

imaging + foto 6-7 2017

contact

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



1948

100 Jahre Nikon
100 Tage Cashback
100 Wochen
Zusatzgarantie



1959



1992

Happy Birthday!



1999



2016

Nikon th
100
anniversary



2016

Neues Konzept und jährlicher Turnus photokina erfindet sich neu

Die Koelnmesse präsentierte auf der Mitgliederversammlung des Photoindustrie-Verbandes (PIV) das neue Zukunftskonzept für die photokina: Ab 2018 findet die Messe jährlich statt, ab 2019 im Mai. **S. 22**

BVPA diskutiert Urheberrecht mit Google Ärger mit der Bildersuche

Nach einem durch den BVPA initiierten offenen Protestbrief trafen sich Vertreter von neun Verbänden mit Google, um auf die Verletzung der Rechte von Urhebern und Bildrechteinhabern durch die neue Bildersuche hinzuweisen. **S. 7**

europafoto Gesellschafterversammlung 2017 Im Zeichen des Jubiläums

„50 Jahre europafoto“ war auf der Gesellschafter- und Mitgliederversammlung am 29.5.2017 in Berlin nicht der einzige Grund zum Feiern. Gewinn und Ausschüttung an die Mitglieder konnten stabil gehalten werden. **S. 28**

Jetzt Termin vormerken!

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

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
IMAGING UNLIMITED

„Creating new realities“

Die photokina findet ab 2018 jährlich statt

Mut zum Wandel

Anlässlich der Mitgliederversammlung des Photoindustrie-Verbandes hat die Kölner photokina – ausgerechnet in Düsseldorf – ihr Konzept für die nächsten Jahre vorgestellt. Dabei geht es um mehr als ein Facelift: Die Weltleitmesse für Foto, Video und Imaging stellt sich neu auf und findet ab 2018 jährlich statt – und ab 2019 im Mai. Gleichzeitig soll das Portfolio gemäß dem Untertitel „Imaging Unlimited“ deutlich erweitert werden und neue Trendbereiche wie Virtual und Augmented Reality, Cloud Computing, Bilderkennung und Computer Generated Imaging (CGI) abbilden.



Thomas Blömer, Verleger

Ironischerweise kehrt die photokina mit dem neuen Turnus zu ihren Wurzeln zurück, denn zum ersten Mal fand die Messe 1950 im Mai statt, 1951, 1952 und 1954 im April und 1963 im März. Wie man an den Jahreszahlen erkennt, war damals auch der Zweijahres-Rhythmus nicht in Stein gemeißelt. Das wurde er erst im Jahr 1966, ebenso wie der Herbst-Termin.

Mit dem neuen photokina-Konzept wollen der Photoindustrie-Verband und die Koelnmesse als Organisatoren den

immer kürzer werdenden Innovationszyklen der digitalen Imaging-Welt gerecht werden. Auch die übergreifende Messe-Landschaft spielt eine Rolle: Im Herbst finden zeitnah oder sogar überlappend mit dem bisherigen photokina Termin bekanntlich die IFA in Berlin und die IBC in Amsterdam statt; auch die gamescom (August) und die PhotoPlus in New York (Oktober) sind nicht weit entfernt. Diese Veranstaltungsdichte beeinträchtigt zum einen die Öffentlichkeitswirkung der Messe; zum anderen belastet sie die Aussteller, die im Extremfall auf all diesen Veranstaltungen präsent sind. Der Mai-Termin sichert dagegen der photokina die praktisch ungeteilte öffentliche Aufmerksamkeit, denn andere „verwandte“ Großmessen wie die drupa (alle vier Jahre) und die Cebit (jährlich) konzentrieren sich auf den Juni.

Die Neupositionierung der photokina ist keine Panikreaktion. Die Verantwortlichen bei der Koelnmesse und im Photoindustrie-Verband haben sich viele Gedanken gemacht und auch kontrovers diskutiert. Das liegt in der Natur der Sache, denn schon allein die Aussicht, ab 2018 jedes Jahr ein photokina-Budget aufsetzen müssen,

begeistert nicht jeden Aussteller. Die bereits ab 2018 wirksame Verkürzung auf vier Messtage kann diese Mehrbelastung nicht ausgleichen. Es ist darum zu erwarten, dass die Stände der Weltmarken in Zukunft etwas kleiner werden. Und es ist zu hoffen, dass dieser Flächenverlust durch neue Aussteller aus den digitalen Trend-Segmenten kompensiert werden kann.

Auf der Mitgliederversammlung des Photoindustrie-Verbandes war zu spüren, dass auch die Unternehmen, die dem neuen Konzept eher kritisch gegenüber standen, sich nicht in die Schmollecke zurückziehen, sondern bereit sind, dieses mitzutragen. Das wird natürlich nur dann gutgehen, wenn die Verantwortlichen, die das neue Konzept entwickelt und durchgesetzt haben, dieses auch auf die Straße bringen.

Bei der Vorstellung des neuen photokina-Konzepts wurde ausdrücklich betont, die Messe wolle nicht nur neue Zielgruppen bei Ausstellern und Besuchern begeistern, sondern auch die traditionellen Segmente stärken. Zu letzterem muss auch gehören, dem Fotohandel eine besonders attraktive Plattform zu bieten. Die Verantwortlichen würden gut daran tun, neue, zielgerichtete Angebote für den Fotohandel zu entwickeln. Und der Fotohandel täte dann gut daran, diese auch anzunehmen.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

100 Jahre Nikon • 100 Tage Cashback
• 100 Wochen Zusatzgarantie
Happy Birthday 16

Editorial

Die photokina findet ab 2018 jährlich statt
Mut zum Wandel 3

Wichtiges aus foto-contact.de 6, 15

Neuheiten 21

Mit 4K Video: Olympus Tough TG-5
Für die Harten 10

Drei neue Nikkor SLR-Objektive
Spannende Perspektiven 20

Profi

Panasonic bringt Fotobegeisterte ins Herz der USA
Mit der Lumix durch Texas 8

Interview

Stefan Maier, Department Manager
Marketing Communication, Nikon GmbH
Grund zum Feiern 16

Verbände

Verbände der Bildautoren diskutieren
Urheberrecht mit Google
Ärger mit der Bildersuche 7

Cewe im ersten Quartal erneut mit Gewinn



Wandbilder gefragt

Die Cewe Stiftung & Co. KGaA hat wie 2016 im bisher traditionell verlustbringenden ersten Quartal ein positives Konzern-Ergebnis erwirtschaftet: Bei einem nahezu

stabilen Umsatz von 118,6 Mio. Euro (1. Quartal 2016: 119,2 Mio. Euro) lag das operative Ergebnis (EBIT) mit 0,6 Mio. Euro auf Vorjahresniveau. Vor Sondereffekten stieg das EBIT leicht von 0,9 Mio. Euro im Vorjahr auf 1,0 Mio. Euro im Berichtsquartal. Im Geschäftsfeld Fotofinishing blieb der Umsatz bei leicht gestiegenem Gewinn stabil. **Seite 12**

BILDDIENSTLEISTUNGEN

100 Jahre Nikon • 100 Tage Cashback



100 Wochen Zusatzgarantie

Happy Birthday!

In diesem Jahr feiert Nikon sein hundertjähriges Bestehen. Zwar ist der eigentliche Geburtstag erst am 25. Juli 2017, aber natürlich steht das ganze Jahr unter dem denkwürdigen Jubiläum. Mit umfassenden Promotions, darunter eine 100 Tage Cashback Aktion und 100 Wochen Zusatzgarantie für bestimmte Nikon Objektive, wird der Fotohandel beim Abverkauf unterstützt. Zudem beweist eine eindrucksvolle Ausstellung in Düsseldorf: Die Legende lebt. **Seite 16**

ZUM TITELBILD

Mit 4K Video: Olympus Tough TG-5

Für die Harten



Mit der Tough TG-5 stellt Olympus das neue Spitzenmodell seiner robusten Kompaktkameras vor. Die Nachfolgerin der TG-4 ist mit einem neuen Bildsensor, dem TruePic VIII Bildprozessor, einem lichtstarken F2.0-4.9 Zoom-Objektiv mit einem Brennweitenbereich von 25-100 mm und WiFi ausgestattet. Videos werden in 4K aufgezeichnet, Zeitlupenaufnahmen sind mit der Full-HD-High-Speed-Funktion mit Bildraten von bis zu 120 fps möglich. **Seite 10**

NEUHEITEN

Drei neue Nikkor SLR-Objektive

Spannende Perspektiven



Mit drei neuen Nikkoren erweitert Nikon seine Palette von Objektiven für weite Bildwinkel. Zu einem lichtstarken Weitwinkel und dem ersten Fisheye-Zoomobjektiv von Nikon gesellt sich ein Weitwinkel-Zoom für das DX-Format. **Seite 20**

BILDDIENSTLEISTUNGEN

Kodak Alaris: Fotoprodukte vom Smartphone

Urlaubsbilder sofort



Das Vorurteil, Smartphone-Schnappschüsse würden nur in sozialen Netzwerken genutzt, ist längst widerlegt. Aktuell hat eine von Kodak Alaris in Auftrag gegebene Studie ergeben, dass gerade junge Kunden zwischen 18 und 34 Jahren ihre Fotos gerne ausdrucken. Mit eigenen Software-Produkten und Apps macht es Kodak Alaris einfach, Fotoprodukte auf dem Mobilgerät zu gestalten und von praktisch überall aus zum Sofortdruck ins Fotogeschäft zu schicken. Davon kann der Fotohandel gerade in der Urlaubszeit profitieren. **Seite 14**

Neues Konzept und jährlicher Turnus für die photokina



Normalerweise ist die Mitgliederversammlung des Photoindustrieverbandes (PIV) eine eher unspektakuläre Veranstaltung: Denn sie dient vornehmlich der Erledigung der notwendigen Verbandsregularien und

bietet den Mitgliedern willkommene Gelegenheit zum Austausch, für den auch einige Vorträge Impulse geben.

In diesem Jahr sorgte ein spektakulärer Schritt für noch mehr Gesprächsstoff: Die Koelnmesse präsentierte das gemeinsam mit dem PIV entwickelte Zukunftskonzept für die photokina. Und das ist tatsächlich spektakulär: Die weltweite Leitmesse für die Foto- und Imagingbranche soll ab 2018 mit deutlich erweitertem Portfolio jährlich stattfinden, ab 2019 im Mai. Seite 22

Branchentag der PIV Mitgliederversammlung Gelungene Premiere



Vorträge zu Marktentwicklungen und Wirtschaftsthemen gehören seit jeher zum Programm der PIV Mitgliederversammlung. In diesem Jahr hatte der Verband diesen Teil unter der

Überschrift „Zukunft durch Innovation“ als Branchentalk konzipiert und dafür hochkarätige Referenten gewonnen.

Das Format soll auch in den kommenden Jahren fortgesetzt werden und steht (gegen Teilnahmegebühr) auch Nichtmitgliedern des Verbandes offen. Seite 24

Jobo artisan soll analoge Fotografie fördern PhotoStudio und Dunkelkammer



Um das Thema der Silberhalogenid-Photographie über die Dunkelkammer hinaus wieder einem breiteren Publikum zu eröffnen, hat Johannes Bockemühl-Simon, geschäftsführender Gesellschafter

der Jobo International GmbH, Jobo artisan gegründet, um die Faszination der analogen Photographie hautnah erlebbar zu machen. Seite 27

Panasonic bringt Fotobegeisterte in die USA Mit der Lumix durch Texas



Panasonic bietet in Zusammenarbeit mit America Unlimited, Best-Reisen und Texas Tourism 14-tägige Fotoreisen nach Texas

an. Ab Frühjahr 2018 können Fotografen auf der Lumix Photo Adventure den US-Bundesstaat von den Sandstränden am Golf von Mexiko über die Cowboys und Cowgirls in Fort Worth bis hin zu Metropolen Austin, Houston und Dallas entdecken. Dazu stehen sechs Termine zur Wahl. Die Teilnehmerzahl ist pro Reise auf 10 Personen begrenzt. Seite 8

INTERNATIONALE MESSEN

Branchentag auf der PIV Mitgliederversammlung
Gelungene Premiere 24

Internationale Messen und Kongresse

Neues Konzept und jährlicher Turnus für die photokina
Der Meilenstein 22

Bilddienstleistungen

Cewe im ersten Quartal erneut mit Gewinn
Wandbilder gefragt. 12

Kodak Alaris: Trendige Fotoproducte vom Smartphone
Urlaubsbilder sofort 14

Jobo artisan soll analoge Fotografie fördern
PhotoStudio und Dunkelkammer 27

VERBAND

Handel

europafoto Gesellschafterversammlung 2017
Im Zeichen des Jubiläums 28

Impressum 31

Leserbrief 26

BILDDIENSTLEISTUNG

Klein-

und Personalanzeigen 31

Immer aktuell:



PROFI

Neues Shopsystem für Kita- und Schulfotografen

Das Shopsystem Pictrs eignet sich besonders für Kita- und Schulfotografen, denn mit der QR-Code Funktion läuft die Sortierung der Fotos in geschützte Galerien für einzelne Kinder oder Gruppen automatisch auf Knopfdruck. Jedes Kind hat eine eigene Galerie, die durch einen Zugangscode geschützt ist. Zusätzlich erhält jedes Kind einer Klasse/Gruppe damit automatisch Zugang zum gemeinsamen Klassenfoto.



Die Handhabung ist kinderleicht: Die gewünschte Anzahl der CodeCards wird im Shop generiert und ausgedruckt. Jedes Kind erhält vorher eine CodeCard für das erste Foto. Zunächst wird jeweils die CodeCard fotografiert (mit oder ohne Kind) und dann das Kind. Auch Gruppenfotos von Geschwistern oder Freunden sind möglich. Die Fotos aller Kinder werden in die entsprechende Klassengalerie geladen und dabei automatisch sortiert.

