

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

Zum sechsten Mal in Folge

Die Umsatzrekordler



Fotomarkt 2019 mit Licht und Schatten Kamera-Absatz weiter rückläufig

Die zeitgleich erschienenen Markübersichten der gfu und des Photoindustrie-Verbandes (PIV) zeigen für das Jahr 2019 weitere Rückgänge auf dem deutschen Kameramarkt.

Mit Fünf-Achsen-Bildstabilisator Die neue Fujifilm X-T4

Mit der spiegellosen Systemkamera X-T4 stellt Fujifilm nach eigenen Angaben die bislang leistungsfähigste Kamera mit weiterentwickeltem Verschluss und neuem Autofokus-Algorithmus vor.

S. 12

Ricoh gründet Startup für 360-Grad-Kameras "Das Selfie neu erfinden"

Mit der Vecnos Inc. hat die Ricoh Company, Ltd. ein separates Unternehmen für optische Innovationen gegründet, das zu einem führenden Anbieter von neuartigen 360-Grad-Kameras avancieren soll.

5.24

Täglich frisch:

Aktuelle Neuheiten und Branchen-News auf www.fofo=confact.do

contact

Newsletter

aktuelle Ausgabe Archiv

Kontakt

Impressum

PoS-MAIL



Branchen-News aktuell:











Jetzt kostenlosen Newsletter abonnieren! newsleffer@worldofphofo.de

Geschäfte zu, photokina abgesagt

Corona ist doof

Die Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie verändern das Gesicht der Republik. Auch die Fotobranche ist hart betroffen: Die Geschäfte des Fotohandels sind geschlossen, und die photokina 2020, die dem Kamera- und Bildermarkt wichtige Impulse hätte geben können, wurde abgesagt. Die Ereignisse rund um den Virus werfen einen langen Schatten auf die guten Nachrichten, mit denen wir in dieser Ausgabe eigentlich für positive Stimmung sorgen wollten.



Thomas Blömer, Verleger

Denn der erneute Rekordumsatz der United Imaging Group ist, ebenso wie das in der vorigen Ausgabe berichtete Rekordergebnis von Cewe, ein ermutigendes Signal für die Branche und den Fachhandel. Das macht trotz der bedrückenden aktuellen Situation Hoffnung, dass es für uns alle gut weiter gehen kann, wenn die derzeitige Krise überwunden ist.

Die Absage der photokina ist ebenso ein Siea der Vernunft wie der neue Messetermin im Mai 2022. Denn die globale Leitmesse unserer

Branche würde im Frühjahr 2021 in den Schatten zahlreicher zusätzlicher Großveranstaltungen geraten, die nach der Lawine von Absagen in diesem Jahr gemeinsam mit den ohnehin geplanten Events die Terminkalender und Budgets von Ausstellern und Besuchern überfordern dürften. Zudem bedeutet der lange Zeitraum nicht, dass unsere Branche ganz auf Events verzichten muss: Hoffen wir, dass die Fotomesse der UIG wie geplant Anfang Oktober stattfinden kann. Abgesagte Veranstaltungen, z. B. das Umweltfotofestival Horizonte Zingst, werden im kommenden Frühjahr mit neuem Schwung die Besucher anlocken. Die photokina will mit der Imaging Innovation Conference ebenfalls im Frühjahr 2021 einen wichtigen Branchenevent positionieren, dessen Termin festgelegt werden soll, sobald wieder sichere Planungen möglich sind.

Für den Fotohandel und Fotografen ist die Situation derzeit dramatisch. Die Geschäfte sind geschlossen, und diesen Effekt kann der eine oder andere Verkauf nach Voranmeldung oder über das Internet nicht kompensieren. Dass sich die Online-Spezialisten,

angefangen beim großen "A", derzeit ins Fäustchen lachen, mag vielleicht übertrieben sein, aber es ist nicht zu leugnen, dass die derzeitige Regulierung auch den Wettbewerb auf dem Markt verzerrt. Ein Rezept, wie man das verhindern könnte, ohne die Versorgung der Kunden gänzlich zusammenbrechen zu lassen, gibt es leider nicht.

Das Fotografenhandwerk steht leider ebenfalls vor dem Nichts. Keine Hochzeiten, keine Kommunion, keine Konfirmation, keine Party, kein Umsatz. Wichtig ist jetzt, dass der Gesetzgeber hier die richtigen Hilfen anbietet. Günstige Kredite sind nur ein Tropfen auf den heißen Stein, denn wer schon zu normalen Zeiten von der Hand in den Mund lebt, wird auch ohne Zinsbelastung kaum die Möglichkeit haben, jemals etwas zurückzahlen zu können. Vielmehr müssen konkrete Hilfen her, um die ausaefallenen Gewinne zu ersetzen. Um das zu erreichen, sollten alle Beteiligten und die einschlägigen Verbände an einem Strang ziehen und sich lautstark äußern, auch gegenüber den Ministerien und den lokalen Abgeordneten. Denn die gerade mit solchen Mitteln verhinderte Neufassung des Passbildgesetzes zeigt: Einigkeit macht stark, und vieles ist möglich. Hoffen wir, dass sich dies auch bei Corona bewahrheitet.

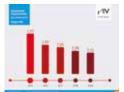
Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild
United Imaging Group auch 2019 mit Wachstum
Der sechste Rekord
Editorial
Geschäfte zu, photokina abgesagt
Corona ist doof
Wichtiges aus foto-contact.de 6, 9
Verbände
Fotomarkt 2019 mit Licht und Schatten
Kamera-Absatz weiter rückläufig
Neuheiten
Fujifilm stellt Sofortbildkamera instax mini 11 vor Kompakter, cooler, besser
Mit Fünf-Achsen Bildstabilisator
Die neue Fujifilm X-T4
Unternehmen
Partnerschaft von Leica Camera und Mykita
Neue Maßstäbe für Sonnenbrillen
Ricoh gründet Startup für 360-Grad-Kameras

Fotomarkt 2019 mit Licht und Schatten Kamera-Absatz weiter rückläufig

"Das Selfie neu erfinden"



Die zeitgleich erschienenen Markübersichten der gfu und des Photoindustrie-Verbandes (PIV) zeigen weitere Rückgänge auf dem deutschen Kameramarkt. So verzeichnet der Home

Electronics Market Index Hemix, der von der gfu sowie GfK Retail and Technology erhoben und in Kooperation mit dem Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) für jedes Quartal veröffentlicht wird, für das Jahr 2019 einen Rückgang des Absatzes von Digitalkameras um 12,5 Prozent auf 1,64 Millionen Stück. Der Umsatz schrumpfte um 8,1 Prozent auf 769 Millionen Euro, während die Durchschnittspreise mit einem Plus von 5,1 Prozent auf 469 Euro ihren positiven Trend fortsetzten. Seite 7

United Imaging Group 2019 mit Wachstum Der sechste Rekord



Die United Imaging Group (UIG) hat 2019 zum sechsten Mal in Folge einen Umsatzrekord

erzielt. Mit 379,5 Mio. Euro setzte die

Kooperation 82 Mio. Euro oder 17,6 Prozent mehr um als Ringfoto im Vorjahr. Dazu trugen die neu gewonnenen europafoto-Mitglieder 67 Millionen Euro bei. Seite 16

Fujifilm: Sofortbildkamera instax mini 11 Kompakter, cooler, besser



Fujifilm hat die nächste Generation seiner Sofortbild-Ikone instax mini angekündigt. Auf das weltweit erfolgreiche Trendprodukt instax mini 9 folgt ab Mitte März die instax mini 11. Sie ist in fünf aktuellen, pastelligen

Farben erhältlich, hat ein schmaleres und leichteres Gehäuse und bietet auch eine höhere Bildqualität. Seite 10

Mit Fünf-Achsen-Bildstabilisator Die neue Fujifilm X-T4



Mit der spiegellosen Systemkamera X-T4 stellt Fujifilm nach eigenen Angaben die bislang leistungsfähigste

Kamera der X-Serie vor. Zu den neuen Features gehören ein weiterentwickelter Verschluss und ein Autofokus-Algorithmus für besonders hohe Geschwindigkeiten. Zudem ist die X-T4 als erste Kamera der X-T Serie mit einem integrierten Bildstabilisator ausgestattet. Seite 12

DGH ist autorisierter Vertriebspartner für Shure Für guten Ton



Der Würzburger Großhändler DGH vertreibt ab sofort als autorisierter Partner Produkte des Audiospezialisten Shure. DGH erwartet besonders großes Interesse an der für Videofilmer geeigneten Motiv

USB/iOS Mikrophon Serie sowie der großen Auswahl von On-Ear- und In-Ear-Kopfhörern. Seite 19

Ricoh gründet Startup für 360°-Kameras "Das Selfie neu erfinden"

Mit der Vecnos Inc. hat die Ricoh Company, Ltd. ein separates Unternehmen für optische Innovationen gegründet, das im Verbrauchersegment zu einem führenden Anbieter von neuartigen 360-Grad-Kameras avancieren soll. Das Startup wurde von demselben Team gegründet, das bereits 2013 mit der Ricoh Theta eine damals wegweisende 360-Grad-Kamera entwickelt und eingeführt hat. Diese soll aber im Programm von Ricoh Imaging bleiben. Seite 24

ERBANDE

24

INTERVIEW

Bernd Gansohr: Vorstellung der instax mini 11 Immer neue Begeisterung wecken



Anlässlich der Vorstellung der instax mini 11 hat imaging+foto-contact mit Bernd Gansohr, Geschäftsführer von Fujifilm Imaging Systems, über die ungebrochene Erfolgsgeschichte der instax Sofortbildprodukte gesprochen.

Neuer Auftritt von walther design am PoS Beratung ist das A+O



Um sich im hartumkämpften Fotomarkt den immer neuen Herausforderungen stellen zu können, hat der Nettetaler Alben- und Rahmenspezialist walther design ein Beratungskonzept entwickelt,

mit dem ausgewählte Geschäftspartner unterstützt werden sollen. Das Konzept beinhaltet neben Ideen für mehr Umsatz und Kundenfrequenz auch den Hinweis auf die Gefahren zu vieler Lieferanten für ein Produktsegment sowie Informationen über die wichtigsten Qualitätsmerkmale und Auswirkungen auf den Preis.

So unterstützt Evoc den Fotohandel Gemeinsam zum Erfolg



Mit seiner Photo Kollektion ist Evoc innerhalb kurzer Zeit ein wichtiger Lieferant von Tragelösungen für den Foto-

handel geworden. Das Münchener Unternehmen, das mit seinen hochwertigen und durchdachten Produkten vor dem Einstieg in die Fotobranche bereits in den Sektoren Sport und Reise reüssierte, bietet seinen Partnern mehr als nur hochwertige Ware. Mit einer guten Mischung aus Online- und Offline-Maßnahmen spricht es seine Zielgruppen aktiv an, um die Nachfrage zu fördern und die Erträge im Handel zu steigern.

Partnerschaft von Leica Camera und Mykita Neue Maßstäbe für Sonnenbrillen



Die Leica Camera AG und die Brillenmanufaktur Mykita wollen ab sofort zusammenarbeiten, um deutsche

Ingenieurskunst, ikonisches Design und Qualität Made in Germany zu verbinden. Zum Auftakt stellen die beiden Unternehmen eine Sonnenbrillen-Kollektion vor, die mit funktionalem Design und optischer Qualität neue Standards setzen soll. Dafür wollen die beiden Hersteller ihre Expertise in gemeinsamen Entwicklungsprozessen bündeln, um die Stärken der Manufaktur in Design und Innovation mit der Leica Kompetenz für Spitzenoptik zusammenzuführen.

