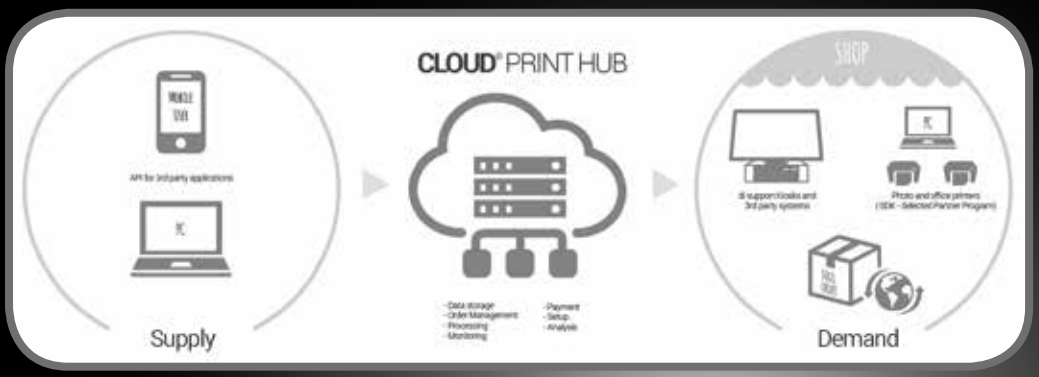
€ 4,– • ISSN 1430 - 1121 • 46. Jahrgang • 30605

# imaging+foto contact

3
2017

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

## Der Cloud Print Hub von di support




## Fotodruck ohne Grenzen

**PIV sieht Wachstumspotentiale: Die Relevanz des Imaging**

Zum Anfang des Jahres 2017 sieht der Photoindustrie-Verband die Imaging-Branche auf Wachstumskurs. Das geht aus einer Pressemitteilung hervor, in der zukunftsträchtige Geschäftsfelder identifiziert werden. S. 12

**Den Natur-Trend für mehr Umsatz nutzen Weitsicht mit Zeiss Fernoptik**

Der deutsche Optik-Spezialist Zeiss bietet nicht nur ein umfassendes Sortiment leistungsstarker Ferngläser an, sondern sorgt mit zielgruppengerechter Werbung auch für den Abverkauf. S. 20

**Die Fineart Factory setzt auf höchste Qualität Individuelle Alternative**

Als White Label Lieferant ist die Fineart Factory bereits seit 2007 im Geschäft. Der Leipziger Bilddienstleister setzt nicht auf Massenware, sondern auf Spitzenqualität sowohl für Fotohändler als auch für Profifotografen. S. 24

BUSINESS FORUM IMAGING COLOGNE

# Referenten und Th

## 1. Tag, Mittwoch, 1. März 2017

**Dr. Christian Friege, Vorstand Cewe**

### Mein Freund WhatsApp
### Warum die Foto- und Imagingbranche eine gute Zukunft hat

Seit Jahren wird die öffentliche Wahrnehmung der Foto- und Imaging-Branche von negativen Schlagzeilen geprägt. Der Rückgang der Kamera-Nachfrage durch die Popularität von Smartphones und die Kommunikation mit Bildern in sozialen Netzwerken dienen dabei häufig als Beispiele dafür, dass die traditionellen Geschäftsmodelle der Hersteller, Dienstleister und des Handels obsolet werden. Cewe Vorstandsmitglied Dr. Christian Friege, der bis vor knapp zwei Jahren vorwiegend in der Medien- und Mobilfunkbranche tätig war, hat einen anderen Blick auf die Marktentwicklung: Die Begeisterung der Konsumenten für das Fotografieren mit dem Smartphone und das Kommunizieren mit digitalen Bildern sieht er nicht als Bedrohung, sondern als Chance für die erfolgreiche Entwicklung der Fotobranche in der digitalen Gesellschaft. Erfolgreiche Geschäftsansätze existieren bereits, werden aber von vielen Beteiligten noch nicht ausreichend genutzt.

**Heribert Tippenhauer, Global Director, Photo, Office and Stationery, GfK Retail and Technology**

### Imaging Trendsetter – Umsatzchancen jenseits der Grenzen

Dass der Foto- und Imagingmarkt auch neue Umsatzchancen bietet, zeigt sich an der wachsenden Vielfalt des Hardware-Angebots. Denn traditionelle Produktsegmente wie SLR-, System- oder Kompaktkameras sind inzwischen nur noch ein Teil eines wachsenden Sortiments, in dem Trendprodukte wie z. B. Actioncams, VR- und Panoramakameras oder Multikopter an Bedeutung gewinnen. Heribert Tippenhauer zeigt an Hand aktueller Verkaufszahlen, welche Produkte besonders gut bei den Konsumenten ankommen und welche nicht, und gibt damit wichtige Hinweise zur Gestaltung von Sortimenten, die nicht nur kurzfristige Verkaufserfolge versprechen, sondern zukunftsfähig sind.

**Sergey Korzhenevich, Mitgründer und CEO von Relonch, Inc.**

### Überleben im Zeitalter der Smartphone-Fotografie

Während praktisch jeder mit dem Smartphone fotografiert, gehen die Kamera-Verkäufe zurück. Das in New York City gegründete Start-up Relonch will den Kunden deshalb mit dem ersten Konzept, das Kameras als Dienstleistung anbietet, neue Fotografier-Erfahrungen bieten. Dazu gehört ein überraschendes Geschäftsmodell mit einer innovativen Wertschöpfungsstrategie. Sie basiert auf einer einzigartigen Kombination von vernetzter Kamera-Hardware, speziellen Software-Algorithmen und einem mobilen Cloud-Service für eine neuartige Form der Bildspeicherung. Das gesamte System stellt nicht die Technik in den Mittelpunkt, sondern soll es möglich machen, Bildergebnisse zu erzielen, die wie professionelle Fotos aussehen und trotzdem nicht mehr erfordern als den Druck auf den Auslöser.

**Alberto Spinelli, Director Digital Service Business, Canon Europe**

### Die Canon Strategie für ein Ökosystem digitaler Dienstleistungen

Zwar wird so viel fotografiert wie nie zuvor, aber viele Kunden fühlen sich von der schieren Menge der Bilder überwältigt und wissen of gar nicht, wo diese zu finden sind. Deshalb entwickelt Canon ein Ökosystem innovativer digitaler Dienstleistungen, das es den Konsumenten einfach macht, ihre Erinnerungen neu zu erleben, mit Freunden zu teilen, in ausgezeichneter Qualität zu drucken bzw. drucken zu lassen oder sie mit wenigen Klicks in personalisierte Bildprodukte zu verwandeln. Mit dieser Strategie will Canon nicht nur neue Kundenerfahrungen schaffen, um die Fotografie als Teil der digitalen vernetzten Gesellschaft zu positionieren, sondern auch die eigene Marke emotional aufladen.

Vorträge auf Englisch oder Deutsch mit entsprechender Simultanübersetzung. Änderungen vorbehalten.
Weitere Informationen finden Sie auf www.bfi-photokina.de

emen

**Hans Hartman, Präsident, Suite 48 Analytics**

## Live demonstriert: Foto- und Video-Apps ohne Grenzen

Bereits zum dritten Mal präsentiert Hans Hartman, Präsident von Suite 48 Analytics und Leiter der Mobile Photo Connect Konferenz in San Francisco, innovative Foto- und Video-Apps auf besonders spannende und unterhaltsame Weise. Qualifizierte App-Entwickler haben Gelegenheit, in jeweils vier Minuten ihre Anwendungen zu demonstrieren und ihre Geschäftsmodelle zu erklären. In ein oder zwei weiteren Minuten stellen sie sich dann den präzisen Fragen von Hans Hartman.

**Eduardo López, Iberia Regional BD Director, Photo Imaging & RM & OD, Fujifilm España/Portugal**

## Foto-Erlebnisse für die Generation Smartphone: Der Wonder Photo Shop

Mit seinem globalen Konzept der Wonder Photo Shops hat Fujifilm einzigartige Orte geschaffen, die es der Generation Smartphone ermöglichen, ihre Kreativität durch digitale Bilder und traditionelle analoge Fotografie (instax) auszudrücken. Basierend auf den Erfahrungen mit dem Wonder Photo Shop Flagship-Store in Barcelona wird Eduardo López zeigen, wie es gelingt, jungen Konsumenten im Einzelhandel attraktive Kundenerlebnisse zu bieten, indem sie mit vernetzten Druckstationen und den eigenen Händen individuelle Bildprodukte vor Ort anfertigen können.

**Ralph Naruhn, CEO, di support**

## So begeistern wir die Kunden für den Fotodruck

Durch die Smartphones begeistern sich nicht nur immer mehr Menschen für die Fotografie, sondern auch die Faszination gedruckter Bilder nimmt wieder zu. Das zeigt sich am Erfolg von Trendprodukten wie den instax Sofortbildern, aber auch an der wachsenden Nachfrage nach Prints und Fotoprodukten von Smartphone-Aufnahmen. Um daraus aber einen nachhaltigen Massenmarkt zu machen, muss der Zugang zu Printdienstleistungen weiter vereinfacht werden. In seinem Vortrag stellt Ralph Naruhn dar, welche Schritte notwendig sind, um das Drucken von Fotos genau so einfach zu machen wie das Teilen, was einzelne Anbieter dazu beitragen können und wo die Zusammenarbeit der ganzen Branche gefragt ist. Und er zeigt mit dem Cloud Print Hub eine innovative offene Plattform, die es den Kunden einfach macht, Prints und Bildprodukte von praktisch allen Anbietern zu bestellen.

**Hans Hartman, Präsident, Suite 48 Analytics**

## So beschäftigen sich die Kunden mit ihren Bildern

Zwar wird so viel fotografiert wie nie zuvor, aber die meisten Fotos landen nach kurzem Anschauen und Teilen auf Nimmerwiedersehen im digitalen Pendant des sprichwörtlichen Schuhkartons. Aber die neue Studie von Suite 48 Analytics zeigt, dass sich das ändert: Neue Technologien, künstliche Intelligenz und andere Innovationen machen es möglich, Bilder ganz einfach wieder zu entdecken und in neuartige digitale und physische Fotogeschichten zu verwandeln. Hartman beschreibt die neuesten Trends, wie sich Menschen mit ihren Fotos beschäftigen, und zeigt die Chancen auf, von denen alle Beteiligten profitieren können: App-Entwickler, soziale Netzwerke, Kamerahersteller, Cloud-Dienste, Bilddienstleister und Fotohändler.

# 2. Tag, Donnerstag, 2. März 2017

**Peter Holzer, Unternehmensberater und Dozent**

## Auch wenn es weh tut – verlassen Sie Ihre Komfortzone!

Veränderungen sind nicht immer willkommen, aber unvermeidbar. Gerade die Foto- und Imagingbranche hat das durch die Umwälzungen der Technik und der Märkte in den letzten zwei Jahrzehnten auf manchmal schmerzvolle Weise erfahren. Traditionelle Geschäftsmodelle wurden und werden obsolet – gleichzeitig ergeben sich aber auch neue Chancen. Wer die nutzen und das eigene Potential entfalten will, muss seine angenehme Komfortzone verlassen und lieb gewordene Grenzen überwinden. Peter Holzer, Berater, Unternehmer und Dozent an der Business School des St. Gallen Managements Instituts (SGMI) macht Mut dazu, sich diesem schmerzhaften Prozess zu stellen, der notwendig ist, um das eigene Schicksal selbst gestalten zu können.

**Vorträge auf Englisch oder Deutsch mit entsprechender Simultanübersetzung. Änderungen vorbehalten.**
**Weitere Informationen finden Sie auf www.bfi-photokina.de**

BUSINESS FORUM IMAGING COLOGNE

# Referenten und Themen

## 2. Tag, Donnerstag, 2. März 2017

**Jörg Schamuhn, COO, Yuneec Europe**

### Mehr Wertschöpfung mit Multikoptern

Die Wachstumsraten beim Verkauf von Multikoptern und die steigende Zahl von Anbietern führen in den unteren Marktsegmenten zu einem verschärften Wettbewerb, der auch die Wertschöpfung der Hersteller und des Fachhandels beeinträchtigt. Auf der anderen Seite bieten die oberen Marktsegmente noch viel Potential für aktive Fachhändler, denn Multikopter werden immer häufiger für professionelle und industrielle Aufgaben von Unternehmen und Behörden genutzt, die kompetente Beratung brauchen, um das richtige Flug- und Kamerasystem auszuwählen. Zudem bieten Multikopter mit guter Kameraleistung Profifotografen die Möglichkeit, ihren Kunden Fotoprodukte und Videos mit neuen Perspektiven anzubieten.

**Helena Babic, Head of Marketing DACH & Public Relations EAMER Imaging Consumer, Kodak Alaris**

### Retail 4.0 und der Fotodruck im Einzelhandel

Wenn es um Digitalisierung geht, steht nicht nur die Industrie vor einer Herausforderung, sondern auch der Einzelhandel. Retail 4.0 steht für Konzepte, mit denen der Einzelhandel auch in der digitalen Gesellschaft nachhaltig erfolgreich sein kann. Helena Babic stellt aktuelle Retail 4.0 Trends vor und beleuchtet auch die Möglichkeit des Fotodrucks im Einzelhandel. Der Wandel der Technologien macht es dabei möglich, mit neuen Dienstleistungen und Einkaufserlebnissen für die Kunden Grenzen zu überwinden.

**Ross Grieve, Fotograf**

### Große Bilder – kleine Kamera

Der in Neuseeland geborene Fotograf Ross Grieve lebt im britischen Pembrokeshire und arbeitet hauptsächlich in den Bereichen Portraits, Haustiere, Werbung und Hochzeitsfotografie. Nachdem er vor mehr als 20 Jahren seine Leidenschaft für die Fotografie entdeckt hatte, war er rund um die Welt für bekannte Auftraggeber wie Panasonic, Waldorf Astoria, Mercedes Benz, RSA und Hilton tätig. Der mehrfach ausgezeichnete Profi interessierte sich stets frühzeitig für Innovationen, darunter auch die 4K Fotografie. Als Panasonic Ambassador wird Ross Grieve nicht nur über seine ersten Erfahrungen mit der Lumix GH5 berichten, sondern auch an Hand von Beispielen zeigen, wie man 4K und sogar 6K Fotografie für atemberaubende Bilder nutzen kann.

