

imaging+foto ³ 2019

contact

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

Verkaufsstart im März Die Lumix S Vollformat-Kameras



Das starke Doppel

Wachstum im Weihnachtsgeschäft 2018 Eine Million instax Kameras

Der Absatz von instax Sofortbild-Produkten in Deutschland ist im Weihnachtsgeschäft 2018 gegenüber dem Vorjahr um 40 Prozent gewachsen. Das gab Fujifilm in einer Pressemitteilung bekannt. S. 18

Canon kündigt EOS RP an Die Kleine mit Format

Canon hat mit der EOS RP bei den Vollformatkameras jetzt nachgelegt: Sie ist klein, leicht und praktisch, stellt besonders schnell scharf und ist wie die EOS R per Adapter auch mit EF und EF-S-Objektiven kompatibel. S. 20

Drei Fachhändler schließen sich zusammen Start für die Fotoprofi GmbH

Die unabhängigen Fotofachgeschäfte fotofrenzel, Ulm, FotoMarkt-Video, Tübingen, und Hobby Foto Andreas Raether, Ludwigsburg, haben sich zusammengeschlossen. Ab sofort firmieren sie unter dem Namen Fotoprofi GmbH. S. 28

1. Tag, Mittwoch, 6. März 2019



Dr. Ralf Wieting, Leiter Applikationsentwicklung, Cewe



Smart Solutions fürs Bildergeschäft

Während so viel fotografiert wird wie nie zu vor, fällt es vielen Konsumenten schwer, ihre wertvollen Aufnahmen in der Bilderflut wiederzufinden, um ihre Erinnerungen in hochwertigen Bildprodukten festzuhalten. Cewe nutzt darum innovative Technologien wie Künstliche Intelligenz und Sprachsteuerung, um die Auswahl der wichtigen Bilder zu erleichtern und die Gestaltung von Fotoprodukten einfach zu machen, ohne die individuellen Gestaltungsmöglichkeiten zu begrenzen.



David Montanya, European Product Manager, Mobile Communications, LG Electronics



Smartphones für nie gesehene Bilder

Mit seinen neuen Smartphones will LG Electronics die Smartphone-Fotografie auf ein neues Niveau bringen. Tatsächlich nutzt das Unternehmen hochwertige Optiken, hohe Rechenleistung und Künstliche Intelligenz (KI), um nicht nur eine hervorragende Bildqualität zu erzielen, sondern auch innovative Funktionen zu ermöglichen, die ein neues, bisher nicht gesehenes Benutzererlebnis schaffen. David Montanya wird die spannenden Technologien erläutern, die LG in das mobile Gerät implementiert hat, sowie den Marketinghintergrund des Produkts und die zukünftigen Perspektiven von AI und der ThinQ-Plattform von LG für mobile Bildverarbeitungsanwendungen erläutern.



Anna Dickson, Visual Lead, Image Search, Google



Tischgespräch

Anna Dickson diskutiert mit Hans Hartman, Gründer der Visual 1st Konferenz in San Francisco und bekannt durch seine Show & Tell Sessions auf dem Business Forum Imaging Cologne, und Thomas Blömer, Verleger von INTERNATIONAL CONTACT und Organisator des Kongresses, über die Bedeutung von Bildern in der digitalen Kommunikation. Dabei geht es auch um die Herausforderung, die richtigen Lösungen zu entwickeln, um die passenden visuellen Inhalte für die gewünschte Anwendung zu finden und zu beschaffen.



Manfred Rau, Leiter Marketing, Fujifilm Imaging Products und Solutions und Fujifilm Imaging Systems



Jedes Bild ist es wert, gedruckt zu werden

Milliarden von Fotos schlummern – oftmals ungesehen – in den Speichern von Mobilgeräten, auf Festplatten oder in Cloud-Alben und sozialen Netzwerken. Zu echten Erinnerungen werden sie allerdings erst, wenn sie gedruckt und in attraktive Bildprodukte verwandelt werden. Mit dem Inspire Printing und Print Life Konzept will Fujifilm die Konsumenten motivieren, sich mit ihren Fotos auszudrücken und zu erkennen, dass nicht nur Profis, sondern praktisch alle Menschen Bilder machen können, die es wert sind, gedruckt zu werden.



Hans Hartman, Chair Visual 1st



Podiumsdiskussion: Neue Wege zum Umsatz mit der Foto- und Videoflut

Teilnehmer: Ziv Gillat, Vice President, Strategic Partnerships & Mobile, Athenthech, Sofi Shvets, CEO & Co-Founder of Let's Enhance.io, Philipp Mühlbauer, Co-Founder & Managing Director, Picanova, Qian Lin, Distinguished Technologist, HP
Fotos und Videos sind durch Smartphones und soziale Medien zum universalen Kommunikationsmittel geworden. Das führt zu einer Flut von Bildern und Videos, die allerdings allzu häufig im sprichwörtlichen digitalen Schuhkarton landen. In dieser Runde sprechen innovative Unternehmer darüber, wie man Menschen motivieren kann, ihre visuellen Inhalte nicht zu vergessen, sondern zu nutzen. Dabei geht es um Lösungen, die von der Aufnahme über das Verbessern und Organisieren bis zum Zeigen und Teilen von Fotos und Videos reichen – und darum, wie man damit Geld verdient.

emen



Christina Teng, Senior Product Manager, Future Solutions, Kodak Moments



So findet Künstliche Intelligenz den Kodak Moment

Das wichtigste Ziel von Kodak Moments besteht darin, es den Konsumenten einfach zu machen, ihre Erinnerungen neu zu erleben. Die Kunden können einfach und schnell von ihren Mobilgeräten aus attraktive Bildprodukte bestellen und im Geschäft sofort mitnehmen. Dabei setzt das Unternehmen seine eigene Moments Finder Technologie ein und nutzt Künstliche Intelligenz, damit die Kunden ohne Aufwand ihre wichtigsten Bilder finden können, um Fotobücher zu gestalten. Dahinter stehen die berühmten Worte George Eastmans: Sie drücken den Knopf, wir erledigen den Rest.



Thorsten Tourbier, Leiter Marketing, allcop



Fotoprodukte direkt aus WhatsApp bestellen

Gemeinsam mit der Drogeriemarktkette dm hat allcop Ende 2018 das erste Bildprodukt auf den Markt gebracht, das die Kunden direkt aus WhatsApp heraus bestellen können. Dafür setzt das Unternehmen auch neue Instrumente wie den smarten ChatBot Zoé zur Kundenansprache ein. Thorsten Tourbier stellt die strategischen Hintergründe dieses innovativen Bildprodukts dar, berichtet über die Herausforderungen, die bewältigt werden mussten, und gibt einen ersten Einblick in die Reaktionen der (jungen) Zielgruppe.



Markus Kick, Strategic Insights, Consumer Electronics & Photo Market, GfK



Von Nachfrageflauten, Wachstumssegmenten und ungesehenen Möglichkeiten

Die Nachfrage nach Kameras ist in den letzten Jahren zwar zurückgegangen, trotzdem gibt es auch in diesem Markt noch Wachstumssegmente, mit denen der Fachhandel eine hohe Wertschöpfung erzielen kann. Zudem haben Smartphones zwar Teile des Kameramarktes kannibalisiert, aber ihrerseits auch neue Chancen geschaffen, mit Bildprodukten und Zubehörartikeln Umsatz zu generieren. Markus Kick zeigt, welche Produkte besonders gut bei den Konsumenten ankommen und welche nicht, und er erklärt, wie Trendprodukte dazu beitragen können, Smartphone-Fotografen in Kamerakäufer zu verwandeln.

2. Tag, Donnerstag, 7. März 2019



David Gross, Digital Sales & Experience Senior Director, ITCG, Canon Europe



Digitale Transformation – die nächste Phase

Die digitale Transformation war und ist seit Jahren eine anspruchsvolle Aufgabe für die Imaging-Industrie. Im Rückblick auf die letzten fünf Jahre wird David Gross die Herausforderungen und wichtigsten Lehren aus den bisherigen Prozessen sowie die Vorteile darstellen, die sich für Canon Europe bisher ergeben haben. Er wird auch einen Ausblick auf die nächsten fünf Jahre geben und erläutern, welche Themen für Hersteller, Händler und Dienstleister wichtig werden.

2. Tag, Donnerstag, 7. März 2019



Prof. Dr. Rudolf Aunkofer, Direktor iSCM-Institut, Hochschule für angewandtes Management, Ismaning



Der vernetzte Konsument

Das Institut für Information & Supply Chain Management (iSCM) wurde in Kooperation mit dem Stiftungslehrstuhl des GfK Vereins gegründet, um Forschungsvorhaben zu handelsnahen Feldern zu stärken. Prof. Dr. Aunkofer spricht darüber, wie sich Konsumenten heute über Produkte und Dienstleistungen informieren, welche Rolle soziale Medien dabei spielen und welche Innovationen aus dem Bereich Retail 4.0 tatsächlich bei den Kunden ankommen. Dabei geht es auch darum, nach welchen Kriterien am Ende die Kaufentscheidungen getroffen werden.



Marc Mombauer, PR Manager, loadbee



Die besten Produktinformationen im stationären Handel und Online

Besonders beim Kauf hochwertiger Produkte wollen Endkunden vom Verkaufspersonal kompetent beraten und informiert werden – gerne auch multimedial. Dafür stellen viele Hersteller dem Handel umfassendes Material vom Datenblatt bis zum Videofilm zur Verfügung. Mit einer speziell entwickelten IT-Plattform bringt loadbee diese Inhalte in Echtzeit nicht nur in die Online-Shops der Händler, sondern auch an den stationären PoS. Marc Mombauer zeigt, wie loadbee eine konsistente Produktkommunikation für Kunden und Verkaufspersonal ermöglicht und welche Effekte damit in der Praxis beim Verkauf erzielt werden können.



Hans Hartman, Chair Visual 1st



Podiumsdiskussion: Neue Wege zum Umsatz mit gedruckten Fotoprodukten

In dieser Runde diskutiert Hans Hartman, Chair of Visual 1st, Möglichkeiten für innovative Fotodruck-Geschäftsmodelle, um die digitale Bilderflut mit innovativen B2C- und B2B-Lösungen in Umsatz zu verwandeln. Erfahren Sie, wie Führungskräfte von Cloudprinter.com, Jondo Europe, Mediaclip und PastBook die Zukunft des Fotodruckgeschäfts sehen und wie sie die unzähligen Smartphone-Schnappschüsse für hochwertigen Fotodruck mit erstklassigen Kundenerlebnissen nutzen wollen.



Sophie Spethmann und Philippe Frères, Managing Partner, LiSA Retail Innovation



Live Video Commerce mit LiSA – die neue Ära des No-Line-Shoppings

Live Video entwickelt sich rasant zu einem direkten Verkaufskanal im E-Commerce, ist aber auch eine Option für den stationären Einzelhandel, um die Kundenbindung zu stärken, z. B. durch eine 1-zu-1 Live Video Beratung aus dem stationären Geschäft oder Showroom, oder auch in einer Live Shopping Sendung. Das Start-up LiSA Retail Innovation aus Düsseldorf entwickelt Lösungen, die es Einzelhändlern und Marken möglich machen, ihre Kunden online per Live Video zu beraten und zu begeistern.



André Hunziker, Gründer und CEO, PNA International



Mehr Umsatz und mehr Freiheit durch Digitalisierung

Die Digitalisierung ist in aller Munde – in den meisten Unternehmen wird fleißig an mehr oder leider oft auch an viel weniger erfolgreichen Konzepten gearbeitet. Als Spezialisten für automatisierte Online-Marketing- und Vertriebssysteme kennen André Hunziker und sein Team bei PNA International nicht nur erfolgreiche Maßnahmen, sondern auch die häufigsten Fehler, die bei der Digitalisierung in vielen Unternehmen gemacht werden. Und sie wissen, wie aktive Unternehmer ihre digitalen Investitionen durch staatliche Fördermittel teilweise oder sogar ganz finanzieren können.

