

imaging+foto 8 2017

contact

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

Die Innovation von digitalspezialist



Analoge Fotoalben als Fotobuch

Ringfoto Gesellschafterversammlung Die Gewinner

Im März hatte Ringfoto für 2016 einen Rekordumsatz von 341,4 Millionen Euro bekanntgegeben. Auf der Gesellschafterversammlung wurde deutlich, dass dieser Erfolg nicht auf Kosten der Rendite erzielt wurde. **S. 14**

Dr. Christian Friege ist neuer CEO Führungswechsel bei Cewe

Am 1. Juli 2017 hat Dr. Christian Friege die Aufgabe des CEO übernommen. Der bisherige CEO, Dr. Rolf Hollander, bleibt dem Unternehmen als Vorsitzender des Kuratoriums der Neumüller Cewe Color Stiftung erhalten. **S. 20**

60 Jahre Photo+Medienforum Kiel Neue Angebote

Im Zeichen des Jubiläums standen der traditionelle Branchentreff sowie die Mitgliederversammlung und Kuratoriumssitzung, zu denen das Photo+Medienforum Kiel am 27. und 28. Juni eingeladen hatte. **S. 28**

Jetzt Termin vormerken!

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

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
IMAGING UNLIMITED

„Creating new realities“

Womit handelt der Fachhandel?

Wissen als Ware

Ein bekannter Fachhändler hat Anfang Juli eine grundlegende Veränderung seines Geschäftsmodells bekanntgegeben: Isarfoto will sich „weitgehend aus dem margenschwachen Geschäft mit standardisierter Hardware“ zurückziehen und sich stattdessen auf die „kompetente und zielführende Beratung und Betreuung sowohl professioneller Fotografen als auch engagierter Amateure“ konzentrieren.



Thomas Blömer, Verleger

Ob diese Idee erfolgreich sein wird, kann heute noch niemand wissen. Selbst Skeptiker werden Isarfoto Chef Klaus Bothe allerdings nicht absprechen können, dass er Mut hat. Denn für sein Konzept gibt es (fast) keinen Präzedenzfall, auch wenn schon mehrfach Versuche von Fachhändlern diskutiert wurden, für die Beratung von Kunden Geld zu nehmen. Isarfoto will zwar auch zukünftig im Kundenauftrag Fotozubehör und Spezialitäten besorgen, die für den Endverbraucher nicht so einfach zu beschaffen sind, versteht

sich aber hauptsächlich als Beratungsunternehmen. Denn im klassischen Handel sieht Bothe offensichtlich kein attraktives Geschäftsmodell mehr. Für Kameras und Standardzubehör gebe es heute zahlreiche, weitgehend automatisierte Einkaufsportale, die günstige Beschaffungsmöglichkeiten bieten – bei einer gleichzeitig auf ein Minimum reduzierten Beratung, heißt es in der Pressemitteilung. Man könnte ergänzen: Aus dem Wettbewerb mit solchen Angeboten will sich Isarfoto in Zukunft heraushalten.

Beratung gegen Geld, das ist auch das Geschäftsmodell des Start-ups „Deutsche Technikberatung“, das 2014 in Köln gegründet wurde. Dieses junge Unternehmen bietet gegen Entgelt (69 Euro pro Stunde) sogar einen Vor-Ort-Service bei den Kunden zu Hause an. Dort bringen die Technikberater zum Beispiel das WLAN zum Laufen, schließen den Smart TV ans Internet an und helfen überhaupt in allen Fällen, wo Otto Normalverbraucher und Lisa Normalverbraucherin ratlos vor einem Problem stehen. Bereits 2016 hat sich die Metro Gruppe in die Deutsche Technikberatung eingekauft; in diesem Frühjahr übernahm die abgespaltene

Muttergesellschaft von Media Markt und Saturn, Ceconomy, kurzerhand die Mehrheit. Ceconomy Chef Pieter Haas erwartet davon wichtige Impulse für das bisherige Kerngeschäft, „indem wir Kaufentscheidungen für komplexe digitale Lösungen erleichtern und das Vertrauen in unsere Vertriebsmarken weiter stärken.“

Im Fotohandel sind angesichts dieser Entwicklungen vor allem die Kooperationen gefragt, ihre Mitglieder nicht nur bei der Weiterentwicklung ihrer Beratungskompetenz zu unterstützen, sondern auch bei deren Vermarktung. In diesem Frühjahr hat z. B. Ringfoto mit der Etablierung des neuen Bereichs „Trends & Training“ einen wichtigen Schritt in diese Richtung gemacht.

