€ 4,– • ISSN 1430 - 1121 • 48. Jahrgang • 30605

imaging+foto contact

4
2019

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

Die aktuellen Kamera-Neuheiten von Ricoh Imaging

Für Konsumenten und Gewerbe

Hardware-Umsatz fällt auch 2018
Weiter auf Talfahrt

Die Fotobranche in Deutschland hat 2018 fast 180 Mio. Euro Hardware-Umsatz eingebüßt; das Volumen sank um 10% auf 1,737 Mio. Euro. Das ergibt sich aus den Marktzahlen vom Photoindustrie-Verband und GfK. S. 11

Business Forum Imaging Cologne
Fünf vor zwölf – oder später?

Auch mit seiner zehnten Ausgabe erwies sich das Business Forum Imaging Cologne unter dem Motto „Create the unseen" als etablierte Plattform für die Foto- und Imagingbranche. S. 14

Digitalisierung bringt Frequenz und Marge
Komplette Alben bis DIN A3+

Die Digitalisierung analoger Bilder ist seit mehr als 10 Jahren die Domäne von digitalspezialist. Das Unternehmen ist in der Lage, komplette Fotoalben zu digitalisieren, ohne dass sie beschädigt werden. S. 24

Täglich frisch:

Aktuelle Neuheiten und Branchen-News

auf www.foto-contact.de

Jetzt kostenlosen Newsletter abonnieren!

newsletter@worldofphoto.de

Die Lage ist nicht märchenhaft

Stadtmusikanten gesucht

Die Zahlen vom deutschen Kameramarkt, die wir in dieser imaging+foto-contact Ausgabe darstellen, sind alles andere als erfreulich. Die seit Jahren zu beobachtende Talfahrt ging auch 2018 weiter – der photokina und den neuen Vollformat-Systemkameras zum Trotz. Keiner der etablierten Hersteller scheint ein Rezept für ein Ende dieser Krise zu haben. Vielleicht sollte die Branche von einem Esel, einem Hund, einer Katze und einem Hahn lernen, wie man zu neuen Ufern aufbricht.

Thomas Blömer, Verleger

Fujio Mitarai, Chairman und Präsident von Canon, sieht nämlich keine märchenhaften Perspektiven für den Kameramarkt. Die Zahl der verkauften Modelle mit Wechselobjektiven, die 2018 weltweit noch rund 10 Millionen Stück erreichte, könne bis 2020 nochmals um 50 Prozent zurückgehen, sagte Mitarai Ende Januar in einem Interview mit dem japanischen Medium Nikkei Asian Review voraus. Den Grund dafür entdeckte die lebende Legende im Canon Chefbüro in der Tatsache, dass die Menschen lieber mit Smartphones fotografieren. Daran, so Mitarai, hätte sich auch durch die spiegellosen Systemkameras nichts geändert, weil diese zwar die Spiegelreflexkameras ersetzen, aber den Markt nicht vergrößern können.

Mitarais Worte sorgten weltweit nicht nur bei Fotohändlern, sondern auch bei anderen Kameraherstellern für große Aufmerksamkeit, um nicht zu sagen, für blankes Entsetzen. Was genau der große alte Mann der Branche und seinem eigenen Unternehmen sagen wollte, erschließt sich für Nichtjapaner bislang leider nicht, denn das Interview ist auf Japanisch erschienen, und bisher sind daraus nur einige Passagen auf Englisch verbreitet worden. imaging+foto-contact hat Canon Deutschland sowohl um eine Übersetzung von Mitarais Worten als auch um einen Kommentar dazu gebeten, aber weder das eine noch das andere erhalten.

So kann man nur vermuten, dass Fujio Mitarai auch in diesem Interview keine Ideen geäußert hat, mit welchen Kamera-Konzepten (außer Smartphones natürlich) man die Konsumenten für das Fotografieren begeistern könne. Und tatsächlich ist es ja gar kein Wunder, dass die spiegellosen Modelle nur wenige neue Kunden ansprechen, denn sie sehen genauso aus wie die alten Kameras und bieten, von ein paar technischen Schwankerln abgesehen, auch nicht mehr und schon gar nichts anderes als die bewährte Technik.

Nun ist es nicht so, dass auf dem Markt keine neuen Ideen vorhanden wären. Sie kommen aber nicht von Canon, Nikon, Olympus, Panasonic, Ricoh oder Sony, sondern von mehr oder weniger unbekannten Unternehmen, die Namen wie Insta360 oder (noch schlimmer) Yongnuo tragen, in China zu Hause sind und für massentaugliche Marketing-Aktionen weder das Knowhow noch die Mittel besitzen.

Was es für den Fotohandel bedeutet, wenn Mitarais Worte zutreffen, kann man sich leicht ausrechnen. Trotz des erfreulicherweise gestiegenen Marktanteils für den Fachhandel würden viele Geschäfte diesen Niedergang nicht überleben. Und deshalb darf man ihn nicht untätig hinnehmen. Ob neue Produktkonzepte tatsächlich neue Märkte schaffen, weiß man natürlich nicht. Aber mit einem hatte der Esel aus den Bremer Stadtmusikanten schon recht: „Etwas besseres als den Tod findest du überall."

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Die aktuellen Kamera-Neuheiten von Ricoh Imaging
Für Konsumenten und Gewerbe 22

Editorial

Die Lage ist nicht märchenhaft
Stadtmusikanten gesucht 3

Wichtiges aus foto-contact.de 6, 7, 30

Messen • Kongresse • Events

Roadshow von Ringfoto und europafoto
Erfolgreich im Nischenmarkt 8

Business Forum Imaging Cologne
Fünf vor zwölf – oder später? 14

Verband

Umsatz mit Foto- und Videohardware
fällt 2018 um fast 180 Millionen Euro
Weiter auf Talfahrt 11

Unternehmen

Meyer Optik Görlitz zeigt Lebenszeichen
Produkte in Planung 29

ZUM TITELBILD

Kamera-Neuheiten von Ricoh Imaging
Für Konsumenten und Gewerbe

GR III

Ricoh Imaging hat auf der CP+ in Japan vier neue Kameras vorgestellt – je zwei für Fotofans und zwei für die gewerbliche Nutzung. Dabei erscheint die bereits auf der photokina angekündigte GR III sozusagen im feinen Zwirn, während die anderen drei Neuheiten eher im Outdoor-Dress bzw. in Arbeitskleidung daherkommen. Die Ricoh GR III setzt die Tradition ihrer analogen und digitalen Vorgänger fort. Mit der WG-6 führt Ricoh das neue Spitzenmodell der WG-Serie ein. Sie ist mit einem 20 Megapixel CMOS-Sensor ausgestattet, hat eine maximale Lichtempfindlichkeit von ISO 6.400 und kann 4K-Videos aufnehmen. Seite 22

WG-6

MESSEN • KONGRESSE • EVENTS

Roadshow von Ringfoto und europafoto
Erfolgreich im Nischenmarkt

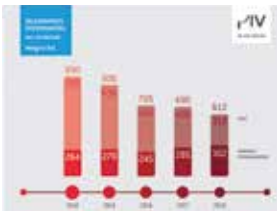
Mit mehr als 300 Händlern war die erste gemeinsame Roadshow von Ringfoto und europafoto gut besucht. Die beiden Kooperationen präsentierten gemeinsam mit zahlreichen Lieferanten nicht nur die aktuellen Produkte für 2019, sondern auch ermutigende Ergebnisse für 2018. Der für Mitte des Jahres geplante Zusammenschluss der beiden Gruppen befindet sich offensichtlich auf einem guten Weg. Seite 8

Business Forum Imaging Cologne
Fünf vor zwölf – oder später?

Auch mit seiner zehnten Ausgabe erwies sich das Business Forum Imaging Cologne, das die photokina am 6. und 7. März unter dem Motto „Create the unseen" im Kongresszentrum Ost der Koelnmesse veranstaltete, mit rund 200 Teilnehmern als etablierte Plattform für die Foto- und Imagingbranche. Ein Fazit der 14 Vorträge und Diskussionsrunden lässt sich schnell ziehen: Wenn die Kamera-Hersteller so innovativ wären wie die Bilddienstleister, ginge es der Branche besser. Auch im Einzelhandel besteht noch jede Menge digitaler Handlungsbedarf. Seite 14

VERBAND

Umsatz mit Foto- und Videohardware fällt 2018
Weiter auf Talfahrt



Die Fotobranche in Deutschland hat 2018 im Vergleich zum Vorjahr fast 180 Millionen Euro Hardware-Umsatz eingebüßt; das Volumen sank um 10 Prozent auf 1,737 Millionen Euro. Das ergibt sich aus den vom Photoindustrie-Verband (PIV) und dem Marktforschungsinstitut GfK ermittelten Marktzahlen zum deutschen Foto- und Imaging-Markt 2018. Dabei fiel der Umsatz mit Fotokameras erstmals seit vielen Jahren unter die Grenze von einer Milliarde Euro. Weiterhin positiv entwickelten sich dagegen der Absatz von Sofortbild-Kameras und der Dienstleistungsbereich, der allein in den Kategorien Fotobücher und Foto-Mehrwertprodukte um 8 Prozent zulegte. Seite 11

Inhalt

NEUHEITEN

Von Manfrotto für Videofilmer
Neues Stativ-Kit 500

Manfrotto baut sein Sortiment von Video-Stativen weiter aus. Das neue Kit (MVK500190XV) mit dem 500 Fluid-Videokopf und dem 190X Video-Aluminiumstativ wurde gezielt für Videofilmer entwickelt. Ihnen kann der Fotohandel jetzt ein vielseitig einsetzbares Stativsystem mit hohem Tragekomfort anbieten. Seite 21

Die neue RXO II von Sony
Das Kraftpaketchen

Sony hat das Nachfolgemodell der ultrakompakten Premiumkamera RX0 angekündigt. Die RX0 II vereint in ihrem robusten, stoßfesten, bruchsicheren und wasserfesten Gehäuse das Beste der ersten Generation mit neuen intelligenten Funktionen. Sie kann 4K-Videos intern aufzeichnen, hat ein neigbares Display und ist mit elektronischer Bildstabilisierung ausgestattet. Seite 27

BILDDIENSTLEISTUNGEN

Digitalisierung bringt Frequenz und Marge
Komplette Alben bis DIN A3+

Die Digitalisierung analoger Bilder vom Dia bis zum kompletten Fotoalbum ist seit mehr als zehn Jahren die Domäne des Osnabrücker Dienstleisters digitalspezialist. Mit einem innovativen Scanverfahren ist das Unternehmen in der Lage, komplette Fotoalben zu digitalisieren, ohne dass diese auseinandergenommen oder Souvenirs entfernt werden müssen. Das funktioniert mit Alben in allen handelsüblichen Dimensionen bis zum Großformat A3+. Für den Fotohandel bieten sich so gute Perspektiven für zusätzliche Umsätze. Seite 24

UNTERNEHMEN

Meyer Optik Görlitz zeigt Lebenszeichen
Produkte in Planung

Nach der Übernahme der Rechte an Meyer Optik Görlitz durch die Bad Kreuznacher OPC Optics zeigt die Traditonsmarke mit einem neuen Internetauftritt erste Lebenszeichen. Nach sorgfältiger Analyse des Status Quo werden jetzt die ersten Schritte zur Weiterentwicklung der bestehenden Produkte eingeleitet und Möglichkeiten für Neuentwicklungen geprüft. Dabei soll das Produktfolio gestrafft und das Prädikat Made in Germany mit Leben erfüllt werden. Seite 29

Neuheiten 13, 26

Von Manfrotto für Videofilmer
Neues Stativ-Kit 500 21

Die neue RXO II von Sony
Das Kraftpaketchen 27

Bilddienstleistungen

Digitalisierung bringt Frequenz und Marge
Komplette Alben bis DIN A3+ 24

Impressum 31

Klein-
und Personalanzeigen 31

Immer aktuell:

www.foto-contact.de

Neue Seminarformate im Kieler Forum

Erstmals bietet das Photo+Medienforum Kiel einen Bildungsurlaub an: Vom 24. bis 28. Juni erhalten die Teilnehmer grundlegende Kentnisse zur Erstellung eines Imagefilms für eine gelungene Firmenpräsentation.

Die Teilnehmenden eignen sich in diesem Seminar von der Idee über das Storyboard bis zur Postproduction ein kompaktes Know-how im Bereich Video an und erhalten einen Eindruck über Arbeitsumfang, Kosten und Nutzen sowie gestalterische Möglichkeiten im Film. Diese Veranstaltung ist als offizieller Bildungsurlaub anerkannt.

Der Dozent ist Michael Nagel, die Kosten betragen bei Buchung bis zum 15. Mai 490 Euro, danach 520 Euro. Erfahrungen im Umgang mit einer Kamera sind hilfreich, aber nicht Bedingung, betont das Photo+Medienforum Kiel.

Ebenfalls unter der Leitung von Michael Nagel findet am 26. April 2019 der Tagesworkshop „Mehr sehen" in Kiel und an der Ostseeküste statt.

Der Workshop richtet sich an Interessenten, die ihren Blick für das Wesentliche schulen möchten und sich in der Natur zu Hause fühlen, so das Photo+Medienforum Kiel. Auch hier sind fotografische Grundkenntnisse hilfreich, aber keine Bedingung. Die Kosten betragen 129 Euro.

Workshops in der FujifilmSchool 2019

Für das Jahr 2019 stehen an über 100 Terminen unterschiedliche Fotografie-Workshops auf dem Programm der FujifilmSchool. Die Themen reichen dabei von Architektur-, Street-, Landschafts- und Tierfotografie über People- und Porträtfotografie bis hin zu außergewöhnlichen Genres wie Astrofotografie.