Mittwoch, 6. März 2019

8:30 – 9:30	Registrierung geöffnet / Kaffeepause / Sponsorenpräsentation
9:30 – 9:45	Begrüßung
9:45 – 10:30	Dr. Ralf Wieting , Leiter Applikationsentwicklung, Cewe Smart Solutions fürs Bildergeschäft
10:30 – 11:15	David Montanya , European Product Manager, Mobile Communications, LG Electronics – Smartphones für nie gesehene Bilder
11:15 – 11:45	Kaffeepause / Sponsorenpräsentation
11:45 – 12:30	Tischgespräch mit Anna Dickson , Visual Lead, Image Search, Google
12:30 – 13:15	Manfred Rau , Leiter Marketing, Fujifilm Imaging Products und Solutions und Fujifilm Imaging Systems – Jedes Bild ist es wert, gedruckt zu werden
13:15 – 14:15	Mittagspause / Sponsorenpräsentation
14:15 – 15:00	Podiumsdiskussion: Neue Wege zum Umsatz mit der Foto- und Videoflut Moderator: Hans Hartman, Chair Visual 1st Teilnehmer: Ziv Gillat, Vice President, Strategic Partnerships & Mobile, Athentech, Sofi Shvets, CEO & Co-Founder of Let's Enhance.io, Philipp Mühlbauer, Co-Founder & Managing Director, Picanova, Qian Lin, Distinguished Technologist, HP
15:00 – 15:45	Christina Teng , Senior Product Manager, Future Solutions, Kodak Moments So findet Künstliche Intelligenz den Kodak Moment
15:45 – 16:15	Kaffeepause / Sponsorenpräsentation
16:15 – 17:00	Thorsten Tourbier , Leiter Marketing, allcop Fotoprodukte direkt aus WhatsApp bestellen
17:00 – 17:45	Markus Kick , Strategic Insights, Consumer Electronics & Photo Market, GfK Von Nachfrageflauten, Wachstumssegmenten und ungesesehenen Möglichkeiten
18:30 – 24:00	Abendveranstaltung

Donnerstag, 7. März 2019

8:30 – 9:30	Registrierung geöffnet / Kaffeepause / Sponsorenpräsentation
9:30 – 9:35	Begrüßung
9:35 – 10:15	David Gross , Digital Sales & Experience Senior Director, ITCG, Canon Europe Digitale Transformation – die nächste Phase
10:15 – 11:00	Prof. Dr. Rudolf Aunkofer , Direktor ISCM-Institut, Hochschule für angewandtes Management, Ismaning – Der vernetzte Konsument
11:00 – 11:30	Kaffeepause / Sponsorenpräsentation
11:30 – 12:15	Marc Mombauer , PR Manager, loadbee Die besten Produktinformationen im stationären Handel und Online
12:15 – 13:00	Podiumsdiskussion: Neue Wege zum Umsatz mit gedruckten Fotoprodukten Moderator: Hans Hartman, Chair Visual 1st
13:00 – 14:00	Mittagspause / Sponsorenpräsentation
14:00 – 14:45	Sophie Spethmann und Philippe Frères , Managing Partner, LiSA Retail Innovation Live Video Commerce mit LiSA – die neue Ära des No-Line-Shoppings
14:45 – 15:30	André Hunziker , Gründer und CEO, PNA International Mehr Umsatz und mehr Freiheit durch Digitalisierung
15:30 – 15:45	Schlusswort und Ausblick
15:45 – 16:30	Kaffee in der Lobby / Sponsorenpräsentation

Gold-Sponsoren

Canon

Cewe

Fachhandelspartner

europafoto

RINGFOTO
International

Konferenz Partner

VISUAL1ST

Silber-Sponsoren

allcop
Frankfurt Services

di support

FUJIFILM

Kodak
Moments

loadbee.com

mediaclip

MITSUBISHI
ELECTRIC
Changes for the Better

PELEMAN

TIS
TIS-Service-GmbH

Panel Sponsoren

Cloudprinter

hp

JONDO

Let's Enhance
.io

mediaclip

PastBook

Perfectly Clear

Picanova

Täglich frisch:

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

The image displays two overlapping screenshots of the 'imaging foto contact' website. The top screenshot shows the main news page with a sidebar on the left containing navigation links like 'News', 'Termine', 'Newsletter', and 'Aktuelle Ausgabe'. The main content area features several news items, including 'Nikon School' and 'Panasonic kündigt weitere Funktionen für die Lumix S-Serie an'. A 'Jetzt anmelden' button is visible at the top. The bottom screenshot shows a detailed view of a news article about Nikon's 'Nikon School' program, with images of cameras and lenses. On the right side of the bottom screenshot, a newsletter sign-up form is visible, titled 'Sollten Sie einen kostenlosen Newsletter "imaging + foto-contact.de" abonnieren?'. The form includes fields for 'Name', 'E-Mail', 'PLZ', and 'Ort', and a checkbox for 'Ich würde gerne den kostenlosen Newsletter "imaging + foto-contact.de" abonnieren!'. Below the form, there is a note: '* diese Felder müssen ausgefüllt werden!'

Jetzt kostenlosen Newsletter abonnieren!
newsletter@worldofphoto.de

Von Premium-Kameras kann die Branche nicht mehr lange leben

Der Segen liegt im Service

Was die Hardware betrifft, ist der Fotomarkt in den letzten Jahren praktisch in zwei Teile zerfallen: zum einen die Smartphone-Fotografen, die man selten im Fachhandel sieht, und zum anderen die Enthusiasten, die man ebenfalls selten im Fachhandel sieht. Denn eine Kameraausrüstung für ein paar tausend Euro kauft man bekanntlich nicht jeden Monat, und andere Produkte gibt es ja kaum noch. Daraus ergibt sich eine einfache Schlussfolgerung: Für das Überleben unserer Branche braucht man das Bildergeschäft, so schön die Wertschöpfung mit den Premiumkameras für den Fachhandel derzeit auch ist.



Thomas Blömer, Verleger

Leider haben viele Fotohändler die gute alte Bildertheke in den Hochzeiten des Digitalkamera-Booms zwar nicht in den Ruhestand geschickt, aber sozusagen aufs Abstellgleis geschoben. Denn in einer Zeit, in der sich die Kameras praktisch von selber verkauften, hielten es viele für verschwendete Zeit, den Kunden zu erklären, wie sie an

gedruckte Bilder kommen oder ein Fotobuch gestalten konnten. Das hat jetzt, wo der Markt nach Stückzahlen stark zurückgegangen ist, unerfreuliche Konsequenzen: Viele Konsumenten haben sich – wenn sie überhaupt haptische Bildprodukte haben möchten – an das Internet als Bestellweg gewöhnt, und sie sehen den Fachhandel für dieses Segment nicht mehr als kompetenten Lieferanten an.

Das ist doppelt schade, denn es gibt gute Nachrichten aus dem Bildermarkt: Hier zeigt sich die Branche weitaus innovativer als im Kamerageschäft, und Bilddienstleister sprechen gerade die Smartphone-Fotografen gezielt an. Ob Markenartikler wie Cewe, Fujifilm oder Kodak oder OEM-Lieferanten wie di support, Mitsubishi oder Silverlab – sie alle haben gerade diese Zielgruppe im Visier. Zu Recht: Denn gerade junge Smartphone-Fotografen entdecken Fotos und Bildprodukte neu, und die Smartphone-Kameras sind inzwischen

so gut, dass man von den Aufnahmen nicht nur kleine Prints, sondern große Fotobücher und sogar Wanddekorationen drucken kann. Und dabei gibt es immer wieder echte Innovationen. So nutzt z. B. Cewe künstliche Intelligenz, um den Kunden den Weg von der Bilderflut zum fertigen Bildprodukt einfach zu machen. Und Allcop hat gemeinsam mit dm das erste Foto-produkt entwickelt, das man direkt aus WhatsApp heraus bestellen kann.

Es ist eine Binsenweisheit, dass Innovationen die Nachfrage beleben, und der Bildermarkt ist ein Beweis, dass das stimmt. Denn während die Nachfrage nach Kameras weiter zurückgeht, bestellen immer mehr Kunden Bilder und Fotoprodukte am Kiosk, im Internet und manchmal sogar im Fachhandel. Beim letztgenannten Vertriebsweg wäre allerdings mit Sicherheit noch mehr drin, schon allein deshalb, weil der Appetit bekanntlich beim Essen kommt. Und ein stationäres Fachgeschäft ist der einzige Platz, wo man Bildprodukte in voller Lebensgröße und zum Anfassen zeigen und demonstrieren kann. Im besten Falle steht da sogar noch ein Mensch daneben, der den Kunden zeigt, wie schnell und einfach man sie bestellt. Eins sollte die Entwicklung auf dem Kameramarkt uns gelehrt haben: Niemand wird davon leben können, dass eine kleine Gruppe von Enthusiasten alle paar Jahre in einem Fotogeschäft auftaucht, um sich eine teure Kamera oder ein hochwertiges Objektiv zu kaufen. Ohne das Bilder- und Dienstleistungsgeschäft wird der Fachhandel kaum überleben können.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Panasonic bringt die Lumix S Vollformat-Modelle im März
Das starke Doppel 11

Editorial

Von Premium-Kameras kann die Branche nicht mehr lange leben
Der Segen liegt im Service 7

Wichtiges aus foto-contact.de 10, 17, 29

Unternehmen

Zweistelliges Wachstum im Weihnachtsgeschäft 2018
Eine Million instax Kameras 18

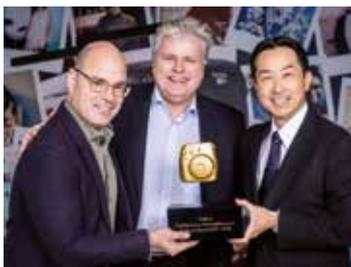
Vitec Imaging Solutions übernimmt Syrp
Mehr Video-Zubehör 26

Neuheiten 27, 30

Kompaktkameras Lumix TZ96 und FZ 1000 II
Zum Zoomen 14

walther design auf der Händler-Roadshow
von europafoto und Ringfoto
Breites Sortiment für jeden Anlass 16

Wachstum im Weihnachtsgeschäft 2018 Eine Million instax Kameras



Von rechts: Ryuichi Matoba, Bernd Gansohr & Stephan Althoff

Der Absatz von instax Sofortbild-Produkten in Deutschland ist im Weihnachtsgeschäft 2018 gegenüber dem Vorjahr um 40 Prozent gewachsen. Das gab Fujifilm in einer Pressemitteilung bekannt. Dabei wurde eine prominente

Schallmauer durchbrochen: Seit der Wiedereinführung von instax im Jahr 2009 wurden in Deutschland mehr als eine Million dieser Sofotbildkameras verkauft. Seite 18

UNTERNEHMEN

Panasonic bringt die Lumix S Vollformat-Modelle im März Das starke Doppel



Spannend hat Panasonic es mit der Einführung seiner neuen Vollformat-Systemkameras ja gemacht. Nach der Ankündigung des Konzepts, des L-Bajonetts und einiger Eckdaten auf der photokina gab es auf der CES ein paar weitere Informationen, bevor Anfang Februar das „Gesamtkunstwerk“ präsentiert wurde. Seitdem wissen wir: Beide Modelle haben es in sich. Seite 11

Kompaktkameras Lumix TZ96 und FZ 1000 II Zum Zoomen



Mit zwei neuen Kompaktkameras will Panasonic vor allem Zoom-Freunde ansprechen: Die Lumix FZ1000 II richtet sich mit ihrem 20 MP 1 Zoll-CMOS-Sensor, dem 16x-Zoom Leica DC Vario-Elmar 2,8-4,0 (25-400mm) Zoom-Objektiv, 5-Achsen-Bildstabilisierung und zahlreichen Foto- und Video-Funktionen an Kenner, die Lumix TZ 96 zeigt sich als typischen Mitglied der TZ Familie mit viel Zoom im kompakten Gehäuse. Seite 14

walther design auf der Händler-Roadshow Breites Sortiment für jeden Anlass

Die von europafoto und Ringfoto gemeinsam im März veranstaltete Händler-Roadshow findet am 11. in Hildesheim (Novotel Hildesheim), am 12. in Nümbrecht (Park-Hotel Nümbrecht), am 13. in Sinsheim (Hotel Sinsheim SVM) und am 14. in Fürth (Excelsior Hotel) statt. Auch der Nettetaler Alben- und Rahmenspezialist walther design ist mit neuen Alben und Rahmen, die im Frühjahr auf den Markt vertreten. Seite 16



Canon EOS RP mit Vollformatsensor Die Kleine mit Format



Nach dem Einstieg in die spiegellose Vollformatklasse mit der EOS R auf der photokina hat Canon jetzt nachgelegt: Die neue EOS RP ist klein, leicht und praktisch, stellt besonders schnell scharf und ist wie die EOS R nicht nur mit den RF-Objektiven, sondern per Adapter auch mit EF und EF-S Modellen von Canon kompatibel. Das kompakte Kraftpaket gibt es ab Ende Februar für 1.499 Euro (UVP Gehäuse inkl. Adapter EF-EOS R). Seite 20

ZUM TITELBILD

NEUHEITEN

Vitec Imaging Solutions übernimmt Syrp Mehr Video-Zubehör



Vitec Imaging Solutions hat den neuseeländischen Zubehörhersteller Syrp übernommen. Das 2012 von zwei passionierten Videofilmmern gegründete Unternehmen ist besonders mit der Fertigung von motorisierten Kamera-Slidern und Motion-Control-Geräten sowie entsprechenden Software-Lösungen erfolgreich. **Seite 26**

Neue Firmware für Nikon Z 6 und Z 7 Noch mehr Leistung



Nikon will seine spiegellosen Vollformatkameras Z 7 und Z 6 mit neuer Firmware aufrüsten. Durch ein für Mai 2019 geplantes Update sollen sie neue Funktionen wie Autofokus mit Augenerkennung sowie RAW-Videoausgabe erhalten und CFexpress-Speicherkarten unterstützen. Auch die AF-/AE-Funktionen der Kameras werden verbessert. **Seite 22**

Neue kompakte Systemkamera Fujifilm X-T30 So gut wie eine Große

Mit der X-T30 will Fujifilm neue Maßstäbe für kompakte Systemkameras setzen. Durch die Kombination eines 26,1 Megapixel X-Trans CMOS 4 APS-C-Sensor mit dem X-Processor 4 bietet das neue Modell nicht nur zahlreiche Foto- und Video-Funktionen, sondern soll laut Hersteller auch eine Bildqualität auf dem Niveau der Flaggschiff-Kamera X-T3 erreichen. Dabei wiegt die X-T30 bei Abmessungen von 118,4 x 82,8 x 46,8 mm nur 383 Gramm. **Seite 23**



Drei Fachhändler schließen sich zusammen Start für die Fotoprofi GmbH



Die bisher unabhängigen Fotofachgeschäfte fotofrenzel, Ulm, Foto-Markt-Video, Tübingen, und Hobby Foto Andreas Raether, Ludwigsburg, haben sich zusammengeschlossen. Ab sofort firmieren sie als gemeinsames Unternehmen unter dem Namen Fotoprofi GmbH. Im Laufe dieses Jahres soll auch Photo Planet, Stuttgart, in die neue Firma integriert werden, um in den Metropolregionen Baden-Württembergs einen zukunftsorientierten, leistungsstarken Fotofachhandel mit kompetenten Mitarbeitern und einer breiten Auswahl an Kameras, Foto-Produkten und Bilddienstleistungen zu etablieren. **Seite 28**

UNTERNEHMEN

Canon kündigt EOS RP mit Vollformatsensor an
Die Kleine mit Format **20**

Neue Firmware für Nikon Z 6 und Z 7
Noch mehr Leistung **22**

Die neue kompakte Systemkamera
Fujifilm X-T30
So gut wie eine Große **23**

Handel

Drei Fachhändler schließen sich zusammen
Start für die Fotoprofi GmbH **28**

Impressum **31**

Klein-
und Personalanzeigen **31**

NEUHEITEN

Immer aktuell:



HANDEL

Walser als Distributor 2018 ausgezeichnet



Am 30. Januar wurde die Walser GmbH & Co. KG von Samyang als Distributor des Jahres 2018 ausgezeichnet. Eine vier-

köpfige Delegation des Herstellers von Foto- und Videoobjektiven aus Seoul besuchte Walser am neuen Standort Gersthofen.

