Mit einer Reaktionsgeschwindigkeit von 0,05 ms und einer Stabilisierungsgenauigkeit von 0,005 Grad arbeitet der Viltä-M schnell und präzise. Das spezielle Kontrollkernel des Geräts führt zu einer Stabilisierungsleistung, die laut Hersteller 20x größer ist als bei anderen verfügbaren Produkten.



Die Stabilisierungsleistung, des Freevision Viltä-M ist laut Hersteller 20x größer als bei anderen verfügbaren Produkten.

Intuitive Bedienung

Der Freevision Viltä-M wird über einen sensiblen, intuitiv zu bedienenden Joystick am ergonomisch gestalteten Griff gesteuert. Mit der „Intellitrace“-Technologie soll das für iOS und Android Smartphones geeignete Gerät laut Hersteller beim Tracking dreimal schneller und bei der Motiverkennung doppelt so genau sein wie andere Gimbals. Auch Live-Streamings und Zeitrafferaufnahmen sind möglich. Der Stabilisator wird auch mit extremen Bewegungen, Stößen und

Erschütterungen überraschend gut fertig.

Der Gimbal bietet eine Betriebsbereitschaft von 18 Stunden und kann auch den Akku entsprechend ausgestatteter Smartphones drahtlos aufladen. Eine benutzerfreundliche Oberfläche macht es einfach, die gewünschten Funktionen des Smartphones und des Gimbals einzustellen. Die kostenlose App enthält Grafik- und Color Management-Programme, Video Editing für Social Media und vieles mehr.

Der nur 430 g schwere Freevision Viltä-M ist für alle Smartphones innerhalb einer Breite von 48 bis 85 mm sowie für Action Cams verwendbar. Er wird in einem stabilen Koffer, in dem die drei sensiblen Achsen sicher lagern, ab Januar für 169 Euro (UVP) geliefert.

Nach der Einführung der beiden Gimbals will Miniwing die Produktpalette und die Beziehungen zum Fotohandel weiter ausbauen. „Mittelfristig ist auch die Einführung eines Gimbals für Kameras geplant“, erklärte Dr. Bin Hu, Geschäftsführer der Miniwing Europe GmbH. „Dabei werden wir die Freevision Gimbals in den relevanten Kanälen klar positionieren. Das betrifft sowohl den stationären als auch den Online-Handel. Unser Ziel ist der Aufbau einer partnerschaftlichen und langfristigen Zusammenarbeit, bei attraktiven Margen für den Handel.“

Cewe Weihnachtskampagne mit echter Emotionen zum Fest

Seit 2015 fährt Cewe seine Werbekampagne „Mein Cewe Fotobuch, mein Leben“, in der echte Kunden über ihre persönlichen Erlebnisse und Emotionen berichten, die sie in ihrem Cewe Fotobuch festgehalten haben. In diesem Jahr gibt es vor Weihnachten noch mehr Emotionen: Erstmals war Cewe live bei einer Bescherung dabei und beobachtete mit der Kamera, wie die Kundin Vanessa Teich ihrem Großonkel Jakob ein Cewe Fotobuch zu Weihnachten schenkte. Ihr Großonkel wusste dabei von dieser Überraschung nichts, da der Dreh unter einem anderen Vorwand stattfand.

Auf der Cewe-Facebookseite berichtete die Kundin aus der Oberpfalz, wen sie am liebsten mit einem Cewe Fotobuch überraschen würde: Ihren Großonkel Jakob aus Australien, den sie zunächst nur über Fotos und Briefe kennengelernt hatte und zu dem sie trotz der großen räumlichen Entfernung ein besonders enges Verhältnis

pflegt, denn inzwischen haben sich Vanessa Teich und Jakob immer wieder gegenseitig besucht. „Er ist ein wundervoller Mensch und für mich eine der wichtigsten Personen in meinem Leben“, erzählt die Lehramts-Referendarin über ihren „Onkel Jackl“, der schon über neunzig Jahre alt ist.