Handel

	27
Klein- und	
Impressum	27
Immer neue Begeisterung wecken	10
Bernd Gansohr zur Vorstellung der instax mini 11	
Interview	
So unterstützt Evoc den Fotohandel Gemeinsam zum Erfolg	20
Für guten Ton	19
DGH ist autorisierter Vertriebspartner für Shure	
Neuer Auftritt von walther design am PoS Beratung ist das A+O	14







www.foto-contact.de

UNTERNEHMEN

Wichtiges aus foto-contact.de

drupa auf April 2021 verschoben

Die vom 16. bis 26. Juni 2020 geplante drupa in Düsseldorf wird auf den 20. bis 30. April 2021 verschoben. Damit folgt die Messe Düsseldorf der Empfehlung des Krisenstabs der Bundesregierung, bei der Risikobewertung von Großveranstaltungen die Prinzipien des Robert Koch-Instituts zu berücksichtigen. Aufgrund dieser Empfehlung und der zuletzt deutlich gestiegenen Zahl von Infizierten mit dem neuen Coronavirus auch in Europa wurde die Lage neu bewertet.

Bei der Entscheidung hat auch die Allgemeinverfügung der Landeshauptstadt Düsseldorf vom 11. März 2020 eine Rolle gespielt, in der Großveranstaltungen mit mehr als 1.000 gleichzeitig anwesenden Teilnehmern generell untersagt werden.

"Die Entscheidung wurde in enger Abstimmung mit unseren Beiräten und Trägerverbänden getroffen", betonte Werner M. Dornscheidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf GmbH. Sie spiegele auch den Wunsch einzelner Branchen wider: "Als ihr Partner setzen wir im Moment alles daran, die wirtschaftlichen Einbußen unserer Aussteller zu reduzieren."

"Eine Verschiebung der drupa war nach den jüngsten Entwicklungen unaufhaltsam", fügte drupa Präsident Claus Bolza-Schünemann hinzu. "Die Entscheidung ist daher richtig und verantwortungsvoll. Ab Mitte März hätten für zahlreiche Aussteller logistische Aktivitäten angestanden – die heutige Bekanntmachung der Verschiebung ermöglicht es allen Betroffenen, frühzeitig zu reagieren, neu zu disponieren und sich auf den Veranstaltungstermin im April 2021 einzustellen. Die Freude auf 'embrace the future' bleibt - auch 2021 ungebrochen." Auch die Branchenverbände begrüßen

photokina auf 2022 verlegt

Die Koelnmesse hat am 17. März die Entscheidung bekanntgegeben, die vom 27. bis 30. Mai 2020 geplante photokina 2020 abzusagen. Die nächste internationale Leitmesse für Foto, Video und Imaging soll vom 18. bis 21. Mai 2022 in Köln stattfinden. Damit ist auch die für den Vortag der photokina 2020, den 26. Mai, vorgesehene Premiere der Imaging Innovation Conference verschoben. Für dieses neue Kongressformat ist ein Termin deutlich vor der photoina 2022 in der Abstimmung.

Die Geschäftsführung der Koelnmesse habe vor dem Hintergrund der COVID-19 Pandemie entschieden, bis Ende Juni 2020 keine Eigenveranstaltungen in Köln durchzuführen, heißt es in einer Pressemitteilung. Diese Entscheidung werde auch vom Krisenstab der Stadt Köln unterstützt, der in seiner Sitzung am 18. März 2020 ebenfalls empfohlen habe, die Messen in diesem Zeitraum abzusagen. Dies geschehe auch unter Beachtung der zwischen der Bundesregierung und den Länderregierungen am 16. März 2020 getroffenen Vereinbarung zu gemeinsamen Leitlinien im Umgang mit der Corona-Epidemie, die ausdrücklich auch die generelle Schließung von Messen und Ausstellungen beinhalte, betonte die Koelnmesse. Die aktuelle Situation beeinträchtige die Planungssicherheit für die Koelnmesse und die Teilnehmer der Messen in Köln weit über die bisherige Reichweite der aktuellen Szenarien hinaus. Mit dieser frühzeitigen Ankündigung zur photokina wolle die Koelnmesse Ausstellern und Besuchern Planungssicherheit geben.

Die Entscheidung, die nächste photokina erst im Mai 2022 zu veranstalten, sei mit Blick auf verschiedene Faktoren getroffen worden, erklärte die Koelnmesse. Der Imaging-Markt sei auch schon vor dem Auftreten des Coronavirus stark in Bewegung geraten und werde nun weiter an Dynamik gewinnen. Das müsse in die Planungen für die kommende photokina einbezogen werden. Zudem seien durch die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung sowie zahlreiche Neuterminierungen im globalen Messekalender die Ressourcen der potentiellen Aussteller für das Jahr 2021 bereits stark strapaziert. Die Ausrichtung auf das Jahr 2022 gebe allen Beteiligten genügend Zeit, die nächste photokina nach den Bedürfnissen des Marktes, der Aussteller und der Besucher zu gestalten, fügte die Koelnmesse hinzu.

Der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbandes (PIV), Kai Hillebrandt, stimmte der Entscheidung, die photokina abzusagen, zu: "Der PIV steht selbstverständlich voll und ganz hinter der Entscheidung der Koelnmesse, die photokina 2020 abzusagen. Die Gesundheit von Ausstellern und Besuchern muss jetzt an oberster Stelle stehen. Als ideeller Träger der photokina werden wir die Koelnmesse nach Kräften bei den Planungen für die nächste Ausgabe der photokina unterstützen."

die Ankündigung: "Die drupa ist der wichtigste Treffpunkt der internationalen Druckbranche", erklärte Dr. Markus Heering, Geschäftsführer im Fachverband Druck- und Papiertechnik im VDMA. "Getreu dem Motto ,embrace the future' zeichnet sie sich durch persönlichen, internationalen Kontakt und die Live-Präsentation von Produkten aus. Das Infektionsrisiko wäre dabei derzeit einfach zu hoch. Daher unterstützen wir die Entscheidung für eine Verschiebung und freuen uns auf den Termin im kommenden Jahr."

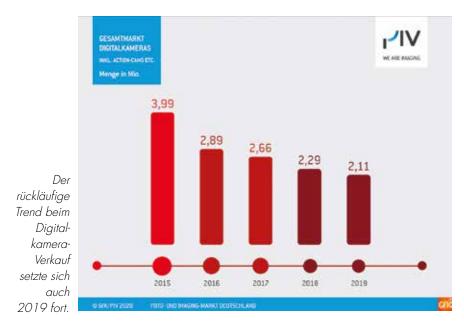
Täglich neue Branchen-Nachrichten: www.foto-contact.de

Fotomarkt 2019 mit Licht und Schatten

Kamera-Absatz weiter rückläufig

Die zeitgleich erschienenen Markübersichten der afu und des Photoindustrie-Verbandes (PIV) zeigen weitere Rückgänge auf dem deutschen Kameramarkt. So verzeichnet der Home Flectronics Market Index Hemix, der von der gfu sowie GfK Retail and Technology erhoben und in Kooperation mit dem Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) für jedes Quartal veröffentlicht wird. für das Jahr 2019 einen Rückgang des Absatzes von Digitalkameras um 12,5 Prozent auf 1,64 Millionen Stück. Der Umsatz schrumpfte um 8,1 Prozent auf 769 Millionen Euro, während die Durchschnittspreise mit einem Plus von 5,1 Prozent auf 469 Euro ihren positiven Trend fortsetzten.

Bei den Wechselobjektiven war laut Hemix ein leichtes Absatzplus von 1,7 Prozent auf 677.000 Einheiten sowie ein Umsatzwachstum um 5,5 Prozent auf 387 Millionen Euro zu verzeichnen. Auch hier legten die Durchschnittspreise zu, und zwar um 3,7 Prozent auf 572 Euro.



Diese Zahlen werden vom Photoindustrie-Verband im Wesentlichen bestätigt und um Einzelheiten ergänzt. So verbuchten kompakte Systemkameras 2019 ein Absatzplus von rund 4,6 Prozent. Währenddessen habe der klassische Kameramarkt in den Rubriken Kompaktkameras und digitale Spiegelreflexkameras (DSLR) Absatzrückgänge von je 11 Prozent hinnehmen müssen, erklärte der PIV. Unter dem Strich geht der Verband für das vergangene Jahr von 2,11 Millionen (Vorjahr 2,229 Millionen) verkauften Kameras im Wert von 871 Millionen Euro (2018: 929 Millionen) aus, rechnet dabei aber anders als der Hemix Action-, Body- und Dashcams sowie 360°-Modelle mit ein.

Die Zahl der Kompaktkameras ging um 11 Prozent auf 1,05 Millionen Stück zurück, der Umsatz mit diesen Produkten brach um 16,1 Prozent auf 238 Millionen Euro ein. Actioncams & Co. verzeichneten einen Rückgang von 5,5 Prozent auf 473.000 Stück und erreichen damit ein Umsatzvolumen von 103 Millionen Euro (plus 3 Prozent). Mit 590.000 Stück nahm die Menge der verkauften Systemkameras nur um 3,6 Prozent ab; während der Absatz von spiegellosen Modellen um 4,6 Prozent auf 316.000 Stück zulegte, büßten Spiegelreflexkameras 11,6 Prozentpunkte ein und erreichten noch ein Volumen von 274.000 Stück. Der Umsatz in der einstigen "Königsklasse" ging um gut 25 Prozent auf 187 Millionen Euro zurück, während die Systemkameras mit einem Plus von 16,3 Prozent überproportional auf 343 Millionen Euro zulegten und sich damit wie 2018 als größtes Marktsegment erwiesen. Dazu trugen vor allem die Vollformatkameras mit einem Absatzplus von

Verbände





Spiegellose Systemkameras gewannen gegen die klassischen DSLRs weiter Marktanteile.

63 Prozent und einem Umsatzwachstum von mehr als 54 Prozent bei. Smartphones verzeichneten ein Minus von 3,5 Prozent auf 10,9 Milliarden Euro, die Zahl der verkauften Geräte ging um 4,2 Prozent auf 22,1 Millionen Stück zurück. Der Durchschnittspreis stieg dagegen auch 2019 und lag mit 492 Euro um 0,7 Prozent höher als im Vorjahr.

Sofortbild und **Bildprodukte** weiter im Plus

Sofortbildkameras setzten 2019 mit einem Zuwachs von 8,7 Prozent auf 500.0000 Stück ihren Erfolgskurs fort. Noch positiver entwickelte sich der Umsatz im diesem Segment mit einem Plus von 14 Prozent auf 40 Millionen Furo.