Die Fotokurse werden in verschiedenen deutschen Städten angeboten, u. a. in Köln, München, Berlin, Bremen, Leipzig, Ulm, Hannover, Frankfurt und Hamburg. Aber auch Fotografen in Österreich können sich über Termine u. a. in Wien, Linz, Andorf, Graz und Taugl freuen. Das Angebot wird ständig aktualisiert und erweitert.

Besonders nützlich sind die Workshops auch für Interessenten des Fujifilm Systems, die bisher noch keine Erfahrungen mit der X- oder GFX-Serie haben und über einen Systemwechsel zu Fujifilm nachdenken. Im Rahmen der Workshops werden bei Bedarf Leihgeräte und Objektive zur Verfügung gestellt.

Mehr Informationen zu den Workshops gibt es unter: *https://fujifilm-x.com/de-de/events/2018/1231_624/*

Michael Haubrich wechselt in ElectronicPartner Verwaltungsrat

Volker Marmetschke

Michael Haubrich, der seit 2010 dem operativen Managementteam von ElectronicPartner angehört und für die Bereiche Rechnungswesen, Finanzen, Steuern, Recht, Revision, IT und Personal verantwortlich ist, wechselt zum 1. April aus dem Vorstand der Verbundgruppe in den Verwaltungsrat. Damit tritt ein weiteres Mitglied der Inhaberfamilie in das Kontrollgremium ein. Haubrichs Aufgaben im Vorstand werden von Volker Marmetschke übernommen. Der examinierte Steuerberater und Wirtschaftsprüfer (Jahrgang 1962) ist mit den meisten Tätigkeitsfeldern bereits seit seinem Einstieg als Bereichsleiter bei ElectronicPartner vor rund 15 Jahren vertraut.

Friedrich Sobol übernimmt im ElectronicPartner Vorstand die Bereiche IT und Personal zusätzlich zur Gesamtverantwortung für Medimax, Logistik und die Kooperation Deutschland. Karl Trautmann verantwortet weiterhin sämtliche internationalen Aktivitäten der Verbundgruppe, das Technologie-Netzwerk comTeam sowie die Öffentlichkeitsarbeit von ElectronicPartner.

Mir der personellen Veränderung stelle ElectronicPartner die Kontinuität in der strategischen Ausrichtung sicher und sorge auch künftig für eine enge Bindung zwischen dem Gesellschafterkreis und der operativen Führung, betonte die Verbundgruppe in einer Pressemitteilung. Weitere Mitglieder des Verwaltungsrats sind Prof. Stefan Feuerstein, Hartmut Haubrich (Vorsitz), Rüdiger Haubrich und Dr. Christian Mielsch.

Neuer Internetauftritt von Braun Phototechnik

Der neue Internetauftritt von Braun Phototechnik präsentiert sich in einem modernen Design. Dabei sollte der Nutzer problemlos und schnell genau finden, was er sucht, so der Hersteller.

„Es war einfach Zeit für etwas Neues. Die Seite stellt nun unser Image klarer heraus, und die Produkte werden deutlich besser und übersichtlicher präsentiert", erläuterte Braun Produktmanager Miles Kuhn und ergänzte: „Davon profitieren auch unsere Händler, da wir Informationen zu unseren Produkten schnell und übersichtlich bereitstellen können." „Deshalb hatte ein modernes System bei der Gestaltung oberste Priorität, da mit Anbindung von Social Media und Suchmaschinenoptimierung der Bekanntheitsgrad der Marke im Internet weiter gestärkt werden kann. Auch von diesem Onlinemarketing werden unsere Händler profitieren, da wir dadurch die Endkunden zur Nachfrage bei unseren Händlern bewegen", fuhr Kuhn fort.

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

Tetenal startet neu

Ein Team von Mitarbeitern der insolventen Tetenal Europe GmbH hat im Zuge eines Management-Buy-Outs (MBO) wesentliche materielle und immaterielle Vermögensgegenstände des Unternehmens übernommen. Das gab der Insolvenzverwalter, White & Case Partner Dr. Sven-Holger Undritz, in einer Pressemitteilung bekannt. Die neue Gesellschaft soll – vorbehaltlich der Genehmigung durch das unternehmensregisterführende Gericht – „Tetenal 1847 GmbH" heißen und unter Führung des MBO-Teams (Stefania Grimme, Carsten Gehring, Burkhardt Müller und Norbert Köster-Beestermöller) am 1. April 2019 den Geschäftsbetrieb am bekannten Standort in Norderstedt aufnehmen.

„Wir haben uns für diese Firmierung als Markenkern entschieden, welche die Bewahrung der einzigartigen Photochemie-Formelsammlung aus 172 Jahren und der Verantwortung für die Zukunft beinhaltet", kommentierte Carsten Gehring, der mit Norbert Köster-Beestermöller den Vertrieb leiten wird.

Mitverkauft wurden die ehemaligen Tochterunternehmen in England, Frankreich, Polen sowie die deutsche Silverbird24 GmbH. Diese Gesellschaften waren von der Insolvenz in Deutschland nicht betroffen und werden auch in Zukunft die weiterhin ausschließlich in Deutschland produzierten Produkte von Tetenal in ihren Märkten vertreiben.

Tetenal hatte im September 2018 Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens in Eigenverwaltung gestellt. Nachdem sich das Vorhaben der Sanierung unter Insolvenzschutz als nicht durchführbar erwiesen hatte, wurde im Januar 2019 das reguläre Insolvenzverfahren über die Tetenal Europe GmbH eröffnet und White & Case Partner Dr. Sven-Holger Undritz zum Insolvenzverwalter bestellt. Er leitete am 29. Januar 2019 die geordnete Abwicklung mit Ausproduktion der bestehenden Aufträge ein, da der bereits vorinsolvenzlich eingeleitete Investorenprozess auch im Rahmen des Insolvenzverfahrens erfolglos geblieben war.

Parallel zum Investorengesuch wurde im November das Team der Grantiro-Initiative aus Wien engagiert, um gemeinsam mit Tetenal-Mitarbeitern sowie externen Experten neue Zukunftsperspektiven für das Traditionsunternehmen zu entwickeln. Im Zuge dieses Prozesses gründeten vier Mitarbeiter aus der zweiten Führungsebene die „New Tetenal"-Initiative, um Vermögensgegenstände ihres alten Arbeitgebers selbst zu erwerben und auf Grundlage der bekannten Tetenal-Produkte mit frischen Ideen und neuen Geschäftsmodellen ihr eigenes Start-up aufzusetzen. „Dieses ist mein erster Fall, in dem es nach beschlossener und offiziell verkündeter Betriebseinstellung doch noch im Nachhinein zu einem Turnaround gekommen ist", kommentierte Undritz. „Die Idee eines MBO rund um engagierte Tetenalisten aus Deutschland, England, Frankreich und Polen nahm Fahrt auf, nachdem andere Interessenten letztlich das Risiko des Geschäftsfeldes Fotochemie nicht eingehen wollten. Zahlreiche Vertragspartner des Start-ups haben den Neustart nachhaltig unterstützt, was man nur als gutes Omen werten kann."

Roadshow von Ringfoto und europafoto

Auf der Roadshow konnten sich die Mitglieder von europafoto und Ringfoto in Hildesheim, Nümbrecht, Sinsheim und Fürth über die Angebote ihrer Zentralen und zahlreicher Lieferanten informieren.

Erfolgreich im Nischenmarkt

Mit mehr als 300 Händlern war die erste gemeinsame Roadshow von Ringfoto und europafoto gut besucht. Die beiden Kooperationen präsentierten gemeinsam mit zahlreichen Lieferanten nicht nur die aktuellen Produkte für 2019, sondern auch ermutigende Ergebnisse für 2018. Der für Mitte des Jahres geplante Zusammenschluss der beiden Gruppen befindet sich offensichtlich auf einem guten Weg.

europafoto gab noch keinen ausführlichen Einblick in das 2018er Ergebnis, meldete aber einen Umsatzrückgang von 3,5 Prozent auf 138 Millionen Euro für das Jahr 2018. Damit schnitt die Kooperation besser ab als der Gesamtmarkt, vor allem durch den erfolgreichen Verkauf von spiegellosen Systemkameras (plus 35,8 Prozent im Zentrallager) und den dazugehörigen Objektiven (plus 43,8 Prozent im Zentrallager). Dagegen zeigten sich im europafoto Lager die Spiegelreflexmodelle (minus 30,4 Prozent) und die dazugehörigen Objektive (minus 21,8 Prozent) sowie Kompaktkameras (minus 29,8 Prozent) als Verlierer. Der Markt entwickele sich weiter zum Nischenmarkt, betonte europafoto Geschäftsführer Christof Bergmann. Die erfreuliche Kehrseite: Der Marktanteil des Fachhandels am Kamerageschäft steige weiter und habe im Dezember 2018 43,6 Prozent erreicht.

Ringfoto wieder mit Rekordergebnis

Ringfoto Geschäftsführer Michael Gleich hatte mehr Zahlen und Fakten für die Presse parat als sein Eschborner Kollege. Mit einem Volumen von 297,7 Millionen Euro hat die Ringfoto GmbH & Co. Alfo Marketing KG im Jahr 2018 wiederum ein Rekordergebnis erzielt; das entspricht einem Umsatzplus von 8,7 Millionen Euro bzw. 3,0 Prozent. Dabei waren die Wachstumsraten im Lager und in der Strecke praktisch identisch: Im Lager gab es mit 157,4 Millionen Euro ein Umsatzplus von 5,3 Millionen Euro (3,0 Prozent); in der Zentralregulierung sorgte ein Zuwachs um 3,4 Millionen

Die exklusiven Special Edition Kits von Ringfoto – hier das neue Bundle mit der Fujifilm FinePix XP 130 und Peter Hadley Zubehör – kommen bei den Mitgliedern und ihren Kunden sehr gut an.

Euro (2,9 Prozent) für einen Umsatz von 120,3 Millionen Euro. Auch im Konzernabschluss inklusive aller Auslandsumsätze rechnet Ringfoto wieder mit einem Umsatzniveau über dem Vorjahr.

Die deutlichsten Umsatzzuwächse verzeichnete Ringfoto bei spiegellosen Systemkameras (plus 48,5 Prozent), den passenden Objektiven (plus 13,5 Prozent) und Speicherkarten (plus 34,1 Prozent). Auch die exklusiven Ringfoto Bundles der Special Edition wurden gut angenommen. Rückläufig zeigten sich dagegen die Bereiche Spiegelreflex- (minus 23,6 Prozent) und Kompaktkameras (minus 12,7 Prozent). Das Jahresergebnis wird wie gewohnt erst anlässlich der Gesellschafterversammlung im Juni veröffentlicht. „Schon jetzt können wir aber sagen, dass das Jahresergebnis und die Boniausschüttung auf jeden Fall über dem Niveau des Vorjahres liegen werden", erklärte Gleich.

Mitgliederzahl leicht rückläufig

Zum 31.12.2018 hatte die Ringfoto Gruppe 1.310 Mitglieder (Vorjahr: 1.344) mit 1.660 Vertriebsstellen. 114 Geschäfte treten unter Photo Porst auf, und 491 befinden sich im europäischen Ausland. Die Zahl der Ringfoto Gesellschafter stieg zum Jahresende auf 373 (Ende 2017: 368). 28 Eintritten, davon 21 aus Dänemark, standen 23 Austritte gegenüber. Ursache für das Ausscheiden von Gesellschaftern seien unverändert finanzielle Gründe oder Geschäftsaufgaben, erklärte Gleich.

Roadshow-Neuheiten

Im Rahmen der Roadshow stellte Ringfoto zwei exklusive Special Edition Kits vor: Die Canon PowerShot G5 X und die Fujifilm FinePix XP 130 stehen den Mitgliedern im Bundle mit hochwertigem Peter Hadley Zubehör zur Verfügung.

Voigtländer zeigte auf der Roadshow erstmals in Europa das neue Nokton 50mm F1.2 mit Sony E-Bajonett.

Die wachsende Produktgruppe Stabilisierungssysteme wird derzeit im Ringfoto Lager weiter ausgebaut. Auf der Roadshow konnten die Händler mehrere neue Gimbals finden, darunter ein besonders preisgünstiges Einstiegsmodell für Smartphone-Fotografen und -Filmer. Das immer wichtiger werdende Segment Profi-Video wird jetzt auch mit einem Pro-Video-Workshop in der Ringfoto Zentrale unterstützt. Dabei werden alle relevanten Themen wie Bild, Ton und Licht behandelt sowie Produkte namhafter Hersteller präsentiert.

Auch Voigtländer nutzte die Roadshow zur Vorstellung einer Neuheit und zeigte das zuvor auf der CP+ in Japan erstmals präsentierte Voigtländer Nokton 50mm F1.2 mit Sony E-Bajonett. Diese Neuheit ist bereits das dritte Objektiv, bei dem die Ringfoto →

United Imaging Group

Der im August vergangenen Jahres von den Verwaltungsräten initiierte Zusammenschluss von europafoto und Ringfoto befindet sich offensichtlich auf gutem Wege. Bei ihren Präsentationen vor den Mitgliedern und der Presse machten Michael Gleich und Christof Bergmann sehr deutlich, dass zwischen den beiden Geschäftsführern die Chemie stimmt. Zwar wird sich die ursprüngliche Absicht, die Verschmelzung rückwirkend zum 1. Januar 2019 vorzunehmen, nicht realisieren lassen. Zum 1. Juli soll die neue Kooperation unter dem Namen United Imaging Group – Home of Ringfoto und europafoto die Arbeit aufnehmen, wenn die Gesellschafter der beiden Kooperationen zustimmen. Die entsprechenden Gesellschafterversammlungen sollen zeitgleich am 22. Juni im Frankfurt Marriott stattfinden.