Bei ihrem letzten Aufenthalt in Australien im Sommer 2016 fürchtete Vanessa, ihren Onkel zum letzten Mal persönlich gesehen hätte: „Er ist schließlich schon sehr alt, und ich hatte keine Ahnung, wann ich wieder nach Australien komme.“ Doch dann kam der Onkel zu ihr: „Als ich gehört habe, dass Onkel Jackl uns trotz seines hohen Alters zu Weihnachten besucht, konnte ich es kaum glauben. Ich hätte die ganze Welt umarmen können.“ Ein Cewe Fotobuch, das ihre gemeinsamen Erlebnisse dokumentiert, lag da als Weihnachtsgeschenk wirklich nahe.

Als Vanessa Cewe von ihrer Absicht erzählte, stand schnell fest, dass sie das neue Gesicht der Weihnachtskampagne 2017 werden sollte. Das musste sorgfältig geplant werden: Denn Weihnachten 2016 sollte bei der

Echte Bescherung: Das Cewe Kamerateam war dabei, als Vanessa Teich ihrem neunzigjährigen Onkel zu Weihnachten ein Cewe Fotobuch schenkte, das ihre gemeinsamen Erlebnisse dokumentiert.



Bescherung

echten Bescherung von Familie Teich die Kamera dabei sein. Das war durchaus ein Experiment, zumal Onkel Jackl nichts davon wusste. Wie würde er reagieren? Wie gut würde es gelingen, diese ganz intime Situation authentisch zu dokumentieren?

Das Experiment gelang: Das Kamerateam begleitete Vanessa Teich und ihre Familie von Onkel Jackls Ankunft am Flughafen bis zum Weihnachtsabend. Bei der Bescherung, bei der Vanessa ihrem Großonkel das Cewe Fotobuch überreichte, war das Team schon so integriert, dass es sich wie selbstverständlich ins gesellige Beisammensein einfügte. Im Werbespot ist unter anderem zu sehen, wie Vanessa durch das Cewe Fotobuch blättert, bevor sie es in Geschenkpapier hüllt. Sie kann es kaum abwarten und möchte wissen, wie Onkel



Echte Freude: Onkel „Jackl“ wusste von der Überraschung vorher nichts.

Jackl auf das Geschenk reagiert. Die Freude ist bei der Bescherung in allen Gesichtern deutlich zu sehen. Anschließend begann für Vanessa nochmals eine Wartezeit. Denn natürlich war auch sie neugierig darauf, wie der endgültige Spot aussehen würde. Jetzt ist der Werbespot im Fernsehen und online in verschiedenen Varianten zu sehen und lässt seine Zuschauer die Emotionen des Weihnachtsfests mit-

erleben. „Es ist für mich sehr berührend, die Momente mit Onkel Jackl nun im Fernsehen zu sehen und ich hoffe, dass der Spot auch bei anderen die Freude an Weihnachten weckt“, sagt Vanessa, die ihrer plötzlichen Bekanntheit relativ entspannt entgegen blickt: „Wobei es schon aufregend ist, dass mich nun Menschen in ganz Deutschland wahrnehmen und sich meine Geschichte anschauen können.“

Cewe weiterhin gut auf Kurs

Solides 3. Quartal

Cewe hat vor dem Hintergrund einer soliden Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal seine Ertragsprognose für 2017 bestätigt. Der Konzernumsatz legte im Berichtszeitraum gegenüber dem Vorjahr um 1,7 Mio. Euro auf 130,3 Mio. Euro zu. Das um Sondereffekte bereinigte EBIT verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 0,9 Mio. Euro auf 4,0 Mio. Euro.

CEO Dr. Christian Friege sieht Cewe gut auf die Saisonspitze im vierten Quartal vorbereitet. „Wir haben im dritten Quartal solide Ergebnisse erreicht – insbesondere, weil alle drei Geschäftsfelder zum leichten Umsatzplus beigetragen und unsere operative Ertragsqualität gesteigert haben.“ Im 12-Monatszeitraum vom 1.10.2016 bis 30.9.2017, der auch das entscheidende Weihnachtsgeschäft enthält, erreichte Cewe ein EBIT von 46,1 Mio. Euro und liegt damit innerhalb der Prognosebandbreite für das Gesamtjahr 2017. Trotz der erhöhten Umsatzsteuer auf Fotobücher in Deutschland

rechnet das Unternehmen für das Gesamtjahr im Mittel mit leicht steigenden Umsätzen. Nach 593,1 Mio. Euro im Vorjahr liegt der Zielkorridor bei 585 Mio. Euro bis 615 Mio. Euro, das Konzern-EBIT wird in einer Größenordnung von 45 Mio. Euro bis 51 Mio. Euro erwartet, das EBT zwischen 44,5 Mio. Euro und 50,5 Mio. Euro und das Nachsteuerergebnis zwischen 30 Mio. Euro und 34 Mio. Euro.

