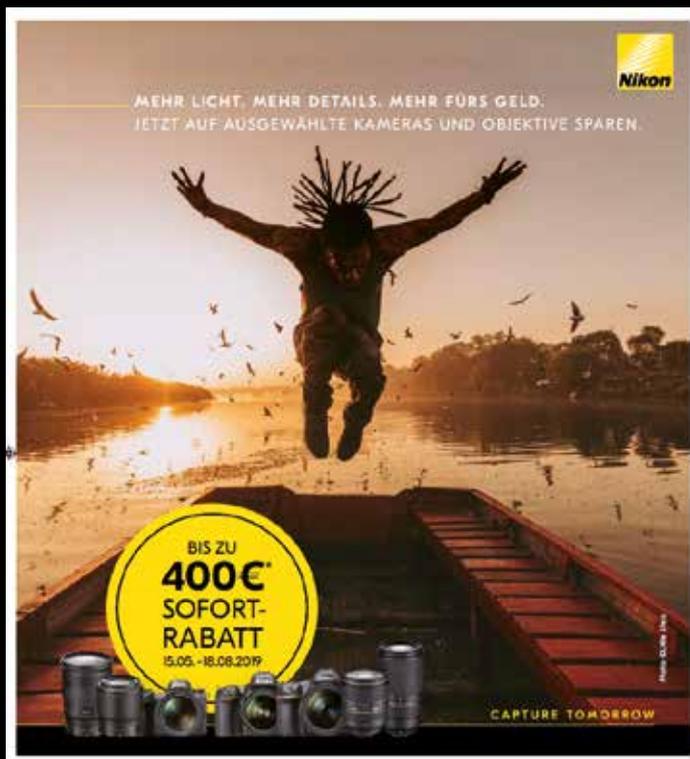


# imaging + foto 6-7 2019

# contact

Fachzeitschrift für die Fotobranche • [www.foto-contact.de](http://www.foto-contact.de)

## Nikon startet große Sommer-Aktion



# Impulse für bessere Bilder

### Home Electronics Markt bleibt weiter schwach Kamera-Absatz mit 15 Prozent im Minus

Der Branchen-Index Hemix zeigt für das 1. Quartal im Bereich Consumer Electronics in allen Segmenten deutliche Rückgänge. Auch bei den Kameraverkäufen gab es ein kräftiges Minus. **S. 8**

### Fujifilm GFX100 offiziell vorgestellt Die Essenz der Fotografie

Auf der photokina 2018 hat Fujifilm die Entwicklung eines neuen GFX-Modells mit mehr als 100 Megapixeln angekündigt, auf der Fujikina in Tokio wurde das neue Flaggschiff am 23. Mai offiziell vorgestellt. **S. 10**

### Neues Lumix-Einsteigermodell von Panasonic Kompakt und smart

Mit der neuen Lumix GX880 hat Panasonic eine aktualisierte Version seiner DSLM-Systemkamera angekündigt. Das neue Modell macht mit 4K- und Beauty-Funktionen den Einstieg ins Micro FourThirds System attraktiv. **S. 20**



Powered by **DNP**

**DNP** | Photo Imaging



Fotos: Adobe Stock, DNP - Nicht vertragliche Fotos und Dokumente - R.C.S. BOBIGNY 312 273 550



## ID+ ALL-IN-ONE PASSFOTO-LÖSUNG

### Die Entwicklung eines Passbildgeschäfts ist jetzt einfach

Mit dem ID+ System von DNP kann jeder Einzelhändler offizielle Passbilder gemäß allen wichtigen internationalen Richtlinien erstellen. Mit einem ID600-Drucker und einem 10-Zoll-Tablet, das mit einer Kamera und einer biometrischen Software ausgestattet ist, bietet ID+ einen schnellen und professionellen Workflow. Von der Aufnahme über die Datenverarbeitung bis zum Drucken ist der Prozess in Sekunden fertig.

#### Mehrwert

- Biometrische Software
- Vorkonfigurierte Vorlagen für behördliche Dokumente
- Manuelle Korrekturen möglich
- Digitale Kopien werden per E-Mail gesendet und auf USB-Geräten gespeichert

#### Eigenschaften

- Im Tablet integrierte Digitalkamera
- Fotos mit externer Kamera und USB-Geräten sind auch möglich
- Spezialpapier mit spezifischem Backprint



## Vor dem Start der United Imaging Group

# Der Weg der Vernunft

Am 22. Juni wird ein neues Zeitalter für den Fotofachhandel in Deutschland anbrechen. Denn dann werden die Mitglieder und Gesellschafter von europafoto und Ringfoto nach ihren zunächst getrennten Versammlungen gemeinsam den Start der United Imaging Group feiern, die am 1. Juli den Betrieb aufnehmen soll. Ein knappes Jahr nach dem aufsehenerregenden Beschluss der Verwaltungsräte, die Kooperationen zusammenzuführen, ist dann ihre jahrzehntelange Rivalität Geschichte. Und das ist gut so.



Thomas Blömer, Verleger

In den letzten Wochen hat es zum Zusammenschluss viele Halb- und Fehlinformationen gegeben. Wir gehen diesen Gerüchten nicht im einzelnen nach, sondern halten uns lieber an die Fakten. Die lauten wie folgt:

Der gemeinsame Auftritt von europafoto und Ringfoto ist im Grunde bereits beschlossen. Im April stimmten die Mitglieder von europafoto in einer außerordentlichen Gesellschafterversammlung den Plänen des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung zu, die Fotoco Fotohandels-gesellschaft mbH & Co. KG zu liquidieren. Im Klartext:

Die United Imaging Group wird unter dem Dach der Ringfoto Zentrale in Fürth entstehen.

Über die Gründe für diese Konstellation gibt es zum Teil abenteuerliche Spekulationen, die vor allem von Außenstehenden verbreitet werden, die bei den Verhandlungen gar nicht dabei waren. Das war ich auch nicht, kann aber trotzdem erkennen, dass dieser Weg in erster Linie vernünftig ist. So ist es z. B. einfacher (und billiger!), eine Firma mit 30 Mitarbeitern zu liquidieren als eine mit 120 Beschäftigten. Und Ringfoto hat gerade in ein komplett neues IT-System investiert, das die logistischen Prozesse dramatisch vereinfacht und beschleunigt hat.

Die Fachhandelsmarken europafoto, Photo Porst und Ringfoto sollen auch in der neuen Konstellation weitergeführt und die (turnusgemäß) noch zu wählenden europafoto Verwaltungsräte im Wege der Kooptation in das Aufsichtsgremium der United Imaging Group integriert werden, dem dann auch der bisherige Ringfoto Verwaltungsrat (zwei Mitglieder stehen am 22. Juni turnusgemäß zur Neuwahl) angehören werden.

Ein weiteres Faktum ist die Gründung der Info Deutschland GmbH unter der Leitung des ehemaligen europafoto Geschäftsführers Robby Kreft. Das Frankfurter Unternehmen ist eine Tochtergesellschaft der niederländischen Kooperation Info Europa, die jetzt auch in Deutschland dem Fotohandel „eine Alternative bieten“ will. Die Info Deutschland will sich ausschließlich auf die Warenversorgung konzentrieren und rechnet dabei mit eigenen Kosten in Höhe von 1 Prozent. Damit stellt sie tatsächlich eine Alternative zur United Imaging Group dar, die sich ausdrücklich auf die Fahne geschrieben hat, ihre Mitglieder nicht nur mit Ware, sondern auch mit Konzepten für Marketing und Verkauf zu unterstützen. Die Entwicklung solcher Verkaufsstrategien soll in den Händen von Karsten Tischer liegen, der bisher für den Einkauf/Verkauf bei europafoto in Eschborn verantwortlich war.

Es ist allen Beteiligten zu wünschen, dass der Start der United Imaging Group zu einem schnellen Ende der Gerüchte und Spekulationen führt. Denn das eigentliche Ziel des gemeinsamen Auftritts kann ja nur sein, das bisherige Lagerdenken zu überwinden, damit der Fotofachhandel in Deutschland *eine* starke Stimme bekommt.

Thomas Blömer

# Inhalt

## Zum Titelbild

Nikon startet große Sommer-Aktion  
Sofort-Rabatt beim Händler . . . . . 14

## Editorial

Vor dem Start der United Imaging Group  
Der Weg der Vernunft . . . . . 3

Wichtiges aus foto-contact.de . . . . . 6

## Nachruf

Der Gründer von imaging+foto-contact ist verstorben  
In Memoriam Josef Blömer . . . . . 7

## Verband

Künstliche Intelligenz beim PIV Expertentalk  
Ende der Kreativität? . . . . . 26

Neuheiten . . . . . 9, 19, 24

Fujifilm GFX100 offiziell vorgestellt  
Die Essenz der Fotografie . . . . . 10

Neue Transportlösungen von Tenba  
Sicherheit für Profis . . . . . 13

Olympus stellt robuste Tough TG-6 vor  
Mehr Möglichkeiten . . . . . 18

Neues Lumix-Einsteigermodell von Panasonic  
Kompakt und smart . . . . . 20

## Cewe legt im ersten Quartal weiter zu Verkaufsrekord bei Cewe Fotobüchern



Cewe bleibt auch im ersten Quartal 2019 auf Wachstumskurs: Im Vergleich zum ersten Quartal des Vorjahres stieg der Umsatz des Bild- und Druckdienstleisters um 7,5 Prozent auf 140,4 Mio.

Euro. Mit 1,9 Mio. Euro liegt das operative Ergebnis (EBIT) ebenfalls deutlich über dem Vorjahresniveau (Q1 2018: 0,2 Mio. Euro). Dabei erwies sich das Kerngeschäft Fotofinishing erneut als Wachstumstreiber: Der umsatzstärkste Geschäftsbereich legte kräftig um 9,6 Prozent auf 103,5 Mio. Euro zu. **Seite 23**

UNTERNEHMEN

## Nikon startet große Sommer-Aktion Sofort-Rabatt beim Händler



Mit einer großen Sofort-Rabatt-Aktion startet Nikon Deutschland in die Urlaubssaison. Beim Kauf ausgewählter Aktionsprodukte bis zum 18. August erhalten die Kunden bis zu 400 Euro Sofort-Rabatt, der direkt an der Kasse verrechnet wird. Die Promotion ist aber nur ein Baustein in einem Bündel von Marketing-Aktivitäten. So hält Nikon nach dem erfolgreichen Abschluss der Event-Serie „Nikon Days“ das Thema Kamera- und Zubehörkauf mit weiteren Kommunikationsmaßnahmen unter dem Claim „Capture Tomorrow“ im Bewusstsein der Konsumenten. **Seite 14**

ZUM TITELBILD

## Fujifilm GFX100 offiziell vorgestellt Die Essenz der Fotografie



Auf der photokina 2018 hat Fujifilm die Entwicklung eines neuen GFX-Modells mit mehr als 100 MP Auflösung angekündigt, auf der Fujikina in Tokio wurde das neue Flaggschiff am 23. Mai offiziell vorgestellt. Mit der GFX100 gab es in diesem Jahr, wie es Toshihisa Iida, General Manager, Optical Device & Electronic Imaging Products Division, ausdrückte, die Essenz der Fotografie. Heiner Henniges hatte Gelegenheit, das Wunderwerk der Technik für imaging+foto-contact in die Hand zu nehmen. **Seite 10**

## Olympus stellt robuste Tough TG-6 vor Mehr Möglichkeiten



Mit der Tough TG-6 bringt Olympus Anfang Juli ein neues Flaggschiff der erfolgreichen Serie von Outdoor-Kameras auf den Markt. Das neue Modell ist wie gewohnt wasserdicht bis zu einer Tiefe von 15 m, staubdicht, stoßfest bis 2,1 m, bruchstark bis 100 kg und frostsicher bis zu -10 °C. Eine doppelte Schutzglaskonstruktion soll verhindern, dass das Objektiv beschlägt. Neu sind einige Unterwassermodi und Makro-Optionen; die Auflösung des Displays wurde auf 1,04 Millionen Bildpunkte erhöht. Zudem gibt es neues Systemzubehör. **Seite 18**

NEUHEITEN

## Neues Lumix-Einsteigermodell von Panasonic Kompakt und smart



Mit der neuen Lumix GX880 hat Panasonic eine aktualisierte Version seiner kompaktesten DSLM-Systemkamera angekündigt. Das neue Modell macht mit 4K- und Beauty-Funktionen den Einstieg ins Micro FourThirds System für alle Kunden attraktiv, die sich mehr Gestaltungsmöglichkeiten wünschen, als ihr Smartphone bieten kann. Die neue Kamera auch bei der Aufnahme von Selfies. **Seite 20**

## Warum Vitec Imaging Solutions auf Vielfalt setzt



### Marken schaffen Mehrwert

Mit Neuheiten und strategischen Akquisitionen hat Vitec Imaging Solutions in den vergangenen Jahren sein Zubehör-Sortiment konsequent ausgebaut. Neben den bewährten Premium-Marken Manfrotto und Gitzo kamen dabei unter anderem

Lowepro, Joby und zuletzt der neuseeländische Videospezialist Syrp dazu. imaging+foto-contact hat mit Jörg Schönbeck, Geschäftsführer der Vitec Imaging Distribution GmbH, über die Ziele und Strategien des Unternehmens gesprochen. **Seite 28**

## Der neue SureLab SL-D800 Drucker von Epson

### Für Händler und Fotografen

Mit dem SureLab SL-D800 hat Epson einen Drucker für den gewerblichen Foto-Druck angekündigt.



Das Gerät soll seinen Platz bei Bilddienstleistern, in Foto-geschäften, bei Fotografen oder in kleineren Fotolaboren und in Copyshops finden. Auch als Ergänzung zu Selbst-bedienungsterminals am PoS ist es gut geeignet. **Seite 25**



## Kommunikations-kampagne für Batis-Objektivfamilie Der Zeiss-Look

Eine neue, integrierte

360-Grad-Kommunikationskampagne für die Batis Objektivfamilie soll die Aufmerksamkeit der Konsumenten auf den Zeiss-Look lenken. Darunter verstehen engagierte Fotografen den speziellen Charakter von Bildern, die mit Zeiss Objektiven entstanden sind. Die im Mai gestartete

Kampagne soll zeigen, wie dieser einzigartige Look entsteht und welche technischen Besonderheiten ganz besondere Fotos möglich machen. **Seite 17**

## Künstliche Intelligenz beim PIV Expertentalk Ende der Kreativität?

Künstliche Intelligenz (KI) ist derzeit ein Schlüsselwort in vielen Technologie-Branchen und wird auch im Imaging-Sektor häufig diskutiert. In der jüngsten Auflage der sporadisch durchgeführten



Expertentalks hat jetzt der Photoindustrie-Verband (PIV) das Thema aufgegriffen. Dabei ging es unter anderem um die Frage, ob Algorithmen Kunst erzeugen können oder künstliche Intelligenz (KI) die kreativen Potenziale der Fotografie zerstören kann. **Seite 26**

INTERVIEW

Bestimmt nicht nur für Bild-Leser  
Die Volkskamera Lumix GX80K . . . . . 22

Der neue SureLab SL-D800 Drucker von Epson  
Für Händler und Fotografen . . . . . 25

### Handel

Home Electronics Markt bleibt auch  
im ersten Quartal schwach  
Kamera-Absatz mit 1,5 Prozent im Minus . . . . . 8

Kommunikationskampagne für Batis-Objektivfamilie  
Der Zeiss-Look . . . . . 17

### Unternehmen

Cewe legt im ersten Quartal weiter zu  
Verkaufsrekord bei Cewe Fotobüchern . . . . . 23

### Interview

Warum Vitec Imaging Solutions auf Vielfalt setzt  
Marken schaffen Mehrwert . . . . . 28

Impressum . . . . . 31

Klein- und Personalanzeigen . . . . . 31

NEUHEITEN

HANDEL

VERBAND

## Immer aktuell:



### Fujifilm ernennt Europes Sales und Marketing Director



Bart van den Berg

Ab sofort betreut Bart van den Berg als European Sales and Marketing Director die Fotolabor-Sparte Fujifilm Imaging Products & Solutions. In seiner Verantwortlichkeit

liegt die Forcierung des Photofinishing-Business in Europa mit Fokus auf Deutschland und die Benelux-Staaten.