Die neue Gruppe wird ihren Sitz in Fürth haben und soll die Mitglieder stärker als bisher auch beim Verkauf unterstützen. Dazu wird ein schlagkräftiges Team aus bewährten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aufgebaut, das sich unter starker Leitung individuell auf die Bedürfnisse der Mitglieder konzentrieren soll. Das gilt auch für das Thema Digitalisierung. Hier soll die neue Gruppe individuelle Lösungen für Internetauftritte und Webshops bereitstellen, die zum Geschäftsmodell und zur Unternehmensgröße des Händlers passen. Ein Direktverkauf der Zentrale, wie er derzeit noch im europafoto Online-Shop stattfindet, ist für die Zukunft nicht mehr geplant. Die Identität der Marken europafoto, Photo Porst und Ringfoto soll dagegen auch unter den neuen Vorzeichen gewahrt werden.

Händler über die technische Ausführung mitentscheiden konnten. Ebenfalls erstmals in Europa zu sehen waren Vorserienmodelle der auf der CP+ vorgestellten Voigtländer Objektive 21mm F1.4 E und 75mm F1.5 VM. Über die Serienfertigung gibt es allerdings noch keine Entscheidung.

100 Jahre Photo Porst

Spätestens seit der erfolgreichen Zelebrierung des 50jährigen Bestehens weiß man, dass Ringfoto gut Jubiläen feiern kann. In diesem Jahr ist die Marke Photo Porst an der Reihe, denn vor 100 Jahren, am 1. Juli 1919, eröffnete Hanns Porst sein erstes Fotofachgeschäft – die Keimzelle eines Unternehmens, das 1928 „Deutschlands größtes Photohaus" und 1932 sogar „das größte Photohaus der Welt" wurde. Später baute die Familie das Unternehmen zu einer Ladenkette aus, die ab 1986 als Photo Porst AG firmierte.

2002 musste das Traditionsunternehmen Insolvenz anmelden, und die Ringfoto Gruppe übernahm die Namensrechte an der Marke, deren Bekanntheit auch heute noch bei 61 Prozent liegt.

Zum Jubiläum erhalten die Mitglieder von der Zentrale ein umfangreiches Werbepaket in edlem Corporate Design für „100 Jahre Photo Porst" sowie zahlreiche weitere Werbebausteine für die Präsentation von Jubiläumsware.

Zum 100. Geburtstag von Photo Porst wird Ringfoto den unter der Traditionsmarke operierenden Geschäften umfangreiche Werbepakete und zahlreiche Dekomaterialien sowie attraktive Angebote zur Verfügung stellen.

Artikelstammdaten-System

Im Rahmen der Roadshow konnten sich die Mitglieder auch über das neue Artikelstammdaten-System Artex informieren, das vor allem größere Ringfoto Mitglieder maßgeblich entlasten soll. Die Kooperation entwickelt aktuell eine Produktdatenbank, mit der zukünftig die Webshops und die Warenwirtschaft der Mitglieder ganz einfach mit Informationen befüllt werden können. Dabei sollen nicht nur Informationen zu allen Lagerartikeln der Zentrale, sondern mittelfristig auch zu vielen weiteren Foto- und Video-Produkten zur Verfügung stehen. Dann wird es nicht mehr notwendig sein, Produktinformationen bei verschiedenen Herstellern oder Portalen abzurufen. Die Bedienung von Artex soll dabei so einfach gestaltet werden, dass keinerlei EDV-Kenntnisse benötigt werden.

Mittelfristig soll Artex mehr als 100.000 verschiedene Artikel mit bis zu 330 Merkmalen umfassen. Bei Ringfoto Lagerware kommen Preise, Konditionen, Aktions- und Beratungspauschalen sowie Händler-Bestpreise inklusive der nachgelagerten Konditionen hinzu. Der Daten-Export soll in alle relevanten Formate möglich sein.

In der Aufbauphase steht Artex den Ringfoto Mitgliedern kostenlos zur Verfügung, ab dem 1. Juli wird eine monatliche Pauschale von 100 Euro berechnet.

Für das Geschäftsjahr 2019 erwartet Ringfoto einen Umsatz auf Vorjahresniveau, der wie im Vorjahr vor allem mit spiegellosen Systemkameras und Objektiven erreicht werden soll.

Umsatz mit Foto- und Videohardware fällt 2018 um fast 180 Millionen Euro

Weiter auf Talfahrt

Die Fotobranche in Deutschland hat 2018 im Vergleich zum Vorjahr fast 180 Millionen Euro Hardware-Umsatz eingebüßt; das Volumen sank um 10 Prozent auf 1,737 Millionen Euro. Das ergibt sich aus den vom Photoindustrie-Verband (PIV) und dem Marktforschungsinstitut GfK ermittelten Marktzahlen zum deutschen Foto- und Imaging-Markt 2018. Dabei fiel der Umsatz mit Fotokameras erstmals seit vielen Jahren unter die Grenze von einer Milliarde Euro. Weiterhin positiv entwickelte sich dagegen der Absatz von Sofortbild-Kameras und der Dienstleistungsbereich, der allein in den Kategorien Fotobücher und Foto-Mehrwertprodukte um 8 Prozent zulegte.

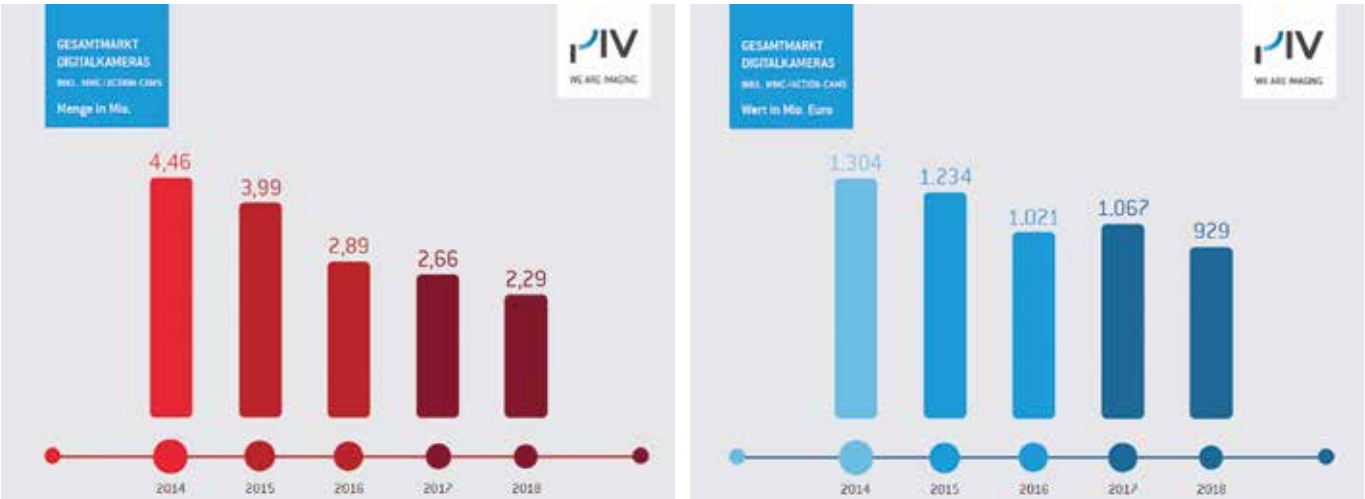
Nach Stückzahlen ging der Kamera-Gesamtmarkt (inklusive Action-Cams, Movie- und Dash-Cams sowie 360° Kameras, ohne Camcorder) um 14 Prozent auf 2,29 Milliarden Stück zurück, der Umsatz fiel um 13 Prozent auf 929 Millionen Euro. Der Absatz von Kompaktkameras sank um 17,6 Prozent auf 1,18 Millionen Stück und erreichte nur noch ein Umsatzvolumen von 284 Millionen Euro (minus 18,6 Prozent). Mit 612.000 verkauften Einheiten nahm die Menge der Kameras mit Wechselobjektiv um 11,3 Prozent ab. Dieser Rückgang ist ausschließlich dem Spiegelreflexsegment geschuldet, das um 23,5 Prozent auf 310.000 Stück einbrach. Die Menge der verkauften spiegellosen Modelle nahm dagegen um 6 Prozent auf 302.000 zu. Der Umsatz mit Kameras mit Wechselobjektiven belief sich auf 545 Millionen Euro (minus 8,5 Prozent), davon entfielen 250 Millionen Euro (minus 24 Prozent) auf Spiegelreflex-Kameras und 295 Millionen Euro (plus 11,3 Prozent) auf spiegellose Modelle.

Die Zahlen für das Geschäft mit Camcordern weist der Marktbericht des Photoindustrie-Verbandes nicht mehr aus. Der Home Electronics Markt Index Deutschland (Hemix) bezifferte den Absatz für das Jahr 2018 auf 573.000 Stück (minus 7,6 Prozent); der Umsatz ging um 18,1 Prozent auf 136 Millionen Euro zurück.

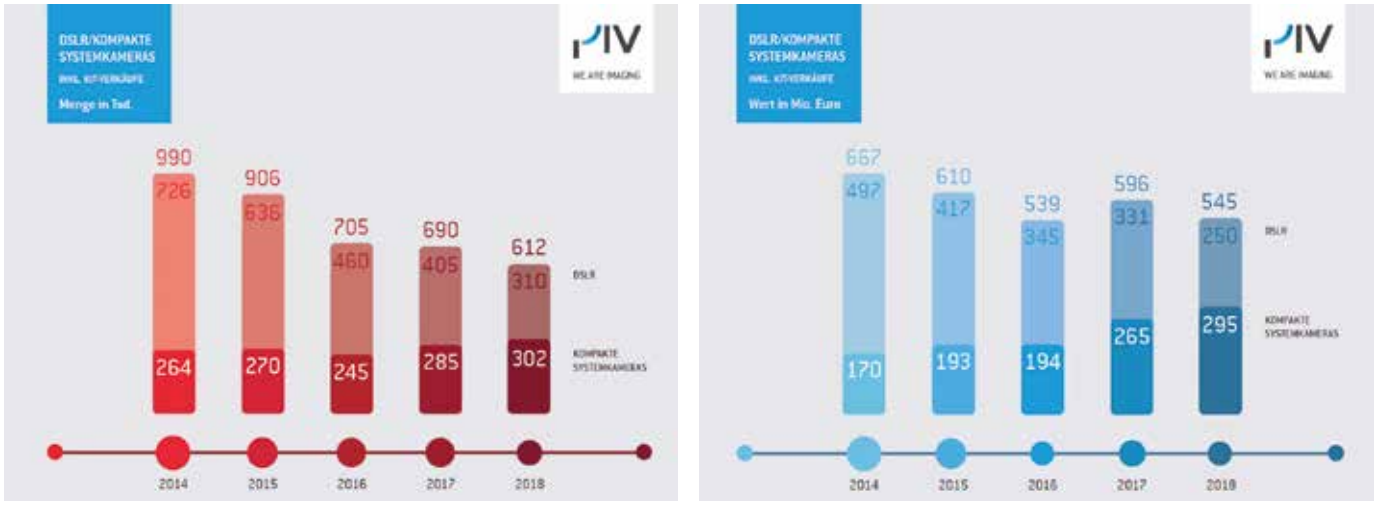
Erfreulich entwickelte sich dagegen der Verkauf von Sofortbildkameras: Er legte um 12,2 Prozent auf 460.000 Stück zu; der Umsatz wuchs dabei nur um 3 Prozent auf 35 Millionen Euro.

Weniger Zubehör

Dem Kamera-Absatz entsprechend ging auch der Verkauf von Wechsel-



Der Kameramarkt (ohne Sofortbild und Video) verzeichnete 2018 im Vergleich zum Vorjahr ein Minus von 14 Prozent nach Stück und von 13 Prozent nach Wert.



Bei den Kameras mit Wechselobjektiven konnte das leichte Wachstum spiegelloser Systemkameras den dramatischen Einbruch im Spiegelreflexsegment nicht kompensieren. Der Trend zu hochwertigen Modellen stärkte dagegen den Absatzkanal Fachhandel und verlangsamte den Umsatzrückgang.

objektiven zurück und lag mit einem Volumen von 665.000 Stück um 5 Prozent unter dem Vorjahr. Davon entfielen 110.000 Objektive (minus 17,3 Prozent) auf Spiegelreflex-Modelle und 255.000 (plus 24,4 Prozent) auf spiegellose Systemkameras. Der Umsatz nahm nur um 1,3 Prozent auf 367 Millionen Euro ab; dabei stand ein Rückgang von 15,6 Prozent im Spiegelreflexsegment auf 205 Millionen Euro einem kräftigen Wachstum von 25,6 Prozent auf 162 Millionen Euro im spiegellosen Bereich gegenüber.

Die wachsende Nachfrage nach Gimbals und Rigs für Videokameras und Smartphones sorgte bei den Stativen für ein Wachstum von 1,8 Prozent auf 806.000 Stück; der Umsatz stieg um 2 Prozent auf 52 Millionen Euro. Dagegen sank die Nachfrage nach Blitzgeräten um 18,8 Prozent auf 69.000 Stück; der Umsatz schrumpfte in diesem Segment um 20 Prozent auf 16 Millionen Euro.

Der Verkauf von Fototaschen nahm 2018 um 11,3 Prozent ab und erreichte noch ein Volumen von 1,95 Millionen Stück, die 54 Millionen Euro Umsatz (minus 5,3 Prozent) in die Kassen brachten.