RAW Photofestival in Worpsswede

Vom 17. September bis 15. Oktober 2017 ist Worpsswede zum zweiten Mal Gastgeber des RAW Photofestivals, das in diesem Jahr unter dem Motto „Look Closely“ steht. Ein siebenköpfiges Team um die beiden Fotografen Rüdiger Lubricht und Jürgen Strasser präsentiert in dem bekannten Künstlerort ambitionierte Ausstellungen sowie ein vielfältiges Rahmenprogramm mit Vorträgen, Fil-

Mehrheitseigner von The Impossible Project übernimmt Polaroid

Die PLR IP Holding LLC, Besitzer der Marke Polaroid und entsprechender Patente, ist von einer Investorengruppe übernommen worden. Sie wird von der Familie Smolokowski angeführt, die bereits die Mehrheit an The Impossible Project besitzt. Dieser Sofortbildspezialist hatte 2008 die letzte existierende Polaroid-Fabrik in den Niederlanden gekauft und die Produktion der legendären Sofortbildfilme für Polaroid Kameras wieder aufgenommen. Mit der Übernahme von Polaroid kann jetzt sozusagen zusammenwachsen, was zusammen gehört.

Die neuen Eigentümer haben die PLR IP Holding LLC von verschiedenen Investoren übernommen, zu denen unter anderem die Pohlrad Gruppe sowie Risikokapital-Firmen wie Gordon Brothers und Hilo Global gehören. Die polnische Familie Smolokowski ist neben ihrem Engagement bei the Impossible Project auch als Investor in den Branchen Energie, Bio-Technologie und Immobilien aktiv.

Für die bisherigen Eigentümer kommentierte Jann Ozelot Wilcox, Chief Investment Officer der Pohlrad Gruppe: „Wir freuen uns sehr über diese strategische Transaktion, durch die die Marke Polaroid mit ihrem Erbe vereinigt wird. Das ist eine großartige Maßnahme für die Käufer und und das gesamte Polaroid-Team.“ Die Unternehmenszentrale von Polaroid soll unter der Leitung des bisherigen Management-Teams in Minnetonka, Minnesota, USA bleiben. Das Unternehmen unterhält auch Büros in New York City und Hong Kong und will seine internationale Präsenz ausweiten.

men, Workshops, Symposium, Fotomesse und Publikumsaktionen. Die Eröffnungsfeier findet am 16. September 2017 um 19 Uhr in der Bötjerschen Scheune statt. Veranstalter des Festivals ist die Projektgruppe RAW. Kooperationspartner sind die Gemeinde Worpsswede, die Deutsche Gesellschaft für Photographie e.V. (DGPh) und erstmalig die Hochschule für Künste im Sozialen, Ottersberg (HKS). Schirmherr ist Dr. Jörg Mielke, Chef der Niedersächsischen Staatskanzlei in Hannover.

Das zweite RAW Photofestival soll Worpsswede in der Fotoszene und beim breiten Kunstpublikum als innovativen Standort für zeitgenössische Fotografie etablieren. In diesem Jahr wird die Zahl der Ausstellungsorte von vier auf sechs erhöht, das Ausstellungsprogramm wird international, und erstmals findet ein Symposium mit namhaften Referenten aus dem Umfeld der DGPh und Freelens e.V. statt. Auch die Fotomesse wird erweitert, Publikumsaktionen sollen für mehr Aufmerksamkeit sorgen.

Für die sechs Ausstellungen hat der künstlerische Leiter des Festivals, Rüdiger Lubricht, spannende Neuentdeckungen und international renommierte Foto-

grafinnen und Fotografen eingeladen. Die Spannweite reicht von freien dokumentarischen über bildjournalistische Arbeiten bis zu künstlerischen Fotos.

Vertreten sein werden Julia Baier (Berlin), Emil Gataullin (RUS - Moskau), Volkmarr Herre (Stralsund), Hannes Jung (Berlin), Jonathan D. Kielkowski (Nürnberg), Stefan Koch (Hannover), Christel Kremser (Kempfen), Hans Madej (München), Peter Mathis (A - Hohenems), Prof. Rolf Nobel (Hannover), Henner Rosenkranz (Hannover), Claudia Schiffner (Bremen), Frank Schinski (Hannover), Dieter Schmidt (Bremen), Matthias Schneege (Bremen) und Julia Zimmermann (Berlin).

Begleitet werden die sechs Hauptausstellungen durch die Sonderausstellungsreihe Off Foto // RAW 17, in der regionale Fotografinnen und Fotografen ihre aktuellen Arbeiten zeigen. Darüber hinaus wird es erneut eine Open-Air-Ausstellung an zentralen Standorten des Künstlerortes geben. Um inhaltliche Aspekte geht es in den Vorträgen, Filmen, Künstlergesprächen und im Symposium „Generation Photography“. Attraktive Workshops, mehrere Publikumsaktionen sowie eine zweitägige Fotomesse runden das RAW 17 Photofestival Worpsswede ab.

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

Verbände der Bildautoren diskutieren Urheberrechte mit Google

Ärger mit der Bildersuche

Am 9. Mai trafen sich Vertreter mehrerer Verbände von Bildautoren mit einer Google-Delegation in der Berliner Niederlassung des Konzerns. Hintergrund ist der durch den BVPA initiierte offene Protestbrief von neun Verbänden, die darin auf die Verletzung von Rechten von Urhebern und Bildrechteinhabern durch die neue Bildersuche hinweisen. Seit Februar 2017 zeigt Google nämlich nach dem Anklicken eines Vorschaubildes dieses in Großformat (Blow-Up) ohne den Kontext der Webseite, aber mit vermeintlich ähnlichen Bildern, ohne Urhebervermerk, dafür mit einem „Teilen“-Button für Social Media oder E-Mail.

Die Verbände-Initiative sieht diese Darstellungsform als unzulässige Vervielfältigung, mit der die Bilder online in Originalgröße zugänglich gemacht werden, ohne dass dafür die originale Webseite aufgesucht werden muss.

Dadurch werde Google selbst zum Content-Anbieter, der ein suchwortgeneriertes Bildalbum zum Durchblättern bereitstelle, heißt es in einer Pressemitteilung. Die „Teilen“-Funktion sei ein ebenfalls nicht notwendiger Bestandteil der Suchergebnisanzeige und damit auch nicht von einer faktischen Einwilligung gedeckt.

Die Verbände fordern Google auf, zu einer rechtskonformen Suchanzeige von Bildern zurückzukehren und insbesondere die Funktionen zur Vergrößerung und zum Teilen zu entfernen. In Berlin wurden diese rechtlichen und wirtschaftlichen Bedenken Google nun nochmals in einem direkten Treffen vorgetragen und durch Ergeb-

nisse einer BVPA-Mitgliederbefragung untermauert.

Urheberrecht verletzt

Dabei machte die aus den USA per Videokonferenz zugeschaltete Leiterin des Bereichs Google Image Search, Cathy Edwards, deutlich, dass man die Befürchtungen und Bedürfnisse der Bildbranche im Umgang mit der Bildersuche – insbesondere im Bereich der Vermarktung – besser verstehen wolle. Nach Ansicht der Verbände erschien die Google-Delegation aber nur begrenzt daran interessiert, sich mit der Vereinbarkeit mit dem deutschen Recht, dem Problem des Rückgangs der Besuche auf Webseiten von Fotografen und Bildagenturen sowie der Gefahr steigender Urheberrechtsverletzungen durch Bilddiebstahl durch die neu eingeführte „Teilen“-Funktion auseinanderzusetzen. Offensichtlich steht bei den Verantwortlichen die User Experience auf Basis der aktuellen Nutzerober-

fläche im Mittelpunkt des Konzerninteresses, weshalb Forderungen der Initiative nach grundlegenden Änderungen überhört wurden heißt es in einer Pressemitteilung. Bezüglich der rechtlichen Bedenken konstatierte die Google-Delegation lediglich, dass es allgemein einer besseren Aufklärung der Nutzer bedürfe. Offener erscheint Google gegenüber den Denkanstößen der Verbände-Initiative im Bereich der besseren Attribution (Urhebervermerk, Nutzung von Metadaten) sowie bezüglich der Möglichkeiten einer Deaktivierung der Rechtsklick-Funktion (Download und Copy-and-Paste). Eine Fortsetzung des Gesprächs im Laufe des Jahres wurde von beiden Seiten gewünscht und ein Folgetermin im Sommer anvisiert.

Laut einer Umfrage des europäischen Branchenverbands CEPIC sind 85 Prozent der Bilder, die von visuellen Suchsystemen gefunden werden, rechtswidrige Kopien. 80 Prozent dieser illegalen Bilder werden demnach über Suchmaschinen wie die Google Bildersuche verbreitet.

Vor dem Treffen hatten neun Bildverbände in einem offenen Brief an Google Germany eine Verletzung der Interessen und Rechte von Fotografen, Bildagenturen, Illustratoren und Grafikern durch die neue Google Bildersuche kritisiert. Daran beteiligten sich folgende Verbände: Bundesverband professioneller Bildanbieter (BVPA), Deutscher Journalisten-Verband (DJV), dju in ver.di, Center of Picture Industry (CEPIC), Illustratoren Organisation, Professional Image Creators (pic), Allianz deutscher Designer (AGD), Berufsverband Freie Fotografen und Filmgestalter e.V. (BFF) und der Centralverband Deutscher Berufsfotografen – Bundesinnungsverband.



Die Teilnehmer der Lumix Photo Adventure Texas können interessante Motive entdecken.

Panasonic bringt Fotobegeisterte ins Herz der USA

Mit der Lumix durch Texas



Panasonic bietet in Zusammenarbeit mit America Unlimited, Best-Reisen und Texas Tourism 14-tägige Fotoreisen nach Texas an. Ab Frühjahr 2018 können Fotografen auf der Lumix Photo Adventure den US-Bundesstaat von den Sandstränden am Golf von Mexiko über die Cowboys und Cowgirls in Fort Worth bis hin zu Metropolen Austin, Houston und Dallas entdecken. Dazu stehen sechs Termine zur Wahl. Die Teilnehmerzahl ist pro Reise auf 10 Personen begrenzt.

Mit seinen weiten Prärien, traditionellen Ranches und dem Cowboy-Alltag wird Texas so wie kaum ein anderer amerikanischer Bundesstaat mit dem Wilden Westen verbunden. Auch die Country-Musik in geschichtsträchtigen Orten wie Luckenbach und Line Dance Sessions in den größten Honky Tonk Bars der Welt prägen das Bild. Doch Texas bietet mehr als das: Mit einer Verbindung von Ursprünglichkeit und Moderne soll die Lumix Photo Adventure Möglichkeiten schaffen, die Vielfalt des Bundesstaates festzuhalten, denn zwischen Houstons trendiger Street Art-Szene, den alternativen Vierteln von Dallas, der Cowboy-Stadt Bandera und der

Musik-Metropole Austin liegen Welten. Innerhalb von zwei Wochen bereisen die Teilnehmer der Lumix Photo Adventure die bildstärksten Orte in Texas, um die gesamte kulturelle und geografische Vielfalt des mittleren Südens der USA zu erleben. Dabei lässt der Zeitplan immer wieder Raum für spannende Begegnungen und individuelle Entdeckungstouren. Fester Bestandteil des Reisegepäcks ist hierfür die Travel-Zoomkamera Lumix TZ58, die bereits im Preis der Reise eingeschlossen ist.

Generalprobe geglückt

Den Auftakt für die Lumix Photo Adventure Texas bildete vom 27. April bis

4. Mai 2017 eine Produktionstour, auf der die Grundlagen der für das Frühjahr 2018 buchbaren Reisen geschaffen und die eindrucksvollsten Fotospots gesichtet wurden. Als musikalische Botschafter waren Dominic Donner, Sänger und Songwriter aus Berlin, und die Sängerin Luisa aus Hamburg dabei. Die Profi-Fotografen Felix von der Osten und Jochen Manz hielten die ersten Motive und Begegnungen des musikalischen Roadtrips mit der Lumix GH5 in Bildern fest. Dabei bewies die staub- und spritzwassergeschützte Systemkamera, dass sie ausgezeichnet für die Herausforderungen der Lumix Photo Adventure geeignet ist. Die 6K Fotofunktion der GH5 ermöglichte es den Fotografen, alle wichtigen Augenblicke ziel-sicher einzufangen. Auch die zahlreichen Kreativmodi wurden genutzt, um die Bilder direkt an der Kamera zu bearbeiten und per WiFi mit Familie und Freunden in Deutschland und der ganzen Welt zu teilen. Alle Informationen über die Touren gibt es auf www.lumix-texas.com.

Europas
beliebtestes
Fotobuch

ab 7,95 €*



* Unverbindliche Preisempfehlung. Das abgebildete Produkt hat einen höheren Preis. Alle Preise verstehen sich inkl. MwSt. und zzgl. Versandkosten (ggf. auch bei Filialabholung anfallend) gemäß Preisliste. Weitere Informationen unter www.cewe.de/preise Anbieter: CEWE Stiftung & Co. KGaA, Meerweg 30-32, 26133 Oldenburg

Mein cewe fotobuch Mein Leben

www.cewe.de

 **cewe**
BEST IN PRINT



CEWE FOTOBUCH

Aktueller Testsieger der
Stiftung Warentest



Die Olympus Tough TG-5 kommt Mitte Juni 2017 in den Farben Rot oder Schwarz für 479 Euro (UVP) auf den Markt.

Mit der Tough TG-5 stellt Olympus das neue Spitzenmodell seiner robusten Kompaktkameras vor. Die Nachfolgerin der TG-4 ist mit einem neuen Bildsensor, dem TruePic VIII Bildprozessor, einem lichtstarken F2.0-4.9 Zoom-Objektiv mit einem Brennweitenbereich von 25-100 mm und WiFi ausgestattet. Videos werden in 4K aufgezeichnet, Zeitlupenaufnahmen sind mit der Full-HD-High-Speed-Funktion mit Bildraten von bis zu 120 fps möglich.