**André Hunziker, Gründer und CEO, PNA International**

### Online Marketing 4.0 – Wie Sie automatisch neue Kunden gewinnen

Mehr als 93% aller Kunden informieren sich heute vor einer Kaufentscheidung im Internet. Die meisten Unternehmen antworten darauf immer noch mit den falschen Strategien, denn das Wissen über Digitales Marketing & Vertrieb reicht häufig nicht aus. Um diesen Unternehmen mit Hilfe der digitalen Medien einen erfolgreichen Weg aufzuzeigen, gründete André Hunziker 2011 die PNA International, die seitdem mehr als 4.000 Kunden beim Aufbau eines eigenen automatisierten Online Vertrieb 4.0 Komplettsystems unterstützt hat. Sein Vortrag zeigt, welche grundsätzlichen Fehler dabei unbedingt vermieden werden müssen, welche Komponenten solche Systeme beinhalten und wie diese Prozesse nahezu vollautomatisiert Umsätze einfahren können – und zwar mit relativ geringem finanziellen und personellen Einsatz.

**Djawad Khorosh, Chief Marketing Officer, Imaging Solutions**

### Geld verdienen mit den richtigen Print-Angeboten

Um die Bilderflut in den sozialen Medien in Umsätze für Bilddienstleister und den Fotohandel zu verwandeln, muss man nicht nur die Verbraucher für gedruckte Bilder begeistern, sondern vor allem die richtigen Bildprodukte anbieten.
Auf der Basis aktueller Studien stellt Djawad Khorosh dar, welche Produkte die Konsumenten am meisten schätzen, welche Dienstleistungen die Wertschöpfung steigern können und wo die wichtigsten Potentiale für die Zukunft liegen.

**Vorträge auf Englisch oder Deutsch mit entsprechender Simultanübersetzung. Änderungen vorbehalten.**
**Weitere Informationen finden Sie auf www.bfi-photokina.de**

BUSINESS FORUM IMAGING COLOGNE

# Programm

## Mittwoch, 01. März 2017

| | |
|---|---|
| 8:30 – 9:30 | Registrierung geöffnet / Kaffeepause / Sponsorenpräsentation |
| 9:30 – 9:45 | Begrüßung |
| 9:45 – 10:30 | **Dr. Christian Friege,** Vorstand Cewe<br>Mein Freund WhatsApp<br>Warum die Foto- und Imagingbranche eine gute Zukunft hat |
| 10:30 – 11:15 | **Heribert Tippenhauer,** Global Director, Photo, Office and Stationery, GfK Retail and Technology<br>Imaging Trendsetter – Umsatzchancen jenseits der Grenzen |
| 11:15 – 11:45 | Kaffeepause / Sponsorenpräsentation |
| 11:45 – 12:30 | **Sergey Korzhenevich,** Mitgründer und CEO von Relonch, Inc.<br>Überleben im Zeitalter der Smartphone-Fotografie |
| 12:30 – 13:15 | **Alberto Spinelli,** Director Digital Service Business, Canon Europe<br>Die Canon Strategie für ein Ökosystem digitaler Dienstleistungen |
| 13:15 – 14:15 | Mittagspause / Sponsorenpräsentation |
| 14:15 – 15:00 | **Hans Hartman, Präsident,** Präsident, Suite 48 Analytics<br>Live demonstriert: Foto- und Video-Apps ohne Grenzen |
| 15:00 – 15:45 | **Eduardo López,** Iberia Regional BD Director, Photo Imaging & RM & OD, Fujifilm España/Portugal<br>Foto-Erlebnisse für die Generation Smartphone: Der Wonder Photo Shop |
| 15:45 – 16:15 | Kaffeepause / Sponsorenpräsentation |
| 16:15 – 17:00 | **Ralph Naruhn,** CEO, di support<br>So begeistern wir die Kunden für den Fotodruck |
| 17:00 – 17:45 | **Hans Hartman,** Präsident, Suite 48 Analytics<br>So beschäftigen sich die Kunden mit ihren Bildern |
| 18:30 – 24:00 | Abendveranstaltung |

## Donnerstag, 02. März 2017

| | |
|---|---|
| 8:30 – 9:30 | Registrierung geöffnet / Kaffeepause / Sponsorenpräsentation |
| 9:30 – 9:35 | Begrüßung |
| 9:35 – 10:15 | Eröffnungsvortrag: **Peter Holzer,** Unternehmensberater und Dozent<br>Auch wenn es weh tut – verlassen Sie Ihre Komfortzone! |
| 10:15 – 11:00 | **Jörg Schamuhn,** COO, Yuneec Europe<br>Mehr Wertschöpfung mit Multikoptern |
| 11:00 – 11:30 | Kaffeepause / Sponsorenpräsentation |
| 11:30 – 12:15 | **Helena Babic,** Head of Marketing DACH & Public Relations EAMER Imaging Consumer, Kodak Alaris<br>Retail 4.0 und der Fotodruck im Einzelhandel |
| 12:15 – 13:00 | **Ross Grieve,** Fotograf<br>Große Bilder – kleine Kamera |
| 13:00 – 14:00 | Mittagspause / Sponsorenpräsentation |
| 14:00 – 14:45 | **André Hunziker,** Gründer und CEO, PNA International<br>Online Marketing 4.0 – Wie Sie automatisch neue Kunden gewinnen |
| 14:45 – 15:45 | **Djawad Khorosh,** Chief Marketing Officer, Imaging Solutions<br>Geld verdienen mit den richtigen Print-Angeboten |
| 15:45 – 16:00 | Schlusswort und Ausblick |
| 16:00 – 16:30 | Kaffeepause / Sponsorenpräsentation |

Änderungen vorbehalten.

Gold Sponsors

Canon

cewe BEST IN PRINT

di support

Silver Sponsors

FUJIFILM

HAPPIC

ImagingSolutions

Kodak alaris

MITSUBISHI ELECTRIC Changes for the Better

Mobile Photo Connect

Panasonic

PNA INTERNATIONAL Smart 4.0 Solutions

RPI Make Real Connections.

YUNEEC ELECTRIC AVIATION

*Täglich frisch:*

# Aktuelle Neuheiten und Branchen-News

## auf www.foto-contact.de

**Jetzt kostenlosen Newsletter abonnieren!**

**newsletter@worldofphoto.de**

## Ist es fünf vor oder schon fünf nach zwölf?

# Die digitale Uhr tickt

Wenn vom Kameramarkt die Rede ist, wird die sinkende Nachfrage vor allem mit der Allgegenwart von Smartphones begründet. Das ist aber nur eine Seite der Medaille. Denn die aktuellen Kameras sind mit wenigen Ausnahmen einfach nicht innovativ genug, um große Zielgruppen zum Kaufen zu motivieren. Das ist schon im Moment unangenehm genug, langfristig drohen aber noch viel schlimmere Folgen: Die Imaging-Branche könnte den Anschluss an die aktuellen digitalen Trends verlieren.

*Thomas Blömer, Verleger*

Diese Gefahr war zuletzt auf der CES zu erkennen, die Anfang des Jahres in Las Vegas stattfand. Dort feierten sich nicht nur die Giganten der digitalen Welt selbst, sondern sie gaben auch Ausblicke in eine digitale Zukunft, die den traditionellen Unternehmen der Fotobranche so utopisch erscheinen muss wie die Mondlandung einem mittelalterlichen Hufschmied.

Das vielbeschworene Internet der Dinge ist längst darüber hinaus, dass der Herd in der Küche dem Fernseher oder dem Smartphone seines Besitzers mitteilt, der Braten sei fertig. Die allgegenwärtige Vernetzung und vor allem die rasante Weiterentwicklung smarter Technologien bis zur künstlichen Intelligenz machen es vielmehr schneller als erwartet möglich, dass komplexe Systeme wie z. B. der Straßenverkehr, die Produktion von Gütern oder der Haushalt sich effizienter selbst organisieren können als unter menschlichem Management. Dass dafür immer bessere Imaging-Technologien notwendig sind, hat der Photoindustrie-Verband soeben zu Recht in einer ausführlichen Pressemitteilung betont. Allerdings spielen die etablierten Hersteller unserer Branche dabei eine eher kleinere Rolle und wenn, dann durch die Bereitstellung von Hardware, z. B. Sensoren, aber nicht bei der Entwicklung von Software für die Anwendungen. Zugespitzt formuliert: Die Fotoindustrie ist bestenfalls für den analogen Teil der digitalen Welt zuständig.

Kein Wunder: Die Bedienungslogik von Kameras hat sich praktisch seit 150 Jahren nicht verändert. Immer noch drehen wir an Rädern, um Blende und Verschlusszeit einzustellen – übrigens Parameter, die aus der Zeit des Films stammen. Immer noch müssen wir auf antiquierte Weise unseren Kameras mitteilen, welcher Teil des Motivs wichtig ist, wo die Schärfe liegen soll oder welche Lichtstimmung wir erzeugen wollen. Um das zu tun, braucht man Expertenwissen, das bei 90 Prozent der Bevölkerung gar nicht vorhanden ist.

Schon Backöfen können sich heute merken, dass ihr Besitzer das Fleisch am liebsten medium gebraten haben möchte; Autos wissen, ob ihr Fahrer lieber sportlich oder komfortabel fährt, und das smarte Zuhause kann ohne fremde Hilfe erkennen, wer sich im Wohnzimmer aufhält und welche Temperatur, welche Musik und welche Beleuchtung dieser Mensch bevorzugt. Die Kameras des Jahres 2017 wissen dagegen ohne fremde Hilfe nur die alte Regel: Sonne lacht, Blende 8.

Es gibt leider kein Patentrezept, wie man die Fotografie in die vernetzten Digitalwelten der Zukunft einbinden kann. Die traditionellen Hersteller unserer Branche lassen bislang jedenfalls nicht einmal Ansätze erkennen, wie sie im vernetzten Digitalkonzert mitspielen wollen. Wenn das so bleibt, müssen wir befürchten, dass die Fotobranche insgesamt die Zukunft verpasst. Dann kann man nur hoffen, dass neue Anbieter und Start-ups die Lücke füllen und den Fotohandel mit Produkten versorgen, die auch in der digitalen Gesellschaft die Menschen begeistern können.

Thomas Blömer

# Inhalt


**Zum Titelbild**

Der Cloud Print Hub von di support
Fotodruck ohne Grenzen . . . . . 26

**Editorial**

Ist es fünf vor oder schon fünf nach zwölf
Die digitale Uhr tickt . . . . . 7

**Wichtiges aus foto-contact.de** . . . . . 10

**Verband**

Photoindustrie-Verband sieht Wachstumspotentiale
Die Relevanz des Imaging . . . . . 12

**Neuheiten** . . . . . 11, 17, 28

Polaroid Pop Sofortbildkamera auf der CES 2017
Im klassischen Format . . . . . 15

Zwei mit und eine ohne Spiegel
Neue EOS Modelle . . . . . 16

walther erweitert Produktsortiment
Farbenfroh, klassisch, Buddha . . . . . 19

Yuneec stellt Tornado H920 Plus vor
Flieger für Profis . . . . . 22

Zwei neue E-Bajonett-Objektive von Sony
Bokeh olé . . . . . 23


ZUM TITELBILD

## Der Cloud Print Hub von di support
## Fotodruck ohne Grenzen

Der deutsche Software-Spezialist di support ist ein junges Unternehmen, aber es wäre falsch, von einem Start-up zu sprechen. Denn seit der Gründung im Jahr 2000 hat sich di support erfolgreich als Anbieter von Lösungen etabliert, die den Fotodruck für Konsumenten, Händler und Dienstleister so einfach wie möglich machen. Mit dem Cloud Print Hub will das Unternehmen jetzt einen großen Schritt weiter gehen: Die offene Plattform soll die Spielregeln des weltweiten Fotodrucks neu definieren. Seite 26

NEUHEITEN

## Polaroid Pop Sofortbildkamera auf der CES
## Im klassischen Format

Polaroid hat eine neue Sofortbildkamera angekündigt, die Erinnerungen an die kultigen Sofortbildkameras der 70er und 80er Jahre wecken soll. Die Polaroid Pop bietet die Ausstattung einer netzwerkfähigen Digitalkamera, ist aber auch mit einem eingebauten Drucker ausgestattet, der mit der tintenfreien Zink Zero-Ink Drucktechnologie Sofortbilder im neuen (oder alten) Format 8,9 x 10,8 cm ausgibt. Seite 15

## Zwei mit und eine ohne Spiegel
## Neue EOS Modelle

Canon modernisiert seine EOS Palette mit drei neuen Kameras: die EOS 77D mit voller manueller Kontrolle, die 800D mit einer neuen, unkomplizierten Bedieneroberfläche für Einsteiger und die spiegellose EOS M6, die sich durch ein besonders kompaktes Gehäuse auszeichnet. Seite 16

## Zwei neue E-Bajonett-Objektive von Sony
## Bokeh olé

Sony hat für Kameras mit E-Bajonett zwei lichtstarke Objektive vorgestellt, die auf ein besonders schönes Bokeh ausgelegt wurden. Das neue FE 100 mm F2,8 STF GM OSS (SEL100F28GM) gehört zur Premium-Serie G Master und erfüllt auch professionelle Ansprüche, das kompakte und erschwingliche FE 85 mm F1,8 (SEL85F18) ist für Hobbyfotografen mit Portrait-Ambitionen gedacht. Seite 23

VERBAND

## PIV sieht Wachstumspotentiale
## Die Relevanz des Imaging

Zum Anfang des Jahres 2017 sieht der Photoindustrie-Verband die Imaging-Branche auf Wachstumskurs. Das geht aus einer Pressemitteilung hervor, in der zukunftsträchtige Geschäftsfelder identifiziert werden. Die meisten davon sind allerdings nicht im Consumer-Segment angesiedelt, sondern betreffen kommerzielle und industrielle Anwendungen im B2B-Bereich. Seite 12

# Inhalt

## Den Naturtrend für mehr Umsatz nutzen
## Weitsicht mit Zeiss Fernoptik

Wer über Trends spricht, darf nicht nur an die digitale Welt denken. Immer mehr Menschen begeistern sich für das Echte, kaufen handwerklich hergestellte Produkte und wollen der Natur wieder näher kommen. Dazu gehört auch das Beobachten von Tieren. Vögel, zum Beispiel, lassen sich bereits vom Wohnzimmerfenster aus leicht entdecken. Der deutsche Optik-Spezialist Zeiss bietet deshalb nicht nur ein umfassendes Sortiment leistungsstarker Ferngläser an, sondern sorgt mit zielgruppengerechter Werbung auch für den Abverkauf. Seite 20

HANDEL

## Olympus baut Standort Hamburg aus
## Neue Zentrale

Olympus unterstützt seinen Wachstumskurs mit hohen Investionen in Hamburg. Am bekannten Standort an der Wendenstraße wird eine komplett neue Unternehmenszentrale für Marketing und Vertrieb in EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) und die Olympus Deutschland GmbH entstehen. Zudem wird das europäische Entwicklungs- und Produktionszentrum für Medizintechnik in Jenfeld deutlich erweitert. Seite 18

UNTERNEHMEN

## Photo+Adventure auf der abf in Hannover
## Gelungene Premiere

„Das hat in Hannover gefehlt", war eine der häufigsten Rückmeldungen der Besucher des Photo+Adventure-Bereichs auf der abf, Messe für aktive Freizeit, in Hannover. Vom 3. bis 5. Februar gaben die eigentlich am Niederrhein beheimateten Veranstalter des Messe-Festivals für Fotografie, Reise und Outdoor im Landschaftspark Duisburg-Nord ein Gastspiel auf dem größten Messegelände der Welt – und sie hatten damit Erfolg. Seite 30

MESSEN UND KONGRESSE

## Neue Cewe Air Maschine jetzt am Start
## Marke zum Abheben

Cewe hat gemeinsam mit TUI fly in Hannover eine neue Cewe Air Maschine vorgestellt. Der knallrote Flieger vom Typ Boeing 737-800 soll künftig Urlauber in die Feriengebiete im Süden bringen und dabei nicht nur für Urlaubsfreude sorgen, sondern auch den Blick auf das Cewe Fotobuch lenken, in dem sich diese Urlaubsfreude für immer bewahren lässt. Seite 29

HANDEL


**Unternehmen**

Olympus baut Standort Hamburg weiter aus
Neue Zentrale . . . . . 18

**Handel**

Den Naturtrend für mehr Umsatz nutzen
Weitsicht mit Zeiss Fernoptik . . . . . 20

Die Fineart Factory setzt auf höchste Qualität
Individuelle Alternative . . . . . 24

Neue Cewe Air Maschine jetzt am Start
Marke zum Abheben . . . . . 29

**Messen und Kongresse**

Photo+Adventure auf der abf in Hannover
Gelungene Premiere . . . . . 30

**Impressum** . . . . . 31

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



**Immer aktuell:**

**www.foto-contact.de**

## Isarfoto startet Online-Reparaturdienst Reparo

Der Profi-Fotohändler Isarfoto bietet jetzt kompetente Reparaturabwicklung von Kameras und Fotozubehör auch online an. Über das Internetportal www.reparo24.com können Nutzer deutschlandweit die Instandsetzung ihrer Fotoausrüstung schnell und unkompliziert in Auftrag geben.

