€ 4,– • ISSN 1430 - 1121 • 49. Jahrgang • 30605

imaging+foto contact

6-7
2020

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

Kontaktloses Drucken und Omnichannel-Funktionen

Die neue Generation der Cewe Fotostation

Ricoh Imaging: Ausblick auf Pentax Neuheiten
Besser im Detail

In einer Web-Konferenz hat Ricoh Imaging über seine Pläne für Pentax-Neuheiten gesprochen, die bis 2021 auf den Markt kommen sollen. Ein lichtstarkes Portraitobjektiv ist schon im Juni dieses Jahres erhältlich. S. 10

Bewegte Bilder mit neuen Sony Kameras
Für Vlogger und Filmer

Mit der neuen ZV-1 hat Sony speziell für Vlogger eine kompakte Kamera mit 1-Zoll-Sensor entwickelt, die mit einem seitlich aufklappbaren LCD-Screen sowie vielseitigen Audio-Optionen ausgestattet ist. S. 13

Neues ED 12-45 mm F4 Pro Kit und vieles mehr
Die smarten Olympus-Kombis

Nachdem Olympus Anfang 2020 das kompakte M.Zuiko Digital ED 12-45 mm F4 Pro vorgestellt hat, kommt die Linse jetzt im Kit mit der ebenfalls handlichen OM-D E-M5 Mark III auf den Markt. S. 16

Original CEWE FOTOBUCH
von Jörg Uhlenbrock
CEWE FOTOBUCH Kunde

„Best Photo Print Service Worldwide“
Mehrfacher Gewinner des TIPA-Awards 2008 / 2018 / 2019/2020

Die schönsten Geschichten erzählt man mit CEWE.

Gestalten Sie eine bleibende Erinnerung, die immer wieder Freude bereitet.

cewe.de

mein cewe fotobuch

Innovationen wären gerade jetzt hilfreich

Impulse gesucht

Dass diese Ausgabe von imaging+foto-contact etwas später erscheint als ursprünglich geplant, hat einen guten Grund: Nach der Absage der photokina wegen der Corona-Pandemie haben wir gehofft, die für den 27. Mai geplanten Neuheiten noch in diesem Heft vorstellen zu können. Daraus wurde leider nichts, denn während aktive Händler kreativ werden, um ihre Kunden wieder in die Geschäfte zu locken, scheinen sich wichtige Hersteller noch in Schockstarre zu befinden. Hoffen wir, dass sich das schnell ändert.

Thomas Blömer, Verleger

Dass Impulse durch Innovationen fehlen, ist schon deshalb bedauerlich, weil trotz der Krise und der Konsumzurückhaltung der Konsumenten bei aktiven Händlern durchaus etwas geht. Natürlich wachsen nirgendwo die Umsätze in den Himmel, aber kluge Strategien tragen wesentlich dazu bei, die Rückgänge in Grenzen zu halten. So hat Foto Koch in Düsseldorf soeben die ersten Online-Fototage mit guten Ergebnissen abgeschlossen. Besonders erfreulich dabei: Das Team um Geschäftsführer Thomas Görner hat im Rahmen dieses innovativen Events den Kunden natürlich attraktive Angebote gemacht, aber vor allem Wege gefunden, die Konsumenten mit interessanten Inhalten einzubinden und für das Fotografieren und Videofilmen zu begeistern. Mehr als 50 Beiträge, Workshops und Tutorials standen auf dem Programm, und dazu haben auch die Lieferanten mit professionellem Content beigetragen. Dazu kamen drei Challenges, bei denen die Kunden mit eigenen Bildern attraktive Preise gewinnen konnten und diese Chance auch in großer Zahl nutzten.

Eine weitere gute Nachricht kommt aus der Zentrale der United Imaging Group, die für alle ihre Marken eine Aktionsbeilage herausbringt, mit der die Mitglieder zum Ferienbeginn ihre Kunden ansprechen und aktivieren können.

Denn genau darauf kommt es jetzt an: das Fotografieren und Filmen im Gespräch zu halten. Und das ist trotz der noch nicht überwundenen Krise wichtig: Zum einen beschäftigen sich viele Menschen, die mehr Zeit zu Hause verbringen, mit ihren Fotos, und zum anderen sind Online-Konferenzen und Videotelefonate ohne Kameras nicht denkbar. Erfreulicherweise hat Sony für solche Anwendungen soeben ein interessantes Produkt angekündigt, das wir in dieser Ausgabe vorstellen. Andere Hersteller versuchen mit Software auch die bereits verkauften Kameras für Webcam-Einsätze fit zu machen. Offensichtlich brauchten sie erst eine Krise, um zu verstehen, dass ihre Geräte auch zur Kommunikation genutzt werden können.

All dies zeigt: Die Lage ist nicht hoffnungslos, aber ohne Innovationen wird es nicht lange gut gehen. Natürlich könnten auch attraktive Neuheiten der derzeitigen Kaufzurückhaltung der Kunden nur begrenzt entgegenwirken. Sie würden aber dazu beitragen, das Fotografieren und Filmen im Gespräch zu halten, und sie würden vor allem Begehrlichkeiten für das Weihnachtsgeschäft wecken, in dem der Fotohandel bekanntlich den größten Teil seiner Umsätze erzielt. Ganz aktuell macht die Senkung der Mehrwertsteuer Hoffnung, dass daraus etwas werden könnte.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Cewe rüstet Fotostationen für Omnichannel-Anwendungen auf Kontaktlos drucken 20

Editorial

Innovationen wären gerade jetzt hilfreich Impulse gesucht 3

Wichtiges aus foto-contact.de 6, 7

Internationale Messen und Kongresse

tPIC 2020 ausschließlich digital Online aus der Krise 8

IFA kündigt Special Edition für 2020 an Vier Events an drei Tagen 9

Neuheiten 15

Ricoh Imaging: Ausblick auf Pentax Neuheiten Besser im Detail 10

Neue High-Tech Bildsensoren von Sony Die ersten mit KI 12

Bewegte Bilder mit neuen Sony Kameras Für Vlogger und Filmer. 13

Neues ED 12-45 mm F4 Pro Kit Die smarten Olympus-Kombis 16

Bewegte Bilder mit neuen Sony Kameras Für Vlogger und Filmer

Mit der neuen ZV-1 hat Sony speziell für Vlogger eine kompakte Kamera mit 1-Zoll-Sensor entwickelt, die mit einem seitlich aufklappbaren LCD-Screen sowie vielseitigen Audiooptionen ausgestattet ist und interessante neue Einstellungsmöglichkeiten bietet. Ebenfalls neu ist die 4K Handycam FDR-AX43 mit modernen Bildstabilisierungstechnologien. Seite 13

NEUHEITEN

Cewe Fotostation für Omnichannel-Anwendung Kontaktlos drucken

Cewe hat mit der Platzierung der neuen Generation seiner Fotostation im Einzelhandel begonnen. Die in neuem Design gestalteten Sofortdruckterminals sind erstmals mit einem QR-/Barcode-Scanner ausgestattet, der innovative Omnichannel-Anwendungen ermöglicht. Zusätzlich hat Cewe als schnelle Reaktion auf die Corona-Krise jetzt die Möglichkeit geschaffen, Bildprodukte im Sofortdruck völlig kontaktlos mit dem eigenen Smartphone zu bestellen, ohne dass die Kunden das Display der Cewe Fotostation berühren müssen. Diese Option wird in Kürze nicht nur bei den neuen Terminals, sondern auch bei den installierten Fotostationen verfügbar sein, die mit dem Internet verbunden sind. Seite 20

ZUM TITELBILD

Neue High-Tech Bildsensoren von Sony Die ersten mit KI

Mit zwei Varianten des Intelligent Vision Sensors führt die Sony Corporation die nach eigenen Angaben weltweit ersten Bildsensoren mit KI-Verarbeitungsfunktion ein. Sie können aus großen Dateien nur die für die Nutzung von Cloud-Diensten erforderlichen Daten extrahieren, um die Latenzen bei der Datenübertragung zu verkürzen, Datenschutzvorgaben umzusetzen sowie den Energieverbrauch und die Kommunikationskosten zu senken. Auch zahlreiche Anwendungen im Einzelhandel und in der Industrie sollen durch KI-fähige Kameras mit Intelligent Vision Sensor möglich werden. Seite 12

Neues ED 12-45 mm F4 Pro Kit Die smarten Olympus-Kombis

Nachdem Olympus Anfang 2020 mit dem M.Zuiko Digital ED 12-45 mm F4 Pro das laut Hersteller derzeit kompakteste und leichteste Standardzoomobjektiv der Welt vorgestellt hat, kommt die Linse jetzt im Kit mit der ebenfalls handlichen OM-D E-M5 Mark III für 1.599 Euro (UVP) auf den Markt. Ein weiteres Kit kombiniert die kleine Systemkamera mit dem LS-P4 Linear-PCM-Recorder und weiterem Zubehör, um Vloggern zum Preis von 1.999 Euro eine professionelle Lösung für Videoaufnahmen mit gutem Ton anzubieten. Seite 16

NEUHEITEN

Inhalt

NEUHEITEN

Ricoh Imaging: Ausblick auf Pentax Neuheiten
Besser im Detail

Eigentlich wollte Ricoh Imaging auf der diesjährigen CP+ auch Neuentwicklungen für das Pentax System bekanntgeben. Da die für Ende Februar 2020 geplante Messe der Corona-Pandemie zum Opfer fiel, hat das Unternehmen jetzt im Rahmen einer Web-Konferenz über seine Pläne für Neuheiten gesprochen, die bis 2021 auf den Markt kommen sollen. Seite 10

Noblex: Themal Tablet für Temperaturmessung
Automatisch warnen

Noblex, der Spezialist für Optoelektronik, bietet jetzt ein Produkt an, das Unternehmen und öffentliche Einrichtungen beim Kampf gegen das Corona-Virus unterstützen kann. Das neue Noblex Thermal Tablet kann mit Hilfe einer Wärmebild-Kamera kontaktlos, sekundenschnell und auf 0,1 Grad genau die Körpertemperatur von Menschen messen. Eine erhöhte Körpertemperatur gilt als ein erstes Warnzeichen für eine Corona-Infektion sowie als Symptom einer möglichen Erkrankung. Seite 18

Personalisierte Atemmasken von allcop
Unique Mask aus dem Allgäu

Der Bilddienstleister allcop antwortet auf die bundesweite Pflicht zum Tragen von Mund-Nasen-Masken in öffentlichen Verkehrsmitteln und in Geschäften mit einem Angebot für Unternehmen, Händler und andere gewerbliche Abnehmer. Die dafür entwickelte, wiederverwendbare Unique Mask kann mit einem Logo, dem Firmenslogan oder einer aktuellen Kampagne oder Botschaft im Corporate Design personalisiert werden und ist so bestens für Mitarbeiter geeignet, die Kontakt zu Kunden haben. Seite 19

Kooperation von MyPostcard und Deutsche Post
Individualisierbare Briefmarken

Die Deutsche Post und der Postkarten-App-Anbieter MyPostcard kooperieren nun auch im Bereich der individualisierbaren Briefmarken. Der Druck- und Bildienstleister bietet jetzt seinen Kunden die Möglichkeit, auf der Internetseite deinebriefmarke.de Briefmarken individuell zu gestalten und diese zur Frankierung von Briefen und Postkarten zu nutzen, die über die Deutsche Post versandt werden. Bisher war dergleichen nur mit dem Produkt „Briefmarke Individuell" möglich, das exklusiv der Deutschen Post vorbehalten war. Seite 24

HANDEL

Handel

Kameramarkt im ersten Quartal mit großem Minus
Weiter abwärts 7

Noblex verkauft Thermal Tablet
für kontaktlose Temperaturmessung
Automatisch warnen 18

Personalisierte Atemmasken von allcop
Unique Mask aus dem Allgäu 19

Kooperation von MyPostcard und Deutsche Post
Individualisierbare Briefmarken 24

Literatur

Ein Buch, das sich zu lesen lohnt
„Die große Zerstörung" 26

Impressum 27

Klein- und Personalanzeigen 27

Immer aktuell:

www.foto-contact.de

Webinare und Workshops von Novoflex

Novoflex bietet Fotografinnen und Fotografen während der Corona-Krise lehrreiche Webinare und Workshops an. Die Webinare dauern etwa 60 bis 90 Minuten. Die genauen Termine werden kurzfristig auf der Novoflex Homepage (www.novoflex.de) und dem Facebook-Kanal bekanntgegeben. Für die Workshops stellt Novoflex das erforderliche Equipment zur Verfügung.