Fünf Jahre nach Einführung der TG-1 zeichnet sich die Olympus Tough TG-5 durch signifikante Verbesserungen der

Bildqualität, Video-Performance und Handhabung aus. Mit 12 MP hat der neue CMOS-Sensor zwar eine niedrigere rechnerische Auflösung als das Vorgängermodell, er ermöglicht aber in Kombination mit dem neuesten Bild-

prozessor aus dem Systemkamera-Flaggschiff OM-D E-M1 Mark II nach Angaben von Olympus eine bessere Bildqualität mit größerem Dynamikumfang und kürzerer Reaktionszeit. Ebenfalls aus der OM-D Familie stammt die



Prämien für Olympus Kameras und Objektive

Zur Reisesaison unterstützt Olympus den Fotohandel mit einer Sommer-Aktion: Bis zum 15. Juli 2017 gibt es beim Kauf ausgewählter OM-D Kameras und M.Zuiko Digital Objektive jeweils eine Prämie von bis zu 100 Euro. Dabei können auch mehrere Prämienbeträge miteinander kombiniert werden, wenn sie bis zum 15. August 2017 auf bonus.olympus.eu geltend gemacht werden.

Die Aktion umfasst die OM-D E-M5 Mark II (100 Euro) und OM-D E-M10 Mark II (75 Euro) in allen Varianten sowie die Objektive M.Zuiko Digital ED 9-18 mm (100 Euro), 1:4.0-5.6, M.Zuiko Digital 17 mm 1:1.8 (75 Euro), M.Zuiko Digital ED 30 mm 1:3.5 Makro (50 Euro), M.Zuiko Digital 45 mm 1:1.8 (50 Euro) und M.Zuiko Digital ED 75-300 mm 1:4.8-6.7 II (100 Euro).

Pro Capture-Funktion, die es deutlich leichter macht, genau den richtigen Moment zu erfassen. Neben GPS, Manometer und Kompass gibt es nun auch einen Temperatursensor; so können die Anwender über WLAN und die Ol.Track App noch mehr Informationen mit ihren Bildern teilen, um ihre Outdoor-Geschichten zu erzählen.

Das lichtstarke Objektiv macht es möglich, auch unter schwierigen Bedingungen mit niedrigen ISO-Einstellungen ohne separate Lichtquelle zu fotografieren und zu filmen, auch unter Wasser. Taucher profitieren dabei vom eingebauten Manometer und dem Aufnahmemodus Unterwasser HDR zur Verbesserung von Licht- und Schattenbereichen. Mit AF-Bereich lässt sich der Fokus innerhalb des Bildausschnitts verschieben, und ein neues Wahlrad vereinfacht die Bedienung mit Handschuhen. Die Kamera ist stoßfest bis zu einer Fallhöhe von 2,1 Metern, bruchstark bis zu einem Gewicht von 100 kg, frostsicher bis -10 °C sowie staubdicht und wasserfest bis zu einer Tiefe von 15 m. Mit dem optionalen Unterwassergehäuse PT-058 kann man die Tough TG-5 auch auf Tauchgänge in bis zu 45 m Tiefe mitnehmen.

Für Naturaufnahmen bietet die TG-5 ein variables Makrosystem mit den Modi Mikroskopie, Mikroskop-Kontroll-Modus, Focus Bracketing und Focus Stacking. Um die Farbintensität zu verstärken und das Rauschen zu verringern, unterstützt die TG-5 das Speichern von RAW-Dateien.

Wie für alle Olympus Kameras gibt es auch für die Tough TG-5 eine kostenlose sechsmonatige Gewährleistungsverlängerung bei Registrierung der Kamera auf MyOlympus. Die Olympus Tough TG-5 ist ab Mitte Juni 2017 in den Farben Rot oder Schwarz für 479 Euro (UVP) erhältlich.

Praxistest bei Tough Mudder

Auch in diesem Jahr bietet Olympus wieder die Möglichkeit, Kameras bei der Parcours-Serie Tough Mudder zu testen. Auf der 16-18 km langen Strecke mit rund 20 Hindernissen ist die Tough TG-5 der richtige Begleiter, um die Anstrengungen der Teilnehmer in kaltem Wasser, Matsch und kniehohem Schlamm festzuhalten. Das ist in diesem Jahr noch auf den Tough Mudder Events Norddeutschland

(Hermannsburg 15. – 16. Juli), Berlin-Brandenburg (Lausitzring Schipkau 9. – 10. September), und Süddeutschland (Wasertrüdingen am Oettinger Forst 23. – 24. September) möglich. Dort können die Teilnehmer eine Tough Kamera für den Parcours leihen. Wer lieber zusieht, kann die Ereignisse mit einer geliehenen OM-D festhalten. In jedem Fall gibt es von Olympus zur Leihkamera eine SD-Karte, auf der man die Aufnahmen mitnehmen kann. Weitere Informationen: toughmudder.de.

Firmware-Updates für Olympus Systemkameras

Für die Systemkameras OM-D E-M1 Mark II, OM-D E-M5 Mark II und PEN-F hat Olympus umfangreiche Firmware-Updates angekündigt. Die Version 1.2 für die E-M1 Mark II, Version 3.0 für die E-M5 Mark II und die Version 2.0 für die PEN-F unterstützen den neuen Profoto Air Remote TTL-O, so dass Anwender die Profoto AirTTL Blitzgeräte drahtlos mit den Kamera verbinden und Funktionen wie TTL und HSS nutzen können. Zudem gibt es weitere neue Funktionen.

Bei der Olympus OM-D E-M1 Mark II ermöglicht das Firmware-Update 50-MP-High-Res-Shot- und Focus-Stacking-Modus-Kompatibilität auch bei Verwendung von Blitzgeräten anderer Hersteller. Wenn während der Rec View Aufnahme das Auge vom Sucher genommen wird, wechselt die Kamera für die Wiedergabe automatisch auf das rückseitige LCD. AF-Home-Einstellungen werden nun gespeichert, auch wenn die Kamera ausgeschaltet ist. Weitere Verbesserungen betreffen die Farbwiedergabe des Suchers während der Aufnahme und die Stabilität der Akkustand-Anzeige. In Kombination mit dem M.Zuiko Digital ED 12-100 1:4.0 IS Pro, Firmware Version 1.1 und dem M.Zuiko Digital ED 300 mm 1:4.0 IS PRO, Version 1.2 wird die lautlose Serienbildleistung bei aktivierter Bildstabilisation verbessert. Bei der E-M5 Mark II kann man nach dem Update individuelle Einstellungen/Mysets auf einem Computer speichern,

Das Firmware-Update macht die Olympus Systemkameras OM-D E-M1 Mark II, OM-D E-M5 Mark II und PEN-F mit dem Profoto Air Remote TTL-O kompatibel.



um sie auf mehreren Kameras anzuwenden. Im Highlight- und Shadow-Modus ist jetzt mittenbetonte Messung verfügbar: Mitteltöne können nun auch in ± 7 Stufen innerhalb der vorhandenen Steuerungsfunktion eingestellt werden, die AF-Punktmessung erlaubt die Messung auf einen Fokuspunkt. In Kombination mit dem M.Zuiko Digital ED 12-100 mm 1:4.0 IS PRO, Firmware Version 1.1 wird die Leistung des 5-Achsen-Sync-IS verbessert.

Auch bei der Olympus PEN-F kann man nach dem Update Einstellungen/Mysets speichern. Zur Vorschau der Effekte von Art Filtern werden Beispielbilder am unteren Rand des Bildschirms angezeigt. Zudem ist nun möglich, die längste Verschlusszeit zu definieren, ab der die ISO-Empfindlichkeit bei Verwendung von ISO Auto erhöht wird. Ein verbessertes AF-Targeting-Pad auf dem rückseitigen LCD erlaubt es, die Funktion zu nutzen, auch wenn die Nase beim Blick durch den Sucher das Display berührt.

Cewe im ersten Quartal erneut mit Gewinn

Wandbilder gefragt

Die Cewe Stiftung & Co. KGaA hat wie 2016 im bisher traditionell verlustbringenden ersten Quartal ein positives Konzern-Ergebnis erwirtschaftet: Bei einem nahezu stabilen Umsatz von 118,6 Mio. Euro (1. Quartal 2016: 119,2 Mio. Euro) lag das operative Ergebnis (EBIT) mit 0,6 Mio. Euro auf Vorjahresniveau. Vor Sondereffekten stieg das EBIT leicht von 0,9 Mio. Euro im Vorjahr auf 1,0 Mio. Euro im Berichtsquartal. Im Geschäftsfeld Fotofinishing blieb der Umsatz bei leicht gestiegenem Gewinn stabil.

Vor dem Hintergrund der Ergebnisse des ersten Quartals hat der Vorstand die Prognose für das Geschäftsjahr 2017 bekräftigt: Das Unternehmen strebt weiterhin ein EBIT zwischen 45 Mio. Euro bis 51 Mio. Euro an (2016: 47,0 Mio. Euro). „Wir haben im ersten Quartal besondere Belastungen wie etwa die in Deutschland und Öster-

Der Umsatz mit Cewe Wandbildern legte im ersten Quartal deutlich zu.



reich erhöhte Umsatzsteuer auf Fotobücher sowie die negativen Auswirkungen des Brexit auf unseren kommerziellen Online-Druck durch bessere Entwicklungen anderer Produkte und Märkte kompensiert“, kommentierte Cewe CEO Dr. Rolf Hollander. „Deshalb bestätigen wir unsere Wachstumsziele für das Geschäftsjahr 2017.“

Im Geschäftsfeld Fotofinishing erzielte Cewe im ersten Quartal mit 85,6 Mio. Euro einen Umsatz auf Vorjahresniveau (85,5 Mio. Euro); das EBIT übertraf mit 1,3 Mio. Euro leicht den Vor-

jahreswert von 1,2 Mio. Euro, obwohl im Vorjahr das Ergebnis einen außerordentlichen Erlös aus dem Verkauf der kleinen US-Internetaktivität „Smilebooks“ in Höhe von 0,4 Mio. Euro beinhaltete. Damit verzeichnete das Fotofinishing zum zweiten Mal in der Unternehmensgeschichte in einem ersten Quartal ein positives Ergebnis. Die Umsatzstruktur in diesem Segment hat sich jedoch verändert: 2016 war das erste Quartal von einem außergewöhnlich hohen Zuwachs beim Cewe Fotobuch geprägt, während die aktuelle Entwicklung dieses Produkts mit einem Rückgang um 9,3 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal eher an die Zahlen des Jahres 2015 anknüpft. Dabei habe sich auch die Einstellung der Belieferung eines Handelspartners ausgewirkt, der eine wenig auskömmliche Marge geboten hatte, erklärte Cewe. Auch die mittlerweile verkaufte kleine US-Internetaktivität Smilebooks hatte im Vorjahr noch



cewe
BEST IN PRINT



Das Cewe Fotobuch konnte im ersten Quartal nicht ganz an das Wachstum des Vorjahres anknüpfen, rückt aber zur Urlaubssaison wieder in den Fokus.

sieht das Geschäftsfeld weiterhin auf Kurs, die Jahresziele 2017 zu erreichen und in den meisten Märkten zu wachsen.

Einzelhandel leicht verbessert

Aufgrund des bewussten Verzichts auf margenschwache Produktbereiche reduzierte sich der Umsatz des Geschäftsfelds Einzelhandel gegenüber dem Vorjahrsquartal um 1 Mio. auf 12,8 Mio. Euro. Das EBIT verbesserte sich dagegen um 0,1 Mio. auf 0,3 Mio. Euro.

Trotz der erhöhten Umsatzsteuer auf Fotobücher will Cewe den Konzernumsatz 2017 von 593,1 Mio. Euro im Vorjahr auf 585 bis 615 Mio. Euro im Mittel leicht steigern. Das Nachsteuerergebnis soll zwischen 30 Mio. und 34 Mio. Euro liegen.

zum Mengenwachstum beigetragen. Zum Teil führt Cewe den Mengenrückgang auch auf die Umsatzsteuererhöhung für Fotobücher in Deutschland und Österreich zurück. Zuwächse bei Cewe Wandbildern und anderen Markenprodukten konnten allerdings die Umsatz-Einbußen beim Flaggschiff voll kompensieren. Bei den Bildermaßen war das naturgemäß nicht möglich, da Wandbilder und andere Foto-Produkte überwiegend mit der Bilderzahl „Eins“ in die Mengenstatistik eingehen. Unverändert positiv ist dagegen die Wertschöpfung: Der Umsatz pro Foto legte um 10,4 Prozent auf 19,55 Cent zu. Die Kraft der Marke bleibt dabei ein wesentlicher Vorteil: So stieg die ungestützte Bekanntheit der Marke Cewe Fotobuch zum Januar 2017 gegenüber dem Vorjahr von 44 auf 51 Prozent.