Zum internet-gestützten Reparaturabwicklungsservice gehört eine vollständige Ablaufkontrolle. Reparo24 kümmert sich um Garantiefälle, Firmware-Updates, Datenrettung, professionelle Sensorreinigung, Funktionsüberprüfung sowie um die Instandsetzung auch von Fotozubehör wie Stativen, Blitzgeräten, Taschen, Druckern oder Monitoren.

Übersichtliche Masken und standardisierte Abfragen sollen die schnelle und unkomplizierte Erfassung aller erforderlichen Daten ermöglichen und so die Auftragserteilung erleichtern. In einem Vorgang kann die Reparatur mehrerer Geräte beauftragt und ein Kostenvoranschlag angefordert werden. Auch die Zusendung von Verpackungsmaterial und die Abholung der defekten Geräte kann veranlasst werden. Über E-Mail werden die Kunden laufend über den aktuellen Reparaturstatus informiert. Isarfoto verfügt über jahrzehntelange Erfahrung in der Abwicklung von Reparaturen und arbeitet ausschließlich mit spezialisierten Werkstätten zusammen, die sich bereits durch gute Reparaturleistungen sowie eine reibungslose Zusammenarbeit bewährt haben. Die Partner-Werkstätten sind von den jeweiligen Markenherstellern für die Reparatur ihrer Geräte geschult und autorisiert worden. Durch den Einsatz von Original-Ersatzteilen ist gewährleistet, dass die Geräte fachmännisch in Stand gesetzt werden.

„Die Idee zu Reparo besteht schon lange", erklärte Klaus Bothe, Inhaber von Isarfoto. „Nun aber ist die Zeit reif für das Rundum-Sorglos-Paket, das wir gerne für unsere Kunden schnüren, um ihnen in dieser schnelllebigen Zeit Wege zu ersparen und den zeitlichen Aufwand für Reparaturen so gering wie möglich zu halten – frei nach dem Motto: Ist etwas kaputt, so bringen wir es wieder in Ordnung."

## Martin Bongard leitet Vertrieb bei Walser

*Martin Bongard*

Martin Bongard hat am 1. Februar 2017 die gesamte Verantwortung für den Unternehmensbereich Vertrieb bei der Walser GmbH & Co. KG in Burgheim übernommen. Als Mitglied des Führungsteams berichtet er direkt an den Inhaber und Geschäftsführer Niclas Walser. Der 52-jährige Bongard, der zuletzt Geschäftsführer der Manfrotto Distribution GmbH war, bringt für seine neue Position langjährige Erfahrung und intensive Kontakte zum Fotohandel mit. Zu Bongards weiteren beruflichen Stationen zählen seine Position als Sales Director bei der Canon Deutschland GmbH sowie Funktionen als Vertriebsleiter bei Samsung und Konica-Minolta. Zudem war Bongard viele Jahre lang Vorstandsmitglied im Photoindustrie-Verband (PIV).

## drupa 2020 um eine Woche vorverlegt

In ihrer Sitzung am 15. Februar 2017 haben das drupa-Komitee und die Messe Düsseldorf sich für eine Vorverlegung der drupa 2020 entschieden. Sie findet nun vom 16. bis 26. Juni 2020 statt. Ausschlaggebend für diese Entscheidung war die Tatsache, dass zum ursprünglich geplanten Termin (23. Juni bis 3. Juli 2020) in einigen europäischen Ländern sowie deutschen Bundesländern die Sommerferien bereits beginnen.

„Als wir uns gemeinsam mit den führenden Branchenteilnehmern während der drupa 2016 für die Beibehaltung des Vier-Jahres-Turnus der drupa entschieden haben, waren die weltweiten Ferientermine größtenteils noch nicht veröffentlicht," erklärte Werner M. Dornscheidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf. „Nun freuen wir uns sehr, dass wir diese Lösung anbieten können, obwohl im dichten Messejahr 2020 kaum Spielraum besteht. Daher agieren wir gerne im Sinne unserer Kunden und starten eine Woche früher als geplant."

## Canon: Neue Service Hotline für CPS Mitglieder

Canon bietet ab sofort für die Region DACH eine Hotline für alle CPS-Mitglieder an. Registrierte CPS-Mitglieder profitieren von einer schnelleren Reparaturabwicklung sowie dem direkten Kontakt zu den Experten. Diese Anfragen werden mit Priorität behandelt.

CPS bietet einen exklusiven, kostenlosen Zugriff auf zahlreiche Vorzüge –Beratung bei Anwendungsfragen, Kontakt zu CPS-Support-Teams auf großen nationalen und internationalen Veranstaltungen oder nun auch die Service-Hotline. Die CPS-Mitgliedschaft ist kostenlos.

Aus Österreich und der Schweiz werden Anfragen an das Regional Competence Center (RCC) in Willich zu lokalen Telefonkosten weitergeleitet. Die Experten an der Hotline stehen Montag bis Donnerstag von 8 bis 17 Uhr und am Freitag von 8 bis 14 Uhr zur Verfügung. CPS-Mitglieder aus Deutschland erreichen die Experten unter +49 (0)2154 495 777, CPS-Mitglieder aus Österreich wählen die +43 (01)688 62 70 und aus der Schweiz +41 (0)44 835 6110.

Die Experten sind auch per E-Mail erreichbar: Für Deutschland: cps-support@canon.de • Für Österreich: cpsaustria@canon.at • Für die Schweiz: cps@canon.ch • Die Anschrift des Canon Professional Service lautet: Canon Deutschland GmbH, Professional Service, Siemensring 90-92, 47877 Willich.

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

# Neuheiten

## Multifunktionaler Panorama Kopf von Braun

Der neue Braun Panolit 360° ist mit einem 1/4 Zollgewinde ausgestattet, mit dem sich zahlreiche Kameras, Smartphones, Actioncams, Stative und Selfiesticks verwenden lassen. Damit lassen sich durch ruckelreie Rotation 360° Panorama-Schwenks mit Hilfe einer Bluetooth Fernbedienung erstellen.
Im Lieferumfang sind Halterungen für GoPro Kameras und eine Smartphone Klammer enthalten. Der Panorama Kopf lässt sich einfach und schnell am PC oder über ein externes Netzteil aufladen, die Standby Betriebszeit beträgt 12 Stunden, die kontinuierliche Arbeitszeit mit dem Rotator beträgt über 9 Stunden. Ein weiteres Highlight des Gerätes sind die im Gerät integrierten ausklappbaren Standfüße, damit lässt sich das Gerät auch ohne Stativ schnell für Panorama Aufnahmen einsetzen. Das Gewicht des Gerätes beträgt 205 Gramm. Der Braun Panolit 360 ist ab sofort zum UVP von 59,90 Euro erhältlich.

## Manfrotto: Neue Xume Schnellwechseladapter

Manfrotto erweitert sein Filtersortiment um die magnetischen Xume Schnellwechseladapter. Sie ermöglichen es Foto- und Videografen, Filtervorsätze einfach und ohne lästiges Aufschrauben am Objektiv zu befestigen. Der patentierte Schnellwechseladapter besteht aus einem Objektivadapter und einem Filterhalter, die in das Gewinde des Objektivs und des Filters geschraubt werden und dort verbleiben. Beide ziehen sich magnetisch an und sorgen dafür, dass der Filter einfach und schnell befestigt ist.
Erhältlich sind die Manfrotto Xume Schnellwechseladapter in acht Größen von 49 mm bis 82 mm. Bei Nichtgebrauch der Kamera schützt der magnetische Xume Objektivdekkel Filter oder Frontlinse vor Beschädigungen; erhältlich ist dieser mit einem Durchmesser von 77 mm.
Neu im Sortiment sind auch vier Fotofilter. Die UV-Filter blockieren die ultraviolette

Strahlung, die den Bildkontrast mindert und beispielsweise bei Aufnahmen am Meer oder in den Bergen für einen störenden Blaustich sorgen. Die zirkulären Polarisa-tionsfilter verstärken die Farbwiedergabe, den Kontrast und die Farbsättigung; zudem lassen sich mit ihnen Spiegelungen von nichtmetallischen Oberflächen wie Glas oder Wasser beseitigen. Mit den Neutraldichte-Filtern lässt sich die Lichtmenge reduzieren, ohne die Farbwirkung zu beeinträchtigen. Sie sind mit unterschiedlichen Reduktionsgraden (ND8, ND64, ND500) erhältlich. Die Schutzfilter schützen die Frontlinse des Objektivs vor Beschädigung und Verschmutzung.

## Firmware-Update für Leica M10 verfügbar

Ab sofort ist per Download von der Leica Homepage (www.leica-camera.com) ein neues Firmware-Update für die Leica M10 erhältlich. Kunden können ihre Kamera mit der Firmware 1.3.4.0 aktualisieren und profitieren von zahlreichen Verbesserungen bei der Bedienung. Zu den Neuerungen zählen z. B. die optimierte Farbkodierung der Statusbalken für SD-Karten und Akkus, die nun von Grün über Gelb zu Rot wechselt, wenn sich der Akku entleert oder die Speicherkarte füllt. Auch das „Favoriten-Menü" wurde überarbeitet: Ab sofort können bis zu 15 Menü-Einträge abgebildet werden, und bei mehr als sieben Einträgen wird eine zweite Favoritenseite hinzugefügt. Darüber hinaus können Anwender jetzt noch schneller auf das Haupt-Menü zugreifen – es lässt sich durch Drücken der Menü-Taste im Favoriten-Menü öffnen – und durch dieses nun auch seitenweise blättern.
Hinzu kommt, dass der Zielbildschirm für die automatische Wiedergabe des Bildes am Monitor ab sofort auswählbar ist. Dafür stehen im Menü-Eintrag „EVF/Monitor Umschaltung" „Auto", „EVF" oder „Monitor" als Zielbildschirm zur Verfügung. Weiterhin lässt sich unter „Favoriten auswählen" ein Direktzugriff auf „M-ISO" für das Favoriten-Menü aktivieren. Zudem konnte mit dem Firmware-Update die Unterbrechung nach der Aufnahme im Live-View nochmals verkürzt werden, heißt es in einer Pressemitteilung.


walther design

**walther im Frühling 2017**

- Neue Sortimentsrahmen

Holzrahmen „Stockholm"
10 Formate in 6 Farben
mit Schrägschnittpassepartout

- Neue Themenalben

Hochzeits- und Babyalben in verschiedenen Einbänden mit illustrierten Vorspannseiten

- Neue Sortimentsrahmen

Design-Bilderrahmen „Construction"
in 5 Formaten und 3 Farben

walther design GmbH & Co. KG
Herrenpfad-Süd 26 • D-41334 Nettetal • Germany
Tel + 49 (0) 21 57 / 81 86-0 • Fax + 49 (0) 21 57 / 81 86 50
E-Mail service@waltherdesign.de

www.waltherdesign.de

# Photoindustrie-Verband sieht Wachstumspotentiale

Die Rele

Zum Anfang des Jahres 2017 sieht der Photoindustrie-Verband die Imaging-Branche auf Wachstumskurs. Das geht aus einer Pressemitteilung hervor, in der zukunftsträchtige Geschäftsfelder identifiziert werden. Die meisten davon sind allerdings nicht im Consumer-Segment angesiedelt, sondern betreffen kommerzielle und industrielle Anwendungen im B2B-Bereich.

*Mit dieser lebhaften Grafik stellt der Photoindustrie-Verband die zahlreichen Marktsegmente für Imaging-Technologien dar.*

Im Konsumenten-Markt sollen vor allem neue Technologien für Belebung sorgen. „Der Consumer Imaging Markt, der den gesamten Workflow von der Aufnahme und Bearbeitung über den Transfer und die Sicherung bis zur Ausgabe umfasst, befindet sich auf stabilem Niveau mit klarem, zukünftigem Wachstumspotential", erklärte der Verbandsvorsitzende Rainer Führes. „Smarte Innovationen stehen im zentralen Fokus der aktuellen technologischen Weiterentwicklungen." Dazu zählen nach Ansicht des Verbandes zum Beispiel die 360° Kameras und das aufstrebende Marktsegment Virtual Realty (VR). Wachstum erkennt der Verband auch bei Multikoptern und Drohnen, die jetzt auch die Unterwasserwelt erobern (siehe imaging+foto-contact 1-2/2017, S. 20) und in den nächsten Jahren den bereits von der GfK positiv eingeschätzten Markt weiter beleben sollen.

*Rainer Führes, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes: „Das Imaging-Öko-System gewinnt durch Innovationen weiter an Relevanz."*

Die wachsende Zahl von Imaging-Apps wird nach Einschätzung des Photoindustrie-Verbandes verstärkt nachgelagerte Wertschöpfung genieren. Um die rasant zunehmende Menge der Bild- und Videodaten zu bewältigen, sollen smarte Speicherlösungen maßgeblich zur Datensicherheit und zur anwenderfreundlichen Verwaltung der Bilder beitragen.