Folgende Webinare werden kostenfrei angeboten:

- Focus-Stacking mit dem Castel-Micro
- Einsatz der Automatischen Balgengeräte
- Panoramafotografie mit Jan Röpenack

Am 3. Juli 2020 (10 bis 16 Uhr) findet ein Makroworkshop bei Novoflex in Memmingen statt. Geleitet wird der Workshop von Friedemann Hinsche. Anmeldungen sind unter www.zeitundblende.com möglich.

Ein weiterer Makroworkshop unter der Leitung von Max Watzinger findet am 8. August 2020 (10 bis 16 Uhr) ebenfalls in den Räumlichkeiten von Novoflex statt. Anmeldungen zu diesem Workshop unter www.traumbild.de. Das erforderliche Equipment wird bei beiden Workshops kostenlos zur Verfügung gestellt.

Aktuell: Bundesregierung beschließt „Passbildgesetz"

Um Manipulationen bei der Beantragung von Ausweisdokumenten und bei unerlaubten Grenzübertritten vorzubeugen, hat die Bundesregierung ein Gesetz zur Stärkung der Sicherheit im Pass-, Ausweis- und ausländerrechtlichen Dokumentenwesen beschlossen. Fotos für Ausweisdokumente sollen künftig ausschließlich digital von gewerblichen Dienstleistern oder direkt vor Ort in der Behörde erstellt und übermittelt werden. Dadurch wollen die Verantwortlichen Dokumentenfälschung, zum Beispiel durch sogenanntes „Morphing", verhindern. Fotostudios und Fotografen dürfen in Zukunft nach dem neuen Gesetz Passfotos ausschließlich digital erstellen und auf sicheren Übermittlungswegen an die Pass- beziehungsweise Personalausweisbehörde versenden. Alternativ soll das Lichtbild auch direkt vor Ort in der Behörde und unter Aufsicht eines Mitarbeiters angefertigt werden können. Das Mitbringen von Fotos zur Aufnahme in den Ausweis ist nach Inkrafttreten des Gesetzes nicht mehr möglich.

Hintergrund der neuen Regelung ist das digitale „Morphing", bei dem Fotos zweier Menschen zu einem Bild verschmolzen werden. Dafür gibt es bereits Computerprogramme, die frei verfügbar sind. Pässe, bei denen das Lichtbild auf diese Weise manipuliert wurde, können unter Umständen nicht nur zur biometrischen Identifizierung einer Person genutzt werden, sondern auch einer weiteren Person, deren Gesichtszüge im Foto enthalten sind, den Anschein der im Ausweis angegebenen Identität geben.

Passbilder dürfen in Zukunft nur noch digital an die Behörde übermittelt werden. (Abb. BMI – Bundesministerium des Inneren, für Bau- und Heimat)

MindShift Gear und thinkTank bei Cullmann

Nachdem thinkTank photo Ende Mai entschieden hatte, den Vertrieb der Marken thinkTank photo und MindShift Gear in neue Hände zu geben, hat Cullmann jetzt thinkTank und MindShift Gear Produkte in Deutschland und Österreich ins Programm genommen. Unter der Marke thinkTank bietet Cullmann ein breites Sortiment von Kamera-Tragelösungen für professionelle Anwender an. Das Sortiment der Marke MindShift Gear umfasst vor allem Taschen für Naturfotografen.

Für Cullmann bedeute die Partnerschaft einen weiteren wichtigen Schritt in der Distribution, heißt es in einer Pressemitteilung. Das Unternehmen gehört zur Transcontinenta Gruppe, einem der nach eigenen Angaben größten europäischen Distributoren mit Vertriebsorganisationen in sieben Ländern. Zum Angebot von Cullmann Germany gehören mit Boya, Cullmann, Godox, Hyper, Kenko, Lexar, Polaroid, Zhiyun sowie jetzt thinkTank und MindShift Gear insgesamt 10 Marken.

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

Kameramarkt im ersten Quartal mit großen Minus

Weiter abwärts

Während der Markt für Home Electronics-Produkte in Deutschland im ersten Quartal 2020 im Vergleich mit dem Vorjahres-Zeitraum um 3,1 Prozent auf einen Gesamtumsatz von knapp 10,5 Milliarden Euro gewachsen ist, stürzte der Verkauf von Kameras wegen des Lockdowns und fehlender Innovationen um fast 27 Prozent auf 262.000 Stück ab. Das ergibt sich aus den Zahlen des offiziellen Home Electronics Market Index' Hemix, der von der gfu sowie GfK Retail und Technology erhoben und vierteljährlich in Kooperation mit dem Bundesverband Technik (BVT) veröffentlicht wird.

Die katastrophalen Volumeneinbußen beim Kameraverkauf konnten durch den um 4,1 Prozent auf 526 Euro gestiegenen Durchschnittspreis nicht kompensiert werden, so dass der Umsatz um 23,8 Prozent auf 138 Millionen Euro einbrach. Auch die Zahl der verkauften Objektive ging zurück, und zwar um 13,0 Prozent auf 151.000 Stück; die um 1,5 Prozent höheren Durchschnittspreise führten hier zu einem Umsatz von 77 Millionen Euro, 11,7 Prozent weniger als in der Vorjahresperiode.

CE mit Licht und Schatten

Der Bereich Consumer Electronics zeigte bei einem Umsatz von rund 6,7 Milliarden Euro im ersten Quartal 2020 ein Plus von 2,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahrszeitraum. Dabei wuchs die privat genutzte Telekommunikation um 3,1 Prozent auf rund 2,8 Milliarden Euro, im Bereich der privat genutzten IT-Produkte führte wohl der Home-Office-Effekt zu einem Wachstum von 14,7 Prozent auf knapp 1,9 Mrd. Euro. Dem stand ein Minus von 7,0 Prozent in der klassischen Unterhaltungselektronik entgegen, wo noch ein Umsatz von knapp zwei Mrd. Euro erzielt wurde.

Im wichtigsten Produktbereich TV ging der Wert der verkauften Geräte im ersten Quartal 2020 um 7,8 Prozent auf 916 Millionen Euro zurück, die verkaufte Stückzahl sank um 7,4 Prozent auf knapp 1,6 Millionen TVs; der Durchschnittspreis nahm dabei geringfügig um 0,4 Prozent ab und erreichte noch 574 Euro. Das Home Audio Segment verzeichnete ein Umsatzminus von 11,1 Prozent auf 245 Millionen Euro, die Produktsparte Audio-/Video-Zubehör konnte dagegen mit einem Plus von 23,5 Prozent ihren Wachstumskurs fortsetzen und erzielte ein Volumen von 317 Millionen Euro (+ 23,5 Prozent).

Einen deutlichen Zugewinn verzeichneten im ersten Quartal, wohl als Folge des Mitte März begonnenen Lockdowns, die Spielkonsolen mit einem Umsatzwachstum von 21,7 Prozent auf 95 Millionen Euro; die Zahl der verkauften Geräte nahm um 14,9 Prozent auf 331.000 Stück zu.

Die beiden Elektro-Hausgeräte-Segmente zeigten eine weiterhin positive Entwicklung: Bei den Elektro-Großgeräten gab es ein Umsatzplus von 5,2 Prozent auf über 2,3 Milliarden Euro, die Elektro-Kleingeräte generierten einen Zuwachs um 1,3 Prozent auf rund 1,4 Milliarden Euro. Gegen Ende des ersten Quartals war bei Kühl- und Gefriergeräten eine besonders deutliche Umsatzsteigerung zu verzeichnen.

Die aktuelle Corona-Pandemie lässt nach Einschätzung der gfu keine belastbare Prognose für das Gesamtjahr 2020 zu. Für das laufende zweite Quartal rechnet der Verband aufgrund der Lockdown-Maßnahmen mit deutlichen Umsatzrückgängen, hofft aber auf eine Marktbelebung nach der Krise.

tPIC 2020 ausschließlich digital

Online aus der Krise

Anders als im April angekündigt (siehe imaging+ foto-contact 5/2020, S. 7) soll die tPIC 2020 nicht im kommenden Oktober stattfinden, sondern als rein digitaler Event vom 10. bis 14. August im Internet.
Auf dem Programm stehen dann über 50 Vorträge und Diskussionen darüber, wie Profi-Fotografinnen und -Fotografen schnell und nachhaltig ihr Business wieder in Gang bringen können.
Dabei sollen auch Marketingexperten, Fachanwälte, Kreativdirektoren und Fotojournalisten zu Wort kommen. Zudem ist die Beteiligung von Spezialisten und Insidern aus anderen Branchen geplant, die mit der Imaging-Welt neue Schnittmengen bilden.

Zu den Themen gehören Business-Development, Marketing, Innovationen, Weiterbildung und neue Ideen, wie man sein Geschäft erfolgreich führen und die eigene Business-Strategie an die aktuell besonderen Umstände anpassen kann.
Die Schirmherrschaft für die tPIC 2020 hat die Initiative Bild im BVDW (Bundesverband Digitale Wirtschaft) übernommen, die sich als zentrale Institution der Imaging-Branche für Professional Imaging versteht. „Wir sehen, dass die aktuelle Pandemie die wirtschaftliche Situation der professionellen Fotoszene massiv beeinträchtigt hat", so Christian Müller-Rieker, Leiter der Initiative Bild und Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes. „Deshalb freuen wir uns, dass die digitale tPIC im August zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Themen setzt und der für den Gesamtmarkt so wichtigen Zielgruppe wichtige Impulse gibt."

Headline-Partner Canon

Mit Vorträgen zu praxisrelevanten Marketing-Themen, innovativen Technologie-Insights und weiteren Aktionen sowie einer Produkteinführung wird Canon Deutschland die tPIC als Headline-Partner unterstützen. Dabei sollen auch neue Wege in der professionellen Fotografie aufgezeigt werden. „Canon unterstützt sehr gerne die tPIC und damit alle Fotografinnen und Fotografen, die mit professioneller Fotografie ihr Geld verdienen", kommentierte Rainer Führes, Geschäftsführer Canon Deutschland. „Diese Zielgruppe braucht jetzt klare, funktionierende Perspektiven und Inspirationen, die die diesjährige tPIC bieten wird. Außerdem sind wir von digitalen Formaten überzeugt, da sie die notwendige Digitalisierung der Imaging-Branche massiv beschleunigen werden."
Außer Canon als Headline-Partner sollen nach Aussage der Veranstalter „viele weitere Unternehmen, nicht nur aus der Imaging-Branche", die tPIC 2020 unterstützen. „Wir freuen uns über die breite Zustimmung dieses neuen Formates, das zwar aus der äußeren Not geboren wurde, durch seine Digitalstruktur aber durchaus vielversprechendes Zukunftspotenzial entwickeln kann," erklärte Wolfgang Heinen, Geschäftsführer des tPIC-Veranstalters IMH Imaging Media House.
Die tPIC ist als „On-Demand-Veranstaltung" mit „Live-Charakter" konzipiert: „Niemand ist gezwungen, während der tPIC-Woche den ganzen Tag am Rechner zu verbringen, um nichts zu verpassen", betonte Projektleiter Leonhard Steinberg. „Alle Vorträge und Diskussionen können noch bis zu vier Wochen nach Ende des Events erlebt werden."