Die Aktivitäten so unterschiedlicher Anbieter wie Isarfoto, Media Saturn und Ringfoto zeigen vor allem eins: Die Kunden wollen Beratung, und diese Beratung ist etwas wert. Ob die Kunden bereit sind, diesen Wert auch in bar zu bezahlen, wird über die Zukunft des Fachhandels entscheiden. Denn das Beispiel Isarfoto zeigt: Das Verkaufen von Ware mit unzulänglichen Margen ist selbst für manchen gestandenen Händler kein Geschäftsmodell mehr.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

10 Jahre F&G Digitalspezialist GmbH
Die Digitalisierer 24

Editorial

Womit handelt der Fachhandel?
Wissen als Ware 3

Wichtiges aus foto-contact.de 6, 7

Verband

PIV zieht Bilanz der Branchentalks
Chancen im Ökosystem 8

Handel

Ringfoto Gesellschafterversammlung in Salzburg
Die Gewinner 14

Neuheiten 12, 27

Mehr als Sofortbildkameras und Filme
Die instax Fotowelt 10

Panasonic Lumix GH 5 begeistert die Tester
Der Siegertyp 18

Ringfoto Gesellschafterversammlung Die Gewinner



Bereits im März hatte Ringfoto für das Geschäftsjahr 2016 einen Rekordumsatz von 341,4 Millionen Euro bekanntgegeben. Auf der Gesellschafterversammlung am 19. Juni 2017 in Salzburg wurde deutlich, dass dieser Erfolg nicht auf Kosten der Rendite erzielt wurde: Der Jahresüberschuss der Ringfoto GmbH & Co. Alfo Marketing KG lag mit gut 1,2 Millionen Euro ebenfalls deutlich über dem Vorjahresergebnis (1,01 Millionen Euro). Zudem konnten sich die Mitglieder über einen weiteren Gewinn freuen: Die Ringfoto Gruppe wurde im Bereich Foto/Video mit dem begehrten Plus X Award als „Deutschlands bester Händler 2017“ ausgezeichnet. **Seite 14**

HANDEL

10 Jahre F&G Digitalspezialist GmbH



Die Digitalisierer

Mit einem Tag der offenen Tür feierte die Osnabrücker F&G Digitalspezialist GmbH (digitalspezialist) Mitte Juni ihr 10jähriges Jubiläum. In einem Jahrzehnt hat sich das Unternehmen zu einem der führenden Digitallabore in Deutschland entwickelt und erzielt mit der Digitalisierung von analogen Filmen, Videos und Fotos deutliche Wachstumsraten, von denen auch die Handelspartner profitieren. Zum Jubiläum machte sich der Dienstleister selbst ein Geschenk: Als erstes Unternehmen bietet digitalspezialist die Digitalisierung kompletter Fotoalben an. **Seite 24**

ZUM TITELBILD

Mehr als Sofortbildkameras und Filme



Die instax Fotowelt

Der Sofortbild-Boom ist ungeboren. 6,5 Millionen instax Kameras hat Fujifilm im vergangenen Jahr weltweit verkauft; in diesem Jahr könnten es noch mehr werden. Denn die Nachfrage wächst weiter, und Weihnachten kommt bekanntlich erst noch. Darauf muss der Fotohandel vorbereitet sein: nicht nur mit einem passenden Angebot von Kameras und Filmen, sondern auch mit Zubehör. **Seite 10**