Der 37-Jährige war bereits in verschiedenen Marketingpositionen bei multinationalen Unternehmen in der Handwerksindustrie, Klebstofftechnologie sowie einem Consumer Electronics-Unternehmen tätig. Zuletzt war van den Berg Sales Director bei einem internationalen Kindersitz-Hersteller für die DACH-Region. „Mit marketingstrategischen Maßnahmen soll van den Berg unseren Anteil am wachsenden Imaging- und Photofinishing-Markt weiter ausbauen und das große Potenzial haptischer Fotoprodukte ausschöpfen“, so Antoon Nuiten, Geschäftsführer von Fujifilm Imaging Products & Solutions. „Darüber hinaus wird van den Berg sich dem Ausbau des dynamischen Retailgeschäfts annehmen und Wachstum über andere Kanäle generieren.“

Für den deutschen Markt wird Manfred Rau, Leiter Marketing bei Fujifilm Imaging Products & Solutions GmbH & Co. KG weiterhin Ansprechpartner für Marketing bleiben.

### Neues Vorstandsmitglied beim BVT

Im Rahmen der Jahrestagung des Handelsverbands Technik (BVT) haben am 15. Mai 2019 in Dresden die Delegierten per Ergänzungswahl einstimmig Kristof Loll in den BVT-Vorstand gewählt. Loll ist Inhaber des Fachgeschäftes EP:Loll in Kiel und führt das 1970 gegründete Familienunternehmen als Spezialist

### Limitierte Sonderedition Leica M Monochrom „Drifter“



Die Leica M Monochrom „Drifter“ by Kravitz Design ist die zweite Sonderedition, die in Zusammenarbeit mit dem Musiker, Designer und Fotografen Lenny Kravitz entstanden ist. Das Set beinhaltet eine Leica M Monochrom (Typ 246) mit einzigartigem Design und passendem Trageriemen sowie zwei lichtstarke Leica Objektive Summicron-M 1:2/28 ASPH. und APO Summicron-M 1:2/75 ASPH. Hinzu kommt die Tasche „The Drifter Traveler“ aus braunem Kunstleder. Abgerundet wird das Set durch zwei Objektivköcher und zwei Pouches aus Kunstleder im Vintage-Stil für Kamera und Zubehör.

Das Gehäuse der Leica M Monochrom „Drifter“ ist mit einer sepiabraunen Speziallackierung versehen, die bei Abnutzung einen individuellen Charakter entwickelt. Ausgewählte Kameraelemente wie Blitzschuh, Daumenrad, Auslöser sowie der Soft-Release-Button sind in Messing ohne Schutzlack ausgeführt, was im Laufe der Zeit zu einer reizvollen Patina führt.

Die beiden Objektive im Set, das Summicron-M 1:2/28 ASPH. und das APO Summicron-M 1:2/75 ASPH., sind ebenfalls in Sepiabraun lackiert. Die Gegenlichtblende des 1:2/28 ist fest angebracht und ausdrehbar. Die Vorderkanten der Objektivdeckel und Gegenlichtblenden sind gleichmäßig abgeschliffen. Die Auflage der Leica M Monochrom „Drifter“ by Kravitz Design ist auf 125 Sets limitiert und ab sofort zum Preis von 22.900 Euro (UVP) je Set erhältlich.



Kristof Loll

für Home Entertainment und Elektrogeräte. Der Fachhändler ist auch Mitglied im EP:Aufsichtsrat. Das Führungsgremium des BVT wird durch Unternehmer und Führungskräfte des Handels der Branche gebildet, die ehrenamtlich Politik und Strategie des BVT gestalten. Der BVT-Vorstand wird für vier Jahre gewählt, die nächste turnusmäßige Wahl findet im Rahmen der Delegiertenversammlung 2022 statt. Der Vorstand des BVT besteht damit aus Frank Schipper (Vorsitzender), Lüdinghausen, Carina Brederlow, Nürnberg, Walter Kolbeck, Pfaffenhofen, Kristof Loll, Kiel, Rainer T. Schorch, Gütersloh, und Steffen Wolf, Dresden.

### Gardy Kanzian leitet Service bei expert

Wie auf der Frühjahrstagung 2019 angekündigt, baut die expert SE ihre Service- und Dienstleistungskompetenz

weiter aus. Dazu hat sich die Kooperation personell verstärkt: Ab sofort leitet Gardy Kanzian die neu gegründete Abteilung Services und Dienstleistungen, die im Vorstandressort von Frank Harder angesiedelt ist.

Sie bringt langjährige Expertise auf dem Gebiet des Dienstleistungsmanagements mit und war zuletzt nach 20 Jahren bei Sennheiser bei der InfoTip Service GmbH beschäftigt.

„Wir freuen uns sehr, dass wir Frau Kanzian überzeugen konnten, ihr Wissen und ihre langjährige Erfahrung bei expert einzubringen“, sagte Frank Harder, Vorstand für Vertrieb, Marketing und E-Commerce. „Gemeinsam mit Frau Kanzian werden wir für unsere Kunden ergänzend zu unseren bisherigen Serviceleistungen ein attraktives und überzeugendes Dienstleistungsangebot entwickeln und damit zusätzliches Potenzial in unserer Wertschöpfungskette erschließen.“



Gardy Kanzian

## Der Gründer von imaging+foto-contact ist verstorben

# In Memoriam Josef Blömer

Der ehemalige Fotofachverleger und Geschäftsführer der Vereinigung von Grossisten für den Photohandel (VGP), Josef Blömer, ist am 9. Mai im Alter von 94 Jahren verstorben. Rund fünfzig Jahre hat er als Unternehmer die Landschaft der Fachzeitschriften für die Fotobranche geprägt. Zu den wichtigsten Publikationen, die unter seiner Führung entstanden und noch heute bekannte Größen in ihren Branchen sind, zählen imaging+foto-contact, das globale Imaging-Magazin INTERNATIONAL CONTACT, das Fachmedium world of print (früher Prepress) für die grafische Industrie und PoS-MAIL für den High-Tech Fachhandel.

Bis zum Digitalzeitalter verlegte der gelernte Schriftsetzer und Inhaber eines Diploms der Münchener Meisterschule (heute: Akademie für das Graphische Gewerbe) auch das einzigartige Nachschlagewerk „der grosse foto-katalog“ für den Fotohandel. Von den siebziger Jahren bis in die neunziger Jahre war der

Verleger mit dem Titel golf-contact auch im Sportsektor erfolgreich. Vor der Gründung seines eigenen Verlages im Jahr 1972 hatte Blömer von 1955 bis 1971 als Mitgründer und Geschäftsführer des Düsseldorfer GfW-Verlages zahlreiche Magazine für die Fotobranche, den Fotohandel und engagierte Amateure ins Leben gerufen, darunter die heute noch existierenden Fachzeitschriften Profifoto (gegründet als Fachkontakt) und Inpho.

Als Verleger von Branchenmedien lag es Josef Blömer besonders am Herzen, den Informationsfluss zwischen Fachhändlern, den Lieferanten und Herstellern sowie Dienstleistern zu gewährleisten und damit die Zusammenarbeit zwischen allen Betei-



*Eines seiner Markenzeichen: Josef Blömer war nie ohne Kamera unterwegs.*



*So kannten ihn die Leser von imaging+foto-contact viele Jahre lang: Josef Blömer ist am 9. Mai im Alter von 94 Jahren verstorben.*

ligten der Branche zu fördern. Seine Meinung, die er engagiert zu vertreten wusste, wurde jahrzehntelang in der Branche geschätzt. Der Oberbürgermeister der Stadt Köln würdigte Blömers Verdienste um die photokina mit der Verleihung der Goldenen photokina Nadel, die Kölnmesse ehrte den Verleger 2006 für sein Lebenswerk mit einem persönlichen

Obelisk. Die PMA zeichnete Josef Blömer für seinen Einsatz für die gesamte Branche mit dem Distinguished Service Award aus.

Rund 50 Jahre lang hat Josef Blömer die Fachpresse in der deutschen und internationalen Fotobranche maßgeblich geprägt. Bis heute steht die C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH mit ihren Medien imaging+foto-contact und INTERNATIONAL CONTACT, an deren Entwicklung er bis zuletzt Anteil nahm, in seiner Nachfolge und wird dem „Senior“ immer ein ehrendes Gedenken bewahren.

# Home Electronics Markt bleibt auch im ersten Quartal schwach

## Kamera-Absatz mit 15 Prozent im Minus

Die Zahlen des von der gfu Consumer & Home Electronics und der GfK Retail and Technology in Kooperation mit dem Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) herausgegebenen Marktindex 'Hemix weisen für den deutschen Home Electronics Markt im ersten Quartal 2019 einen Umsatzrückgang um 1,0 Prozent auf knapp 10,2 Milliarden Euro aus. Während die Segmente Elektrogroß- und Kleingeräte zulegen konnten, verzeichnete der Bereich Consumer Electronics in allen Segmenten Rückgänge. Auch bei den Kameraverkäufen gab es ein kräftiges Minus.

In allen CE-Segmenten gingen die Umsätze zurück: Die privat genutzte Telekommunikation verzeichnete ein Minus von 1,7 Prozent auf knapp 2,8 Mrd. Euro, die Unterhaltungselektronik schrumpfte um 5,1 Prozent auf rund 2,1 Mrd. Euro, und der Umsatz mit privat genutzten IT-Produkten fiel um 1,3 Prozent auf knapp 1,7 Mrd. Euro. Unter den Strich erreichte das Segment Consumer Electronics ein Gesamtvolumen von knapp 6,55 Mrd.

Euro, das sind 2,7 Prozent weniger als im Vorjahrszeitraum.

### Foto weiter schwach

Der Fotomarkt zeigte sich in den ersten drei Monaten 2019 weiterhin unterbeleuchtet. Beim Kameraverkauf konnte auch die Steigerung des Durchschnittspreises um 2,3 Prozent auf 505 Euro den Mengenverlust von 15,7 Prozent auf 425.000 Stück nicht kompensieren. Das schlug sich in einem Umsatzminus von 13,7 Prozent und einem um 181 Millionen Euro geschrumpften Umsatz nieder. Der Verkauf von Wechselobjektiven ging um 6,1 Prozent auf 151.000 Stück zurück, der um 5,2 Prozent gestiegene Durchschnittspreis begrenzte den Umsatzrückgang in dieser Kategorie auf 1,2 Prozent; damit blieben insgesamt 87 Millionen Euro in den Kassen des Einzelhandels. Trotz eines Mengenwachstums um 9,6 Prozent auf 134.000 Stück gingen die Umsätze mit Camcordern leicht um 0,2 Prozent auf 34 Millionen Euro zurück. Der Durchschnittspreis sackte um 8,9 Prozent auf 251 Euro ab.

### Mehr Fernseher verkauft

Angesichts des Umsatzeinbruchs von 5,1 Prozent in der Unterhaltungselektronik war der Rückgang bei Fernsehgeräten im ersten Quartal mit einem Minus von 0,2 Prozent moderat. Durch

eine Steigerung der verkauften Stückzahlen um 8,6 Prozent auf über 1,7 Millionen Geräte erreichte der Umsatz 995 Millionen Euro; der Durchschnittspreis sank dabei um 8,2 Prozent von 627 auf nur noch 576 Euro. Damit hat die Branche die Chance auf ein – durch die hohe Nachfrage durchaus mögliches – Umsatzwachstum in diesem Bereich verspielt.

### Weniger Smartphones

Bei den Produkten der privat genutzten Telekommunikation sorgten die Core Wearables mit 208 Millionen Euro erneut für einen deutlichen Umsatzschub (+ 48,4 Prozent). Sowohl die verkauften Stückzahlen (knapp 1,2 Mio. Geräte, + 38,8 Prozent) und der Durchschnittspreis (174 Euro, + 6,9 Prozent) kletterten nach oben. Im größten Segment, den Smartphones, gab es dagegen trotz eines auf 488 Euro (+ 2,2 Prozent) weiter gestiegenen Durchschnittspreises ein Umsatzminus von 4,3 Prozent auf knapp 2,5 Mrd. Euro, da die verkaufte Stückzahl um 6,3 Prozent auf rund 5 Millionen Geräte zurückging. Für das laufende Jahr prognostizieren die Marktforscher für den Gesamtmarkt mit Home Electronics-Produkten weiterhin eine stabile Entwicklung und erwarten in den Segmenten der Consumer Electronics sowie der Elektro-Groß- und Kleingeräte Umsätze auf Vorjahresniveau.

## HapaTeam vertreibt Zhongyi Mitakon

HapaTeam vertreibt ab sofort die lichtstarken Mitakon-Objektive von Zhongyi Optics Electronics. Das 1984 gegründete Unternehmen produziert Foto- und Filmobjektive sowie Adapter und hat sich auf extrem lichtstarke Modelle spezialisiert. Unter dem Markennamen Zhongyi werden zudem Turbo Adapter angeboten, die laut Hersteller die Lichtstärke eines Objektivs um eine Blendenstufe erhöhen können. Auch als OEM-Hersteller ist Zhongyi aktiv.

Mitakon Objektive werden mit Anschlüssen für MFT, Sony E-Mount, Fujifilm X-Mount, Canon EF, Nikon F und Pentax K angeboten; einige Produkte gibt es auch mit Fujifilm G-Mount sowie Canon RF- und Nikon Z-Bajonett.

Das Unternehmen fand weltweite Aufmerksamkeit, als es 2014 das Mitakon Speedmaster 50mm mit einer



Zhongyi hat sich auf lichtstarke Objektive wie das Mitakon Speedmaster 25mm f/0,95 spezialisiert.

Lichtstärke von f/0,95 zu einem besonders günstigen Preis vorstellte. Danach wurde das u. a. um die Brennweiten 25, 35, 50 mm mit Blende f/0.95 erweitert.

2015 kündigte das Unternehmen

mit dem Mitakon Speedmaster 135mm 1.4 das damals lichtstärkste 135mm-Objektiv der Welt an. Es wurde Anfang 2016 in limitierter Auflage von nur 100 Stück für Kameras von Canon, Nikon und Sony produziert. 2016 folgte mit dem Mitakon 20mm f/2 ein weiterer Meilenstein, ein spezielles Makroobjektiv für 4- und 4,5-fache Vergrößerungen.