Der aktuelle Status, das Programm sowie weitere Informationen über die tPIC 2020 und die Anmeldung zur Veranstaltung sind auf *tpic.de* zu finden.

IFA kündigt Special Edition für 2020 an

Vier Events an drei Tagen

Rund vier Wochen, nachdem die Messe Berlin angekündigt hatte, die IFA 2020 könne aufgrund der Corona-Situation nicht in gewohntem Rahmen stattfinden, haben die Organisatoren auf einer Online-Pressekonferenz erste Details zur geplanten Veranstaltung bekanntgegeben: Die diesjährige Sonderausgabe der IFA soll an drei Tagen vom 3. bis 5. September vier eigenständige Events kombinieren, die derzeit mit nicht mehr als jeweils 1.000 Teilnehmern pro Tag geplant sind. Endkunden werden also in diesem Jahr nicht dabei sein.

Die IFA Special Edition soll der Consumer Electronics- und Home Appliances-Industrie nach dem Ausbruch der Pandemie die erste Gelegenheit bieten, den Medien und dem Handel ihre neuen Produkte und Dienstleistungen direkt zu präsentieren – und zwar zum traditionell besten Zeitpunkt: Kurz vor der wichtigsten Verkaufssaison des Jahres, die vom Singles Day über den Black Friday und den Cyber Monday bis Weihnachten und das chinesische Neujahrsfest reicht. „Nach all den Veranstaltungsausfällen der vergangenen Monate braucht unsere Branche dringend diese Plattform, um ihre Innovationen zu präsentieren", sagte Jens Heithecker, Executive Director der IFA Berlin. Virtuelle Veranstaltungen seien zwar nützlich, fügte Heithecker hinzu, aber ihnen fehle „die menschlich emotionale Verbindung, die Veranstaltungen wie die IFA Berlin so unglaublich wertvoll macht."

Für Medien, Händler und Innovatoren

Die IFA 2020 wird aus folgenden Veranstaltungen bestehen:

1. Die IFA Global Press Conference, die normalerweise im April stattfindet, aber in diesem Jahr abgesagt werden musste, soll als globale Plattform den Herstellern und Marken die Möglichkeit zu bieten, ihre Innovationen über die Medien auch den Endkunden zu vermitteln. Zu diesem Event werden rund 800 Journalistinnen und Journalisten aus mehr als 50 Ländern nach Berlin eingeladen. Für Keynotes und Unternehmenspressekonferenzen stellt die IFA kuratierte Keynote-Bühnen zur Verfügung. Zusätzlich können die Industriepartner mit den Medienvertretern auch in Interviews und weiterführenden Gesprächen kommunizieren. Auf diese Weise soll die IFA Global Press Conference für Medien die Möglichkeit bieten, über die Technologie-Highlights zu berichten, erstmals nach dem Ausbruch der Pandemie die aktuellen Innovationen an einem Ort zu sehen und dabei Trends zu entdecken. Die IFA Opening Keynote wird am 3. September 2020 von Cristiano Amon, Präsident von Qualcomm, gehalten.
2. Für die Spezialausgabe der IFA 2020 werden die beiden Innovationsplattformen IFA Next und IFA Shift Mobility zu einem exklusiven Live-Event für die internationale Tech-Community zusammengeführt. So soll eine Plattform für Technologie-Startups und Unternehmen aus dem Bereich der vernetzten Mobilität entstehen, die nicht nur Öffentlichkeitswirkung erzielt, sondern auch Industriekontakte ermöglicht.
3. Die IFA Global Markets, die sich in den letzten drei Jahren zur größten europäischen Sourcing-Plattform für OEMs und ODMs entwickelt haben, sollen die Lieferketten, die von der COVID-19-Pandemie betroffen sind, wieder schließen und zukunftsorientiert neu aufstellen.
4. Die IFA Business-, Retail- und Meeting-Lounges sollen als Treffpunkt und Marktplatz den Herstellern die dringend benötigte Möglichkeit zu bieten, ihre Handelspartner vor der verkaufsstärksten Saison des Jahres zu treffen und sich mit ihnen austauschen.

Da zum Zeitpunkt der IFA noch Reisebeschränkungen bestehen könnten, soll die IFA Special Edition digital von virtuellen Streaming- und Chatangeboten begleitet werden. Die sei auch wegen der Limitierung der Besucherzahlen sinnvoll, erklärte die Messe Berlin.

Jens Heithecker, Executive Director der IFA Berlin, auf der Online-Pressekonferenz: „Virtuellen Veranstaltungen fehlt die menschlich emotionale Verbindung, die Veranstaltungen wie die IFA Berlin so unglaublich wertvoll macht."

Ricoh Imaging: Ausblick auf Pentax Neuheiten

Besser im Detail

Eigentlich wollte Ricoh Imaging auf der diesjährigen CP+ auch Neuentwicklungen für das Pentax System bekanntgeben. Da die für Ende Februar 2020 geplante Messe der Corona-Pandemie zum Opfer fiel, hat das Unternehmen jetzt im Rahmen einer Web-Konferenz über seine Pläne für Neuheiten gesprochen, die bis 2021 auf den Markt kommen sollen. Ein lichtstarkes Portraitobjektiv ist schon im Juni dieses Jahres erhältlich.

So soll ein neues Spiegelreflex-Spitzenmodell mit APS-Sensor mit einem besonders großen Sucher einen klaren Blick aufs Motiv ermöglichen. Während der Vergrößerungsfaktor bei vielen Kameras bei 0,75 liegt und bei aktuellen Pentax-Modellen immerhin bis zu 0,95 erreicht, soll die Neuheit mit 1,05 aufwarten. Für den komfortablen Durchblick ragt der Sucher etwas aus dem Gehäuse heraus, ein zusätzlicher Sensor unter dem Okular stellt sicher, dass dabei das Display auf der Rückseite abgedunkelt wird. Alle wesentlichen Komponenten der neuen Pentax SLR, darunter die Antriebssteuerung und das AF-System, werden im Vergleich zu den aktuellen Modellen verfeinert. Als Zubehör soll es ein separates Batteriefach geben, auf dem sich auch Steuerelemente befinden, über welche man die Kamera bei Hochformat-Aufnahmen bequem bedienen kann.

Neue Objektive

Mit dem Pentax D FA 21mm Limited Objektiv wurde das erste Mitglied der neuen D FA-Limited Serie angekündigt, welche die FA- und DA-Serie der Limited Edition Familie für das Pentax System ergänzt. Bei dieser Baureihe liege der Schwerpunkt auf einer natürlichen Bildanmutung, die sich nicht einfach nur in Zahlenwerten messen lasse, betonte Ricoh Imaging in einer Pressemitteilung. Das Objektiv soll in den Farben Silber und Schwarz 2021 auf den Markt kommen.

Als neues Standard-Zoomobjektiv für Kameras mit Sensor im APS-C-Format wird derzeit das HD Pentax-DA* 16-50mm F2.8ED PLM AW entwickelt, das mit einem Impulsmotor ausgestattet ist, der eine schnellere Fokussierung ermöglicht. Dafür wird die gesamte optische Konstruktion überarbeitet. Das Objektiv soll ebenso wie das neue APS-C Spitzenmodell im Jahr 2021 eingeführt werden.

Bereits im Juni dieses Jahres kommt das lichtstarke HD Pentax-D FA* 85mm F1.4 ED SDM AW als zweites Festbrennweiten-Objektiv der „Stern-

In einer Web-Konferenz erläuterten (von rechts oben im Uhrzeigersinn) Shigeru Wakashiro (Produktentwicklung), Hiraku Kawauchi (Marketing Gruppe) und Tesuya Iwasaki (Manager Produktentwicklung) die Pläne von Ricoh Imaging für das Pentax System.

Für 2021 ist die Einführung eines neuen Pentax Spiegelreflex-Spitzenmodells mit APS-Sensor geplant.

Serie" auf den Markt. Die große Blendenöffnung von F1.4 soll nicht nur bei der klassischen Anwendung dieser Brennweite für Porträtaufnahmen zu herausragenden Resultaten mit effektiv defokussiertem Hintergrund und schönem Bokeh führen, sondern sich auch bei wenig Licht auszahlen, wo es z. B. beim Einsatz in der Konzert- und Reportagefotografie scharfe Fotos aus der Hand ermöglichen kann. Die AW-Ausstattung (All Weather) mit acht speziellen Dichtungsringen verhindert das Eindringen von Feuchtigkeit und Staub. Zudem ist die Frontlinse mit einer schmutzabweisenden SP-Vergütung (Super Protect) versehen, die es auch erleichtert, das Objektiv von Spritzwasser oder fettigen Substanzen zu reinigen.

Aufwändige Optik

Um eine hohe Abbildungsleistung zu erreichen, setzt Ricoh Imaging bei dem neuen Objektiv eine aufwändige Konstuktion aus drei Super ED-Glaselementen (Extra-low Dispersion) und einer asphärischen Linse aus geformtem Glas zur effektiven Kompensation von sphärischen und chromatischen Aberrationen ein. Auch der Feldkrümmung wird so entgegengewirkt, um auch bei offener Blende besonders klare, kontrastreiche Bilder mit Rand-zu-Rand-Schärfe ohne Farbsäume zu erzielen. Darüber hinaus wird laut Hersteller die Verzeichnung auf nahezu Null reduziert (bei einer Fokussierdistanz von bis zu vier Metern). Das Objektiv ist mit einer hochwertigen, mehrschichtigen HD-Vergütung (High Definition) versehen, die laut Ricoh Imaging im Vergleich mit herkömmlichen Mehrschichtvergütungen das durchschnittliche Reflexionsvermögen im sichtbaren Strahlenspektrum auf weniger als 50 Prozent vermindert, um auch bei anspruchsvollen Bedingungen, z. B. Gegenlicht, Streulicht und Geisterbilder deutlich zu reduzieren.

Durch den anppruchsvollen optischen Aufbau mit mehr Elementen ist die Fokuseinheit des neuen HD Pentax-D FA* 85mm F1.4 ED SDM AW schwerer als bei vergleichbaren Pentax Objektiven. Um trotzdem schnelles Fokussieren zu ermöglichen, wurde für die Neuheit ein größerer, ringförmiger Autofokus-Motor mit Supersonic Direktantrieb (SDM) entwickelt. Im Vergleich mit dem im HD Pentax-D FA* 50mm F1.4 SDM AW eingesetzten SDM-Ultraschallmotor hat der neue Antrieb ein um 30 Prozent stärkeres Drehmoment, das einen bis zu 10 Mal schnelleren Autofokusbetrieb ermöglicht.

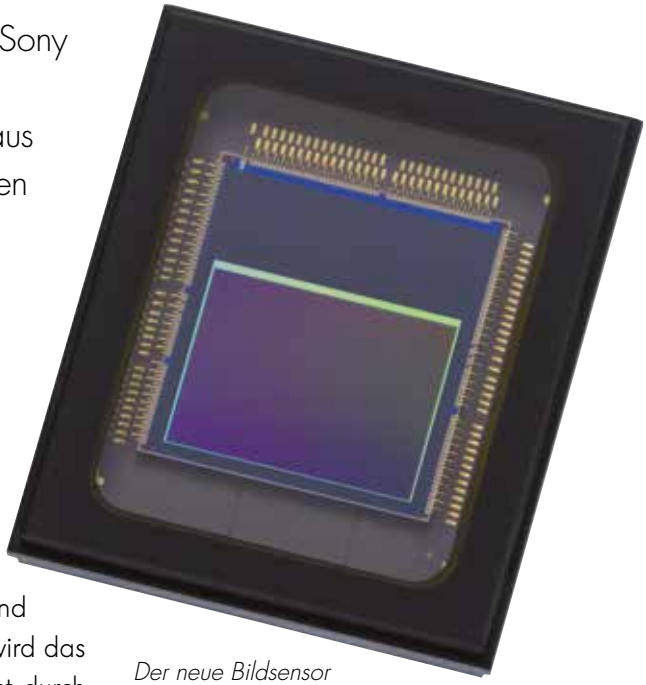
Das HD Pentax-D FA* 85mm F1.4 ED SDM AW kommt im Juni für 1.999 Euro auf den Markt.