Walser hat ab 2018 die alleinige Distribution von Foto- und Videoobjektiven der Marke Samyang sowie von Cine-Objektiven der Untermarke Xeen für Deutschland und Österreich übernommen. Die beiden Unternehmen arbeiten jedoch schon weit länger erfolgreich zusammen.

Vanguard mit neuem Vertriebs- und Marketingleiter

Tim Vogel ist neuer Vertriebs- und Marketingleiter bei Vanguard Deutschland. In seiner Funktion als Director Sales & Marketing berichtet Vogel direkt an



Tim Vogel

Firmeninhaberin Anne Lee. Nach Jahren in der CE- und Fotobranche, unter anderem für Sony, war er zuletzt als Vertriebsleiter für einen CE-Distributor tätig.

DGH verstärkt Außendienst



Kai Stieber

Seit 1. Februar 2019 verstärkt Kai Stieber als Gebietsverkaufsleiter das Außendienst Team bei DGH. Die Zuständigkeiten werden geografisch neu eingeteilt und sollen das Konzept

der persönlichen Betreuung des Fachhandels bei DGH konsequent fortsetzen. Stieber verstärkt die drei bisherigen

Ceconomy mit neuer Führung



Jörn Werner und Karin Sonnenmoser komplettieren ab 1. März 2019 den Vorstand der Ceconomy AG.

Der Aufsichtsrat der Ceconomy AG hat die Neubesetzung der Positionen des Vorstandsvorsitzenden (CEO) und des Finanzvorstands (CFO) bekanntgegeben. Als Nachfolger von Pieter Haas, der das Unternehmen im Oktober 2018 verlassen hatte, hat Jörn Werner die Führung des Unternehmens am 1. März übernommen. Der 57-jährige stand von 2015 bis Mai 2018 als CEO an der Spitze der Werkstattkette A.T.U. Auto-Teile-Unger Handels GmbH & Co. KG und übernahm

anschließend den Aufsichtsratsvorsitz. Davor verantwortete er als CEO die strategische Neuausrichtung der Elektronik-Handelskette Conrad Electronic SE.

Karin Sonnenmoser (49), die ihre berufliche Laufbahn im VW Konzern startete und zuletzt für Finanzen und Beschaffung beim börsennotierten österreichischen Leuchtenhersteller Zumtobel Group AG verantwortlich war, übernimmt das Amt des CFO ebenfalls am 1. März. Sie folgt in dieser Funktion Dr. Bernhard Düttmann, der die Position vorübergehend nach dem Ausscheiden von Marke Frese zum Jahreswechsel übernommen hatte und spätestens am 1. April in den Aufsichtsrat zurückkehren soll. Dann besteht der Ceconomy-Vorstand aus Jörn Werner (CEO), Karin Sonnenmoser (CFO) und Dr. Dieter Haag Molkenteller (CLCO).

Gebietsverkaufsleiter Matthias Fugmann, Sven Assmann und Holger Bader. „Unsere Sortimente erweitern sich ständig und damit auch die Themen unserer Außendienstkollegen“, erklärte Walter Dürr, Vertriebsleiter DGH. „Damit die Qualität des persönlichen Kontakts zum Fachhandel nicht leidet, verteilen wir die Aufgaben nun auf acht Schultern statt auf sechs.“

Seit 34 Jahren in der Fotobranche tätig war Stieber zuletzt bei Walser in Gersthofen als Key Account Manager für Deutschland und die Schweiz bis Anfang 2019 tätig. Er verantwortete dabei unterschiedliche Sortimente wie Speicher, IT, Fotozubehör und Unterhaltungselektronik.

Stieber betreut ab sofort den südlichen Westen Deutschlands.

Neuer Country Head bei Sony Deutschland

Der bisherige Country Head von Sony Großbritannien & Irland, John Anderson, tritt ab dem 1. April 2019 die Nachfolge von Thomas Nedder bei Sony Deutschland an und berichtet an Rick Londema, Senior Vice President Sony Europe. Nedders zukünftige Position soll zu einem späteren Zeitpunkt bekanntgegeben werden.

Nedder ist seit Februar 2014 Country Head von Sony Deutschland und verantwortete zuvor als Vice President das Semiconductor und Electronic Solutions



John Anderson

(SES) Geschäft von Sony für die EMEA-Region. 2006 gründete er die Sony Optiarc Europe GmbH in München und leitete dort das Geschäft für optische Laufwerke und Speicherlösungen. Anderson verantwortet derzeit die Geschäfte von Sony in Großbritannien und Irland. Seit 1990 hat er bei Sony in verschiedenen Senior-Positionen im Marketing und Vertrieb auf Länderebene und für das europäische Headquarter gearbeitet. So war er zuvor Geschäftsführer von Sony Österreich, war als Vice President Customer Services Europe tätig und kennt das TV-Geschäft aus europäischer Perspektive durch seine Rolle als Vice President Home Entertainment und Sound, heißt es in einer Pressemitteilung.

Thilo Röhrig, derzeit Vertriebsdirektor bei Sony Deutschland, übernimmt ab April als Commercial Director CAV zusätzlich die Verantwortung für das Consumer Marketing und zeichnet damit für den gesamten Bereich Consumer CAV Sales und Marketing verantwortlich.



Panasonic bringt die Lumix S Vollformat-Modelle im März

Das starke Doppel

Spannend hat Panasonic es mit der Einführung seiner neuen Vollformat-Systemkameras ja gemacht. Nach der Ankündigung des Konzepts, des L-Bajonetts und einiger Eckdaten auf der photokina gab es auf der CES ein paar weitere Informationen, bevor Anfang Februar das „Gesamtkunstwerk“ präsentiert wurde. Seitdem wissen wir: Beide Modelle haben es in sich.

Der grundlegende Unterschied zwischen der Lumix S1 und der S1R ist die Auflösung, aus der sich ergibt, für welche Anwendungen und Einsätze

das jeweilige Modell am besten geeignet ist. So ist die Lumix S1 mit ihrem 24,2-Millionen-Pixel-CMOS-Sensor mit großem Dynamikbereich und hervor-

ragendem Signal-Rausch-Verhältnis vor allem auf Schnelligkeit und professionelle Video-Performance getrimmt. Standard-Empfindlichkeiten von bis zu ISO 51.200 versprechen auch bei schlechten Lichtverhältnissen brillante Bilderergebnisse.

Mit ihrem 47,3-Megapixel-CMOS-Vollformat-Sensor wartet die Lumix S1R mit der höchsten Auflösung unter den derzeitigen spiegellosen Vollformat-Kameras auf. Das ohnehin hohe Detailzeichnungsvermögen des Bildwändlers

Neuheiten

wird durch den Verzicht auf einen Tiefpassfilter nochmals erweitert, neue asphärische Mikrolinsen vor jedem Pixel verbessern die Lichterfassung. So werden auch bei wenig Licht und einem Arbeitsbereich von bis zu ISO 25.600 rauscharme Fotos möglich.

Wer noch mehr Auflösung braucht, kann bei beiden Modellen auf den High-Resolution-Modus zurückgreifen; er kombiniert Informationen aus acht Bildern, die mit minimal versetzten Sensorpositionen aufgenommen wurden, zu 96-Megapixel-Fotos (12.000 x 8.000) bei der S1 und bei der S1R sogar zu Bildern mit 187 Millionen Pixeln (16.736 x 11.168), die als RAW-Datei gespeichert werden. Bewegungsunschärpen im Motiv kann das System dabei unterdrücken.

Doppelte Bildstabilisierung

Das 5-achsige Body I.S. (Sensor-Shift)-System kompensiert bereits im Gehäuse die Auswirkungen von Verwacklungen und erlaubt so um bis zu 5,5 Zeiteinstufen längere Belichtungszeiten aus der Hand. In Kombination mit dem 2-achsigen O.I.S. (Optical Image Stabiliser) in den Objektiven der Lumix S Serie ergibt sich für das Dual I.S.-System ein Kompensationsgrad von sechs EV-Stufen – und zwar bei Foto- und Videoaufnahmen. Für die



Mit 5,76 Mio. Pixeln bietet der OLED-Echtzeitsucher nach Angaben von Panasonic die derzeit höchste Auflösung unter den elektronischen Suchern.

Messung der Kamerabewegungen werden dabei nicht nur die Informationen eines Gyrosensors, sondern zusätzlich auch die des CMOS-Sensors und eines Beschleunigungssensors genutzt. Eine Status-Anzeige mit einer grafischen Interpretation der Vibrationen soll dem Fotografen helfen, die Quellen möglicher Verwacklungen zu beseitigen.

Schnelle Schärfe

Die Kombination von Kontrasterkennung mit der DFD-Technologie von Panasonic macht das AF-System

der neuen Lumix S-Modelle schnell und präzise. Dabei kommunizieren der Venus Engine Bildprozessor, der CMOS-Sensor und die neuen Lumix S-Objektive mit Geschwindigkeiten von bis zu 480 B/s, um das Motiv in rekordverdächtigen 0,08 Sekunden scharfzustellen. Der Autofokus ist auch bei schlechten Lichtverhältnissen von bis zu -6 EV arbeitsfähig.

Bei der Schärfe-Nachführung setzt Panasonic künstliche Intelligenz ein, um das Verfolgen des Motivs sicherer und präziser zu machen. So kann das AF-System Menschen, Katzen, Hunde und Vögel unterscheiden und Bewegungsmuster vorwegnehmen, um das Motiv auch dann weiterzuverfolgen, wenn es sich von der Kamera abwendet. Bei Portraits unterstützen Gesichts-, Augen- und Pupillenerkennung die korrekte Fokussierung. Serienbilder nehmen die Lumix S1 und die S1R mit einer Geschwindigkeit von bis zu neun Bildern/s im AFS-Modus oder mit bis zu sechs Bildern/s mit Schärfenachführung auf. Im 6K-Foto-Modus sind Serien mit



Das Dual I.S.-System kann Verwacklungen um bis zu sechs EV-Stufen kompensieren – und zwar bei Foto- und Videoaufnahmen.

30 B/s mit einer Auflösung von 18-MP/JPEG möglich, im 4K-Foto-Modus Serienbilder mit 30 oder 60 B/s und 8MP/JPEG.

Gute Übersicht

Beide Lumix S-Modelle sind mit einem OLED-Echtzeitsucher ausgestattet, der mit 5,76 Mio. Pixeln nach Angaben von Panasonic die derzeit höchste Auflösung elektronischer Sucher bietet. Er arbeitet mit einer Bildwiederholrate von bis zu 120 B/s und einer praktisch nicht wahrnehmbaren Verzögerung von 0,005s. So gibt es auch bei schnell bewegten Motiven und Schwenks keine Ruckler, das Kontrastverhältnis von 10.000:1 sorgt zusammen mit der hohen Auflösung für detailreiche,

klare Sucherbilder mit fein abgestuften Farben und Lichtern.

Der berührungsempfindliche LCD-Monitor auf der Rückseite ist 3,2"/8,1 cm groß, hat eine Auflösung von 2,1 Mio. Pixeln und ist in drei Achsen beweglich gelagert. Nachtmodus, Live-View-Boost und beleuchtete Tasten helfen beim Fotografieren im Dunkeln. Für die Anzeige wichtiger Einstellungen gibt es ein beleuchtbares Info-LCD auf der Oberseite der Kamera.

Kreative Foto-Funktionen

Zu den neuen Fotostilen gehören die (Hybrid Log Gamma. Für lebendige Bilder mit hohem Dynamikumfang unterstützen die Lumix S-Kameras den

HLG-Foto-Modus für die Bildwiedergabe auf HLG-konformen 4K-TV-Geräten von Panasonic und anderen Herstellern über HDMI-Kabelanschluss. Fotos, die den HLG-Modi aufgenommen wurden, können als HSP-Dateien in 8K-Auflösung im JPEG- und RAW-Format gespeichert werden. Bei der Aufnahme von JPEGs können Fotostile individuell angepasst oder neue Stile erstellt und gespeichert werden. Eine Flat-Option erzeugt JPEGs mit flachem Kontrast und verringerter Sättigung als flexibles Ausgangsmaterial für die Nachbearbeitung.

Bei Porträtaufnahmen erzeugt der neue AWBWW-Weißabgleich einen attraktiven, leicht warmen Ton, ein neuer, Spitzlichter-betonter Belichtungsmessmodus unterstützt die Detailwiedergabe in den hellsten Bereichen des Bildes. Neue Panorama-Seitenverhältnisse erweitern die Gestaltungsmöglichkeiten um das 65:24-Filmpanorama und das 2:1-Breitbildformat.