Kommerzieller Online-Druck weiter positiv

Der Umsatz des Geschäftsfeldes Kommerzieller Online-Druck wuchs im ersten Quartal leicht um 0,6 Prozent auf 20,6 Mio. Euro. Dabei bestätigte das positive EBIT von 0,1 Mio. Euro die Entwicklung des Vorjahres (Q1 2016: +0,5 Mio. Euro), obwohl das Wachstum vor allem durch die Entwicklung im britischen Markt gedämpft wurde. So führten Nachfrageverluste durch den Brexit im Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck in Großbritannien

zu einem Umsatzrückgang, der durch den Wertverlust des britischen Pfunds gegenüber dem Euro um 10,3 Prozent seit 23. Juni 2016 noch verstärkt wurde. Währungsbereinigt hätte das Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck das erste Quartal 2017 mit einem Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich abgeschlossen, erklärte Cewe. Das Unternehmen

Cewe erneut Superbrand Germany

Superbrands Germany hat Cewe erneut als eine der herausragenden Marken Deutschlands ausgezeichnet. Mit dem jährlich vergebenen Superbrands-Gütesiegel bewertet die internationale, unabhängige Organisation mit Hauptsitz in London Kriterien wie Marktwert, Image, Markenakzeptanz, Beständigkeit und Kunden-



Für Cewe nahmen in Berlin (v.l.) Simon Droste, Agnetta Heidberg, Nicole Block und Carsten Bartneck die Superbrands Auszeichnung entgegen.

bindung sowie die Leistungen, die hinter der Marke stehen. Bei einer Abendveranstaltung wurden am 15. Mai im Journalisten-Club des Axel-Springer-Hauses in Berlin 50 Marken als „Superbrand Germany 2016/17“ gekürt.

Als Superbrand Germany steht Cewe in einer Reihe mit prominenten Marken wie adidas, Aral, Bonduelle, C&A, playmobil, Visa, Hörzu, Carglas, BMW und Jacobs. „Eine Marke steht für Verlässlichkeit, Vertrauen und natürlich Qualität. Wir freuen uns sehr, erneut diese Auszeichnung erhalten zu haben“, kommentierte Simon Droste, Leiter Vermarktung bei Cewe.

Als weltweit größte Brandmarketing-Organisation zeichnet Superbrands seit über 22 Jahren in mittlerweile über 88 Ländern die besten und stärksten Marken des Landes aus. In diesem Jahr fand die siebte Preisverleihung von Superbrands Germany statt. Die Gewinner werden von einer unabhängigen Jury aus über 1.250 nominierten Produkt- und Unternehmensmarken ermittelt.

Kodak Alaris: trendige Fotoprodukte vom Smartphone

Urlaubsbilder sofort drucken

Das Vorurteil, Smartphone-Schnappschüsse würden nur in sozialen Netzwerken genutzt, ist längst widerlegt. Aktuell hat eine von Kodak Alaris in Auftrag gegebene Studie ergeben, dass gerade jungen Kunden zwischen 18 und 34 Jahren ihre Fotos gerne ausdrucken. Mit eigenen Software-Produkten und Apps macht es Kodak Alaris einfach, Fotoprodukte auf dem Mobilgerät zu gestalten und von praktisch überall aus zum Sofortdruck ins Fotogeschäft zu schicken. Davon kann der Fotohandel gerade in der Urlaubszeit profitieren.

Auch wer gerne Kameras verkauft, muss zugeben, dass die Bildqualität hochwertiger Smartphones inzwischen ein mehr als akzeptables Niveau erreicht hat. Auch das ist ein Grund dafür, dass immer mehr Kunden ihre Schnappschüsse auch ausdrucken möchten. Das gilt auch für die junge Generation. Anders als ältere Semester, die Bildprodukte wie Fotobücher besonders häufig am PC gestalten und dann beim Großlabor bestellen, bevorzugt diese Zielgruppe aber Angebote, die ihrem schnellen digitalen und mobilen Lebensstil entsprechen. Das bedeutet: Die im Marketing-Jargon „Millenials“ genannten Jugendlichen und jungen Erwachsenen nutzen besonders gerne Sofortdruck-Möglichkeiten wie die Kodak SofortBild Stationen.

Mit rund 16.000 in Deutschland installierten Systemen hat Kodak Alaris



Rund 16.000 in Deutschland installierte Kodak SofortBild Stationen sind eine gute Basis, um Smartphone-Fotografen für den Sofortdruck von Fotos und Bildprodukten zu begeistern.

dafür eine leistungsfähige Infrastruktur im Einzelhandel geschaffen. Eigene Software-Produkten und Apps führen zudem die Kunden gezielt in die Geschäfte der Handelspartner. Dabei können die Anwender auf Fotos von allen Plattformen zugreifen, um Bildprodukte direkt auf dem Mobilgerät zu gestalten und bei der nächstgelegenen Kodak SofortBild Station zu bestellen.

Kampagne im Sommer

Mit einer groß angelegten Werbekampagne wird Kodak Alaris im Sommer die junge Zielgruppe vor allem über digitale und soziale Medien ansprechen, um das Kodak FotobuchSofort wieder in den Blickpunkt zu rücken. Dieses beliebte Produkt gibt es seit kurzem auch mit individuell gestaltbarem Einband im Format 15 x 20 cm zu einem



Mit einer Werbekampagne wird Kodak Alaris im Sommer das Kodak FotobuchSofort in den Blickpunkt junger Zielgruppen rücken.

attraktiven Preis ab 10,99 Euro. Auch weitere Trendprodukte können vom Smartphone aus bestellt und mit den Kodak SofortBild Stationen im Sofortdruck hergestellt werden. Dazu gehören z. B. die attraktiven Fotopaneele in Aluminium-Optik und weitere dekorative Produkte wie die WandbilderSofort. Hier wählt der Kunde Motive aus vielen Themen aus, um sie sofort im Handel auf Leinwand drucken und auf einen Keilrahmen spannen zu lassen.

Ein ganz aktuelles Foto-Souvenir sind Magnete für den Kühlschrank oder das Auto. Die Kodak MagneteSofort können mit eigenen Bildern oder attraktiven Vorlagen gestaltet und sofort ausgedruckt werden.



Auch Foto-Souvenirs wie die Kodak MagneteSofort können sofort im Geschäft hergestellt werden.

„Wir erweitern unser Produktportfolio immer wieder um ertragsstarke Dienstleistungen“, kommentierte Wolfgang Venzl, Geschäftsführer der Kodak Alaris Germany GmbH. „Dabei stehen Flexibilität, Benutzerfreundlichkeit und höchste Qualität bei der Erstellung von Fotoprodukten an erster Stelle. Wir laden alle Handelspartner dazu ein, Teil dieses erfolgreichen Netzwerks zu werden.“



Neues Firmware-Update für Leica SL System

Für das Leica SL-System steht ab sofort die Firmware 3.0 kostenlos zur Verfügung. Das Update reduziert die Dauer zum Speichern von RAW Dateien auf SD Karten erheblich. Geschwindigkeit, Genauigkeit sowie Bedienung des Autofokus-Systems werden verbessert.

Zusätzlich sind Updates für die Objektiv Leica Vario-Elmarit-SL 1:2.8-4/24-90 ASPH. und Leica APO-Vario-Elmarit-SL 1:2.8-4/90-280 im Firmware-Update enthalten. Der Funktionsumfang des Foto- und des Video-Modus wird umfassend erweitert. Die Software Leica Image Shuttle (Mac; Win), das Adobe Lightroom Tethered Plugin (Mac; Win) und die Leica SL App (iOS; Android) erhalten unabhängig von der neuen Firmware ebenfalls ein Update.

Die Zeit, die zum Speichern von Dateien benötigt wird, reduziert sich um bis zu 35 Prozent. Dadurch wird der Pufferspeicher der Kamera schneller geleert, weshalb sie schneller wieder einsatzbereit ist – dies macht sich besonders im Serienbildmodus bemerkbar.

Video- und Fotobelichtungseinstellungen können nun getrennt voneinander gemacht werden und müssen somit beim Wechsel zwischen den Modi nicht mehr angepasst werden. Dies erhöht nicht nur den Komfort, sondern gestaltet den Workflow noch flüssiger. Fotos können nun ausschließlich mit dem elektronischen Verschluss und damit lautlos gemacht werden – dabei stehen Verschlusszeiten von 1s bis 1/16.000s zur Verfügung.

Das Firmware-Update ist sowohl auf der Leica Website (<https://www.leica-camera.com>) als auch nach Log-in im Leica Kundenbereich (<https://owners.leica-camera.com>) verfügbar und kann entweder eigenständig oder im Rahmen des kostenlosen Serviceangebots in den Leica Stores installiert werden.

Canon startet europaweite Markenkampagne

Mit dem Claim „Live For The Story“ hat Canon eine integrierte Markenkampagne gestartet, um das aktuelle Produktportfolio für das Consumer- und Profi-Imaging-Geschäft in 19 europäischen Ländern zu bewerben und Fotografen aus allen Bereichen zum Erzählen von bewegenden Geschichten durch Bilder anzuregen. Dazu werden praktisch alle Kanäle von TV, digital gestützter Außenwerbung, Kino, CRM, und Vertrieb bis zu Video-on-Demand, PR Medienpartnerschaften und sozialen Medien eingesetzt.

Unter Federführung der Londoner Agenturen VCCP und PHD präsentiert die Kampagne reale Szenarien, die den Betrachter dazu anregen, mehr über die Geschichte hinter dem Bild erfahren zu wollen. Ein Baustein ist z. B. die Social Media-Kampagne „365 Tage Sommer“, die von der Künstlerin und Schauspielerin Zoë Kravitz begleitet wird. Sie ruft Fotobegeisterte dazu auf, ihre eigenen Stories mit dem Hashtag #LiveForTheStory und dem Handle @canondeutschland auf Instagram zu teilen und in 50 Wörtern zu schildern. Die Bilder werden von der Schauspielerin persönlich im Hinblick auf Erzähl talent, Ausstrahlung, Originalität und inspirierende Elemente bewertet. Der Gewinner bekommt die Möglichkeit, auf einer 365-Tage-Weltreise dem Sommer hinterher zu reisen und seine Erlebnisse zu dokumentieren.

„Live For The Story soll Menschen inspirieren, Geschichten festzuhalten, die sie selbst erlebt haben“, erklärte Guido Jacobs, Country Director DACH der Consumer Sparte bei Canon. „Wir bieten dabei mehr als nur Fotografie. Mit unserem gesamten Ökosystem haben Nutzer die Möglichkeit, ihre Erinnerungen festzuhalten, auszudrucken oder mit unseren Apps und mit unseren Cloud-Diensten für immer zu bewahren und zu teilen.“



100 Jahre Nikon • 100 Tage Cashback •

Happy Birthday!

In diesem Jahr feiert Nikon sein hundertjähriges Bestehen. Zwar ist der eigentliche Geburtstag erst am 25. Juli 2017, aber natürlich steht das ganze Jahr unter dem denkwürdigen Jubiläum. Mit umfassenden Promotions, darunter eine 100 Tage Cashback Aktion und 100 Wochen Zusatzgarantie für bestimmte Nikon Objektive, wird der Fotohandel beim Abverkauf unterstützt. Zudem beweist eine eindrucksvolle Ausstellung in Düsseldorf: Die Legende lebt.



Es ist kein Geheimnis, dass Nikon seinen hundertsten Geburtstag in einer herausfordernden Phase der Unternehmensgeschichte feiert. Die japanische Unternehmenszentrale hat soeben mit umfassenden Restrukturierungsmaßnahmen ihre Absicht deutlich gemacht,

die Zeichen auf Zukunft zu stellen, um die Innovationskraft weiter zu stärken und neue Geschäftsfelder zu erschließen. Das klingt dramatischer, als es ist: Denn tatsächlich zeigt ein Blick in die Firmengeschichte, dass Nikon immer wieder den Fotomarkt mit wegwei-

Stefan Maier, Department Manager Marketing Communi

Grund zum Feiern

Anlässlich der Ankündigung der Jubiläums-Promotion hat imaging+foto-contact mit Stefan Maier, Department Manager Marketing Communication der Nikon GmbH über das 100jährige Jubiläum und seine Bedeutung für das Unternehmen und den Fotohandel gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Maier, das Jubiläum „100 Jahre Nikon“ fällt in eine Zeit, die Kamerahersteller vor besondere Herausforderungen stellt. Ist Ihnen angesichts der Marktentwicklung überhaupt nach Feiern zumute?

Stefan Maier: Selbstverständlich sind „100 Jahre Nikon“ ein Grund zum Feiern – und das nicht nur für uns, sondern auch für unzählige Fotografen rund um die Welt und natürlich für den Fotohandel. Denn es gibt nur ganz

wenige Unternehmen, denen es über einen so langen Zeitraum immer wieder gelungen ist, die Fotografie weiter zu entwickeln und dabei den Wandel von Technologien und Märkten nicht nur zu überstehen, sondern aktiv zu gestalten. Dabei haben wir die Bildqualität auf ein Niveau gehoben, das man sich noch vor wenigen Jahren kaum vorstellen konnte. Sie können heute mit Nikon-Kameras praktisch im Dunkeln fotografieren, die entschei-

100 Wochen Zusatzgarantie

senden Innovationen belebt und dabei manche Pionierleistung vollbracht hat.

Legendäre Kameras

Nachdem sich im Jahr 1917 drei japanische Optik-Spezialisten zur Nippon Kogaku K.K. zusammengeschlossen hatten, konzentrierte sich das Unternehmen zunächst auf hochwertige Mikroskope und Objektive. Die Marke Nikon entstand erst 1946, als mit der Entwicklung von Kameras begonnen wurde. 1948 kam die Messsucherkamera Nikon 1 (mit Bajonettanschluß für Wechselobjektive) auf den Markt, und im Jahr 1959 markierte die erste Spiegelreflex den entscheidenden Meilenstein in der Unternehmensgeschichte: die Nikon F mit dem bis heute lebendigen F-Bajonett. Es wurde nicht nur für Autofokuskameras weiter entwickelt, sondern fand auch seinen Weg in die Digitalfotografie. Auch bei Digitalkameras kann Nikon in diesem Jahr einige Jubiläen feiern, denn vor 20 Jahren stellte das Unternehmen die erste

Coolpix-Kompaktkamera (mit liebenswerten 0,3 Megapixeln) vor, und vor 10 Jahren markierte die erste Vollformat-DSLR Nikon D3 den Einzug kompromissloser Bildqualität in das digitale Profisegment. In dieser klassischen Domäne hob Nikon in den folgenden Jahren die Messlatte immer wieder an – zuletzt 2016 mit der Nikon D5, die spektakuläre Autofokus-Performance mit hoher Lichtempfindlichkeit und 4K Video-Funktion verbindet.