Bei den Bildprodukten führen Fotobücher mit ca. 9 Millionen Stück und 308 Millionen Euro Umsatz den Markt an. Auch das Geschäft mit Fotomehrwertprodukten wie Wandbilder legte 2019 zu, und zwar um 5,2 Prozent auf 344 Millionen Euro. "Der große Erfolg von kompakten Systemkameras, Sofortbildkameras und Fotobüchern zeigt, dass auch im digitalen Zeitalter der Kern der Fotografie im individuellen Selbstaus-

druck sowie in der Haptik liegt", kommentierte der Vorsitzende des PIV, Kai Hillebrandt, die Marktentwicklung. "Die große Aufgabe der Branche bleibt es in 2020, den Konsumenten vor Augen zu führen, dass das Fotografieren mit einer Kamera eine andere Dimension von Kreativität ermöglicht und eine entsprechende Ausrüstung die Wertigkeit Moments bzw. der Aufnahme unterstreicht."

Im Zubehörsegment setzten sich die Trends der letzten Jahr fort. Der Absatz von Stativen und Video Rigs blieb 2019 im Vergleich zum Vorjahr praktisch stabil; der Umsatz stieg um ordentliche 11,5 Prozent auf 58 Millionen Euro. Bei den Blitzgeräten gab es ein Absatzminus von 11,1 Prozent auf 62.000 Stück, der Umsatz ging um eine Million Euro (6,2 Prozent) auf 15 Millionen zurück. Bei den Fototaschen verzeichnete die Branche ein Minus von 13,2 Prozent auf 1,68 Millionen Stück bei einem moderaten Umsatzrückgang von 3,7 Prozent auf 52 Millionen Euro.

Fachhandel gewinnt Anteile

Dass die Verbraucher Wert auf Qualität legen, zeigt sich nicht nur an der zunehmenden Bedeutung hochwertiger Produkte, sondern auch an der Wahl der Einkaufsstätte. So erwies sich der Fachhandel erneut als



Die Nachfrage nach Objektiven entwickelte sich durch das Wachstum bei den Spiegellosen erfreulich.

Photoindustrie-Verband

wichtigster Absatzkanal der Branche und steigerte seinen Anteil im Dezember 2019 auf 41 Prozent.

Auf das gesamte Jahr bezogen sei der Umsatz im traditionellen Handel allerdings um 6,8 Prozent rückläufig, erklärte der PIV. während der Online-Handel im selben Zeitraum um 8,1 Prozent zugelegt habe. Es bleibe eine Tatsache, dass sich der Markt seit der Einführung des Smartphones zum Nachteil für die Kameraindustrie entwickelt habe, fügte der Verband in einer Pressemitteilung hinzu. Allerdings spiegelten die Zahlen des klassischen Kameramarktes nicht wider, dass heute tatsächlich mehr Menschen als jemals zuvor fotografierten.



Bei praktisch stabiler Nachfrage legte der Umsatz mit Stativen und Rigs spürbar zu.

Das zeige sowohl der unaufhaltsame Erfolg der Anbieter von Fotobüchern und Fotomehrwertprodukten als auch die steigende Nachfrage nach höherwertigen Kameras und Objektiven, betonte der PIV.

Meisterlehrgang 2021 am Kieler Forum

Der Meisterlehrgang am Photo+ Medienforum Kiel erfreut sich ungebrochener Nachfrage: Zurzeit läuft ein ausgebuchter Vollzeitlehrgang zur Vorbereitung auf die Meisterprüfung im Fotografenhandwerk, und im Mai startet ein Teilzeitlehrgang, der fast ausgebucht ist. Die ersten Anmeldungen für 2021 liegen bereits vor.

Die Teilnehmenden des aktuellen Lehrganges haben schon mehr als die Hälfte der 14 Unterrichtswochen hinter sich: Das Programm deckt viele Themen von der Konzepterstellung über Gestaltungsmittel und Workflow-Planung bis hin zur Virtuellen Foto-



grafie mittels CGI ab. In den nächsten Wochen stehen noch Marketing und Drucktechnik, Farbmanagement und betriebliches Kostenmanagement auf dem Plan. Zum Abschluss erfolgt die Anfertigung der Meisterstücke.

Für den nächsten Vollzeitlehrgang, der im Januar 2021 beginnt, liegen bereits einige Anmeldungen vor. Informationen zu den Inhalten, den Kosten und Förderungsmöglichkeiten gibt es auf www.meisterlehrgang-fotograf.de. Interessenten können sich direkt an Johanna Bavendiek wenden unter (0431) 57 97 018 oder Email johanna.bavendiek(at)photomedienforum.de.

Panasonic: Lumix Festival 2020 abgesagt

Panasonic und die Hochschule Hannover haben sich nach einer gründlichen Risikoanalyse dazu entschlossen, das Lumux Festival 2020 nicht in der gewohnten Form stattfinden zu lassen. Stattdessen soll das Festival digital realisiert werden. Damit antworten die Proiektpartner auf die aktuelle Situation um das Coronavirus. Das 7. Lumix Festival für jungen Bildjournalismus sollte vom 24. bis zum 28. Juni auf dem ehemaligen Expo-Gelände in Hannover stattfinden.

7. LUMIX FESTIVAL für jungen **BILDJOURNALISMUS**

Seit 2008 lädt das LUMIX Festival für jungen Bildjournalismus Fotobegeisterte aus aller Welt nach Hannover ein und bietet ein inspirierendes Programm mit Ausstellungen, Vorträgen, Diskussionen und Portfoliosichtungen nach Hannover. Mit mehr als 40.000 Besuchern zählt das Lumix Festival nach Angaben von Panasonic zu den bedeutendsten seiner Art.

"So schwer uns diese Entscheidung auch trifft, aber der Schutz unserer Besucher, Teilnehmer, Helfer und aller weiteren Projektbeteiligten hat für uns oberste Priorität", erklärte Michael Langbehn, Head of PR, Media und Sponsoring bei Panasonic Deutschland. "Wir freuen uns jedoch darauf, mit dem Festival neue, digitale Wege zu beschreiten." Alle Arbeiten sowie die Interviewfilme werden online verfügbar sein.

Weitere Informationen sollen den nächsten Wochen veröffentlicht werden.



Fujifilm stellt Sof

Kompak

Fujifilm hat die nächste Generation seiner Sofortbild-Ikone instax mini angekündigt. Auf das weltweit erfolgreiche Trendprodukt instax mini 9 folgt jetzt die instax mini 11. Sie ist in fünf aktuellen, pastelligen Farben erhältlich, hat ein schmaleres und leichteres Gehäuse als die Vorgängerin und bietet auch eine höhere Bildqualität.

Bernd Gansohr zur Vorstellung der instax mini 11

mmer neue Begeisterung wecken

Anlässlich der Vorstellung der instax mini 11 hat imaging+fotocontact mit Bernd Gansohr, Geschäftsführer von Fujifilm Imaging Systems, über die ungebrochene Erfolgsgeschichte der instax Sofortbildprodukte gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Gansohr, in einem bekanntlich sehr schwierigen Kameramarkt scheint die Wachstumsgeschichte der instax Sofortbildprodukte unendlich zu sein. Wie schafft Fujifilm das?

Bernd Gansohr: Die Wachstumsgeschichte unserer instax Produkte ist

tatsächlich beindruckend. Nach der Wiedereinführung der ersten Modelle im Jahr 2009 sind wir rasch Weltmarktführer in der Sofortbildfotografie geworden. Inzwischen haben wir weltweit fast 40 Millionen instax Geräte abgesetzt und sind dabei jedes Jahr gewachsen. Das ist uns deshalb gelungen, weil wir uns über den gesamten Zeitraum nicht eine Sekunde auf unseren Lorbeeren ausgeruht haben. Wir haben vielmehr mit großer Kreativität immer wieder Innovationen entwickelt, die instax Sofortbildtechnologie durch intelligente Apps mit den Smartphones verbunden und mit immer wieder neuen, trendigen Designs die Zielgruppen begeistert.

imaging+foto-contact: Wieviel von den fast 40 Millionen instax Produkten entfallen auf Deutschland?

ortbildkamera instax mini 11 vor

ter, cooler, besser

Seit der Rückkehr in die Sofortbildfotografie im Jahr 2009 hat sich Fujifilm als Weltmarktführer in diesem Segment etabliert und mit den instax Kameras eine beeindruckende Erfolgsgeschichte geschrieben.

Beim optischen Design der neuen instax mini 11 greift Fujifilm wie schon bei den vorigen Modellen aktuelle Trends auf. Das Gehäuse ist mit Abmessungen von 107,6 x 121,2 x 67,3 mm und einem Gewicht von 293 g schmaler und leichter als beim Vorgänger. Die Kamera ist in den fünf modischen Farbtönen Sky-Blue, Charcoal-Gray, Blush-Pink, Lilac-Purple sowie Ice-White erhältlich. Zudem

haben die Nutzer zum ersten Mal die Möglichkeit, ihre Kamera zu individualisieren, indem sie den Auslöser mit farbigen Akzenten aufwerten. Davon verspricht sich Fujifilm eine noch größere Identifikation der Kunden mit der Marke instax.

Bessere Bilder

Auch technisch wurde die instax mini 11 verbessert. So soll eine automatische Helligkeitseinstellung die Abbildungsleistung erhöhen und für bessere Fotos sorgen. Außerdem macht die instax mini 11 das Aufnehmen von Selfies mit einem Spiegel auf der Vorderseite sowie einem herausziehbaren Objektiv noch einfacher.

Mit umfassenden Werbemaßnahmen, darunter Online- und Offline-Kampagnen, will Fujifilm der Zielgruppe deutlich machen, dass die instax mini 11 ein "Must-have" für alle Sofortbildliebhaber ist, die auch stylish ein Statement setzen wollen. Dabei werden auch Influencer eingesetzt und zur Einführung erstmals auch die Möglichkeiten von Instagram TV genutzt.

Die neue instax Sofortbildkamera ist ab sofort für 79 Euro (UVP) erhältlich.

Bernd Gansohr: In Deutschland haben wir Ende 2018 die erste Million verkaufter instax Kameras gefeiert. Inzwischen wurden insgesamt 1,4 Millionen instax Kameras und Drucker abgesetzt. Dafür sind wir unseren Vertriebspartnern und den Kunden dankbar; und wir sind auch bißchen stolz auf diese Erfolge, die ja über den bloßen Verkauf hinausgehen. Mittlerweile kennt jeder bzw. jede Dritte in den relevanten Zielgruppen die Marke instax, und die Tendenz ist weiter steigend.

imaging+foto-contact: Wie haben Sie diese Marketing-Erfolge erzielt?

Bernd Gansohr: Wir haben erfolgreich Instrumente, Medien und Menschen eingesetzt, die eine hohe Affinität zu den jungen Zielgruppen aufweisen, welche sich besonders für instax begeistern. Auch bei der Vorstellung

der neuen instax mini 11 sind wir dieser Strategie treu geblieben und arbeiten nicht nur mit populären Influencern zusammen, sondern haben auch erstmals Instagram TV eingesetzt, um unseren Handelspartnern die Kunden zuzuführen.

imaging+foto-contact: Nutzt der Fotohandel Ihrer Meinung nach die Wachstumschancen, die instax Produkte bieten, wirklich aus?

Bernd Gansohr: Es gibt natürlich immer noch Potential, aber immer mehr Fotohändler erkennen die Möglichkeiten, die sie mit instax Produkten haben. Dabei geht es ja nicht nur um den Umsatz mit Geräten wie Kameras und Druckern, sondern auch um das Folgegeschäft mit instax Filmen. Vor allem aber bieten wir dem Fotohandel mit instax Produkten die Möglichkeit, mit jungen Zielgruppen in Kontakt zu



Bernd Gansohr, Geschäftsführer von Fujifilm Imaging Systems: "Mit den instax Produkten bieten wir dem Fotohandel die Möglichkeit, mit jungen Zielgruppen in Kontakt zu kommen."

kommen, die sich sonst selten in einem Fachgeschäft sehen lassen.

imaaina+foto-contact: Herr Gansohr, wir danken Ihne für dieses Gespräch.