Professionelle Videos

Beide Kameras können 4K-Videos mit bis zu 60 Bildern/s erstellen sowie 2x-Zeitlupe bei 60 B/s in 4K und bis zu 6x-Zeitlupe in Full-HD mit Bildraten von bis zu 180 B/s. Das Signal kann in der Kamera auf SD oder XQD oder extern über den HDMI-Typ-A-Port aufgezeichnet werden.

Als Line-Toneingang dient eine 3,5-mm-Mikrofonbuchse, während die Tonaufzeichnung über den 3,5-mm-Kopfhöreranschluss überwacht werden kann.

Die Lumix S1 bietet Filmemachern besonders viele Möglichkeiten mit zahlreichen Werkzeugen für die volle kreative Kontrolle. Die vollständige Pixelauslesung bis 30p liefert besonders saubere und detaillierte Bilder. Durch die Nutzung der

Drei Objektive zum Start

Im Rahmen einer Allianz mit Leica und Sigma sind die Lumix S-Kameras mit dem Leica L-Bajonett ausgestattet; die drei Partner wollen bis 2020 insgesamt mehr als 30 Objektive anbieten.

Zur Markteinführung der Lumix S1 und S1R gibt es von Panasonic drei Objektive. Die lichtstarke Festbrennweite Lumix S PRO 50mm F1.4 (UVP 2.499 Euro) soll als Referenzobjektiv für die neue Lumix S-Serie dienen. Es ist aus 13 Elementen in 11 Gruppen aufgebaut, um sehr hohe Auflösung bis zum Rand mit äußerst geringer Verzeichnung und Randabdunkelung zu kombinieren. Zwei asphärische und 3 ED-Linsen verhindern zudem chromatische Aberration.

Das Teleobjektiv Lumix S PRO 70-200mm F4 O.I.S. (UVP 1.899 Euro) eignet sich durch seine robuste, staub- und spritzwassergeschützte sowie frostsichere (-10°) Konstruktion auch für den professionellen Einsatz. Als Universalobjektiv ist das Lumix S 24-105mm F4 Macro O.I.S. (UVP 1.399 Euro) ebenfalls staub- und spritzwassergeschützt sowie frostsicher und wie das 70 - 200er auch bestens für Videoaufnahmen geeignet.



Neuheiten



Zwei Kartensteckplätze erlauben den Einsatz von SD- (UHS-II) und XQD-Speichermedien.

vollen Sensorfläche wird der Bildwinkel der Objektive nicht eingeschränkt, so dass die Anwender mit Variationen der Schärfentiefe arbeiten können.

Die Kamera bietet mehrere Gamma-kurven, darunter Industriestandards wie Cinelike D/V und Like709. Um die Nachbearbeitung zu verkürzen, wird ein neuer Flat-Modus mit weniger Kontrast und Sättigung angeboten. Das neue Hybrid Log Gamma (HLG)-Profil ermöglicht die Aufnahme in einem noch größeren Dynamikbereich mit satten Farben (Like2100), um die Fähigkeiten des menschlichen Auges nachzuahmen.

Die Lumix S1 kann Videoaufnahmen von bis zu 4K 60p 4:2:0 nicht nur in 8Bit direkt auf SD- oder XQD-Karte speichern, sondern auch als 4:2:2 Color-Sampling in 8 Bit über HDMI ausgeben. Noch in diesem Jahr will Panasonic einen Softwareschlüssel für die Aufzeichnung mit bis zu 4K 60p 4:2:2 10Bit über HDMI-Ausgang und 30p/25p/24p in 4:2:2 10Bit intern anbieten. Dieses Upgrade soll der Kamera zudem durch V Log zu einem Spitzenwert beim Dynamikumfang verhelfen.

Umfassende Ausstattung

Die Gehäuse der Lumix S-Modelle sind mit Front- und Rückwänden aus Mag-

nesiumdruckguss sowie Dichtungen an jedem Anschluss, jedem Einstellrad und jeder Taste versehen und so auch für robuste Einsatzbedingungen geeignet. Die Kameras sind staub- und spritzwassergeschützt und arbeiten bei Temperaturen bis zu -10°C. Die für 400.000 Betätigungen ausgelegte Verschlusseinheit ermöglicht mechanisch gesteuerte Belichtungszeiten von bis zu 1/8000s. Externe Blitzgeräte können mit der laut Panasonic branchenweit kürzesten mechanischen Verschlusszeit von 1/320s synchronisiert werden.

Auf Wunsch fügen die Kameras beim Speichern der Bilder automatisch die persönlichen Daten des Fotografen und Copyright-Informationen zu den Exif-Daten hinzu, um die Urheberrechte zu schützen.

Zwei Kartensteckplätze erlauben den Einsatz von SD- (UHS-III) und XQD-Speichermedien. Auch die neuen CF-express-Karten sollen in Kürze verwendbar sein. Die Lumix S Kameras sind kompatibel mit der Lumix Tether-Software, die die Fernsteuerung der Kamera über USB von einem PC aus sowie während der Aufnahme das Live-Streaming und die direkte Übertragung von Bildern zu einem PC erlaubt.

Mit der neuen Lumix Sync App ist auch die Fernsteuerung der Kamera und die Übertragung der Aufnahmen auf iOS/Android Smartphones/Tablets möglich. Die Kompatibilität mit Bluetooth 4.2 gestattet zudem bei sehr geringem Stromverbrauch eine ständige Verbindung mit einem Mobilgerät und ermöglicht es, die Kameraeinstellungen zwischen mehreren Lumix S1-Gehäusen zu teilen. Die Verbindung kann auch mit WiFi 5GHz oder 2,4GHz über WLAN hergestellt werden.

Beide Kameras sind ab März lieferbar. Die Lumix S1 wird 2.499 Euro, die Lumix S1R 3.699 Euro (jeweils UVP Gehäuse) kosten.

Kompaktkameras

Zum Zoo

Mit zwei neuen Kompaktkameras will Panasonic vor allem Zoom Freunde ansprechen: Die Lumix FZ1000 II richtet sich mit ihrem 20 MP 1 Zoll-CMOS-Sensor, dem 16x-Zoom Leica DC Vario-Elmar 2,8-4,0 (25-400mm) Zoom-Objektiv, 5-Achsen-Bildstabilisierung und zahlreichen Foto- und Video-Funktionen an Kenner, die Lumix TZ 96 zeigt sich als typischen Mitglied der TZ Familie mit viel Zoom im kompakten Gehäuse.

Den Sensor und das Leica VC Vario-Elmar der FZ1000 II hat Panasonic vom Vorgänger übernommen und

Das um 180° klappbare Display der Lumix TZ96 macht Selfies einfacher.



Lumix TZ96 und FZ 1000 II

men

mit dem neuen OLED-Sucher mit 2,36 Mio. Pixeln sowie 0,74x-Vergrößerung kombiniert. Auch das 7,5 cm große, berührungsempfindliche Display hat mit 1,24 Mio. Bildpunkten mehr Auflösung.

Bei Serienbelichtungen mit 12 B/s speichert die Lumix FZ1000 II jetzt maximal 20 RAW-Bilder hintereinander, mit der 4K-Fotofunktion können die wichtigsten Bilder einer Szene jetzt automatisch oder manuell markiert werden. Die Sequenzkomposition kombiniert mehrere Bilder zu einer Aufnahme mit Stroboskop- und Bewegungs-Effekt, 4K-Videos sind mit bis zu 30 B/s möglich. Auch Post Focus und Focus Stacking sind integriert, bei den Netzwerkfunktionen hat Panasonic das stromsparende Bluetooth 4.2 sowie eine USB-Ladefunktion hinzugefügt.

Die Lumix FZ1000 II gibt es ab März für 849 Euro (UVP).



Mit dem lichtstarken Leica DC Vario-Elmar 2,8-4,0 (25-400mm) Zoom-Objektiv und umfassender Ausstattung ist die Lumix FZ1000 II für anspruchsvolle Kunden, die ihre große Ausrüstung einmal zu Hause lassen wollen.



Flexible Reisekamera

Mit ihrem Leica DC 3,3 - 6,4 30x-Zoom, das einen Brennweitenbereich von 24 - 720 mm abdeckt, dem 20,3 MP 1/2,3-Zoll Live-MOS-Sensor und ihrem sehr kompakten Gehäuse ist die neue Lumix TZ96 ein praktischer Reisebegleiter.

Für Bildschärfe sorgen der schnelle Autofokus mit ca. 0,1 s Reaktionszeit und ein 5-Achsen Power O.I.S. Bildstabilisator. Eine Zoom-in/out Hilfsfunktion ermöglicht es, durch schnelles Herauszoomen schnell den Überblick über das Motiv zurückzugewinnen, um danach wieder in die Telebrennweite zurückzuspringen. 22 digitale Filteroptionen verhelfen zu zusätzlichen Gestaltungsmöglichkeiten, auch bei Panoramabildern.

Serienaufnahmen sind mit einem Tempo von bis zu 10 B/s (AF-S) bzw. 5 B/s (AF-C) möglich, 4K-Videos nimmt die Kamera mit 30P auf. Auch beim 4K-Foto-Modus der TZ96 hat Panasonic die neue Auto-Markierungsfunktion sowie die Sequenzkomposition eingebaut.

Für bessere Übersicht wurde der Sucher mit Augensensor auf einen Abbildungsmaßstab von 0,53x und 2,33 Mio. Bildpunkte aufgerüstet, der 3,0-Zoll große, berührungsempfindliche LCD-Monitor mit 1,04 Mio. Bildpunkten kann um bis zu 180° nach oben geklappt werden.

Bluetooth Low Energy und GPS-Tagging gehören ebenfalls zu Ausstattung. Die Lumix DC-TZ96 kommt im Mai für 449 Euro (UVP) in den Handel.

Viel Zoom im kleinen Gehäuse: Auch die Lumix TZ96 zeigt die Tugenden dieser Kamera-Familie.



walther design auf der Händler-Roadshow von europafoto und Ringfoto

Breites Sortiment für jeden Geschmack

Die von europafoto und Ringfoto gemeinsam im März veranstaltete Händler-Roadshow findet am 11. in Hildesheim (Novotel Hildesheim), am 12. in Nümbrecht (Park-Hotel Nümbrecht), am 13. in Sinsheim (Hotel Sinsheim SVM) und am 14. in Fürth (Excelsior Hotel) statt. Auch der Nettetaler Alben- und Rahmenspezialist walther design ist mit neuen Alben und Rahmen, die im Frühjahr auf den Markt kommen, vertreten.

Die neue Portraitrahmen-Serie Simplicity ist ein besonderer Hingucker: Die Fotos werden zwischen ein Glas und die Rückwand geschoben, die auf einen Holzfuß gesteckt werden. Sim-

plicity passt zu jedem Wohnstil und bietet Platz für Fotos in den Formaten 10 x 15 cm, 13 x 18 cm und 15 x 20 cm. Yuliya ist ein neuer Portraitrahmen mit schmalem Aluminiumprofil und bietet ein Schrägschnitt-Passepartout. Erhältlich in den Farben Schwarz und Silber, können Fotos in den Formaten 10 x 15 cm, 13 x 18 cm und 15 x 20 cm verwendet werden.

Yuliya zeichnet sich durch ein schmales Aluminiumprofil aus.



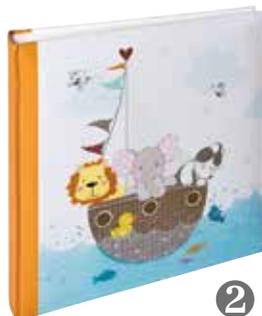
Simplicity ist ein besonderer Hingucker.

Buchrücken sowie 50 weiße Seiten mit Pergamin-Blättern zum Einkleben. Zusätzlich steht eine Archivtasche zur Verfügung, die Platz für eine CD mit gebrannten Fotos bietet.

By my Side ist in zwei Farben erhältlich und stellt ein Album mit Zoo-Tieren auf einem Schiff dar. Fotos der lieben Kleinen finden Platz auf 50 weißen Seiten, auch aus säurefreiem Fotokarton und mit weißen Pergaminschutz-Seiten. Zusätzlich ist das Album mit einem vierseitigen illustrierten Vorspann zum Eintragen der wichtigsten Daten des Babys ausgestattet und besitzt zudem eine Archivtasche. Bei „Amazing Memories“ handelt es sich um ein Album in einem hochwertigen, laminierten Kunstdruckband, das in den Farben Blau, Grün und Lachs erhältlich ist. Es bietet Platz für Fotos bis zu einem Format von 21 x 29,7 cm (DIN A4) auf 100 weißen Seiten aus säurefreiem Fotokarton und weißen Pergaminschutz-Seiten.



1



2



3

1 Sonny bietet dank einer Archivtasche Platz für die auf CD gebrannten Fotos. **2** Das Album By my Side ist mit einem vierseitigen illustrierten Vorspann zum Eintragen der wichtigsten Daten des Babys ausgestattet. **3** Amazing Memories bietet Platz für Fotos bis zu einem Format von 21 x 29,7 cm (DIN A4) und ist in vielen weiteren Ausführungen erhältlich.

ElectronicPartner behauptet sich dank EP:

Die Verbundgruppe ElectronicPartner hat das Geschäftsjahr 2018 mit einem um 2,1 Prozent zurückgegangenen Zentralumsatz von 1,659 Milliarden Euro abgeschlossen. Auf den Kernmarkt in Deutschland entfielen davon 1,266 Milliarden Euro, auf die europäischen Landesgesellschaften 393 Millionen Euro. Das entspricht im Vergleich zu 2017 einem Wachstum von 2,1 Prozent in den Niederlanden, Österreich und der Schweiz. Auch die Marke EP: verbuchte erneut ein Umsatzplus.