Im selben Jahr machte Nikon mit der Einführung der Netzwerktechnologie Snapbridge seine Kompetenz in der Vernetzung deutlich. Denn eine permanente Bluetooth-Verbindung macht es möglich, zwischen Kamera und Smartphone Daten auszutauschen und hochwertige Fotos schnell in sozialen und mobilen Netzwerken zu teilen. Mit der Entwicklung der KeyMission Action- und 360°-Kameras hat Nikon zudem seine Kompetenz dokumentiert, die legendäre Marke in die neuen Segmente des digitalen



1948: Erste Messsucherkamera Nikon 1



1959: Erste Spiegelreflex Nikon F



1992: Erste Unterwasser-SLR Nikonos RS



1999: Erste DSLR Nikon D1



2016: Aktuelles Profi-Flagschiff Nikon D5



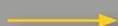
2016: Erste Nikon Actionkamera:
Nikon KeyMission 360

ation, Nikon GmbH

denden Momente mit Autofokus-Höchstleistungen in perfekter Schärfe festhalten und professionelle Filme in 4K-Auflösung aufnehmen. Das sind ausgezeichnete Voraussetzungen, die Legende unserer Marke auch in der vernetzten, digitalen Welt weiter-schreiben zu können, denn in dieser Welt sind Bilder das wichtigste Kommunikationsmittel. Ich bin deshalb sicher, dass zu den unzähligen Foto-Ikonen, die in den vergangenen Jahrzehnten mit Nikon-Kameras entstanden sind, noch viele weitere hinzukommen werden.



Stefan Maier, Department Manager Marketing Communication, Nikon GmbH: „Unsere Jubiläumsaktivitäten sind eine hervorragende Gelegenheit für den Fachhandel, seine starke Position im Spiegelreflex-Segment weiter auszubauen.“



und mobilen Imaging zu verlängern.

Legendäre Optik

Bereits ein Jahr vor dem hundertjährigen Jubiläum feierte Nikon im Juli 2016 die beeindruckende Zahl von Hundert Millionen produzierten Nikkor-Objektiven. Sie stehen in der öffentlichen Wahrnehmung oft hinter den Kameras zurück, sind aber für die Bildqualität ebenso wichtig. Der Ursprung des Namens Nikkor liegt in der Abkürzung Nikko (aus der Transskription des ursprünglichen Firmennamens Nippon Kogaku K.K. ins lateinische Alphabet, an die ein „r“ angehängt wurde, wie es damals bei der Namensgebung für Objektive üblich war. Aktuell bietet Nikon nicht weniger als 90 Nikkor-Modelle an und erreicht auch in diesem Segment immer wieder Spitzenwerte. Die herausragende optische Kompetenz des Unternehmens ist auch die Voraussetzung für industrielle Geschäftsbereiche von Nikon, z. B. Lithographie-Systeme für die Halbleiter- und Display-Produktion, Lösungen für industrielle Messverfahren und Mikroskopie.

Die Jubiläumsaktionen



Zum hundertjährigen Jubiläum hat Nikon bereits im Mai eine umfassende Promotion-Kampagne unter dem Motto I AM 100 gestartet. Sie umfasst unter anderem 100 Tage Cashback für ausgewählte Spiegelreflexkameras, Kits und Nikkor-Objektive sowie 100 Wochen Zusatzgarantie. Dazu kommt die große Fotoausstellung „Leben 24/7 – 100 Jahre Nikon“ im renommierten NRW-Forum in Düsseldorf.

Bei der 100 Tage Cashback-Promotion erhalten Kunden in Deutschland bis zum 22. August beim Erwerb eines Aktionsmodells bei einem teilnehmenden Händler bis zu 150 Euro Cashback. Die Aktion ist auf den Kauf von maximal zwei Spiegelreflexkameras und drei Objektiven begrenzt.

Cashback gibt es beim Kauf der DSLRs Nikon D810, D750, D7200, D500 (jeweils 100 Euro), D5600 und D3400 (jeweils 50 Euro) sowie je nach Modell

zwischen 30 und 150 Euro für 14 Nikkor-Objektive für das FX- und DX-Format, darunter viele lichtstarke Modelle und Telezoom-Objektive. Mehr Informationen und ausführliche Teilnahmebedingungen finden sich auf www.nikon.de/cashback.

Bei der 100 Wochen Zusatzgarantie-Promotion erhalten Kunden beim Kauf bestimmter Nikkor-Objektive im Aktionszeitraum vom 15.05. – 31.12.2017 zusätzlich zur einjährigen

imaging+foto-contact: *Ist das der Grund, dass Sie diesen Ikonen auf der großen Nikon-Jubiläumsausstellung im NRW-Forum so eine große Bedeutung einräumen?*

Stefan Maier: Natürlich, denn viele Bilder, die mit Nikon-Kameras und Nikkor-Objektiven aufgenommen wurden, haben im wahrsten Sinne des Wortes Geschichte geschrieben. Das gilt praktisch für alle Bereiche der Fotografie, für Nachrichten und Sportreportagen, für Natur- und Landschaftsaufnahmen sowie für Mode- und Werbefotografie. Einige dieser Fotos haben tatsächlich die Welt verändert und die Sehgewohnheiten von Millionen, wenn nicht

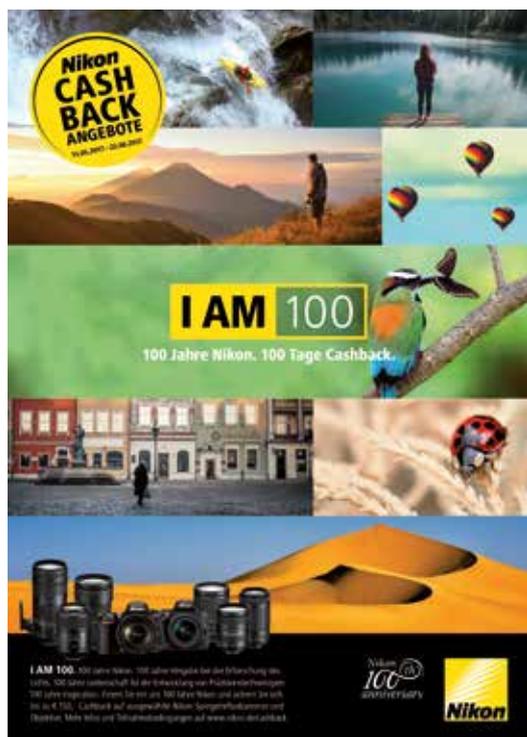
sogar von Milliarden Menschen geprägt. Das ist natürlich nicht nur unseren erstklassigen Produkten zu verdanken, sondern vor allem dem Engagement und dem sicheren Auge der großartigen Fotografen, die Nikon Kameras und Objektive als Werkzeuge einsetzen. Deshalb ist es eigentlich selbstverständlich, dass wir auf der Ausstellung im NRW-Forum großen Fotografen wie Ed Rush, Jérôme Sessini oder Steve McCurry, um nur einige zu nennen, unsere Referenz erweisen.

imaging+foto-contact: *Ganz uneigennützig?*

Stefan Maier: Natürlich zeigen wir

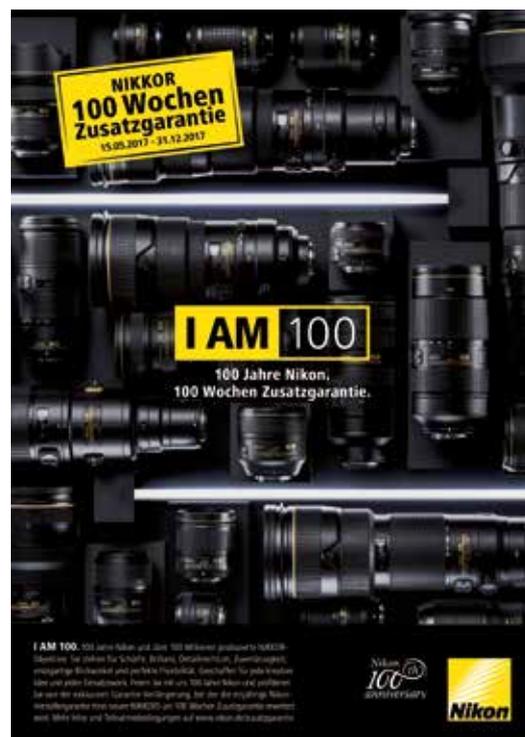
auch die Nikon-Kameras und Nikkor-Objektive, mit denen diese Bilder entstanden sind und nutzen die Ausstellung, wie auch alle anderen Jubiläumsaktivitäten, um unsere Marke weiter zu stärken. Deshalb sprechen wir mit allen Promotion-Maßnahmen gezielt die Endkunden an. Das tun wir sogar global auf unserer Jubiläumsseite www.nikon.com/100th, auf der die Menschen unserer Geschichte, unseren Produkten und berühmten Nikon-Anwendern besonders nahe kommen können.

imaging+foto-contact: *Welche Rolle spielen Ihre Handelsaktivitäten bei den Jubiläumsfeiern?*



geschaffen und kleine Momente festgehalten. Die Ausstellung „Leben 24/7 – 100 Jahre Nikon“ zeigt viele eindrucksvolle Nikon-Fotografien und stellt dar, wie eine Kamera selbst zur Ikone wurde.

Mit Reportagen, Dokumentationen, Bild-Ikonen und Konzeptserien ergründet die Ausstellung die Geschichte und den Mythos der Nikon und ihrer Fotografen in unterschiedlichen Aspekten des menschlichen Lebens: Es geht



Nikon Herstellergarantie eine um 100 Wochen verlängerte Zusatzgarantie. Weitere Informationen und ausführliche Teilnahmebedingungen finden sich auf www.nikon.de/zusatzgarantie. Seit der Entwicklung der ersten Nikon Kameras haben Fotografen und Fotojournalisten mit den Produkten des japanischen Herstellers die Weltgeschichte dokumentiert, große Ikonen

um Krieg und Frieden, Liebe und Schmerz, Familie und Freundschaft, Natur und Starkult, Glamour und Tristesse. Gezeigt werden u. a. Arbeiten von Ed Ruscha, Thekla Ehling, Jérôme Sessini, Moises Saman, Steve McCurry, Ami Vitale und Fotos aus diversen NASA-Missionen. Neben den Fotografien präsentiert die Ausstellung auch die wichtigsten Kameras und Objek-

tive, mit denen sie geschaffen wurden. Im Rahmen der Jubiläumsfeierlichkeiten bereitet Nikon weitere lokale Aktivitäten vor. Zudem wird auf die Promotion-Kampagne mit umfangreichen Kommunikationsmaßnahmen in Print- und Online-Medien, auf Nikons Social-Media-Kanälen, in Newslettern, auf der Homepage sowie am PoS aufmerksam gemacht.

Stefan Maier: Unsere Handelsaktivitäten spielen eine große Rolle. Die 100 Tage Cashback-Aktion ist einerseits ein Dankeschön an unsere Handelspartner, deren Verkaufsaktivitäten wir auf diese Weise wirksam unterstützen; zum anderen geben wir damit auch zahlreichen Endkunden die Gelegenheit, Nikon-Produkte besonders günstig zu erwerben und sich den einen oder anderen Wunsch zu erfüllen. Deshalb haben wir ein breites Sortiment von Kameras im FX- und DX-Format mit passenden Objektiven bereitgestellt. Zusätzlich unterstreichen wir mit der 100 Wochen Zusatzgarantie für Nikkor-Objektive unseren Anspruch

an Qualität und Haltbarkeit. Das passt hervorragend zu Nikon, denn unser F-Bajonett ist ja ein einzigartiges Zeichen für die Nachhaltigkeit, die wir unseren Kunden beim Kauf unserer Produkte bieten.

Für den Fachhandel sind diese Aktivitäten eine hervorragende Gelegenheit, seine starke Position im Spiegelreflex-Segment weiter auszubauen. Dabei unterstützen wir unsere Partner mit umfangreichen PoS-Materialien und sorgen auch durch Werbemaßnahmen in reichweitenstarken Medien für Nachfrage.

imaging+foto-contact: Können wir

im Laufe des Jahres noch weitere Jubiläumsaktivitäten erwarten?

Stefan Maier: Das Jubiläumsjahr ist ja noch jung, und ich möchte Ihnen und unseren Handelspartnern nicht die Vorfreude und die Spannung nehmen, indem ich bereits jetzt alles verrate. Aber weitere Aktivitäten im Zusammenhang mit unserem Jubiläum sind noch in der Vorbereitung. Gewiss ist, das Nikon über das Jubiläumsjahr hinaus auch für viele weitere Jahre den Foto- und Imaging-Markt mit seiner Innovationskraft gestalten wird.

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

Drei neue Nikkor SLR-Objektive

Mit drei neuen Nikkoren erweitert Nikon seine Palette von Objektiven für weite Bildwinkel. Zu einem lichtstarken Weitwinkel und dem ersten Fisheye-Zoomobjektiv von Nikon gesellt sich ein Weitwinkel-Zoom für das DX-Format.

Spannende Perspektiven

Mit dem AF-S Fish-Nikkor 8–15 mm 1:3,5-4,5E ED kann man von einem kreisförmigen Bild (8 mm) zu einer Vollbild-Fisheye-Darstellung (15 mm) wechseln.

Das neue AF-S Nikkor 28 mm 1:1,4E ED ist vor allem für Profis gedacht und ermöglicht eine präzise Kontrolle der selektiven Schärfe in der Available-Light-Fotografie mit hoher Auflösung, auch bei vollständig geöffneter Blende. Möglich wird die herausragende Abbildungsleistung durch eine aufwändige optische Konstruktion mit Nanokristallvergütung, Fluorvergütung der außen liegenden Linsenoberflächen sowie zwei ED- und drei asphärischen Linsen. Die staub- und tropfwasserresistente Bauweise ermöglicht den Einsatz bei praktisch jeder Witterung. Das AF-S Nikkor 28 mm 1:1,4E ED ist ab Ende Juni für 2.399 Euro (UVP) erhältlich.