Zhongyi will Fotografen und Videofilmmern lichtstarke Objektive in erstklassiger Qualität mit einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten. Zu den wichtigsten aktuellen Produkten gehören das Mitakon Speedmaster 50mm f/0.95 III (mit Sony E, Nikon Z oder Canon RF Anschluss), das Mitakon Speedmaster 25mm f/0,95 (für MFT-Kameras von Olympus und Panasonic) und das Mitakon Speedmaster 65mm f/1.4 mit Fujifilm G-Mount.

### befree GT carbon

Die führenden Foto- und Imaging-Magazine weltweit haben entschieden:  
„Bestes Reisestativ 2019“



**Beeindruckende Stabilität**  
und Leichtigkeit dank der  
neuen Beine aus Carbon



**Bis zu 10 kg Traglast**  
mit dem leistungsstarken  
496 Kugelkopf



**Professionell**  
dennoch kompakt mit nur  
43 cm Packmaß

Foto: Dylan Furst



**Befree GT Carbon**

Gewinner des TIPA-Awards 2019 in der Kategorie „Best Travel Tripod“

Entdecken Sie die Befree Kollektion unter [manfrotto.de](http://manfrotto.de)



**Manfrotto**  
Imagine More

## Fujifilm GFX100 offiziell vorgestellt

# Die Essenz der Fotografie



*Die neue Fujifilm GFX100: Eine Kamera mit extremer Auflösung, die handlich, leicht und schnell genug ist, um auch Reportageaufgaben zu erfüllen.*

Die ersten Überraschungen bei der Begegnung mit der GFX100 sind ihre für eine Kamera dieser Klasse erstaunlich kompakte Bauweise, das geringe Gewicht, die ergonomische Handhabung und die nahezu selbsterklärende Bedienung. Sollten sich die Eigenschaften, die Fujifilm seinem neuen Flaggschiff zuschreibt, als zutreffend erweisen, bekämen Profis und anspruchsvolle Amateure mit der neuen Fujifilm GFX100 ein flexibel einsetzbares Werkzeug, um wichtige Momente in absoluter Spitzenqualität festzuhalten.

Der neue BSI-Sensor, der eine effektive Auflösung von 102 Megapixeln bietet, misst 55 Millimeter in der Diagonale (43,8 x 32,9 mm) und ist damit 1,7-mal größer als ein Sensor im Klein-

Auf der photokina 2018 hat Fujifilm die Entwicklung eines neuen GFX-Modells mit mehr als 100 MP Auflösung angekündigt, auf der Fujikina in Tokio wurde das neue Flaggschiff am 23. Mai offiziell vorgestellt. Unter diesem Titel lädt der japanische Konzern bereits seit 2016 jedes Jahr einigen Tausend Geschäftspartner und Medien nach Japan ein, um die neuesten Produkte und Strategien vorzustellen. Mit der GFX100 gab es in diesem Jahr, wie es Toshihisa Iida, General Manager, Optical Device & Electronic Imaging Products Division, ausdrückte, die Essenz der Fotografie. Heiner Henniges hatte Gelegenheit, das Wunderwerk der Technik für imaging+foto-contact in die Hand zu nehmen. Hier ist sein Eindruck:

bildformat. Bereits auf der photokina hatte Iida die verbreitete Bezeichnung „Vollformat“ für Sensoren in der Größe eine 35mm-Negativs ironisch in Frage gestellt. Nun setzte er in Tokio noch einen drauf: Ab sofort sei die aus der Welt des Films stammende Bezeich-

nung Mittelformat für die GFX-Kameras obsolet. Im Vergleich zu den üblichen Vollformat-Kameras sei vielmehr der Terminus Großformat angemessen. Jedenfalls erzeugt der große Sensor im Zusammenspiel mit dem X-Prozessor 4, der bis zu 1 GB Daten/s

*Übersichtlich: Die Bedienelemente sind selbsterklärend, die Displayanzeige kann individuell konfiguriert werden.*



verarbeitet, rauscharme, kontrastreiche (bis 14 EV) und überaus detailreiche Bilder, die spektakuläre Ausschnittvergrößerungen zulassen.

### Schneller Autofokus

Der hochauflösende BSI-Sensor ist mit 3,76 Millionen Phasendetektions-Pixeln für die AF-Messung versehen. Zudem wurde die Autofokus-Geschwindigkeit im Vergleich zu bisherigen GFX Kameras verdoppelt, und die Kamera erhielt einen kontinuierlichen Autofokus für Motive in Bewegung. Die Gesichtserkennung funktioniert auch über größere Distanzen, und der AF verfolgt zuverlässig auch Gesichter im Profil sowie Gesichter, die sich sprunghaft im Bildausschnitt bewegen oder teilweise verdeckt sind.

Automatische Augenerkennung für präzises Fokussieren bei Portraits ist ebenfalls an Bord. Außerdem bietet die Kamera die neue Funktion „Weiche Haut“, die bei Portraitaufnahmen eine automatische Glättung der Hauttöne bereits in der Kamera vornimmt.

### 5-Achsen-Bildstabilisierung

Das ins Gehäuse integrierte 5-Achsen-Bildstabilisierungssystem, das Fujifilm In-Body-Image-Stabilisation (IBIS) nennt, erlaubt um bis zu 5,5 EV-Stufen längere Verschlusszeiten für verwacklungsfreie Aufnahmen aus freier Hand. Das ist eine bemerkenswerte Leistung, da der große Sensor ungefähr doppelt so viel wiegt wie ein KB-Vollformat-Bildwandler. Zudem erfordert die extrem hohe Auflösung besondere Präzision, da sich bereits unerwünschte Neigungen von 20µ im Verlust von Details niederschlagen können. Als Ergänzung zum IBIS hat Fujifilm die Verschlusseinheit federnd gelagert, um die beim Auslösen entstehenden



*Auch die Rückseite zeigt sich übersichtlich, der Monitor ist in drei Richtungen schwenkbar.*

Vibrationen zusätzlich zu dämpfen. Durch die sehr hohe Auflösung des 102-Megapixel-Sensors, die differenzierte Farbwiedergabe und den hohen Kontrast bieten die Bilddaten der GFX100 viel Spielraum bei der Nachbearbeitung. Die Kamera ermöglicht dafür die Speicherung von RAW-Daten mit 16-Bit sowie das Erzeugen von 16-Bit TIFF-Dateien in der Kamera.

### 4K-Video

Auch die Videofähigkeiten können sich sehen lassen: Erstmals in dieser Kameraklasse ermöglicht die GFX100 Videoaufnahmen in 4K/30p-Auflösung. Im Standardformat 17:9 verwendet die Kamera dafür einen 43,8 x 23,19 mm großen Sensorausschnitt mit einer Diagonale von 49,56 mm. Dieses Aufnahmeformat ist größer als das vieler aktueller Highend-Cinema-Kameras und macht Bewegtbilder mit geringer Schärfentiefe, großem Dynamikumfang und hoher ISO-Empfindlichkeit möglich. Die GFX100 verarbeitet die vom Bildsensor gelieferten Daten mit Überabtastung (Oversampling) und rendert die Bilder mit einer Auflösung von 50,5 Megapixeln. Neben dem H.265/HEVC-Codec unterstützt sie die Standards „F-Log“ für eine Gammakurve mit großem Dynamikumfang und

„Hybrid Log Gamma (HLG)“ zum einfachen Erstellen von HDR-Aufnahmen. Als erste Kamera der GFX Serie bietet die GFX100 die Cinema-Filmsimulation „Eterna“ für einen filmisch ausdrucksvollen Kino-Look.

### Super-Sucher

Wie die GFX 50S hat die GFX100 einen abnehmbaren elektronischen Sucher, dessen Okular sich in Kombination mit dem optionalen Winkel-Adapter EVF-TL1 nach oben schwenken lässt. Er wurde speziell auf den 102-Megapixel-Sensor abgestimmt und mit einem OLED-Display ausgestattet, das mit 5,76 Millionen Bildpunkten einen detailreichen Überblick bietet. Der Sucher besitzt fünf optische Elemente, darunter eine asphärische Linse, die für eine 0,86-fache Ver-



*Zwei Kartenslots sind selbstverständlich.*

größerung des Sucherbildes sorgt. Je nach Motiv und Aufnahmesituation kann der Anwender zwischen drei Sucher-Modi wählen: Bildrate Priorität, Auflösung Priorität und AF-Geschwindigkeit Priorität.

Der rückwärtige, 8,1 cm (3,2 Zoll) große Monitor mit über 2,36 Millionen Bildpunkten ist berührungsempfindlich und lässt sich in drei Richtungen schwenken.



## Neuheiten

### High-Tech zum Mitnehmen

Trotz des 1,7-mal größeren Sensors misst die GFX100 nur 156,2 x 163,6 x 102,9 Millimeter und wiegt mit zwei Batterien, Speicherkarte und elektronischem Sucher nur rund 1.400 Gramm. Der eingebaute Hochformatgriff der Kamera ermöglicht komfortables Handling im Quer- und Hochformat. Um die Bedienung einfach zu machen, gibt es zwei zusätzliche Info-Displays: ein 4,6 cm (1,8 Zoll) großes auf der Oberseite und ein 5,2 cm (2,05 Zoll) großes auf der Rückseite unterhalb des großen Monitors. Welche Informationen eingeblendet werden, können die Anwender individuell konfigurieren. So hat man wesentliche Parameter immer im Blick, auch bei Tethered-Shooting-Aufnahmen und ungewöhnlichen Kamerapositionen, die eine Verwendung von Sucher oder Monitor unmöglich machen.

*Der 5-Achsen-Bildstabilisator IBIS soll um bis zu 5,5 EV-Stufen längere Verschlusszeiten erlauben.*



Für Anwender, die analoge Einstellräder schätzen, besitzt die GFX100 eine Anzeigeoption, bei der auf dem Schulterdisplay virtuell große Einstellräder eingeblendet werden, die sich wiederum über das vordere und hintere Steuerrad bedienen lassen.

Die GFX100 kann mit zwei Akkus bestückt werden, die mit einer Ladung bis zu 800 Aufnahmen ermöglichen. Über eine USB-Schnittstelle kann die

Kamera aufgeladen oder während des Betriebs mit Strom versorgt werden. Zudem lässt sich darüber auch ein externes Power-Pack anschließen.

Für schnellen drahtlosen Datentransfer unterstützt die GFX100 den als erstes Modell der GFX Serie den Standard IEEE802.11ac 5GHz. Sie kommt Ende Juni auf den Markt und soll genau 10.999 Euro (UVP) kosten.

## Fujifilm Europe ist Innovator des Jahres 2019

Das Unternehmerrmedium Die Deutsche Wirtschaft, das jährlich erfolgreiche Unternehmen und Dienstleister mit der Auszeichnung Innovator des Jahres würdigt, hat im diesem Jahr auch die Fujifilm Europe GmbH mit diesem Titel ausgezeichnet. Die Europazentrale des japanischen Konzerns ist seit über 50 Jahren in Düsseldorfer Stadtteil Heerdts zu Hause. Geehrt wurde Fujifilm für sein erfolgreiches Innovationsmanagement, insbesondere für seine innovativen Produkte und Dienstleistungen in den Bereichen Kultur, Wissenschaft, Technologie, Industrie, Umwelt und Gesellschaft. Die Auszeichnungen zum Innovator des Jahres wurden am 9. Mai 2019 im Wirtschaftsclub Düsseldorf vergeben. Michael Oelmann, Herausgeber der Deutschen Wirtschaft, Geschäftsführer der Oelmannmedia GmbH sowie Geschäftsführer und TV-Moderator für Das Deutsche Wirtschaftsfernsehen, führte durch den Abend und stimmte die

300 Gäste auf die Preisverleihung ein: „Stellen Sie sich vor, Volkswagen macht in 15 Jahren keine Autos mehr. Das ist der Change, den Fujifilm gemeistert hat“, erklärte Peter Struik, Managing Director der Fujifilm Europe GmbH, nach der Verleihung des Preises. „Das haben wir mit all unseren Kollegen gemacht, und wir sind sehr stolz und froh darüber.“ Diesen erfolgreichen Transformationsprozess, für den das Unternehmen auf sein technologisches Know-how vertrauen konnte und sich aus eigener Kraft rechtzeitig neu erfunden hat, versinnbildlicht die aktuelle Unternehmens-Kampagne von Fujifilm mit dem Claim Never Stop.

*Peter Struik, Geschäftsführer der Fujifilm Europe GmbH, Dr. Wladimir Klitschko und Michael Oelmann bei der Preisübergabe im Wirtschaftsclub Düsseldorf.  
Foto: Uwe Erensmann/@uepress*

Neben den 20 ausgezeichneten Innovatoren wurde am 9. Mai auch ein Ehrenpreis vergeben: Er ging an den ehemaligen Box-Weltmeister im Schwergewicht Dr. Wladimir Klitschko, der die Herausforderung des Wandels vom Profisportler zum Unternehmer erfolgreich gemeistert hat. Heute vermittelt er als Initiator und Dozent des Studiengangs CAS Change & Innovation Management an der Universität St. Gallen seine Methode des Challenge Managements.



## Neue Transportlösungen von Tenba

# Sicherheit für Profis

Tenba bringt zwei neue Produkte auf den Markt, die sich besonders an Profis fürs Bewegtbild richten und den sicheren, aber auch komfortablen Transport der wertvollen Ausrüstung ermöglichen sollen.

Der Cineluxe Pro Gimbal Rucksack wurde speziell entwickelt, um Filmmacher einen nahtlosen Übergang zwischen Drehorten mit einer montierten MÖVli Pro oder einem Ronin 2 Rig zu ermöglichen. Mit dem eigenen Schnellverschluss des Kardanrahmens kann die Kamera schnell aus dem Ring entfernt und im Rucksack geschützt verstaut werden, während der Ring sicher an der Außenseite befestigt wird.

Der Rucksack ermöglicht die Aufbewahrung der meisten Kamera-Rigs mit Objektiv, Monitor und anderer Ausrüstung.

Als erster Videokamera-Rucksack ist der Cineluxe Pro Gimbal Rucksack mit einer Öffnung im Arztkoffer-Stil versehen, die schnellen Zugang zum kompletten Rig bietet. Zwei gepolsterte Wraps und eine gepolsterte Tasche mit Reißverschluss sowie ein Kamera-Sicherheitsgurt sorgen für Schutz und Komfort.

Für bequemen Transport auch bei voller Beladung ist der Rucksack mit



*Der Cineluxe Pro Gimbal Rucksack soll 474 Euro (UVP) kosten. Mit Hilfe von 4 Hypalon-Gurten kann der Ring sicher an der Außenseite des Rucksacks befestigt werden.*

der belüfteten Airflow-Rückwand von Tenba ausgestattet; seine Pivot-Fit-Gurte lassen sich einfach an verschiedene Schulter- und Körperformen anpassen. Der verstärkte Boden mit Füßen sorgt für gute Standfestigkeit.

### Toller Roller

Als neue Tragelösung für professionelle Camcorder, Kinokameras und ENG-Rigs von Sony, Canon, RED, Blackmagic und andere stellt Tenba den Cineluxe Roller 24 vor. Mit seinen großzügigen Abmessungen bietet er

genug Platz, um Kamera-Rigs mit Platte, Matte-box, Monitor, Mikrofon und Akku aufnahmebereit zu verstauen. Das Innenleben mit aluminiumverstärkten, biegsamen Flex-Core-Trennwänden kann individuell an die Ausrüstung angepasst werden.