Damit sehen die Verantwortlichen die 2014 gestartete Qualitätsoffensive bestätigt. Seitdem konnte die Vertriebslinie EP: in jedem Jahr ihren Umsatz steigern. 2018 gelang das sogar vor dem Hintergrund des rückläufigen Marktes im Kanal Fachhandel, der laut GfK ein Minus von 6,0 Prozent ausmachte. Mit einer Umsatzsteigerung von 1,5 Prozent entwickelten sich die EP: Fachhändler also um insgesamt 7,5 Prozent besser als der Markt.

„Der Erfolg der Marke EP: ist klar der Qualitätsoffensive zuzuschreiben“, betonte ElectronicPartner Vorstand Karl Trautmann. „Ein hochwertiger PoS, kompetente Beratung und ein durchgängiger Auftritt an allen Kontaktpunkten zum Kunden zahlen sich eindeutig aus.“ Um diesen Weg auch im laufenden Jahr fortzusetzen, will die Verbundgruppe ihren Mitgliedern mit dem EP:Campus eine Weiterbildungsplattform bieten, die maßgeschneiderte Module zur Branchenentwicklung, zum Produktwissen und zum betriebswirtschaftlichen Know-how bereitstellt.

Auch für die Marke Medimax will Electronic Partner 2019 neue Wege einschlagen. So hat Vorstand Friedrich Sobol zusätzlich zu seiner Verantwortung für die Kooperation Deutschland und den Fachhandel die Leitung der Fachmarktkette übernommen.

In kommenden Monaten will er unter anderem eine attraktive, höherwertige Sortimentsgestaltung umsetzen und die Beratungskompetenz weiter verbessern. „Wir wollen schneller und schlagkräftiger werden, denn wir müssen

der hohen Veränderungsgeschwindigkeit unserer Branche künftig noch flexibler Rechnung tragen“, erklärte Sobol. Um das zu erreichen, will er auf kurze Entscheidungswege und interne Synergien setzen.

Auch ein neues Werbekonzept ist für Medimax geplant. So verabschiedet sich die Fachmarktkette von regionalen Beilagen und will per Print nur noch über nationale Beilagen kommunizieren. Diese bekommen in Kürze einen neuen Look. Auch Online soll sich viel verändern. So findet in Zukunft das Rechtsgeschäft direkt zwischen Markt und Kunde statt. Dafür gibt es neben der Hauptseite Medimax.de einen eigenständigen Shop für jeden der über 120 Märkte.

Im Technologie-Netzwerk comTeam mit rund 800 Partner gab es 2018 erneut eine positive Umsatzentwicklung. So erfährt growr, das Netzwerk für Start-ups, immer mehr Zulauf und verbindet mittlerweile über 300 Gründer.

Besonders zufrieden zeigte sich ElectronicPartner in diesem Jahr auch mit den Wachstumsraten im strategisch wichtigen Mobilfunkgeschäft. Über das Tochterunternehmen SH Telekommunikation Deutschland GmbH konnte sich bei Medimax dieses Produktsegment besonders positiv entwickeln. Gleiches gilt auch für TV-Geräte mit großen Bildschirmdiagonalen und OLED-Technologie. Ebenfalls positiv hat sich der Bereich Elektrokleingeräte entwickelt. Dagegen haben physische Bild- und Tonträger dem Markttrend entsprechend stark an Bedeutung verloren.

„2018 hat die Branche vor viele Herausforderungen gestellt: ob Jahrhundertssommer oder eine Fußballweltmeisterschaft, die hinter den Erwartungen zurückblieb“, bilanzierte Karl Trautmann. „Wir sind froh, dass wir vor diesem Hintergrund in vielen Bereichen eine positive Entwicklung verzeichnen konnten. Für alles andere haben wir uns strategisch und operativ entsprechend aufgestellt und gehen unsere Aufgaben engagiert an.“

EO

Die Branche wandelt sich, Ihre Mitarbeiter aber nicht?



Handeln Sie jetzt!

Interim Manager innerhalb 72h bei Ihnen vor Ort: garantiert.

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

Zweistelliges Wachstum im Weihnachts Eine Million instax K

Der Absatz von instax Sofortbild-Produkten in Deutschland ist im Weihnachtsgeschäft 2018 gegenüber dem Vorjahr um 40 Prozent gewachsen. Das gab Fujifilm in einer Pressemitteilung bekannt. Dabei wurde eine prominente Schallmauer durchbrochen: Seit der Wiedereinführung von instax im Jahr 2009 wurden in Deutschland mehr als eine Million der begehrten Sofortbildkameras in den Handel ausgeliefert.

Im selben Zeitraum machten die deutschen Konsumenten 93 Millionen instax Sofortbilder. Mit den jüngsten Wachstumsraten liegt der deutsche Markt deutlich über den weltweiten Prognosen für 2018. Und ein Ende des Booms ist nach Angaben von Fujifilm nicht in Sicht. Weltweit gingen bisher mehr als 37 Millionen instax Sofortbildkameras und Printer über die Ladentheken.

„Wir sind sehr stolz auf den Erfolg von Fujifilm instax in Deutschland“, erklärte Bernd Gansohr, Geschäftsführer von Fujifilm Imaging Systems GmbH & Co. KG. „Seit der deutschen Einführung im Jahr 2009 haben wir die instax-Produktserie stetig ausgebaut, um die unterschiedlichen Nutzerbedürfnisse zu bedienen. Dass diese Strategie aufgeht, zeigen nicht nur die aktuellen Zahlen – auch in den

kommenden Jahren wollen wir Menschen dazu inspirieren, Spaß an der instax-Sofortbildfotografie zu haben und die Leidenschaft für das Haptische zu nutzen, um neue, kreative Wege zu gehen und Erinnerungen festzuhalten.“

Impulse für den Markt

Mit seinen deutlichen Wachstumsraten entwickelt sich das instax-Geschäft seit Jahren weit besser als der Gesamtfotomarkt. Davon profitieren auch die Handelspartner, denn zu den Umsätzen mit den Kameras und Druckern kommt nicht nur das lukrative Folgegeschäft mit den Filmen, sondern auch der Kontakt zur attraktiven jungen Zielgruppe der Millennials.

Die Zahlen zeigen, dass immer mehr Händler dieses Potential erkennen:



Die Jubiläumskamera in Gold: Über die einmillionste in Deutschland abgesetzte instax-Sofortbildkamera freuen sich (v. r.): Ryuichi Matoba, Senior Vice President bei Fujifilm Europe, Bernd Gansohr, Geschäftsführer Fujifilm Imaging Systems, und Stephan Althoff, Produktmanager instax.

geschäft 2018

cameras

instax-Produkte sind in Deutschland inzwischen in mehr als 7.000 Vertriebsstellen erhältlich.

Die Produktpalette wurde seit 2009 stetig ausgebaut: Neben neun instax-Kamera-Modellen bietet Fujifilm auch zwei Sofortbilddrucker an. Sofortbildfilme sind in verschiedenen Formaten erhältlich. Das Kamera-Portfolio wird dabei unterschiedlichen Kundenwünschen und Anwedungsprofilen gerecht: ob als trendige „Must-haves“ in Fashion-Metropolen, als Selfie-Kamera für die Instagram-Generation oder als schnelles Werkzeug für anspruchsvolle Fotografen – der Fotohandel kann unterschiedlichen Zielgruppen passende Produkte anbieten. Durch die instax-Welt ist die nachhaltige Markenbekanntheit von Fujifilm in der Zielgruppe der 16- bis 25-Jährigen in Deutschland deutlich gestiegen; das Sofortbild wurde im digitalen Zeitalter der Sozialen Medien zum prägenden Element einer neuen Fotokultur.

Sehr erfolgreich war auch die Einführung der hybriden Sofortbildkameras, die das Produktportfolio seit 2017 ergänzen und sich eher an technikaffine Kunden richten, die besonders häufig im Fachhandel kaufen. Mit der großen Zubehörpalette und kreativen DIY-Ideen für die Sofortbilder bieten sich über den Geräte- und Filmverkauf hinaus noch weitere Umsatzchancen. Fujifilm will den Fotohandel auch in diesem Jahr mit attraktiven Angeboten und Produkten bei seinen Verkaufsmaßnahmen unterstützen. Denn ein Ende des instax-Booms ist nicht abzusehen.

Erfolgreich im Supercandy

Mit seinen neuen SmartPrint Stationen will Fujifilm Smartphone-affinen Millennials eine komfortable Lösung bieten, um ihre Fotos direkt vom Smartphone auszudrucken. Bei einem Praxistest im Supercandy! Pop-up Museum in Köln nahmen die Besucher diese Idee begeistert auf: Von Oktober 2018 bis Anfang Februar 2019 wurden an den zwei dort installierten SmartPrint Stationen rund 12.000 Bilder ausgedruckt. Bis zum Schließen des Museums Ende Februar dürften noch eine ganze Menge dazugekommen sein.

„Das Supercandy! Pop-up Museum war mit seiner farbenfrohen Ausstattung die perfekte Fotokulisse“, erklärte Manfred Rau, Leiter Marketing bei Fujifilm Imaging Systems GmbH & Co. KG, die Idee hinter der Zusammenarbeit mit dem Museum. „Uns war es wichtig, die SmartPrint-Idee dort zu testen, wo die definierte Zielgruppe anzutreffen ist. Das Supercandy! war da die ideale Anlaufadresse, denn dort kamen Smartphone-affine Instagram-Enthusiasten auf ihre Kosten. Mit den SmartPrint Stationen konnten die Besucher ihre Lieblingsmotive vom Smartphone direkt als schöne und haptische Fotos ausdrucken – ohne Umwege und direkt vor Ort im Museum.“

Mit SmartPrint reagiert Fujifilm auf die Tatsache, dass mittlerweile fast 90 Prozent aller Fotos mit mobilen Endgeräten gemacht werden. Allein für Urlaubsbilder benutzen 70 Prozent der Deutschen ihr Smartphone; bei den 14- bis 29-Jährigen sind es über 90 Prozent. Allerdings verschwinden die schönen Erinnerungen oft im Speicher des Smartphones, wenn sie nicht mit Stationen wie SmartPrint auf einfache und moderne Art zum Leben erweckt werden.

„SmartPrint ist die ideale Antwort auf die Kundenbedürfnisse unserer Zielgruppen“, betonte Markus Schleicher, Produktmanager bei Fujifilm Imaging Systems GmbH & Co. KG. „Die Kunden wählen mit Hilfe der App die zu druckenden Bilder, suchen sich das Format und die Menge aus und übertragen den Auftrag an die SmartPrint Station ihrer Wahl. An der SmartPrint Station muss der Kunde nur noch den generierten QR-Code scannen und erhält kurze Zeit später seine liebsten Fotos in der hochwertigen Fujifilm Druckqualität.“



Im Supercandy! Pop-up Museum in Köln war an attraktiven Fotomotiven kein Mangel.

Foto: Natascha Karch



Bis Anfang Februar wurden rund 12.000 Fotos von den Smartphones der Museumsbesucher an die SmartPrint-Stationen gesendet und dort sofort gedruckt.

Canon kündigt EOS RP mit Vollformatsensor an



Im Kit mit dem RF 24-105 und dem EF-EOS R Adapter wird die EOS RP 2.499 Euro (UVP) kosten.

Nach dem Einstieg in die spiegellose Vollformatklasse mit der EOS R auf der photokina hat Canon jetzt nachgelegt:

Die neue EOS RP ist klein, leicht und praktisch, stellt besonders schnell scharf und ist wie die EOS R nicht nur mit den RF-Objektiven, sondern per

Adapter auch mit EF und EF-S Modellen von Canon kompatibel. Das kompakte Kraftpaket gibt es ab Ende Februar für 1.499 Euro (UVP Gehäuse inkl. Adapter EF-EOS R).

Die Kleine mit Format

Der 26,2 Megapixel Vollformat-CMOS-Sensor der EOS RP zeigt in Verbindung mit dem neuesten Canon Digidig 8 Prozessor gute Leistung auch bei wenig Licht. Die maximale Empfindlichkeit von ISO 40.000 ist auf bis zu ISO 102.400 erweiterbar; das Dual Pixel CMOS AF System sorgt dabei bis -5 EV für scharfe Bilder.

Über das RF Bajonett mit High-Speed 12-Pin-Verbindung kommuniziert die Kamera mit den Objektiven und wendet den Digital Lens Optimizer (DLO) kameraintern für alle RF und für bis zu fünf registrierte EF Objektive automatisch an. Für die Nachbearbeitung gibt es neben dem CR3 14-Bit-RAW-Format auch eine kompakte RAW-Option, die im Vergleich mit Standard-RAW-Dateien ca. 40 Prozent weniger Speicherplatz benötigt. RAW-Bilder können mit dem internen

RAW-Konverter direkt in der Kamera bearbeitet werden. Zusätzlich bietet der integrierte Kreativ-Assistent die Möglichkeit, den Fotos Filter und Effekte hinzuzufügen, das Ergebnis in eine JPEG-Datei zu verwandeln und diese direkt aus der Kamera zu teilen.

Schnelles AF-System

Mit einer Reaktionszeit von 0,05 Sekunden ist das Dual Pixel CMOS AF System der EOS RP nach Angaben von Canon das schnellste der Welt (bezogen auf spiegellose Systemkameras mit Vollformatsensor, Kontrasterkennung AF und Phasenerkennung AF auf dem Bildsensor). Der Schärfepunkt lässt sich präzise auf bis zu 4.779 AF-Positionen, die 88 x 100 Prozent der Bildfläche abdecken, platzieren. Durch Touch and Drag AF kann der Fokusbereich während des Blicks durch den

Sucher mit einer einfachen Berührung des berührungsempfindlichen LCDs verschoben werden. Im Porträt-Modus kann mit der AF Augenerkennung genau auf das Auge des Motivs fokussiert werden. Bei Makroaufnahmen ist es möglich, Fokus-Serien aufzunehmen, um mit Hilfe der Digital Photo Professional Software das Bild mit dem gewünschten Schärfentiefe-Bereich nach der Aufnahme auszuwählen. Unter den weiteren AF-Funktionen sind Spot AF, Gesichtserkennungs-AF, Einzelfeld-AF, AF-Messfelderweiterung und Zonen-AF.