Die neue Fujifilm X-T4

Mit der spiegellosen Systemkamera X-T4 stellt Fujifilm nach eigenen Angaben die bislang leistungsfähigste Kamera der X-Serie vor. Zu den neuen Features aehören ein weiterentwickelter Verschluss und ein Autofokus-Algorithmus für besonders hohe Geschwindigkeiten. Zudem ist die X-T4 als erste Kamera der X-T Serie mit einem integrierten Bildstabilisator ausgestattet.

Dieser soll den Anwender beim Fotografieren mit wenig Licht oder beim "Mitziehen" in der Sportfotografie unterstützen sowie flüssige Schwenks bei Videoaufnahmen ermöglichen. Die X-T4 kombiniert einen rückseitig belichteten 26,1 Megapixel X-Trans CMOS 4 Sensor mit dem schnellen X-Prozessor 4 und einem neuen Schlitz-

verschluss, der nach Angaben des Herstellers um etwa 30 Prozent leiser arbeitet als der des Vorgängermodells X-T3. Damit erreicht das neue Flaggschiff eine Serienbildgeschwindigkeit von bis zu 15 Bildern/s (8 Bilder/s im Live-View-Modus) mit mechanischem Verschluss: mit elektronischem Verschluss sind bis zu 30 Bilder pro Sekunde ohne Sucher-Blackout möglich. Auch die Auslöseverzögerung ist mit nur 0,035 Sekunden sehr gering.

Schneller Autofokus

Dank eines neuen AF-Algorithmus' und einer verbesserten Phasenerkennung stellt die X-T4 in nur 0,02 Sekunden scharf und führt die Schärfe mit Hilfe der weiterentwickelten Gesichts- und Augenerkennung auch bei sich bewegenden Personen präzise nach. Die bei der X-T4 erstmals in der X-T-Serie eingebaute Fünf-Achsen-Bildstabilisierung (IBIS) arbeitet dank einer neuen Aufhängung und verbesserten Gyrosensoren achtmal präziser als in der X-H1 und bringt laut Hersteller einen Verschlusszeitenvorteil von bis zu 6,5 Stufen, wenn die Kamera mit passenden XF/XC Objektiven eingesetzt wird. Zudem ist das neue IBIS-System, dessen magnetfeldbasierter Antrieb ohne herkömmliche Federung auskommt, im Vergleich zur X-H1 etwa 30 Prozent kleiner und 20 Prozent leichter.

Neve Filmsimulation

Auch die X-T4 bietet die Möglichkeit, auf digitale Weise den Charakter bewährter Filme zu simulieren. Neu ist dabei der Effekt Eterna Bleach Bypass, der einen Bildeindruck erzeugt, als ob bei der Farbfilmentwicklung auf das Bleichen verzichtet wird. Dann überlagern sich Farb- und SW-Bild, so dass eine kontrastreiche, körnige Aufnahme mit reduzierter Sättigung entsteht.

Der elektronische Sucher und das 7,6 cm große berührungsempfindliche, dreh- und schwenkbare LCD bieten dem Nutzer verschiedene Möglichkeiten: Restlicht-Priorität für eine gut ablesbare Anzeige auch in dunklen Umgebungen, Auflösungspriorität für die Anzeige feinster Details sowie Priorität Bildrate für ein klares Sucherbild bei der Aufnahme von Motiven, die sich schnell bewegen. Die Augenmuschel am Sucherokular lässt sich arretieren. um ein Verrutschen zu verhindern.

Neue Video-Funktionen

4K-Videos kann die X-T4 in 60, 50, 30 oder 24p mit 400, 200 oder 100Mbps aufnehmen. Dabei wird das mechanische IBIS-System durch eine elektronische Bildstabilisierung um unerwünschte (DIS) ergänzt, Schwankungen auszugleichen. In HD kann die Kamera Zeitlupen mit 240 Full-HD-Bildern aufnehmen.

Beim Videofilmen wechselt die X-T4 automatisch in ein separates Menü, das die Funktionen bündelt. Mit der neuen filmoptimierten Steuerung lässt sich die Belichtung zudem schnell und geräuschlos über die Auswahltasten oder den Touchscreen anpassen. Die Film-Crop-Fix-Funktion sorgt für einen einheitlichen Crop-Faktor in allen Aufnahmemodi, so dass die gewählte Perspektive beim Wechsel in einen anderen Modus erhalten bleibt.

Das doppelte Speicherkartenfach erlaubt die parallele Aufzeichnung von zwei identischen Video-Dateien zu Back-up-Zwecken. Der Audioeingang (MIC) bietet zwei Möglichkeiten zur Einstellung des Aufnahmepegels, je nachdem, ob ein externes Mikrofon oder ein externes Audiogerät (Line In) verwendet wird.

Die Fujifilm X-T4 ist ab Ende April in Silber und Schwarz erhältlich und kostet 1.799 Euro (UVP Gehäuse) bzw. 2.199 Euro (UVP mit Fujinon XF18-55mmF2.8-4 R LM OISI oder 2.299 Europ (UVP mit Fujinon XF16-80mm F4 ROIS WRI.

Neues Vertriebssortiment von Cullmann

Neu im Vertriebssortiment von Cullmann sind ab sofort der Crane 3S Gimbal von Zhiyun und Lexar Professional CFexpress Typ B Speicherkarten.

Der Crane 3S Gimbal eignet sich nach Angaben von Zhiyun, dem führenden Hersteller von Gimbals für Kameras und Smartphones, für intensive Verfolgungsaufnahmen ebenso wie für Studioaufnahmen. Der Gimbal ist mit neuen Hochleistungsmotoren ausgestattet, die eine Last von bis zu 6,5 kg tragen können – und damit auch hochwertige Ausstattungen wie die Canon EOS 1DX, Blackmagic Pocket Cinema Kameras und sogar die Canon Cinema EOS, Sony FS und FX Modelle sowie die Red Digital Cinema Kameras.

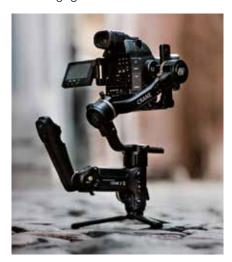
Der Crane 3S verfüat in der Motorachse und den Griffen über ein modulares Design. Nutzer können das im Lieferumfang enthaltene Erweiterungsmodul an der Rollachse befestigen, wenn sie grö-Bere Kinokamera-Kombinationen verwenden. Für kleinere Kombinationen mit DSLR-Kameras kann das Erweiterungsmodul entfernt werden. Damit wird das Set kompakt und tragbar.

Für den Crane 3S wurde der Underslung-Modus neu strukturiert und zwei verschiedene, abnehmbare Griffe entworfen, der EasySling Griff und der SmartSling Griff. Der Nutzer kann entweder den EasySling Griff befestigen, um eine komfortablere Handhabung im aufrechten Betrieb oder bei der Nutzung des Underslung-Modus zu erzielen. Alternativ befestigt er den Smart-Sling Griff und hat dann ein intuitives Bedienfeld und ein OLED-Display zur Verfügung, um die Parameter der Kamera und des Gimbals direkt zu verstellen oder beide miteinander zu kombinieren. Die Griffe sind leicht zu befestigen und zu entfernen. Beide haben verschiedene Gewindebohrungen in verschiedenen Größen, um Zubehör zu befestigen.

Das neu gestaltete Verschlusssystem kann alle drei Achsen mit doppelten Verschlüssen ohne Schwingen verschlie-Ben. Der Crane 3S wird von einem neuen Algorithmus gesteuert, der laut einer Pressemitteilung eine einzigartige Reaktionsgeschwindigkeit und Laufruhe

ermöglicht. Beim schnellen Actionshootings kann der Crane 3S starkem Wind widerstehen. Die um 55 Grad geneigte Rollachse erlaubt die uneingeschränkte Sicht auf das Kameradisplay und bietet genügend Raum, um große Kinokamera-Kombinationen zu befestigen. Das Zhiyun TransMount Bildübertragungsmodul ist mit dem Crane 3S kompatibel. Mit dem optional erhältlichen Sender kann das Video auf bis zu drei Vorschaugeräte übertragen werden, darunter auch Smartphones. Das Via-Touch 2.0 System ermöglicht außerdem eine visualisierte, kabellose Bewegungssteuerung des Gimbals.

Crane 3S und Crane 3S-E sind ab sofort zu Preisen von 769.99 Euro (UVP 3S-E) bzw. 849.99 Euro (UVP 3S) erhältlich sein. Informationen zu Preis und Verfügbarkeit des Crane 3 Pro werden noch bekanntgegeben.



Ebenfalls neu sind die Lexar Professional CFexpress Typ B Speicherkarten. Sie eignen sich laut Hersteller für die Aufnahme hochwertiger Bilder und nahtloser RAW 4K Videos. Die Karten unterstützen sowohl das PCIExpress en3als auch das NVMe-Protokoll. Mit einer Leseübertragungsgeschwindigkeit von bis zu 1.750 MB/s und dauerhaften Schreibgeschwindigkeiten von 1.000 MB/s richten sich die Karten besonders an Foto- und Videografen.

Die Lexar Professional CFexpress Typ B mit 128 GB ist zum Preis von 289 Euro (UVP) erhältlich, während die 256 GB Speicherkarte 577 Euro (UVP) kosten wird.

Neuer Auftritt von walther design am PoS

Beratung ist das A+O

Um sich im hartumkämpften Fotomarkt den immer neuen Herausforderungen stellen zu können, hat der Nettetaler Alben- und Rahmenspezialist walther design ein Beratungskonzept entwickelt, mit dem ausgewählte Geschäftspartner unterstützt werden sollen. Das Konzept beinhaltet neben Ideen für mehr Umsatz und Kundenfrequenz auch den Hinweis auf die Gefahren zu vieler

Lieferanten für ein Produktsegment sowie Informationen über die wichtigsten Qualitätsmerkmale und Auswirkungen auf den Preis. Selbst "Betriebsblindheit" kommt zur Sprache. Mit diesem Konzept will sich walther design nicht nur als ein weiterer Lieferant für Alben und Rahmen präsentieren, sondern als Partner des Handels.

In Händlerschulungen unter dem Motto "Weiterdenken für nachhaltige Erfolge", an denen Geschäftspartner kostenlos teilnehmen können, liegt der Schwerpunkt auf gezielter Unterstützung, denn das Kaufverhalten hat sich in den letzten Jahren geändert. Im Vordergrund stehe das Erlebnis Einkauf. Hier sei es umso wichtiger, Kunden aus Überzeugung zu beraten, um sie zu inspirieren, Impulskäufe zu tätigen, erklärte Walter Lorenz, Geschäftsführer von walther design.