Als erster Rollkoffer für Videokameras hat auch der Cineluxe Roller eine Öffnung im Arztkoffer-Stil.

Speziell entwickelte, austauschbare, stoßdämpfende Räder ermöglichen eine gleichmäßige Fahrt, ohne die wertvolle Ausrüstung durchzurütteln.

Der einzigartige Innenboden, der mit tieferen Abschnitten geformt wurde, passt sich an die Kamera-grundplatten an.

Die Tasche enthält zwei gepolsterte Wraps und eine gepolsterte Tasche mit Reißverschluss sowie ein Objektivschutzkissen und einen Kamera-Sicherheitsgurt.

*Der Cineluxe Roller 24 bietet Platz für ganze Ausrüstungen und kostet 420 Euro (UVP).*



BIS ZU  
**400€\***  
**SOFORT-  
 RABATT**  
 15.05. - 18.08.2019



# Nikon startet große Sommer-Aktion

## Sofort-Rabatt beim Händler

Mit einer großen Sofort-Rabatt-Aktion startet Nikon Deutschland in die Urlaubssaison. Beim Kauf ausgewählter Aktionsprodukte bis zum 18. August erhalten die Kunden bis zu 400 Euro Sofort-Rabatt, der direkt an der Kasse verrechnet wird. Die Promotion ist aber nur ein Baustein in einem Bündel von Marketing-Aktivitäten. So hält Nikon nach dem erfolgreichen Abschluss der Event-Serie „Nikon Days“ das Thema Kamera-kauf mit weiteren Kommunikationsmaßnahmen unter dem Claim „Capture Tomorrow“ im Bewusstsein der Konsumenten.

Zu den Aktionskameras gehören die neue Nikon Z-Serie sowie die hochwertigen Spiegelreflexmodelle D850,

D750, D7500, D5600 und D3500. Dazu kommen 16 Nikkor-Objektive für das FX- und DX-Format, darunter auch

Z-Nikkore. Im Aktionszeitraum können maximal zwei Aktions-Kameras und drei Aktions-Objektive pro Kunde zu den günstigen Bedingungen erworben werden.

Rabattberechtigt sind nur Produkte, die bei teilnehmenden Händlern erworben und von der Nikon GmbH vertrieben werden. Da die Rabatte sofort an der Kasse abgezogen werden, ist weder eine Registrierung im Internet noch das Einreichen von Kaufbelegen bei Nikon notwendig. Eine nachträgliche Auszahlung des Rabattes ist nicht möglich.

Weitere Informationen und ausführliche Aktionsbedingungen finden sich

### Z series Spiegellose Kameras und Z-Objektive

|  |   |
|--|---|
| <br>Z 7 Gehäuse und Kits<br><b>400€</b> SOFORT-RABATT      | <br>Z 6 Gehäuse und Kits<br><b>400€</b> SOFORT-RABATT    |
| <br>NIKKOR Z 50 mm f/1,8 S<br><b>200€</b> SOFORT-RABATT    | <br>NIKKOR Z 24-70 mm f/4 S<br><b>200€</b> SOFORT-RABATT |
| <br>NIKKOR Z 24-70 mm f/2,8 S<br><b>200€</b> SOFORT-RABATT | <br>NIKKOR Z 14-30 mm f/4 S<br><b>100€</b> SOFORT-RABATT |
| <br>NIKKOR Z 35 mm f/1,8 S<br><b>100€</b> SOFORT-RABATT    |   |

### FX Spiegelreflexkameras und Objektive

|   |  |
|---|--|
| <br>D850 Gehäuse und Kits<br><b>300€</b> SOFORT-RABATT                   | <br>D750 Gehäuse und Kits<br><b>300€</b> SOFORT-RABATT                 |
| <br>AF-S NIKKOR 200-500 mm f/5,6E ED VR<br><b>150€</b> SOFORT-RABATT     | <br>AF-S NIKKOR 16-35 mm f/4G ED VR<br><b>120€</b> SOFORT-RABATT       |
| <br>AF-S NIKKOR 28-300 mm f/3,5-5,6G ED VR<br><b>100€</b> SOFORT-RABATT  | <br>AF-S NIKKOR 24-120 mm f/4G ED VR<br><b>100€</b> SOFORT-RABATT      |
| <br>AF-S MICRO NIKKOR 105 mm f/2,8G IF ED VR<br><b>80€</b> SOFORT-RABATT | <br>AF-P NIKKOR 70-300 mm f/4,5-5,6E ED VR<br><b>50€</b> SOFORT-RABATT |

### DX Spiegelreflexkameras und Objektive

|   |   |
|---|---|
| <br>D7500 Gehäuse und Kits<br><b>300€</b> SOFORT-RABATT                      | <br>D5600 Gehäuse und Kits<br><b>100€</b> SOFORT-RABATT                    |
| <br>D3500 Kits<br><b>100€</b> SOFORT-RABATT                                  | <br>AF-S DX NIKKOR 18-300 mm f/3,5-6,3G ED VR<br><b>100€</b> SOFORT-RABATT |
| <br>AF-S DX NIKKOR 16-80 mm f/2,8-4E ED VR<br><b>100€</b> SOFORT-RABATT      | <br>AF-P DX NIKKOR 10-20 mm f/4,5-5,6G VR<br><b>50€</b> SOFORT-RABATT      |
| <br>AF-S DX NIKKOR 18-200 mm f/3,5-5,6G ED VR II<br><b>40€</b> SOFORT-RABATT | <br>AF-P DX NIKKOR 70-300 mm f/4,5-6,3G ED VR<br><b>30€</b> SOFORT-RABATT  |

auf [www.mynikon.de/sofortrabatt](http://www.mynikon.de/sofortrabatt). Nikon begleitet die Sofort-Rabatt-Aktion mit umfangreichen Kommunikationsmaßnahmen in Print- und Online-Medien und in Social-Media-Kanälen. Als zusätzliches Qualitätsversprechen haben die Käufer von Nikkor-Objektiven in Deutschland nach wie vor die Möglichkeit, die einjährige Garantie um weitere 4 Jahre zu verlängern. Zur Aktivierung dieser Zusatz-Garantie ist eine Registrierung durch den Käufer innerhalb von 90 Tagen ab dem Kaufdatum unter [www.mynikon.de/garantie](http://www.mynikon.de/garantie) erforderlich. Hier finden sich auch alle weiteren Informationen und die ausführlichen Aktionsbedingungen.

### Impulse für bessere Bilder

imaging+foto-contact hat mit René Rüdüsühli, der bei der Nikon GmbH als General Manager Imaging die Gesamtverantwortung für Vertrieb, Customer Service sowie Business Planning & Strategy für Deutschland und die Schweiz trägt, über die Hintergründe der Sofort-Rabatt-Aktion und die Ziele auf dem Kameramarkt gesprochen.

**imaging+foto-contact:** Herr Rüdüsühli, in Ihrer großen Sommer-Aktion räumen Sie hohe Rabatte auf Kamera- und Objektivkäufe ein. Sind Aktivitäten dieser Art wirklich das beste Mittel, um die Nachfrage zu beleben?

**René Rüdüsühli:** Das beste Mittel, um die Nachfrage zu beleben, sind ohne Zweifel Innovationen. Und hier hat Nikon ja gerade in jüngster Zeit mit der Einführung der Z 6 und der Z 7 wichtige Impulse gegeben. Andererseits wissen wir, dass befristete Sonderaktionen wie Cashback oder jetzt der Sofort-Rabatt gerade auf dem deutschen Markt hervorragend funktionieren. Deshalb wollen wir unsere Han-

## Neues Firmware-Update für Nikon Z 7 und Z 6

Nikon hat für die spiegellosen Vollformatkameras Z 7 und Z 6 die Firmware-Version 2.0 angekündigt. Sie umfasst die Einführung des Autofokus mit Augen-erkennung, eine Erweiterung der Autofokus-Empfindlichkeit bei schwachem Licht und die Möglichkeit einer kontinuierlichen Belichtungsmessung mit der Funktion



Mit dem Firmware-Update wird die Leistung der Nikon Z 6 und Z 7 (Abb.) weiter vergrößert.

„Serienaufnahme H (erweitert)“.

Der neue Augen-AF erkennt im Modus für automatische Messfeldsteuerung (AF-S, AF-C) menschliche Augen und stellt automatisch darauf scharf. Wenn die Augen mehrerer Personen erkannt werden, kann – auch bei Verwendung des elektronischen Suchers – der Multifunktionswähler oder der Sub-Wähler verwendet werden, um das Auge auszuwählen, auf welches die Kamera fokussieren soll.

Für das Fotografieren und Filmen dunkler oder schwach ausgeleuchteter Szenen wird die untere Grenze des Empfindlichkeitsbereichs für den Autofokus bei der Nikon Z 7 von  $-1$  LW auf  $-2$  LW und bei der Z 6 von  $-2$  LW auf  $-3,5$  LW erweitert. Im Modus „Autofokus mit wenig Licht“ der Z 6 wird die AF-Empfindlichkeit von  $-4$  LW auf  $-6$  LW erweitert, so dass der Auto-

fokus auch bei sehr schlechten Lichtverhältnissen genutzt werden kann.

Die Firmware-Version 2.0 unterstützt eine nachführende Belichtungsmessung jedes Einzelbildes auch für den Modus „Serienaufnahmen H (erweitert)“.



Der neue Augen-AF legt die Schärfe automatisch auf menschliche Augen.

Dabei wird die Belichtung nun ebenso schnell angepasst, wie die Schärfe nachgeführt wird, so dass auch Serienbilder nicht nur scharf, sondern auch korrekt belichtet sind – selbst dann, wenn sich die Helligkeit der Szene während der Aufnahme einer Fotoserie ändert.

Die neue Firmware kann kostenlos aus dem Nikon Download Center heruntergeladen werden: <https://downloadcenter.nikonimglib.com/>

## Handel

delspartner auch in diesem Jahr mit einer großen Aktion dabei unterstützen, von der Sommersaison mit Nikon Produkten besonders zu profitieren. Der von uns erstmals in dieser Form angebotene Sofort-Rabatt erleichtert auch dem Endverbraucher die Teilnahme. Denn es gibt keine Registrierung und kein Einreichen von Belegen.

**imaging+foto-contact:** *Zu den Aktionsmodellen gehören auch die Vollformat-Systemskameras Nikon Z 6 und Z 7. Haben diese beiden Modelle Ihre Erwartungen bisher nicht erfüllt?*

**René Rüdüsühli:** Im Gegenteil. Die Markteinführung der Nikon Z 6 und Z 7 ist eine beeindruckende Erfolgsgeschichte. Wir haben diese Kameras entwickelt, um zunächst vor allem Profis und sehr engagierte Amateure zu erreichen, die diese Modelle auch hervorragend aufgenommen haben. Dabei haben zahlreiche Testsiege die überragende Qualität dieser innovativen Kameras bestätigt. Das gilt sowohl für die etablierten Special Interest Medien als auch für die Stiftung Warentest, die quasi als Doppelspitze mit einem Sehr Gut (1,4) beide Modelle als Testsieger auslobte. Damit sind die Z 6 und die Z 7 die bis dato besten jemals getesteten Systemkameras. Mit der Integration der beiden Neuheiten in die Rabatt-Aktion geben wir unseren Handelspartnern die Möglichkeit, nach dem erfolgreichen Start weitere Zielgruppen für diese erstklassigen Produkte zu begeistern.

**imaging+foto-contact:** *Nun werden die Sommer-Rabatte nichts an der*

*Tatsache ändern, dass die meisten Konsumenten am liebsten mit ihrem Smartphone fotografieren. Mit welchen Argumenten wollen Sie diese Zielgruppe überzeugen, in eine Kamera zu investieren?*

**René Rüdüsühli:** Mit den Argumenten, die Sie auch auf den Visuals der Rabatt-Aktion finden: Mehr Licht, Mehr Details. Dabei geht es ja gar nicht darum, die Menschen vom Fotografieren mit dem Smartphone abzuhalten. Im Gegenteil: Dadurch fangen viele Konsumenten erst an, sich für das Fotografieren zu begeistern. Und für richtig gute Fotos und Videos braucht man – bei allem Respekt vor den Technologien der Smartphones – nach wie vor eine Kamera. Das ist eine Frage der Physik. Der Qualitätsvorsprung von Spiegelreflexkameras ist schon beim



DX-Format groß und beim FX-Format gigantisch. Mit dem Z Bajonett bauen wir diesen Vorsprung weiter aus, denn der 55 mm große Innendurchmesser gibt uns zusammen mit der spiegellosen Konstruktion die Möglichkeit, noch mehr Licht mit dem Objektiv einzufangen – und das in einem kompakten Kameragehäuse. Dass Nikon Objektive Weltklasse sind, ist schon seit vielen Jahrzehnten



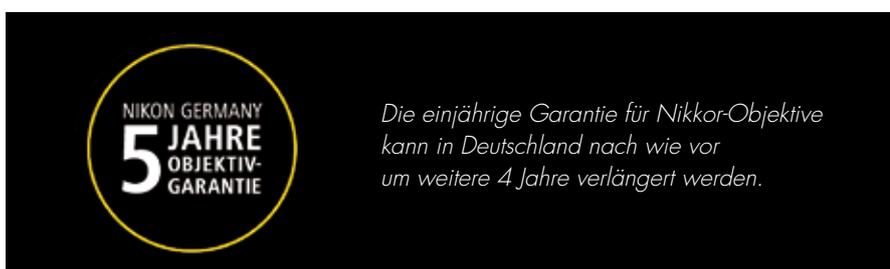
*René Rüdüsühli, General Manager Imaging bei der Nikon GmbH: „Mit der Sommer-Rabattaktion unterstützen wir den Fotohandel dabei, von der Sommersaison mit Nikon Produkten besonders zu profitieren.“*

bekannt. Mit dem Z Bajonett haben wir die Voraussetzungen geschaffen, dieses Qualitätsniveau in Zukunft noch weiter zu steigern. Unser neuer Claim „Capture Tomorrow“ ist deshalb mehr als berechtigt.

**imaging+foto-contact:** *Nun ist die Zahl der Um- oder Aufsteiger, die man mit Produkten wie der Z 6 oder Z 7 gewinnen kann, doch recht begrenzt. Wäre es nicht wirkungsvoller gewesen, das neue System in populäreren Preisklassen einzuführen?*

**René Rüdüsühli:** Es ist für High-Tech-Hersteller durchaus nicht ungewöhnlich, Innovationen zuerst in der Premium-Klasse einzuführen. Das machen uns die Automobilhersteller seit Jahren erfolgreich vor. Und auch die Kollegen aus der TV-Branche bauen Innovationen wie OLED Displays oder 8K-Auflösung nicht zuerst in Einstiegermodelle ein. Natürlich bietet das Z Bajonett großes Potential, auch weitere Zielgruppen für Nikon und das Fotografieren mit Systemkameras zu gewinnen.

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



# Integrierte Kommunikationskampagne für Batis-Objektivfamilie

Eine neue, integrierte 360-Grad-Kommunikationskampagne für die Batis-Objektivfamilie soll die Aufmerksamkeit der Konsumenten auf den Zeiss-Look lenken. Darunter verstehen engagierte Fotografen den speziellen Charakter von Bildern, die mit Zeiss Objektiven entstanden sind. Die im Mai gestartete Kampagne soll zeigen, wie dieser einzigartige Look entsteht und welche technischen Besonderheiten ganz besondere Fotos möglich machen.