Weiterhin Freude am Fotofinishing

Die stark wachsenden Markenprodukte Cewe Kalender, Cewe Wand-



CEO Dr. Christian Friege sieht Cewe gut auf die Saisonspitze im vierten Quartal vorbereitet.

bilder, Cewe Cards und Fotogeschenke wie Handyhüllen entwickelten sich auch im dritten Quartal 2017 positiv. Auch der Absatz des Cewe Fotobuchs legte im Berichtsquartal leicht um 0,3 Prozent auf 1,361 Mio. Stück zu. Mit dem Cewe Fotobuch Pure wur-

de in Herbst ein Produkt auf den Markt gebracht, mit dem Kunden per App vom Smartphone aus schnell und einfach Fotobücher erstellen können.

Der Fotofinishing-Umsatz übertraf mit 96,3 Mio. Euro im dritten Quartal den Vorjahreswert um 0,9 Prozent, das EBIT lag vor Sondereffekten mit 4,2 Mio. Euro um 0,6 Mio. Euro über dem bereinigten Vorjahreswert. Das ausgewiesene Fotofinishing-EBIT erreichte im dritten Quartal 2017 4,1 Mio. Euro (Q3 2016: 5,6 Mio. Euro). Erstmals seit 2013 produzierte Cewe im dritten Quartal mehr Fotos (+0,6 Prozent) als in der Vorjahresperiode. Auch der Umsatz pro Foto legte um 3,4 Prozent auf 18,11 Cent zu.

Im Kommerziellen Online-Druck verzeichnete Cewe mit einem Umsatzplus von 2,6 Prozent auf 20,2 Mio. Euro wieder Wachstum. Inklusiv der Effekte aus der Kaufpreisallokation von Saxoprint verbesserte sich das EBIT um 0,7

Mio. Euro auf 0,4 Mio. Euro. Durch die am 23. Oktober 2017 gemeldete Akquisition des Berliner Online-Druckers Laserline will Cewe den kommerziellen Online-Druck weiter ausbauen. Abhängig von der Zustimmung des Bundeskartellamts soll das Unternehmen mit Jahresbeginn 2018 übernommen werden.

Im Geschäftsfeld Einzelhandel hat Cewe erstmals seit 2013 den Umsatz im dritten Quartal stabilisiert: Nach der bewussten, ertragsorientierten Reduktion der Vorjahre erreichte der Geschäftsbereich bei einem wiederum nahezu ausgeglichenen EBIT (-70 TEuro) einen nahezu konstanten Umsatz von 13,0 Mio. Euro (Q3 2016: 12,9 Mio. Euro). Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Einzelhandel erzielte Fotofinishing-Umsatz im entsprechenden Geschäftsfeld ausgewiesen wird. Seit 2015 legte der Einzelhandel hier um beachtliche 15 Prozent zu.

Nikon-App SnapBridge Version 2.0 verfügbar

Nikon hat die Version 2.0 seiner kostenlosen App SnapBridge vorgestellt. SnapBridge ermöglicht es Anwendern, ihre kompatible Nikon-Digitalkamera auf komfortable Weise über eine Bluetooth (Low Energy)-Verbindung konstant mit ihrem Smartgerät zu verbinden. Neben einer Generalüberholung der Bildschirmansicht und der Menüstruktur bietet die Version 2.0 zudem neue Funktionen, darunter Anleitungen für den Aufbau einer Verbindung zur Kamera. So wird die App einfacher und intuitiver in der Anwendung und macht den Verbindungsaufbau leichter, heißt es in einer Pressemitteilung.

Während des Pairings – der erstmaligen Kopplung eines Smartgeräts mit einer Kamera – leitet SnapBridge mit klaren Anweisungen durch die einzelnen Schritte und vereinfacht damit den Kopplungsvorgang. Auch der Benutzerkomfort bei der Anwendung der App

wurde verbessert: Es gibt nun einen Energiesparmodus, Bilder werden schneller angezeigt, und für eine reibungslose und zuverlässige Bildübertragung wurde die Verbindungsstabilität verbessert.