Vier Säulen der Kundenunterstützuna

Um das umzusetzen, spielen nach Ansicht von Lorenz vier Säulen eine zentrale Bedeutung:



1. die Warenpräsentation: Hier kann ein positives Einkaufserlebnis durch eine klare Struktur und Produktaufmachung der Artikel geschaffen werden. Eine Sortimentssegmentierung macht es den Kunden leicht, die Produkte mit ihrem eigenen Wohnambiente in Verbindung zu bringen. Durch eine individuelle Ladengestaltung lassen sich Präsentationskonzepte ansprechend darstellen. Funktionale Warenpräsenter und Aktionsmobiliar sollen innen und außen das Interesse der Kunden wecken.

2. das Online Marketing. Hier ist es nach Ansicht von Lorenz besonders wichtig, 24 Stunden am Tag/7 Tage die Woche nicht nur mit dem täglichen Sortiment, sondern auch mit aktuellen Angeboten präsent zu sein. So sollten z. B. Hinweise auf die Direktbelieferung der Kunden oder aktuelle Aktionsartikel im Online-Shop nicht fehlen. Für eine starke Online-Präsenz unterstützt walther design seine Handelspartner mit Werbemitteln und Dekorationsartikeln.

3. das Lieferkonzept von walther design. Dies gestaltet sich für Handelspartner nicht nur zuverlässig durchfehlerfreie Kommissionierung durch Pick-by-Voice, sondern auch schnell.

Frei-Haus-Lieferungen sind ab einem Auftragswert von 250 Euro möglich, und walther design bietet auch den massgeschneiderten Einzelversand mit individueller Preisauszeichnung - auf Wunsch auch mit eigenem Kundenlogo.

4. Serviceleistungen. Hier wartet walther design nicht nur mit kompetentem Innendienst, sondern auch mit einer flächendeckenden Außendienstbetreuung in Deutschland, den Niederlanden und Belgien auf. Zudem bietet das Unternehmen für Ausgewählte das Premiumhändlerkonzept, bei dem der Partner besonders umfassend unterstützt wird.

Zufriedene Kunden sind Stammkunden

Damit aus zufriedenen Kunden Stammkunden werden, bietet der Nettetaler Alben- und Rahmenspezialist ein breites Sortiment mit mehr als 3.000 Artikeln aus den Produktbereichen Bilderrahmen und Alben sowie Wohnaccessoires und Foto Fun Artikel. Sie sollen mit einem ausgezeichneten Preis-/Leistungsverhältnis für die Handelspartner gute Margen sichern. Zudem unterstützt walther design seine Kunden mit einer eigenen Kreativ-Abteilung durch jahreszeitlich abgestimmte Aktionen, die im 8-Wochen-Rhythmus stattfinden

Die beratenden Handelspartner unterstützt walther design mit regelmäßigen Besuchsrhythmen durch den Außendienst, der nicht nur eine ständige Analyse des Sortiments vornimmt, sondern auch eine Sortiments- und Regalierungsplanung durchführt. Außerdem bietet walther design kostenlose Schulungen für die Mitarbeiter an, um Wissen und praktische Tipps für erfolgreiche Verkaufsgespräche zu vermitteln.

Interview mit Walter Lorenz, Geschäftsführer walther design

Händlerschulungen vor Ort

Im Beratungskonzept von walther design spielen Händlerschulungen eine wichtige Rolle. imaging+ foto-contact hat mit Geschäftsführer Walter Lorenz darüber gesprochen, warum diese für das Verkaufspersonal so wichtig sind.

imaging+foto-contact: Herr Lorenz, warum werden Ihrer Meinung nach Händlerschulungen vor Ort zunehmend wichtiger?

Walter Lorenz: Der Fachhandel muss auf das veränderte Kaufverhalten reagieren. Es reicht nicht mehr nur aus, Produkte in den Regalen auszustellen. Vielmehr ist es notwendig, die Kunden überzeugend zu beraten, um Impulskäufe auszulösen.

imaging+foto-contact: Impulskäufe nicht dazu, dass die Kunden um des Kaufens Willen kaufen?

Walter Lorenz: Nein, denn wir sind nicht an einem schnellen Umsatz mit Billigware interessiert, sondern wollen die Kunden durch Zuverlässigkeit und Qualität zum Impulskauf animieren und so unseren Händlern nachhaltige Umsätze ermöglichen.

imaging+foto-contact: Wie tragen die Wohnwelten zur Kaufentscheidung bei?

Walter Lorenz: Die walther design Wohnwelten, Urban Living, Country Style, Ethnic Chic, Young Living und Classic Chic, bieten endvereine braucherorientierte Einteilung unseres Sortidamit ments, der Kunde sich



Walter Lorenz

im Geschäft inspirieren lassen kann und zum Kauf angeregt wird.

imaging+foto-contact: Wie werden aus guten Kunden Stammkunden?

Walter Lorenz: Um nachhaltige Umsätze zu erwirtschaften, ist es wichtia, die Kunden nicht nur im Geschäft anzusprechen, sondern überall, wo sie erreichbar sind. Dazu gehört auch Online-Marketing rund um die Uhr. 24 Stunden am Tag/7 Tage die Woche können sich Kunden hier nicht nur über das aktuelle Sortiment und die neuesten Angebote informieren, sondern auch über zusätzliche Service-Angebote.

imaging+foto-contact: Stehen schon neue Schulungstermine für dieses Jahr fest?

Walter Lorenz: Schulungstermine werden individuell mit dem Händler abgestimmt. Damit die Mitarbeiter daran teilnehmen können, finden diese auf Wunsch größtenteils nach Geschäftsschluss oder zu weniger stark frequentierten Uhrzeiten statt.

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

United Imaging Group auch 2019 mit Wachstum

Der sechste Rekord

Die United Imaging Group (UIG) hat 2019 zum sechsten Mal in Folge einen Umsatzrekord erzielt. Mit 379,5 Mio. Euro setzte die Kooperation 82 Mio. Euro oder 17.6 Prozent mehr um als Ringfoto im Vorjahr. Dazu trugen die neu gewonnenen europafoto-Mitalieder 67 Millionen Euro bei.

Das bedeutet für die "alten Mitglieder" im Vergleich zur Ringfoto Ära immer noch einen Umsatzzuwachs von mehr als 15 Mio. Euro. Damit hat sich die UIG in einem insgesamt rückläufigen Markt wieder erfolgreich geschlagen

und Marktanteile gewonnen. Der Lagerumsatz stieg um 45 Mio. Euro auf 222,1 Mio. Euro; das bedeutete einen Zuwachs von 25,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr; der Streckenumsatz (Zentralregulierung) legte um 37,0 Mio. Euro oder 30,8 Prozent auf 157,4 Mio. Euro zu. Daraus ergibt sich für den Konzernumsatz inklusive der Auslandsumsätze aller Tochtergesellschaften ein Wachstum von 20.8 Prozent auf 458 Mio. Euro.

Spiegellos sorgt für Impulse

Die deutlichsten Umsatzzuwächse waren in den Sortimentsbereichen spiegellose Systemkameras (plus 55,7 Prozentl, Objektive (plus 38,3 Prozent) und hochwertige Kompaktkameras



UIG-Geschäftsführer Michael Gleich: "Schon vor der Gesellschafterversammlung können wir bekanntgeben, dass Jahresergebnis und Bonusausschüttung auf jeden Fall über dem Niveau des Vorjahres liegen werden."

(plus 14,4 Prozent) zu verzeichnen. Auch Video legte mit einem kräftigen Plus von 72,5 Prozent erfreulich zu, das Voigtländer-Objektivsortiment kam auf ein Wachstum von 18,4 Prozent. Die exklusiven Special-Edition-Bundles wurden von den Händlern wieder sehr gut angenommen. Der Produktbereich Kameradrohnen verzeichnete weiteren Zuwachs, während sich das dynamische Umsatzwachstum im Sofortbildbereich 2019 bei der UIG deutlich abgeschwächt hat. Mit einem Minus von 7.9 Prozent waren die Umsätze mit Spiegelreflexkameras weiterhin rück-

Wie üblich wird das Jahresergebnis erst anlässlich der Gesellschafterversammlung im Juni veröffentlicht. "Schon jetzt können wir aber bekanntgeben, dass Jahresergebnis und Bonusaus-



United Imaging Group

schüttung auf jeden Fall über dem Niveau des Vorjahres liegen werden", erklärte UIG-Geschäftsführer Michael Gleich.

Neue Pro-Kits

Nach dem Vorbild der bestens akzeptierten Special-Edition-Kits bringt die United Imaging Group jetzt eine zweite Produktlinie mit attraktiven Bundels auf den Markt: die Pro-Kits. Im Vergleich zur Special-Edition handelt es sich dabei um deutlich höherwertige Kamera- und Objektivangebote, die jeweils mit zusätzlichem Originalzubehör verkauft werden. Die ersten beiden ProKits sind mit Sony-Modellen bestückt: Die Sony Alpha 7R III wird mit dem Sony-Zoom SEL FE 24-70mm F2,8 G Master und Original-Zweit-Akku angeboten, und die Sony Alpha 7 II wird mit der lichtstarken Festbrennweite FE 55mm F1,8 ZA und ebenfalls einem Original-Zweit-Akku kombiniert. Die ProKits werden exklusiv bei Händlern der United Imaging Group erhältlich sein und einen besonderen Mehrwert, z.B. eine erweiterte Garantie, beinhalten.

Ausblick

Zum Zeitpunkt der Drucklegung dieser imaging+foto-contact Ausgabe war noch schwer abzuschätzen, wie sich die Maßnahmen zur Bekämpfung von Corona-Neuinfektionen auf die deutsche Wirtschaft im allgemeinen und den Fotohandel im besonderen auswirken werden. UIG Geschäftführer Michael Gleich ging für das laufende Geschäftsjahr 2020 bislang von einer wieder sehr positiven Umsatzentwicklung aus. Denn 2020 werden die neu hinzugewonnenen europafoto-Mitglieder erstmals ein ganzes Jahr lang Mitalieder der Gruppe sein, und zum anderen wurden seitens der Hersteller neue, sehr interessante spiegellose

Systemkameras angekündigt, die den Umsatz positiv beeinflussen werden. Neben den Auswirkungen der Schlie-Bung von Geschäften und Beschränkung des Verkaufs könnten auch Unterbrechungen der Lieferketten in Fernost bei der Auslieferung von Fotoprodukten zu spürbaren Engpässen führen, erklärte Gleich auf Anfrage von imaging+foto-contact.

Zwei neue Voigtländer Objektive

Das exklusive Sortiment von Voigtländer Objektiven wird um zwei lichtstarke Produkte erweitert. Das neue Voigtländer 35mm / 1:1,2 Nokton asphärisch VM III wurde gegenüber dem Vorgängermodell in Sachen Größe und Gewicht verbessert. Bei gleich gebliebener optischer Leistung ist es mit einer Länge von 50,5 mm um ca. 20 Prozent kürzer, und beim Gewicht (332 g) konnten sogar fast 30 Prozent eingespart werden. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 1.199 Euro (UVP), der Marktstart ist für das Frühjahr 2020 geplant. Das neue Voigtländer 60mm / 1:0,95 Nokton asphärisch MFT wurde speziell für den Micro-Four-Thirds-Standard komplett neu entwickelt. Für das optimale Zusammenspiel der elf Linsenelemente in acht Gruppen bei der manuellen Fokussierung sorgt ein Metall-Helikoid mit



Das Voigtländer-Sortiment wird um die lichtstarken Objektive 35mm / 1:1,2 Nokton asphärisch VM III und 60mm / 1:0,95 Nokton erwei-



besonders feinfühligem Ansprechverhalten. Die Nahgrenze liegt bei nur 34 cm; der maximale Abbildungsmaßstab beträgt 1:4.