Mit dem AF-S Fish-Nikkor 8–15 mm 1:3,5-4,5E ED können ambitionierte Fotografen von einem kreisförmigen Bild (8 mm) zu einer Vollbild-Fisheye-Darstellung (15 mm) wechseln. Die Naheinstellgrenze liegt bei nur 0,16 m und ermöglicht einen Abbildungsmaß-



Das AF-S Nikkor 28 mm 1:1,4E ED ist ein besonders lichtstarkes Weitwinkel für Profis.

stab bis ca. 1:3. Mit Nanokristallvergütung, Fluorvergütung der außen liegenden Linsenoberflächen, drei ED- und zwei asphärischen Linsen erzielt das staub- und tropfwwassergeschützte Objektiv hochaufgelöste Bilder mit Schärfe bis in die Bildecken bereits bei Offenblende. Es wird mit einer arretierbaren Gegenlichtblende geliefert, die auch als „Parkplatz“ für den Objektivdeckel dienen kann, und ist ab Mitte Juni für 1.499 Euro (UVP) erhältlich. Interessante Perspektiven vom weiten

Himmel bis zur formatfüllenden Nahaufnahme kann man mit AF-P DX Nikkor 10–20 mm 1:4,5-5,6G VR aufnehmen. Es ist mit dem VR-Bildstabilisator von Nikon ausgestattet; der Autofokus arbeitet mit dem AF-P-Schrittmotor gleichmäßig, schnell und nahezu lautlos, was besonders beim Filmen vorteilhaft ist. Das kompakte Objektiv wiegt nur 230 g und ist deshalb gut fürs Reisegepäck geeignet. Es ist Ende Juni für 379 Euro (UVP) verfügbar.



Gutes Angebot für Urlauber: das leichte AF-P DX Nikkor 10–20 mm 1:4,5-5,6G VR für 379 Euro (UVP).

Robust und wasserdicht: Ricoh WG-50

Die neue Ricoh WG-50 ist bis zu 2 Stunden und einer Tauchtiefe von 14 Metern wasserdicht, frostsicher bis minus 10°C, stoßfest bis zu einer Fallhöhe von 1,6 m und bruchfest bis zu einem Druck von 100 kg. Mit der Videofunktion sind Filmaufnahmen nicht nur in Full-HD Auflösung bei 30 Bildern pro Sekunde möglich, sondern auch in Zeitlupe oder Intervallen. Der Backside Illuminated 16 Megapixel CMOS-Sensor sorgt für rauschfreie Aufnahmen bis zu einer Empfindlichkeit von ISO 6400. Für die Gestaltung der Fotos und Videos steht ein 5-fach Zoomobjektiv von 28 bis 140 mm (KB äquiv.) zur Verfügung. Über die Funktion „Intelligent Zoom“ kann der Bereich bis zu einer Brennweite von 1.000 mm (KB äquiv.) erweitert werden. Im Makrobereich ab einer Distanz von 10 cm sorgen 6 Makro LED-Lichter für ausreichend Licht. Im Selfie-Modus helfen die aufleuchtenden LEDs bei der Ausrichtung der Kamera.



Die WG-50 bietet ein 5-faches optisches High Performance Zoomobjektiv mit einem Brennweitenbereich vom 28 mm Weitwinkel bis zum 140 mm Teleobjektiv. Für die verschiedenen Anforderungen stehen mehr als 20 spezielle Aufnahmeprogramme zur Verfügung. Neben Optionen z. B. für Sport-, Nacht- oder Makroaufnahmen erkennt die Kamera automatisch die richtige Aufnahmesituation und wählt entsprechend das Belichtungsprogramm. Außerdem wurde der Unterwassermodus für Foto und Video überarbeitet, so dass z. B. die Rotschattierungen und Kontraste, die üblicherweise in der Unterwasserfotografie verloren gehen, kompensiert und brillante Bilder erzeugt werden. Mit einer Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixel (16:9) im H.264 Aufnahmeformat bei 30 Bildern pro Sekunde bietet die WG-50 beste Voraussetzungen, um als Actioncam eingesetzt zu werden. Kreative Funktio-

Wetterfeste Coolpix W300 von Nikon

Nikon stellt mit der Coolpix W300 eine digitale wetter- und wasserdichte Kompaktkamera vor. Das neue Modell nimmt 16 MP Fotos und 4K-Videos in Wassertiefen bis zu 30 Meter auf, ist staubdicht, frostsicher bis -10 °C und hält Stürzen aus bis zu 2,4 Meter Höhe stand. Das 5x-Zoomobjektiv hat einen Brennweitenbereich von 24 bis 120 mm (KB) und eine Lichtstärke von 1:2,8 bis 1:4,9.

Mit der SnapBridge-Funktion können die Fotos automatisch auf ein Mobilgerät übertragen und von dort aus geteilt werden. Zudem kann das Smartphone oder Tablet mit der WiFi-Funktion als Fernbedienung dienen. Der schnelle Autofokus und ein 5-Achsen-Hybrid-Bildstabilisator sorgen an Land und unter Wasser für scharfe Bilder. Neu ist die Tool-Taste, mit der man GPS-Daten, Schrittzahl, Höhe/Tiefe sowie Luft- und Wasserdruck auf dem Monitor anzeigen lassen kann. Ein tiefer Griff und große Bedienelemente ermöglichen das Fotografieren auch mit Handschuhen. Am Stativgewinde der Kamera kann auch Zubehör wie das Unterwasser-Blitzgerät SB-N10 von Nikon angebracht werden. Die Coolpix W300 ist in den vier Farben Schwarz, Orange, Camouflage und Gelb voraussichtlich ab Ende Juni 2017 für 449 Euro (UVP) erhältlich.



Die neue Coolpix W300 ist Ende Juni verfügbar.

nen, wie z. B. Zeitlupe oder Intervall, erweitern die Einsatzmöglichkeiten. Ein Mikro-HDMI-Anschluss ermöglicht die Bild- und Ton-Übertragung. Die Ricoh WG-50 ist ab Juni zum UVP von 249 Euro verfügbar.

Garmin: Action rundum mit der VIRB 360

Die neue Kamera VIRB 360 von Garmin nimmt Videos mit bis zu 5.7K/30fps und bis zu 4K bei automatischem Stitching in Echtzeit während der Aufnahme auf. Für verwacklungsfreie Aufnahmen sorgt die sphärische Bildstabilisierung, bei der drei verschiedene Modi zur Auswahl stehen. Über einen kurzen Sprachbefehl nimmt die VIRB 360 automatisch Videos auf, macht Fotos und mehr. Darüber hinaus lassen sich bei längeren Aufnahmen Highlight-Markierungen setzen, um besondere Sequenzen beim Videoschnitt schnell wieder zu finden. Ob die Aufnahmen gelungen sind, kann man direkt auf der kostenlosen VIRB Mobile App überprüfen, über die sich auch weitere Einstellungen vornehmen lassen.



Über die integrierten Sensoren erfasst die VIRB 360 relevante Werte wie Geschwindigkeit, Distanz oder Höhe und integriert die Daten auf Wunsch in das Video. Über die ANT+-Schnittstelle lassen sich zudem weitere Sensoren, wie zum Beispiel ein Herzfrequenzmesser oder kompatible Garmin Produkte wie Multisportuhren, anschließen. Wer Freunde und Familie live dabei haben möchte und iOS-User ist, teilt seine Outdoor-Highlights einfach direkt per Live-Streaming via YouTube. Android-Nutzer können die Videos über die kostenlose Garmin VIRB App auf soziale Plattformen hochladen und bearbeiten.

Mit der kostenlosen VIRB App lassen sich die Videos schnell und unkompliziert über das Smartphone bearbeiten oder schneiden. Mehr Gestaltungsmöglichkeiten bei der Bearbeitung bietet außerdem die kostenlose Garmin VIRB Edit Software. Via ANT+ lassen sich zudem mehrere Kameras koppeln und somit synchron steuern – entweder über eine Master-Kamera oder ein verbundenes Garmin Gerät wie zum Beispiel die fenix 5 oder die tactix bravo. Die Garmin VIRB 360 ist ab Juni 2017 zum UVP von 799,99 Euro erhältlich.



Neues Konzept und jährlicher Turnus für die photokina

Der Meilenstein

Die Mitgliederversammlung des Photoindustrie-Verbandes (PIV) ist normalerweise eine eher unspektakuläre Veranstaltung: Denn sie dient vornehmlich der Erledigung der notwendigen Verbandsregularien und bietet den Mitgliedern willkommene Gelegenheit zum Austausch, für den auch einige Vorträge Impulse geben. In diesem Jahr sorgte ein spektakulärer Schritt für noch mehr Gesprächsstoff: Die Koelnmesse präsentierte das gemeinsam mit dem PIV entwickelte Zukunftskonzept für die photokina. Und das ist tatsächlich spektakulär: Die weltweite Leitmesse für die Foto- und Imagingbranche soll ab 2018 mit deutlich erweitertem Portfolio jährlich stattfinden, ab 2019 im Mai.



Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin der Koelnmesse: „Die photokina 2016 hat uns gezeigt, dass diese Traditionsmarke in unserem Portfolio nichts an Strahlkraft weltweit und in der Region verloren hat.“

Zum neuen Konzept gehört auch die Verkürzung der Messe um zwei auf vier Tage. Das gilt bereits für die photokina 2018, die noch einmal wie gewohnt im Herbst, und zwar vom 26. bis 29. September, stattfinden wird. Mit dem neuen Konzept setzen die Veranstalter die im Vorjahr angekündigte Erweiterung der photokina unter dem Subtitel „Imaging Unlimited“ fort. Der jährliche Turnus soll zum einen die

große Dynamik bei der Entwicklung von Imaging-Technologien abbilden, die besonders bei neuen Segmenten zu schnellen Innovationszyklen führt. Zum anderen verspricht man sich von dem ab 2019 geltenden Messezeitraum im Mai eine größere Öffentlichkeitswirkung für die photokina, denn im Herbst muss die weltweite Imaging-Leitmesse mit anderen Großereignissen wie der IAA, der IFA und

der IBC um die Resonanz in den Medien konkurrieren. Nicht zuletzt soll das neue Konzept die Position der photokina als globale Marke stärken. „Die photokina 2016 hat uns gezeigt, dass diese Traditionsmarke in unserem Portfolio nichts an Strahlkraft weltweit

und in der Region verloren hat“, betonte Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin der Koelnmesse. „Als weltweite Leitmesse hat sich die photokina mit der Zeit immer weiter entwickelt, so wie sich die dort gezeigten Produkten, Dienstleistungen und das Marktumfeld weiter entwickelt haben. Jetzt gehen wir den nächsten logischen Schritt, indem wir für ein digital getriebenes Produktumfeld jährlich eine attraktive Plattform bieten, um die neuesten Innovationen zu präsentieren und mit Händlern, Fachanwendern und Endkunden ins Gespräch zu kommen.“ Auch der PIV sieht den jährlichen Veranstaltungsrhythmus als Fortschritt: „Der neue Turnus sichert uns ein konstantes Medieninteresse, eine zeitgemäße Kommunikationsfrequenz, eine höhere Relevanz für Innovationen sowie eine stärkere Position als Imaging-Leitmesse.“

Erweitertes Portfolio

Auch unter den neuen Bedingungen will die photokina ihre traditionellen Produktbereiche weiterentwickeln. Dazu gehört vor allem die klassische Imaging-Wertschöpfungskette von der Bildaufnahme bis zur -ausgabe. Zusätzlich soll das Themenspektrum um neue Segmente erweitert werden, in denen Imaging-Technologien eine immer größere Rolle spielen. Die nächstliegenden Bereiche sind Mobile Entertainment und Mobile Communications, die seit dem Siegeszug der Smartphone-Kameras von Bildern dominiert werden. Auch der Sektor Bewegtbild/Video bietet für die



PIV-Vorsitzender Rainer Führes: „Der neue Turnus sichert uns ein konstantes Medieninteresse, eine zeitgemäße Kommunikationsfrequenz, eine höhere Relevanz für Innovationen sowie eine stärkere Position als Imaging-Leitmesse.“

photokina großes Wachstumspotential. Zwar gehört dieses Segment seit jeher zum Portfolio der weltweiten Leitmesse, deren Name sich ja aus den beiden Begriffen Photo und Kino zusammensetzt. Durch den Erfolg einschlägiger Plattformen wie YouTube und die wachsende Präsenz von Videos in sozialen Medien, Nachrichtenportalen und Firmen-Präsentationen gewinnt dieses Thema aber weltweit nochmals an Bedeutung. Zudem gibt es immer mehr Überschneidungen mit dem Fotografieren, denn aus 4K-, 6K- oder demnächst sogar 8K-Videos können hochaufgelöste Fotos extrahiert werden.

Weitere digitale Trendthemen, die auf der photokina ein Zuhause finden sollen, sind die Bereiche Security und Smart Home, Virtual und Augmented Reality, Cloud und Sharing, Bildbearbeitung und Computer-Generated Imaging (CGI). Bei diesen Themen geht es hauptsächlich darum, durch die Kombination immer leistungsfähigerer digitaler Aufnahme-Technologien mit software-basierter Bildbearbeitung und Zukunftstechnologien wie

künstlicher Intelligenz neue Bilderwelten zu erzeugen, die zum einen Profifotografen vor neue Aufgaben stellen, aber auch neue Zielgruppen wie Werbefachleute, Designer und Filmregisseure für die photokina gewinnen könnten. Um diese Bereiche kompetent abzubilden, können sich die Organisatoren auch die Einbindung anderer Veranstaltungen vorstellen. So hat die Koelnmesse bereits im vergangenen Jahr mit der Digility eine internationale Konferenz für Virtual und Augmented Reality ins Leben gerufen, die in diesem Jahr mit einem erweiterten Ausstellungsbereich am 5. und 6. Juli stattfinden soll, in Zukunft aber auch als eigenes Areal im Rahmen der photokina denkbar ist.