Zusätzlich zur Fokussierung und Auslösung sind nun auch die Einstellung von Belichtungsbetriebsarten (P, S, A, M), Blende, Belichtungszeit, Belichtungskorrekturwert, ISO-Empfindlichkeit und Weißabgleich möglich.

Olympus Global Photo Contest 2017-18

Ab sofort lädt Olympus Profi- und Amateur-Fotografen aus aller Welt zur Teilnahme am Olympus Global Open Photo Contest 2017-18 ein – unabhängig von der Fotoausrüstung der Teilnehmer.

Die diesjährigen Wettbewerbsthemen lauten: „Getting Outside“, „Art“, „Power of Life“, „Light“, „Stories“ und „Connections to Cherish“.

Für die Teilnahme einfach auf der Contest-Website <https://gopc.olympus-global.com/2017> registrieren und bis zu fünf JPEGs pro Kategorie mit einer Größe von maximal 15 MB pro Datei hochladen. Einreichungen sind ab sofort und bis zum 26. Februar 2018 möglich.



Die Gewinner werden von der Jury, bestehend aus sechs namhaften Fotografen, ausgewählt und Anfang Juni 2018 auf der Website bekanntgegeben. Der Gesamtsieger oder Siegerin aus allen Kategorien darf sich auf eine neue OM-D E-M1 Mark II inklusive M.Zuiko Digital ED 12-40 mm 1:2.8 PRO und 1.000.000 Yen (circa 7.500 Euro) freuen. Allen Preisträgern aus den einzelnen Kategorien winken ebenfalls attraktive Preise: Die ersten drei Plätze erhalten jeweils eine Olympus Kamera.

Tetenal sieht im Fotomarkt neue Chancen

Mut zum Aufbruch

Als Spezialist für Fotochemie war das Norderstedter Traditionsunternehmen Tetenal besonders stark vom digitalen Umbruch betroffen.

Unter der Leitung von Hauptgesellschafter Matthias Hübener reagierte der Hersteller mit der Etablierung neuer Geschäftsbereiche, baute die Markendistribution im Segment Imaging aus und erschloss sich auch neue Geschäftsfelder außerhalb des Fotomarktes. Am 1. April hat Hübener sich aus dem operativen Geschäft zurückgezogen und die Geschäftsführung in die Hände des Neuzugangs Daniel Middendorf übergeben. **imaging+foto-contact** hat mit dem neuen Mann an der Tetenal-Spitze über seine Ideen für die Zukunft des Unternehmens gesprochen.



Unter der eigenen Marke OnZen Cosmetics bietet Tetenal Bade- und Duschzusätze in Tablettenform an, die nach den Wirkungsmechanismen der traditionellen japanischen Naturquellen entwickelt wurden und auch in Japan sehr geschätzt werden.



Daniel Middendorf steht seit dem 1. April an der Spitze von Tetenal.

Hübener die große Herausforderung des digitalen Umbruchs in Angriff genommen. Deshalb können wir uns heute neben der Fotochemie auf weitere zukunftssträchtige Geschäftsfelder stützen. Meine Aufgabe sehe ich darin, dieses Potential weiterzuentwickeln – und zwar im Fotomarkt ebenso wie in den neuen Bereichen.

imaging+foto-contact: Welche Märkte haben Sie außerhalb der Fotobranche im Visier?

Daniel Middendorf: Tetenal hat seine Kompetenz in der Herstellung von Chemie bereits seit langem genutzt, um Produkte für andere Unternehmen herzustellen. Dazu gehören z. B. Wasseraufbereitungsmittel für die Aquaristik und Aquakultur sowie Mikronährstoffe für die Lebensmittelindustrie. Ganz neu sind wir im vergangenen Jahr in den Bereich Kosmetik eingetreten, und zwar mit unserer eigenen Marke OnZen Cosmetics. Dabei handelt es sich um Bade- bzw. Duschzusätze in Tablettenform, die nach den Wirkungsmechanismen der

imaging+foto-contact: Herr Middendorf, vor Ihrem Einstieg bei Tetenal waren Sie vornehmlich in der Konsumgüter-Industrie bei Markenunternehmen für technisch-industrielle Gebrauchsgüter und in der Automotive-Branche tätig. Wie geht es Ihnen nach sechs Monaten in einem bisher inhabergeführten Unternehmen, das seine Wurzeln in der chemischen Industrie hat?