NEUHEITEN

Panasonic Lumix GH 5 begeistert die Tester



Der Siegertyp

Das aktuelle Spitzenmodell der Lumix G Serie, die GH5, hat in zahlreichen Tests der Fachpresse überzeugende Bewertungen wie „exzellent“, „Kauftipp“ oder „sehr gut“ erhalten. Nachdem schon das Vorgängermodell immer wieder hervorragend abgeschnitten hatte, werden die Foto- und Videoqualitäten des neuen Panasonic Flaggschiffs von vielen Experten noch höher eingeschätzt. Das bedeutet auch wirksame Verkaufsargumente für den Fachhandel. **Seite 18**



PIV zieht Bilanz der Branchentalks Chancen im Ökosystem

Der Photoindustrie-Verband (PIV) hat eine positive Bilanz der Branchentalks gezogen, der im Rahmen der Mitgliederversammlung im Mai stattfand (siehe imaging+foto-contact 6/2017, S. 24 - 26). Die wichtigste Erkenntnis aus den fünf Vorträgen lautet: In einem sich schnell wandelnden Markt mit einer zunehmend vernetzten Produktlandschaft ist es wenig sinnvoll, nach dem einen großen Technologietrend zu suchen. Statt dessen bietet sie komplexe vielfältige Möglichkeiten, die aktuellen Entwicklungen in Gesellschaft, Wirtschaft und Technologie für neue Angebote zu nutzen. **Seite 8**

VERBAND

Interview mit Dr. Christian Friege und Dr. Rolf Hollander



Am 1. Juli 2017 hat Dr. Christian Friege (l.) wie geplant die Aufgabe des CEO bei Cewe übernommen. Als Vorstandsvorsitzender der Neumüller Cewe Color Stiftung, die als persönlich haftende Gesellschafterin die Geschäfte der börsennotierten Cewe Stiftung & Co. KGaA führt, ist er nun für das operative Geschäft der Gruppe verantwortlich. Der bisherige

CEO, Dr. Rolf Hollander, bleibt dem Unternehmen als Vorsitzender des Kuratoriums der Neumüller Cewe Color Stiftung erhalten. Zu den Aufgaben dieses Gremiums gehört unter anderem die Bestellung des Vorstandes. **Seite 20**

60 Jahre Photo+Medienforum Kiel Neue Aufgaben



Im Zeichen des Jubiläums „60 Jahre Kieler Fotoschule“ standen der traditionelle Branchentreff sowie die Mitgliederversammlung und Kuratoriumssitzung, zu denen das Photo+Medienforum Kiel am 27. und 28. Juni eingeladen hatte. Zahlreiche Vertreter aus Fotohandel und Industrie nutzten die Gelegenheit zum Austausch und informierten sich dabei auch über das verbesserte Betriebsergebnis der Institution und zahlreiche neue Angebote für Fotografen und den Fotohandel. **Seite 28**

So gewinnt man die Kunden von morgen Bilder für Grundschüler



Bilder gibt es bekanntlich jede Menge, gute Fotos aber weniger. Da liegt es nahe, schon jungen Menschen zu zeigen, wo der Unterschied liegt. Ein Beispiel dafür ist eine Projektwoche, wie sie die Berliner Ruppin-Grundschule für 16 Schülerinnen und Schüler der vierten bis sechsten Klassen durchführte. Hier ging es nicht nur um die Frage „Wie mache ich ein gutes Bild?“. Dank der Unterstützung durch den Bremer Spezialisten Nopar konnten die Fotos auch auf der innovativen Klebefolie Tacklite Stick & Go 4.0 ausgedruckt und präsentiert werden. **Seite 30**

INTERVIEW

UNTERNEHMEN

BILDDIENSTLEISTUNGEN

Investor übernimmt Teile der insolventen Panono GmbH 27

Interviews

Dr. Christian Friege ist neuer CEO
Führungswechsel bei Cewe 20

Unternehmen

60 Jahre Photo+Medienforum Kiel
Neue Angebote 28

Bilddienstleistungen

So gewinnt man die Kunden von morgen
Bilder für Grundschüler 30

Impressum 31

Klein- und Personalanzeigen 31

Immer aktuell:



Canon irista unterstützt jetzt auch Videos

Neben Fotos können mit irista jetzt auch Videos organisiert, betrachtet und geteilt werden. Beim Teilen von Videos, Einzelbildern oder ganzen individuell erstellten Galerien benötigt der Empfänger kein eigenes irista-Konto. Die zahlreichen Canon Kameramodelle mit integriertem WLAN bieten eine direkte Schnittstelle zu irista. Somit kann der Upload unmittelbar aus der Kamera erfolgen. Wahlweise erfolgt eine Datensicherung auch automatisch, sobald sich die Kamera mit einem WLAN verbindet.

irista ermöglicht dank seiner zahlreichen praktischen Funktionen eine effektive Organisation der eigenen Video- und Fotosammlung, heißt es in einer Pressemitteilung. irista ist als App für Smartphone und Tablet verfügbar sowie per PC beziehungsweise Laptop erreichbar.

Neben der Organisation der Bilddaten in Sammlungen und Galerien sowie der Möglichkeit, diese über soziale Netzwerke oder direkt mit Freunden online zu teilen, bietet irista die Option, eine Auswahl der Bilder in einem Canon Fotobuch, dem sog. „hdbook“, zu präsentieren. Neu ist in diesem Zusammenhang der Druck als kompaktes hdbook im praktischen quadratischen Format. In naher Zukunft ergänzt das hdbook-Portfolio zudem eine edle Designvariante mit Leinen-Einband. Neben der Eingliederung von Videos sollen bis Ende dieses Jahres weitere Funktionen in irista integriert werden. Außerdem sind sogenannte Fun Reminder geplant, die bei Fotografen mit großen Bildermengen die Highlights herausfiltern und nochmal in Erinnerung rufen. Die schönsten Erinnerungen sollen auch in naher Zukunft mit Hilfe von irista an die Wand gebracht werden – als hdposter. Im vierten Quartal soll irista auch zum Ratgeber werden und auf Basis einer Bildanalyse den jeweiligen Fotografen individualisierte Tipps für bessere Bilder geben. Seit Mitte Juni befindet sich in allen EOS 1300D + EF-S 18-55mm und EOS 750D + EF-S 18-55mm Kits ein Gutschein für 50 GB gratis Speicherplatz bei irista – und das ein Leben lang.

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

Koelnmesse-Chef Gerad Böse erhält Vertrag bis 2023



Gerald Böse

Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse, und der Aufsichtsrat der Koelnmesse haben sich in der jüngsten Sitzung auf eine Verlängerung seines Vertrags bis zum Jahr 2023 verständigt. Böse ist seit Frühjahr 2008 im Amt. Die Koelnmesse ist seit Jahren auf Wachstumskurs, soll dauerhaft Umsatzgrößen deutlich über 300 Millionen Euro erreichen und plant für die kommenden Jahre regelmäßig Gewinne.

„Die Entscheidung ist Zeichen unseres Vertrauens in Gerald Böse, das Unternehmen auch weiterhin in eine erfolgreiche Zukunft zu führen“, kommentierte Kölns Oberbürgermeisterin Henriette Reker als Vorsitzende des Aufsichtsrats. „Er hat die Koelnmesse aus der Finanz- und Wirtschaftskrise nachhaltig in den Top Ten des internationalen Messewesens platziert und behält bei allen unternehmerischen Entscheidungen stets den Standort Köln im Blick. Wir brauchen eine starke Koelnmesse für die nachhaltige Entwicklung unserer Region. Gerald Böse ist dafür der Richtige.“

Mit ihrem Programm Koelnmesse 3.0 plant die Messegesellschaft Investitionen von weit mehr als 600 Millionen Euro bis 2030 und stellt sich mit einer umfassenden Digitalisierungsstrategie den Anforderungen in den kommenden Jahren. Dies geht auch aus dem Geschäftsbericht 2016 hervor, den die Koelnmesse Mitte Juli veröffentlicht hat. Für die Weltausstellung Expo 2020 in Dubai wird die Koelnmesse erneut den deutschen Pavillon gestalten.