Komfortable Bedienung

Trotz der robusten Bauweise aus einer Magnesiumlegierung mit Dichtungen gegen Staub und Spritzwasser wiegt das Gehäuse der EOS RP nur 485 g. Die Dual Sensing IS Technologie wirkt

Verwacklungen entgegen, Serienbilder nimmt die Kamera mit bis zu 4 Bildern pro Sekunde mit Servo-AF auf. Wie bei der EOS R lassen sich die Bedienelemente individuell anpassen und belegen.

Der ergonomische Griff im EOS Stil, der 7,5 cm große dreh- und schwenkbare, berührungsempfindliche Touchscreen und der elektronische 0,39"-OLED-Sucher (2,36 Millionen Bildpunkte) machen die Bedienung komfortabel.

Der optionale Erweiterungsgriff EG-E1 ermöglicht Akku- und Speicherkartenwechsel auch im angesetzten Zustand. Die EOS RP ist mit dem im Februar 2018 eingeführten Canon Speedlite 470EX-AI Blitzgerät mit AI Bounce kompatibel.

4K-Videofilme

Dank der Leistungsfähigkeit des DigiC8 Prozessors kann die EOS RP 4K-Videos mit 25 B/s und Full HD-Filme mit zu 60 B/s aufzeichnen. Mit Funktionen wie 4K-Zeitraffer, Intervall-Timer, Movie Servo AF und HDR können die Anwender viele kreative Ideen realisieren. Der Dual Pixel CMOS AF ermöglicht eine präzise Fokussierung mit Gesichtserkennung, der Movie Digital IS sorgt mit Fünf-Achsen-Stabilisierung für ruhige Bilder. Mikrofon- und Kopfhörer-Anschluss ermöglichen die Aufnahme und Kontrolle des Tons in Echtzeit. Bei der Videoschnapschuss-Funktion können Clips mit Längen von vier, sechs oder acht Sekunden miteinander kombiniert werden. Ein einfach zu verwaltender Codec ermöglicht eine schnelle Bear-

beitung und reduziert die Dateigrößen für die Speicherung.

Aufnehmen und teilen

Mit umfassenden Bluetooth- und WLAN-Verbindungsoptionen kann die EOS RP von Mobilgeräten aus gesteuert werden. Dabei bietet die Canon Connect App volle Kontrolle über die Kamera-Einstellungen, eine Livebild-Anzeige und die Möglichkeit, GPS-Koordinaten in die Bilder einzubetten sowie die Kamera aus der Ferne über Bluetooth einzuschalten. Zudem kann die EOS RP Bilder automatisch mit einem Mobilgerät synchronisieren und RAW-Daten zur mobilen Bearbeitung an die Canon DPP Express App übertragen.

Mehr RF Objektive

Neben der neuen EOS RP hat Canon auch die Entwicklung von sechs neuen RF-Objektiven bekanntgegeben, die 2019 auf den Markt kommen. Zu diesen gehört auch das RF 24-240mm f/4-6.3 IS USM, das sich mit seiner kompakten Bauweise besonders gut als Reisebegleiter eignet.

Dazu kommen fünf weitere Objektive: das lichtstarke RF 85mm F1.2L USM, das RF 85mm F1.2L USM DS mit Defocus Smoothing für ein gezielt unscharfes Vorder- und Hintergrundbokeh, das Standardzoom RF 24-70mm F2.8L IS USM, das Weitwinkelzoom RF 15-35mm F2.8L IS USM und das reaktionsschnelle Telezoom RF 70-200mm F2.8L IS USM.



Übersichtlich angeordnete Bedienelemente erzeugen das vertraute EOS-Gefühl.

Canon unterstützte 69. Berlinale

Vom 7. - 17. Februar kamen Filmschaffende aus aller Welt in Berlin zur 69. Berlinale zusammen, die als eines der weltweit größten Publikumsfestivals zehntausende Besucher in die deutsche Hauptstadt



brachte Das öffentliche Programm der Internationalen Film-

festspiele Berlin umfasste rund 400 Filme aller Genres, Längen und Formate, darunter überwiegend Welt- oder internationale Premieren.

Canon Deutschland unterstützte in diesem Jahr die Internationalen Filmfestspiele Berlin erneut als Offizieller Supplier bei der fotografischen Dokumentation der Veranstaltung und stattete damit zum 16. Mal die Festival Fotografen mit professionellen Foto- und Filmausrüstungen aus. In diesem Jahr waren die Spiegelreflex-Modelle EOS-1DX Mark II und EOS 5D Mark IV sowie die spiegellose Vollformatkamera EOS R besonders begehrt. Zudem unterstützte Canon Deutschland auch die Produktion der Berlinale Starportraits, die von dem Fotografen Gerhard Kassner im Fotostudio des Berlinale VIP-Clubs aufgenommen und im Großformat (92x150 cm) ausgedruckt wurden. Durch die hohe Ausgabegeschwindigkeit, die Lucia Pro 12-Farb-Pigmenttinten-Technik und den eindrucksvollen Farbumfang erwies sich der Canon imagePrograf Pro-4000 als der richtige Drucker für diese Aufgabe. Die Portraits wurden vor der jeweiligen Film Premiere im Foyer des Berlinale Palasts aufgehängt und von den Stars vor Eintritt in den Saal signiert.

Akkreditierte Pressefotografen wussten den professionellen Clean & Check Service zu schätzen, den Canon im Pressezentrum kostenlos anbot. Dazu gehörten Sensorreinigungen ebenso wie die Möglichkeit, verschiedene Produkte in der Praxis zu testen.

Neue Firmware für Nikon Z 6 und Z 7

Noch mehr Leistung

Nikon will seine spiegellosen Vollformatkameras Z 7 und Z 6 mit neuer Firmware aufrüsten. Durch ein für Mai 2019 geplantes Update sollen sie neue Funktionen wie Autofokus mit Augenerkennung sowie RAW-Videoausgabe erhalten und CFexpress-Speicherkarten unterstützen. Auch die AF-/AE-Funktionen der Kameras werden verbessert.



Der sich in der Entwicklung befindende Autofokus mit Augenerkennung, der sich besonders gut für Porträtfotos eignet, wird sowohl mit dem Fokusmodus AF-S als auch mit AF-C funktionieren. Die Funktion erkennt ggf. mehrere Augenpaare, aus denen der Benutzer

das wählen kann, auf welches fokussiert werden soll.

Die Ausgabe von Videofilmen im 4K-UHD- und im Full-HD-RAW-Format macht es möglich, die Daten mit einem externen Recorder in einem RAW-kompatiblen Format aufzunehmen, um sie

Mit dem Firmware-Update sollen die beiden Vollformat-Systemkameras Nikon Z 6 und Z 7 weitere Funktionen erhalten.

anschließend in professionellen Workflows mit einer Farbtiefe von 12 Bit verarbeiten zu können.

Beim Verfolgen von Motiven, die sich schnell bewegen, wird zusätzlich zum Fokus auch die Belichtungsautomatik (AE) bald kontinuierlich nachgeführt. Zudem wird das Update die AF-Leistung beim Fotografieren und Filmen bei schwachem Licht steigern. Da die Nikon Z 6 und Z 7 nach dem Firmware-Update auch CFexpress-Speicherkarten unterstützen werden, können die Nutzer zwischen diesen und XQD-Speicherkarten wählen. In Zukunft sollen neben der Z 7 und der Z 6 auch die digitalen Spiegelreflexkameras Nikon D5 (XQD-Version), Nikon D850 und Nikon D500 die schnellen CFexpress-Speicherkarten unterstützen, die auch einen besseren Datenschutz gewährleisten.

Lichtstarkes Standard-Zoom



Das Nikkor Z 24-70 mm 1:2,8 S erfüllt professionelle Ansprüche.

Mit dem Nikkor Z 24-70 mm 1:2,8 S eröffnet Nikon auch für das Z-System die Produktkategorie der Trinity-Objektive, wie man in Fachkreisen die gängigen Brennweiten 14-24 mm, 24-70 mm und 70-200 mm jeweils mit einer durchgehenden maximalen Blendenöffnung von 1:2,8. gerne nennt. Mit seinem aufwändigen optischen Aufbau aus 17 Linsenelementen in 15 Gruppen und der Ausstattung mit Arneo- und Nanokristallvergütung erzielt das gegen Witterungseinflüsse abgedichtete Z 24-70 mm 1:2,8 S hervorragende Schärfe im gesamten Bildausschnitt; dank des großen

Durchmessers des Z-Bajonetts und der konstanten Blende von 1:2,8 mit neun abgerundeten Lamellen wirkt das Bokeh besonders natürlich.

Das Nikkor Z 24-70 mm 1:2,8 S ist ab Mitte April 2019 für 2.499 Euro (UVP) erhältlich.

Die neue kompakte Systemkamera Fujifilm X-T30

Mit der X-T30 will Fujifilm neue Maßstäbe für kompakte Systemkameras setzen. Durch die Kombination eines 26,1 Megapixel X-Trans CMOS 4 APS-C-Sensor mit dem X-Prozessor 4 bietet das neue Modell nicht nur zahlreiche Foto- und Video-Funktionen, sondern soll laut Hersteller auch eine Bildqualität auf dem Niveau der Flaggschiff-Kamera X-T3 erreichen. Dabei wiegt die X-T30 bei Abmessungen von 118,4 × 82,8 × 46,8 mm nur 383 Gramm.



Die X-T30 zeigt sich im klassischen Design der Fujifilm X-Serie.

So gut wie eine Große

Das neue Autofokus-System zeigt vor allem bei der Verfolgung von dynamischen Objekten eine verbesserte Leistung. Dabei kann die Kamera auf 2,16 Millionen Phasendetektionspixel zurückgreifen, die über die gesamte Bildfläche verteilt sind. Die Lichtempfindlichkeit des AF-Systems wurde auf -3,0 EV erweitert, was die Nutzung des Autofokus auch erlaubt, wenn die hohe Lichtempfindlichkeit der Kamera (bis ISO 51.200) genutzt wird. Ebenfalls verbessert wurden die Gesichts- und Augenerkennung, und bei mehreren Personen im Bild kann der Fotograf mit einer neuen Funktion wählen,

welchem Gesicht die Kamera bei der automatischen Scharfstellung Priorität einräumen soll. Damit verfügt

die X-T30 gemeinsam mit der X-T3 über das derzeit leistungsfähigste Autofokus-System in der Fujifilm X-Serie.

Um die Bedienung der Kamera zu erleichtern, hat Fujifilm die Auswahl-tasten auf der Rückseite des Gehäuses durch einen Hebel ersetzt, mit dem sich der Fokus-Punkt schnell und einfach im Bild verschieben



Die Rückseite macht einen aufgeräumten Eindruck; ein praktischer Hebel zum Verschieben des Fokus-Punktes ersetzt die bisherigen Auswahl-tasten.



Neuheiten

lässt. Das Gehäusedesign wurde überarbeitet und bietet dem Fotografen nun beim Fotografieren mit größeren Objektiven stabileren Halt und mehr Griffkomfort. Der rückwärtige 7,6 cm/3 Zoll große LCD-Touchscreen ist 1,3 Millimeter dünner als bei anderen Modellen der X-Serie und reagiert sensibler auf Berührungen.

Die beliebten Filmsimulationen wurden von Fujifilm um den speziell für Videos geeigneten Modus Eterna ergänzt. Die Kamera bietet zudem eine Reihe von weiteren Filtern und Einstellungen, mit denen die Anwender ihren Bildern einen individuellen Look verleihen können. So lassen sich z. B. die Tonwerte der monochromen Filmsimulationen Acros und Schwarzweiss gezielt anpassen; mit Classic Chrome kann man eine besonders ausdrucksstarke Farbwiedergabe erzielen.

4K-Videos mit Hires-Ton

Die Fujifilm X-T30 bietet anspruchsvolle 4K-Video-Funktionen. Dabei werden die Filme in 6K-Auflösung (6.240 x 3.510) aufgenommen und anschließend im 4K/30p Format (3.810 x 2.160) ausgegeben sowie im 8 Bit 4:2:0-Format auf der SD-Karte gespeichert. Anspruchsvolle Filmer können dank des HDMI-Anschlusses auch professionelle Formate wie F-Log und 10 Bit 4:2:2 nutzen. Die Kamera ist auch für Aufnahmen im DCI-Format (17:9) geeignet, das eingebaute Mikrofon erlaubt Aufzeichnungen in High-Resolution-Audio für besonders klaren, transparenten und detailreichen Ton.

Das verbesserte AF-System wirkt sich auch beim Filmen positiv aus. So erkennt und verfolgt die X-T30 auch bei Videoaufnahmen einzelne Gesichter und passt im AF-C-Fokusmo-

Die Fujifilm X-T30 kann zu 4K-Video auch High-Resolution Audio aufzeichnen. Das funktioniert auch mit dem eingebauten Mikrofon.



aus die Scharfstellung und die Belichtung ständig an.