Bildermarkt wächst

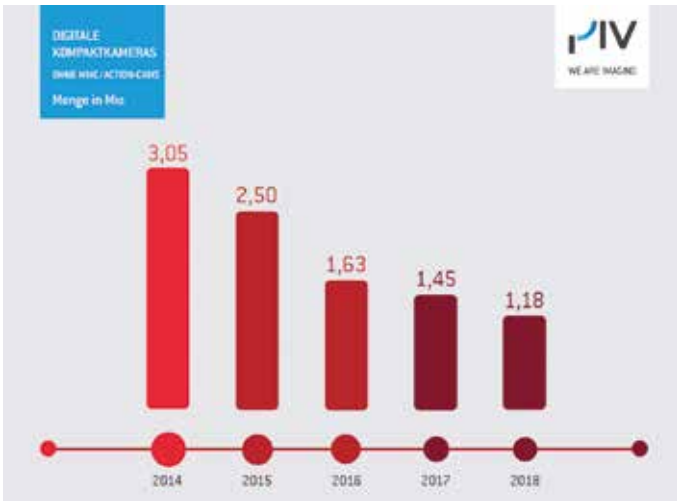
Im Gegensatz zum Hardwaregeschäft zeigte der Umsatz mit Bildprodukten auch 2018 wieder Wachstum. So wurden in Deutschland mit 9 Millionen Fotobüchern 1,8 Prozent mehr verkauft als 2017; der Umsatz stieg dabei um 5,8 Prozent auf 309 Millionen Euro.

Noch erfreulicher ist das Bild bei Fotomehrwertprodukten wie Postern, Wandbildern, Kalendern, Geschenkartikeln und Grußkarten: In diesem Segment stieg der Umsatz 2018 um 10 Prozent auf 332 Millionen Euro. Damit wurden in den Segmenten Fotobücher und -mehrwertprodukte mit 641 Millionen Euro fast 100 Millionen Euro mehr Umsatz erzielt als in der Kategorie Kameras mit Wechselobjektiven.

PIV sieht Impulse

Der Photoindustrie-Verband (PIV) sieht in den Zahlen für 2018 seine Marktprognose bestätigt. Mit einem Gesamtumsatz von 20 Milliarden Euro sei der Foto- und Imagingmarkt in Deutschland stabil geblieben, heißt es in einer Pressemitteilung. Die Anzahl der verkauften Kameras weise wie erwartet auf einen gesättigten Hardwaremarkt hin, in dem weiterhin Nachfrage nach hochwertigen Produkten bestehe.

Die beiden Produktgruppen Sofort-



Der Absatz von digitalen Kompaktkameras ging 2018 um 16,6 Prozent auf 1,18 Millionen Stück zurück.

Glückliche Telekommunikation: Obwohl der Absatz von Smartphones auf dem hohen Niveau von 23 Millionen Stück stagnierte, wuchs der Umsatz um 13 Prozent auf 11,3 Milliarden Euro. Das entspricht einem Durchschnittspreis von über 491 Euro pro Gerät.

bildkameras und Fotomehrwertprodukte seien Indikatoren für den anhaltenden Spaß am Fotografieren, dem Trend zum Do-it-Yourself, betonte der PIV. Gerade die jüngere Generation schätze zunehmend das haptische Bild.

Impulse für 2019 sieht der PIV in sprachgesteuerten und/oder auf künstlicher Intelligenz basierenden Funktionen in der Hardware, intelligenter Software bzw. Apps, Anwendungen von Augmented und Virtual Reality sowie neuen Kameramodellen und Objektiven. Enormes Potential misst der Verband auch Cloud-Speicherlösungen bei: Mehr als 1,2 Billionen weltweit gemachter Bilder pro Jahr erforderten smarte Lösungen im Umgang mit der digitalen Bilderflut, heißt es in der Pressemitteilung. Durch die vielseitigen, branchenübergreifenden Einsatzmöglichkeiten von Imaging, z. B. in der Automobil-, Sicherheits- und Überwachungsindustrie, sei mit weiterem Marktwachstum zu rechnen, betonte der PIV.

Cullmann ergänzt Taschenserie Rio

Die zwei neuen gemusterten Varianten der Rio Fit 100 Modelle, llama und Love, ergänzen die für Fujifilm Instax Mini 8/9 Kameras entwickelte Taschenserie Rio.

Der abnehmbare Deckel schützt und stört nicht. Auf der Rückseite der Taschen bietet eine zusätzliche Tasche Platz für Accessoires. Der Tragegurt sorgt mit dem robusten Metall-Karabinerhaken für den sicheren Transport und kann schnell entfernt und befestigt werden.

Die Rio Fit Modell sind aus widerstandsfähigem Außenmaterial gefertigt; innen schützt das weiche Futter die Kamera.

Beide Rio Fit 100 Taschen sind ab sofort zu Preisen von jeweils 16,99 Euro (UVP) erhältlich.

Handliches Tischstativ von Braun

Das kompakte, nur 140 g leichte Dreibeinstativ MT-18 ist schnell einsatzbereit und verfügt über eine Tragfähigkeit von bis zu 5 kg. Die maximale Höhe des Mini-Stativs beträgt 18cm, die minimale Stativhöhe liegt bei 13cm.

Das Tischstativ MT-18 selbst besteht aus glasfaserverstärktem Nylon, während der robuste Kugelkopf zum genauen Ausrichten der montierten Kamera aus Aluminium gefertigt ist und sich um 360 Grad drehen lässt. Das genormte 1/4" Gewinde sitzt auf dem Kugelkopf und dient zur Befestigung der Kamera oder einer zusätzlichen Halterung (z. B. für Smartphones).

Mit geschlossenen Beinen lässt sich das Tischstativ MT-18 auch als Hand- oder Videogriff für eine bequeme, handgeführte Nutzung einsetzen. Das Packmaß beträgt nur 18 cm, und dank seines geringen Gewichts passt das MT-18 in jeder Tasche.

Zum Lieferumfang des Tischstativs MT-18 gehört ein Smartphone-Halter. Er verfügt über zwei genormte 1/4" Gewinde an der Unter- und Rückseite. Die beweglichen, seitlichen Haltebacken machen die individuelle Anpassung an das Smartphone einfach. Durch die stufenlose Einstellung der Backenbreite von 55 bis 85mm kann jedes gängige Smartphone sicher im Halter fixiert und auf jedes genormte 1/4" Stativ montiert werden. Das MT-18 ist ab sofort zum Preis von 14,90 Euro erhältlich.

Business Forum Imaging Cologne

Fünf vor zwölf – oder

Auch mit seiner zehnten Ausgabe erwies sich das Business Forum Imaging Cologne, das die photokina am 6. und 7. März unter dem Motto „Create the unseen" im Kongresszentrum Ost der Koelnmesse veranstaltete, mit rund 200 Teilnehmern als etablierte Plattform für die Foto- und Imagingbranche. Ein Fazit der 14 Vorträge und Diskussionsrunden lässt sich schnell ziehen: Wenn die Kamera-Hersteller so innovativ wären wie die Bilddienstleister, ginge es der Branche besser. Auch im Einzelhandel besteht noch jede Menge digitaler Handlungsbedarf.

Thomas Blömer, Gründer und Organisator des Business Forums, fand in seiner Begrüßung kritische Worte für Kamera-Hersteller, denen angesichts des Einbruchs der Verkaufszahlen innovative Ideen fehlen.

Passend zum Aschermittwoch eröffnete der Gründer und Organisator des Business Forums, Thomas Blömer, die Veranstaltung mit einer veritablen Bußpredigt, die sich vor allem an die Kamera-Hersteller richtete. Dabei bezog sich der imaging+foto-contact Verleger auf die aktuellen Marktzahlen, die der Photoindustrie-Verband (PIV) gemeinsam mit der GfK wenige Tage zuvor herausgegeben hatte (siehe Seite 11-13 dieser Ausgabe). Die deutlichen Rückgänge in praktisch allen wichtigen Produktkategorien

zeigten deutlich, wie dramatisch die Lage der Branche sei, betonte Blömer. Noch dramatischer sei die Tatsache, dass die Branche diese Entwicklung mehr oder weniger achselzuckend als unvermeidliches Schicksal hinnehme, anstatt Produkte zu entwickeln, für die sich die Konsumenten begeistern können. Besonders die Kamera-Hersteller hielten geradezu krampfhaft an ihren traditionellen Konzepten fest und beschränkten sich darauf, ihren neuen Modelle immer noch besser und besser zu machen. „Glaubt hier wirklich jemand, dass die Menschen so wenig Kameras kaufen, weil die Bilder zu schlecht sind?", fragte Blömer rhetorisch ins Auditorium. „Wenn die Gründe für den Rückgang des Marktes aber woanders lägen, warum, um Himmels willen, versuchen die Hersteller, den Trend umzukehren, indem sie immer bessere Kameras bauen, anstatt Bedieneroberflächen zu entwickeln,

später?

mit denen ihre Geräte genauso einfach und intuitiv bedient werden können wie Smartphones oder andere digitale Geräte?", fragte Blömer. Wenn die Branche nicht das Kongress-Motto „Create the unseen" (Schaffe das noch nie Dagewesene) in die Praxis umsetze, werde sie kein Teil der sich rasant entwickelnden digitalen Gesellschaft werden.

Noch smartere Smartphones

Nach dieser Einleitung machte es sich gut, dass mit David Montanya, European Product Manager, Mobile Communications von LG Electronics, ein Vertreter eines Smartphone-Herstellers einen spannenden Einblick in die innovativen Technologien gab, mit denen die smarten Alleskönner immer besser und leistungsfähiger werden. Denn seitdem im Jahr 2002 die Fotografie mit der Möglichkeit, ein 0,3 Megapixel-Foto als MMS zu versenden, in den Mobilfunk Einzug hielt, hat sich viel getan. Aktuelle Smartphones nehmen hochaufgelöste Bilder und 4K-Videos auf, bieten eine Blendenöffnung von 1,6 ebenso wie professionell wirkende Bokeh-Effekte und vergleichen mit Hilfe von künstlicher Intelligenz Motive mit ähnlichen professionellen Fotos, um eine bessere Bildqualität zu errechnen. Das ist aber erst der Anfang. Smartphone-Hersteller wie LG arbeiten bereits daran, aus den Aufnahmen mehrerer Kamera-Module ein Bild zusammenzurechnen und damit auch weiter entfernte Motive formatfüllend in hoher Auflösung darstellen zu können. Zudem helfen die Kameras dabei, Smartphones noch smarter zu machen. Ein Beispiel dafür ist Google Lens: Diese Technologie nutzt Motiv- und Objekterkennung sowie Sprachverarbeitung, damit das Smartphone seine Umgebung besser versteht und mit virtuellen Elementen ergänzen kann. Praktisches Beispiel: Man fotografiert ein Kleidungsstück, das einem gefällt, und das Telefon sagt einem sofort, wo man es zu welchem Preis kaufen kann.

Dass Fotofunktionen die Nachfrage nach Smartphones fördern und den Herstellern als Differenzierungsmerkmal dienen, stellte mit Markus Kick,

Dr. Ralf Wieting, Leiter Applikationsentwicklung Cewe, stellte dar, wie neue Technologien es einfacher machen, Bilder zu finden und damit Bildprodukte zu gestalten.

David Montanya, European Product Manager, Mobile Communications von LG Electronics, gab einen spannenden Einblick in die innovativen Technologien, mit denen die Fotofähigkeiten von Smartphones immer besser werden.

Markus Kick, Strategic Insights, Consumer Electronics & Photo Market, GfK, stellte dar, dass Konnektivität und Videofunktionen wichtige Verkaufsargumente für Kameras sind.

Strategic Insights, Consumer Electronics & Photo Market, auch ein Vertreter des Marktforschungsunternehmens GfK fest. Umgekehrt gelte allerdings auch, dass Konnektivität und Videofunktionen wichtige Verkaufsargumente für Kameras sind. Der Fotohandel kann nach Ansicht von Kick von alternativen Aufnahmegeräten wie Smartphones oder Actioncams durchaus profitieren, indem er z. B. Zubehör wie Gimbals anbietet. Dass die zuvor von David Montanya geschilderten Funktionen von Google Lens realistische Anwendungen finden können, zeigen auch aktuelle Marktforschungen der GfK. So hat fast die Hälfte der Teilnehmer einer globalen Befragung angegeben, das Smartphone oder Tablet entwickele sich zum wichtigsten Werkzeug beim Einkaufen.

Bilder finden und Drucken

Bereits vor Montanya hatte Dr. Ralf Wieting, Leiter Applikationsentwicklung Cewe, dargestellt, wie man mit neuen Technologien das Bildergeschäft vorantreiben kann. So nutzt Cewe künstliche Intelligenz, um den Menschen zu helfen, aus ihren zahlreichen Aufnahmen die richtigen Bilder herauszufinden, sie nach Zeitpunkten, Motiven und Orten zu sortieren und natürlich automatisch in Bildprodukte wie Cewe Fotobücher zu integrieren. Mit Sprachsteuerung wird das noch einfacher, indem man z. B. seinem Smartphone „erzählt", was man an einem Tag oder zu einem Zeitpunkt getan hat und welche Bilder dazugehören. So entsteht im Laufe der Zeit ein Foto-Tagebuch, das natürlich gedruckt werden kann und sollte.

Wie man neue Technologien nutzen kann, um die richtigen Bildinhalte zu identifizieren, war auch das Thema eines Tischgesprächs, das Hans Hartman, Gründer der Visual 1st Konferenz

Manfred Rau, Marketingleiter bei Fujifilm Imaging Products und Solutions und Fujifilm Imaging Systems: „Entscheidend dafür, welche Bilder gedruckt werden, sind die Emotionen, die Menschen mit ihnen verbinden."

Christina Teng, Senior Product Manager, Future Solutions bei Kodak Moments, wies darauf hin, dass der Smartphone-Boom eine 5-Milliarden-Geräte Chance für das Bildergeschäft mit sich bringt.

in San Francisco, und Thomas Blömer mit Anna Dickson, Visual Lead, Image Search bei Google führten. Der Digitalgigant hat einen unbändigen Hunger nach passenden visuellen Inhalten, die Angebote wie Google Maps erst zu dem machten, was sie sind. Diese Bilder findet Google weitgehend automatisch, um dann einen Lizenzierungsprozess einzuleiten und die Rechte für die entsprechende Anwendung zu erwerben.