Daniel Middendorf: Es geht mir ausgezeichnet, vielen Dank. Der Mittelstand, das eigentliche Rückgrat der deutschen Wirtschaft, ist ja für mich kein Neuland, denn ich habe im Laufe meiner Karriere bereits in Unternehmen mit ähnlicher Struktur gearbeitet. Tetenal ist sehr gut aufgestellt und hat bereits unter der Führung von Matthias



Interview

traditionellen japanischen Naturquellen entwickelt wurden. Mit dieser Produktlinie sind wir sehr erfolgreich gestartet, denn in Japan ist „Made in Germany“ auch für traditionelle Produkte ein hervorragendes Verkaufsargument. 2016 sind wir mit der patentierten Dusch- und Badetablette für Hunde, Animal Care Dogs, auch in den wachsenden Markt für die Pflege von Haustieren eingestiegen.

imaging+foto-contact: Bei dem Wort *Tablette* erinnert sich mancher sicher noch an die Fotochemie, die Sie für Konica Minolta Minilabs entwickelt haben.

Daniel Middendorf: Und das zu Recht, denn genau dieses Know-how setzen wir jetzt in den Bereichen Kosmetik und Tierpflege ein. Die Tablettenform macht die Handhabung besonders einfach, und die Produkte sind viel leichter zu transportieren als Flüssigkeiten.

imaging+foto-contact: Welche Bedeutung hat für Tetenal das klassische Fotogeschäft?

Daniel Middendorf: Wenn Sie unter klassischem Fotogeschäft die Chemie verstehen, so geht die Nachfrage der Marktentwicklung folgend



Die Fotoalben Silverbook und Silverino von Tetenal werden aus edlen Materialien handwerklich hergestellt.

zurück, auch wenn wir Synergieeffekte realisieren können, weil wir europaweit das Kodak Fotopapier an Bilddienstleister vertreiben. Diese Entwicklung ist nicht überraschend, und deswegen hat Tetenal ja seit vielen Jahren den Bereich Markendistribution ausgebaut. Vor allem das Segment Sofortdruck, für das wir Lösungen von Epson, Kodak und DNP anbieten, zeigt aktuell einen deutlichen Aufwärtstrend, den wir vor allem den Smartphones zu verdanken haben. Hier sehe ich durchaus Wachstumschancen, nicht nur für Tetenal, sondern auch für den Foto-

handel. Denn Marktuntersuchungen zeigen, dass gedruckte Fotos insbesondere für junge Menschen immer attraktiver werden.

imaging+foto-contact: Warum gerade junge Menschen?

Daniel Middendorf: Die wachsende Zahl junger Kunden ist nur auf den ersten Blick überraschend. Für die Älteren war ein gedrucktes Bild Teil der analogen Welt, die durch die Digitalfotografie und die Wiedergabe auf dem Monitor abgelöst wurde. Die jüngere Generation kennt deshalb eigentlich das gedruckte Foto aus ihrer eigenen persönlichen Historie fast gar nicht und empfindet es deshalb als etwas Neues. Das zeigt ja auch das Wachstum im Sofortbild-Bereich. Darum hat der Fotohandel jetzt eine große Chance, ganz neue Zielgruppen anzusprechen, und wir haben nicht nur Geräte, sondern auch die Konzepte dafür.

imaging+foto-contact: Ist der Sofortdruck-Bereich nicht mehrheitlich längst in den Händen der großen Drogeriemärkte?

Daniel Middendorf: Die Drogeriemärkte haben diesen Trend tatsäch-



Bei der Distribution bekannter Marken setzt Tetenal auf den direkten Kontakt zum Fotohandel, z. B. hier auf der Ringfoto-Herbstmesse.

lich schnell erkannt und reagieren mit interessanten Angeboten, während der Fotohandel sich lange Zeit sehr stark auf das Kamerageschäft konzentriert hat. Hier geht die Nachfrage inzwischen bekanntlich deutlich zurück, und damit fehlt in den Geschäften nicht nur Umsatz, sondern auch Kundenfrequenz. Es lohnt also, sich wieder mit Bilddienstleistungen im Allgemeinen und dem Sofortdruck im Besonderen zu beschäftigen. Dabei gibt es Geschäftsmodelle, die für Drogeriemarketten schon aufgrund ihrer Struktur und Größe nicht geeignet sind.

imaging+foto-contact: Woran denken Sie dabei?