*Im Mittelpunkt des Films steht die Arbeit des britischen Fotografen Ed Norton im marokkanischen Marrakesch.*

## Der Zeiss-Look

Im Mittelpunkt der Kampagne steht die Zeiss Batis Objektivfamilie, die speziell für die spiegellosen Vollformatkameras der Alpha 7- und Alpha 9-Serie von Sony entwickelt wurde und mit allen E-Mount Kameras kompatibel ist. Aktuell sind fünf Brennweiten von 18 bis zu 135 Millimetern verfügbar, die mit einer spiegellosen Kamera ein handliches, leichtes aber dennoch leistungsstarkes System bilden können.

„Immer häufiger sind wir im Gespräch mit unseren Kunden und Fotografen dem Begriff des Zeiss Looks begegnet“, erklärte Björn Pados, Produktmanager für Foto-Objektive bei Zeiss Consumer Products. „Deshalb wollen wir mit dieser neuen Kampagne gemeinsam die Besonderheiten dieses Looks erkunden und aufzeigen. Mit unseren Zeiss Experten haben wir die wichtigsten Faktoren

nochmals zusammengefasst und dargestellt, was das für unsere Nutzer bedeutet.“ Entscheidend für den Zeiss Look, so Pados weiter, seien die außergewöhnliche Bildschärfe, die natürlichen Farben und der sogenannte 3D-Pop-Effekt. Durch diesen hebe sich das Objekt im Fokusbereich beinahe plastisch vom unscharfen Vorder- oder Hintergrund ab.

### Mit den Augen des Profis

Vermittelt werden diese Informationen in einem Film, der die Arbeit des britischen Reise- und Landschaftsfotografen Ed Norton in Marrakesch zum Thema hat. Norton erklärt dabei nicht nur, was für ihn persönlich den Zeiss Look ausmacht. Die Qualität der Bilder und ihre natürlichen Farben versetzen den Betrachter direkt in die lebendige

Umgebung der marokkanischen Metropole. Johannes Zellner, Wissenschaftler und Director Systems Design, Consumer Products von Zeiss, erläutert dabei im Film die technischen Voraussetzungen, die solche Bilder ermöglichen, z. B. die für Zeiss typische Kombination aus T\*-Mehrschichtvergütung und hoch lichtdurchlässigen Gläsern. „Erstmals zeigen wir mit dieser Kampagne, wie unsere Technologie und unsere jahrelange Erfahrung in der Objektiventwicklung dazu beiträgt, kreative fotografische Visionen der Nutzer von Zeiss Objektiven umzusetzen,“ betonte Pados. Der Film sowie seine Kurzversionen werden mit flankierenden Maßnahmen in den sozialen Medien ausgespielt. Dazu gibt es die Kampagnen-Website [www.zeiss.de/batis](http://www.zeiss.de/batis), Online-Werbung, Veröffentlichungen in Blogs, PoS-Materialien, einen Händlerfolder und Elemente für einen neu gestalteten Messeauftritt.

# Olympus stellt robuste Tough TG-6 vor

## Mehr Möglichkeiten

Mit der Tough TG-6 bringt Olympus Anfang Juli ein neues Flaggschiff der erfolgreichen Serie von Outdoor-Kameras aus den Markt. Das neue Modell ist wie gewohnt wasserdicht bis zu einer Tiefe von 15 m, staubdicht, stoßfest bis 2,1 m, bruchsicher bis 100 kg und frostsicher bis zu -10 °C. Eine doppelte Schutzglas-konstruktion soll verhindern, dass das Objektiv beschlägt. Neu sind einige Unterwassermodi und Makro-Optionen; die Auflösung des Displays wurde auf 1,04 Millionen Bildpunkte erhöht. Zudem gibt es neues Systemzubehör.

Für gute Bilder ist die Tough TG-6 mit einem 12-Megapixel-Backlit-

CMOS-Sensor, dem bewährten F2/25-100-mm-Zoomobjektiv und dem aus der OM-D E-MIX bekannten TruePic VIII-Bildprozessor ausgestattet. Mit dem neuen digitalen Telekonverter kann die Zoomleistung verdoppelt werden. Auf dem Sensorschutzglas reduziert eine Antireflexbeschichtung Geisterlichter und Streulichteffekte. Wer seine Fotos bearbeiten möchte, kann auch RAW-Daten speichern. Dank des Olympus Feldsensordsystems können die Bilder mit Daten wie Standort, Höhe/Tiefe und Luft-/Wassertemperatur versehen werden. Die Kamera ist WLAN-fähig für das kabellose Steuern und Teilen von Aufnahmen per Mobilgerät mit der Olympus OI.Share App.

Das variable Makrosystem ermöglicht ab einer Mindestentfernung von nur 1 cm ab Frontlinse und einer maximalen 7-fachen Aufnahmevergrößerung spektakuläre Aufnahmen. Dafür stehen die vier Modi Mikroskopie, Mikroskop-Kontroll-Modus, Focus Bracketing und

Focus Stacking. Bei Letzterem kann die Zahl der Einzelbilder von 3 bis 10 Aufnahmen festgelegt werden.

Die TG-6 ist mit fünf Modi für Unterwasseraufnahmen ausgestattet: Unterwasser-Weitwinkel, Unterwasser-Schnappschuss, Unterwasser-Marko, Unterwasser HDR und der neue Unterwassermikroskop-Modus. Der bewährte Unterwasser-Weißabgleich wurde auf drei Varianten erweitert und bietet jetzt eine Farbanpassung für Aufnahmen in größeren Tiefen. Videos nimmt die Kamera in 4K/30p (Zeitlupe



Die große Zubehör-Palette bietet die Chance für zusätzlichen Umsatz.

in Full HD) auf. Die TG-6 wird in den Farben in Rot und Schwarz geliefert und soll 479 Euro (UVP) kosten.

## Neues Zubehör

Zur Einführung der TG-6 hat Olympus auch die Zubehörpalette für die robuste Kamera erweitert. Zu den Neuheiten gehören das PT-059 Unterwasergehäuse für die Aufnahme von Fotos und Videos in Tiefen von bis zu 45 m und der LB-T01 Objektivschutz zum Schutz des Objektivs vor Schmutz und Kratzern. Es lässt sich durch Drehen leicht öffnen/schließen und kann auch mit Handschuhen bedient werden.

## Sommerpromotion für OM-D Kameras

Olympus unterstützt den Fotohandel beim Verkauf von OM-D Kameras mit einer attraktiven Zugabe- und Cashback-Aktion: Bis zum 15. August 2019 gibt es beim Kauf einer E-M10 Mark III das Objektiv M.Zuiko Digital 45mm F1.8 im Wert von 329 Euro gratis dazu. Wer sich für eine E-M1 Mark II entscheidet, bekommt den Akkugriff HLD-9 im Wert von 299 Euro (UVP) als Zugabe.

Wer im Aktionszeitraum eine OM-D E-M1X in Verbindung mit einem der drei ausgewählten M.Zuiko Pro Objektive erwirbt, erhält 300 Euro Cashback. Das gilt für die Varianten M.Zuiko Digital ED 300mm F4 IS Pro, M.Zuiko Digital 12-100mm F4 IS Pro und M.Zuiko Digital 40-150mm F2.8 Pro. Beide Produkte müssen zusammen auf der Rechnung ausgewiesen sein. Pro Kunde gibt es nur einmal Cashback, auch wenn mehrere M.Zuiko Objektive gekauft werden. Zudem läuft den ganzen Sommer über wieder die Olympus Sommertour mit zahlreichen Workshops und Fotoevents in mehr als zehn deutschen Städten. Termine und Themen sind auf [www.my.olympus-consumer.com/olympus-sommertour](http://www.my.olympus-consumer.com/olympus-sommertour) zu finden.

## Gariz Design: Edle Taschen aus Leder



Gariz Tablet-Tasche im zeitlosen Design

Die durch die Lübecker Firma Siolox vertriebenen Lederwaren von Gariz Design zeichnen sich durch hohe Funktionalität, hochwertige Materialien und herausragende

Verarbeitung aus. Die Gerbung verleiht den Ledern warme Töne; die edle Oberfläche der Ledertaschen und -accessoires vermittelt einen Hauch von Luxus. Das Sortiment von Gariz Design richtet sich an Geschäftsleute, Reisende und Fotoenthusiasten.

Die Gariz Aktentasche mit abgerundeten Ecken kann sowohl durch ihre zwei Ledertragegriffe als auch durch den abnehmbaren Gurt über der Schulter getragen werden. Das großzügige Innere bietet ausreichend Raum für ein Laptop nebst Dokumenten und anderen wichtigen Accessoires. Sie verfügt über eine Innentasche mit Reißverschluss, zwei Halter für Stifte, zwei Speicherkarten-Taschen, ein flaches Fach für Kabel und ein verstellbares Innenfach, in dem das Smartphone im flachen Zustand und eine Powerbank oder Kompaktkamera nach dem Lösen von zwei Druckknöpfen bequem Platz findet. Die Aktentasche ist in Braun und Schwarz für 409,95 Euro (UVP) erhältlich. Zum Lieferumfang gehören ein Schutzbeutel und ein hochwertiger Geschenkkarton. Die Gariz Laptop-Tasche bietet Platz für alle 13"-Geräte und kann im aufgeklappten Zustand als praktische Schreibtisch-Unterlage genutzt werden kann. Eine kleine Lederlasche verhindert das Verrutschen des Laptops beim Arbeiten. Sie ist in den Farben Braun und Schwarz verfügbar und kostet 169,95 Euro (UVP).

Die Gariz Tablet-Tasche mit Maßen von 33 x 24,5 cm (BxH) eignet sich für das Apple iPad Pro 12,9" sowie viele andere 13" Tablets. Die edle Verschlussklappe mit polierten Druckknopf-Beschlägen verhindert ein ungewolltes Herausfallen des Tablets. Innen verfügt sie über einen eingearbeiteten Stifthalter

aus Alcantara. Die Tablet-Tasche ist in Mokka-Braun und Schwarz für 119,95 Euro (UVP) in einer hochwertigen Geschenkbox erhältlich.

## DJI: Neue Osmo Action

Die neue Osmo Action ist kompakt und hält dank des robusten Gehäuses widrigen Bedingungen stand. Sie ist staubgeschützt, stoßsicher, wasserdicht und kann bei Minusgraden eingesetzt werden. Der 2,25 Zoll große Touchscreen auf der Rückseite verfügt über eine spezielle Beschichtung gegen Fingerabdrücke. Der 1,4 Zoll große Bildschirm auf der Vorderseite macht Vlogging einfach. Mit einer Helligkeit von 750 Nits ist der Bildschirm der Osmo Action auch unter direktem Sonnenlicht nutzbar.

Die interaktive Bedienung der Osmo Action, Action OS (operatives System), erfolgt mit Hilfe von drei Tasten: Kamera ein- und ausschalten, Aufnahme starten und zwischen unterschiedlichen Video- und Fotomodi wechseln.



Der 1/2.3 Zoll große Sensor der Osmo Action nimmt Fotos mit 12 Megapixeln und Videos in 4K bei 60 fps mit 100 MBit/s auf. Ein asphärisches Objektiv mit drei Linsen ist verzerrungsarm und reduziert Verwölbungseffekte

Die Osmo Action ist die erste DJI Handheld-Kamera mit RockSteady, der elektronischen Bildstabilisierung (EIS)-Technologie von DJI. Hochleistungs-Stabilisierungsalgorithmen zeichnen in Verbindung mit EIS jedes Video flüssig, stabil und qualitativ hochwertig auf, selbst bei 4K/60fps. Darüber hinaus ist die Osmo Action in der Lage, HDR-Videos (High Dynamic Range) mit 4K/30fps aufzunehmen.

Die Osmo Action ist ab sofort für 379 Euro (UVP) verfügbar.

# Neues Lumix-Einsteigermodell von Panasonic

## Kompakt und smart

Mit der neuen Lumix GX880 hat Panasonic eine aktualisierte Version seiner kompaktesten DSLM-Systemkamera angekündigt. Das neue Modell macht mit 4K- und Beauty-Funktionen den Einstieg ins Micro FourThirds System für alle Kunden attraktiv, die sich mehr Gestaltungsmöglichkeiten wünschen, als ihr Smartphone bieten kann. Die bietet die neue Kamera auch bei der Aufnahme von Selfies.

Für hohe Bildqualität sorgt bewährte Aufnahmetechnik: Der Digital-Live-MOS-Sensor mit 16 Megapixeln Auflösung hat keinen Tiefpass-Filter und kommt in Zusammenarbeit mit dem aktuellen Venus Engine Bildprozessor auf eine maximale Empfindlichkeit von ISO 25.600. Das Kontrast-AF-System mit DFD (Depth from Defocus) Technologie tauscht die Daten mit dem Objektiv mit max. 240 B/s aus und ermöglicht eine AF-Reaktionszeit von

nur ca. 0,07 Sek. Dank der Multi-Prozessor-Leistung ermöglicht die Lumix GX880 Highspeed-Serienaufnahmen in voller Auflösung mit Gewindigkeiten von bis zu 5,8 B/s (AFS) bzw. 5 B/s (AFC).

Die neue Kamera kann nicht nur Fotos im professionellen RAW-Format speichern, sondern diese auch in der Kamera entwickeln, um daraus JPEG-Fotos nach persönlichen Vorgaben zu erzeugen. So können neben dem Farbraum (sRGB/AdobeRGB) die Parameter für Weißabgleich, Belichtungskorrektur, Kontrast, Lichter/Schatten, Sättigung, Rauschunterdrückung und Schärfe variiert werden. Darüber hinaus lassen sich die Lumix Fotostile sowie die intelligente Dynamikbereichs- und Auflösungssteuerung anwenden.

### Selfies mit Variationen

Für die Aufnahme von Selfies lässt sich der 3 Zoll/ 7,5 cm große, berührungsempfindliche LCD Monitor mit 1,04 Mio. Bildpunkten um 180 Grad hochklappen; dann wechselt die GX880 automatisch in den Selbstauslöser-Modus. Dieser bietet diverse neue

Funktionen, darunter die mit der bekannten 4K-Fotofunktion vergleichbare 4K Selfie-Funktion. Damit kann man nach der Aufnahme einer Bildserie mit 30 B/s in 4K Auflösung nachträglich das Bild auszuwählen, das den richtigen Moment festhält.

Damit macht die GX880 4K-Selfies ohne Einschränkung des Bildwinkels möglich. So werden auch Hintergrund oder Landschaft mit aufgenommen. Mit einem passenden Objektiv, z. B. dem Lumix G VARIO 12-32mm, kann die Kamera im 4K-Selfie-Modus den vollen 24mm-Bildwinkel ohne Beschnitt des Ausschnitts nutzen und so auch Hintergründe, Landschaften und größere Personengruppen ins Bild bringen. Dabei haben die Nutzer die Wahl zwischen dem breiteren Bildwinkel bei 15 B/s oder dem konventionellen Ausschnitt bei 30 B/s. Selfies können auch als Panoramabilder aufgenommen werden. Die Creative-Control Filter Expressiv, Retro-, High Key-, Monochrom- und Spielzeug-Effekt funktionieren auch im Selbstauslöser-Modus. Neu ist auch die Möglichkeit, stimmungsvolle Selfies bei Nacht aufzunehmen. Dabei werden das Hauptmotiv und der Hintergrund separat aufgenommen und die Bilder anschließend zusammengerechnet, um einen natürlichen Eindruck zu erzielen.