Wie man mit künstlicher Intelligenz den „richtigen Kodak Moment" findet, war auch das Thema von Christina Teng, Senior Product Manager, Future Solutions bei Kodak Moments. Die praktisch universale Verbreitung von Smartphones und Kameras biete der Branche eine „5-Milliarden-Geräte-Chance", um möglichst viele der für 2021 erwarteten 2,7 Billiarden Aufnahmen in Prints und Bildprodukte zu verwandeln. Die seien inzwischen auch bei jungen Leuten beliebt, betonte Teng. 40 Prozent der zwischen 1997 und 2012 geborenen Genera-

Anna Dickson, Visual Lead, Image Search bei Google, erklärte im Gespräch mit Hans Hartman, wie Google für seine Dienste die passenden Bilder findet und lizenziert.

Thorsten Tourbier, Marketingleiter von allcop, stellte dar, wie die Idee entstand, mit dem MagicPostr ein Bildprodukt direkt aus WhatsApp anzubieten, und demonstrierte live den Bestellprozess mit dem Chatbot Zoé.

tion Z hätten bereits Bilder gedruckt bzw. drucken lassen. Wenn man es ihnen einfacher mache, könnten es deutlich mehr werden.

Wie man junge Leute ganz einfach für haptische Bilder begeistert, zeigte Manfred Rau, Marketingleiter bei Fujifilm Imaging Products und Solutions und Fujifilm Imaging Systems. Sofortbildkameras wie die instax können das sogar ohne künstliche Intelligenz, erklärte Rau, deren Algorithmen den emotionalen Wert eines Bildes noch nicht oder zumindest nicht immer erkennen können. Damit wollte Rau allerdings die Bedeutung von künstlicher Intelligenz, die auch von Fujifilm zur Bildverbesserung eingesetzt wird, nicht herunterspielen. Es sei aber noch ein weiter Weg von den derzeit auf einzelne Aufgabenfelder spezialisierten „schwachen" künstlichen Intelligenzen bis zu starken, die in der Lage sind, die Ergebnisse aus einem Gebiet auch in andere zu übertragen. Bis dahin seien Emotionen der wichtigste Treiber, um Bilder zu identifizieren, die den Menschen wichtig genug sind, um gedruckt zu werden, erklärte Rau. Dass solche Bilder nicht mehr 30 Jahre an der Wand hängen, sondern gerne mal ausgewechselt würden, sei eine weitere große Chance für die Branche, erklärte Rau.

Bildprodukte aus WhatsApp

Um Fotoprodukte für junge Leute ging es auch Thorsten Tourbier, Marketingleiter von allcop, in seinem Vortrag „Fotoprodukte direkt aus WhatsApp bestellen". Denn der Allgäuer Bilddienstleister hat gemeinsam mit dm das MagicPostr entwickelt, das direkt aus dem Messenger-Dienst bestellt werden kann. Wie wichtig das ist, zeigt die Studie von „Social Media und Social Messaging" von Bitkom

V. l. Hans Hartman diskutierte mit Philipp Mühlbauer (Picanova), Sofi Shvets (Let's Enhance), Quian Lin (HP) und Ziv Gillat (Perfectly Clear/Athentech), wie man die Bilderflut auch ohne Druck für Umsätze nutzen kann.

Research, aus der hervorgeht, dass fast 90 Prozent der Deutschen WhatsApp nutzen. In der Altersgruppe 14 bis 29 tut das praktisch jeder, und in der Gruppe 30 bis 49 Jahre sind es immer noch 94 Prozent. Um zumindest einige der unzähligen Bilder, die dabei verschickt werden, in Umsatz für die Fotobranche zu verwandeln, interpretierte allcop die auf Englisch AI (Artificial Intelligence) abgekürzte künstliche Intelligenz neu: nämlich als Allgäuer Intelligenz. Die hat mit dem smarten ChatBot Zoé, der die Bestellung des MagicPostrs begleitet, zwar auch eine digitale Komponente, am Ende wird das Bildprodukt selbst allerdings nicht von Algorithmen, sondern von allcop Mitarbeitern gestaltet. Das bedeutet: Wer ein MagicPostr bestellt, wird überrascht, denn das Produkt selbst hat er oder sie vorher gar nicht gesehen. Die Zufriedenheitsquote, betonte Tourbier, sei außerordentlich hoch, obwohl allcop bei Nichtgefallen die kostenfreie Rücksendung anbietet.

Foto-Umsatz mit und ohne Druck

Mit zwei Podiumsdiskussionen beleuchtete der amerikanische Analyst Hans Hartman, der erstmals als offizieller Konferenz-Partner des Business Forums Imaging Cologne auftrat, die Möglichkeiten, die Foto- und Videoflut für mehr Umsatz in der Branche zu nutzen. Eine Runde mit Philipp Mühlbauer (Picanova), Sofi Shvets (Let's Enhance), Quian Lin (HP) und Ziv Gillat (Perfectly Clear/Athentech) zeigte, dass man dabei zwar auch, aber nicht nur an Druck denken darf. So bietet das Startup Let's Enhance aus der Ukraine die Möglichkeit, niedrig aufgelöste Bilder hochzuladen und als digital verbesserte und größere Bilddatei (bis zu 8fach oder mehr) zurückzubekommen. Perfectly Clear beschäftigt sich bereits seit 15 Jahren mit der automatischen Verbesserung von Bilddateien und verarbeitet zur Zeit rund 11 Milliarden Fotos im Jahr. HP setzt Deep Learning Technologien, also künstliche Intelligenz, ein, um Druckdienstleistern Module zur automatischen Erzeugung von Fotobüchern zur Verfügung zu stellen, die nicht nur die richtigen Fotos finden, sondern auch ihre Wichtigkeit für bestimmte Anwendungen erkennen können, indem sie z. B. die im Gesichtsausdruck erkennbaren Gefühle berücksichtigen. Damit kann die Software nicht nur die passenden Bilder aussuchen, sondern auch entscheiden, auf welcher Seite des Fotobuchs sie am besten erscheinen und welche Aufnahmen besonders hervorgehoben werden sollen. Der Bilddienstleister Picanova, der zur Zeit Fotoprodukte unter 40 Marken und auch „branchenfremde" Personalisierungdienstleistungen für die Textil- und Einrichtungsbranche anbietet, hat

Ideen für den Fotodruck waren das Thema für eine weitere Podiumsdiskussion, bei der Hans Hartman mit (v. l.) Francesc Hostench (Jondo Europe), Marion Duchesne (mediaclip), Martijn Eier (Cloudprinter) und Stefano Cutello (Pastbook) sprach.

David Gross, Digital Sales & Experience Senior Director bei Canon Europe, sprach über wirkungsvolle Strategien für die Digitalisierung in Unternehmen.

Marc Mombauer zeigte, wie loadbee Originalinhalte von Markenartiklern in die Online-Shops von Händlern und auch an den stationären PoS bringen kann.

gerade eine neue Technologie außerhalb des Druckens entwickelt. Dabei handelt es sich um einen automatischen 3D-Körperscanner, der ähnlich wie ein Photo Booth genutzt wird. Der Kunde erhält eine dreidimensionale Datei, die er z. B. als Avatar in Computerspielen oder in AR-Anwendungen einsetzen kann.

Neue Ideen für den Druck

In einem zweiten Panel diskutierte Hans Hartman mit Marion Duchesne (mediaclip), Stefano Cutello (Pastbook), Martijn Eier (Cloudprinter) und Francesc Hostench (Jondo Europe) über Ideen, wie man im ausgereiften Markt für Druckdienstleistungen zusätzliche Umsätze erzielen kann. Mediaclip, ein Anbieter von E-Commerce Lösungen, hat dafür mit Magento und Shopify Module entwickelt, die es auch kleinen Geschäften und sogar einzelnen Personen möglich machen, Fotoprodukte zu verkaufen. Zudem entwickelt mediaclip Lösungen, Bildprodukte direkt aus Anwendungen wie Apple Fotos zu gestalten.

Pastbook verfolgt bereits seit sieben Jahren erfolgreich das Geschäftsmodell, die Bestellung von Fotobüchern mit Facebook-Fotos direkt aus dem sozialen Netzwerk heraus anzubieten. Dabei sucht die Software automatisch die passenden Schnappschüsse aus; die Anwender können natürlich Fotos herausnehmen, aber 90 Prozent ordern das Buch so wie vorgeschlagen mit durchschnittlich 150 bis 200 Seiten.

Cloudprinter und Jondo sind Anbieter, die es möglich machen, rund um die Welt Bild- bzw. Druckprodukte zu bestellen. Dafür bietet Cloudprinter eine Anwendung mit einem Netzwerk von derzeit mehr als 160 Druckdienstleistern an, die Fotobücher und andere Bildprodukte produzieren können. Routing-Algorithmen stellen dabei sicher, dass jeweils der beste Partner ausgewählt wird.

Das in den USA beheimatete Unternehmen Jondo hat sich vor allem auf Wanddekorationen spezialisiert, die weltweit an zehn Standorten hergestellt werden, um Einzelhändler kostengünstig und effizient zu versorgen.

Erfolgreich digitalisieren

Über Digitalisierung wird bekanntlich viel geredet, aber in den meisten Unternehmen immer noch zu wenig oder das Falsche getan. Das war das Thema von David Gross, Digital Sales & Experience Senior Director bei Canon Europe. Digitalisierung sei eine komplexe Aufgabe, die Unternehmen und Manager leicht überfordern könne, betonte Gross. Darum sei es wichtig, planvoll vorzugehen und sich auf die wichtigsten Bereiche zu konzentrieren. Auf Spielzeuge und Prestigeprojekte könnte man dagegen leicht verzichten, denn am Ende habe die Digitalisierung das Ziel, die Zukunft der Kerngeschäfte zu sichern.

Der digitale Einzelhandel

Gleich drei Vorträge am zweiten Tag hatten die Digitalisierung im Einzelhandel zum Thema. So stellte Marc Mombauer, PR Manager von loadbee, das Konzept der Internetplattform vor, Originalinhalte von Markenartiklern in die Online-Shops von Händlern und auch an den stationären PoS zu bringen. So können Materialien vom Datenblatt bis zum Videofilm für virtuelle oder physische Verkaufsgespräche eingesetzt werden. Mehr als 300 Marken arbeiten bereits mit loadbee zusammen und erreichen auf der Platt-

Christian Underwood, Chief Marketing Officer des Düsseldorfer Start-ups LiSA Retail Innovation, sprach über die Bedeutung von Live-Videos bei der digitalen Kundenberatung.

André Hunziker, Gründer und CEO von PNA International, machte deutlich, dass Ausreden wie „keine Idee, keine Zeit oder kein Budget für die Digitalisierung" heute nicht mehr gelten können.

form mehr als 500 Händler in 36 Ländern. 2018 hat die Plattform 750 Millionen digitale Inhalte ausgespielt.
Um den Einsatz von Live-Videos in der Kundenkommunikation geht es dem Düsseldorfer Start-up LiSA Retail Innovation. Dessen Chief Marketing Officer Christian Underwood zeigte, wie Juwelierketten, Premium-Kaufhäuser und Shopping-Center bereits jetzt die Kunden live über das Internet beraten und damit natürlich auch Umsätze erzielen. Auch die Retourenquote im Online-Geschäft lässt sich dadurch deutlich reduzieren. Die Bedeutung virtueller Live-Beratung dürfte in den nächsten Jahren deutlich zunehmen. So wird laut Underwood erwartet, dass bis zum Jahr 2021 über 10 Prozent des Datenverkehrs im Internet (ohne Spielanwendungen) aus Live-Videos bestehen werden.
Mit André Hunziker kehrte der Gründer und CEO von PNA International auf das Business Forum Imaging Cologne zurück. Er knüpfte an seinen Vortrag im Jahr 2017 an und zeigte, wie man mit intelligenter Software die Kunden automatisiert über das Internet erreichen und damit natürlich auch Umsätze erzielen kann. Mit den richtigen Konzepten und Partnern sei dies praktisch jedem Unternehmer möglich, betonte Hunziker und erteilte häufigen Ausreden wie „keine Idee, keine Zeit oder kein Budget für die Digitalisierung" eine Absage. Sogar die Förderung durch öffentliche Mittel sei relativ leicht zu erreichen.

Das eigentliche Ziel: der digitale Kunde

Natürlich ging es auf dem Business Forum Imaging Cologne 2019 nicht nur um Digitalisierung, künstliche Intelligenz, Konzepte und Strategien von Bilddienstleistern, Herstellern und Einzelhändlern. Denn das eigentliche Ziel

Professor Dr. Rudolf Aunkofer, Direktor des Instituts für Information & Supply Chain Management (iSCM) an der Hochschule für angewandtes Management, Ismaning, stellte nicht nur die vernetzten Kunden vor, sondern auch Rezepte, um diese zu gewinnen.

aller Aktivitäten ist bekanntlich der Kunde. Dass dieser im Jahr 2019 erstens vernetzt und zweitens nicht mit früheren Generationen vergleichbar ist, machte Professor Dr. Rudolf Aunkofer, Direktor des Instituts für Information & Supply Chain Management (iSCM) an der Hochschule für angewandtes Management, Ismaning, deutlich. Die Ausstattungsraten mit Technik in Deutschland seien extrem hoch, erklärte der Wissenschafter. So hätten z. B. 93 Prozent der Bevölkerung ein Smartphone. Wachstum sei darum nur noch zu erzielen, indem man die Wertigkeit und die Preise der Produkte steigere. Das gehe am besten im Dialog mit dem vernetzten Kunden, der bekanntlich im Internet bzw. in sozialen Medien stattfindet. Daraus, so betonte Aunkofer, könnten sich aber durchaus Chancen für den stationären Einzelhandel ergeben. Denn immer öfter werde online gesucht, aber offline gekauft. Dazu müssen die Kunden aber Gründe haben, ins Geschäft zu kommen. Die, so Aunkofer, liegen in erster Linie in der kompetenten Beratung und im Sortiment. Insbesondere Neuheiten, ja sogar Gadgets, könnten dazu beitragen, die Kunden ins Geschäft zu bringen, um sich darüber zu informieren. So könnten auch kurzlebige Trendprodukte die Kundenfrequenz erhöhen. Wer die Kunden dauerhaft für sein Geschäft gewinnen wolle, müsse sich auf ihr verändertes Verhalten einstellen und gegebenenfalls die Instrumente einsetzen, die von der angepeilten Zielgruppe bevorzugt werden, betonte Aunkofer. Dabei stünden die meisten Kunden automatischen Systemen oder Verkaufsrobotern durchaus kritisch gegenüber. Und am Ende sei Produktverfügbarkeit bzw. zuverlässige Lieferung zum vereinbarten Zeitpunkt immer noch das A und O des Erfolgs im Einzelhandel.