## Analoge Renaissance

Die bereits seit Jahren überraschend starke Nachfrage nach Sofortbildfotografie soll sich nach Ansicht des Photoindustrie-Verbandes auch in den nächsten Jahren fortsetzen. Zudem wird angesichts der aktuell angekündigten Wiedereinführung verschiedener Filme wie bei der Vinyl-Schallplatte eine Renaissance der analogen Technik erwartet.

Der Output-Bereich setzt nach Ansicht des PIV gar zu einem neuen Höhenflug an. Die Ausgabe von Bildern auf allen nur denkbaren Medien sei

# vanz des Imaging

gefragt wie seit Jahren nicht mehr, heißt es in der Pressemitteilung. Dazu zählen Standardprints ebenso wie großformatige Drucke auf Acryl und Alu, Holz oder Canvas sowie hochwertige Fotobücher.

## Imaging im Smart Home

Die digitale Transformation sorgt nach Ansicht des Photoindustrie-Verbandes auch für eine wachsende Relevanz von Bildern in neuen Bereichen. So werde das Segment Smart Home aktuell von diversen Aufnahme-Systemen bereichert, erklärte der PIV. Dazu zählen zum Beispiel festeingebaute Kameras in Kühlschränken oder Lösungen zum Nachrüsten. Ein weiteres Trendthema seien mit Kameras ausgestattete Roboter und vernetzte 360° Indoor-Kameras – daraus ergebe sich alles in allem, so der Verband, „ein weiteres Zukunftsthema von enormem Marktpotential".

Das gilt auch für die Sicherheitstechnik im öffentlichen und privaten Raum. So beläuft sich die tägliche Produktion von Sicherheitskameras derzeit auf 170.000 Stück – das ergibt nach Einschätzung des PIV ein Weltmarkt-Volumen von jährlich über 62 Millionen Stück, die zunehmend in smarte Systeme aus Software und Display eingebettet sind. Allein Bahn und Bund hätten für Deutschland vereinbart, bis 2023 gemeinsam 85 Millionen Euro in den Ausbau und die Modernisierung von Bild- und Videotechnik zu investieren, betont der Verband. Mobile Kameras, zum Beispiel Body Cams, seien im Segment der Aufnahmegeräte ein weiterer zentraler Baustein für mehr Sicherheit im öffentlichen Raum. Sie sollen in Deutschland zum Beispiel die rund 5.000 Sicherheitskameras in 700 Bahnhöfen ergänzen.

**Fortsetzung auf Seite 14**

## 6. Markentag beim Photoindustrie-Verband

Bereits zum sechsten Mal veranstaltet der Photoindustrie-Verband e.V. (PIV) am 21 . März 2017 in Kooperation mit dem Markenverband in Berlin und der GfK in Nürnberg den Markentag, der dieses Jahr unter dem Motto „Erfolgreiche Markenführung", steht. Die eintägige Veranstaltung in Frankfurt am Main richtet sich branchenübergreifend an leitende Mitarbeiter aus Marketing, Kommunikation und Vertrieb und soll den Teilnehmern praxisorientierte Einblicke in die Schwerpunktthemen Markenführung und Schutz, Markenpflege und Markenwert bieten.

Namhafte Referenten führender Markenagenturen, Unternehmensberatungen und Marktforschungsunternehmen werden den aktuellen Stand der Markenwirtschaft präsentieren und Strategien für eine erfolgreiche Markenführung darstellen.

Dabei werden Themen wie Copyright, Markenpotenzial, die Auswirkungen von Social Media und Onlinehandel auf die Wahrnehmung von Marken sowie die damit verbundenen Herausforderungen auf die Markenführung- und Entwicklung aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet und diskutiert. So will der PIV mit dem Markentag den Teilnehmern eine nachhaltige Dialog- und Diskussionsplattform bietet und den Informationsaustausch unter allen Beteiligten fördern.

**Programm:**

- Johannes Ippach, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Markenverband e. V., Berlin: Einfluss der großen Online-Handelsplattformen auf den Handel mit gefälschten Markenprodukten.
- Dr. Susanne Goertz, Geschäftsführerin Strategie, Markenagentur Brand Lounge, Düsseldorf: Die neue Marken-Selbsterkenntnis.

  Wie erfahre ich, was wirklich in meiner Marke steckt?
- Roland Ullrich, CFA, Brain & Business, Frankfurt am Main: Hype oder Mehrwert? Was uns die Hirnforschung über Marken und Konsumentenverhalten sagt
- Olaf Gillert, LL.M., Rechtsanwalt, Partner bei Taylor Wessing, Düsseldorf: Marke/Design/Copyright – Sind Ihre Produkte richtig geschützt?
- Dr. Carolin Kaiser, Specialist of Fundamental Research, GfK Verein, Nürnberg: Wie Social Media Bilder ausgewertet werden können und was sie für Marken bedeuten
- Harald Kratel, Geschäftsführer, mlv Werbeagentur, Hamburg: Markenführung in einer Welt mit fragmentierter Mediennutzung
- Roland Albrecht, Geschäftsführer, Markenagentur GoYa!, Heidelberg: Markenführung im deutschen Profifußball – Big Game. Big Money. Big Business. Big Branding.

Anmeldung unter www.piv-imaging.com. Die Teilnahme kostet für Mitglieder des PIV 149 Euro, für jede weitere Person aus demselben Untenehmen 99 Euro; Nichtmitglieder zahlen 249 Euro pro Person.

**Fortsetzung von Seite13**

## Industrielle Anwendungen

Industrielle und kommerzielle Anwendungen im B2B-Bereich bieten nach Ansicht des PIV in mehreren Segmenten Potential für die Imaging-Branche. So stehe Augmented Reality (AR) vor dem Durchbruch im Massenmarkt. Während die Entwickler der dazu notwendigen Brillen sich derzeit auf Geschäftsanwendungen konzentrierten, liege die technologische Infrastruktur für AR-Lösungen bereits vor, erklärte der Verband. Auf aktuellen Smartphones ließen sich schon jetzt Anwendungen ohne spezielle Datenbrillen durchführen.

Auch Roboter werden immer häufiger mit Aufnahme-Systemen ausgestattet. In Deutschland kommen laut der International Federation of Robotics (IFR) im produzierenden Gewerbe bereits 301 Roboter auf 10.000 Beschäftigte. Vor allem Automobilhersteller setzen schon seit längerem auf die mechanischen Mitarbeiter. Verstärkt werde im Zusammenhang mit Robotics an künstlicher Intelligenz gearbeitet, stellte der PIV fest. Die technologische Evolution werde sehr viel schneller und gezielter sein als die biologische, betonte der Verband. Für den Vorsitzenden Rainer Führes sind dies gute Vorzeichen: „Die digitale Transformation setzt Zeichen und sorgt für Wachstum. Imaging-Player treiben ihre Entwicklung von reinen Hardware- zu zusätzlichen Software- und Dienstleistungsspezialisten weiter voran und bieten verstärkt auch Imaging-Lösungen für B2B an. Das Imaging-Öko-System gewinnt durch Innovationen rund um Smart Home, Automotive, Robotic sowie Sicherheitstechnik weiter an Relevanz.

## Neue AR-Brille von Epson

Ein Beispiel für Imaging-Produkte im Wachstumssegment Augmented Reality (AR) ist das neue Modell der SmartGlasses Serie von Epson, die Moverio BT-350. Die neue AR-Brille eignet sich besonders gut für gewerbliche Anwendungen, z. B. in Einrichtungen aus dem Bereich Kunst und Kultur. Die Möglichkeit, das Vor-Ort-Erlebnis durch Augmented Reality-Inhalte zu bereichern, bietet Veranstaltern eine innovative Darstellungsform und erlaubt ihnen, sowohl neue und als auch wiederkehrende Besucher anzusprechen. Die Moverio BT-350 ist ab April 2017 für 1.259 Euro (zzgl. Mehrwertsteuer) erhältlich.

Bei Anwendungen in Museen kann man mit AR z. B. auf ganz neue Weise darstellen, wie sich ein Dinosaurier bewegt oder wie ein antikes Mosaik vor 2.000 Jahren vollständing ausgesehen hat. Als moderner Tour-Guide ermöglicht die Moverio BT-350, digitale Inhalte wie Bilder und Videos, aber auch komplexe 3D-Animationen, in eine reale Umgebung einzuspielen.

*Im Museum kann die Epson Moverio BT-350 Objekte erkennen und zusätzliche Informationen einspielen.*

Mit Hilfe der integrierten 5-Megapixel-Stereokamera kann die Moverio BT-350 zu diesem Zweck Objekte, die sich direkt vor dem Besucher befinden, erkennen und zusätzliche Informationen automatisch anzeigen oder abspielen. Die von Epson entwickelte Si-OLED-Technologie sorgt dabei auch in hellen Umgebungen für klare und kontrastreiche Bilder.

Valerie Riffaud-Cangelosi, Head of New Market Development bei Epson Europe, kommentierte: „Die Moverio BT-350 ist für gewerbliche Anwendungen optimiert. Durch die anpassbaren Bügel bietet die Brille einen bequemen und langen Tragekomfort für unterschiedlichste Nutzer, ebenso für Brillenträger. Zudem lassen sich die Geräte leicht und effizient auch in Gruppen handhaben."

Die individuelle Steuerung der Moverio BT-350 lässt sich auf Wunsch sperren, damit Besucher keine Änderungen an den Einstellungen vornehmen oder versehentlich die digitale Tour verlassen können. Der integrierte Akkus hat eine Laufzeit von bis zu sechs Stunden. Die Brille ist mit mehreren Funkstandards kompatibel.

## Polaroid Pop Sofortbildkamera auf der CES 2017

# Im klassischen Format

Polaroid hat eine neue Sofortbildkamera angekündigt, die Erinnerungen an die kultigen Sofortbildkameras der 70er und 80er Jahre wecken soll. Die Polaroid Pop bietet die Ausstattung einer netzwerkfähigen Digitalkamera, ist aber auch mit einem eingebauten Drucker ausgestattet, der mit der tintenfreien Zink Zero-Ink Drucktechnologie Sofortbilder im neuen (oder alten) Format 8,9 x 10,8 cm ausgibt.

*Großes Display, eingebauter Drucker für Bilder im klassischen Format: Die Polaroid Pop soll im 4. Quartal auf den Markt kommen.*

Vor dem Druck können Nutzer aus drei Filtern auswählen, um z. B. Fotos im Vintage-Look oder in Schwarz-Weiß zu erhalten. Die tintenfreie Zero-Ink-Drucktechnologie von Zink Imaging aktiviert mit Hitze die im Spezialpapier enthaltenen Farbkristalle, um bunte Bilder zu erzeugen, die dank einer speziellen Beschichtung vor Verwischen oder Verschmutzungen geschützt sind.

Die Kamera arbeitet mit einem 20-Megapixel CMOS-Sensor und ist mit einem Bildstabilisator, einem Dual-LED Blitz sowie einem berührungsempfindlichen Display mit einer Diagonale von mehr als 10 cm ausgestattet. Sie kann auch Full HD Videos (1080p) aufnehmen und speichert die Bilddaten auf einer Micro-SD-Karte. Mit WLAN und Bluetooth kann die Polaroid Pop nicht nur zum Teilen der Bilder mit Smartphones oder Tablets verbunden werden, sondern auch als mobiler Sofortbilddrucker für Fotos vom Mobilgerät dienen. Dafür braucht man die kostenlose Polaroid Print App, die auch verschiedene Filter und Optionen zur Bildbearbeitung bietet.

*Die Kamera mit schwarzem Gehäuse wird mit verschiedenen Farbakzenten erhältlich sein.*

Das Design hat Polaroid in Zusammenarbeit mit dem amerikanischen Studio Ammunition entwickelt, das auch schon für das Ausehen des mobilen Sofortbilddruckers Polaroid Zip sowie der Action-Kameras Polaroid Cube und Cube+ verantwortlich war. Ammunition hat der Polaroid Pop ein glattes, schwarz-glänzendes Gehäuse verpasst, dessen minimalistische Erscheinung durch einen markanten Farbstreifen belebt wird. Der für Polaroid typische rote Auslöseknopf setzt einen weiteren Akzent.

Die Polaroid Pop wurde zwar Anfang Januar auf der CES angekündigt, soll aber erst im vierten Quartal auf den Markt kommen, löblicherweise in diesem Jahr. Über den Preis gibt es noch keine Angaben.

## Zwei mit und eine ohne Spiegel

# Neue EOS Modelle

Canon modernisiert seine EOS Palette mit drei neuen Kameras: die EOS 77D mit voller manueller Kontrolle, die 800D mit einer neuen, unkomplizierten Bedieneroberfläche für Einsteiger und die spiegellose EOS M6, die sich durch ein besonders kompaktes Gehäuse auszeichnet.

*Volle manuelle Kontrolle: die Canon EOS 77D.*

*Leicht zu bedienen: die Canon EOS 800D.*

Alle drei Kameras sind mit dem aus der EOS 80D bekannten 24,2-Megapixel-CMOS-Sensor im APS-C-Format, dem schnellen Digic 7 Bildprozessor sowie Netzwerkfunktionen via WiFi/NFC und Bluetooth ausgestattet. Die Lichtempfindlichkeit von bis zu ISO 25.600 ist auf ISO 51.200 erweiterbar. Videos werden in Full-HD mit 60 Bildern pro Sekunde aufgenommen. Für ruhige Bilder sorgt die kamerainterne 5-achsige Bildstabilisierung, deren Wirkung sich durch den Einsatz von Objektiven mit optischem Bildstabilisator Dynamic IS noch steigern lässt. Die Scharfstellung des AF-Systems arbeitet mit 45 Kreuzsensoren sehr schnell; 27 AF-Felder sind bis Lichtstärke 1:8 empfindlich, neun davon als Kreuzsensor. Bei den Spiegelreflex-Modellen wird mit einer Fokussierzeit von nur 0,03 s nach Angaben von Canon das höchste Autofokus-Tempo der Welt im Live-View-Modus erreicht. Die EOS 77D ermöglicht über zwei Wahlräder die schnelle manuelle Veränderung aller wichtigen Aufnahme-Parameter, die sich auf dem zusätzlichen Display auf der Oberseite des Gehäuses schnell kontrollieren lassen. Die EOS 800D dagegen unterstützt weniger erfahrene Fotografen durch ein Menü mit praktischen Hinweisen zu Kamera-Einstellungen und gibt Tipps, wie man die besten Bildergebnisse erzielt.