### Mehr Beauty

Verschiedene Beauty-Funktionen sollen die Anwender der Lumix GX880 bei der Portraitfotografie unterstützen. Im Aufnahmemodus Soft Skin sieht die Haut glatter aus, Slimming verschlankt die Gesichtslinien in 10 feinen



Die GX880 ist mit der Panasonic Image App kompatibel.

Schritten. Zudem kann man wählen, ob der Hintergrund unscharf oder scharf abgebildet werden soll. Die Einstellung Defokus hebt das Hauptmotiv scharf von den anderen Bildinhalten ab, Clear dagegen sorgt für Schärfe im Vorder- und Hintergrund.

Nach der Aufnahme erlaubt die Beauty-Retouch-Funktion ein virtuelles Gesichts-Make-up. Mit diesem optischen Facelifting lassen sich Hautunreinheiten kaschieren oder hellere Zähne erzielen. In der Make-up-Retusche kann der Nutzer die Farbe der Hautcreme, der Lippen, der Wangen und des Lidschattens beeinflussen.

#### 4K für Fotos und Videos

Die 4K-Fotofunktion erlaubt es, eine Bildserie mit mit 30 B/s als Videodatei aufzuzeichnen und später das beste Bild als einzelnes Foto mit 8 Megapixel Auflösung zu speichern. Bis zu 150 Bilder können ab einem bestimmten Foto in fünf Sekunden gespeichert werden. Auch die aus anderen Lumix Modellen bekannte Post Focus Funktion zur nachträglichen Bestimmung der Schärfe-Ebene sowie Focus Stacking für die Erzeugung eines Fotos mit durchgehender Schärfe aus einer Serie von Aufnahmen mit unterschied-



Das schlanke Gehäuse der Lumix GX880 wiegt nur 240 g.

lichen Fokuspunkten sind an Bord. Die Lumix GX880 ist mit WiFi (IEEE 802.11 b/g/n) ausgestattet und mit der Panasonic Image App kompatibel. Sie macht es möglich, die Kamera vom Mobilgerät aus zu bedienen und die Bilder von dort aus zu teilen. Mit der Jump Snap Funktion der App kann man auch Selfies aufnehmen, während die Person mit dem Smartphone in der Hand hochspringt. Das Mobilgerät erkennt, wenn sich das Motiv in der höchsten Position befindet und löst die Kamera aus.

Die Lumix GX880 kommt ab Juni 2019 in Silber-Schwarz zum Preis von 449 Euro (UVP inklusive 12-32mm Zoom) in den Handel.



Die aufgeräumte wirkende Rückseite gibt bei der Bedienung wenig Rätsel auf.

## 1. German Street Photography Festival

Vom 21. bis 23. Juni feiert das German Street Photography Festival im Hamburger Goldbekhaus Premiere. Hauptsponsor und Technikpartner des Festivals ist die Kameramarke Lumix.

Unter dem Leitmotiv „mein Kiez“ zeigt eine Fotoausstellung Werke bekannter deutscher Streetfotografen sowie die Gewinnerbilder des Fotowettbewerbs, für den sich professionelle und Hobbyfotografen im Vorfeld des Festivals mit ihren Bildern bewerben können. Die Gewinner des Wettbewerbs werden im Rahmen der Veranstaltung präsentiert und ausgezeichnet.

Beim Street Photography Slam besprechen erfahrene Fotografen zuvor eingereichte Fotos und teilen ihre Einschätzungen mit dem Publikum. Das German Street Photography Symposium, das für angemeldete Teilnehmer zugänglich ist, bietet zahlreiche Vorträge und Diskussionsrunden.



„Streetfotografen haben eine bedeutende Rolle gespielt, um unseren spiegellosen Systemkameras vor etwas mehr als 10 Jahren zum Durchbruch zu verhelfen“, betonte Michael Langbehn, Head of PR, Media und Sponsoring bei Panasonic Deutschland. „Sie haben zu den ersten gehört, die in der kompakten und leichten Bauweise entscheidende Vorteile für sich entdeckt haben. Die Marke Lumix ist dem Genre daher auf besondere Weise verbunden, weshalb es für uns auch eine große Freude ist, von Beginn an als Partner und Unterstützer beim German Street Photography Festival dabei zu sein.“

### Bestimmt nicht nur für Bild-Leser

# Die Volkskamera Lumix GX80K

Bild, nach eigenen Angaben „Deutschlands reichweitenstärkste Medienmarke“, hat zum 200. Mal den Titel Volksprodukt\* vergeben. Zum Jubiläum wurde die Lumix GX80K von Panasonic zur Volkskamera\* gekürt und ist jetzt im Bundle mit dem G Vario 1.3,5 -5,6/12-32 mm Ashp. Mega O.I.S Weitwinkelzoom-Objektiv zum attraktiven Aktionspreis von 444 Euro erhältlich.

Im Vergleich mit der bisherigen Preisempfehlung von 599 bietet das Einsteigermodell, das bei seiner Markteinführung vor drei Jahren noch 699 Euro kostete und in vielen Test hervorragend abgeschnitten hat, ein geradezu spektakuläres Preis-/Leistungsverhältnis. Denn mit der 5-Achsen-Dual-IS-Bildstabilisierung, bei der die Funktion des OIS-Bildstabilisators im Objektiv (2 Achsen) mit dem Gehäuse-Bildstabilisator in der Kamera (5 Achsen) kombiniert wird, werden um bis zu 4-EV-Stufen längere Verschlusszeiten aus der Hand möglich. Der neue große 16-Megapixel MOS-Sensor arbeitet ohne Tiefpassfilter und erlaubt Lichtempfindlichkeiten von bis zu ISO 25.600. Da die Kamera mit einem magnetischen Antrieb für den mechanischen Verschluss ausgestattet ist, werden Erschütterungen durch die

schnelle Bewegung der Verschlusslamellen im Vergleich zum konventionellen Motorantrieb um rund 90 Prozent verringert. So kann selbst auch mit dem mechanischen Verschluss sehr leise fotografiert werden.

Mit ihrem kontrastreichen Sucher mit 2,8 Mio. Bildpunkten und einem effektiven Vergrößerungsfaktor von 0,7x sowie der Fähigkeit, 4K-Videos aufzunehmen und mit der 4K-Foto-Funktion mit 30 Bildern/Sekunde unwiederbringliche Momente festzuhalten, eignet sich die Lumix GX80K hervorragend als Türöffner in die Welt der spiegellosen Systemkameras, in dem durch den Micro FourThirds Standard eine besonders große Auswahl von Objektiven zur Verfügung steht.

### Starke Videofunktionen

Die Lumix GX80K nimmt nicht nur 4K-Videos in 30p auf, sondern erlaubt auch das 4K-Cropping schon live während der Videoaufnahme, um ruhige Schwenks oder Zoomfahrten zu erreichen. Bei Panorama-Aufnahmen können der Anfangs- und Endpunkt festgelegt werden, bei Zoomfahrten der größte und kleinste Bildwinkel. Weil diese Funktionen digital und ohne Bewegung von optischen Linsen funktioniert, entsteht ein besonders ruhiger Bildeindruck.

Weitere Verkaufsargumente: Der Hybrid-Kontrast-Autofokus stellt die

**Volks**.Kamera



*Natürlich gibt es inzwischen noch modernere Kameras, aber mit ihre umfassenden Ausstattung und immer noch hohen Leistung ist die Volkskamera für 444 Euro ein sehr attraktives Einsteiger-Angebot.*

Motive sehr schnell automatisch scharf, und die Post Focus Option macht es sogar möglich, die Schärfe-Ebene im Bild nachträglich zu verändern. Zudem ermöglicht die GX80K automatische Belichtungsreihen nicht nur für unterschiedliche Verschlusszeiten, sondern auch für Weißabgleich, Fokus und Blende. Die Fokus-Belichtungsreihe erlaubt die Aufnahmen von maximal 999 Fotos mit unterschiedlichen Schärfepunkten. Bei der Blenden-Belichtungsreihe kann der Fotograf mit unterschiedlich großen Schärfentiefebereichen arbeiten.

Der berührungsempfindliche LCD-Monitor der Kamera ist schwenkbar und erlaubt so auch Aufnahmen aus ungewöhnlichen Perspektiven. Und nicht zuletzt ist die Lumix GX80K trotz ihrer kompletten Ausstattung sehr flach, kompakt und gut zu bedienen.

\* Bild spricht von Volks-Produkt und Volks-Kamera. Wir haben uns dagegen für die korrekte Schreibweise entschieden, weil in der deutschen Sprache zwei Hauptwörter entweder mit einem „s“ oder einem Bindestrich verbunden werden, aber nicht mit beiden Elementen gleichzeitig.

# Cewe legt im ersten Quartal weiter zu Verkaufsrekord bei Cewe Fotobüchern

Cewe bleibt auch im ersten Quartal 2019 auf Wachstumskurs: Im Vergleich zum ersten Quartal des Vorjahres stieg der Umsatz des Bild- und Druckdienstleisters um 7,5 Prozent auf 140,4 Mio. Euro. Mit 1,9 Mio. Euro liegt das operative Ergebnis (EBIT) ebenfalls deutlich über dem Vorjahresniveau (Q1 2018: 0,2 Mio. Euro). Dabei erwies sich das Kerngeschäft Fotofinishing erneut als Wachstumstreiber: Der umsatzstärkste Geschäftsbereich legte kräftig um 9,6 Prozent auf 103,5 Mio. Euro zu.

Cewe hat im ersten Quartal 2019 mit 1,334 Mio. Exemplaren rund 84.000 mehr Cewe Fotobücher verkauft als in der Vorjahresperiode. Das ist die größte Anzahl, die Cewe jemals in einem ersten Quartal abgesetzt hat. „Obwohl das Ostergeschäft in diesem Jahr anders als 2018 erst in das zweite Quartal fiel, haben wir unser Cewe Fotobuch im ersten Quartal 2019 so oft verkauft wie in keinem Auftaktquartal zuvor“, erklärte Cewe Vorstandschef Dr. Christian Friege. „Es freut uns, dass damit gerade unser wichtigstes Produkt erheblich zum Unternehmenswachstum beiträgt.“

Gute Resultate zeigten auch andere Markenartikel wie Cewe Kalender, Cewe Cards, Cewe Wandbilder und



*In diesem Jahr verließen so viele Cewe Fotobücher wie nie zuvor in einem ersten Quartal die Cewe Produktionsbetriebe.*

Cewe Sofortfotos. Auch die Akquisition des französischen App-Spezialisten Cheerz trug zum Umsatzplus des Bereichs Fotofinishing bei. Die Anzahl der verarbeiteten Fotos wuchs im ersten Quartal um 8,7 Prozent auf 506,3 Mio. Stück. Mit dem Umsatzwachstum verbesserte sich auch die Profitabilität des Fotofinishing-Geschäfts auf ein EBIT von 3,0 Mio. Euro (Q1 2018: 1,4 Mio. Euro). Mit der kürzlich verkündeten Übernahme des Wandbild-Spezialisten WhiteWall wird Cewe den Geschäftsbereich

zusätzlich stärken und erwartet für die Zukunft einen nachhaltig positiven Effekt auf Umsatz, Ertrag und Unternehmenswert. Dabei soll WhiteWall unter seiner eigenständigen Marke mit eigener Produktion fortgeführt werden.

## Organisches Wachstum im Online-Druck

Obwohl die Laserline-Akquisition nach mehr als einem Jahr keine Effekte auf die Vergleichszahlen mehr hatte, legte auch der Umsatz im Geschäftsbereich Kommerzieller Online-Druck weiter zu und erreichte im ersten Quartal ein organisches Wachstum von 3,3 Prozent auf 25,2 Mio. Euro. Ein besseres Ergebnis wurde durch den weiterhin

## Unternehmen

hohen Preisdruck im Inland sowie das durch die Brexit-Auswirkungen geschwächte UK-Geschäft verhindert. Das EBIT des Geschäftsbereichs lag mit -0,4 Mio. Euro marginal unter dem Vorjahresergebnis.

Durch den bewussten Verzicht auf margenschwache Geschäfte im Hardware-Einzelhandel sank der Umsatz dieses Geschäftsbereichs weiter um 4,2 Prozent auf 10,4 Mio. Euro. Diese Strategie zahle sich aus, betonte Cewe, denn das operative Ergebnis habe sich mit -0,4 Mio. Euro gegenüber dem 1. Quartal des Vorjahres (-0,5 Mio. Euro) leicht verbessert gezeigt. Das Ergebnis des ersten Quartals ist im Einzelhandel saisonbedingt traditionell negativ, zumal die im Einzelhandel erzielten Photo-finishing-Umsätze im entsprechenden Geschäftsbereich verbucht werden.

### Prognose bekräftigt

Die guten Ergebnisse des ersten Quartals bekräftigen die Prognose des Vorstandes für das Gesamtjahr 2019. Zusätzliche Wachstumsimpulse erwartet Cewe ab Jahresmitte von der Akquisition des Wandbild-Spezialisten WhiteWall. Entsprechend erhöht der Vorstand das ursprüngliche Umsatzziel für 2019 von 655 bis 690 Mio. Euro auf 675 bis 710 Mio. Euro. Aufgrund des u. a. durch Transaktionskosten noch leicht negativ erwarteten EBIT-Beitrags von WhiteWall in 2019 passt der Vorstand die untere EBIT-Zielgrenze von 52 Mio. Euro auf 51 Mio. Euro an. Nach dem Erfolg des ersten Quartals bleibt der obere Wert der geplanten EBIT-Zielbandbreite unverändert bei 58 Mio. Euro. Für das Geschäftsjahr 2018 wird Cewe den Aktionären auf der kommenden Hauptversammlung am 5. Juni 2019 eine Dividende von 1,95 Euro vorschlagen – das wäre die zehnte Dividendenerhöhung in Folge.

## Neues Voigtlander 35mm/1:1,4 Nokton VM II ab Anfang Juli verfügbar

Das neue Voigtlander 35 mm / 1:1,4 Nokton VM II ist ein kompaktes Reportageobjektiv, das eine hohe Lichtstärke bietet. Es eignet sich sowohl für die analoge als auch die digitale Fotografie. Das Objektiv kommt in einem hochwertig gefertigten Vollmetallgehäuse und bietet eine symmetrische Linsenkonfiguration. Das Objektiv lässt sich mit Hilfe eines Adapters an zahlreiche Digitalkameras mit MFT- oder E-Bajonett ansetzen.

Für eine neutrale Farbwiedergabe sowie einen klassisch anmutenden Farbcharakter kann zwischen Mehrschichtvergütung und Einschichtvergütung gewählt werden.



Das Objektiv wird als Version II voraussichtlich Anfang Juli 2019 verfügbar sein. Der Preis liegt bei 649 Euro (UVP). Die optional erhältliche Gegenlichtblende LH-6 ist für 79 Euro (UVP) erhältlich.