Viel Zeit bleibt nicht

Als Innovationsplattform für die Fotobranche hat sich das Business Forum Imaging Cologne seit seiner Gründung im Jahr 2009 auf die Fahne geschrieben, Konzepte zu transportieren, die über die traditionellen Grenzen der Branche hinausführen. Das vielfältige und hochkarätig besetzte Programm in diesem Jahre machte deutlich: Viel Zeit wird der Imaging-Industrie, den Dienstleistern und dem Fachhandel nicht bleiben, um sich als wesentlicher Teil der digitalen Gesellschaft zu positionieren. Andererseits wurde auch gezeigt, dass es mehr als genug Chancen gibt, und zwar für alle Beteiligten. Dass diese oft von kleineren Unternehmen mit mittelständischer Struktur besser genutzt werden als von verkrusteten globalen Großkonzernen, muss nicht unbedingt ein Nachteil sein, sondern macht Hoffnung, dass auch das Business Forum Imaging Cologne 2020 der Branche wieder wichtige Impulse geben wird.

Von Manfrotto für Videofilmer

Neues Stativ-Kit 500

Manfrotto baut sein Sortiment von Video-Stativen weiter aus. Das neue Kit (MVK500190XV) mit dem 500 Fluid- Videokopf und dem 190X Video-Aluminium-stativ wurde gezielt für Videofilmer entwickelt. Ihnen kann der Fotohandel jetzt ein vielseitig einsetzbares Stativsystem mit hohem Tragekomfort anbieten.

Der leichtgewichtige 500 Fluid-Video-Neiger ermöglicht mit speziellen Fluid-Patronen eine intuitive und präzise Positionierung der Kamera sowie weiche, ruckelfreie Bewegungen über den gesamten Schwenkbereich. Der Videokopf besitzt ein voreingestelltes Gegengewicht von 2,4 kg, kann aber bis zu 5 kg Ausrüstung aufnehmen.

Dank seiner flachen Basis (Flat-Base) ist der Stativkopf besonders vielseitig nutzbar und kann problemlos mit Videozubehör wie einem Slider oder einem Ausleger kombiniert werden. Zudem ist er mit einem seitlichen Verriegelungssystem ausgestattet, das es dem Anwender erlaubt, die Kamera und die Schiebeplatte schnell von oben einrasten zu lassen – das umständliche Ausrichten und Einschieben von hinten werden damit obsolet. Das Verriegelungssystem ist so stabil konstruiert, dass es ohne Zusatzsicherung auskommt.

Das neue Stativsystem wurde von Manfrotto speziell für Videofilmer entwickelt.

Einhandbedienung und Easy Link

Das stabile 190X Stativ aus Aluminium hat eine Mittelsäule mit Nivellierung für eine schnelle und einfache Ausrichtung. Die drei Segmente der Stativbeine sind mit Quick Power Lock-Verschlüssen (QPL) gesichert, die eine hohe Verschlusskraft aufweisen und sich einhändig bedienen lassen. Zur leichten und sicheren Befestigung eines externen Monitors oder anderen Zubehörs ist die Stativschulter mit einem 3/8" Easy Link-Anschluss mit Verdrehsicherung ausgerüstet.

Das MVK500190XV Video Stativ-Kit hat ein Eigengewicht von nur 3,2 kg und erreicht bei ausgezogener Mittelsäule eine Arbeitshöhe von bis zu 173,3 cm; das Packmaß beträgt 72,2 cm. Es ist ab sofort für 396,66 Euro (UVP) im Handel erhältlich.

Cashback für Pro Light Taschen

Noch bis zum 30. April unterstützt Vitec Imaging Solutions den Fotohandel beim Verkauf von Pro Light Taschen mit einer Cashback-Aktion. Für den PoS

wurden die Partner bereits mit Wobblern, Postern und Flyer versorgt. Zudem wird die Aktion auch auf der Homepage sowie mit Anzeigen und Bannern beworben.

Mit der Kampagne soll die Aufmerksamkeit der Kunden auf die Vielseitigkeit der ProLight Kollektion gelenkt werden. Für jede Tasche, die im Aktionszeitraum zu einem Verkaufspreis von mindestens 100 Euro erworben wurde, erhalten die Kunden 15 Kunden Cashback. Dafür müssen sie den Flyer ausfüllen und zusammen mit einer Kopie der Rechnung in einem frankiertem Brief an Manfrotto schicken.

Die aktuellen Kamera-Neuheiten von Ricoh

Für Konsumenten und Gewerbe

Ricoh Imaging hat auf der CP+ in Japan vier neue Kameras vorgestellt – je zwei für Fotofans und zwei für die gewerbliche Nutzung. Dabei erscheint die bereits auf der photokina angekündigte GR III sozusagen im feinen Zwirn, während die anderen drei Neuheiten eher im Outdoor-Dress bzw. in Arbeitskleidung daherkommen.

Die Ricoh GR III setzt die Tradition ihre Vorgänger mit verbesserter Technik fort.

Die Ricoh GR III setzt die Tradition ihrer analogen und digitalen Vorgänger fort: Im 257 g leichten, aber dennoch robusten Gehäuse aus einer Magnesium-/Aluminium-Legierung stecken ein neuer 24,2 MP APS-C Sensor, ein schneller Hybrid Autofokus, ein hochauflösendes F 2,8 28 mm (KB) Objektiv und das von den Spiegelreflexkameras bekannte Pentax Shake Reduction System, das mit 3-Achsen-Stabilisierung um bis zu 4 EV längere Belichtungszeiten erlaubt. Der ebenfalls neue Bildprozessor erweitert den Empfindlichkeitsbereich auf ISO 100 bis ISO 102.400. Mit einer Tiefpassfilter-Simulation wirkt bei Bedarf durch Mikroschwingungen des Sensors die notwendige Unschärfe, um Moiré-Effekte zu vermeiden. Serienfotos werden mit einer Geschwindigkeit von bis zu 4 Bildern/s aufgenommen, Videos in Full HD bis 60p.

Ganz neu in der GR III ist die Makrofunktion, die bei einem Abbildungsmaßstab von knapp 1:3 und einem Fokussierbereich zwischen 6 bis 12 Zentimetern hervorragende Bildergebnisse im Nahbereich liefert. Neun Blendenlamellen sorgen für ein natürliches Bokeh mit einer starken Tiefenwirkung.

Anders als bei den Vorgängern ist der 3-Zoll große HD-LCD-Monitor der GR III mit ca. 1.037.000 Pixeln berührungsempfindlich, so dass die Wahl des Fokuspunkts (auch in Kombination mit direkter Auslösung), die Menüsteuerung oder der Abruf der Bilder per Fingertipp möglich sind.

Die Ricoh GR III ist ab sofort für 899 Euro (UVP) erhältlich.

Die unverwüstliche Ricoh WG-6 kann 4K-Videos aufnehmen.

WG-Serie im neuen Design

Mit der WG-6 führt Ricoh das neue Spitzenmodell der WG-Serie ein. Sie ist mit einem 20 Megapixel CMOS-Sensor ausgestattet, hat eine maximale Lichtempfindlichkeit von ISO 6.400 und kann 4K-Videos aufnehmen. Der Brennweitenbereich des F3,5-5,5 28 - 140 mm (KB) Zoom-Objektivs kann mit dem optional erhältlichen Weitwinkelkonverter DW-5 auf 22 mm erweitert werden. Rund um das Objektiv befinden sich 6 LED-Leuchten, um Motive auch bei kurzem Aufnahmeabstand (bis 1 cm) ausreichend auszuleuchten. Die automatische Gesichterkennung erkennt nicht nur bis zu 30 Gesichter, sondern auch Hunde und Katzen und

Imaging

stellt Schärfe- sowie Belichtung artgerecht ein.

Die WG-6 hat ein eingebautes GPS-Modul, das durch Kopplung mit dem SBAS (Satellite Based Augmentation System) Positionsdaten an verschiedenen Orten und zu unterschiedlichen Zeiten erfassen kann. Bei Innenaufnahmen wird die zuletzt gespeicherte Position mit der GPS Lock Funktion auf die Bilder übertragen.

Das unverwüstliche Gehäuse der WG-6 ist wasserfest bis zu einer Tauchtiefe von 20 Metern und bis zu 2 Stunden, staubdicht, kälteresistent bis -10°C, druckfest bis 100 kg und bruchfest bei Abstürzen aus bis zu 2,1 Meter Höhe.

Auch zur WG-6 passt das von Ricoh angebotene Zubehör, z. B. verschiedene Halter und Adapter für die Fixierung der Kamera an Fahrradlenker, Surfboard, Motorrad oder Helm. Neu ist die Silikonschutzhülle O-CC173, mit der die Kamera nicht nur vor Schmutz und Kratzern geschützt wird, sondern auch griffiger in der Hand liegt.

Die Ricoh WG-6 ist ab sofort lieferbar und kostet 399 Euro (UVP).

Neues fürs Gewerbe

Mit der G900 und der G900SE stellt Ricoh neue, besonders robuste Kompaktkameras vor, die für Unternehmensanwendungen entwickelt wurden und besondere Datenmanagement- und Sicherheitsfunktionen bieten. Das Gehäuse hat dieselben robusten Eigenschaften wie das der WG-6, auch die Kamera-Ausstattung stammt aus der neuen Kompakten.

Dazu kommen Funktionen zur Vereinfachung von Workflows im digitalen Datenmanagement oder zur Anbindung an Unternehmensnetzwerke. Mit dem eingebauten GPS-Modul, Memo-Funktionen und einer Barcode-Lese-Funktion lassen sich Daten ganz einfach mit den Bildern verknüpfen. Die kabellose Datenübertragung kann bei der G900 mit der optionalen FlashAir SD-Speicherkarte per WLAN erfolgen. Spezifische Sicherheitseinstellungen, wie der mögliche Passwortschutz der Kamera und bestimmter Speicherkarten, schützen vor unbefugtem Zugriff. Bei der Ricoh G900SE kommen noch Bluetooth, WiFi, Kompatibilität mit NFC-Speicherkarten sowie Datenverwaltungsfunktionen für Intranet-Anwendungen hinzu. Während die G900 ab Mai 2019 für 799 Euro (UVP) über die Handelspartner

Die robusten Kompaktkameras G900 und G900SE bieten spezielle Netzwerk- und Sicherheitsfunktionen für gewerbliche Nutzer.

an private und gewerbliche Abnehmer verkauft wird, wird die G900SE (UVP 899 Euro) ausschließlich an Unternehmenskunden über die Abteilung Corporate Business von Ricoh Imaging vertrieben.

Theta Z1 mit 23 MP

Mit 23 MP Fotos und 4K-Videos soll die Theta Z1 als neues Spitzenmodell der 360-Grad-Kamera-Serie von Ricoh Imaging Maßstäbe setzen. Sie ist ab sofort für 999 Euro (UVP) erhältlich.

Für die hochaufgelösten, vollsphärischen 360°-Panorama-Aufnahmen ist die Theta Z1 mit zwei neuen 1,0 Zoll CMOS-Sensoren ausgestattet. Die neue Objektiveinheit wurde mit der von Ricoh entwickelten Tri-fold-Structure-Technologie aufgebaut, die trotz der großen Bildsensoren ein schlankes Gehäuse mit einer Tiefe von nur 24 mm (ohne die Objektiveinheit) ermöglicht. Im Vergleich zum Vorgänger wurde die Lichtempfindlichkeit auf ISO 6.400 erhöht; die Algarithmen zur Bildverarbeitung wurden erneuert, um die Belichtungssteuerung und Auflösung zu verbessern sowie das Bildrauschen zu reduzieren. Die Kamera speichert die Bilddaten als JPEG und/oder als RAW-Dateien.

360-Grad-Vollsphären-Videos können mit der Theta Z1 in 4K-Qualität aufgenommen werden, wobei die neue 3-Achsen Rotations-Stabilisierung Verwacklungen reduziert. Außerdem wurden die Optionen der Belichtungseinstellung für Videos erweitert.

Im unteren Teil des Gehäuses wurde erstmals ein 0,93-Zoll OLED-Monitor eingebaut, auf dem wichtige Informationen, wie z. B. der Aufnahmemodus, die verbleibende Akkuladung, die Anzahl der möglichen Aufnahmen, Blendenöffnung und ISO-Empfindlichkeit, angezeigt werden.

Digitalisierung bringt Frequenz und Marge

Komplette Alben bis DIN A3+

Aus alten Fotoalben können nach der Digitalisierung neue Fotobücher entstehen.

Die Digitalisierung analoger Bilder vom Dia bis zum kompletten Fotoalbum ist seit mehr als zehn Jahren die Domäne des Osnabrücker Dienstleisters digitalspezialist. Mit einem innovativen Scanverfahren ist das Unternehmen in der Lage, komplette Fotoalben zu digitalisieren, ohne dass diese auseinandergenommen oder Souvenirs entfernt werden müssen. Das funktioniert mit Alben in allen handelsüblichen Dimensionen bis zum Großformat A3+. Für den Fotohandel bieten sich so gute Perspektiven für zusätzliche Umsätze.