### Kleines Objektiv

Passend zu den neuen und natürlich anderen EOS DSLRs bringt Canon mit dem neuen Kit-Objektiv EF-S 18-55mm f/4-5.6 IS STM das kleinste Objektiv seiner Klasse auf den Markt. Es verfügt über einen 4-Stufen-Bildstabilisator und eine 7-Lamellen-Irisblende für attraktive Hintergrundunschärfe. Beim Videodreh stellt der Servo AF mit STM Autofokusantrieb nahezu geräuschlos scharf.

Ein weiteres neues Zubehör für die EOS 77D und 800D ist die Bluetooth-Fernbedienung BR-E1, mit einer Reichweite von bis zu 5 Metern auch ohne Sichtkontakt.

### Kompakt ohne Spiegel

Die neue EOS M6 unterscheidet sich von ihren DSLR-Schwestern natürlich durch die spiegellose Bauweise und vor allem durch das sehr kompakte Gehäuse. Trotzdem folgt die Bedienungslogik den von der EOS-Familie bekannten Wegen, das große berührungsempfindliche Display ist klappbar und und ermöglicht zusammen mit dem

*Praktisch: Die neue Bluetooth Fernbedienung BR-E1.*

*Laut Canon das kleinste seiner Klasse: das neue Kit-Objektiv EF-S 18-55mm f/4-5.6 IS STM.*

rückseitigen Daumenrad schnelles Anpassen der Einstellungen an die jeweilige Aufnahmesituation. Ein elektronischer Sucher ist nicht eingebaut. Bauartbedingt ist die EOS M6 schneller als vergleichbare DSLRs und erreicht eine Serienbildgeschwindigkeit von bis zu sieben Bildern pro Sekunde mit Schärfenachführung (neun Bilder/s bei AF-Lock).

*Kompakt: die neue EOS M6.*

Als sinnvolles Zubehör zur EOS M6 bringt Canon den aufsteckbaren, elektronischen Sucher EVF-DC2 auf den Markt. Er ist sehr kompakt, nur 29 g leicht und auch mit einigen PowerShot-Kompaktkameras kompatibel. Der 0,39-Zoll-Typ Sucher mit 2.360.000 Bildpunkten arbeitet mit einer Bildfrequenz von 120 Bildern pro Sekunde und zeigt so das Motiv mit 100 Prozent Bildabdeckung praktisch in Echtzeit.

*Sinnvoll: der Aufsteck-Sucher EVF-DC2.*

Der Wechsel zwischen dem LC-Display und dem Sucher erfolgt automatisch, wenn die Kamera zum Auge geführt wird.

Alle Canon Neuheiten sind ab April lieferbar. Die UVPs lauten kostet 899 Euro für die EOS 77D, 849 Euro für die EOS 800D, 249 Euro für das EF-S 18-55mm 1:4-5,6 IS STM, 49 Euro für die Fernbedienung BR-E1, 799 Euro für die EOS M6 und 269 Euro für den Aufstecksucher EVF-DC2.

## Update für die Canon Connect Station

Mit dem Firmware-Update 2.5 für die Connect Station CS100 macht es Canon jetzt noch einfacher, Fotos und Videos an einem Ort zu speichern, um sie zu betrachten und zu teilen. Die bestehende Möglichkeit, Fotos und Videos via USB, SD- und CF-Speicherkarten oder per WLAN mit NFC zu übertragen, wird nun durch die Option ergänzt, Videos von Mobilgeräten auf die Connect Station übertragen, um sie z. B. zu Hause auf dem Fernseher anzuschauen.

Das Update beschleunigt zudem die Import-Geschwindigkeit von Daten, die von einem Computer aus über das Netzwerk übertragen werden. Das geht jetzt um ein Drittel der bisherigen Zeit schneller. Weitere neue Funktionen sind die Wiedergabe der Bilder eines Albums in einer Endlosschleife sowie die Möglichkeit, den automatischen Standby-Modus komplett auszuschalten.

*Nach dem Firmware-Update kann man auch Videos vom Mobilgerät auf die Connect Station CS100 übertragen.*

## Varta weitet Produktion in Dischingen aus

Varta Consumer hat sein Bekenntnis zum Standort Deutschland unterstrichen und investiert einen zweistelligen Millionenbetrag in die Produktionsstätte Dischingen, um den Output um über 20 Prozent steigern zu können.

Mit dem im Herbst 2016 begonnenen Produktionsausbau investiert das Unternehmen insgesamt eine Summe von 11,3 Millionen Euro in den nach DIN EN ISO 9001 und 14001 zertifizierten Produktionsstandort. Davon profitieren auch die rund 450 beschäftigten Mitarbeiter, denn Sonn- und Feiertagsschichten können künftig durch die Produktionserweiterung reduziert werden.

*Peter Werner*

Der Regelbetrieb im Werk wird auch während der Modernisierungs- und Erweiterungsarbeiten aufrechterhalten.

Der Abschluss der Maßnahmen ist auf den Herbst 2017 terminiert, heißt es in einer Pressemitteilung.

Als einziger Hersteller von alkalischen Gerätebatterien produziert Varta Consumer in Deutschland und konnte in den vergangenen zwei Jahren die Produktion für den europäischen Bedarf um mehr als 250 Millionen Alkali-Mangan Zellen erweitern.

„Die kontinuierliche Nachfrage nach Varta Batterien spiegelt das Vertrauen und die Zufriedenheit der Endkonsumenten weltweit wider", so Peter Werner, General Manager Consumer Batteries Europe/Middle East Africa & Australia. „Wir sind stolz darauf, in Deutschland zu produzieren, und glauben an den führenden Qualitätsanspruch von ‚Made in Germany'.

# Olympus baut Standort Hamburg weiter aus

*Die neue Olympus Unternehmszentrale in Hamburg wird eine hochmoderne Arbeitsumgebung für 1.250 Mitarbeiter bieten.*

# Neue Zentrale

Olympus unterstützt seinen Wachstumskurs mit hohen Investionen in Hamburg. Am bekannten Standort an der Wendenstraße wird eine komplett neue Unternehmenszentrale für Marketing und Vertrieb in EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) und die Olympus Deutschland GmbH entstehen. Zudem wird das europäische Entwicklungs- und Produktionszentrum für Medizintechnik in Jenfeld deutlich erweitert.

Die neue Unternehmenszentrale entsteht auf 55.000 Quadratmetern Fläche zwischen Heidenkampsweg, Wendenstraße und Sachsenstraße. Für den Neubau werden alle aktuell genutzten Gebäude abgerissen, da ihre Modernisierung zu aufwendig wäre. Die Mitarbeiter ziehen vorübergehend an die nahegelegene Amsinckstrasse in das Poseidonhaus, wo Olympus bereits im vergangenen Jahr einen Vertrag über die Anmietung von 23.800 Quadratmeter Fläche abschloss. Der Neubau – eine der größten Bauinvestitionen eines Unternehmens in Hamburg in den vergangenen Jahren – soll voraussichtlich bis 2020 fertiggestellt sein. Verantwortlich für den Entwurf ist das Hamburger Architekturbüro von Gerkan, Marg und Partner (gmp).

Der Neubau wurde wegen des langfristigen Wachstums von Olympus notwendig. „Wir planen entsprechend dem Trend der letzten Jahre ein strategisches, globales Wachstum von jährlich sechs Prozent bis 2021", erklärte Stefan Kaufmann, Executive Managing Director, Olympus Europa. „Der Neubau trägt dieser Entwicklung Rechnung und wird unseren Mitarbeitern eine moderne und inspirierende Arbeitsumgebung bieten." Dabei geht es nicht nur um mehr Platz für insgesamt 1.250 Mitarbeiter: Die Büros sollen mit Open Space, Rückzugsarealen sowie Cafés und Sporteinrichtungen den Ansprüchen an das Neue Arbeiten gerecht werden. Auch ein hochmodernes Trainingszentrum wird in der Hamburger City Süd entstehen. Hier sollen in Zukunft Mitarbeiter aus der ganzen Region EMEA aus- und weitergebildet werden. Der Standort Hamburg wird auch in anderer Hinsicht gestärkt: Olympus plant bis zu fünf Prozent mehr Arbeitsplätze jährlich in den Bereichen Marketing, Vertrieb und Service, Forschung & Entwicklung sowie Produktion – vor allem in der Medizintechnik.

*Stefan Kaufmann, Executive Managing Director, Olympus Europa: „Wir planen ein strategisches, globales Wachstum von jährlich sechs Prozent bis 2021."*

## Entwicklungs- und Produktionszentrum in der Kuehnstrasse

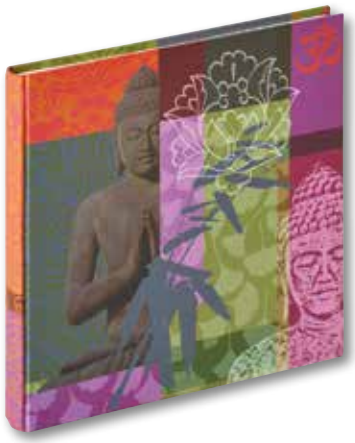
Zusätzlich zum Neubau der Zentrale will Olympus bis zum Sommer 2018 das europäische Entwicklungs- und Produktionszentrum in der Kuehnstraße um 20.000 Quadratmeter erweitern. „Hier wird Medizintechnik von morgen für den Weltmarkt erdacht und gebaut", sagte Kaufmann. „Damit stärken wir am Hamburger Standort unsere Entwicklungs- und Fertigungskompetenzen für starre Endoskopie, bipolare Hochfrequenz-Chirurgie, Systemintegration und Instrumentenaufbereitung und tragen so von Hamburg aus zu unserem globalen Wachstum in der Medizintechnik bei."

## walther erweitert Produktsortiment

# Farbenfroh, klassisch, Buddha

Zum Frühjahr erweitert der Nettetaler Alben- und Rahmenspezialist walther design sein Produktsortiment. Passend zur farbenfrohen Jahreszeit stellt das Unternehmen die bunte Rahmen-Serie Facility vor. Erweitert wird das Produktportfolio durch die klassische Rahmen-Serie Citystyle. Die neuen Buddha Alben fallen durch ihr asiatisches Design auf.

*Klassisch kommt die Serie Citystyle mit einem nach hinten abfallenden Holzprofil daher.*



*Besonderer Hingucker: Die neuen Buddha Alben von walther design*

*Mit der Rahmen-Serie Facility läutet walther design den farbenfrohen Frühling ein.*

Die Rahmen-Serie Facility im Blockprofil ist in den Farben Blau, Grün, Creme, Lila und Pink sowie in den Formaten 10 x 15 cm bis 30 x 40 cm erhältlich. Die Serie Citystyle zeichnet sich durch ein nach hinten abfallendes Holzprofil aus und kommt in den Farben Schwarz, Weiß, Natur und Eiche auf den Markt. Zur Verfügung stehen fünf Formate, von 10 x 15 cm bis 30 x 40 cm.

Ein besonderer Hingucker sind die neuen Buddha Alben. Sie sind in Grau und Rot mit asiatischen Motiven bedruckt. Die buchgebundenen Alben im hochwertigen Kunstdruckeinband erscheinen im Format 26 x 25 cm mit 40 weißen Seiten und mit weißen Pergaminschutzblättern sowie einem CD- und Negativarchiv.

### Schlicht und zeitlos: Acryl Blockrahmen

Die Acryl Blockrahmen passen in jede Wohnumgebung. Zwei Acrylscheiben werden durch Magnete miteinander befestigt, somit können auch zwei Fotos in diesem Rahmen platziert werden. Die Acrylrahmen sind in zwei Formaten erhältlich.

### Modern, metallisch, hochwertig

Der neue Designrahmen Construction zeichnet sich durch ein modernes Blockprofil aus und ist in den Farben Weiß, Stahl und Schwarz erhältlich. Das Profil ist gebürstet, wodurch der Rahmen metallisch und zugleich sehr hochwertig wirkt. Die Formate reichen von 10 x 15 cm bis 30 x 40 cm. Die Rückwand ist aus MDF und bis zum Format 20x30 cm zusätzlich mit einem Aufsteller ausgestattet. Mehrere Ösen machen es möglich, die Rahmen im Hoch- oder Querformat aufzuhängen. Ab Format 20 x 30 cm wird Construction mit zusätzlichem Kantenschutz unten geliefert, der für einen sicheren Transport und eine optimale Präsentation im Laden sorgt.

*Der Designrahmen Construction kann sowohl im Hoch- als auch im Querformat aufgehängt werden.*

## Den Natur-Trend für mehr Umsatz nutzen

*Natur- und Vogelbeobachtung liegt im Trend. Damit steigt die Nachfrage nach hochwertigen Ferngläsern.*

# Weitsicht mit Zeiss Fernoptik

Wer über Trends spricht, darf nicht nur an die digitale Welt denken. Immer mehr Menschen begeistern sich für das Echte, kaufen handwerklich hergestellte Produkte und wollen der Natur wieder näher kommen. Dazu gehört auch das Beobachten von Tieren. Vögel, zum Beispiel, lassen sich bereits vom Wohnzimmerfenster aus leicht entdecken. Der deutsche Optik-Spezialist Zeiss bietet deshalb nicht nur ein umfassendes Sortiment leistungsstarker Ferngläser an, sondern sorgt mit zielgruppengerechter Werbung auch für den Abverkauf.

*Schon die Ferngläser der Einstiegsserie Zeiss Terra ED, hier das 8x32, sind wasserdicht und funktionieren in einem Temperaturbereich von -20 bis +63°C.*

Birding, also das Beobachten von Wildvögeln, ist ein globaler Megatrend. In den USA gehen rund 50 Millionen Menschen diesem Hobby nach, in Großbritannien sind es ca. 2 Millionen. Auch in Deutschland wird das Beobachten der Avifauna, wie Experten die Gesamtheit der in einer Region lebenden Vogelarten bezeichnen, immer beliebter.

Der Dachverband Deutscher Avifaunisten (DDA) zählt über 11.000 Mitglieder und wenn der Naturschutzbund Deutschland (NABU) zur Stunde der Sommer- und Wintervögel aufruft, zählen immer mehr Menschen, welche gefiederten Gäste sich in Gärten tummeln. Bei der jüngsten Stunde der Wintervögel waren es mehr als 120.000 Teilnehmer, die dem NABU 2,8 Millionen Vögel aus 82.000 Gärten meldeten.

Die Gründe für diesen Trend sind vielfältig. Die allgegenwärtige digitale Beschleunigung in den Berufswelten, die einen Ausgleich verlangt, spielt dabei ebenso eine Rolle wie der Wunsch, etwas Gutes für die gefährdete Natur zu tun. Dass dabei ausgerechnet Vögel besonders häufig ins Visier genommen werden, liegt

daran, dass man sie praktisch überall beobachten kann. Raritäten wird man zwar am häufigsten in Naturschutzgebieten finden, aber schon im Garten lassen sich zahlreiche Arten entdecken. Und selbst in der Stadt kann man viele Vögel beobachten – wenn man es als Hobby tut, heißt das „Urban Birding".