Die Fujifilm X-T30 ist in Schwarz und Silber ab 20. März 2019 für 949 Euro (UVP Gehäuse) bzw. 999 Euro (UVP mit Fujinon XC15-45mmF3.5-5.6 OIS PZ) oder 1.299 Euro (UVP mit Fujinon XF18-55mmF2.8-4 R LM OIS) erhältlich. Eine Farbvariante in Anthrazit soll im Mai folgen.

Lichtstarkes Weitwinkel

Mit der X-T30 hat Fujifilm auch ein weiteres Objektiv für die X-Serie angekündigt. Das Fujinon FXF16mm F2.8 R WR wurde speziell für die Verwendung mit den von Fujifilm entwickelten X-Trans CMOS Sensoren konzipiert.

Der optische Aufbau umfasst 10 Elemente in 8 Gruppen, einschließlich

Firmware-Update für X-T3

Fujifilm hat ein Firmware-Update (Version 3.00) für die T3 angekündigt, das im April fertig sein soll. Es macht die neuen Funktionen der X-T30 auch bei der großen Schwester verfügbar: Durch einen neuen Autofokus-Algorithmus wird die Genauigkeit des Gesichts- und Augenerkennungs-AF verbessert. Wenn mehrere Gesichter im Bild zu sehen sind, lässt sich ein Gesicht

auswählen, auf das die Kamera kontinuierlich scharfstellt und die Belichtung anpasst. Die Auswahl des Gesichts erfolgt über den Touchscreen oder mit dem Fokus-Hebel.

Die AF-Geschwindigkeit beim Fokussieren von nahen auf weit entfernte Objekte und umgekehrt wird durch das Update beschleunigt. Die Funktion des Touchscreens wurde um die Einstellung „Doppel-Tippen“ und die „Touch“-Funktion erweitert.



Mit dem Firmware-Update werden die neuen Funktionen der X-T30 auch in das Flaggschiffmodell X-T3 integriert.

Fortsetzung auf Seite 00



Das Fujinon XF16mm F2.8 R WR passt gut zu den bereits erhältlichen Premium-Festbrennweiten der XF Serie.

2 asphärischer Linsen. Das 155 g leichte und 45,4 mm lange Metallgehäuse ist spritzwasser- und staubgeschützt, die Innenfokussierung arbeitet schnell, präzise und leise. Das Fujinon XF16mmF2.8 R WR ist ab Ende März 2019 in Schwarz und ab Mai auch in Silber für 399 Euro (UVP) erhältlich. Zum selben Termin wird es auch einen zum Durchmesser des Filtergewindes (49 mm) passenden Objektivdeckel (FLCP-49) und einen Protektor-Filter geben.

Robuste Kompaktkamera FinePix XP140

Fujifilm erweitert die XP-Reihe robuster Kompaktkameras um das FinePix-Modell XP140. Es ist wasserdicht bis 25 Meter Tiefe, stoßfest bis 1,8 Meter Fallhöhe, staubdicht und frostsicher bis minus 10 Grad Celsius. Trotzdem wiegt die Kompaktkamera, die mit einem 6,4 Megapixel BSI CMOS Sensor und einem 28-140 mm (KB) Zoom-Objektiv ausgestattet ist, nur 207 Gramm.

Als erste Kamera der FinePix XP-Serie kann die XP140 4K-Videos aufnehmen. Zahlreiche Automatik-Funktionen, eine von Fujifilm so genannte intelligente Motiverkennung sowie eine neu gestaltete Benutzeroberfläche machen die Bedienung einfach. Mit energiesparender Bluetooth-Technologie kann die XP140 ständig mit einem Smartphone oder Tablet verbunden bleiben, um die Bilder direkt nach der Aufnahme automatisch zu übertragen. Auch Zeitzone und Geokoordinaten können auf diese Weise synchronisiert und in den Bilddaten gespeichert werden. Dazu wird die kostenlose Fujifilm Camera Remote App benötigt, mit der sich die XP140 auch fernsteuern lässt. Über die WiFi-Verbindung können die Fotos auch an einen Instax Share Drucker geschickt werden.



Die FinePix XP140 ab März 2019 in Gelb und Eisblau für 199 Euro erhältlich.

BILDER UND FILME DIGITAL SICHERN

Digitalisierung von Schmalfilmen, Videos, Dias, Negativen, Fotos und Fotoalben

**digital
spezialist®**

Videos, Filme & Bilder digitalisieren
www.digitalspezialist.com



Sutthausen Str. 76 - 49080 Osnabrück
0541 - 202 8 170 - service@digitalspezialist.de

Professioneller Scan- und Überspielservice für den stationären Handel

Vitec Imaging Solutions übernimmt Syryp



Die Slider von Syryp ermöglichen besonders flüssige und gleichmäßige Kamerabewegungen.

Mehr Video-Zubehör

Vitec Imaging Solutions hat den neuseeländischen Zubehörhersteller Syryp übernommen. Das 2012 von zwei passionierten Videofilmmern gegründete Unternehmen ist besonders mit der Fertigung von motorisierten Kamera-Slidern und Motion-Control-Geräten sowie entsprechenden Software-Lösungen erfolgreich.

Syryp-Lösungen machen es Filmern möglich, ihre Aufnahmegeräte fernzusteuern, um flüssige und gleichmäßige Kamerabewegungen zu erzielen oder um professionelle Time-Lapse- und Hyper-Lapse-Aufnahmen zu realisieren. Durch den Kauf des jungen Unternehmens will die Vitec Gruppe ihr aktuelles Produktportfolio zur Kamerasteuerung um zukunftsweisendes Know-how in den Bereichen Elektronik und Software ergänzen. Syryp wird in der

Sparte Imaging Solutions integriert, die die innovativen Produkte ab April 2019 weltweit vertreiben wird. Dann werden Video- und Content-Produzenten aus aller Welt leichter auf Syryp-Produkte zugreifen und sie mit den Stativen und Stativköpfen von Manfrotto und Gitzo kombinieren können.

Die Verantwortlichen erwarten, dass der integrierte Vertrieb, die effiziente Logistik und der professionelle Kundendienst von Vitec Imaging Solutions die Marke und die Marktposition der Produkte von Syryp nachhaltig stärken werden. Zudem soll die Markenbekanntheit von Syryp durch Vitecs umfassende Marketing-Aktivitäten und die Präsenz in Social-Media-Kanälen deutlich vergrößert werden.

F&E-Zentrum für Motion-Control-Steuerungen

Die Syryp-Fertigung in Neuseeland soll als Forschungs- und Entwicklungszentrum für mechatronische Anwendungen in den Bereichen Motion-Con-

trol-Steuerungen eine wichtige Rolle innerhalb der Unternehmensstruktur der Vitec Gruppe einnehmen. „Wir arbeiten kontinuierlich daran, unseren Kunden bessere Lösungen zur Aufnahme und Verbreitung von großartigem Foto- und Video-Content zu bieten, damit sie ihre Kreativität voll ausschöpfen können“, kommentierte Marco Pezana, Divisional CEO Vitec Imaging Solutions. „Mit den außergewöhnlichen Produkten von Syryp können Videofilmer und Fotografen Bildmaterial in herausragender Qualität erstellen. Aus diesem Grund ergänzt Syryp unser umfangreiches Marken-Portfolio auf perfekte Weise. Wir sind sehr stolz darauf, diese talentierten Entwickler und Content-Spezialisten in unserer Imaging Solutions Division begrüßen zu dürfen.“

Mit der Akquisition erweitert Syryp das umfassende Portfolio von Vitec Imaging Solutions, das renommierte Marken wie Manfrotto, Gitzo, Lowepro, JOBY, Lastolite, Colorama, Avenger, Hähnel, Bushnell und Sekonic umfasst.

Camelion Batterien in neuem Verpackungsdesign

Mit einem einheitlichen Corporate Design will das Berliner Unternehmen Camelion für neue Impulse sorgen. So soll ein modernes Design mit klarer, verständlicher Kommunikation die Aufmerksamkeit bei den Konsumenten steigern.



Der produktspezifische Farbcode soll den Kunden eine gezielte Auswahl und Orientierung im Produktsortiment ermöglichen, betont das Unternehmen in einer Pressemitteilung.

Zudem bietet Camelion dem Fachhandel POS-Lösungen für jeden Vertriebskanal und jede Ladengröße an. Ansprechende Boden-Displays sowie verkaufsfertige Präsentationsmittel erhöhen die Produktrotation und ermöglichen eine klare, transparente Differenzierung zwischen Primärbatterien und Akkus, heißt es weiter.

Neues Zoom Olympus M.Zuiko Digital ED 12-200 mm 1:3.5-6.3

Mit dem neuen M.Zuiko Digital ED 12-200 mm 1:3.5-6.3 hat Olympus das nach Angaben des Herstellers derzeit leistungsstärkste Zoomobjektiv für spiegellose Systemkameras angekündigt. Der Brennweitenbereich des 16,6-fach Zooms entspricht 24-400 mm im 35-mm-Format. Damit eignet sich das Objektiv für viele Aufnahmesituationen und nimmt mit seiner staub- und spritzwassergeschützten sowie frostsicheren Bauweise auch robuste Umweltbedingungen nicht übel.



Trotz des großen Zoomfaktors und der widerstandsfähigen Konstruktion ist das Objektiv mit

einem maximalen Durchmesser von 77,5 mm, einer Länge von 99,7 mm und einem Gewicht von 455 g kompakt und leicht. Um chromatische Aberrationen und Verzerrungen über den gesamten Zoombereich zu vermeiden, setzt Olympus Super ED- Gläser und asphärische Linsenelemente ein; die ZERO (Zuiko Extra-Low Reflection Optical) Beschichtung soll zudem Geisterbilder und Gegenlichtreflexe reduzieren. Für schnelles und präzises Fokussieren sorgt der MSC-Mechanismus (MSC = Movie & Still Compatible), bei dem zum Scharfstellen nur eine Linse bewegt wird. Der Mindestabstand zum Motiv liegt bei nur 10 cm. Das M.Zuiko Digital ED 12-200 mm 1:3.5-6.3 soll ab Ende März für 899 Euro erhältlich sein. Wie bei Olympus üblich erhalten die Kunden eine kostenlose Verlängerung der Gewährleistung um sechs Monate, wenn sie den Kauf des Produkts auf www.my.olympus.eu registrieren.

Neue Pixi Smartphone- Klemme von Manfrotto

Die neue Pixi Smartphone-Klemme besitzt sowohl am Boden als auch an der Seite ein universelles 1/4-Zoll Schraubgewinde. Dadurch können Smartphone-Fotografen und Filmer jetzt neben Hochformat- auch verwacklungsfreie Querformat-Aufnahmen mit Pixi Mini-Stativen erstellen. Alternativ kann die Manfrotto Pixi Smartphone-Klemme mit Hilfe des optional erhältlichen Manfrotto Frikationsarms auch an allen Manfrotto Stativen genutzt werden, die über einen Easy-Link-Anschluss verfügen.



Die Pixi Klemme nimmt beliebige Smartphones mit einer Breite zwischen 60mm und 104mm auf. Dank des innovativen Y-Lock-Verriegelungshebels lässt sich das Smartphone schnell und sicher fixieren bzw. aus der Klemme lösen. Der doppelte Verriegelungsmechanismus (Feder- und Seitenverriegelung) sorgt für Sicherheit und komfortable Bedienung. Die Pixi Smartphone Klemme ist ab sofort für 14,78 Euro (UVP) erhältlich.

Erfolgsserie CHAIR



Jetzt neu in DIN-Formaten

Kunststoffrahmen SteelStyle

in neuen quadratischen Formaten



Neue Hochzeits- und Babyalben



Neue Albenserie Amazing Memories



walther design Sortiment und Aktionen

Laufend attraktive Angebote und Neuheiten sofort auf www.waltherdesign.de

Wir freuen uns auf Ihren Besuch
auf der **EUROPAFOTO / RINGFOTO
ROADSHOW** vom 11.-14. März.

Drei Fachhändler schließen sich zusammen

Start für die Fotoprofi GmbH

Die bisher unabhängigen Fotofachgeschäfte fotofrenzel, Ulm, Foto-Markt-Video, Tübingen, und Hobby Foto Andreas Raether, Ludwigsburg, haben sich zusammengeschlossen. Ab sofort firmieren sie als gemeinsames Unternehmen unter dem Namen Fotoprofi GmbH. Im Laufe dieses Jahres soll auch Photo Planet, Stuttgart, in die neue Firma integriert werden, um in den Metropolregionen Baden-Württembergs einen zukunftsorientierten, leistungsstarken Fotofachhandel mit kompetenten Mitarbeitern und einer breiten Auswahl an Kameras, Fotoprodukten und Bilddienstleistungen zu etablieren. Die bestehenden Firmennamen bleiben in der Kommunikation zunächst erhalten und werden sukzessive durch Fotoprofi ersetzt.

Das neue Unternehmen ist wie die Vorgängerfirmen Mitglied von europa-foto. „Die Fusion zur Fotoprofi GmbH ist eigentlich nur der letzte konsequente Schritt des Weges, den wir schon über 30 Jahre zusammen erfolgreich gehen“, kommentierte Andreas Raether den Zusammenschluss. „Der



Das Führungsteam der Fotoprofi GmbH vereint zwei Generationen: v. l. David Primm, Valentin Raether, Andreas Raether, Julius Raether, Wolf Dieter Frenzel und Heinz Primm.

Zeitpunkt der Bündelung der betriebswirtschaftlichen Kräfte zur Fotoprofi GmbH ist jetzt genau richtig, da aus unseren Familien eine neue Generation in die unternehmerische Verantwortung einsteigt“, fügte Heinz Primm hinzu. Denn Geschäftsführer der Fotoprofi GmbH sind Andreas und Julius Raether sowie Heinz und David Primm. Valentin Raether verantwortet den wichtigen Bereich Online-Marketing/Social Media.