Im Lieferumfang ist eine exklusiv für dieses Objektiv entwickelte Gegenlichtblende mit hoher Streulichtabschirmung enthalten.

Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 1.249 Euro. Der Verkaufsstart ist ebenfalls für das Frühjahr 2020 geplant.

Handel

Auch eine Kaufzurückhaltung erscheine möglich, da Endverbraucher voraussichtlich nur noch dringend notwendige Besorgungen erledigen würden, wenn das Infektionsrisiko steige. "Die United Imaging Group wird alles daransetzen, um ihre Mitglieder im Rahmen ihrer Möglichkeiten dabei zu unterstützen, die schwere Zeit zu überstehen, um danach die Stärken des Fachhandels weiter auszuspielen", fügte Gleich hinzu.

Aktivitäten zum Thema ePassbild

In Bezug auf den Gesetzesentwurf zur zukünftigen Erstellung von Passbildern, in dem angedacht war, diese künftig nur noch in den Passämtern anfertigen zu lassen, wurden in einer konzertierten Aktion unter Federführung der UIG zahlreiche Aktivitäten auf den Weg gebracht, um den Verantwortlichen in der Politik die wirtschaftlichen Konsequenzen einer solchen Regelung aufzuzeigen. Denn eine Realisierung dieses Vorhabens, das für zu viel Unruhe und Besorgnis in der Branche geführt hat, wäre für zahlreiche Fotohändler und Fotografen existenzbedrohend.

Es gab eine Online-Petition gegen diesen Gesetzesentwurf, und zahlreiche Händler sensibilisierten ihre Regionalpolitiker und Ämter vor Ort bezüglich der Negativfolgen eines solchen Schritts. Der Verwaltungsrat und die Geschäftsführung der UIG intervenierten direkt beim Bundesinnenminister Horst Seehofer und Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier. Rainer Th. Schorcht, der Verwaltungsratsvorsitzende der UIG, mobilisierte alle relevanten Handelsverbände und Organisationen wie HDE, BVT, DIHK und versicherte sich deren Unterstützung.

Am 10. Februar 2020 fand schließlich eine Anhörung im zuständigen Bundesinnenministerium statt. Zugegen waren Vertreter des HDE, des BVT, des ZDH, des Wirtschaftsministeriums, der Bundesdruckerei, des

Rainer Th. Schorcht, der Verwaltungsratsvorsitzende der UIG, mobilisierte alle relevanten Handelsverbände und Organisationen wie HDE, BVT und DIHK, um eine Korrektur des Gesetzesentwurfs zur zukünftigen Erstellung von Passbildern durchzusetzen.

BSI, der Presse (markt intern – Julia Lappert) und die UIG, die im Hinblick auf die technische Lösung zur digitalen und medienbruchfreien Übertragung der Passbilder in die Passämter eine wichtige Rolle übernahm. Daran arbeitet bereits



Auch in Zukunft sollen Fotografen und Fotohändler in den digitalen Workflow zur Erstellung von Ausweispapieren eingebunden werden. (Abb.: BMI – Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat)

seit November 2019 der Arbeitskreis ePassfoto unter Federführung der Kooperation. Das Gespräch verlief sehr positiv: In seiner Zusammenfassung betonte der Referatsleiter des BMI (Bundesministerium des Inneren). dass es keine Lösung ohne Einbeziehung der Fotografen geben soll und dass der derzeitige Gesetzesentwurf überarbeitet werde.

Das wurde vor wenigen Tagen aus internen Kreisen des Bundestages offiziell betätigt. Die Neufassung des Entwurf sieht demnach nicht mehr vor, dass Passbilder nur noch in den Behörden anzufertigt werden dürfen.

DGH ist autorisierter Vertriebspartner für Shure

Für guten Ton

Der Würzburger Großhändler DGH vertreibt ab sofort als autorisierter Partner Produkte des Audiospezialisten Shure. DGH erwartet besonders großes Interesse an der für Videofilmer geeigneten Motiv USB/iOS Mikrophon Serie sowie der großen Auswahl von On-Ear- und In-Ear-Kopfhörern.

Das 1925 gegründete US-amerikanische Unternehmen Shure bietet ein breites Sortiment von Mikrofonen, Kopf- und Ohrhörern sowie Konferenztechnik- und Monitorsysteme, Zubehör und passende Software für private und professionelle Anwender an. In ihnen steckt die langjährige Erfahrung des Herstellers, der in Niles, Illinois (USA), zu Hause ist und weltweit über 30 Produktionsstätten und regionale Niederlassungen in Amerika, EMEA und Asien unterhält.

Beide Unternehmen zeigten sich nach Vertragsabschluss davon überzeugt, dass sich die Kooperation für DGH und Shure ebenso positiv entwickeln wird wie für die Handelspartner. "Mit dem Vollsortimenter DGH haben wir einen Vertriebspartner gefunden, der uns mit logistischer Fachkompetenz und den Kunden mit hervorragender Beratungsqualität zur Seite steht", erklärte Christian Husingen, Senior Manager - Consumer Audio - Western

Europe bei Shure Distribution. "Mit dem Produktportfolio von Shure können wir unser Sortiment um stark nachgefragte Szeneprodukte ausbauen", ergänzte Walter Dürr, Vertriebsleiter DGH. "Insbesondere die Motiv USB/iOS-Serie spricht Vlogger und Content Creatoren an, die derzeit hohen Bedarf an passendem Equipment haben."

Rund ums iPhone

Die Shure Motiv Serie bietet verschiedene digitale Aufnahmelösungen, die speziell für mobile Anwendungen in Kombination mit iOS-Geräten sowie Macintosh- und Windows-Rechnern konzipiert wurden. Die Apple MFi zertifizierte Serie, die von Shure auf die Nutzung mit aktuellen iPhones, iPods und iPads abgestimmt wurde, besteht aus mehreren Mikrofonmodellen und einem Audio-Interface.



Die hochwertugen Kopfhörer von Shure sind gut als Zusatzartikel für die Erweiterung des Sortiments geeignet.



Zum Sortiment gehören das in den zwei Farbvarianten Schwarz-Rot und Silber-Schwarz erhältliche Kondensatormikrofon MV5 mit abnehmbarem Tischstativ, das an das Shure 55 angelehnte digitale Großmembranmikro MV51, das MV88 Aufsteckmikrofon für iOS-Geräte mit Lightning-Anschluss, das Ansteckmikrofon MVL sowie das Audio-Interface MVi.

Zudem bietet Shure ein großes Sortiment von On-Ear- und In-Ear-Kopfhörern für die verschiedenen Anwendungen und unterschiedliche Zielgruppen an. Alle zeichnen sich durch schallisolierendes Design aus, das Umgebungsgeräusche abblockt. Abgerundet wird das Shure Portfolio bei DGH durch Zubehörtikel wie Kabel.

Auch Apps für die Steuerung der Geräte auf mobilen Endgeräten stehen zur Verfügung.

So unterstützt Evoc den Fotohandel

Gemeinsam zum Erfolg

Mit seiner Photo Kollektion ist Evoc innerhalb kurzer Zeit ein wichtiger Lieferant von Tragelösungen für den Fotohandel geworden. Das Münchener Unternehmen, das mit seinen hochwertigen und durchdachten Produkten vor dem Einstieg in die Fotobranche bereits in den Sektoren Sport und Reise reüssierte, bietet seinen Partnern mehr als nur hochwertige Ware. Mit einer guter Mischung aus Online- und Offline-Maßnahmen spricht es seine Zielgruppen aktiv an, um die Nachfrage zu fördern und die Erträge im Handel zu steigern.

Evoc Sports Geschäftsführer Bernd Stucke: "Gemeinsam mit unseren Handelspartnern erarbeiten wir eine Multichanel-Strategie."

Denn die Verantwortlichen wissen, dass die Entscheidungsprozesse von Kunden vor dem Kauf eines Fotorucksackes oder einer Fototasche heute durchaus komplex sind. Die Konsumenten erwarten nicht nur ausgezeichnete Qualität und perfekte Funktionalität, sondern legen auch Wert auf viele andere Faktoren wie Nachhaltig-

keit, Tragekomfort, Zuverlässigkeit und Sicherheit. Ein wichtiges Medium zur Vorab-Infomation sind die Internetseiten der Hersteller, aber auch Foren sowie Produktbewertungen von Experten und Profifotografen. Anschließend führt der Weg ins Fachgeschäft, wo sich die Kunden gerne ein eigenes Bild vom Produkt machen und sich die verschiedenen Features vom Fachverkäufer erklären lassen.

EVOC Wichtig am PoS: Professionelle Warenpräsentation mit Ladenbauelementen von Evoc

Individuelle Beratung

Beratung ist wichtig, denn jedes Modell der Evoc Photo Kollektion hat seine eigenen Stärken in Bezug auf Tragekomfort und Staumöglichkeiten für die Kamera- und Filmausrüstung. Das ist Absicht, denn auch jeder Hobby- und Profifotograf hat eigene Ansprüche an seine Fotoausrüstung und an den Fotorucksack. Sind diese Ansprüche im Kundengespräch erst einmal ermittelt, dann fällt es leicht, auch die richtige Lösung anzubieten. Dabei unterstützt Evoc seine Handelspartner im Rahmen eines speziellen Retail-Programms mit attraktiven PoS-Elementen wie Präsentationsmöbeln und bietet zudem Händlerschulungen für das Verkaufsteam an, um ihm Verkaufsargumente für fundierte Kundengespräche an die Hand zu geben. Denn nur die Verknüpfung zwischen einer ansprechenden Warenpräsentation am PoS mit kompetener Beratung und zielgruppengerechten Online-Aktivitäten sorgt nach Ansicht der Evoc-Spezialisten für ein bestmög-



Evos nutzt attraktive Events wie zuletzt die Mundologia in Freiburg, um gemeinsam mit Handelspartnern die Zielgruppen direkt anzusprechen.

liches Einkaufs- und Produkerlebnis.

"Retailtainment" lockt Kunden

Akutelle Marktstudien zeigen, dass immer mehr Kunden beim Einkauf Retail-Auftritte mit Entertainment-Charakter – auf neudeutsch gerne Retailtainment genannt – zu schätzen wissen (vgl. imaging+foto-contact 3/2020, S. 30). Deshalb sind Händlertage, Fotofestivals und Messen mit einem ausführlichen Rahmenprogramm wie Fotoausstellungen, Workshops und Vorträge besonders gut geeignet, um Neu- und Bestandskunden auf Neuheiten und verbesserte Produkteigenschaften hinzuweisen. Deshalb tritt Evoc gerne gemeinsam mit Handelspartnern auf Events auf, um den sportlichen Charakter der Kultmarke aus dem Bike-Bereich für Outdoor- und Sportfotografen erlebbar zu machen. So war der Hersteller z. B. zusammen mit AC-Foto auf der Mundologia in Freiburg (7. – 9. Februar 2020) vertreten, wo mehr als 20.000 Besucher die Chance nutzten, sich ausführlich über die neuesten Trends und Entwicklungen in der Foto- und Outdoorbranche zu informieren. "Die Nachfrage nach hochwertigen Fotorucksäcken und -taschen war überwältigend", berichtete Jan Sallawitz, Marketing-Manager der Evoc Sports GmbH. "Ganz besonders gefreut hat uns das Interesse der Besucher an der Marke, von der viele bisher noch gar nichts oder kaum etwas gehört hatten. Sehr geholfen hat uns dabei, dass nicht nur vor jedem Vortrag ein Werbespot von Evoc gezeigt wurde, sondern auch die Mundologia Mitarbeiter mit Evoc T-Shirts und Jacken ausgestattet waren, so dass wir überall auf der Veranstaltung präsent waren."