Denn das Potential ist riesig. „In den Haushalten gibt es so viele analoge Fotos, Filme, Dias und Alben, dass der Fotohandel noch Jahrzehnte davon profitieren kann, diese Erinnerungen zu digitalisieren", betonte digitalspezialist Geschäftsführer Dr. Hans-H. Graen. „Wir schätzen, dass in mehr als zwei Dritteln der deutschen Haushalte mindestens zwei bis drei Fotoalben liegen. Das entspricht einem Volumen von mehr als 50 Millionen Alben, die nur darauf warten, digitalisiert und vervielfältigt zu werden. Deshalb bieten wir nicht nur den Scan-Service an, sondern auch den Druck von Fotobüchern. Besonders beliebt sind dabei Alben, die als Fotobuch auf echtem Fotopapier im Format 30 x 30 cm produziert werden."

Nach Einschätzung von digitalspezialist ist heute nicht einmal ein Viertel der in den Haushalten befindlichen analogen Erinnerungen digitalisiert. Dabei ist es inzwischen möglich, Negative, Dias, Fotos, Alben, Schmalfilme und Videokassetten mit innovativer Technik in Bits und Bytes zu verwandeln. Damit können sie nicht nur vervielfältigt und für die Nachwelt erhalten, sondern auch in digitalen Medien wie Facebook, WhatsApp, Twitter & Co. genutzt werden.

Die Digitalisierung bringt die analogen Erinnerungen auf digitale Endgeräte.

Natürlich kann man mit den einmal gescannten Bildern auch neue Fotoprodukte von der Tasse bis zum großformatigen Wandbild gestalten. Deshalb bietet digitalspezialist dem Fotohandel ein attraktives Produkt-Portfolio an, mit dem sich nicht nur Umsätze erzielen, sondern auch attraktive Margen erwirtschaften lassen. „Angesichts der Rückgänge im Kamerageschäft wird der Dienstleistungsbereich für den Fotofachhandel immer wichtiger", betonte Graen. „Die Digitalisierung analoger Fotos und Fotoalben ist ein wirksames Instrument, um die Kunden ans Geschäft zu binden und dabei eine hohe Wertschöpfung zu erzielen."

Vertrauen ist wichtig

Auf Festen und Familienfeiern lässt sich leicht beobachten, welche Begeisterung alte Fotoalben auslösen können. Selbst eine Diaschau mit alten Aufnahmen würden viele Menschen gerne akzeptieren, aber wer hat heute noch einen Projektor? Durch die Digitalisierung können die alten Bilder dagegen ganz leicht in ein modernes Fotobuch verwandelt oder auf digitalen Endgeräten wie Smartphones, Tablets, PCs und Fernsehern genutzt werden. Für ausgezeichnete Bildqualität sorgt bei digitalspezialist eine mehrstufige Bildverbesserung, mit der sich auch Alterungsschäden beseitigen lassen, damit die Erinnerungen in neuem Glanz und natürlichen Farben erstrahlen. Seit 2008 wacht der TÜV Rheinland mit jährlichen Revisionen der Produkte und der 800 qm großen Produktionsstätte in Osnabrück über Prozesse und Qualitätssicherungssysteme und gewährleistet so eine gleichbleibende Qualität der Produkte.

Unterstützung für Handelspartner

Digitalisierung ist Vertrauenssache. Viele Kunden geben ihre wertvollen

digitalspezialist Geschäftsführer Dr. Hans-H. Graen: „Die Digitalisierung analoger Fotos und Fotoalben ist für Fachhändler ein wirksames Instrument, um die Kunden ans Geschäft zu binden und dabei eine hohe Wertschöpfung zu erzielen."

Schätze nur schweren Herzens aus der Hand, weil sie Sorge haben, dass sie verloren gehen oder beschädigt werden können. „Solche Bedenken kann man leicht ausräumen, wenn die Kunden ihre Originale beim Fotohändler ihres Vertrauens abgeben können", betonte Graen. „Dabei können sich unsere Handelspartner natürlich darauf verlassen, dass wir sorgfältig mit den wertvollen Erinnerungen ihrer Kunden umgehen. Die Produktion erfolgt durch ausgebildetes Fachpersonal ausschließlich in Deutschland; die Datensicherung und der Schutz der Privatsphäre entsprechen den deutschen Gesetzen."

An Werktagen bietet digitalspezialist seinen Handelspartnern zwischen 10 und 18 Uhr eine Hotline an, wo Fragen sofort fachkundig beantwortet werden. Die Auslieferung der Datenträger oder Bildprodukte erfolgt je nach Wunsch direkt an den Endkunden oder an das Fotogeschäft, kurze Lieferzeiten von 5 bis 7 Tagen sind die Regel. Für die Zuverlässigkeit der Dienstleistungen wurde digitalspezialist bereits mehrfach vom Kundenbewertungsportal Proven Expert als Top-Dienstleister ausgezeichnet. Die Auslieferung der bearbeiteten Aufträge erfolgt aus Sicherheitsgründen ausschließlich per DHL mit Trackingnummer.

Blickfang am PoS

Dass nicht bereits viel mehr Konsumenten ihre Fotoalben, Bilder, Dias, Schmalfilme und Videos digitalisieren lassen, hat einen einfachen Grund: Nur den wenigsten Menschen ist bekannt, wie einfach, sicher und preisgünstig sich solche Vorhaben realisieren lassen. „Hier kann der Fotohandel durch

Sorgfältige Bearbeitung und digitale Bildverbesserung zeichnen die Produktionsabläufe von digitalspezialist aus.

kompetente Beratung aufklärend wirken und den Markt weiter entwickeln", erklärte Graen. „Dabei unterstützen wir unsere Partner mit zahlreichen digitalen und physischen Materialien."
Dazu gehört z. B. ein umfangreiches Werbemittelpaket, das aus Produktvideos, Plakaten, Informationsbroschüren und Gutscheinen besteht, die auf Wunsch mit Händlereindruck individualisiert werden. Auch digitalisierte Musteralben in Form eines modernen Fotobuchs zur Präsentation im Beratungsgespräch oder zur Auslage im Schaufenster stehen dem Handel zur Verfügung. Dazu kommen Mitarbeiterschulungen vor Ort oder als Webinar sowie flankierende Maßnahmen auf Händlertagen und Fotofestivals.

Nicht nur Fotoalben, sondern auch Prints, Negative, Schmalfilme, Videokassetten und Dias können bei digitalspezialist digitalisiert werden.

Spektrometer Sekonic C-800 ab sofort verfügbar

Ab sofort ist der Spektrometer Sekonic C-800 Spectromaster der japanischen Sekonic Corporation verfügbar. Damit können Filmer und Fotografen das Spektrum sowie die Farbtemperatur aller Lichtquellen genau ausmessen.
Entwickelt wurde der C-800 besonders für den professionellen Einsatz im Bereich Film, Video und Broadcast. „Mit dem C-800 Spectromaster lassen sich unterschiedliche Lichtsysteme besser aufeinander abstimmen", so Kenji Sawai, Executive Officer und General Manager von Sekonic. „Das gibt Filmern und Fotografen mehr Sicherheit im Umfang mit modernen Lichtquellen."
Neben der präzisen Spektralmessung (380-780 nm) bietet der C-800 einen großen Messbereich für Farbtemperatur (1.600 - 40.000 K) und Leuchtstärke (Dauerlicht 1 - 20.000 lx, Blitzlicht 20 - 20.500 lx/s).
Zusätzlich beinhaltet der C-800 zum normalen CRI-Standard (Color Rendering Index) weitere definierte Standards wie TLCI (Television Lighting Consistency Index), TLMF (Television Lighting Matchin Factor), TM-30-15 (Technical Memorandum), die sowohl einzeln als auch als Vergleichsreferenz verwendet werden können, heißt es in einer Pressemitteilung.
Vertrieben wird der Sekonic C-800 Spectromaster von der Vitec Imaging Distribution GmbH. Der UVP beträgt 1.664,81 Euro.

Neue Vollformat-Festbrennweite für Sony FE von Samyang

Mit dem Vollformat-Objektiv AF 85mm F1.4 erweitert Samyang sein Sortiment für den Sony E-Mount. Die Palette der derzeitigen AF-Objektive für Sony E (FE) Mount die Brennweiten 14, 24, 35 (2x), 50 und 85 mm. Somit befinden sich nun sechs Vollformat-Objektive für den Sony E-Mount (FE) im Sortiment.

Das kompakte AF 85mm F1.4 FE bietet einen Blendenbereich von lichtstarken f/1.4 bis f/16. Der optische Aufbau umfasst 11 Linsen in 8 Gruppen, davon 4 hochbrechende (HR) sowie eine mit besonders niedriger Streuung (ED). Die Gläser sind mit der Samyang-eigenen Mehrschichtvergütung UMC (Ultra Multi Coating) veredelt und dank Samyangs „Weather Sealing" wetterfest. Dank einer Iris mit 9 Lamellen, die aus Spitzlichtern nahezu runde Highlights erzeugen, gewinnen die Fotos ein besonders ausgeglichenes Bokeh. Eine spezielle, Samyang-eigene Poliertechnik für die Linsen sorgt zudem für eine besondere Weichheit der unscharfen Bereiche. Der schnelle und akkurate Autofokus wird durch einen DLSM (Dual Linear Sonic Motor) ausgeführt. Alle EXIF-Daten werden übertragen.
Das Objektiv wiegt 568 Gramm, ist ca. 10 cm lang, und der maximale Durchmesser beträgt 88 mm. Es können Filter mit 77 mm Gewinde angebracht werden. Der Bildwinkel an Vollformat beträgt 28,9°, an APS-C 19,1°. Die Naheinstellgrenze liegt bei 90 cm, der Abbildungsmaßstab liegt bei 1:9,09 (x 0,11).
Ab sofort kann das Objektiv vorbestellt werden; der Preis beträgt 649 Euro (UVP). Die Auslieferung erfogt ab dem 15. Mai 2019.

Die neue RX0 II von Sony

Sony hat das Nachfolgemodell der ultrakompakten Premiumkamera RX0 angekündigt. Die RX0 II vereint in ihrem robusten, stoßfesten, bruchsicheren und wasserfesten Gehäuse das Beste der ersten Generation mit neuen intelligenten Funktionen. Sie kann 4K-Videos intern aufzeichnen, hat ein neigbares Display und ist mit elektronischer Bildstabilisierung ausgestattet.

Das Kraftpaketchen

Im Innern der neuen, nur 59 x 40,5 x 35 Millimeter (BxHxT) großen Kamera, die inklusive Akku 138 Gramm wiegt, arbeitet ein 1 Zoll großer mehrschichtiger Exmor RS CMOS Sensor mit 15,3 Megapixeln.

Zusammen mit dem Bionz X Bildprozessor, der besonders natürliche Hauttöne ermöglicht, ergibt sich ein großer Empfindlichkeitsbereich von ISO 80 für Fotos bis ISO 12.800. Das Zeiss Tessar T* 24-mm F4 Weitwinkelobjektiv erzielt ab einem Mindestabstand von nur 20 Zentimetern scharfe Bilder.

Der Handgriff VCT-SGR1 gehört zum Lieferumfang.

4K-Video

Die RX0 II kann Videofilme intern in 4K/30p mit voller Pixelauslesung ohne Pixel-Binning aufzeichnen und erfasst damit etwa das 1,7-fache der für 4K erforderlichen Datenmenge. Dadurch werden Moiré-Effekte und Bildfehler reduziert, um flüssige Bewegtbilder mit hoher Genauigkeit und großer Tiefe zu erzeugen. Mit den kürzlich vorgestellten „Imaging Edge" Mobilanwendungen von Sony können die Aufnahmen auf ein Smartphone übertragen, dort bearbeitet und ganz einfach in sozialen Netzwerken geteilt werden.

Neu ist eine integrierten elektronische Bildstabilisierung, mit der die RX0 II bei Videoaufnahmen Verwackelungen deutlich reduziert. Werden die Aufnahmen auf ein Smartphone oder Tablet mit dem Add-on zur Filmbearbeitung exportiert, lässt sich der Inhalt weiter verbessern: Unter Berücksichtigung der während der Aufnahme erfassten zusätzlichen Bildinformationen kann der Film praktisch verwacklungsfrei gerechnet werden. So entstehen nach Angaben von Sony Ergebnisse, die den Eindruck erwecken, es sei ein Gimbal eingesetzt worden. Zudem bietet das Add-on Zugriff auf eine neue Funktion zur intelligenten Positionierung, bei der das ausgewählte Motiv in der Mitte des Bildes bleibt und Bildverzerrungen in einer letzten Bearbeitung korrigiert werden. Je nachdem, wo das Video geteilt wird, kann dann das passende Bildseitenverhältnis ausgewählt werden.

Zu den weiteren Aufnahmefunktionen der RX0 II zählen Super Zeitlupenaufnahmen mit bis zu 1.000 Bildern pro Sekunde, die unkomprimierte 4K-Aus-

gabe per HDMI sowie die gleichzeitige Proxy-Filmaufnahme. Benutzer können Picture Profile, S-Log2 und Zeitcode-/Stempel verwenden, damit das Ergebnis ihrer kreativen Vision entspricht.

Präzise Fotografie

Auch beim Fotografieren braucht die RX0 II keinen Vergleich zu scheuen. Verschlusszeiten von bis zu 1/32.000 s sind möglich, Serienbilder können mit Geschwindigkeiten von bis zu 16 Bildern/s aufgenommen werden. Die Farbwiedergabe wurde im Vergleich zum Vorgänger verbessert: Hauttöne werden realistischer wiedergegeben und der optionale Soft Skin Effect glättet kleinere Makel und Falten. Bewertungs- und Schutzfunktionen lassen sich direkt in der Kamera auswählen, Serienaufnahmen können einzeln auf dem Kameradisplay betrachtet werden.