Daniel Middendorf: Der Fotofachhandel, der den direkten Kontakt zu seinen Kunden hat, kann Mikrokonzepte entwickeln und umsetzen. Dabei ist die klassische Druckstation oder der Kiosk im Geschäft nur ein Teil der Möglichkeiten, die der Fachhandel hat. Viele Fotohändler haben das bereits erkannt und stellen mobile Printlösungen auf Events wie Hochzeiten, Schützenfesten, Karnevalssitzungen usw. auf. Denn dort fotografieren die Menschen mit ihren Smartphones, und sie wollen Prints. Natürlich können diese mobilen Drucklösungen auch dazu eingesetzt werden, die eigenen Bilder des Eventfotografen direkt vor Ort zu verkaufen. Tetenal unterstützt aktive Fotohändler und Fotografen gerne mit maßgeschneiderten Gerätekonfigurationen und Konzepten dabei, dieses wachstumsträchtige Marktsegment systematisch zu erschließen.

imaging+foto-contact: Nun gehören nicht nur Sofortbilder in den Standardformaten, sondern auch wertschöpfungsstarke Bildprodukte und Wand-



Im Wachstumssegment Wanddekorationen bieten die Allure Metallplatten für den Direktdruck eine geradezu spektakuläre Bildqualität.

dekorationen zu den aktuellen Wachstumssegmenten. Welche Angebote hat Tetenal hier für den Fotohandel?

Daniel Middendorf: Neben Druckern von Epson, Kodak und DNP haben wir auch spezielle Lösungen für den High-End-Bereich. Ein Beispiel dafür sind die Allure Metallplatten für den randlosen Direktdruck, die eine geradezu spektakuläre Bildqualität bieten und besonders für hochwertige Wanddekorationen geeignet sind. Im Gegensatz zu anderen Metall-Medien erfordert Allure weder Sublimationsdrucker noch Heißpressen, sondern wird direkt mit dem Inkjetdrucker produziert.

Ein anderes Wachstumssegment für den Fotohandel ist der Bereich Personalisierung. Hier bieten wir mit unseren Marken Silverbook und Silverino handwerklich produzierte Fotoalben an, die professionelle Bildqualität mit edlen Materialien und sorgfältigster Verarbeitung kombinieren. So können z. B. Hochzeitsfotografen ihren Kunden die Erinne-

rung an den schönsten Tag des Lebens in einer Qualität anbieten, die auch nachfolgende Generationen noch begeistern wird.

imaging+foto-contact: Können wir aus all dem schließen, dass Sie auch in Zukunft auf die Zusammenarbeit mit dem Fotohandel setzen?

Daniel Middendorf: Selbstverständlich. Die langjährigen, guten Kundenbeziehungen in diesem Vertriebsweg sind für Tetenal ein wertvolles Kapital, das wir auch in Zukunft zum beiderseitigen Nutzen einsetzen wollen. Deshalb arbeiten wir sowohl in unserer eigenen Forschung und Entwicklung als auch gemeinsam mit unseren Lieferanten daran, dem Fachhandel weiterhin erstklassige Lösungen anzubieten, mit denen er von aktuellen Trends profitieren und sein Geschäft erfolgreich weiterentwickeln kann.

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

Analog fotografieren, analog entwickeln

Jobo artisan Workshops

Seit diesem Jahr bietet Jobo unter der Bezeichnung „Jobo artisan“ Workshops in der Unternehmenszentrale in Gummersbach und an anderen attraktiven Orten an. Die Veranstaltungen, in denen die von Jobo vertriebenen Chamonix Kameras und das entsprechende Entwicklungszubehör im Einsatz erlebt werden können, richten sich mit theoretischen und praktischen Aspekten an Einsteiger und ambitionierte Fotografen.

Für 2018 sind auch Workshops im Kloster Eberbach/Rheingau geplant. Die in der Nähe von Eltville am Rhein gelegene Location dient als Kulisse für die beiden Veranstaltungen unter dem Motto „Großformat - Architektur & Landschaft“, die vom 23. bis 25. März 2018 (Fortgeschrittene) bzw. 2. bis 4. November 2018 (Anfänger) stattfinden.