Dabei machte der Hersteller den Besuchern deutlich, dass die Evoc Photo Kollektion von Fotografen für Fotografen entwickelt wurde. So berichtete der Profifotograf Baschi Bender in vielen Einzelgesprächen über seine Erfahrungen mit den Evoc Rucksäcken. Auch der Mountainbike-Athlet Harald Philipp (www.summitride.com) zeigte in einem Multimedia-Vortrag unter dem Titel "Mountainbike Pfadfinder" Bilder vom Biken und Leben auf unbekannten Pfaden und stellte lebendia dar, wie wichtig eine hochwertige Ausrüstung ist, auf die man sich in jeder Lebenssituation verlassen kann.

On- und Offline verknüpfen

Mit einer konsistenten Vertriebspoltik will es Evoc seinen Handelspartnern ermöglichen, die Vorteile des On- und Offline-Handels miteinander zu verknüpfen, um ihre Absatz- und Ertragsziele zu erreichen. "Gemeinsam mit unseren Handelspartnern erarbeiten Multichanel-Strategie", betonte Evoc Sports Geschäftsführer Bernd Stucke. "Die Fokussierung auf die richtigen Kanäle mit den richtigen Instrumenten ist dabei von größter Wichtigkeit, egal, ob Newsletter-Inhalte, YouTube-Videos, hochwertige Produktaufnahmen, Verkaufsmöbel oder -hilfsmittel benötigt werden. Nur mit einem Rundum-Service und einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit dem ausgewählten Handel wird es uns gelingen, Evoc als Marktführer für Fotorucksäcke mit Schutzfunktion in Europa zu etablieren."



Profifotograf Baschi Bender erzählte vielen Mundologia-Besuchern in Einzelgesprächen seine Erfahrungen mit den Evoc Rucksäcken.

Partnerschaft von Leica Camera und Mykita

Neue Maßstäbe für Sonnenbrillen

Die Leica Camera AG und die Brillenmanufaktur Mykita wollen ab sofort zusammenarbeiten, um deutsche Ingenieurskunst, ikonisches Design und Qualität Made in Germany zu verbinden. Zum Auftakt stellen die beiden Unternehmen eine Sonnenbrillen-Kollektion vor. die mit funktionalem Design und optischer Qualität neue Standards setzen soll. Dafür wollen die beiden Hersteller ihre Expertise in gemeinsamen Entwicklungsprozessen bündeln, um die Stärken der Manufaktur in Design und Innovation mit der Leica Kompetenz für Spitzenoptik zusammenzuführen



"Aus der Partnerschaft mit Leica, einem Unternehmen, dessen legendärer Ruf für sich spricht, kann nur ein authentisches Produkt mit ehrlichem, funktionalem Design und kompromissloser Qualität entstehen", erklärte Moritz Krüger, Gründer von Mykita. "Bei der Zusammenarbeit drehte sich alles darum, ein in jeder Hinsicht unvergleichliches Produkt zu schaffen. Der individuelle Herstellungsprozess, in dem iede Brille und jedes Glas gefertigt wird, fasst die

Essenz unserer Partnerschaft perfekt zusammen."

"Mit Mykita haben wir einen idealen Partner an unserer Seite, der gemeinsame Werte wie Innovationskraft und die Präzision anspruchsvoller Handwerkskunst "Made in Germany" ebenso teilt, wie den hohen Qualitätsanspruch und die Leidenschaft für zeitlos-ikonisches Produktdesign", fügte Matthias Harsch, Vorstandsvorsitzender der Leica Camera AG, hinzu. "Stilbewusste Kunden dürfen sich auf eine hochwertige Produktlinie von Premium-Sonnenbrillen freuen, die von der Expertise beider Unternehmen profitieren ."

Die MykitalLeica **Kollektion**

Die neue Kollektion, die in Kooperation mit dem Designstudio von Leica in München entworfen wurde und im Mykita Haus in Berlin handgefertigt wird, soll unverwechselbares Design



Die Fassungen einer Modellserie werden aus Edelstahl gerfertigt.



Erfolgsserie ADVENTURE



Rahmen und Alben geeignet für Instax-Bilder

Design-Portraitrahmen ELAINE



Neue Hochzeits- und Babyalben





Neue Mini Memories



walther design Sortiment und Aktionen Laufend attraktive Angebote und Neuheiten sofort auf www.waltherdesign.de

walther design GmbH & Co. KG Herrenpfad-Süd 26 • 41334 Nettetal • Germany Tel. +49 2157 8186 0 • Fax +49 2157 8186 50 E-Mail: service@waltherdesign.de

mit überragender Funktionalität verbinden. Zu Beginn gibt es zwei Modellserien: Eine besteht aus Edelstahl, und bei der zweiten, einer Hybrid-Linie, wird dieses Material mit Mylon kombiniert, einer mit 3D-Drucktechnik hergestellten Materialinnovation von Mykita. Der markante Obersteg aus Mylon soll mehr als ein Stilelement sein: Er schließt die Lücke zwischen dem Rahmen und der Augenbraue des Trägers, um die Augen vor Sonneneinstrahlung zu schützen und so die Funktion einer Gegenlichtblende für Kameras widerzuspiegeln. Die eigens entwickelte Oberflächenstruktur der Modelle aus reinem Edelstahl erinnert an die charakteristische Rändeluna von Kameraobjektiven. Die rot ablackierten Ränder der Gläser sind eine Referenz an die Ästhetik von Leica Kameras und mindern zugleich störende Lichteinflüsse. Alle Modelle sind mit neu entworfenen und individuell anpassbaren Nasenpads ausgestattet, um eine optimale Passform und perfekten Tragekomfort zu gewährleisten.

Leica Eyecare Gläser

Die speziell für die Mykita|Leica Kollektion entwickelten organischen Sonnenschutzgläser von Leica Eyecare mit



Die rote Ablackierung der Glasrändern soll an die Ästhetik von Leica Kameras erinnern.

einem Index von 1,6 werden einzeln aus einem gegossenen Rohling geschliffen und poliert - ein Verfahren, das sonst nur Korrekturgläsern vorbehalten ist. In ausgewählten Ländern wird es möglich sein, die Sonnenbrillengläser in der eigenen Sehstärke zu bestellen. Diese Option ermöglicht es, Korrekturgläser in der Originalfarbe der Kollektion zu erhalten und nicht. wie im regulären Bestellprozess von Sonnenbrillen mit Sehstärke oft üblich, in einer abweichenden Referenzfarbe. Die besondere Oberflächenbehandlung der Gläser umfasst eine innenseitige achromatische Antireflex-Beschichtung für den unsichtbaren Schutz vor störenden Rückstrahlungen; die AquaDura Vision Pro Oberflächenveredelung von Leica schützt zudem vor Wasser, Verunreinigung und Beschädigungen, verhindert das Beschlagen und macht es möglich, Fingerabdrücke und Flecken mühelos zu entfernen. Alle Modelle bieten laut Hersteller 100-prozentigen UV-Schutz und echte optische Klarheit. Polarisierende Gläser filtern dabei schädliche Lichtanteile heraus und schützen so vor Blenden und Oberflächenreflexionen.

Mit Echtheitszertifikat

Alle Mykita|Leica Sonnenbrillen werden im Mykita Haus in Berlin in Handarbeit hergestellt. Jedes Glas für die Kollektion wird individuell gefertigt und durchläuft die gleiche strenge Qualitätskontrolle, der alle Optikprodukte und Gläser von Leica unterzogen werden. Das jedem Produkt beiliegende Echtheitszertifikat bestätigt die Einzelanfertigung mit einer eigenen Seriennummer.

Die Mykita|Leica Kollektion ist ab Juni 2020 in den Mykita und ausgewählten Leica Stores sowie online über mykita.com und leica-camera.com erhältlich.



Das Startup will mit innovativen Ideen das Selfie neu erfinden.

Ricoh gründet Startup für 360-Grad-Kameras

"Das Selfie neu erfinden"

Mit der Vecnos Inc. hat die Ricoh Company, Ltd. ein separates Unternehmen für optische Innovationen gegründet, das im Verbraucherseament zu einem führenden. Anbieter von neuartigen 360-Grad-Kameras avancieren soll. Das Startup wurde von demselben Team gegründet, das bereits 2013 mit der Ricoh Theta eine damals wegweisende 360-Grad-Kamera entwickelt und eingeführt hat. Diese soll aber im Programm von Ricoh Imaging bleiben.

Das Vecnos-Team unter der Leitung von CEO Shu Ubukata wird sein Know-how im Bereich der optischen und künstlichen Intelligenz (KI) nutzen, um neue Ansätze für 360-Grad- und andere Spezialkameras, Software und

Anwendungen zu entwickeln. So sollen innovative Imaging-Lösungen für ein breites Publikum zugänglich und attraktiv werden.

"Wir nutzen unseren technologischen Vorsprung für eine völlig neue Kamera-Generation", erklärte Ubukata. "Dabei schöpfen wir auch ganz neue Möglichkeiten der Social-Media-Plattformen aus. Unser erstes Produkt soll das Selfie für junge Nutzer neu erfinden. Unser Ziel ist es, eine verblüffend einfache Bedienung mit neuartigen Möglichkeiten zum Aufnehmen, Optimieren und Teilen von Bildern zu verbinden - in einem schönen und eleganten Produktdesign, das die Menschen gerne benutzen. Wir wollen eine neue Generation inspirieren."

Stift zum Fotografieren

Das erste Produkt von Vecnos wird eine 360-Grad-Kamera sein, die mit einem schlanken Design eine bisher unerreichte Stufe der Miniaturisierung darstellen soll. Durch ein eigens entwickeltes, optisches System mit vier Linsen - drei seitlich und eine oben konnte die Kamera so schlank wie ein Stift gestaltet werden. Mit der Vecnos-App können die Benutzer ihre Bilder und Videos auf Social-Media-Plattformen unkompliziert bearbeiten und teilen. Die neue 360-Grad-Kamera soll noch 2020 auf den Markt kommen und zunächst über das Internet vertrieben werden.

Die aus den neuen Business-Development-Initiativen von Ricoh hervorgegange Vecnos Inc. sei mit den Prinzipien der offenen Innovation und der Einbeziehung von externem Fachwissen gegründet worden, sagte der Präsident und CEO der Ricoh Company, Ltd., Yoshinori "Jake" Yamashita. "Ricoh hat sich immer für Innovationen in der optischen Kommunikation engagiert", fügte er hinzu. "Im Rahmen unserer neuen Initiativen zur Geschäftsentwicklung wurde 2018 ein Team unter der Leitung von Shu Ubukata gebildet, um spezielle Kameras für eine neue Generation von Nutzern zu entwickeln. Letztendlich wurde uns allen klar, dass es Sinn machte, für dieses hochgradig unternehmerisch denkende Team ein eigenes Unternehmen zu aründen. Das war die Geburtsstunde von Vecnos. Wir bei Ricoh sind stolz darauf, Hauptinvestor eines jungen Unternehmens aus unserer Mitte zu sein, das die Vision verfolgt, revolutionäre Produkte zu bauen."