## Limitierte Leica CL „100 Jahre bauhaus“

Die Sonderedition Leica CL „100 Jahre bauhaus“ umfasst die silberne Ausführung der CL Kamera, ein Objektiv Elmarit-TL 1:2.8/18 ASPH., ebenfalls in Silber, sowie einen Trageriemen. Die Kamera-Beleuchtung und der Ledertrageriemen sind mit einer Prägung des Bauhaus-Schriftzuges versehen. Eine weitere Besonderheit der Leica CL „100 Jahre bauhaus“ ist die diskrete Ausführung des Leica Logos in Schwarz auf dem Kameragehäuse. Die Leica CL „100 Jahre bauhaus“ ist ab dem 27. Mai verfügbar.



Die Auflage ist auf eine Stückzahl von 150 Exemplaren limitiert und zum Preis von 3.750 Euro erhältlich.

## Novoflex erweitert TriPod Stativsystem

Die neue Stativschulter BasicPod ist mit einem Gewicht von nur 52 Gramm um 260 Gramm leichter als die Standard-Stativbasis. Dabei ist sie besonders stabil und bis zu 15 kg belastbar. Darüber hinaus bietet sie zwei wählbare feststehende Beinabspreizwinkel mit jeweils 25° und 80°.

BasicPod wird mit drei 15 cm langen Mini-Makrobeinen ausgeliefert und ist somit sofort als Mini- bzw. Tischstativ einsetzbar. Besonders für den Outdoor-Einsatz am BasicPod sind die Quadroleg-Falt-Wanderstöcke geeignet. Somit lässt sich auch die kompaktere BasicPod nach dem Baukastenprinzip den individuellen Bedürfnissen und Gegebenheiten anpassen.

Die neue leichte Stativschulter BasicPod ist ab sofort zum Preis von 79 Euro lieferbar. Zusätzlich sind zwei Wander-Stativsets für Trekkingtouren mit jeweils zwei Carbon Wanderstöcken und einem Carbonbein verfügbar. Die Preise für die Trekking-Sets betragen 359 Euro bzw. 399 Euro (jeweils UVP).



# Der neue SureLab SL-D800 Drucker von Epson

## Für Händler und Fotografen

Mit dem SureLab SL-D800 hat Epson einen Drucker für den gewerblichen Fotodruck angekündigt. Das Gerät soll seinen Platz bei Bilddienstleistern, in Foto-geschäften, bei Fotografen oder in kleineren Fotolaboren und in Copyshops finden. Auch als Ergänzung zu Selbstbedienungsterminals am PoS ist es gut geeignet.

Mit dem Nachfolger des SureLabs D700 können Fotohändler und Fotografen ihre Angebotspalette erweitern und dabei die Umwelt schonen. Alle Verbesserungen gegenüber dem Vorgänger gehen auf Anregungen von Kunden zurück.

Um den zahlreichen Kundenwünschen gerecht zu werden, wurde der SureLab SL-D800 Drucker für den Einsatz mit verschiedenen Medien ausgelegt. Das Inkjet-Gerät ist für Papiere mit hochglänzender, glänzender und matter Oberfläche geeignet und für die Verarbeitung von Rollenware mit Breiten von 89 bis 210 mm ausgelegt. Damit kann es Fotos in Längen von 50 bis 1.000 mm produzieren, und zwar mit einer hohen Druckgeschwindigkeit von bis zu 360 Bildern (15 x 10 cm) pro Stunde. Dank der bewährten Epson Tintenstrahltechnologie erzielt das SureLab SL-D800 eine hohe Bild-



Der SureLab SL-D800 druckt bis zu 360 Bilder (15 x 10 cm) pro Stunde.



qualität mit sehr großem Farbraum, tiefen Schwarztönen und gleichmäßig hohem Glanz.

### Zuverlässiger Betrieb

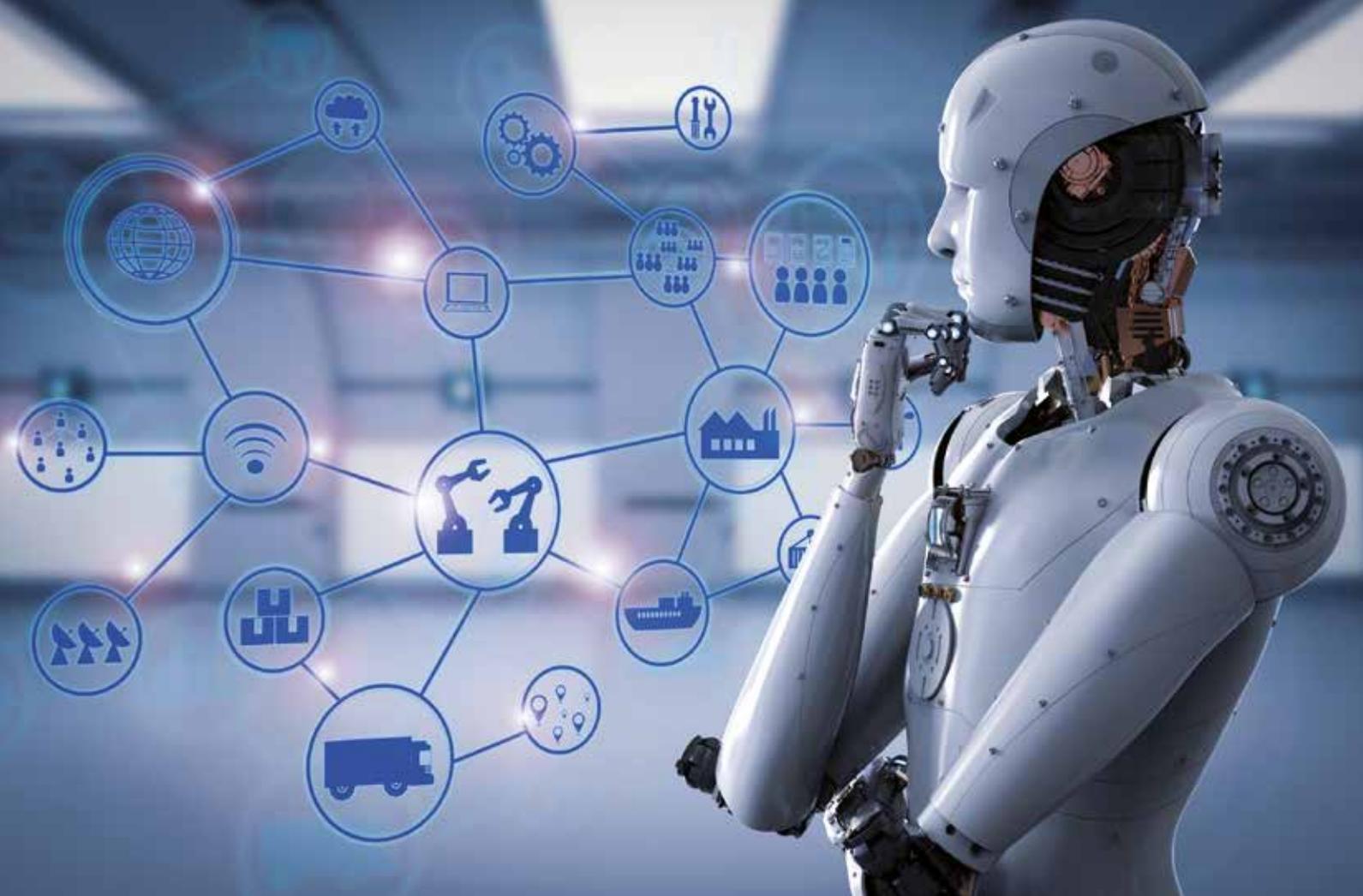
Die langen Wartungsintervalle und der insgesamt geringe Serviceaufwand macht den Betrieb des SureLab SL-D800 sehr wirtschaftlich. Mit einer effizienten Heiz- und Lüfertechnologie wurden Stromverbrauch und Geräuschpegel im Bereitschaftsmodus spürbar reduziert. Das Gerät wurde auf große Zuverlässigkeit angelegt, um es den Anwendern zu erlauben, den Kunden einen unterbrechungsfreien Service anzubieten.

„Der SureLab SL-D800 baut auf dem Erfolg seines Vorgängers, dem SureLab D700, auf“, erläuterte Frank Schenk,

Head of Professional Graphics and Industrial Printing der Epson Deutschland GmbH, die Positionierung des Geräts. „Der neue SureLab besitzt dieselben kompakten Abmessungen wie sein Vorgänger, ist langlebig und auf Medienvielfalt, Geschwindigkeit und Fotodruck in hoher Qualität ausgelegt. Aufgrund seines robusten Papierfaches sowie einer Rollenspindel, die den Wechsel der Medien besonders einfach macht, passt er sich mühelos in jede Arbeitsumgebung ein. Eines unserer Hauptanliegen ist es, Kunden Gesamtlösungen anzubieten. Neben dem Gerät erhalten Kunden bei uns daher auch Original Epson Tinten und Medien sowie passende Softwarepakete. Der SureLab SL-D800 bedeutet für den Fotohandel eine Komplettlösung aus einer Hand, was wertvolle Zeit spart.“



Das Gerät ist auch gut als Ergänzung zu Selbstbedienungsterminals geeignet. Dabei können mehrere Drucker kombiniert werden.



## Künstliche Intelligenz beim PIV Expertentalk

# Ende der Kreativität?

Künstliche Intelligenz (KI) ist derzeit ein Schlüsselwort in vielen Technologie-Branchen und wird auch im Imaging-Sektor häufig diskutiert. In der jüngsten Auflage der sporadisch durchgeführten Expertentalks hat jetzt der Photoindustrie-Verband (PIV) das Thema aufgegriffen. Dabei ging es unter anderem um die Frage, ob Algorithmen Kunst erzeugen können oder Künstliche Intelligenz (KI) die kreativen Potenziale der Fotografie zerstören kann.

Zuvor hatten in einer vom PIV auf dem Business Forum Imaging Cologne 2019 durchgeführten Kurzumfrage zum Thema Künstliche Intelligenz knapp 70 Prozent der Befragten die Erwartung geäußert, dass auch die Imaging-Branche von diesem Trend profitieren wird. 97 Prozent der Antworten gingen davon aus, dass KI innerhalb der nächsten drei Jahre in der Branche mehr Anwendungen finden wird. Vom Einsatz künstlicher Intelligenz versprechen sich 66 Prozent der Befragten mehr Benutzerfreundlichkeit, 60 Prozent die leichtere Bewältigung großer Datenmengen sowie die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen. Die Senkung von Kosten spielt dagegen eine eher rudimentäre Rolle und

wird nur von 20 Prozent der Teilnehmer favorisiert.

Großen Nutzen von KI sehen die befragten Branchenvertreter u. a. in der Entwicklung von Software für Bildbearbeitung, der Bilderanalyse für die Informationsgewinnung und in der Personalisierung von Produkten.

In der Expertenrunde aus dem Fotografen Caleb Ridgeway (Das Fotostudio), dem Startup-Unternehmer Cedric Larrat (Deep Art Effects) sowie dem KI-Spezialisten Jan Werth (Phytec) waren sich die Teilnehmer einig, dass die Fotografie ein technisches System mit physikalischen und chemischen Grundlagen ist, die zunächst überhaupt nichts mit Kreativität zu tun haben. Denn die Wissenschaft ist das

Fundament für das „System Fotografie“, das den Menschen (oder „intelligenten“ Technologien) die Möglichkeit bietet, Kunstwerke zu erschaffen.

### Das kreative Potential

Während Ridgeway die Fotografie vor allem als ein persönliches Ausdrucksmittel sieht, will Cedric Larrat mit seiner App auch un kreativen Menschen die Möglichkeit geben, jedes Bild mit einem durch KI erzeugten Kunststil zu individualisieren und in ein einzigartiges Produkt zu verwandeln. Jan Werth sieht darin keinen Widerspruch. „Das Besondere an künstlicher Intelligenz ist, dass das System in der Lage ist, zu lernen – aus sich heraus und vor allem vom Verhalten des Users“, erklärte der KI-Experte. „Algorithmen sind zwar irgendwann einmal programmiert worden, das System entwickelt sich aber durch kreatives Zutun des Nutzers immer weiter. Künstliche Intelligenz hat also, wenn sie selbstlernend ist, kreatives Potenzial.“ Einig waren sich die Experten darin, dass KI die Imaging-Welt so erweitern könne, dass in Zukunft ganz neue Arten von Kunst, Forschung und Kreativität möglich werden. Mit „Generative Imaging“ entstehen sogar völlig neue Bilder, die nicht nur durch KI erzeugt, sondern auch auf ihr echtes Aussehen hin überprüft werden: „Das ist eine Revolution im Imaging mit ungeahnten Möglichkeiten, aber auch mit Folgen“, erklärte Cedric Larrat. „Denn Bilder können auch von jeglichem Wahrheits- oder Wirklichkeitsanspruch entkoppelt werden.“ Die Forschung und Entwicklung geht dabei heute noch weiter: Aus gesprochenen Texten und Beschreibungen werden mit KI generativ neue Bilder geschaffen, die keine visuelle Quelle mehr haben, sondern ausschließlich fiktiv sind. Das soll aber nicht den Anfang

vom Ende der Kameras bzw. Aufnahmegeräte bedeuten. Denn Fotos haben immer noch die Funktion, besondere Momente und Erinnerungen festzuhalten. Das kann auch die beste KI nicht leisten. Allerdings kann sie den Fotografen unterstützen, indem sie z. B. Fototipps gibt oder zeigt, von welchem Aufnahmeort aus man zu welchem Zeitpunkt das beste Bild bekommt.

### Inhalte erkennen und nutzen

Neben Generative Imaging gibt es in der bildrelevanten Branche einen weiteren großen Trend, die Bilderkennung. Dabei geht es nicht um das Fotografieren, sondern vor allem darum, Informationen aus Bildern herauszuziehen, zu analysieren und weiterzuverarbeiten“, so Werth. Imaging fungiert bei diesen Anwendungen, die vom autonomen Fahren bis hin zur Qualitätskontrolle in der Produktion reichen, nicht in erster Linie als bildgebende Technik, sondern als Datensammler. Auf der Basis der Analyse von visuellen Inhalten kann KI Informationen und Handlungsanweisungen geben: Wo muss ich hinlaufen? Wie voll ist der Kühlschrank? Solche Systeme, erläuterte Cedric Larrat, können mit der Erkennung akustischer Signale gekoppelt werden, um die Bilddaten zu verifizieren und einzuordnen. Dieses Erkennen von Realität durch die Synthese von Bild- und Audiodaten sehen alle Experten der Runde als den nächsten wichtigen Schritt in der Weiterentwicklung von KI im Imaging-Sektor.

### Individuelle Kameras

Der Einsatz von KI könnte es möglich machen, die Kamera von morgen über einen eigenen App-Baukasten individuell zu konfigurieren. Richtig neu, diese Anmerkung sei der Redaktion

gestattet, ist der Gedanke nicht: Bereits 2010 veröffentlichte die Stanford University das Konzept der experimentellen Kamera-Plattform „Frankencamera“, hinter dem die Idee eines frei programmierbaren Aufnahmegepärs stand. Sie wurde von einem der Entwickler, Professor Hendrik Lensch (Universität Ulm) auf dem Business Forum Imaging Cologne 2011 der europäischen Branche vorgestellt. Künstliche Intelligenz, so die Teilnehmer des PIV-Expertentalks, könnte ganz neue Modelle für das Kamerageschäft mit sich bringen: Jeder bestellt nur die Funktionen, die er für seine Fähigkeiten und Vorlieben braucht. „Meine eigene kreative Intelligenz ist der künstlichen Intelligenz insofern in künstlerischen Prozessen überlegen, weil nur ich weiß, was ich eigentlich fotografieren will und was ich genau tun muss, um die Idee in ein starkes Bild umzusetzen“, resümierte Caleb Ridgeway die Ergebnisse der Diskussionsrunde aus der Sicht eines Foto-Praktikers. „Trotzdem kann ich mir natürlich einige Bereiche in meiner beruflichen Tätigkeit als Profifotograf vorstellen, in denen mir künstliche Intelligenz hilft, z. B. bei der Selektion großer Foto-Mengen oder bei der perfekten Postproduktion von Videos.“ So erscheint die Symbiose aus künstlicher und menschlicher Intelligenz als beste Lösung für die Zukunft.