## Mehr sehen

Dass die Marke Zeiss für Spitzenleistungen in der Optik steht, braucht man in einer Fotofachzeitschrift kaum zu betonen. Schon allein deshalb ist der Fotofachhandel ein naheliegender Partner für den in Wetzlar beheimateten Unternehmensbereich Sports Optics. „Unser Ziel ist es, die Distanz zwischen Mensch und Natur zu überbrücken, indem wir Dinge sichtbar machen, die sonst für das menschliche Auge verborgen bleiben", sagt Petra Kregelius-Schmidt, die bei Zeiss für das Segment Nature/Birding verantwortlich ist. „Dieses Ziel wird auch von vielen Fotografen verfolgt. Mit unseren leistungsstarken Ferngläsern können wir zudem dabei mithelfen, die Menschen für die Natur zu begeistern und für Umweltgefahren zu sensibilisieren."

Die drei Produktlinien von Zeiss machen es dem Fotofachhandel möglich, unterschiedlichen Zielgruppen genau das richtige Fernglas anzubieten. Bereits die Einstiegsprodukte der Terra ED Linie sind wasserdicht und funktionieren in einem Temperaturbereich von -20 bis +63°C. Als Referenz in der oberen Mittelklasse zeichnet sich die Zeiss Conquest Linie, Made in Germany, durch ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis aus.

Besonders für den Fachhandel prädestiniert sind die Spitzenprodukte der Zeiss Victory Familie. Sie sind sehr lichtstark und bieten ein konkurrenzlos weites Sehfeld mit verzerrungsfreier, scharfer Darstellung bis an den Randbereich. Trotzdem sind sie leicht und kompakt und werden deshalb gerne mitgenommen. Die Victory SF Modelle sind für die Naturbeobachtung besonders gut geeignet. So bietet das 8x42 bei 8-facher Vergrößerung ein besonders weites Sehfeld von 148 m/1000 m. Der Nahbereich von 1,50 m bringt Kleinvögel, Schmetterlinge oder Libellen formatfüllend und lebendig vor die Augen. Die ausbalancierte Gewichtsverteilung, die dynamische Schnellfokussierung und die ergonomische Griffigkeit ermöglichen ein komfortables, ruhiges und ermüdungsfreies Beobachten.

*Mit dem Zeiss Victory SF 8x42 lässt sich ein großes Sehfeld von 148 Metern bei achtfacher Vergrößerung erfassen. Beim 10x42 Modell liegt der Wert bei 120 Metern bei zehnfacher Vergrößerung.*

## Partner des Fachhandels

Als Premium-Anbieter setzt Zeiss auf ein selektives Vertriebssystem, das die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel als vertrauensvolle Beziehung mit Leistung und Gegenleistung interpretiert. „Wir wollen, dass unsere Fachhandelspartner die Marke Zeiss, die für Innovation, überragende Produkte, höchste Qualität und Präzision sowie modernes und hochwertiges Design steht, überzeugend repräsentieren", betont Kregelius-Schmidt. „Dafür bieten wir im Gegenzug ein Premium-Partner-Programm mit umfassender PoS-Unterstützung, der Betreuung durch einen qualifizierten Außendienst, umfassenden Schulungen für das Verkaufspersonal und natürlich ein attraktives Produkt-Portfolio über verschiedene Preisklassen."

Mit durchdachten Werbemaßnahmen in zielgruppenrelevanten Medien, Social-Media-Aktivitäten und einem „Nature Blog" mit spannenden Geschichten sorgt Zeiss für den Abverkauf und hält die Marke mit ihren Produkten im Gespräch. „Die Reaktion der Konsumenten zeigt, dass wir sowohl mit unseren Produkten als auch mit unserer Kommunikation den Geschmack der Zielgruppe treffen", erläutert Kregelius-Schmidt. „Gerade die wachsende Zahl der Natur- und Vogelbeobachter besteht aus anspruchsvollen Konsumenten, die auf Nachhaltigkeit Wert legen und viel lieber Made-in-Germany-Produkte kaufen als Massenware aus Fernost. Für so hochwertige Produkte sind qualifizierte Vertriebswege wie der Fotofachhandel genau der richtige Partner."

## Yuneec stellt Tornado H920 Plus vor

# Flieger für Profis

*Der neue H920 Plus ähnelt seinem Vorgänger, hat aber ganz neue innere Werte.*

Mit dem neuen Tornado H920 Plus stellt Yuneec einen neuen Multikopter vor, der speziell für professionelle Fotografen und Filmschaffende entwickelt wurde. Der Nachfolger des Tornado H920 ist besonders intelligent, reichweitenstark und dabei sehr leicht zu handhaben. Dank praktischer Quick-Release-Propeller ist das ganze System in nur wenigen Sekunden einsatzbereit.

Acht verschiedene automatische Flugmodes unterstützen Fotografen und Filmschaffende bei der Arbeit. Der Curve Cable Cam-Mode erlaubt z. B. eine vollständige Missionsplanung: Eine bestimmte Strecke wird abgeflogen und inklusive Kameraeinstellungen gespeichert, so dass sich der professionelle Multicopter anschließend automatisch auf den Weg machen kann. Alle markierten Zwischenpunkte werden dabei vom H920 Plus sanft interpoliert und mittels eines „virtuellen gebogenen Kabels" miteinander verbunden. Wunschrouten können mit dem Tornado H920 Plus aber nicht nur durch vorheriges Abfliegen, sondern dank des Waypoint-Modus auch auf Basis von Google Maps oder Amal definiert werden. Die Festlegung der Wegpunkte, der Kameraausrichtung und der Höhe erfolgt dann intuitiv auf dem berührungsempfindlichen Display der ST16-Fernsteuerung. Zusätzlich kann der Pilot entscheiden, ob der Tornado H920 Plus an den markierten Stellen einfach weiterfliegt, schwebend verweilt, Fotos schießt oder eine Videosequenz aufnimmt. Gemeinsam mit den anderen Auto-Flugmodi (Follow Me, Orbit Me,n Watch Me, Journey, Point of Interest und Return Home) ist es für Fotografen und Filmschaffende besonders komfortabel, ihre Ideen ohne technische Detailarbeit umzusetzen und spektakuläre Aufnahmen zu machen. Für die sofortige Bildkontrolle ermöglicht der Tornado H920 Plus die Livebild-Übertragung auf den Monitor der Fernsteuerung. Dabei sorgt ein starkes Signal für stabile Livebilder und eine Reichweite von bis zu 1,4 Kilometern. Die Fernsteuerung ST16 arbeitet mit einem Intel-Quad-Core-Prozessor und erlaubt damit schnelle Reaktionszeiten sowie eine Darstellung des Livebildsignals in HD mit 1.280 x 720 Pixeln (720p).

*Auf dem Display der Fernsteuerung ST16 kann die Flugroute festgelegt, der Flugverlauf verfolgt und die Aufnahme live kontrolliert werden.*

Gefilmt wird mit dem innovativem 360°-3-Achs-Gimbal und der Kamera CGO-4, die das Ergebnis der engen Zusammenarbeit von Yuneec und Panasonic ist. Das Aufnahmegerät ist mit einem 3fach-Zoom-Objektiv ausgestattet und nimmt Fotos in einer Auflösung von 16 MP sowie 4K-Videos auf.

Das Abfluggewicht des Multikopters liegt inklusive CGO4-Kamera, 360° 3-Achs-Gimbal und Einziehfahrwerk unter der kritischen Grenze von 5kg. Auch bei Ausfall eines Rotors fliegt der Kopter sicher und kontrolliert weiter – ein wichtiger Faktor, der den Erhalt einer Aufstiegsgenehmigung erheblich erleichtert.

## Zwei neue E-Bajonett-Objektive von Sony

# Bokeh olé

Sony hat für Kameras mit E-Bajonett zwei lichtstarke Objektive vorgestellt, die auf ein besonders schönes Bokeh ausgelegt wurden. Das neue FE 100 mm F2,8 STF GM OSS (SEL100F28GM) gehört zur Premium-Serie G Master und erfüllt auch professionelle Ansprüche, das kompakte und erschwingliche FE 85 mm F1,8 (SEL85F18) ist für Hobbyfotografen mit Portrait-Ambitionen gedacht.

*Das neue SEL100F28GM (rechts) wurde für Portrait-, Mode-, Natur- oder Hochzeitsfotografen entwickelt, das SEL100F28GM ist auch für Hobbyfotografen mit Portrait-Ambitionen erschwinglich.*

Das neue 100 mm STF für Portrait-, Mode-, Natur- oder Hochzeitsfotografen kombiniert die hohe Auflösung der G Master Serie mit attraktiven Unschärfe-Effekten. Dafür wurde es mit einer neu entwickelten Blende mit elf Lamellen und einem Apodisations-Element ausgestattet. Es wirkt ähnlich wie ein neutralgrauer Filter, der die Dichte zum Rand hin verstärkt, und erzeugt so schöne Übergänge zwischen den Hauptmotiven und dem unscharfen Hintergrund. Zudem wurde beim Design des Objektivs Wert auf eine weitgehende Vermeidung von Vignettierung gelegt. Das staub- und feuchtigkeitsresistente 100-Millimeter-Objektiv unterstützt Kontrast- Phasendetektionsautofokus und arbeitet mit einem leisen Direct Drive SSM-System (Super Sonicwave Motor). Es bietet eine maximale Vergrößerung von 0,25 für Nahaufnahmen mit einem integrierten Makroschaltring, integrierte Optical SteadyShot Bildstabilisierung sowie eine individuell anpassbare Fokushaltetaste.
Das SEL100F28GM ist ab März für 1.849 Euro (UVP) erhältlich.

### Für schöne Portraits

Dank der großen Blendenöffnung von F1,8 gelingen mit dem neuen 85 mm Portraitobjektiv brillante Portraits mit weicher Hintergrundunschärfe. Die praktisch kreisrunde Blende mit neun Lamellen sorgt für ein weiches Bokeh, der doppelte Linearmotor stellt sehr leise scharf. Der individuell anpassbaren Fokushaltetaste können auch Kamerafunktionen zugewiesen werden, z. B. die Augenerkennung. Auch ein Fokusring und ein AF/MF-Schalter gehören zur Ausstattung.
Das SEL85F18 gibt es ab März für 650 Euro (UVP).

*Der HVL-F45RM von Sony kann aus bis zu 30m Abstand angefunkt werden.*

### Neuer funkgesteuerter Blitz

Der neue Blitz HVL-F45RM von Sony kann in Kombination mit der kabellosen Fernsteuerung FA-WRC1M und dem Empfänger FA-WRR1 mit einer Reichweite von bis zu 30 Metern genutzt werden, ohne dass eine direkte Sichtverbindung zwischen den Komponenten erforderlich ist. Mit Leitzahl 45 hat er selbst für Aufnahmen mit indirektem Blitz oder Hochgeschwindigkeitssynchronisierung (HSS) genug Power. Eine Akkuladung reicht für bis zu 210 Blitze, der Kopf kann vertikal um 150 und horizontal um ganze 360 Grad gedreht sowie um 80 Grad nach unten geneigt werden. Zur Austattung des feuchtigkeitsresistenten Blitzes gehören ein großes LC-Display und eine LED-Leuchte. Das Menü wurde so überarbeitet, dass die Bedienung den neuesten Kameras von Sony ähnelt.
Der Blitz kommt im März für 480 Euro (UVP) auf den Markt.

## Die Fineart Factory setzt auf höchste Qualität

# Individuelle Alternative

Als White Label Lieferant und Produzent für Fotoausstellungen und professionelle Präsentationen ist die Fineart Factory bereits seit 2007 im Geschäft. Der Leipziger Bilddienstleister setzt nicht auf Massenware, sondern auf Spitzenqualität mit individuellem Service. Jetzt will sich das Unternehmen noch stärker als Lieferant für anspruchsvolle Fotohändler und Profifotografen positionieren.

Der Name Fineart Factory ist Programm, denn Kunstdrucke, Kaschierungen und Bildveredelungen sind die Domäne des Unternehmens. Die Fineart Fotodrucke sind gerahmt oder ungerahmt für Fotokalender, Fotobücher bzw. -alben oder aufwendig kaschiert und veredelt auf verschiedenen Substraten erhältlich. Mit modernsten Inkjet-Technologien und großer handwerklicher Fertigkeit werden alle Bildprodukte, vom Postkartenformat bis zum gigantischen 5 m Druck, in der gleichen hochwertigen Qualität produziert. Dafür werden langlebige Pigmenttinten eingesetzt, deren Haltbarkeit im Labor auf bis zu 200 Jahre bestimmt wurde. Die winzigen Tintentropfen ermöglichen eine hohe Auflösung für detailreiche Ausdrucke mit hohen Dichten und einem großen Farbraum. Drei Schwarztinten erzielen eine besonders stabile und präzise Graubalance. Ein professionelles Datenmanagement stellt sicher, dass Nachdrucke den Erstauslieferungen gleichen wie ein Ei dem anderen.

Die Fineart Drucke können nicht nur in den üblichen Standardformaten hergestellt werden, sondern bis zu einer Druckbreite von 160 cm in praktisch jeder Länge. Auch außergewöhnliche Formen, z. B. abgerundete oder abgeschrägte Ecken, kreisrunde Bilder oder ganz individuelle Formen sind möglich und werden mit CNC-Schnitt-Technik millimetergenau realisiert.

### Umfangreiche Produktpalette

Neben Kunstdrucken auf verschiedenen Papieren, darunter auf Wunsch auch Spezialitäten wie samtig-weiches Büttenpapier, Baryt-Material oder

*In einem historischen Gebäude im Leipziger Stadtteil Plagwitz produziert die Fineart Factory nach höchsten Standards.*

*Bis zu einer Breite von 1,60 cm können Bilder in praktisch jeder Länge gedruckt werden.*

mattes Lithographie-Papier, werden auch Leinwände und Aluminium-Platten in exzellenter Qualität bedruckt. Besonders eindrucksvoll sind die Metallic-Bilder, die sich vor allem für Motive mit hohem Weißanteil, scharfen Kanten und großen Kontrasten eignen. Hier werden die weißen Bereiche nicht mitgedruckt, so dass an diesen Stellen das glänzende Aluminium zum Vorschein kommt.

Ein besonderes Highlight in der Produktpalette der Fineart Factory ist die Acryl-Silikon-Kaschierung mit hochglanzpolierten Kanten – eine echte Premium-Veredelung für herausragende Fotokunst.