Unternehmen



Als erstes Produkt will Vecnos noch in diesem Jahr eine besonders schlanke 360°-Kamera auf den Markt bringen.

Neue Details zur Canon EOS R5

Einen Monat nach Ankündigung der Entwicklung der spiegellosen Vollformatkamera EOS R5 hat Canon jetzt weitere Appetithäppchen in Form von zusätzlichen Informationen serviert. Dabei bestätigt der Imaging-Konzern seine vorherige Ankündigung, dass die Leistungsdaten der neuen spiegellosen Profikamera speziell bei der Filmaufzeichnung weit über das hinaus reichen werden, was derzeit bei anderen Kameras in diesem Marktsegment angeboten wird.

Mit interner Aufzeichnung in 8K/30p über die gesamte Sensorbreite soll die Canon EOS R5 tatsächlich einen neuen Standard setzen. Darüber hinaus wird in allen 8K-Modi der bekannte Canon Dual Pixel CMOS AF unterstützt.



Zudem verfügt die EOS R5 über einen weiterentwickelten Autofokus, der speziell bei der Tierfotografie seine Vorteile unter Beweis stellen soll, denn die typischen Merkmale von Haustieren wie Hunde, Katzen und Vögeln werden nicht nur anhand der Augen erkannt. Vielmehr verfolgt das AF-System einen ganzheitlichen Ansatz, um auch dann zuverlässige Ergebnisse zu erzielen, wenn die Augen der Tiere nicht im Bild sichtbar sind.

Neues 7eiss Victory Fernalas

Mit dem Victory SF 32 erweitert Zeiss seine SF Fernglas-Linie um ein Modell, das sich durch noch höhere Farbgenauigkeit und verbesserte Ergonomie auszeichnet. Es eignet sich besonders für Naturbeobachter.

Das Zeiss Victory SF 32 bietet nach Herstellerangaben ein außergewöhnlich



weites Sehfeld, das mit bis zu 155 Metern neue Maßstäbe setzen soll. Die Übersetzung des Fokussierrads liegt bei 1,6 Umdrehungen von unendlich bis zur minimalen Fokussierdistanz von 1,95 Meter. Wie bereits von der Zeiss SF-Fernglaslinie bekannt, zeichnet sich auch das Victory SF 32 durch das "ErgoBalance Concept" aus, bei dem der Schwerpunkt hin zum Okular verlagert wird und so die Langzeitbeobachtung besonders leicht, ergonomisch und ermüdungsfrei gestaltet wird.

Neue Eddycam Gurte in Cognac

Ab sofort gibt es die ergonomischen Kameragurte und Handschlaufen von Eddycam auch in der Farbkombination Cognac/Natur. Je nach Gewicht der Kamera bzw. des Fernglases gibt es die Gurte in 33 mm, 35 mm und 50 mm Breite. Sie bestehen außen aus cognacbraunem und innen aus narturfarbenem, durchgefärbten Elchleder.

Eine Handschlaufe ist ebenfalls in der neuen Farbkombination erhältlich.

Der Preis für die Eddycam Handschlaufe Sling 1 (für Kameras und Ferngläser bis max. 3 kg) beträgt 139 Euro (UVP), der Eddycam Kameragurt 33 mm (für leichte Kameras und Ferngläser bis max. 800 g) kostet 129 Euro (UVP), der Eddycam Kameragurt 35 mm (für Systemkameras und Fernaläser bis max. 1,2 kg) ist zum Preis von 199 Euro (UVP) und der Eddycam Kameragurt 50 mm (für Systemkameras mit Objektiv und Ferngläser bis max. 3 kg) für 219 Euro (UVP) erhältlich.



Neuheiten

Rollei Lion Rock als Black Edition

Rollei stellt die drei beliebtesten Lion Rock-Stative als "Black Edition" vor. Die Lion Rock"-Stative Traveler S, Traveler L und Lion Rock 25 Mark II sind ab sofort in elegantem Schwarz erhältlich. Mit doppelten Dichtungen im Beinsegment sind sie wetterfest und dank der abgewinkelten Edelstahl-Spikes besonders stabil und schwingungsarm. Das Lion Rock 25 Mark II Black Edition ist sogar inklusive Kugelkopf erhältlich.

Die Lion Rock Traveler S Black Edition ist zum Preis von 349 Euro (UVP, die Lion Rock Traveler L Black Edition für 499 Euro (UVP) und die 25 Mark II Black Edition für 699 Euro (UVP).

Nach dem universellen L-Bracket präsentiert Rollei auch den ersten spezifischen L-Winkel für die Nikon Z6 / Z7. Er ermöglicht nach Angaben von Rollei einen unkomplizierten Wechsel zwischen Hoch- und Querformat. Während präzise Aussparungen alle Anschlüsse der Kamera weiterhin zugänglich lassen, ist die vertikale Schiene zusätzlich seitlich verschiebbar, so dass auch das dickste Kabel die Anschlüsse noch erreichen kann. Der neue L-Winkel ist mit Arca-Swiss kompatibel und bietet einen 1/4-Zoll-Anschluss für weiteres Zubehör. Aus hochwertigem Aluminium gefertigt ist der L-Winkel zum Preis von 69,99 Euro (UVP) erhältlich.



Leica S3 ab sofort im Handel erhältlich

Der exklusiv für Leica neu entwickelte Sensor bietet mit 64 Megapixeln eine im Vergleich zum Vorgängermodell um 71 Prozent höhere Auflösung, einen Dynamikumfang von 15 Blenden sowie eine maximale ISO-Einstellung von 50000.



Die bis zu drei Bilder pro Sekunde können durch den großen und hellen Spiegelreflexsucher komponiert und mit dem schnellen, zuverlässigen Autofokus scharf gestellt werden. Neben allen aufnahmerelevanten Einstellungen lässt sich auch eine elektronische Wasserwaage im Sucher einblenden. Wahlweise steht ein Live-View-Modus auf dem LCD-Monitor mit bis zu 60 Bildern pro Sekunde sowohl im Foto- als auch im Videomodus zur Verfügung, in dem zusätzlich noch Focus Peaking, Helligkeits- und Belichtungsdaten, eine Belichtungswarnung, Grids und ein Histogramm eingeblendet werden können.

Der Betrieb im Tethered-Modus ist über die Leica Image Shuttle Software möglich, wobei alle aufnahmerelevanten Einstellungen mit Hilfe der Anwendung vorgenommen und die entstandenen DNGund JPG-Aufnahmen im Anschluss per USB 3.0 direkt an den Computer übertragen werden können. Über das Lightroom Tethered Plugin kann die Leica S3 ohne Zusatzsoftware direkt mit der Anwendung verbunden werden.

Neben einer GPS-Funktion, die den exakten Standort sowie genaue Uhrzeit mit Hilfe von Satelliten ermittelt und in den EXIF-Daten speichert, verfügt die Leica S3 auch über ein WLAN-Modul. mit dem die Kamera im Zusammenspiel mit der Leica Fotos 2.0 App ferngesteuert werden kann.

Die Leica S3 ist zum Preis von 18.600 Euro (UVP) erhältlich.

Ricoh Imaging kündigt weiteres D FA*-Objektiv an

Ricoh Imaging hat die Entwicklung eines weiteren Objektivs der D FA★-Generation aus der Pentax "Stern-Serie" angekündigt. Ursprünglich war die Vorstellung des neuen Objektivs HD Pentax-D FA★85mm F1.4 SDM AW für die diesjährige CP+ Ende Februar in Yokohama geplant, die aber wegen des Coronavirus abgesagt werden musste. Zur "Stern-Serie", die sich nach Angaben von Ricoh Imaging durch bestmögliche Bildqualität mit aleichmäßiger Schärfe von der Mitte bis zu den Bildrändern, große Blendenöffnung mit besonders ausdrucksvoller Bildwirkung, hochwertige Verarbeitung und Materialien mit hoher Robustheit und einfacher Handhabung auszeichnet, gehört bislang das HD Pentax-D FA★ 50mm F1.4 SDM AW, das Ricoh Imaging im Sommer 2018 auf den Markt gebracht hat.

Das neue HD Pentax-D FA★ 85mm F1.4 SDM AW ist mit drei optischen Super ED-Glaselementen (Extra-low Dispersion) ausgestattet, die laut einer Presse-



mitteilung chromatische Aberrationen effektiv kompensieren und selbst bei offener Blende brillante, kontrastreiche Bilder erzeugen. Eine asphärische Linse sorgt für eine hohe Abbildungsleistung mit

guter Korrektur von sphärischer Aberration, Koma und Feldkrümmung. Der drehmomentstarke Ultraschall-Ringmotor mit Supersonic Direktantrieb (SDM) ermöglicht laut Hersteller eine hohe Fokussiergeschwindigkeit und einen reibungslosen Betrieb. Das als AW-Modell (All Weatherl entwickelte Objektiv verfügt über eine wetterfesteKonstruktion, die das Eindringen von Wasser und Staub in das Linseninnere verhindern soll.

Die Produkteinführung ist für das laufende Jahr geplant; über den Preis wurden noch keine Angaben gemacht.

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 0048 604283868, Lowim@wp.pl

Anzeigenschluss für Kleinanzeigen im imaging+foto-contact Ausgabe 5/2020 ist der 16. April 2020.

Senden Sie uns einfach ein Fax an: 0 21 02/20 27 49 oder

eine E-Mail an: b.klomps@cat-verlag.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

Canon CDS. **Panasonic** Pioneer



TAMRON

Inserentenverzeichnis

C.A.TPublishing Thomas Blömer GmbH	2. U.
walther design	23
Personal- und Kleinanzeigen	3. U.
Photo+Medienforum Kiel	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 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. 49 v. 1. Januar 2020

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

Satz- und Repro:

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

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:

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

MEISTERLEHRGANG 2021 ONLINE INFOABEND

Am Photo+Medienforum Kiel laufen trotz der aktuellen Lage zwei Vorbereitungslehrgänge für die Meisterprüfung im Fotografenhandwerk. Komplett im virtuellen Klassenzimmer. Daher bleibt das Angebot natürlich auch für 2021 bestehen. Ob virtuell oder in Kiel vor Ort, unterschieden wird zwischem dem Vollzeit - und dem Teilzeitlehrgang. Was das heißt und wie die Prüfungen laufen, können Interessierte nun in einem kostenlosen Online-Infoabend erfahren.

WANN

Datum 22.04.2020 von 19:00 - 20:00 Uhr

\mathbb{W}

Nach Anmeldung gibt es den Zugangslink zum virtuellen Klassenraum

INHALTE

- Teilzeit oder Vollzeitlehrgang
- Unterrichtsinhalte
- Kosten und Fördermöglichkeiten
- Prüfungsinhalte
- Bewerbungsverfahren

Dieses Angebot steht kostenfrei zur Verfügung!

INFOS

www.meisterlehrgang-fotograf.de johanna.bavendiek@photomedienforum.de 0431 57 97 00

Ein Angebot vom

Photo+Medienforum Kiel Feldstraße 9-11 24105 Kiel www.photomedienforum.de



PHOTO+MEDIENFORUM KIEL

Aus- und Weiterbildung





JENS WAGENER