Auch der Augenautofokus wurde in punkto Geschwindigkeit, Genauigkeit und Bedienung verbessert. Wird der Auslöser halb gedrückt, richtet sich der Schärfepunkt automatisch auf die Augen des Motivs. Das fokussierte Auge kann im Menü (links/rechts/automatisch) ausgewählt oder einer

Die RX0 II kann mit vielfältigem Zubehör kombiniert werden.

Taste zugewiesen werden, damit sich der Fotograf voll und ganz auf die Komposition konzentrieren kann.

Spannende Funktionen

Mit der Imaging Edge-Desktop-Anwendung Viewer können Intervallaufnahmen in atemberaubende Zeitrafferviedeos umgewandelt werden. Bis zu fünf RX0 II Kameras können mit der Imaging Edge Mobile App vom Mobilgerät aus gesteuert werden. Nach einem Firmware-Update im Laufe dieses Jahres wird das über einen Zugriffspunkt wie Smartphone und PC auch für bis zu 50 Kameras funktionieren. Die RX0 II ist außerdem mit der Steuerung CCB-WD1 kompatibel, welche die Vernetzung und Steuerung von bis zu 100 Kameras ermöglicht. Diese Multi-Kamera-Lösungen eröffnen ganz neue Aufnahmemöglichkeiten und Blickwinkel.

Die RX0 II Kit von Sony ist im Kit mit dem Handgriff VCT-SGR1 und Halterung ab Mai für 800 Euro (UVP) erhältlich.

Neue Bluetooth Fernbedienung

Mit der neuen kabellosen Fernbedienung RMT-P1BT können verschiedene Systemkameras von Sony, darunter die Alpha 6400, die Alpha 7 III und die Alpha 9v jetzt mit einer geringen Auslöseverzögerung von maximal 0,05 s bequem per Bluetooth bedient werden. Eine Leuchtdiode auf der Fernbedienung zeigt den Betriebszustand der Kamera durch Blinken oder dauerhaftes Leuchten an.

Die Fernbedienung ist gegen Staub sowie Feuchtigkeit geschützt und bietet laut Sony bei Temperaturen von -10 °C bis 50 °C Grad eine zuverlässige Leistung.

Eine Fokustaste ermöglicht die individuelle Ansteuerung des Autofokus, eine benutzerdefinierte C1-Fernbedienungstaste kann individuell über das Kameramenü belegt werden. Für Videoaufnahmen gibt es eine Start-/Stopptaste und Bedienelemente für motorbetriebenen Digital-Zoom. Bei Langzeitbelichtungen kann der Verschluss durch Tippen auf die Haupttaste der Fernbedienung geöffnet und geschlossen werden.

Die Fernbedienung RMT-P1BT von Sony ist ab sofort für 74,99 Euro (UVP) erhältlich.

Meyer Optik Görlitz zeigt Lebenszeichen

Produkte in Planung

Nach der Übernahme der Rechte an Meyer Optik Görlitz durch die Bad Kreuznacher OPC Optics zeigt die Traditonsmarke mit einem neuen Internetauftritt erste Lebenszeichen. Nach sorgfältiger Analyse des Status Quo werden jetzt die ersten Schritte zur Weiterentwicklung der bestehenden Produkte eingeleitet und Möglichkeiten für Neuentwicklungen geprüft. Dabei sollen das Produktfolio gestrafft und das Prädikat Made in Germany mit Leben erfüllt werden.

„Nachdem uns alle Informationen zum Portfolio und den technischen Designs übergeben wurden, war uns relativ schnell klar, dass wir erheblichen Aufwand betreiben müssen, um eine professionelle Infrastruktur aufzubauen", erklärte Timo Heinze, Geschäftsführer OPC Optics. Denn die Spezialisten des Unternehmens sind durchaus nicht nur auf Goldadern gestoßen. „Man kann durchaus sagen, dass uns die bisherigen

Timo Heinze, Geschäftsführer OPC Optics

Strukturen und Abläufe an der ein oder anderen Stelle schockiert haben. Es bedarf schlichtweg diverser Systematiken, um eine professionelle Fertigung zu etablieren. Die nahtlose Dokumentation und Kontrolle, sei es in der Entwicklung, bei externer und interner Kommunikation oder z. B. der Produktionsplanung, ist das A und O."

Objektiv-Angebot wird verschlankt

Im Zuge der Analyse des zuletzt verfügbaren Portfolios wurde entschieden, die Modellreihen Somnium und Nocturnus vorerst einzustellen. Denn diese Produkte wollen nicht recht zur deutschen Qualitätsmarke passen. So steckt im Inneren des Somnium ein umgebautes, russisches Objektiv; und bei dem Nocturnus stand ein umgebautes chinesisches Objektiv Pate. „Das ist ein absolutes No-Go", stellte Heinze klar. „Für einen deutschen Hersteller, der mit dem Gütesiegel Made in Germany arbeitet, ist dies ein Armutszeugnis. Diese Objektive mögen für sich genommen durchaus gut sein, jedoch widerspricht die Art und Weise der Produktion und Vermarktung allen unserer Prinzipien. So etwas wird es mit uns in keiner Weise geben." Das schließe nicht aus, dass in Zukunft Objektive mit ähnlichem Charakter auf den Markt kommen. „Sollten wir uns dazu entschließen, würde es sich dabei selbstverständlich um eigene Entwicklungen und eigene Produktionen handeln, die tatsächlich ein Made in Germany verdienen", betonte Heinze.

Weiter- und Neuentwicklungen

Aktuell konzentriert sich Meyer Optik darauf, für einige der zuletzt verfügbaren Objektive kleinere Optimierungen zu realisieren. Andere Modelle sollen dagegen radikale Überarbeitungen erfahren.

„Wir haben zu jedem einzelnen Objektiv intensive Gespräche mit unseren Partnern und Fotografen geführt und Kundenrückmeldungen zusammengetragen, um eine möglichst umfangreiche und aussagekräftige Ist-Analyse zu betreiben", berichtete Heinze. „Angefangen beim Optikdesign über die Mechanik, die Montage, bis hin zum wichtigsten Glied in der Kette, den Fotografen, haben wir aus allen Bereichen wertvolle Erkenntnisse gewinnen können, die nun in die Weiterentwicklung einfließen. Darüber hinaus haben wir einige Möglichkeiten identifiziert, Optimierungen im Bereich der bisher verwendeten Linsen vor-

zunehmen. Wir versprechen uns von den Neuauflagen eine verbesserte Abbildungsleistung, eine höhere mechanische Qualität und eine angenehmere Haptik bzw. höhere Benutzerfreundlichkeit. Im Zuge der Änderungen bleiben der individuelle Charakter und die Einzigartigkeiten der einzelnen Objektive selbstverständlich erhalten."

Aktuell wird damit gerechnet, erste Neuauflagen bisheriger Objektive, z. B. das Trioplan 100, ab Sommer 2019 präsentieren zu können. In der zweiten Jahreshälfte könnten dann erste Details zu den Neuentwicklungen bekanntgegeben werden.

Deutsche Partnerunternehmen

Zu Beginn des Jahres wurden Gespräche mit deutschen Unternehmen aus den Bereichen Optik-Mechanik-Design geführt und langfristige Zusammenarbeiten beschlossen. OPC Optics will so auf langjährige Erfahrungen zurückgreifen und damit das eigene Know-how rund um das Thema hochpräziser Glaslinsen komplettieren, um qualitativ hochwertige und vollständig in Deutschland hergestellte Produkte unter der Markt Meyer Optik auf den Markt zu bringen.

Neuer Internetauftritt

Der neue Internetauftritt *www.meyer-optik-goerlitz.com* wurde bereits Ende Februar freigeschaltet. Dort können die Kunden sich über die Marke informieren, Objektive aus der Bestandsübernahme erwerben und Wünsche zum Portfolio äußern. Im Zusammenhang der Markenübernahme hat OPC Optics das Fertigwarenlager des vorherigen Herstellers gekauft. Diese Objektive wurden durch OPC geprüft und werden, solange der Vorrat reicht, zu stark reduzierten Sonderpreisen abverkauft. OPC Optics übernimmt Garantie und Gewährleistung von 2 Jahren ab Kaufdatum. Eine Nachproduktion dieser Objektiv-Designs bzw. deren Bauteile ist im Zuge der Weiterentwicklungen nicht angedacht.

Spezialist für Linsen

OPC Optics ist ein im Jahre 2016 gegründetes Unternehmen mit Sitz in Bad Kreuznach. Neben technischer Beratung bei Projekten und Auftragsmessungen optischer Komponenten ist OPC Optics vor allem als Spezialist für hochpräzise asphärische und sphärische Linsen, Doppel-Asphären, Achromaten und Baugruppen bekannt und zählt unter anderem Firmen aus den Bereichen Fotografie, Medizintechnik, Automotive und Lasertechnik zu seinen Kunden. Mit einem Highend-Maschinenpark setzt OPC Optics auf bestmögliche Qualität und Präzision bei der Fertigung von Glaslinsen. Die vollständige Dokumentation von der Glasschmelze, über die Verarbeitung des Rohglases bis hin zur fertigen Linse macht die Produkte von OPC Optics für Kunden aus Welt attraktiv.

OPC EUROPE
OPTICAL PRECISION COMPONENTS

Cewe: zehnte Dividendensteigerung in Folge

Der Aufsichtsrat der Cewe Stiftung & Co. KGaA hat beschlossen, die zehnte Dividendenerhöhung in Folge vorzuschlagen. Nachdem das Unternehmen im Jahr 2018 sämtliche Unternehmensziele erreicht hat, empfehlen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung, die am 5. Juni 2019 stattfinden wird, für das abgelaufene Geschäftsjahr eine Dividende von 1,95 Euro pro Aktie (Dividende im Vorjahr: 1,85 Euro).

„Unsere Ertragskraft und unsere solide Bilanz ermöglichen uns im zehnten Jahr in Folge eine absolut steigende Dividende", erläuterte Dr. Olaf Holzkämper, Finanzvorstand der Cewe-Gruppe. Mit der vorgeschlagenen Dividende erhalten Aktionäre auf Basis des Jahresendkurses 2018 (62,10 Euro) eine Dividendenrendite von 3,1 %.

In einer Pressemitteilung heißt es, Cewe habe sämtliche Unternehmensziele für das Geschäftsjahr 2018 erreicht. Der Umsatz stieg nach vorläufigen Berechnungen um 9,0% auf 653,3 Mio. Euro (2017: 599,4 Mio. Euro, Umsatzziel 2018: 630 Mio. Euro bis 665 Mio. Euro). Erreicht wurde dies durch ein erfreuliches Wachstum beim Cewe Fotobuch und weiteren Fotogeschenken im Weihnachtsgeschäft. Damit kann Cewe der allgemeinen Einzelhandelsschwäche 2018, die durch die schwachen Sommermonate geprägt wurde, trotzen, heißt es weiter. In Summe verbesserte sich das operative Ergebnis (EBIT) um 9,2% auf 53,7 Mio. Euro (2017: 49,2 Mio. Euro) und liegt damit am oberen Rand des EBIT-Zielkorridors 2018 von 48 Mio. Euro bis 54 Mio. Euro. Für einen kräftigen Wachstums- und Ertragsschub sorgte das vierte Quartal 2018: Mit einem Umsatz von 261,6 Mio. Euro (+11,6%), einem EBIT von 55,7 Mio. Euro (+20,8%) übertraf Cewe die starken Vorjahreswerte nochmals deutlich.

Sie sind Journalist?

Profitieren Sie von hervorragendem Service, Fachinformationen, qualifizierter Beratung, Presseausweis, wirksamem Engagement, Medienversorgung und zahlreichen weiteren Leistungen der Journalistenverbände.

Tel. 040 / 8 99 77 99
www.journalistenverbaende.de

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

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

www.kamerareparatur.com
Ihr Reparatur-Partner außerhalb der Herstellergarantie

Kameras und Objektive von:

- Olympus
- Leica
- Pentax
- Nikon
- Casio
- Samsung
- Panasonic
- Canon
- Sony
- Sigma
- Tokina u.mehr

VIA DA VINCI.dialog GmbH
Hellgrundweg 109
22525 Hamburg
info@kamerareparatur.com
Telefon: 040/ 84 87 87 87

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

GEISSLER®

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 5/2019 ist der 17. April 2019.

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

Inserentenverzeichnis

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH ..... 2. U.
Digitalspezialist 7
Personal- und Kleinanzeigen ..... 3. U.
Aktion Deutschland Hilft ..... 4 U.

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und Imagingbranche

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH
Am Potekamp 20, 40885 Ratingen
Telefon: 0 21 02/20 27-31
Fax: 0 21 02/20 27-49
Online: http://www.foto-contact.de

Herausgeber:
C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH,
Geschäftsführer: Thomas Blömer, Martina Blömer

Redaktion:
Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klomps

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

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

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

Druck:
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder.

Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Haftung übernommen. Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Copyright by
C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

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

ISSN: 1430-1121

Nothilfe Zyklon Idai

Jetzt spenden!

Wirbelsturm Idai hat in Afrika eine Spur der Verwüstung hinterlassen. In Mosambik, Simbabwe und Malawi haben Hunderttausende Menschen alles verloren. Aktion Deutschland Hilft leistet Nothilfe vor Ort.
Mit Lebensmitteln, Trinkwasser, Medikamenten und Notunterkünften.
Helfen Sie den Menschen jetzt – mit Ihrer Spende!

DZI Spenden-Siegel

Spendenkonto: DE62 3702 0500 0000 1020 30
Stichwort: Zyklon Idai
Online spenden unter: **www.Aktion-Deutschland-Hilft.de**

Aktion Deutschland Hilft
Bündnis deutscher Hilfsorganisationen