Acryl-Silikon-Kaschierungen entstehen, indem die Bilder zunächst in höchster Qualität auf besonders hochwertigen Papieren gedruckt, anschließend hinter einer Acrylplatte und auf einem Trägermaterial nach Wunsch und Präsentationsform in präziser Handarbeit mit Silikon kaschiert werden. Zum Schluss werden die Kanten hochglanzpoliert. So entsteht eine besonders brillante Optik und eine hohe Tiefenwirkung. Zudem sind die wertvollen Bilder jahrzehntelang gegen äußere Einflüsse wie Sonneneinstrahlung und Temperaturschwankungen geschützt, da die Acryl-Silikon-Kaschierungen dauerelastisch sind.

Im Vergleich zu den bekannten Acrylglas-Verfahren wirken die Ergebnisse zudem weniger synthetisch. Je nach Wahl des Trägermaterials zeichnen sich diese Veredlungen durch eine besonders hohe Transparenz und Tiefe im Bild aus. Diese Premium-Produkte sind in individuellen Größen – bis zum 3 Meter hohen Großformat – und in individuellen Formen erhältlich.

## Persönlicher Service

Die Spezialisten der Fineart Factory sind bestens darauf vorbereitet, individuelle Projekte gemeinsam mit den Kunden zu realisieren. Natürlich können Bilder in Standardformaten einfach und bequem im Internet auf www.fineart-factory.com bestellt werden. Geht es allerdings um Spezialitäten und individuelle Produkte, stehen die persönliche Beratung und ein großes Service-Angebot im Mittelpunkt. Dabei können die Bilddaten sorgfältig kontrolliert, die am besten geeigneten Materialien ausgesucht und Testdrucke angefertigt werden. Am Ende der Produktionskette steht dann immer eine sorgfältige Endabnahme und der Versand über kompetente Dienstleister in sicherer Verpackung.

Die Fineart Factory verschickt weltweit und auch im Namen ihrer Kunden. Ein umfassender Service zu Liefer- und Zollpapieren sind hier Standard.

Zudem bietet die Fineart Factory für Fotografen und Künstler verschiedene Vermarktungs- und Vertriebsplattformen, die bereits heute über 100.000 Künstler weltweit präsentieren. Ein Produktionsstandort in der USA erleichtert den Direktversand auf der anderen Seite des Atlantiks. Die Fineart Factory leistet hier den Support in mehreren Sprachen und übernimmt für ihre Fotografen und Künstler die komplette Abwicklung von der Auftragsannahme über die Produktion bis zur Auslieferung.

*Individuelle Formate werden mit Hilfe von CNC-Schnitt-Technik millimetergenau geschnitten.*

*Kaschierungen und Veredelungen werden mit handwerklicher Sorgfalt ausgeführt.*

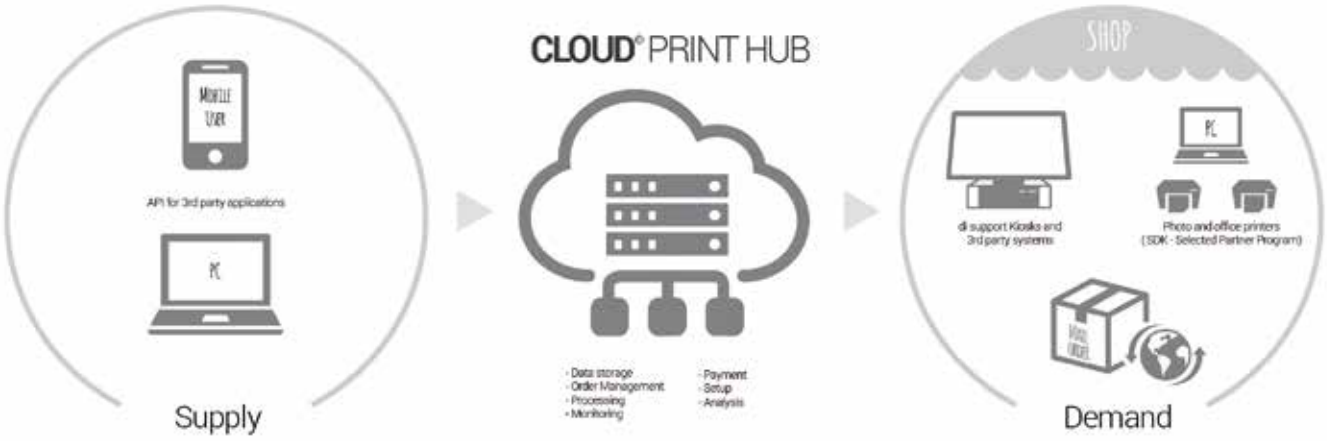
## Der Cloud Print Hub von di support

# Fotodruck ohne Grenzen

*Die Gestaltung und Bestellung verschiedener Bildprodukte kann direkt auf dem Mobilgerät vorgenommen werden.*

Der deutsche Software-Spezialist di support ist ein junges Unternehmen, aber es wäre falsch, von einem Start-up zu sprechen. Denn seit der Gründung im Jahr 2000 hat sich di support erfolgreich als Anbieter von Lösungen etabliert, die den Fotodruck für Konsumenten, Händler und Dienstleister so einfach wie möglich machen. Mit dem Cloud Print Hub will das Unternehmen jetzt einen großen Schritt weiter gehen: Die offene Plattform soll die Spielregeln des weltweiten Fotodrucks neu definieren.

Für das ehrgeizige Projekt kann di support auf einer gesunden Basis aufbauen. Denn die Kundenliste des Unternehmens liest sich wie ein Who's Who des Bildergeschäfts und umfasst große Drogeriemarktketten ebenso wie Industrieunternehmen, Online-Plattformen und inhabergeführte Fotohändler. Sie alle wissen das erfolgreiche Prinzip der Software-Lösungen zu schätzen. Mit einer intuitiven Oberfläche machen sie es den Konsumenten einfach, auf dem Kiosk im Geschäft, dem PC zu Hause oder ihrem Mobilgerät personalisierte Fotoprodukte zu gestalten, zu bestellen und ausdrucken zu lassen. Fast 12.000 Kiosks und Sofortdrucklösungen hat di support dafür bereits bei seinen Kunden im Einzelhandel installiert. Die Apps des Unternehmens wurden mehr als 6 Millionen mal heruntergeladen, und die Server verarbeiten im Jahr rund 54 Millionen Aufträge mit 1,4 Milliarden Dateien. Mit dieser Erfolgsgeschichte hat es di support mehrfach in die die Deloitte Technology Fast 50 geschafft, die Rangliste der am schnellsten wachsenden Technologieunternehmen in Deutschland. Nach-




*Mit dem Cloud Print Hub hat di support eine herstellerneutrale Plattform entwickelt, die eine Brücke von den Konsumenten und ihren Fotos zu Einzelhändlern schlägt, die Druckdienstleistungen in ihrem Geschäft oder Webshop anbieten.*

dem das Unternehmen bereits 2015 den German Design Award gewonnen hat, wurde es auch in diesem Jahr wieder mit dem begehrten Preis ausgezeichnet – und zwar für sein G3 ID Touchterminal für die Passbild- und Studiofotografie.

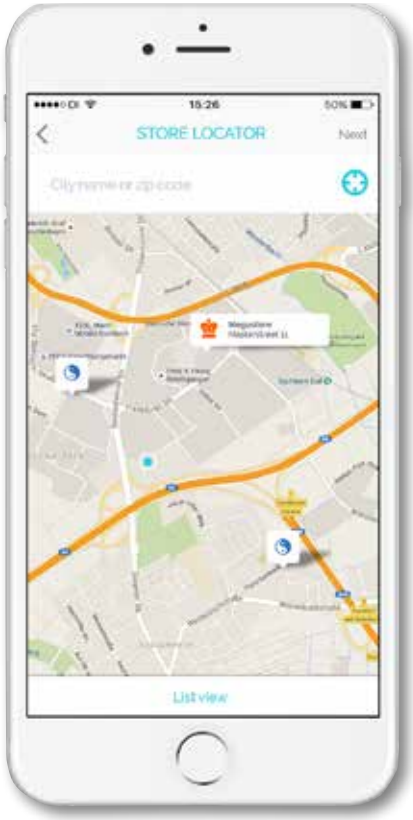
## Offene Grenzen

Mit dem Cloud Print Hub adressiert di support jetzt ein Problem, das praktisch seit der Erfindung der Digitalfotografie die Entwicklung des Fotodruck-Geschäfts behindert: die Fragmentierung des Marktes durch zahlreiche geschlossene Öko-Systeme, die es den Kunden schwer machen, ihre Bilder von einer Plattform auf die andere zu übertragen und jeweils die Druckdienste zu nutzen, die am besten zum entsprechenden Projekt passen. Gleichzeitig saugen Giganten aus dem IT Sektor, z. B. Apple, Google,

*Ralph Naruhn, CEO von di support: „Nur wenn sich viele Foto-Anbieter auf einer offenen Plattform miteinander vernetzen, haben wir als Branche eine Chance, auch für Apple, Facebook, Google und Co. ein relevanter Partner zu werden."*

Facebook oder Snapshat, die Bilder der Konsumenten geradezu auf und machen es einfach, über verschiedene Plattformen mit den Fotos zu kommunizieren.

Die explosiven Wachstumsraten der digitalen Bildkommunikation über




*Ein Store Locator zeigt Geschäfte in der Umgebung.*

soziale Netzwerke haben bislang allerdings nur begrenzte Auswirkungen auf das Fotodruck-Geschäft gezeigt. Genau das soll der Cloud Print Hub als globales Retail- und Fotofinishing-Netzwerk ändern. „Durch die Dominanz der großen Plattformen ist die Fotoindustrie im Grunde nicht mehr Herr der Lage im Bildergeschäft, sondern nur noch Empfänger von Dateien, die anderen gehören", erklärt Ralph Naruhn, CEO von di support. „Diese Situation lässt sich nur verändern, wenn alle oder wenigstens sehr viele Foto-Anbieter sich auf einer offenen Plattform miteinander vernetzen, denn kein einzelnes Unternehmen kann die Wertschöpfungskette von Google, Facebook & Co. alleine darstellen." Dabei sollte sich die Branche nach Ansicht von Naruhn auch an positiven und negativen Beispielen in anderen Marktsegmenten orientieren. „Wir sollten im Zuge des Risikomanagements vermeiden, dass, wie in der Musikbranche, Apple und Co. die Verbindung zwischen den Anbietern und Konsumenten exklusiv übernehmen. Neutrale Plattformen wie z. B. das Reiseportal trivago oder auch die Konsumgüterportale von Amazon zeigen, dass es möglich ist, das Geschäft auf globaler Basis durch die Zusammenarbeit aller Beteiligten erfolgreich zu entwickeln."

## Die Brücke zum Druck

Als offenes System bildet der Cloud Print Hub eine Brücke zwischen den Konsumenten mit ihren Fotos und dem Einzelhändler, der Druckdienstleistungen in seinem Geschäft oder Webshop anbietet. Der Clou: Mit wenigen Klicks kann sich jeder Händler auf der Plattform registrieren und

**Fortsetzung auf Seite28**

*Der brandneue Print Cube von di support kann von den Kunden direkt angesteuert werden und druckt dann vollautomatisch die Aufträge direkt im Geschäft.*

**Fortsetzung von Seite 27**

dort seine Produktpalette mit individuellen Preisen definieren. Dann erscheint das Angebot automatisch bei den Konsumenten, die auf ihrem Mobilgerät oder PC einen Anbieter in ihrer Nähe suchen. Umgekehrt können App- und Web-Entwickler die Druckdienstleistungen ganz einfach in ihre Anwendungen integrieren und den Konsumenten zur Verfügung stellen.

Der Cloud Print Hub kommt mit den führenden verfügbaren Print-Systemen zurecht; di support nutzt allerdings seine langjährige Erfahrung im Kiosk-Geschäft, um dem Einzelhandel effiziente Hardware-Lösungen anzubieten, die besonders einfach zu bedienen sind. Der brandneue Print Cube zum Beispiel kann von den Kunden direkt angesteuert werden und druckt dann die eingehenden Aufträge im Geschäft vollautomatisch. Deshalb kann er auch bei Einzelhändlern eingesetzt werden, die nicht in einen anspruchsvollen Gerätepark und qualifiziertes Personal investieren wollen oder können. „Damit schaffen wir eine Möglichkeit, Druckdienstleistungen für Fotos auf viel breiterer Basis zugänglich zu machen als bisher, so dass die Kunden praktisch in Armeslänge Anbieter von Bildprodukten finden können", betont Naruhn. Und der CEO von di support weiß auch, dass eine offene Plattform keine Einbahnstraße ist. „Selbstverständlich sind wir bereit, den Cloud Print Hub auch mit anderen Plattformen zu vernetzen." Dazu, so fügt Naruhn hinzu, sei es aber notwendig, dass die Fotobranche dem globalen Retail- und Finishing-Netzwerk gemeinsam die notwendige kritische Masse verleihe. „Nur dann haben wir als Branche eine Chance, für Apple, Facebook, Google und Co. ein relevanter Partner zu werden."

## Nikon sagt Einführung der DL Kameras endgültig ab

Die im Frühjahr letzten Jahres angekündigten Premium-Kompaktkameras der DL Serie von Nikon kommen nicht auf den Markt. Das gab die Unternehmenszentrale in Tokio in einer Pressemitteilung bekannt. Nikon hatte die Einführung der drei Modelle, die die Ausstattung von Spiegelreflexkameras

*Premium-Kompaktkamera Nikon DL 18-50 f/1.8-2.8, kommt nicht auf den Markt.*

mit kompakter Bauweise und einem 20,8 Megapixel 1-Zoll-Bildsensor verbinden sollten, zunächst aufgrund technischer Probleme verschoben.

Der Grund dafür seien Schwierigkeiten mit dem Bildprozessor gewesen, deren Überwindung zu unvertretbar hohen Entwicklungskosten geführt hätten, erklärte das Unternehmen. Angesichts der Marktsituation habe man deshalb entschieden, die Einführung der Produkte endgültig abzusagen. Während das operative Ergebnis der Nikon Corporation im dritten Quartal des laufenden Geschäftsjahres aufgrund guter Geschäfte mit Lithography-System für die Halbleiter-Fertigung nur geringfügig zurückging, entstand durch Rückstellungen für Restrukturierungsmaßnahmen ein Verlust von etwa 18,5 Milliarden Yen (153 Millionen Euro). Auf der Basis dieser Zahlen korrigierte Nikon die Prognose für das laufende Geschäftsjahr in Höhe von 9 Milliarden Yen (75 Millionen Euro) aus; die vorherige Prognose lag bei 6 Milliarden Yen (50 Millionen Euro). Die Dividende für die Aktionäre soll von 16 Yen im Vorjahr leicht auf 14 Yen pro Aktie sinken.

## Leica muss neuen Chef suchen

Oliver Kaltner, Vorstandsvorsitzender der Leica Camera AG, hat dem Aufsichtsrat mitgeteilt, dass er seinen bis zum 31. 8. 2017 laufenden Vertrag nicht verlängern wird. Der ehemalige Sony und Microsoft Manager möchte andere berufliche Pläne verfolgen, wird aber Leica bis zum Vertragsende zur Verfügung stehen. Wer ihm nach seiner für Außenstehende überraschenden Entscheidung nachfolgen wird, ist noch nicht bekannt.