Die lichtstarke Festbrennweite HD Pentax-D FA 85mm F1.4 ED SDM AW kommt bereits im Juni 2020 auf den Markt.*

Neue High-Tech Bildsensoren von Sony

Die ersten mit KI

Mit zwei Varianten des Intelligent Vision Sensors führt die Sony Corporation die nach eigenen Angaben weltweit ersten Bildsensoren mit KI-Verarbeitungsfunktion ein. Sie können aus großen Dateien nur die für die Nutzung von Cloud-Diensten erforderlichen Daten extrahieren, um die Latenzen bei der Datenübertragung zu verkürzen, Datenschutzvorgaben umzusetzen sowie den Energieverbrauch und die Kommunikationskosten zu senken. Auch zahlreiche Anwendungen im Einzelhandel und in der Industrie sollen durch KI-fähige Kameras mit Intelligent Vision Sensor möglich werden.



Der neue Bildsensor soll die Entwicklung von Produkten mit einem besonders breiten Anwendungsspektrum möglich machen.

Mit der wachsenden Verbreitung des Internets der Dinge (IoT) wächst die Zahl von Geräten, die mit der Cloud verbunden werden. Schon heute erfolgt dort die Verarbeitung von Daten, die von verschiedenen Geräten geliefert werden, mit Anwendung von künstlicher Intelligenz. Dieser Trend stellt alle Beteiligten vor neue Herausforderungen. Dazu gehören Latenzen bei der Datenübertragung, die der Informationsverarbeitung in Echtzeit im Wege stehen und Sicherheitsbedenken der Nutzer, wenn personenbezogene Daten in der Cloud gespeichert werden. Auch der hohe Energieverbrauch, den die Übertragung der großen Datenmengen verursacht, wird im Zuge der Klimaproblematik zunehmend kritsch hinterfragt – ebenso wie die Kommunikationskosten, die durch Cloud-Dienste entstehen.

Pixel und Logik

Die neuen Sensoren sind gestapelt („stacked") aufgebaut und bestehen aus einem Pixelchip und einem integrierten Logikchip, der die künstliche Intelligenz zur Bildanalyse und Bildverarbeitung enthält. So wird das Signal, das der Pixelchip erfasst, durch die KI sofort im Sensor verarbeitet, ohne dass der Einsatz von (stromfressenden) Hochleistungsprozessoren oder (teuren) externen Speicherkapazitäten nötig ist.

Auf diese Weise soll die Entwicklung von Edge-AI-Systemen möglich werden, bei denen der Sensor anstelle von Bildinformationen nur Metadaten ausgibt, die z. B. aus semantischen Informationen über den Bildinhalt bestehen. Dadurch werden erheblich kleinere Datensätze übertragen; gleichzeitig wird der Datenschutz deutlich verbessert. Zudem ermöglicht die Technologie durch die extrem schnelle Datenverarbeitung mit KI neue Anwendungen wie z. B. die Objekterkennung und -verfolgung in Echtzeit. Je nach Einsatzzweck können auch andere KI-Modelle genutzt werden. Dazu wird einfach der interne Speicher so neu beschrieben, wie es nötig ist, damit das System den gewünschten Zweck erfüllt. Der Pixelchip wird auf seiner Rückseite belichtet und hat eine Auflösung von ca. 12,3 Megapixeln (effektiv). Der Logikchip enthält neben der herkömmlichen Bildsensor-Betriebsschaltung auch den DSP (Digitaler Signalprozessor) von Sony, um die KI-Signale zu verarbeiten. Dazu kommt ein Speicher für das gewählte KI-Modell.

Ausgabe von Metadaten

Die Signale, die der Pixelchip erfasst, werden durch einen ISP (Bildsignalprozessor) auf dem Logikchip geleitet, der die Informationen mit KI extrahiert, um sie als Metadaten auszugeben. Zusätzlich zu den Informationen, die der konventionelle Bildsensor erfasst, können die Benutzer je nach Einsatzzweck auch andere Ausgabeformate wählen, um Bilder im ISP-

Format (YUV/RGB) oder bestimmte ROI (Region of Interest)-Bildbereiche zu übertragen.

Was die neue Sensortechnolgie bringt, lässt sich an einem Beispiel erklären: Wenn ein Video mit einem herkömmlichen Bildsensor aufgezeichnet wird, müssen für eine KI-Verarbeitung in der Cloud die Daten für jedes einzelne Ausgabebild übertragen werden. Die dabei entstehenden Datenmengen machen es schwer, Anwendungen in Echtzeit zu realisieren. Die neuen Sensoren von Sony führen die ISP- und die Highspeed-KI-Verarbeitung auf dem Logikchip aus, und zwar in einer Prozesszeit von 3,1 Millisekunden für eine Bildanalyse nach dem Modell MobileNet V1 fü mobile Geräte. Abgeschlossen wird der Prozess mit einem einzigen Videobild. So wird die Verfolgung von Objekten bei Videoaufnahmen in Echtzeit möglich.

Die Nutzer können die KI-Modelle im eingebetteten Speicher nach ihren Anforderungen aktualisieren oder auch ganz neu schreiben. So können z. B. mehrere Kameras desselben Typs in einem Ladengeschäft installiert werden, um ganz unterschiedliche Aufgaben übernehmen. Im Eingangsbereich zählt eine Kamera die Kunden, die das Geschäft betreten, und an einem Regal kann eine andere erkennen, wo Waren fehlen. Ist die Kamera an der Decke installiert, kann sie auch zur Erstellung von Wärmebildern genutzt werden, um die Bereiche zu identifizieren, in denen viele Besucher zusammentreffen. Da das KI-Modell in einer Kamera neu geschrieben werden kann, ist es auch möglich, sie für andere Zwecke zu nutzen als die, für die sie ursprünglich gedacht war. Damit macht der neue Sensortyp die Entwicklung von Produkten mit einem besonders breiten Anwendungsspektrum möglich.

Bewegte Bilder mit neuen Sony Kameras

Für Vlogger und Filmer

Mit der neuen ZV-1 hat Sony speziell für Vlogger eine kompakte Kamera mit 1-Zoll-Sensor entwickelt, die mit einem seitlich aufklappbaren LCD-Screen sowie vielseitigen Audiooptionen ausgestattet ist und interessante neue Einstellungsmöglichkeiten bietet. Ebenfalls neu ist die 4K Handycam FDR-AX43 mit modernen Bildstabilisierungs-Technologien.

Als leichte und kompakte All-in-One-Lösung ist die ZV-1 mit einem mehrschichtigen („stacked") 20,1 MP Exmor RS CMOS-Bildsensor vom Typ 1.0 mit DRAM-Chip und einem lichtstarken Zeiss Vario-Sonnar T* 24-70 mm (KB) 1,8-2,8 Objektiv ausgestattet. Im 294 g leichten Gehäuse mit Abmessungen von 105,5 x 60,0 x 43,5 mm sorgt der Bionz X Bildprozessor der neuesten Generation mit Front-End LSI und hoher Rechenleistung für gute Bildergebnisse. Das AF-System mit 316 Messpunkten kombiniert Kontrast- und Phasendetektion, im Fotomodus kommt die Kamera auf 24 Bilder/s mit Schärfenachführung. Als erste Kompaktkamera von Sony ist die ZV-1 mit einem seitlich klappbaren, berührungsempfindlichen Vari-angle-LCD-Monitor ausgestattet, der Selfie-Aufnahmen erleichtert und den Anschluss von externem Audiozubehör ermöglicht. →

Die Vlogger-Kamera ZV-1 von Sony ist mit dem Bluetooth-Aufnahmegriff GP-VPT2BT kompatibel, der auch als Stativ eingesetzt werden kann.

Die Tonaufzeichnung erfolgt mit dem neuesten 3-Kapsel-Direktionalmikrofon von Sony, das speziell für vorwärtsgerichtete Audioaufnahmen mit klarer Erfassung von Stimmen bei gleichzeitiger Minimierung von Hintergrundgeräuschen entwickelt wurde. Zusätzliche Flexibilität bieten eine 3,5-mm-Standardbuchse und ein Multi-Interface-Zubehörschuh für den Anschluss externer Mikrofone. Im Lieferumfang ist zudem ein Windschutz enthalten.

Professionelle Gestaltungsoptionen

Für Video-Aufnahmen (4K mit 30p oder 24p sowie Full HD mit 120p, 60p, 30p oder 24p) bietet die neue Vlogger-Kamera interessante Möglichkeiten: So kann man durch Betätigen der Bokeh-Taste auf der Oberseite des Gehäuses ganz einfach während der Aufnahme zwischen zwei Stufen von Hintergrundunschärfe (Bokeh) umschalten. Dann stellt die Kamera die Blende entsprechend ein, ohne dabei den Fokus auf das Motiv zu verlieren. Bei Aufnahmen im High Definition (Active-Modus) kombiniert die ZV-1 optische und elektronische Stabilisierungsmethoden, um Verwacklungen im Vergleich mit normalem SteadyShot um das bis zu 11-fache zu reduzieren. Bei der Aufnahme von 4K-Videos mit optischem SteadyShot (Active-Modus) wird der Stabilisierungseffekt bis zum 8-fachen von SteadyShot verstärkt.

Praktisch für Produktpräsentationen ist die neue Product Showcase Funktion, die schnell und nahtlos vom Gesicht einer Person auf einen vor der Kamera platzierten Gegenstand fokussiert, und natürlich auch umgekehrt. Der Autofokus arbeitet mit den für die Alpha Kameras und die RX-Serie von Sony entwickelten Technologien und verfolgt zuverlässig die Motive. Mit dem Augen-Autofokus in Echtzeit und dem Echtzeit-Tracking kann die ZV-1 die Schärfe auf dem Auge bzw. Gesicht des Motivs halten oder nahtlos zwischen mehreren Motiven hin- und herschalten. Dabei steuert sie die Autofokus-Geschwindigkeit und die Verfolgungsempfindlichkeit so, wie es notwendig ist, um die gewünschten Motive selbst in belebten Umgebungen im Fokus zu halten.

Mit der Funktion Face Priority Autoexposure (AE) kann die Kamera das Gesicht des Motivs erkennen und bei Bedarf die Belichtung so anpassen, dass es immer mit der richtigen Helligkeit dargestellt wird. Damit kann man abrupte Änderungen der Belichtung vermeiden, die entstehen können, wenn sich z. B. eine Person schnell wegdreht. Mit einem speziellen Farbmanagement, das für die Wiedergabe von Hauttönen neu entwickelt wurde, kann die Kamera einen glatten und natürlichen Teint erzeugen, wenn die Betonung des Gesichts im Motiv gewünscht wird.

Die Kamera lässt sich bequem mit nur einer Hand bedienen. Sie hat einen handlichen Komfortgriff, eine große Film-Aufnahmetaste auf der Oberseite und eine Aufnahmelampe an der Vorderseite, die anzeigt, ob die Kamera gerade aktiv aufzeichnet. Die ZV-1 ist mit dem Bluetooth-Aufnahmegriff GP-VPT2BT kompatibel, der als Stativ und als drahtlose Fernbedienung geeignet ist. Wenn sie über USB an einen PC angeschlossen wird, lässt sich die Kamera auch als Webcam für Live-Streaming einsetzen. Die erforderliche neue PC-Software von Sony soll ab Juli 2020 erhältlich sein.

Die neue Vlogger-Kamera von Sony ist ab sofort für 799 Euro (UVP) erhältlich.