Imaging Lab und Analytics

Mit den Bereichen Analytics und Imaging Lab erweitert die photokina ihren Markenkern um Imaging-Technologien, die neue kommerzielle und industrielle Anwendungen ermöglichen. Dazu gehören zum Beispiel Bildsensoren, die für die Weiterentwicklung von selbstfahrenden Autos und auto-



Christoph Werner, Leiter des Kompetenzfelds „Digital Media, Entertainment und Mobility“ und Mitglied der Geschäftsleitung der Koelnmesse, will die photokina kompakter, umfassender und inspirierender machen.

nomen Drohnen ebenso wichtig sind wie für Haushalts- und Industrieroboter. Der Bereich Analytics bezieht sich auf intelligente Bildanalyse-Verfahren für Archivierung und Content-Management, aber auch für Gesichts- und Produkterkennung in den Bereichen E-Commerce, personalisierte Werbung und Sicherheit. Um die etablierten Unternehmen mit neuen Marktteilnehmern und jungen Innovatoren zu verknüpfen, soll die photokina auch den Austausch zwischen Entwicklern, Ingenieuren, Start-ups und Herstellern fördern.

Mehr Emotionen

Mit dem neuen Konzept solle die photokina kompakter, umfassender und inspirierender werden, und zwar für Aussteller und Besucher, erklärte Christoph Werner, der bei der Koelnmesse das Kompetenzfeld „Digital Media, Entertainment und Mobility“ leitet, zu dem auch die photokina gehört. Dabei bleibt das Fachpublikum die wichtigste Zielgruppe, aber auch interessierte Konsumenten sollen in Zukunft auf der Messe noch emotionalere Erfahrungen machen, um sich für die vielfältige Welt von Foto, Video und Imaging zu begeistern. Um das zu erreichen, wird das Messeprogramm durch die Kooperation mit einem Musik-Festival und die Einbindung von Stars der Social Media- und YouTube-Szene ergänzt. „Unser Selbstverständnis als PIV ist es, allen Marktteilnehmern eine klare Orientierung für die Weiterentwicklung unserer Branche zu geben“, resümierte Rainer Führes. „Gemeinsam mit unserem Partner Koelnmesse haben wir das Ziel, mit dem neuen Zukunftskonzept der photokina die Faszination des Themas Bild erlebbar zu machen und so dessen Bedeutung auf allen Ebenen von Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft zu fördern.“

Branchentag auf der PIV Mitglied

Gelungene Premiere

Vorträge zu Marktentwicklungen und Wirtschaftsthemen gehören seit jeher zum Programm der PIV Mitgliederversammlung. In diesem Jahr hatte der Verband diesen Teil unter der Überschrift „Zukunft durch Innovation“ als Branchentalk konzipiert und dafür hochkarätige Referenten gewonnen. Das Format soll auch in den kommenden Jahren fortgesetzt werden und steht (gegen Teilnahmegebühr) auch Nichtmitgliedern des Verbandes offen.

Unter der professionellen Moderation von Julia Bauer (u. a. N24, Auto Motor und Sport Channel, Financial Times Deutschland und Die Zeit) wurde der



Branchentalk seinem anspruchsvollen Titel voll gerecht. Zum Einstieg sprach Dr. Alex von Frankenberg, Geschäftsführer des High-Tech Gründerfonds, über disruptive Innovationen, die ganze Branchen neu definieren können. Zwar sei die Zukunft unbekannt, aber angesichts der Geschwindigkeit der digitalen Transformationen sei es notwendig, neue Ideen selbst dann ernst zu nehmen, wenn sie auf den ersten Blick wie „totaler Quatsch“ aussehen, betonte von Frankenberg. Das schütze zwar nicht vor Flops, aber sehr wohl davor, neue Chancen zu verpassen



Moderatorin Julia Bauer im Talk mit dem PIV-Vorsitzenden Rainer Führes.

erversammlung



Kian Saemian, Mackevision Medien Design, stellte in einer beeindruckenden Präsentation die Möglichkeiten von Computer Generated Imaging (CGI) dar.

oder von der Zerstörung eigener Geschäftsmodelle überrascht zu werden. „Die Risiken, Neues auszuprobieren, sind viel niedriger, als man denkt. Die Risiken, es nicht zu tun, sind hingegen viel größer“, sagte der erfahrene Investor, der mit den High-Tech Gründerfonds zahlreiche Start-ups finanziert und zum Erfolg (manchmal auch zum Misserfolg) begleitet hat. Wie disruptive Technologien in der Imaging-Welt aussehen können, stellte Kian Saemian, Senior Business Development Manager bei Mackevision Medien Design, im wahrsten Sinne des Wortes anschaulich dar. Das Unternehmen erstellt digitale Inhalte wie Videos und Filme sowohl für die Werbung (Schwerpunkt Automobil-Hersteller) als auch für die Filmindustrie (zum Beispiel Netflix, Games of Thrones). Anhand eines beeindruckenden Videos, das man auch auf www.mackevision.com finden kann, machte Saemian deutlich, dass man spektakuläre Visualisierungen auch (fast) ohne Kamera mit dem Computer herstellen kann. Mit Computer-Gener-

ated Imaging (CGI) wird es möglich, z. B. anhand der Produktions- und Designdaten eines neuen Autos ein „Foto“ desselben zu produzieren, bevor der erste Prototyp gebaut ist. Und man kann das virtuelle Auto sogar über reale Straßen fahren lassen, ohne dass der Betrachter wahrnimmt, dass es sich um eine Computer-Simulation handelt. So wurde deutlich: CGI ist nicht nur ein Thema für Filmproduzenten, sondern könnte auch Profifotografen ganz neue Möglichkeiten bieten, virtuelle Realitäten zu erschaffen.

Die Ausdifferenzierung des Marktes für Consumer-Technologien stellte mit Michael Heidemann ein Experte von GfK Retail und Technology dar. Der

Leiter des Bereichs Telecom Deutschland bei dem Marktforschungsunternehmen betonte, es gebe in absehbarer Zeit nicht das nächste große Ding, aber sehr viele kleine vernetzte Dinge, die den Umsatz ankurbeln könnten. Als Beispiele nannte er künstliche Intelligenz, mobiles Internet, das smarte Zuhause und Sicherheitstechnik. Für die Imaging-Unternehmen käme es darauf an, ihre Produkte in die „vernetzten Erlebniswelten“ der Kunden zu integrieren, stellte Heidemann fest.

Dass Vernetzung eine Selbstverständlichkeit ist, zeigte Michael Reinartz, Direktor Innovation bei Vodafone Deutschland. Bis 2025 wird laut GfK jeder Haushalt über ca. 150 vernetzte

Neuer PIV-Vorstand

Die Mitglieder des Photoindustrie-Verband (PIV) wählten auf der Mitgliederversammlung am 24. Mai 2017 in Düsseldorf mit überwältigender Mehrheit ihren neuen Vorstand, der sich nur in einer Position vom alten unterscheidet. Für den ausgeschiedenen Matthias Hübener (Tetenal) gehört jetzt Ralph Naruhn (di support) dem Gremium an. Als Vorsitzender für die Amtsperiode 2017 bis 2019 wurde Rainer Führes (Canon) wiedergewählt.



Der neue Vorstand: Vordere Reihe (v.l.): Henning Ohlsson (Epson), Ralph Naruhn (di support), Christoph Thomas (Hama), Vorstandsvorsitzender Rainer Führes (Canon), Thorsten Ziehl (Fujifilm); hintere Reihe (v.l.): Dr. Christian Friege (Cewe Stiftung), Thomas Nedder (Sony), Christian Sokcevic (Panasonic), Stefan Kaufmann (Olympus), Wolfgang Venzl (Kodak Alaris) und Martin Broderick (Nikon).



PIV-Geschäftsführer Christian Müller-Rieker: „Der Branchentalk hat verdeutlicht, dass Imaging weiterhin großes Innovationspotential birgt.“

Geräte verfügen, die ihre Daten nicht nur über WLAN, sondern auch über besonders schnelle Übertragungstechnologien wie den 5G Netzstandard austauschen werden. Der schnelle Datentransport ist auch die Voraussetzung für weitere smarte Anwendungen außerhalb der Haushalte, z. B. bei Automobilen, in der Logistik, Stadtplanung, Landwirtschaft und Medizintechnik.

Wie man in den Unternehmen bessere Rahmenbedingungen für Innovationen schaffen kann, war das Thema von Torsten Jensen, Digital Innovation Manger bei Ernst & Young und Vor-

stand des Bundesverbandes Deutsche Startups. Jensen ging es vor allem darum, die Konfliktlinien zwischen Startups und etablierten Unternehmen zu beseitigen. Die Neugründungen seien nicht als Bedrohung zu sehen, sondern als Quelle für neue Ideen sowie Technologie- und Innovationstransfer. Davon, betonte Jensen, könnten auch etablierte Unternehmen profitieren. Voraussetzung dafür sei allerdings Offenheit für Innovationen und der Mut zur Kooperation mit Startups. Wenn Unternehmen dagegen ablehnen, was nicht im eigenen Haus entwickelt wurde, liefen sie häufig Gefahr, wichtige Innovationen zu verpassen, stellte Jensen fest.

Zum Abschluss des Branchentalks zeigte sich Christian Müller-Rieker, PIV-Geschäftsführer, zu Recht zufrieden mit dem neuen Format. „Der Branchentalk hat verdeutlicht, dass Imaging weiterhin großes Innovationspotential birgt, und zwar nicht nur bei den Produkten für Konsumenten, sondern auch im B2B-Bereich. Insbesondere die Entwicklung bei vernetzten Anwendungsszenarien zeigt, wie fruchtbar es ist, einen Blick über den Tellerrand zu werfen und das Thema Innovation cross-industriell zu diskutieren. Der PIV Branchentalk ist in diesem Sinne hervorragend als Plattform geeignet.“



Dr. Alex von Frankenberg, High-Tech Gründerfonds: „Die Risiken, Neues auszuprobieren, sind viel niedriger, als man denkt. Die Risiken, es nicht zu tun, sind hingegen viel größer.“

Leserbrief

Zum Thema Drohnenverordnung (imaging+foto-contact 5/2017, S. 3 und S. 24 - 25) erreichte uns folgender Leserbrief von Ulrich W. Becker, Foto Becker, Heidenheim:

Sehr gutes Editorial und sehr guter Artikel im neuen foto-contact! Ich habe die Gesetzesgebung am Rande verfolgt, hatte bereits im vergangenen Jahr auch meinen Bundestagsabgeordneten Roderich Kiesewetter darauf angesprochen und ihn auf die Situation der beruflichen Copterpiloten aufmerksam gemacht. Er war damals sogar als Gast in unserer Erfa-Tagung (jetzt heißt es ja BAK) und stand uns Rede und Antwort. Ich habe das Gefühl, dass es anfangs sehr gut für uns lief und kurz vor Verabschiedung haben Herr Dobrindt und seine Abteilung dann die Gesetze anders beschlossen als ursprünglich kommuniziert.

Extrem ist, dass bis heute nicht klar ist, was unter dem Befähigungsnachweis, der ab 1.10. erforderlich ist, zu verstehen ist. Welche Anforderungen sind notwendig; welche Kosten kommen auf uns zu etc.? Gilt mein eigener Nachweis noch? Auch das Regierungspräsidium in BaWü konnte mir hierzu noch nichts sagen.

... und die Amateure fliegen munter darauf los, kümmern sich einen Dreck um die Vorschriften und machen uns das Leben schwer.

Jobo artisan soll analoge Fotografie fördern

PhotoStudio und Dunkelkammer

Um das Thema der Silberhalogenid-Photographie über die Dunkelkammer hinaus wieder einem breiteren Publikum zu eröffnen, hat Johannes Bockemühl-Simon, geschäftsführender Gesellschafter der Jobo International GmbH, Jobo artisan gegründet, um die Faszination der analogen Photographie hautnah erlebbar zu machen.

Das Herzstück bildet die 25 qm große Dunkelkammer mit fünf Vergrößerungsgeräten, vom Leitz Focomat bis zum Jobo LPL 4x5" Vergrößerer – mit Farbköpfen und mit Variokontrastkopf. Selbstverständlich verfügt das Labor auch über einen Nassbereich mit Jobo CPP-3 und CPE-3 nebst Filmtrockner und Papiertrockner. Das 120 qm-Studio mit Blitzanlage und Konferenztisch

bietet den idealen Rahmen für Portraitphotographie oder Still Life Photographie.

Erweitertes Workshop-Programm

Am 07./08. April fand bei Jobo artisan in Gummersbach der erste Workshop statt unter dem Motto: „Portraitphotographie und Dunkelkammer für Einsteiger“. Er wurde gemeinsam mit der Photoklassik (Wolfgang Heinen) und Tetenal (Petra Roll) durchgeführt. Mit einem professionellen Fotomodell konnte jeder Teilnehmer hervorragende Aufnahmen machen, auf Kleinbild mit Leica oder Nikon oder Mittelformat mit Hasselblad & Co.

Der nächste Workshop unter dem Motto „Portraitfotografie in Farbe für Neu- und Wiedereinsteiger“ in Kooperation mit Tetenal und Photoklassik findet am 7./8. Juli 2017 bei Jobo, Gummersbach, statt. Er richtet sich an Neu- und Wiedereinsteiger in

die analoge Farb- und Portraitfotografie. Zu den Schwerpunkten zählen neben den Grundlagen für Portraitaufnahmen mit gelungener Lichtführung die Vermittlung des Basiswissens Farbfotografie sowie das richtige Entwickeln von Farbfilmen als Basis für das perfekte Bild.