*Oliver Kaltner*

Kaltner war seit Herbst 2014 bei Leica und hatte im April 2015 den Vorstandsvorsitz übernommen. „Ich empfinde es als enormes Privileg für die renommierte und international geschätzte Marke Leica tätig zu sein und habe mein Mandat als Vorstandsvorsitzender des Unternehmens mit großer Leidenschaft ausgeübt", erklärte Kaltner. „Diese Entscheidung basiert auf anderen Plänen, die ich verfolgen möchte. Bis zum 31. August 2017 stehe ich der Leica Camera AG als CEO in vollem Umfang zur Verfügung."

## Blitzzoom geht Printpartnerschaft mit LumeJet Print Technologies ein

Blitzzoom, der Anbieter von professionellen high-end Fotoprodukten in Galerie-Qualität, erweitert in Zusammenarbeit mit der LumeJet Print Technologies aus Coventry/UK sein Produktspektrum.

Ab sofort bietet Blitzzoom zwei Produktreihen auf Basis des LumeJet Printsystems an:

- LumeJet High-End Print in hervorragender Bildqualität, auf derselben Seite gepaart mit bisher nicht gekannt scharfen Linien und Schriften
- LumeJet Ultra Print in hervorragender Bildqualität, auf derselben Seite gepaart mit bisher nicht gekannt scharfen Linien und Schriften zusätzlich auf fingerabdruckabweisendem Papier

„Blitzzoom bietet ausgezeichnete Bildprodukte für außergewöhnliche Fotoprojekte. Sie adressieren nicht den Massenmarkt, sondern zielen auf spezielle Fotoprojekte anspruchsvoller Kunden, bei denen Topqualität entscheidend ist", erklärte Volker Josel, Country Manager D-A-CH, Lumejet Technologies. „Dank unserer Printtechnologie kann sich Blitzzoom als Spezialist für extrem professionelle und ausgezeichnete Produkte für anspruchsvollste Kunden noch weiter aus der Masse der Fotoproduktanbieter hervorheben. Wir freuen uns darauf, mit Blitzzoom zusammenzuarbeiten und die Kundenerwartungen zu übertreffen."

## Neue Cewe Air Maschine jetzt am Start

# Marke zum Abheben

Cewe hat gemeinsam mit TUI fly in Hannover eine neue Cewe Air Maschine vorgestellt. Der knallrote Flieger vom Typ Boeing 737-800 soll künftig Urlauber in die Feriengebiete im Süden bringen und dabei nicht nur für Urlaubsfreude sorgen, sondern auch den Blick auf das Cewe Fotobuch lenken, in dem sich diese Urlaubsfreude für immer bewahren lässt.

*Ein Blickfang auf vielen Flughäfen: die neue Cewe Air Maschine.*

*Auch im Innenraum, hier mit TUI Fly Pilot Rüdiger Reuter, ist Cewe nicht zu übersehen.*

Der erste Passagierflug mit der knallroten Maschine startete von Stuttgart nach Fuerteventura. Der Flieger kam frisch aus Dublin, wo er rund neun Tage lang lackiert und beklebt wurde. Für Cewe ist der Jet vor allem ein aufmerksamkeitsstarker Werbeträger, der die Marke repräsentiert und Urlaubern ein beliebtes Fotomotiv bietet. Das Flugzeug ist der Nachfolger der ersten Cewe Air Maschine, die seit 2012 Zehntausende Urlauber zu den Urlaubsregionen rund um das Mittelmeer, auf die Kanarischen Inseln, die Kapverden, nach Madeira und Ägypten transportiert hatte.

Für Thomas Mehls, Cewe-Vorstand für Marketing, neue Geschäftsfelder und Nachhaltigkeit, passt der Partner TUI fly besonders gut zur Premium-Marke Cewe: „TUI fly ist die erste deutsche Ferienfluggesellschaft mit EMAS Zertifizierung, gehört zur Weltspitze der kerosineffizienten Airlines und ist deshalb ein idealer Werbepartner für Cewe", erklärte der Manager. „Denn auch wir übernehmen Verantwortung und haben den Anspruch, beim Thema Nachhaltigkeit immer wieder neue Höhen zu erreichen. Unsere Cewe Markenprodukte zum Beispiel produzieren wir nachweislich vollkommen klimaneutral, und das ohne Mehrkosten für den Kunden."

Auch Roland Keppler, Vorsitzender der TUI fly Geschäftsführung, betonte die gemeinsamen Werte der beiden Marken: „Mit Cewe als europäischem Marktführer im Bereich Foto-Dienstleistungen haben wir einen Partner gefunden, der perfekt zu uns passt. Reisen und Fotografieren gehören einfach zusammen. Ich freue mich sehr, dass wir die langjährige Kooperation mit dem neuen Cewe Flieger fortsetzen. Beide Marken profitieren von dem positiven Imagetransfer."

Zur TUI fly Flotte gehören mehr als 41 Flugzeuge des Typs Boeing 737-800 und 737-700, darunter sechs Urlaubsflieger in Sonderlackierungen. Der aktuelle Flugplan dieser Maschinen ist im Internet unter unter www.tuifly.com/theme/show zu finden.

### Oldenburger Schüler bei Cewe

Bereits zum 19. Mal war Cewe Gastgeber des Unternehmensplanspiels Management Information Game (MIG), an dem 21 Schülerinnen und Schüler der Oldenburger Liebfrauenschule teilnahmen. Fünf Tage lang schlüpften sie in die Rolle von Vorständen konkurrierender Unternehmen, um im Rahmen einer computerbasierten Simulation spielerisch Management-Aufgaben zu bewältigen.

In diesem Jahr ging es um die Entwicklung einer Strategie zur Einführung von Funktionskleidung. Bevor die Schüler in drei Gruppen tätig wurden, führten Cewe-Manager aus den Bereichen Marketing, Forschung, Entwicklung und strategischer Einkauf die jungen Talente an grundlegende wirtschaftliche Zusammenhänge heran und machten sie auch mit dem Thema Aktien und Börse vertraut. Die Arbeitsergebnisse wurden zum Abschluss einer fachkundigen Jury präsentiert.

Cewe bietet Berufseinsteigern in seinen Betrieben zahlreiche Entwicklungsmöglichkeiten. Derzeit beschäftigt das Unternehmen 52 Auszubildende in verschiedenen Berufe; auch ein duales Bachelorstudium im Bereich Wirtschaftsinformatik wird von Cewe angeboten.

## Photo+Adventure auf der abf in Hannover

# Gelungene Premiere

*Die Bühne, auf der prominente Fotoprofis auftraten, war ein attraktiver Anziehungspunkt.*

„Das hat in Hannover gefehlt", war eine der häufigsten Rückmeldungen der Besucher des Photo+Adventure-Bereichs auf der abf, Messe für aktive Freizeit, in Hannover. Vom 3. bis 5. Februar gaben die eigentlich am Niederrhein beheimateten Veranstalter des Messe-Festivals für Fotografie, Reise und Outdoor im Landschaftspark Duisburg-Nord ein Gastspiel auf dem größten Messegelände der Welt – und sie hatten damit Erfolg.

Die abf sowie die gleichzeitig stattfindende Bau- und Gartenmesse B.I.G. verzeichneten rund 800 Aussteller und eine Gesamtzahl von von 92.500 Besuchern. Dies entspricht im Vergleich zu den Vorjahresveranstaltungen einem Plus von 2.200 Personen. Erstmalig wurde in die abf die Messe „Photo +Adventure" mit ihrem Konzept integriert, die Bereiche Fotografie, Urlaub und Outdoor zu bündeln und den Besuchern die Möglichkeit zu bieten, sich in Vorträgen, Workshops und Seminaren über das Fotografieren zu informieren sowie Foto-Ausrüstungen und Zubehör von führenden Herstellern zu kaufen. Unter den 15 Ausstellern aus dem Bereich Fotografie und Video waren bekannte Marken wie Sony, Rollei und Crumpler, Fachhändler aus dem Raum Hannover wie EnjoyYourCamera sowie der Workshop-Anbieter Fokuspokus.

Ein attraktiver Anziehungspunkt war auch das Vortragsprogramm auf der Bühne. Hier erklärten Fotoprofis wie Pavel Kaplun, Jürgen Rink, Jochen Kohl und Olav Brehmer beispielsweise, warum man auf die Automatik-Funktion der Kamera besser verzichten sollte, wie man mit Blitz, Stativ oder Filtern fotografiert und wie kreative Fotos entstehen.

*Besonders die Stände prominenter Austeller wie Sony zogen viele Besucher an.*

Zufrieden äußerten sich auch die abf-Verantwortlichen: „Photo+Adventure war eine Bereicherung der Reisehalle und kam bei den Besuchern ausgesprochen gut an", kommentierte abf Pressesprecher Lars Pennigsdorf. „Viele sind ganz gezielt gekommen, um sich bei den Profis zu informieren."

Das hohe Maß an Zufriedenheit auf allen Seiten dürfte Folgen haben: „Ohne der abschließenden Auswertung vorgreifen zu wollen, gehen wir Stand der Dinge davon aus, dass unser Auftritt auf der abf kein einmaliges Abenteuer war", erklärte Photo+Adventure-Geschäftsführerin Daniela Flühr. Nach derzeitigem Stand gehe man davon aus, mit der erfolgreichen Erstveranstaltung in Hannover den Grundstein für eine langfristige Kooperation gelegt zu haben.

Die nächste abf findet vom 31. Januar bis 4. Februar 2018 statt. Entwickelt sich alles wie erwartet, öffnet die Photo+Adventure dann wieder vom 2. bis 4. Februar als Messe in der Messe ihre Pforten. Vor dem nächsten Gastspiel steht nun aber erst einmal das Heimspiel an: Am 10. und 11. Juni findet die nächste Photo+Adventure wieder vor der faszinierenden Industriekulisse des stillgelegten Hüttenwerks im Landschaftspark Duisburg-Nord statt.

PHOTO FORST Studio

**Nachfolger gesucht!**

für unser Fotostudio mit Bilderrahmengalerie und Handel. Das Geschäft/Studio ist 130 qm gross. Hat eine sehr günstige Miete. Das Geschäft befindet sich in einer 1A Lage

**Tel.: 0152 – 01895156**
**photoforst.ahrensburg@gmail.com**

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

**Ankauf – Verkauf**
gebrauchter Fotogeräte, Minilabs und Laborgeräte.
**Fotoservice Jungkunz**
Tel. 0 89/6 51 99 75, Fax 6 51 99 81,

**Suche gebrauchte Minilabs.**
T: 0048 604 283868 • MAIL: LOWIM@wp.pl

**Fotogeschäft im Landkreis Rosenheim aus gesundheitlichen Gründen zu verkaufen**
Immobilien Dipl. Kfm. B. Wächter
Tel: 089-648 614 • www.firmenverkauf.de

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

DeuZert
Deutsche Zertifizierung
DIN EN ISO 9001:2008

GEISSLER®

Herbert Geissler GmbH
72770 Reutlingen-Gönningen
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
BRAUN PHOTO TECHNIK
Canon
CPS. Canon Professional Services
Metz
Panasonic Service-Center Reutlingen
Pioneer
reflecta
SAMSUNG Cameras
SONY Authorized Service Center
TAMRON
TOSHIBA

**Anzeigenschluss für Kleinanzeigen im imaging+foto-contact 4/2017 ist der 16. März 2017.**

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

## Inserenten-Verzeichnis

Business Forum Imaging Cologne 2017 ..... 2. U.–5
C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH ... 6
walther ..... 11
Personal- und Kleinanzeigen ..... 3. U.
Olympus ..... 4. 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

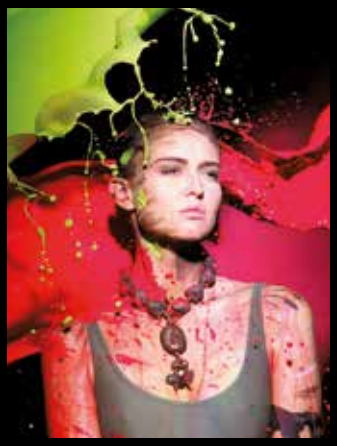
OLYMPUS

OM-D

REDUCED TO PERFECTION

# IN JEDER HINSICHT PERFEKT!

## PHOTOKINA HIGHLIGHT OM-D E-M1 MARK II: GESCHWINDIGKEIT UND MOBILITÄT IM FOKUS



„Mit dieser robusten und spritzwassergeschützten Kamera macht Fotografie so richtig Spaß“, kommentiert Profifotograf Ralph Man sein Shooting vor Publikum auf der photokina und ermuntert die Zuschauer: „Sie können gern mitmachen und wir schauen hinterher, welche Kamera schneller war.“ Er kann sich dabei sehr sicher sein, denn die neue OM-D E-M1 Mark II ist eine der schnellsten in ihrer Klasse. Bis zu 18 fps im C-AF Modus und sogar 60 fps im S-AF Modus sind einfach unschlagbar – und das in RAW-Auflösung. Dazu kommen ein High-Speed-Autofokussystem mit 121 Kreuzsensoren und AF-Phasenerkennung. Der Pro-Capture-Modus ermöglicht bereits 14 Bilder vor der eigentlichen Aufnahme. Für die herausragende Bildqualität sorgen der neue TruePic VIII Bildprozessor, ein 20-Megapixel-Live-MOS-Sensor, die leistungsstärkste 5-Achsen-Bildstabilisation und hervorragende, ebenso robuste M.ZUIKO DIGITAL PRO Objektive.

Dass Fotografieren mit der OM-D Spaß macht, haben bereits Hunderttausende auf den Photography beziehungsweise Perspective Playgrounds, zuletzt in Köln, erfahren. Über 20.000 Besucher begaben sich während des OLYMPUS Perspective Playgrounds in Köln auf eine fotografische Entdeckungsreise mit OLYMPUS OM-D und PEN Kameras. Neu am Ausstellungskonzept war die Erweiterung des Spektrums auf die gesamte Breite der optischen Produkte von OLYMPUS. Durch die Einbeziehung von Medical Systems und Scientific Solutions traf Kunst nicht nur auf Fotografie, sondern auch auf Wissenschaft. Verschiedene Installationen luden den Besucher ein, faszinierende Details durch das Auge eines OLYMPUS Mikroskops oder Endoskops zu entdecken.

### OM-D E-M1 Mark II – die HIGHLIGHTS:

1. High-Speed-Performance und neues AF-System
2. Absolut mobil und zuverlässig
3. Hervorragende Bildqualität

Weitere Informationen: www.olympus.de I #omdrevolution