Neue 4K Handycam

Ab Juli kann der Fotohandel seinen Kunden auch die neue 4K Handycam FDR-AX43 von Sony anbieten. Sie ist mit Balanced Optical SteadyShot-Technologie sowie mit einem speziellen Gimbal-Mechanismus für verwacklungsarme Videoaufnahmen geeignet und wurde wie die ZV-1 für Content Creators und Vlogger entwickelt, ist aber auch eine gute Empfehlung für Kunden, die ihre Reise- oder Familienerinnerungen festhalten möchten. Das Zeiss Vario-Sonnar T* Zoomobjektiv beginnt seine 10fach-Zoomfunktion bei der Weitwinkelbrennweite von 26.8 mm (KB); zusätzlich steht für 4K-Aufnahmen eine 30fache und für HD-Videos eine 40fache digitale Clear Image Zoom-Funktion zur Verfügung. Die Aufzeichnung erfolgt mit 100 Mbit/s für XAVC S 4K bzw. 50 Mbit/s für XAVC S HD. Der neue Highlight Movie Maker macht es möglich, Kurzfilme in 4K oder HD-Auflösung in der Kamera als MP4-Dateine zu erstellen und sie dann sofort über das Smartphone in sozialen Netzwerken zu teilen.

Die 4K Handycam FDR-AX43 von Sony soll 699 Euro (UVP) kosten.

Die 4K Handycam FDR-AX43 von Sony kommt im Juli auf den Markt.

Gesichtsmaske mit eigenem Lächeln

Wer eine Gesichtsmaske trägt, muss nicht als anonymes Monster herumlaufen. Denn der Hamburger Unternehmer Dominik Klos bietet mit seiner kleinen Textildruckerei Eindruck-HH jetzt Gesichtsmasken an, auf die man das eigene Lächeln drucken lassen kann. 19,90 Euro kostet der Spaß, für den man lediglich eine Frontalaufnahme des eigenen Gesichts per Email an die Druckerei schicken oder direkt im Laden abgeben muss.

Als Vorlage werden nur Bilder von neutralen Mündern oder des eigenen Gesichts des Kunden akzeptiert. „Wenn einer nur böse guckt, dann mache ich das nicht“, sagte Klos der dpa. „Es gibt genug mürrische Leute auf der Straße.“

Vanguard erweitert Veo Select Serie

Vanguard hat die Veo Select Serie um drei neue Modelltypen erweitert, die, wie die bislang aus drei Rucksäcken und einer Schultertasche bestehende Serie, in den Farben Grün und Schwarz erhältlich ist.

Die Modelle Slim, Rolltop und Large verfügen über ein geringes Eigengewicht; ein atmungsaktives Gurtsystem sowie langlebige Materialien sorgen für besonderen Tragekomfort.

Der Aufbau des Stauraums ist bei den Rucksackmodellen identisch und besteht aus einem unteren und oberen Hauptfach, wobei das untere für den Transport der Kameraausrüstung ausgelegt ist und das obere für persönliche Gegenstände und Zubehör. Die Schultertaschen verfügen über ein geräumiges Hauptfach. Innerhalb des Haupt- bzw. Ausrüstungsfachs befinden sich Trenner zur individuellen Gestaltung des Stauraums, die sich perfekt an Ausrüstungsgegenstände anpassen lassen und optimalen Schutz bieten. Außerdem besitzen alle Modelle zusätzliche Taschen und Fächer für diverses Zubehör wie Speicherkarten, Ersatzakkus oder Ladekabel.

An der Außenseite befinden sich an allen Modellen (außer der Slim Reihe) dehnbare Seitentaschen, in welchen z. B. Wasserflaschen oder Stative transportiert werden können.

Der Zugriff auf die Ausrüstung erfolgt bei den Rucksackmodellen über einen Reißverschluss auf der Vorder- oder Rückseite oder aber über einen Zugriff an der Seite der Tasche. Bei Bedarf lässt sich der Innenraum so arrangieren, dass der Inhalt der Tasche auch über einen vorderen Zugang erreicht werden kann. Bei den Schultertaschen erfolgt der Zugriff auf die Ausrüstung von oben.

Die Modelle der Veo Select Serie sind zu Preisen zwischen 59,99 Euro und 99,99 Euro (jeweils UVP) erhältlich.

Fujifilm macht Digitalkamera zur Webcam

Mit der neuen Software „Fujifilm X Webcam“ können Digitalkameras der Fujifilm X- und GFX-Serie jetzt auch als Webcams genutzt werden. Damit will das Unternehmen der steigenden Nachfrage nach professionellen Webkonferenzprodukten nachkommen.

Damit die Kamera als Webcam eingesetzt werden kann, müssen Nutzer zunächst die neue, kostenlose Software auf ihren Windows-PCs installieren. Die Digitalkamera wird anschließend einfach per USB-Kabel mit dem Computer verbunden. Weitere Hardware wird dabei nicht benötigt. Sobald eine Videokonferenz-Software geöffnet wird, muss in den Video- und Audioeinstellungen der Software die angeschlossene Kamera ausgewählt werden.

Neben einer besseren Bildqualität als bei herkömmlichen Webcams können Anwender auch zusätzliche Funktionen der Digitalkameras nutzen. So können Filmsimulationen Videokonferenzen um eine kreative Komponente ergänzen: Z. B. sind Videoübertragungen in Schwarzweiß oder mit der beliebten Filmsimulation „Eterna“ im Kino-Look möglich. Die Verwendung eines Fujinon Zoomobjektivs ermögliche außerdem eine flexible Gestaltung des Bildausschnitts ohne Qualitätsverlust, heißt es in einer Pressemitteilung.

Im Vergleich mit herkömmlichen Webcams kann durch die Wahl einer kleinen Blendenzahl ein natürlicher Freistellungseffekt bei der Darstellung der fokussierten Person erzielt werden.

Die neue Software kann derzeit mit ausgewählten Fujifilm Digitalkameras genutzt werden. Zudem ist die Verwendung eines Computers mit Windows 10 Betriebssystem erforderlich.

Folgende Fujifilm Digitalkameras werden von der „Fujifilm X Webcam“ Software unterstützt:

• GFX100 • GFX 50S • GFX 50R • X-H1
• X-Pro2 • X-Pro3 • X-T2 • X-T3 • X-T4

Die kostenlose Software „Fujifilm X Webcam“ steht ab sofort unter folgendem Link zum Download zur Verfügung: *https://fujifilm-x.com/de-de/support/download/software/x-webcam/*

Neues ED 12-45 mm F4 Pro Kit und Lösung für Vlogger

Die Olympus OM-D E-M5 Mark III gibt es jetzt im Kit mit dem neuen M.Zuiko Digital ED 12-45 mm F4 Pro.

Die smarten Olympus-Kombis

Nachdem Olympus Anfang 2020 mit dem M.Zuiko Digital ED 12-45 mm F4 Pro das laut Hersteller derzeit kompakteste und leichteste Standardzoomobjektiv der Welt vorgestellt hat, kommt die Linse jetzt im Kit mit der ebenfalls handlichen OM-D E-M5 Mark III für 1.599 Euro (UVP) auf den Markt. Ein weiteres Kit kombiniert die kleine Systemkamera mit dem LS-P4 Linear-PCM-Recorder und weiterem Zubehör, um Vloggern zum Preis von 1.999 Euro eine professionelle Lösung für Videoaufnahmen mit gutem Ton anzubieten.

Das M.Zuiko Digital ED 12-45 mm F4 Pro passt hervorragend zur OM-D E-M5 Mark III, die von Olympus für Fotografen, Filmemacher, Vlogger und YouTuber entwickelt wurde, die eine professionelle, leichte und kompakte Ausrüstung brauchen. Denn die spiegellosen Olympus Systemkameras und die M.Zuiko Objektive sind laut Hersteller oft nur halb so groß und schwer wie andere Kamerasysteme und deshalb eine praktische Alternative für alle, die gerne mit leichtem Gepäck unterwegs sind.

Das Vlogger-Kit enthält neben dem LS-P4 noch weiteres praktisches Zubehör.

Die optische Konstruktion des neuen M.Zuiko Digital ED 12-45 mm F4 Pro gleicht mit effektiv platzierten Speziallinsen und der kleinen, leichten Fokussierlinse der des bewährten, noch lichtstärkeren ED 12-40 mm F2.8 Pro. Asphärische Linsen und die spezielle Beschichtung reduzieren Aberrationen sowie Lichtverluste an den Bildrändern, Geisterbilder und Reflexe. Mit einer maximalen Vergrößerung von 0,25x (KB-Äquivalent = 0,5x) über den gesamten Zoombereich ist das Objektiv, dessen Brennweitenbereich 24 - 90 mm im KB-Format entspricht, auch für Makroaufnahmen geeignet. Die Naheinstellgrenze liegt 12 cm (Weitwinkel) bzw. 23 cm (Tele). Zudem unterstützt das M.Zuiko Digital ED 12-45 mm F4 Pro die Focus Stacking Funktion, bei

der mehrere aufeinanderfolgende Bilder mit verschiedenen Schärfeebenen aufgenommen und anschließend zu einem Bild mit großer Schärfentiefe zusammengefügt werden. Das Objektiv ist wie die OM-D E-M5 Mark III wetterfest und mit der besonders wirkungsvollen Bildstabilisierung von Olympus ausgestattet.

Für Videofilmer

Das neue Kit für Vlogger und Videofilmer enthält neben der OM-D E-M5 Mark III und dem LS-P4 Linear-PCM-Recorder auch das lichtstarke Weitwinkelobjektiv M.Zuiko Digital ED 12 mm F2. Verwacklungen werden mit dem kamerainternen 5-Achsen-Bildstabilisierungssystem ausgeglichen. Das Phasendetektions-AF-System mit 121 Kreuzsensoren arbeitet schnell und leise, damit der Schärfepunkt während der Aufnahme in dem vorab ausgewählten Motivbereich bleibt. Ebenfalls zum Kit gehören das Joby GorillaPod 500, die elastische Halterung Shock Mount Adapter SM2 zur Befestigung des LS-P4 Linear-PCM-Recorders auf der Kamera, ein Audiokabel sowie ein Mikrofon-Windschutz.

Mit dem Shock Mount Adapter SM2 kann der LS-P4 Linear-PCM-Recorder wie ein Mikrofon auf der Kamera befestigt werden.

Für professionelle Soundaufnahmen

Mit dem LS-P4 hat Olympus einen der kleinsten Hi-Res-Audio-Recorder seiner Klasse im Programm. Die Qualität der Stereoaufnahmen liegt mit Frequenzen von 20 Hz – 20 kHz laut Hersteller über der von CDs. Wird es laut, sorgen der Schalldruckpegel (SPL) bis zu 120 dB ohne Clipping sowie die Olympus Rauschunterdrückung für guten Ton. Der LS-P4 erlaubt das Abtastraten von bis zu 96 kHz/24-Bit im PCM- (WAV) oder MP3-Format sowie hoch aufgelöste FLAC-Aufnahmen und -Wiedergaben. Mit der neuen Firmware-Version 1.10 für den LS-P4 ist zudem die Slate Tone Funktion verfügbar, die den Anwender bei der Bearbeitung von Audiodateien unterstützt. Die Test Tone Funktion dient der Anpassung des Aufnahmepegels. Mit der Software Olympus Workspace Version 1.3 können die Audiodateien des aufgenommenen Videos durch die hochauflösenden Soundaufnahmen vom LS-P4 ersetzt werden, wenn mit Slate Tone aufgezeichnet wurde.

Olympus unterstützt Kameraverkauf mit Gratis Zubehör

Mit Gratis-Zubehör im Wert von bis zu 1.399 Euro unterstützt Olympus bis zum 31. Juli den Fotohandel beim Verkauf von wetterfesten OM-D Modellen und der wasserdichten Kompaktkamera TG-6. So erhalten die Kunden beim Kauf einer E-M5 Mark III das Objektiv M.Zuiko Digital 45mm F1.8 im Wert von 329 Euro gratis dazu. Wer eine neue E-M1 Mark III oder die E-M1 Mark II kauft, bekommt ein Røde Mikrofon im Wert von 199 Euro als Zugabe. Und der Erwerb einer OM-D E-M1X wird mit einem M.Zuiko Digital ED 17mm F1.2 Pro Objektiv im Wert von 1.399 Euro belohnt.