In den Teilnahmekosten in Höhe von 299 Euro sind neben dem zweitägigen Kurs unter anderem drei Farbdiafilme (135 und/oder 120), die Fotochemie für die Farbentwicklung sowie die Möglichkeit, Jobo und Tetenal Produkte mit zu einem attraktiven Rabatt zu erwerben und eine Teilnahmeurkunde enthalten.

Darüber hinaus unterstützt Tetenal den Workshop mit Verbrauchsmaterialien. Weitere Informationen unter www.joboartisan.com, Rubrik Workshops.



Die 25 qm große Dunkelkammer bietet Platz für fünf Vergrößerungsgeräte, vom Leitz Focomat bis zum Jobo LPL 4x5" Vergrößerer – mit Farbköpfen und mit Variokontrastkopf.



Auf der rauschenden Jubiläumsparty sorgte die Nostalgie-Band ABBA da capo mit den Hits des legendären schwedischen Pop-Quartetts für Stimmung.

europafoto Gesellschafterversammlung 2017

Im Zeichen des Jubiläums

Der runde Geburtstag „50 Jahre europafoto“ war auf der diesjährigen Gesellschafter- und Mitgliederversammlung am 29. Mai in Berlin nicht der einzige Grund zum Feiern. In einem schwierigen Umfeld ist es der Kooperation gelungen, trotz gesunkener Umsätze den Gewinn und damit die Ausschüttung an die Mitglieder praktisch stabil zu halten. Das ist vor allem dem Engagement der europafoto Fachgeschäfte zu verdanken, von den viele 2016 kräftiges Wachstum erzielt haben.

So konnten 60 Prozent der europafoto Mitglieder von der Ausschüttung nach der Steigerungsstaffel profitieren; im Vorjahr waren es noch unter 10 Prozent. Die Ausschüttung nach den FFV Verträgen blieb 2016 auf dem Niveau des Vorjahres. Das bedeutet angesichts des Ausscheidens umsatzstarker Mitglieder eine kräftige Steige-

rung. Eine höhere Lagergewinnausschüttung und deutlich gestiegene Boni bestimmter Lieferanten führten zu einem Gewinn nach Steuern in Höhe von 4,15 Millionen Euro, nur knapp unter dem Vorjahresergebnis von 4,3 Millionen Euro. Das bedeute die höchste prozentuale Ausschüttung der vergangenen Jahre, betonte europafoto Geschäftsführer Robby Kreft: „Wir haben alle gesetzten Ziele weit übertroffen und sind auch mit geringeren Umsätzen erfolgreich.“

Tatsächlich waren die Begleitumstände des Jahres 2016 für europafoto nicht gerade günstig. Das Ausschei-

Trotz des gesunkenen Umsatzes erreichte die Ausschüttung an die Mitglieder fast das hohe Niveau des Vorjahres. Der gelbe Balken zeigt die Summe, die nach Neuverhandlungen mit Nikon separat ausgeschüttet wurde.



den großer Mitglieder und die Lieferausfälle durch das Erdbeben in Kumamoto führten unter dem Strich zu einem Umsatzrückgang von 36 Millionen Euro auf 142 Millionen Euro. Auf vergleichbarer Verkaufsfläche sei der Umsatz allerdings um 6 Millionen Euro gestiegen, betonte Kreft. So hätten die europafoto Mitglieder durch ihr Engagement dazu beigetragen, dass im rückläufigen Kameramarkt der Anteil des Fachhandels auch im vergangenen Jahr wieder gestiegen sei. „Wir gehen davon aus, dass in den nächsten Jahren jede zweite Kamera im Fachhandel verkauft wird“, betonte Kreft. Ebenfalls zum Wachstum beigetragen hat der Erfolg mit Kommissionsware und der wachsende Umsatz im



europafoto Geschäftsführer Robby Kreft: „Wir haben 2016 alle gesetzten Ziele weit übertroffen.“ (Foto: Johannes Nitsche)

Online-Shop. Wegen der immer noch hohen Anlaufkosten verzeichnete die europafoto eCommerce GmbH zwar wie erwartet einen Verlust, konnte den Umsatz aber um den Faktor 4,5 erhöhen. Nach wie vor geht die europafoto Führung deshalb davon aus, mit dem Internet-Geschäft im Jahr 2019 den Break-even zu erreichen. Weitere Tochter- bzw. Beteiligungsgesellschaften, darunter die europafoto Grundstücksgesellschaft mbH und der Software-Spezialist di support, an dem die Kooperation einen Anteil hält, erzielten 2016 deutlich positive Ergebnisse.



Der alte und neue Verwaltungsratsvorsitzende Andreas Manthey begrüßte zahlreiche europafoto Gesellschafter und Mitglieder in Berlin. (Foto: Johannes Nitsche)

Einigkeit

Auch die Jahreshauptversammlung bewertete das 2016er Ergebnis positiv; alle Beschlüsse wurden einstimmig gefasst. Auf Vorschlag von Verwaltungsrat und Geschäftsleitung wurde die Zahl der Mitglieder im Verwaltungsrat von acht auf fünf verringert. Für eine Periode von zwei Jahren wurden gewählt: Andreas Manthey, Wismar (Vorsitzender), Robert Edel, Leipzig, Peter Hamer, Bochum, Peter Kleiber, Fellbach, und Kerstin Sängler, Stuttgart. Aus dem Verwaltungsrat ausgeschieden sind Klaus Bothe, Icking, Johannes Gressum, Saar-

brücken, und Berthold Zacharias, Regensburg.

Partner Sony

Die diesjährige Jahreshauptversammlung wurde von Sony als Sponsor unterstützt. Der japanische Hersteller hatte auch seinerseits Grund zum Feiern, denn im April eroberte das Unternehmen den ersten Platz unter den Kamera-Herstellern in Deutschland (nach Wert). Dazu haben auch die guten Beziehungen mit europafoto beigetragen – der Umsatz der Kooperation mit Sony hat sich von 2013 bis 2016 verdoppelt. In Berlin würdigte Yosuke Aoki, Head of Pan-European Product Marketing Digital Imaging und Vice President von Sony Europe, die erfolgreiche Zusammenarbeit. Da Sony den Löwenanteil seiner Kamera-Umsätze im Profi- und Premium-Segment erziele, sei die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel besonders wichtig, betonte der Manager. Mit großen Investitionen in die Marke, intensiver persönlicher Betreuung, der Bereitstellung von Exklusiv-Modellen, gezielten Verkaufsförderungsaktionen, der Beteiligung an Hausmessen, speziellen Promotion-Veranstaltungen wie



Der nunmehr fünfköpfige europafoto Verwaltungsrat: (v. l.) Robert Edel, Peter Kleiber, Kerstin Sängler, Peter Hamer und Andreas Manthey (Vorsitzender).

(Foto: Heike Klein, Foto Wichern)



Yosuke Aoki, Head of Pan-European Product Marketing Digital Imaging und Vice President Sony Europe, stellte sich auf einer Podiumsdiskussion den Fragen der europafoto Mitglieder. (Foto: Heike Klein, Foto Wichern)

den regionalen Alpha-Tagen sowie Service- und Garantiekonzepten werde Sony die Unterstützung des Fachhandels auch in Zukunft fortsetzen. Eine besondere Erfolgsgeschichte ist der Aufstieg der Sony Systemkameras mit Vollformat-Sensor. Innerhalb von vier Jahren hat Sony sieben Modelle

auf den Markt gebracht und mit 27 passenden Objektiven ergänzt. Bei den selektiv vertriebenen Sony SDS Produkten ist europafoto der einzige Händler, auf dessen Online-Plattform direkt von der Sony Seite aus verlinkt wird. Natürlich kann man im europafoto Webshop diese Produkte nicht direkt bestellen, aber einen Fachhändler suchen und die Verfügbarkeit prüfen. Verkauft werden diese Produkte auch bei europafoto ausschließlich im jeweiligen Geschäft. Nur Händler, die sowohl den Sony SDS als auch den E-Commerce-Vertrag der Kooperation unterschrieben haben, werden angezeigt. Sony demonstrierte seine Verbundenheit mit europafoto auch als Sponsor der gelungenen Jubiläumsparty, auf der die europafoto Mitglieder nach Abschluss der Jahreshauptversammlung bis in den frühen Morgen hinein das 50jährige Bestehen ihrer Kooperation feierten.

Digital oder emotional?

Zum Auftakt der Mitgliederversammlung gab Ingo Vogel mit einem gelungenen Vortrag unter dem Titel „Digital oder emotional? Erfolgreiches Verkaufen im 21. Jahrhundert“ den Fachhändlern wichtige Impulse für erfolgreiches Verkaufen. Mit Ergebnissen aus der Hirnforschung machte der Referent deutlich, wie die Kunden ticken und ermutigte den Fachhandel, seine naturgegebenen Vorteile gegenüber reinen Online-Spezialisten zu nutzen. Denn diese, so betonte Vogel, könnten ebenso wie zahlreiche Fachmärkte keine Emotionen vermitteln. Der Fachhandel dagegen habe die direkte Kundenbeziehung und die Kompetenz, um sich nicht nur als Bedarfsdecker, sondern auch als Wunscherfüller zu profilieren und den Kunden ein emotionales Einkaufserlebnis zu bieten. Wenn das gelinge, so Vogel, träten Preisdiskussionen von allein in den Hintergrund. „Nicht die meisten Kunden haben Probleme mit Preisen, sondern die meisten Verkäufer“, erklärte der Experte, der mit seiner gekonnten Präsentation jederzeit klar machte, warum er nicht nur als Spezialist für emotionales Verkaufen, sondern auch als Experte für emotionale Rhetorik gilt.



Ingo Vogel, Experte für Emotionales Verkaufen und Emotionale Rhetorik, machte den europafoto Fachhändlern Mut, ihre Stärken zu nutzen, um sich von Fachmärkten und Online-Spezialisten zu differenzieren. (Foto: Johannes Nitsche)

Fujifilm Professional Service gestartet

In Deutschland ist jetzt der Fujifilm Professional Service für Digitalkameras gestartet. Teilnahmeberechtigte Kunden erhalten den Service kostenfrei für die Dauer von mindestens zwei Jahren. Der Service kann von allen Kunden in Anspruch

genommen werden, die



ein teilnahmeberechtigtes GFX Gehäuse registrieren.

Außerdem kann der FPS von Kunden in Anspruch genommen werden, die mindestens zwei teilnahmeberechtigte Kameras der X-Serie und drei teilnahmeberechtigte XF-Objektive registrieren oder nachweislich Vollzeit-Profifotografen sind. Das Gesamtpaket des FPS hat einen Wert von 300 Euro pro Jahr. Der Fujifilm Professional Service beinhaltet eine schnelle Service-Abwicklung: Kameras oder Objektive des GFX Systems werden in nur drei Werktagen repariert (ab dem Datum des Wareneingangs bis zum Versanddatum). Die Reparatur von Geräten der X-Serie erfolgt innerhalb von maximal 12 Werktagen (ab dem Datum des Wareneingangs bis zum Versanddatum). Für die Dauer der Reparatur kann ein Ersatzgerät ausgeliehen werden. Pro Mitgliedsjahr können bis zu zwei Komponenten zum kostenlosen Check & Clean Service eingereicht werden. Über einen Abholservice wird den Teilnehmern die Möglichkeit geboten, ihre Komponenten sicher und kostenfrei an den FPS zu senden. Auf Reparaturen, die nicht durch die Hersteller-Garantie abgedeckt sind, erhalten Teilnehmer 15 Prozent Rabatt.

Informationen zur Registrierung und zu den Teilnahmebedingungen sind unter folgender Internetadresse abrufbar: <http://warranty.fujifilm-digital.com/fps>

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

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

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

Anzeigenschluss
für Kleinanzeigen im
imaging+foto-contact
Ausgabe 8/2017
ist der **14. Juli 2017.**

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

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



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

Autorisierte
Vertragswerkstatt



Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Pioneer
reflecta



SONY
Authorized Service Center

TAMRON

TOSHIBA

Impressum

| | |
|--------------------------------------|-------|
| Business Forum Imaging Cologne | 2. U. |
| Cewe..... | 9 |
| Panasonic..... | 4. U. |
| Personal- und Kleinanzeigen | 3. U. |

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und Imagingbranche

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klumps

Anzeigen:

Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klumps
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 46 v. 1. Januar 2017

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klumps

Satz- und Repro:

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung
und Urhebervermerk.

Copyright by

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen
für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

imaging+foto-contact erscheint

zum 1. des Monats,

außer am 1. Januar und am 1. Juli.

Der Abonnementspreis beträgt:

Inland: 39,90 € jährlich

Ausland: 60,00 € jährlich

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1430-1121

Panasonic



MEINE KAMERA, DIE HOHE
WELLEN SCHLÄGT.

LUMIX G



Aufgenommen mit der LUMIX GH5



DAS BESTE AUS ZWEI WELTEN

Für Sportfotograf Steven Clarey ist Timing alles. Darum greift er zur LUMIX GH5 mit umfangreichen Foto- und Video-Modi. Die neue 6K Fotofunktion mit 18 Megapixel Auflösung ermöglicht es, entscheidende Momente mit 30 Bildern pro Sekunde zu erfassen und daraus das perfekte Einzelbild auszuwählen. Mit dem ultraschnellen Autofokus, dem Dual I.S. Bildstabilisator, Staub- & Spritzwasserschutz und dem kinoreifen Video-Modus fängt Steven Clarey selbst rasanteste Bewegungen in brillanter Bildqualität ein.

Erleben Sie die spektakulären Ergebnisse auf panasonic.de/lumixgh5

LUMIX G