Neue Generation

Die neue Generation ist für ihre Aufgaben bestens ausgebildet: Julius Raether war vor seinem Einstieg bei Fotoprofi Unternehmensberater, Valentin Raether hat beim Fußball-Profilclub Stuttgarter Kickers das Marketing betreut, und David Primm ist selbstständiger Unternehmer mit zwei wei-

teren Firmen. „Wir drei Jungunternehmer haben den Schritt der Fusion forciert, da wir glauben, dass die Form des Fotohandels, wie wir ihn bis jetzt betreiben, nicht mehr lange funktioniert“, erklärte Julius Raether. „Deshalb gehen wir den Schritt zu mehr Größe und zu einer ganzheitlichen Omnichannel-Ausrichtung.“

„Wir wissen, dass dieses neue Konzept eine Herausforderung ist, aber wir wollen den Nimbus des unabhängigen, regionalen Händlers aufrecht erhalten“, ergänzte David Primm. „Wir nehmen diese Aufgabe gerne an, weil wir an den Erfolg eines modernen Fachhandels mit stationärer Basis glauben.“

Starkes Bildergeschäft

Traditionell spielt ein umfassendes Angebot von Bilddienstleistungen bei

den Partner-Unternehmen eine große Rolle. Diese Tradition soll auch unter den neuen Vorzeichen fortgesetzt werden. So gibt es in jedem Fotoprofi Geschäft mindestens ein Nass-Lab und einen Laboranten bzw. eine Laborantin. Zudem hat Fotoprofi eine eigene Gestaltungssoftware für Fotoprodukte, einen Überspielservice und viele weitere Angebote rund ums Bild.

Starker Online-Auftritt

Mit dem doppelten Generationswechsel soll die Zukunftsfähigkeit des Geschäftsmodells stationärer Fotofachhandel durch den starken neuen Online-Auftritt fotoprofi.de unterstützt werden. Dort sorgen neben dem Online-Verkauf zusätzliche Angebote wie Telefonberatung, Fotografie-Editorials und viele weitere Content-Bereiche für eine umfängliche Betreuung und Inspiration der Kunden. Denn Fotoprofi versteht sich als Anlauf-

Der starke Online-Auftritt fotoprofi.de soll die stationären Einzelhandelsaktivitäten unterstützen.

FOTOPROFI
FOTOFRENZEL FOTOMARKT HOBBYFOTO

Wir bringen uns als Traditionsmasche, Leistungsmasche und zugleich moderne Fachgeschäfte in allen Bereichen der Fotografie. Seit mehr als 30 Jahren arbeiten wir in Baden-Württemberg zusammen, um in Zeiten des schnellen Wandels von Technologie und Kundenbedürfnissen die besten Lösungen für Ihre Wünsche anzubieten.

Wir haben uns aus 4 Unternehmen einig gemacht, die FOTOPROFI bilden. Mit 8 Standorten und mehr als 70 Mitarbeitern ist damit der Schwere Anbieter für Fotografie in Baden-Württemberg entstanden. Über unseren gemeinsamen Webshop können Sie hier demografisch wie gewohnt 24 Stunden am Tag erreichen. Bis dahin sprechen Sie uns noch unter unseren jeweiligen Adressen.

Standort ULM Standort LUDWIGSBURG Standort TÜBINGEN

punkt für alle Fotoamateure und Semi-Profis, die Wert auf hervorragende Bilder legen.

Kernelemente dieses Konzeptes sind eine riesige Produktauswahl und perfekte Beratung, also genau das, was

einen kundenorientierten Fotofachhandel ausmacht. Dazu kommen innovative Angebote wie ein umfangreiches Rent-Programm, Workshops, Reparatur-Service, Inzahlungnahmen sowie Click & Collect im Onlineshop.

Nikon School veröffentlicht Kursprogramm

Die Nikon School bietet auch 2019 wieder ein umfassendes Kursprogramm im Schulungsraum bei der Nikon Deutschland GmbH in Düsseldorf oder in den



Schulen in Hamburg, Berlin, Stuttgart und München. Nikon-Experten und Profis bieten den

Teilnehmern spannende Workshops zu Themen wie Portraits, Food, Pferde, Autos, Architektur, Natur, Makro und Akt. Dabei gibt es nicht nur viel Information, sondern auch Gelegenheiten, tolle Fotos und Video aufzunehmen sowie Nikon Produkte zu testen.

Ganz neu ist die Möglichkeit der Teilnahme an Online-Kursen der Nikon School. Dort vermittelt der Experte und Coach Gunther Wegner unter dem Titel „Einführung in die Fotografie“ Einsteigern oder Fortgeschritten grundlegendes Wissen und gibt wertvolle Tipps zur kreativen Nutzung von Nikon-Kameras.

Ein Video-Tutorial richtet sich vor allem an Nutzer von Nikon Kameras der 3000er-, 5000er- oder 7000er-Serie. Bis zum 31.12.2019 erhalten Kunden beim Kauf einer Nikon D3400, D3500, D5300, D5600, D7200 oder einer Nikon D7500 einen kostenlosen Zugang zum Video-Tutorial „Einführung in die Fotografie mit Gunther Wegner“ im Wert von 79 Euro.

Veranstaltungshöhepunkte beim Umweltfestival horizonte zingst

Auch in diesem Jahr bietet die Eröffnungswoche des Umweltfestivals horizonte zingst vom 25.05. bis zum 02.06.2019 zahlreiche Veranstaltungshöhepunkte. Neu ist in diesem Jahr die Verlängerung des Festivals bis zum 30.06.2019.

Inhaltlich gibt es drei Schwerpunkte: Die Probleme des Klimawandels, die Gefahr durch die Plastikvermüllung der Meere und die Schutzbedürftigkeit der Artenvielfalt. Sehenswerte Ausstellungen, fas-

zinierende Multivisionsshows, lehrreiche Fotoworkshops und die vielen Möglichkeiten menschlicher Begegnungen machen die besondere Mischung dieses Festivals aus. Über 20 Fotoschauen, mehr als 100 thematisch weitgefächerte Workshops, die ab sofort buchbar sind, und begeisternde Vorträge internationaler Fotografen warten auf die Besucher. Publikumsmagnet beim Festival ist der Fotomarkt mit über 60 Ausstellern vom 30. Mai bis 01. Juni, bei dem man nicht nur die neuesten Produkte der Fotobranche begutachten kann. Es gibt erstmals das Creative Center 2.0 im Fotomarktzelt beim Steigenberger Hotel. Epson, Filmolux, Chromaluxe und Halbe-Rahmen demonstrieren mit fotografischen Aktionen, was mit Fotografien möglich ist. Um das Angebot abzurunden, vereint das Creative Center 2.0 darüber hinaus in diesem Jahr erstmals auch die Annahmestelle für den Fotowettbewerb „Bild des Tages powered by Olympus“, die allgemeine Festivalinformation sowie den Festivalshop unter einem Dach.

Cewe auch 2018 mit starkem Ergebnis

Die Cewe Stiftung & Co. KGaA hat auch 2018 ihren Wachstumskurs fortgesetzt. Mit einem um 9 Prozent auf 653,3 Mio. Euro gestiegenen Umsatz und einem um 9,2 Prozent auf 53,7 Mio. Euro verbesserten operativen Ergebnis (EBIT) habe das Unternehmen nach den vorläufigen, noch nicht gegenprüften Zahlen seine Umsatz- und Ergebnisziele vollständig erreicht, heißt es in einer Pressemitteilung. Dazu trugen weiteres Wachstum beim Cewe Fotobuch und die starke Nachfrage nach Fotogeschenken ebenso bei wie



der Trend zum Fotografieren mit mobilen Endgeräten und zur Verwendung von Apps.

Für einen besonders kräftigen Wachstums- und Ertragsschub sorgte das vierte Quartal 2018, in dem Cewe einen Umsatz von 261,6 Mio. Euro (+11,6 Prozent) und ein operatives Ergebnis (EBIT) von 55,7 Mio. Euro (+20,8 Prozent) erzielte.

„Wir haben unsere Kapazitätsplanung auf die Saisonspitze ausgerichtet“, kommentierte Cewe CEO Dr. Christian Frieg. „Ein ganz großes Dankeschön an alle Kolleginnen und Kollegen, die dieses Ergebnis wieder mit ihrem beeindruckenden Einsatz möglich gemacht haben. Rund um die Uhr hat das Cewe-Team trotz einer extrem hohen Auslastung unserer Produktionsbetriebe mit hervorragender Qualität und Zuverlässigkeit für eine Top-Kundenzufriedenheit gesorgt. Bei unseren Kunden bedanken wir uns für das in uns gesetzte Vertrauen.“

Der Absatz von Cewe Fotobüchern

übertraf mit einer Menge von 6,18 Mio. Stück den Zielkorridor von 6,08 Mio. bis 6,14 Mio. Exemplaren. Auch die Anzahl der verarbeiteten Fotos lag mit 2,23 Mrd. Stück über dem Plan von 2,12 Mrd. bis 2,14 Mrd. Stück.

Auf gute Resonanz bei den Kunden stießen die auf der photokina vorgestellten Neuheiten wie die „hexxas“ – sechseckige Fotokacheln, die sich mit Magneten an der Wand befestigen lassen. Die Einbandveredelungen für das Cewe Fotobuch, z. B. in Gold, Silber oder Effektlack, für die Cewe mit dem renommierten TIPA World Award als „Best Photo Print Service Worldwide“ ausgezeichnet worden war, stießen auf Kundenbegeisterung im Weihnachtsgeschäft.

Den vollständigen, testierten Jahresabschluss wird Cewe im Rahmen einer Presse- und Analystenkonferenz am 28. März 2019 in Frankfurt am Main vorstellen.

Tetenal: Mitarbeiter geben Angebot ab

Nach der Entscheidung, die Tetenal Europe GmbH zu liquidieren, hat eine Initiative von Mitarbeitern dem Insolvenzverwalter ein Angebot zum Kauf der Formelsammlung, der Marke und der Produktionsmittel ihres ehemaligen Arbeitgebers unterbreitet. Das Team um Stefania Grimme, Carsten Gehring, Burkhardt Müller und Norbert Köster-Beestermöller hat sich vor allem die Rettung der analogen Fotochemie auf die Fahnen geschrieben und dafür nach eigenen Angaben eine überwältigende Anzahl positiver Rückmeldungen von ehemaligen Mitarbeitern, Enthusiasten der analogen Fotografie aus aller Welt, aber auch von gewerblichen Anwendern und Kunden der insolventen Tetenal Europe GmbH erhalten.

Partner aus aller Welt – von Kalifornien im Westen bis Japan im Osten – hätten Unterstützung signalisiert, um die New Tetenal als innovativen und zuverlässigen Partner in Deutschland zu etablieren, heißt es in einer Pressemitteilung. Zahlreiche Gespräche, um die zukünftige Zusammenarbeit zu konkretisieren, seien bereits vereinbart worden.

Der Insolvenzverwalter, Dr. Sven-Holger Undritz, zeigte sich den Angaben zufolge erfreut, das Angebot des Gründerteams in den Kanzleiräumen der White & Case in Hamburg entgegen zu nehmen. Die Anwaltsteams des Insolvenzverwalters und des Gründerteams haben in einer gemeinsamen Sitzung den Fahrplan für die weiteren Schritte festgelegt.

Geplant ist, im Anschluss an die geplante Ausproduktion durch die insolvente Tetenal Europe ab dem 1. April 2019 den operativen Betrieb der neuen Gesellschaft zu starten. „Bereits ab Anfang März soll es für Kunden und Kooperationspartner der New Tetenal möglich sein, Aufträge zu erteilen, die eine Voraussetzung für den Produktionsstart in dem neuen Start-Up-Unternehmen ab 1. April sind“, erklärten Carsten Gehring und Burkhardt Müller.

„Wir wissen, wo wir herkommen und verstehen die Verantwortung für 172 Jahre Photo-Geschichte“, fügte Müller hinzu. „Wir werden – gemeinsam mit der weltweiten Foto-Community und den verbliebenen Schlüsselpartnern in der analogen Fotoindustrie – bewährte Produkte wieder auflegen, die Versorgung der Film- und Fotostudios sicherstellen und völlig neue Geschäftsmodelle, Produkte und Services für die Zukunft entwickeln.“

Die Versorgung der Auslandstöchter soll von der New Tetenal unterbrechungsfrei fortgesetzt werden.

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

Suche gebrauchte Minilabs
Tel: 0048 604 283868
Lowim@wp.pl

Sie sind Journalist?
Profilieren 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

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



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

Autorisierte Vertragswerkstatt
Canon
CPS.
Panasonic
Pioneer
SONY
Authorized Service Center
Sony Imaging
PRO
SUPPORT
TAMRON

Anzeigenschluss
für **Kleinanzeigen im**
imaging+foto-contact
Ausgabe 4/2019
ist der 18. März 2019.

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

Inserentenverzeichnis

Business Forum	walther design.....	27
Imaging Cologne 2019.....	2. U.	
EO Mayen	17	Personal- und Kleinanzeigen.....
Digitalspezialist	25	Mitsubishi
		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 Klumps

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

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klumps

Satz- und Repro:
C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Druck:
D+L Printpartner GmbH, Bocholt
Namentlich gekennzeichnete Berichte geben
nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion
wieder.
Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird
keine Haftung übernommen. Rückporto ist
beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen
Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung
und Urhebervermerk.
Copyright by
C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen
für Zeitungen und Zeitschriften.

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

ISSN: 1430-1121

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



CP-D90DW-P

EXCLUSIVE
D90
SOLUTION



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

Thinkit Printit Profit
Ihre Ideen werden zu Ihrem Profit