Erstmals ist auch eine Tough-Kamera Teil der Sommer-Promotion von Olympus: Beim Kauf der Tough TG-6 gibt es den Light Guide LG-1 und die schwimmende Handschlaufe CHS-09 im Wert von 59,80 Euro gratis dazu. Die Kunden können mehrere Aktionen miteinander kombinieren. Die Käufe müssen bis zum 15. August 2020 im Internet auf Olympus.de registriert werden.

Bis zum 31. Juli erhalten Kunden des Fotohandels beim Kauf ausgewählter Olympus Kameras wertvolles Zubehör gratis.

Noblex verkauft Thermal Tablet für kontaktlose Temperaturmessung

Automatisch warnen

Noblex, der Spezialist für Optoelektronik, bietet jetzt ein Produkt an, das Unternehmen und öffentliche Einrichtungen beim Kampf gegen das Corona-Virus unterstützen kann. Das neue Noblex Thermal Tablet kann mit Hilfe einer Wärmebild-Kamera kontaktlos, sekundenschnell und auf 0,1 Grad genau die Körpertemperatur von Menschen messen. Eine erhöhte Körpertemperatur gilt als ein erstes Warnzeichen für eine Corona-Infektion sowie als Symptom einer möglichen Erkrankung.

Das Noblex Thermal Tablet kann in Sekundenschnelle die Körpertemperatur von Menschen messen und Risikopersonen identifizieren.

Die Kamera-Tablet Kombination kann nicht nur als Messinstrument genutzt werden, sondern auch als Erkennungssystem für Mitarbeiter oder Besucher. Deshalb sieht Noblex Anwendungen für das System in Unternehmen aller Größenordnungen, öffentlichen Einrichtungen wie Schulen, Ämtern, Sport- und Kulturstätten sowie bei großen Veranstaltungen. Auch für Flughäfen, Bahnhöfe sowie Restaurants und Hotels ist die Lösung geeignet. Das Thermal Tablet kann autonom arbeiten und bedarf keiner weiteren Hardware.

Alarm bei Fieber

Stellt das System fest, dass die Körpertemperatur eines Menschen den vom Anwender definierten Grenzwert überschreitet, wird das auf dem Display und auf Wunsch akustisch angezeigt. Personen, die aufgrund einer möglichen Erkrankung ein potentielles Risiko darstellen, können so direkt identifiziert und dokumentiert werden. Denn das Tablet lässt sich nach Angaben von Noblex flexibel und datenschutzkonform in bestehende Datenbanken einbinden. Damit ist die Technologie auch eine praktische Ergänzung für Unternehmen, die bereits über automatisierte Zugangssysteme für ihre Gebäude verfügen. Dank künstlicher Intelligenz erkennt das Noblex Thermal Tablet auch, ob die erfassten Personen Schutzkleidung wie etwa Mund-Nasen-Masken tragen oder nicht. „So kann in besonders sensiblen Bereichen der Zugang nur mit entsprechender Schutz-Bekleidung gewährt werden oder direkt per Tablet auf die fehlende Ausrüstung hingewiesen werden", erläuterte Noblex Vertriebsleiter Hubert Bodächtel. „Mit dieser bezahlbaren Hightech-Innovation ermöglichen wir auch kleineren Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen mehr Sicherheit für ihre Besucher, Mitarbeiter und Kunden."

Das Noblex Thermal Tablet NTT 100 kostet komplett mit Wärmebildkamera 2.349 Euro (UVP) und ist derzeit exklusiv im Noblex Webshop *www.noblex-thermal.com* erhältlich.

Personalisierte Atemmasken von allcop

Unique Mask aus dem Allgäu

Der Bilddienstleister allcop antwortet auf die bundesweite Pflicht zum Tragen von Mund-Nasen-Masken in öffentlichen Verkehrsmitteln und in Geschäften mit einem Angebot für Unternehmen, Händler und andere gewerbliche Abnehmer. Die dafür entwickelte, wiederverwendbare Unique Mask kann mit einem Logo, dem Firmenslogan oder einer aktuellen Kampagne oder Botschaft im Corporate Design personalisiert werden und ist so bestens für Mitarbeiter geeignet, die Kontakt zu Kunden haben.

Die Masken werden individuell im Corporate Design des Kunden gestaltet.

Auf Wunsch übernimmt die Grafik- und Marketingabteilung von allcop|Unique Mask kostenlos die Gestaltung der wiederverwendbaren Firmen-Masken, die ab einer Auflage von 500 Stück pro Design erhältlich sind. Sie werden in Europa produziert, um die Umwelt zu schonen sowie schnelle und zuverlässige Belieferung der Kunden sicherzustellen.

Die 3-lagigen Mund-Nasen-Masken sind aus hochwertigem Polyester gefertigt und besitzen ein eingearbeitetes Zwischenflies, das Viren, Bakterien und Staub filtert. Elastische Ohrenschlaufen und ein eingefasster Metallbügel dienen der Anpassung an das Gesicht. Während bei handelsüblichen Baumwollmasken der Stoff nach kurzer Zeit mit der Feuchtigkeit der Atemluft gesättigt und die Luftzirkulation erschwert ist, setzt allcop atmungsaktiven Stoff ein, der in Kombination mit dem passenden Design beschwerdefreies Atmen ermöglichen soll. Das soll auch dem leidigen Beschlagen von Brillengläsern entgegenwirken, das bei herkömmlichen Masken durch das Entweichen der Atemluft an den Rändern verursacht wird.

Um beschwerdefreies Atmen zu ermöglichen und dem leidigen Beschlagen von Brillengläsern entgegenzuwirken, setzt allcop einen speziellen Stoff ein.

Die Unique Mask kann mit Seife/Waschmittel bei 60° gewaschen oder für 10min bei 80° im Backofen gereinigt werden. Wegen des integrierten Metallbügels darf sie nicht in die Mikrowelle.

Die Unique Mask wurde vom 2020 neu etablierten Geschäftsbereich Brands Unique von allcop entwickelt, der sich auf neue Geschäftsfelder wie die Individualisierung von Produkten in Premiumqualität konzentriert, um mit innovativen Technologien und Ideen Markenartikel in persönliche Unikate zu verwandeln.

„Unsere designten Atemmasken werden in verschiedenen Branchen wie Werbeagenturen, Brauereien und auch Handwerksbetrieben genutzt, um Mitarbeitern und Kunden eine Wertschätzung in diesen schwierigen Zeiten entgegen zu bringen und ihnen gleichzeitig ein Gefühl der Sicherheit zu geben", erklärte Thomas Luczkowski, Produktinnovation & New Business Development bei allcop|Unique Mask. Webshops wie affengeilebilder24.de bieten die Unique Mask im eigenen Design den Kunden einzeln (für 14,94 Euro) zum Kauf an.

Cewe rüstet Fotostationen für Omnichannel-Anwendungen auf

Kontaktlos drucken

Die Generation 2020 der Cewe Fotostation erscheint in einem neuen, matten Premium-Design mit gebürsteter Edelstahl-Optik.

Cewe hat mit der Platzierung der neuen Generation seiner Fotostation im Einzelhandel begonnen. Die in neuem Design gestalteten Sofortdruckterminals sind erstmals mit einem QR-/Barcode-Scanner ausgestattet, der innovative Omnichannel-Anwendungen ermöglicht. Zusätzlich hat Cewe als schnelle Reaktion auf die Corona-Krise jetzt die Möglichkeit geschaffen, Bildprodukte im Sofortdruck völlig kontaktlos mit dem eigenen Smartphone zu bestellen, ohne dass die Kunden das Display der Cewe Fotostation berühren müssen. Diese Option wird in Kürze nicht nur bei den neuen Terminals, sondern auch bei den installierten Fotostationen verfügbar sein, die mit dem Internet verbunden sind.

Vor kurzem hatte Cewe bereits in seiner Fotowelt App eine „order@home"-Funktion für Sofortfotos integriert, bei der die Bilder von zu Hause oder von unterwegs aus ausgewählt und an die gewünschte Cewe Fotostation übertragen werden können, so dass der Auftrag im Geschäft ohne erneute Übertragung oder Konfiguration direkt ausgedruckt werden kann. Jetzt ist das kontaktlose Drucken auch ohne App möglich. Dazu scannt der Kunde mit seinem Smartphone einen QR Code auf dem Monitor der Cewe Fotostation und kann dann auf seinem Mobilgerät die Fotos aussuchen, die Bestellung aufgeben und schließlich den Druckvorgang auslösen. Das Berühren des Monitors der Cewe Fotostation ist nicht mehr nötig. Diese Art der kontaktlosen Bestellung hat Cewe zum Patent angemeldet. Die neue Software wird nicht nur in die neue Fotostation integriert, sondern innerhalb der nächsten Wochen auch für bereits installierte Terminals europaweit ausgerollt. „Mit der Möglichkeit, die Cewe Fotostation kontaktlos zu bedienen, reagieren wir auf die Anregungen zahlreicher Handelspartner, die im Zuge der Corona-Krise diesen Wunsch an uns herangetragen haben", erklärte Cewe CEO Dr. Christian Friege. „Mit diesem wichtigen neuen Baustein unseres Angebotes am Point of Sale bieten wir dem Fotohandel einen zusätzlichen Weg, die Kunden zu erreichen."

Noch mehr Konnektivität

Mit der Mögichkeit, Bilddaten von praktisch jedem Smartphone, Speicherkarten und USB-Sticks drahtlos per Bluetooth oder AirPrint oder mit physischer Verbindung per Kartensteckplatz und Kabel für Android- und Apple-Geräte zu akzeptieren, zeichnete sich die Cewe Fotostation schon bisher durch umfassende Konnektivität aus. Jetzt kommt noch die besonders einfache Verbindung über Huawei Share dazu (siehe imaging+foto-contact 5/2020, S. 9). Dabei können die Bilder auf dem Handy ausgewählt und mit praktisch einem Wisch an die Cewe Fotostation geschickt werden, wenn dort zuvor Huawei Share als Übertragungsoption ausgewählt werden. Noch einfacher wird künftig die Übertragung mit Huawei OneHop sein: Dabei erkennen sich das Smartphone und die Cewe Fotostation automatisch per NFC, so dass die Fotos ohne Weiteres mit einer Wischgeste in Richtung Fotostation geschickt werden können.

Bereits die gegenwärtige Generation der Cewe Fotostation hat sich als Umsatzträger und Frequenzbringer im Fotohandel bewährt, denn die Nachfrage nach Fotos im Sofordruck wächst.

„Wir sind stolz, als exklusiver Partner von Huawei als erstes Fotofinishing-Unternehmen die neue Konnektivität zu den Huawei-Smartphones anbieten zu können", komentierte Holger May, Leiter des Geschäftsbereichs On Site Finishing bei Cewe. „Die Nutzung unserer Cewe Fotostationen ist aber auch mit jedem beliebigen Smartphone kinderleicht und wird durch die kontaktlose Bedienung nochmals auf ein ganz neues Level gehoben."

Kein Geringerer als Richard Yu, CEO of Huawei Consumer Business Group, gab im Februar persönlich die Zusammenarbeit des chinesischen Technologiekonzerns mit Cewe bekannt.

Mehr Service dank Scanner

Mit der Integration eines QR-/Barcode-Scanners in die neue Version der Fotostation hat Cewe die Voraussetzungen für zunächst vier neue Anwendungsfälle geschaffen.

1. Die Kunden können jetzt praktisch von jeder Plattform aus (PC, Notebook, Tablet oder Smartphone) ihre Fotos auswählen, bearbeiten und eine Bestellung in das Geschäft ihrer Wahl senden. Dabei wird ein QR-Code generiert, der vor Ort an der Cewe Fotostation gelesen wird, um den Druckvorgang sofort auszulösen.
2. Mit dem QR-Code soll auch der Zugriff auf den Cewe-Myphotos-Cloud-Speicher einfacher und schneller werden.