Der PIV will jedenfalls bei diesem Thema am Ball bleiben: Auf dem nächsten Branchentalk am 18. September 2019 in Berlin werden weitere Experten unter dem Motto „KI – Von reiner Fiktion zur realen Marktchance“ über den Einsatz von selbstlernenden Systemen in der Imaging-Branche diskutieren. Informationen über und die Anmeldeunterlagen für die Veranstaltung gibt es auf der PIV Website [www.piv-imaging.com](http://www.piv-imaging.com) unter „Termine“.

# Warum Vitec Imaging Solutions auf Vielfalt Marken schaffen Mehr

Mit Neuheiten und strategischen Akquisitionen hat Vitec Imaging Solutions in den vergangenen Jahren sein Zubehör-Sortiment konsequent ausgebaut. Neben den bewährten Premium-Marken Manfrotto und Gitzo kamen dabei unter anderem Lowepro, Joby und zuletzt der neuseeländische Videospezialist Syrp dazu. Gleichzeitig verstärkte das Unternehmen auch seine Marketing-Aktivitäten und intensivierte die Zusammenarbeit mit den Handelspartnern. **imaging+foto-contact** hat mit Jörg Schönbeck, Geschäftsführer der Vitec Imaging Distribution GmbH, über die Ziele und Strategien des Unternehmens gesprochen.

**imaging+foto-contact:** *Seit einigen Jahren investiert die Vitec Group wie kaum ein anderes Unternehmen in das Segment Foto- und Videozubehör. Dieses Segment hängt traditionell stark vom Kameraverkauf ab, der sich kontinuierlich abwärts entwickelt. Auch die aktuellen Marktzahlen für das erste Quartal lassen zumindest für Deutschland keine Trendwende erkennen. Gestatten Sie uns deshalb bitte die Eingangsfrage: Lohnt sich der Aufwand eigentlich noch?*



*Jörg Schönbeck, Geschäftsführer der Vitec Imaging Distribution GmbH: „Weder Hersteller noch Händler können das Internet als Vertriebsweg ignorieren.“*

**Jörg Schönbeck:** Ja, das Zubehörgeschäft lohnt sich – vor allem dann, wenn man den Blick nicht allein auf die verkauften Kamera-Stückzahlen richtet. Der Fotomarkt ist – wie andere Märkte auch – im Zeitalter der Digitalisierung vor allem viel komplexer geworden als früher. Die Menschen haben heute die Wahl zwischen zahlreichen unterschiedlichen Aufnahme-geräten – von der Vollformat-Spiegelreflexkamera über spiegellose Modelle und Kompaktkameras bis zu Drohnen, Actioncams und natürlich den Smartphones. Und sie haben die Wahl zwischen ganz verschiedenen Anwendungen, vom klassischen Foto und Videofilm, über das Teilen in sozialen Netzwerken bis zur Life-Übertragung auf Facebook oder YouTube. Das hat auch Konsequenzen für das Zubehör-Geschäft.

**imaging+foto-contact:** *Welche Konsequenzen sind das?*

**Jörg Schönbeck:** Der Wandel zur digitalen Gesellschaft verändert auch das Konsumentenverhalten, die Handelsstrukturen und natürlich die Produktentwicklung. So reicht es z. B. nicht mehr aus, nur eine klassische Fototasche anzubieten, die Platz bietet für eine oder zwei Kameras, ein paar Objektive sowie ein Stativ und etwas Zubehör. Die Menschen haben heute vielleicht gar keine klassische Kamera dabei, möchten aber ihre Actioncam, einen Gimbal, eine Drohne sowie ihr Laptop oder Tablet mitnehmen und erwarten ein Design, das ihrem persönlichen Geschmack entspricht. Auf solche Bedürfnisse geben wir mit unseren Marken Manfrotto und Lowepro zahlreiche Antworten. Ähnliches gilt für den Bereich Stative. Ein Naturfotograf mit einer schweren Spiegelreflex-Ausrüstung hat hier ganz andere Ansprüche als ein Tourist mit einer kompakten, spiegellosen Systemkamera oder ein Vlogger, der Videos mit seinem Smartphone aufnimmt, das er z. B. mit einem Joby Stativ an einem Geländer befestigen oder mit einem Mini-Rig veracklungsarm bewegen möchte. Dieser Vlogger braucht vielleicht zusätzlich noch ein kleines Mikrofon und eine Lichtlösung.

**imaging+foto-contact:** *Bieten denn die als Kamera-Killer bekannten Smartphones tatsächlich Chancen für den Zubehör-Verkauf?*

**Jörg Schönbeck:** Selbstverständlich. Ich habe ja gerade ein Beispiel

# setzt wert

Mit dem richtigen Zubehör kann der Fachhandel auch Smartphone-Fotografen und Vlogger als Kunden gewinnen.



genannt, aber es gibt noch sehr viel mehr. Die Fotofähigkeiten von Smartphones haben sich gerade in jüngster Zeit spektakulär verbessert, was sich ja auch in der Zusammenarbeit von Herstellern wie Huawei und Leica ausdrückt.

Das Thema Zubehör ist allerdings auch nicht ganz neu, denn eines der erfolgreichsten Produkte seit Erfindung der Handy-Fotografie ist bekanntlich der Selfie-Stick. Heute wird er durch kleine Stativ, Gimbals und Mini-Rigs ergänzt, weil die Konsumenten mit ihren Mobilgeräten nicht nur fotografieren, sondern auch filmen.

**imaging+foto-contact:** Nun gelten Smartphone-Fotografen und vor allen Dingen Vlogger eher als junge Zielgruppe. Suchen die ihre Zubehör-Angebote nicht lieber online als beim Fachhandel?

**Jörg Schönbeck:** Das Internet spielt als Vertriebsweg in allen Segmenten eine immer größere Rolle, und die

Fotobranche ist davon besonders betroffen. Das können weder Hersteller noch Händler ignorieren, denn Kameras und Zubehör rangieren derzeit auf Platz 3 in der Rangliste der Produkte, die am häufigsten online gekauft werden. Das bedeutet aber nicht, dass der Fachhandel hier keine Rolle spielen kann. Im Gegenteil: Viele Kunden wissen gar nicht, mit welchem Zubehör sie ihre Fotos und Videos verbessern können. Hier kann gerade der qualifizierte Fachhandel durch kompetente Beratung Nachfrage schaffen. Für den Fotohandel bietet Fotozubehör für Smartphones zudem die Chance, Kunden anzusprechen, die sonst gar nicht ins Geschäft kommen würden.

**imaging+foto-contact:** Wie kann man denn diese Kunden erreichen?

**Jörg Schönbeck:** Das ist in der Tat eine interessante Frage, an deren Antwort wir auch noch arbeiten. Für den Handel ist es besonders naheliegend, erst einmal das Schaufenster zu nutzen und z. B. ein Smartphone mit Stativ, Lichtlösung und Mikrofon zu dekorieren.

**imaging+foto-contact:** Sprechen wir einmal über den klassischen Bereich des Zubehörs zur Kamera. Stativ und Taschen gibt es praktisch an jeder Ecke. Warum sollte ein Fotohändler auf Vitec Imaging Solutions und ihre Marken setzen?

**Jörg Schönbeck:** Ich möchte drei Kriterien nennen: Qualität, Partnerschaft und Innovation. Die Vitec Gruppe ist der weltgrößte Hersteller von Stativsystemen, und sie ist bekanntlich nicht in China zu Hause. Wir produzieren vielmehr in unserer hochmodernen, nach dem Prinzip Industrie 4.0 automatisierten Fertigungsstätte in Italien nach europäischen Standards und bezahlen unsere Mitarbeiter mit europäischen Löhnen. Damit erweitern wir den Qualitätsbegriff über Zuverlässigkeit und Funktionalität hinaus um Kriterien wie faire Bedingungen und Nachhaltigkeit. Das sind übrigens auch gute Argumente für den Fachhandel, denn die Kunden sind in dieser Hinsicht sehr kritisch geworden, wie wir aus der aktuellen Diskussion zu den Themen Klima und Plastikmüll erkennen können. Dass die Premium-Qualität unserer Produkte auch von unabhängiger Seite anerkannt wird, zeigt ganz aktuell die Auszeichnung des Manfrotto befree GT Carbon Stativs mit TIPA-Award 2019 als bestes Reisestativ der Welt.

**imaging+foto-contact:** Was kann sich der Fotohandel unter dem von Ihnen erwähnten Thema Partnerschaft vorstellen?



→  
Auch System-Energie-Lösungen gehören zum Sortiment von Vitec Imaging Solutions.

## Interview

**Jörg Schönbeck:** Wir verstehen Partnerschaft als Geben und Nehmen. Das heißt von unserer Seite, dass wir den Fachhandel mit vielfältigen Maßnahmen unterstützen: 1. durch ein Produktsortiment, das sich in Qualität und Design deutlich von billiger Massenware unterscheidet, 2. durch attraktive PoS-Präsentationen vom Display bis zum kompletten Shop-in-Shop-System, 3. durch attraktive Abverkaufsaktionen wie z. B. die aktuelle Cashback-Promotion für Manfrotto und Lowepro, 4. durch Unterstützung von Hausmessen und Auftritten auf Foto-Events wie aktuell dem Umweltfotofestival horizonte

zingst oder der Photo+Adventure in Duisburg. Auch auf rund 60 Hausmessen unserer Handelspartner sind wir präsent. 5. sprechen wir die Konsumenten durch gezielte Werbung in Fachmedien und sozialen Netzwerken an. Auch die zahlreichen Profis, die wir als Ambassadeure für unsere Premium-Marken Manfrotto, Gitzo und Lowepro einsetzen, unterstützen die Argumente unserer Handelspartner durch ihre glaubwürdigen Erfahrungsberichte aus der Praxis. Zudem helfen uns gerade die Ambassadeure sehr bei der Weiterentwicklung unserer Produkte.

**imaging+foto-contact:** Wobei wir beim dritten Punkt wären, den Sie erwähnt haben: Innovationen.

**Jörg Schönbeck:** Das ist richtig. Tatsächlich investiert die Vitec Gruppe intensiv in die Weiterentwicklung unseres Sortiments durch Neuheiten und Verbesserungen existierender Produkte. Dabei greifen wir nicht nur die Anregungen unserer Ambassadeure auf, sondern auch die Wünsche der Konsumenten, die wir aus dem Dialog mit den Anwendern über soziale Netzwerke kennen. Selbstverständlich nehmen wir auch gerne Anregungen unserer Handelspartner auf. Und natürlich beobachten wir intensiv den Markt. So konnten wir durch Zubehör für die Smartphone-Fotografie neue Wachstumspotentiale erschließen und haben mit der Akquisition von Joby eine Marke in unserer Portfolio integriert, die gerade bei jungen Konsumenten sehr gut akzeptiert wird.

Auch die vielfältigen Einsatzgebiete von Drohnen haben wir frühzeitig erkannt und dieses Segment mit interessanten Zubehör-Ideen erschlossen. Deshalb komme ich jetzt gerne noch einmal auf Ihre Eingangsfrage zurück: Auch wenn die Verkäufe klassischer Kameras zurückgehen, lohnt sich das Geschäft mit Zubehör, und zwar für Hersteller und den Fotohandel. Für den Fotohandel lohnt es sich besonders, wenn er sich mit Vitec einen Partner aussucht, der konsequent in den Wachstumssegmenten innovative Lösungen entwickelt, ein großes Portfolio attraktiver Marken anbietet und nicht zuletzt durch eine partnerschaftliche, zuverlässige Vertriebspolitik die Voraussetzungen für gute Erträge schafft.

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

### Neuer Outdoor-Rucksack von Lowepro

Der neue Photo Active Outdoor-Fotorucksack von Lowepro wurde für Fotografen entwickelt, die einen leichten und dennoch stabilen Rucksack bevorzugen. Mit dem vom Lowepro FreeLine bekannten Einteiler-System QuickShelf kann das Innenleben immer wieder neu an die Ausrüstung angepasst werden. Der Rucksack ist in zwei unterschiedlichen Größen jeweils in Schwarz und Blau erhältlich. Der Photo Active BP 300 AW wiegt 1,48 Kilogramm und hat ein Innenvolumen von 25 Litern. Hier lassen sich z. B. eine spiegellose oder eine DSLR-Kamera, zwei Objektive, ein Gimbal und ein 15-Zoll Laptop verstauen.

Der Photo Active BP 200 AW ist etwas kleiner und fasst bei einem Gewicht von nur 1,22 Kilogramm eine CSC- oder eine DSLR-Kamera, ein Objektiv, einen Gimbal sowie im Laptopfach entweder einen 12-Zoll-Laptop oder einen 2-Liter-Trinkbeutel.

Die Photo Active Rucksäcke mit All Weather Cover sind ab Ende Juni zu Preisen von 168,54 Euro (UVP Photo Active BP 200) und 198,33 Euro (UVP Photo Active BP 300) erhältlich.



*Mit dem vom Lowepro QuickShelf-System kann das Innenleben der Lowepro Photo Active Rucksäcke immer wieder neu an die Ausrüstung angepasst werden.*

**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

**Suche gebrauchte Minilabs**

Tel: 0048 604 283868  
Lowim@wp.pl



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

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

**Fotogeschäft in 52064 Aachen  
zu verkaufen**  
Foto Beissel • Bahnhofstraße 10  
52064 Aachen • Tel. 0157-58410157

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

Kameras und Objektive von:

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

**Anzeigenschluss für Kleinanzeigen  
im imaging+foto-contact  
Ausgabe 8/2019  
ist der 19. Juli 2019.**

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

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

Autorisierte Vertragswerkstatt

**Canon  
CPS.**

**Panasonic**

**Pioneer**

**SONY**  
Authorized Service Center  
**PRO  
SUPPORT**

**TAMRON**



Reparaturservice  
Herbert Geissler GmbH

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

**Inserentenverzeichnis**

DNP ..... 2. U.

Cewe..... 4. U.

Vitec/Manfrotto ..... 9

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. 48 v. 1. Januar 2019

**Gestaltung:** Susanne Blum

**Vertrieb:** Barbara Klumps

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

**Druck:**  
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

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

**Erfüllungsort und Gerichtsstand:**  
Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung  
und Urhebervermerk.

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

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen  
für Zeitungen und Zeitschriften.

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

ISSN: 1430-1121

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 [cewe.de/preise](http://cewe.de/preise)  
Anbieter: CEWE Stiftung & Co. KGaA, Meerweg 30-32, 26133 Oldenburg

mein  
cewe fotobuch

[cewe.de](http://cewe.de)