Zu den Workshops sind auch Teilnehmer willkommen, die noch keine Erfahrung mit Großformatkameras haben.



In 2017 fanden auch Workshops an Locations, wie z.B. im Elbsandsteingebirge, statt.

Als Kulisse für Jobo Workshops dient auch das Kloster Eberbach in der Nähe von Eltville am Rhein.



Für sie steht für die Dauer des Workshops eine Chamonix Kamera bereit. Der theoretische Teil beinhaltet die Einführung in die Architektur und Landschaftsfotografie, Arbeiten mit der Fachkamera, Planfilmkassetten, Belichtungsmessung, Filter und mehr. Zudem geht es um gute Planung, wie man mit wenigen Fotos zu guten Bildern kommt.

Der praktische Teil umfasst Architektur- und Landschaftsfotografie auf SW- oder Diafilm im und um das Kloster Eberbach, Entwicklung des Films in der Jobo Expert Drum mit einem Jobo CPP-3 Prozessor sowie eine Analyse der Bilderergebnisse.

Am Ende des Workshops wird jeder Teilnehmer mindestens vier SW-Fotos im Großformat (4x5") mit nach Hause nehmen können.

Für beide Veranstaltungen ist die Teilnehmerzahl auf jeweils 6 begrenzt; die Teilnahmegebühr beträgt jeweils 495 Euro. Darin enthalten sind ein 3-tägiger Kurs „Reiseworkshop Kloster Eberbach“, 4 Planfilme SW (4x5") sowie die Fotochemie für die Filmentwicklung, die Möglichkeit, Jobo-Produkte mit 15 Prozent Rabatt zu erwerben sowie eine Teilnahmeurkunde.

Unter <http://joboartisan.com/workshops> gibt es weitere Informationen zu aktuellen Workshops.

Analoges Zubehör in der digitalen Welt

Mit dem überarbeiteten Jobo CPP-3 Prozessor wendet sich Jobo an analoge Enthusiasten und Profis. Das Gerät für die halbautomatische Entwicklung von allen Filmen und Foto-Papieren kann jeden verfügbaren Color- oder S/W-Film und mit jeder verfügbaren Foto-Chemie verarbeitet werden: Rollfilme, 135, 120; Planfilme 4x5" oder 8x10" und Blattware bis zu einem Format von 50x60 cm.

Im Lieferumfang des CPP-3 sind 6 Skalenflaschen (1000 ml), 4 Messuren (250 ml) sowie 1 Rollenblock mit Träger und Rollen enthalten. Separat erhältlich sind Lift und Tank.



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

Suche gebrauchte Minilabs.
Wir machen günstige Laserreparaturen.
Tel.: 0048 604 283868 • MAIL: lowim@wp.pl

Foto - Fachgeschäft - Gesucht!
Wir suchen ein Geschäft zur Übernahme
Ab 160.000,- Euro Brutto
Geschäftsübernahme in II Phasen!
Aktive Einarbeitung erwünscht!
Tel. 0177 - 45 74 410

Sie sind Journalist?
Profitieren Sie von hervorragendem
Service, Fachinformationen, quali-
fizierter Beratung, Presseausweis,
wirksamem Engagement, Medien-
versorgung und zahlreichen weiteren
Leistungen der Journalistenverbände.
Tel. 040 / 8 99 77 99
www.journalistenverbaende.de

Anzeigenschluss
für Kleinanzeigen im
imaging+foto-contact
Ausgabe 1-2/2018
ist der 18. Januar 2018.

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

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

Deu
Zert
Deutsche Zertifizierung
DIN EN ISO 9001:2008



Herbert Geissler GmbH
72770 Reutlingen-Gönnigen
Lichtensteinstraße 75
Telefon 0 70 72/92 97-0
Telefax 0 70 72/20 69
info@geissler-service.de
www.geissler-service.de

Autorisierte
Vertragswerkstatt



Canon



Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Pioneer
reflecta



SONY
Authorized Service Center

TAMRON
TOSHIBA

Inserentenverzeichnis

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH.....	2. U.
Business Forum Imaging Cologne	4. U.
TIS	7
Personal- u. 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. 46 v. 1. Januar 2017

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

28. Februar – 1. März 2018, Congress-Centrum Ost, Koelnmesse

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
IMAGING UNLIMITED

„Creating new realities“