3. Das Scannen eines QR-Codes auf Cewe-Produktmustern am PoS führt Kunden direkt zum jeweiligen Editor. Dort können sie sofort mit der Gestaltung des Fotoprodukts beginnen, das sie gerade als Beispiel entdeckt haben, ohne es vorher unter verschiedenen Optionen und Formaten suchen zu müssen.

4. Das Scannen des EAN-Codes von Fotozubehör soll es auch einfacher machen, das passende Printformat auszuwählen, das genau das bevorzugte Produkt, z. B. einen Bilderrahmen, passt. Bei Cewe Fotostationen, an denen Sofortsticker erhältlich sind, funktioniert das auch mit den EAN-Codes von personalisierbaren Produkten wie z. B. Duschgel-Flaschen. Zudem können die Kunden mit QR-Codes, die in Werbemitteln wie Newslettern, Flyern oder Gutscheinen erscheinen, auf der Cewe Fotostation direkt zu einem bestimmten Angebot, Produkt oder Design geführt werden.

„Mit unserem Omnichannel-Angebot unterstreichen wir unsere Position, als Technologieführer im Markt für Bildprodukte", betonte Friege. „Die kritischen Wochen der behördlich angeordneten Schließung von Geschäften haben gezeigt, wie wichtig umfassende Omnichannel-Angebote für alle Beteiligten sind. Deshalb haben wir während der Krise schnell gehandelt, um z. B. Fachhändlern der United Imaging Group, die noch nicht auf allen Kanälen präsent waren, diese Optionen zugänglich zu machen. Mit der neuen Generation der Cewe Fotostation schaffen wir eine noch effizientere Verbindung aller Bestellkanäle und bieten damit den Endkunden noch mehr Auswahl und eine weiter verbesserte Bedienfreundlichkeit.

Unser Außendienst erklärt aktiven Fachhändlern gerne, wie sie von der neuen Cewe Fotostation profitieren können, die wir, wie bisher für die Tresenplatzierung, als Premium-Version mit verschiedenen Drucker- und Formatoptionen sowie als vollständiges Cewe Fotocenter anbieten werden."

Cewe Photo Award startet in die vierte Runde

Der Sleeping Koala, der von Ralph Haldimann für den Cewe Photo Award 2019 fotografiert wurde, ist das Markenzeichen für die neue Ausschreibung.

Nach drei erfolgreichen Ausschreibungen geht der Cewe Photo Award jetzt in die vierte Runde. Das Motto „Our world is beautiful" soll Profis und ambitionierten Fotografen wieder die Augen für die schönen Momente und schützenswerten Dinge der Welt öffnen. Dabei können alle Teilnehmer dazu beitragen, die Welt ein Stückchen besser zu machen: Pro eingereichtem Foto spendet Cewe 10 Cent an die Hilfsorganisation SOS-Kinderdörfer weltweit.

Fast ein Jahr lang haben Hobby- und Profifotografen noch Zeit, ihre Bilder in den zehn Kategorien einzureichen: Landschaften, Menschen, Natur, Architektur und Technologie, Sport, Kochen und Essen, Hobby und Freizeit, Tiere, Reise und Kultur sowie Luftaufnahmen. Für die Motive gibt es keine weiteren Vorgaben. Man kann sie auf einer Weltreise oder direkt vor der Haustür finden, neue Perspektiven im eigenen Wohnzimmer entdecken oder schöne Details im Garten festhalten. Bereits während der Laufzeit des Wettbewerbs können die eingereichten Fotos auf der Webseite des Awards betrachtet und kommentiert werden.

Nach dem Einsendeschluss am 31. Mai 2021 wird eine internationale Jury die besten Fotos auswählen. 1.000 Gewinner werden mit Preisen im Gesamtwert von über 250.000 Euro ausgezeichnet. Die 10 Sieger in den Kategorien, aus denen auch der Gesamtsieger gekürt wird, erhalten zudem den begehrten Cewe Photo Award.

„Es freut uns sehr, dass sich der Cewe Photo Award mittlerweile als fester Bestandteil der internationalen Fotoszene etabliert hat", kommentierte Cewe CEO Dr. Christian Friege. „Mit 448.152 eingereichten Fotos haben wir im letzten Jahr den größten Fotowettbewerb der Welt ausgerichtet. Was uns dabei aber noch viel wichtiger war: Dank der hohen Anzahl an Fotos konnten wir bei der Siegerehrung einen Spendencheck in Höhe von 44.815,20 Euro an SOS-Kinderdörfer weltweit überreichen. Ich danke schon jetzt jedem Fotobegeisterten, der uns auch dieses Mal bei unserem Ziel unterstützt, viele schöne und bunte Eindrücke zu sammeln und gemeinsam mit der ganzen Welt zu teilen."

Gutes erstes Quartal

Trotz erster Auswirkungen der Corona-Pandemie ist Cewe im ersten Quartal 2020 weiter gewachsen: Der Umsatz stieg im Vergleich zum ersten Quartal des Vorjahres um 4,1 Prozent auf 144,8 Mio. Euro; das EBIT lag mit 1,8 Mio. Euro trotz der Krise nur knapp unter dem Vorjahresniveau von 2,3 Mio. Euro. Besonders viel trug der Geschäftsbereich Fotofinishing zum guten Ergebnis bei. Dagegen wirkte sich der Corona-Shutdown auf die Geschäftsfelder Kommerzieller Online-Druck und Einzelhandel negativ aus.

Im Kerngeschäft wuchs der Umsatz im Vergleich zur Vorjahresperiode durch die Akquisition von WhiteWall und den Ende März einsetzenden „Stay-at-home"-Effekt um 10,8 Prozent auf 114,7 Mio. Euro. Dabei entwickelte sich vor allem das Onlinegeschäft positiv. So legte der Absatz des Cewe Fotobuchs im Vergleich zum Vorjahresquartal um 2,2 Prozent auf 1,36 Mio. Exemplare zu. Das führt Cewe auch darauf zurück, dass die Menschen mehr Zeit mit Online-Produkten verbrachten, weil sich das Leben sehr stark in das eigene Zuhause verlagert hatte. Das operative Ergebnis (EBIT) des Geschäftsbereichs erreichte 3,3 Mio. Euro und lag damit trotz belastender Effekte in Höhe von 0,5 Mio. Euro aus der Akquisition von WhiteWall um 0,3 Mio. Euro über dem Vorjahr. Cewe hatte den Premium-Bilddienstleister im Juni 2019 übernommen. Anders als das Fotofinishing wurde der Cewe Geschäftsbereich Kommerzieller Online-Druck durch schwache Nachfrage nach Werbedrucksachen und anderen Printprodukten von der Corona-Krise spürbar betroffen. Das führte im ersten Quartal zu einem Umsatzrückgang von 10,5 Prozent auf 22,6 Mio. Euro, nachdem Cewe noch Ende Februar – vor dem Corona-Shutdown – in diesem Geschäftsfeld ein leichtes einstelliges Umsatzwachstum verzeichnet hatte. Auch das EBIT blieb mit -0,8 Mio. Euro hinter dem Vorjahresergebnis (-0,4 Mio. Euro) zurück.

Im durch den bewussten Verzicht auf margenschwache Geschäfte ohnehin geplant rückläufigen Bereich Einzelhandel führten die behördlich angeordneten Schließungen zu einem im Vergleich zum Vorjahresquartal deutlichen Umsatzrückgang um 27,5 Prozent auf 7,5 Mio. Das EBIT zeigte sich dabei mit -0,5 Mio. Euro insgesamt nur geringfügig schwächer als im Vorjahresquartal (Q1 2019: -0,4 Mio. Euro). Dies führt Cewe auch auf ein verbessertes Ergebnis im Januar und Februar 2020, also vor dem Corona-Shutdown, zurück.

Mit einer Eigenkapitalquote, die zum 31. März 2020 bei 54,0 Prozent und damit nur geringfügig unter dem Vorjahresniveau (54,9 Prozent) lag, fühlt sich Cewe weiterhin sehr solide aufgestellt. Wie sich die Corona-Pandemie in den nächsten Monaten auf das Geschäft des Unternehmens auswirken werde, könne aber derzeit nicht belastbar prognostiziert werden, erklärte das Unternehmen. „Die Situation ist komplett neu, und es gibt keine Vergleichswerte", erklärte Friege. „Wir können zum jetzigen Zeitpunkt aber noch nicht belastbar prognostizieren, wie sich Corona in den nächsten Monaten auf unser Geschäft auswirken wird. Wir sehen die Herausforderungen und haben sie gut gemanagt: Cewe ist stabil und sehr solide aufgestellt."

Mit Abstand ausgezeichnet: Für strategischen Weitblick, Innovationskraft, nachhaltige Führungskultur und gute Unternehmensführung erhielt Cewe im Mai den „Axia Best Managed Companies Award", ein im Rahmen des Axia Best Managed Companies (BMC) Programms von Deloitte, WirtschaftsWoche, Credit Suisse und Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) in Deutschland durchgeführter Wettbewerb und Gütesiegel für erfolgreiche mittelständische Firmen. Der Preis wurde (mit gebührendem Sicherheitsabstand) in Oldenburg von Dr. Arno Probst, Partner Audit & Assurance bei Deloitte (rechts) an Cewe CEO Dr. Christian Friege übergeben.

Kooperation von MyPostcard und Deutsche Post

Individualisierbare Briefmarken

In den Onlineshops www.deutschepost.de/individuell und deinebriefmarke.de können Kunden Briefmarken mit eigenen Fotos gestalten und in 10er- oder 20er Blöcken bestellen.

Die Deutsche Post und der Postkarten-App-Anbieter MyPostcard kooperieren nun auch im Bereich der individualisierbaren Briefmarken. Der Druck- und Bildienstleister MyPostcard bietet jetzt seinen Kunden die Möglichkeit, auf der Internetseite deinebriefmarke.de Briefmarken individuell zu gestalten und diese zur Frankierung von Briefen und Postkarten zu nutzen, die über die Deutsche Post versandt werden. Bisher war dergleichen nur mit dem Produkt „Briefmarke Individuell" möglich, das exklusiv der Deutschen Post vorbehalten war. Mit dem neuen Angebot erweitern die beide Unternehmen ihre seit 2018 währende Zusammenarbeit.

Auf deinebriefmarke.de steht auch eine große Auswahl von Lizenzprodukten zur Verfügung.

Damals hatte MyPostcard die Funcard-App der Deutschen Post erworben, mit der Kunden gedruckte, personalisierte Postkarten mit eigenen Fotos versenden können. Mit der Briefmarke Individuell können Konsumenten Postwertzeichen mit eigenen Fotos und Bildern gestalten und diese auf DIN-A5-Bögen mit jeweils 10 oder auf DIN-A4-Bögen mit jeweils 20 selbstklebenden Briefmarken über den Onlineshop *www.deutschepost.de/individuell* und jetzt auch über die Seite *deinebriefmarke.de* bestellen.

Zusätzlich können die Kunden auf *deinebriefmarke.de* ihre Briefmarkenbögen im DIN A4-Format mit zehn unterschiedlichen Motiven aus einer großen Auswahl von kommerziellen Lizenzprodukten wie Bibi & Tina, Benjamin Blümchen, Leo Lausemaus oder Die Amigos gestalten.

„Wir freuen uns, mit MyPostcard einen agilen Partner gefunden zu haben, der unsere erfolgreiche Geschäftsidee der personalisierbaren Briefmarke nun auch für seine Kunden verfügbar macht", kommentierte Ole Nordhoff, Chief Marketing Officer Post & Paket Deutschland bei der Deutschen Post DHL Group. „Wir sind davon überzeugt, dass der erweiterte Kundenkreis unserem Produkt zusätzliches Wachstum bescheren wird."

„Es ist nicht selbstverständlich, eine solche Verantwortung übertragen zu bekommen, und dafür sind wir sehr dankbar", fügte Oliver Kray, Geschäftsführer von MyPostcard, hinzu. „Wir werden den Markt für individualisierbare Briefmarken in Deutschland mit innovativen und kreativen Ideen bereichern und gemeinsam ein tolles Produkt mit einzigartigem Profil und Mehrwert für den Privat-, aber auch Geschäftskunden etablieren."

Erfolgreiches Startup

Die am 1. Mai 2014 von Oliver Kray gestartete App von MyPostcard ist nach Angaben des Unternehmens mit 3 Millionen Downloads die erfolgreichste und mit einer Bewertung von 4,7 Sternen die beliebteste Postkarten-App, gehört damit in diesem Bereich zu den europäischen Marktführern und ist inzwischen international in acht Sprachen und in vier Währungen verfügbar. Mit über 50.000 Designs und Ansichtskarten-Motiven aus aller Welt unterhält die MyPostcard.com GmbH nach eigenen Angaben den derzeit weltweit größten Designshop mit Motiven und Vorlagen. Neben dem Direktvertrieb an Endverbraucher bietet MyPostcard auch B2B- und B2B2C-Lösungen für Partner und Unternehmen an.

Seit dem Eintritt in den amerikanischen Markt Januar 2017 ist das in Berlin beheimatete Unternehmen, das mit Druckereien in Berlin, New York und Melbourne zusammenarbeitet, auch mit einem Büro in New York vertreten. Im Dezember 2018 übernahm MyPostcard die User der Postkarten-App Funcard von der Deutschen Post AG.

Neue Online-Seminare vom Photo+Medienforum Kiel

Das Photo+Medienforum Kiel bietet im Juni zwei neue Online-Seminare und im August eine mehrtägige Serie an. Bereits am 15. Juni (15 bis 19 Uhr) findet der Kurs „Business mit Instagram" statt, der einen umfassenden Überblick über die Tools und Nutzungsmöglichkeiten der Plattform bieten soll. Dabei sollen die Teilnehmer das Ziel erreichen, ihr eigenes Social Media Konzept und Moodboard zu entwicklen. Das Seminar kostet 99 Euro; nach der Anmeldung erhalten die Teilnehmer den Zugangslink zum virtuellen Klassenraum „zoom".
Am 25. Juni steht von 10 bis 14 Uhr ein Online-Seminar zum Thema „Kreative Bildbearbeitung mit iPad und Pencil" auf dem Programm, das den Teilnehmern neue Möglichkeiten auf dem Weg zu tollen Bildresultaten vermittelt. Dabei lernen sie die Grundlagen der Arbeit mit dem iPad, die Handhabung des Apple Pencil, üben die Beherrschung der Board-Software von iOS und externe Apps und erhalten eine Einführung in die App „Snapseed". Auch dieses Seminar kostet 99 Euro.
Am 18. August beginnt eine Serie von sechs Sitzungen zum Thema „Einstieg Fotografie für den Handel", in denen jeweils 75 Minuten lang (von 19.30 bis 20.45 Uhr) die Grundlagen der Fotografie vermittelt werden. So können die Teilnehmer die Einstellungen von System- und DSLR-Kameras lernen und erste Erfahrungen in der Fotografie sammeln. Vermittelt werden auch Kenntnisse der Verkaufsargumentation im Beratungsgespräch und Praxistipps mit Übungen. Das Seminar kostet 400 Euro.
Weitere Informationen gibt es online unter www.meisterlehrgang-fotograf.de/online-seminare oder per Email bei johanna.bavendiek@phtomedienforum.de

8. Oberstdorfer Fotogipfel auf September 2020 verschoben

Der Oberstdorfer Fotogipfel, der ursprünglich vom 1. bis zum 5. Juli 2020 stattfinden sollte, ist auf den 23. bis zum 27. September 2020 verschoben und steht unter Thema „Sport". Die Schirmherrschaft übernimmt die bekannte Modefotografin Esther Haase.
In einer Pressemitteilung betonen die Organisatoren, dass Sicherheitsvorkehrungen und Hygienevorschriften für die Besucher selbstverständlich umgesetzt werden.
„Wir freuen uns sehr, dass es uns gelungen ist, den Termin zu verschieben und dass alle Partner, die bereits zugesagt haben, beim neuen Termin mit dabei sein werden", kommentierte Christian Popkes, Kurator und Initiator des Oberstdorfer Fotogipfels.
Wie im letzten Jahr erwartet die Besucher auf dem Oberstdorfer Fotogipfel ein spannendes Ausstellungskonzept. Bekannte Fotografinnen und Fotografen präsentieren in unterschiedlichen In- und auch Outdoor-Locations besondere Blickwinkel zum Thema Sport.
„Wir hoffen natürlich, dass wir alle Ausstellungen und Workshops wie geplant durchführen können, aber zum jetzigen Zeitpunkt können wir das noch nicht genau sagen", erklärte Popkes. „Wir raten den interessierten Besuchern, regelmäßig auf unserer Homepage vorbeizuschauen. Sollte es Änderungen oder weitere Verschiebungen geben, teilen wir dies dort auf jeden Fall rechtzeitig mit."

Ein Buch, das sich zu lesen lohnt

„Die große Zerstörung"

Andreas Barthelmess, geboren 1979, hat eigene Start-ups und führende, europäische Tech-Unternehmen mit aufgebaut und kennt so die digitale Ökonomie als Insider. In seinem Buch „Die große Zerstörung" zeigt er anschaulich, was der digitale Bruch mit unserem Leben macht und zeigt Perspektiven auf, wie es weitergehen könnte.

Wenn es an diesem Buch etwas zu kritisieren gibt, dann den womöglich der Marketing-Abteilung des Dudenverlags geschuldeten reißerischen Artikel. Denn Barthelmess entpuppt sich auf den gut 250 Seiten keinesfalls als Weltuntergangsprophet, auch wenn er die Schattenseiten der digitalen Umwälzung kritisch beleuchtet. Er stellt vielmehr ausgewogen dar, dass Plattform-Ökonomie, künstliche Intelligenz und allgegenwärtige Vernetzung mehr sind als technologische Trends. Denn sie verändern nicht nur grundsätzlich das Wirtschaftsleben, sondern haben auch dramatische kulturelle, gesellschaftliche und politische Konsequenzen.

Da Barthelmess – anders als viele Start-up-Spezialisten – nicht nur auf der Höhe der digitalen Entwicklung ist, sondern auch noch über eine fundamentale Bildung verfügt, versteht er sich darauf, diese Prozesse nicht nur präzise zu beschreiben, sondern auch in ihrem geistesgeschichtlichen und soziokulturellen Zusammenhang einzuordnen.

Dabei stellt er anschaulich dar, wie Plattform-Ökonomie geradezu notwendigerweise zu monopolistischen Strukturen führt, zeigt die Licht- und Schattenseiten sozialer Netzwerke und erklärt, warum auf diesem neuen Spielfeld traditionelle Unternehmen und die bisherigen Volksparteien auf der Verliererseite stehen.

Barthelmess zeigt, wie dramatisch sich die weltweite Kommunikation durch die allgegenwärtige Vernetzung verändert hat, welche gewichtige Rolle Bilder dabei spielen und wie schnell sich die Wirklichkeit in einer digitalen Welt ändert, in der alles gleichzeitig und in nächster Nähe passiert.

All das trägt der Autor in einer gepflegten, leicht verständlichen und völlig unaffektierten Sprache vor. Und nachdem man nach dem 11. Kapitel fast der Depression verfallen ist, entwickelt er zum Schluss eine überraschend konstruktive Perspektive: Zwar bedroht die digitale Oligarchie, auf welche die Welt zusteuert, massiv die demokratischen Strukturen, die wir gewohnt sind, aber noch kann das, so Barthelmess,

Andreas Barthelmess

verhindert werden – nämlich dann, wenn Europa sich auf seine Stärken besinnt und sich durch entschlossenes Handeln aus seiner selbstverschuldeten digitalen Unmündigkeit befreit. Gerade für die Foto- und Imagingbranche, in der viele immer noch die digitale Disruption ignorieren oder unterschätzen, sollte dieses Buch zur Pflichtlektüre werden. Denn auch wenn man nicht jeder These des Autors zustimmt, eines wird zwingend deutlich: Nutella-Deutschland bekommen wir nicht zurück.

Andreas Barthelmess, Die große Zerstörung, ist im Dudenverlag erschienen und kostet 18 Euro (bitte nicht bei Amazon bestellen).

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

GEISSLER

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

Reparaturservice
Herbert Geissler GmbH

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

Sie sind Journalist?

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

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

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

Suche gebrauchte Minilabs
0048 604283868, Lowim@wp.pl

Inserentenverzeichnis

Cewe ..... 2. U.
Personal- und Kleinanzeigen ..... 3. U.
Photo+ Medienforum Kiel ..... 4. U.

Anzeigenschluss für Kleinanzeigen im imaging+foto-contact Ausgabe 8/2020 ist der 17. Juli 2020.

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

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und Imagingbranche

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

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

Redaktion:
Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klomps

Anzeigen:
Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klomps
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 49 v. 1. Januar 2020

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

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

Druck:
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

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

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

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

ISSN: 1430-1121

BUSINESS MIT INSTAGRAM

Onlineseminar vom Photo+Medienforum Kiel

Ziel des Kurses ist ein umfassender Überblick über die Tools und Nutzungsmöglichkeiten von Instagram. In einer anschließenden, persönlichen Zielgruppenfindung, entwickeln Sie Ihr eigenes Social Media Konzept & Moodboard.

WANN

Datum 15.06.2020
von 15:00 - 19:00 Uhr

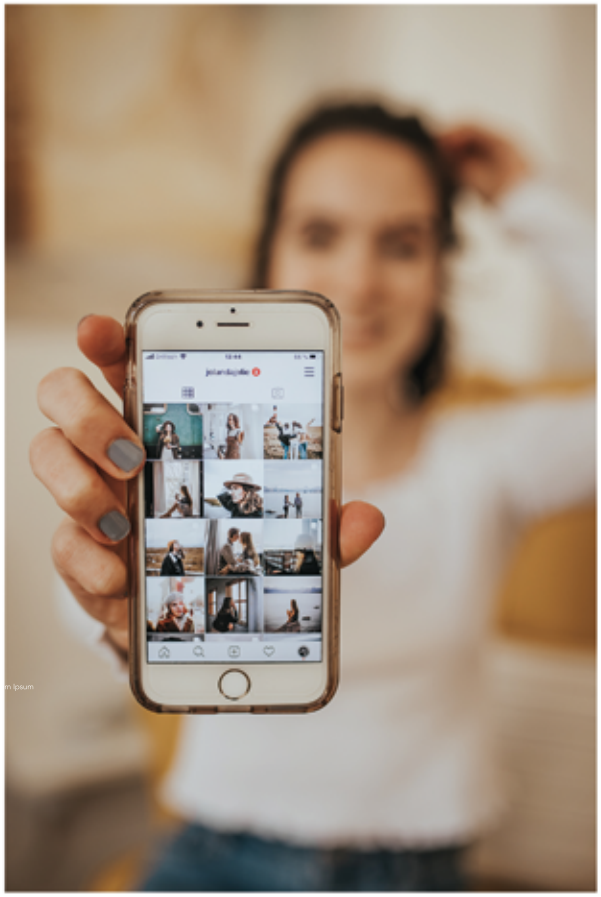
WO

Nach Anmeldung gibt es den Zugangslink
zum virtuellen Klassenraum „zoom"

INHALTE

- Einführung Instagram: Vorteile/Nachteile
- Nützliche Tools (Business Profil, Geotags, Hashtags,)
- Verwendung von Instagram im Fotografiebusiness
- WIE will ich mich am Markt platzieren?
- Beginn der Zielgruppenfindung
- Einführung Branding

Preis: 99,- Euro



INFOS

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

Ein Angebot vom

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

(C) JOLANDA PRESCHER