Profot übernimmt Vertrieb von Lastolite Studioprodukten

Die Kölner Profot GmbH hat den Vertrieb der Marke Lastolite „by Manfrotto“ für Deutschland übernommen. Lastolite Studioproducte sind über die Profot-Handelspartner oder direkt bei Profot Köln erhältlich. Das ganze Lastolite Programm kann zudem über den Onlineshop www.profotshop.de bestellt werden.

Lastolite „by Manfrotto“ produziert seit 1985 umfangreiches Fotozubehör im Bereich Lighting für Studio und Location-Anwendung. Das innovative und qualitativ hochwertige Sortiment besteht aus Hintergründen, Softboxen, Reflektoren, Diffusoren, Schirmen, Blitzzubehör und Zubehör für die Produktfotografie. Nach Angaben von Profot garantieren die strengen Qualitätsstandards in der Herstellung erstklassige und langlebige Produkte, die auch hohen Anforderungen gerecht werden. Das Lastolite-Portfolio ist eine ideale Ergänzung für das bekannte Elinchrom Studioblitz-System.

Das Profot-Vertriebsprogramm umfasst neu folgende Markenprodukte: Elinchrom (Blitzequipment), Lastolite (Studio- und Outdoor Fotozubehör), Foba (Studiotechnik), 3D-Viz.com (modulare 360 Grad Drehteller), Lee Filters (Filtersystem), Tether Tools (Kamera- und Studiozubehör) und Museo (FineArt Papieren).

Termin für die photokina 2019 steht fest

Die Koelnmesse hat den Termin für die photokina 2019 bekanntgegeben. Die Weltmesse für Imaging-Technologien findet vom 8. bis 11. Mai 2019 statt. Sie wird die erste Veranstaltung im neuen jährlichen Rythmus sein und nur sieben-einhalb Monate nach der photokina 2018 an den Start gehen. Diese findet letztmalig zum traditionellen Herbst-Termin vom 26. - 29. September 2018 statt. Die weltweite Leitmesse soll ab 2019 jährlich im Mai stattfinden und unter dem Motto „Imaging Unlimited“ neben Innovationen aus den Kernbereichen des Imaging Workflows auch die ganze Bandbreite Imaging-relevanter Produkte, Anwendungen und Dienstleistungen abbilden.

Walser übernimmt Samyang Distribution

Walser hat neben den Objektiven mit manuellem Fokus von Samyang auch die Modelle mit Autofokus und die professionellen Video-Objektive ins Sortiment aufgenommen. Ab sofort sind unter der Submarke Xeen alle wichtigen Brennweiten und Anschlüsse ab Lager verfügbar, darunter auch das neue Autofokus Objektiv AF 3.5 mm F2.8 für Sony EF.

„Mit der neuen Produktpalette von Samyang erhält der Handel Premium-Qualität zu einem erschwinglichen Preis“, erklärte Martin Bongard, Leiter Vertrieb, und Marketing bei Walser. „Mit den Xeen Objektiven machen wir zudem die Videografie noch stärker für den Markt zugänglich und ermöglichen so dem Händler außergewöhnliche Umsatzchancen.“

Für das neue Autofokus Objektiv AF 3.5 mm F2.8 für Sony EF erwartet Walser eine besonders starke Nachfrage. Mit seinen zwei asphärischen Linsen, einer hochrefraktive Linse sowie Ultra Multi Coating liefert es eine hohe Auflösung von der Mit-

te bis zu den Ecken des Bildes. Es kostet 299 Euro (UVP).

Isarfoto konzentriert sich auf Beratung und Service

Der Fotofachhändler Isarfoto aus Icking richtet sich mit einem komplett veränderten Geschäftsmodell neu aus: Das Unternehmen will sich künftig auf seine Stärken wie kompetente, zielführende Beratung und Betreuung von professionellen Fotografen und engagierten Amateuren konzentrieren. Im Mittelpunkt steht die umfassende Beratung, welche Lösung für die spezifischen Aufgabenstellungen des jeweiligen Kunden besonders gut geeignet ist und wie er diese preiswert und zuverlässig erwerben kann.

Vor dem Hintergrund jahrzehntelanger Erfahrung und umfassender Marktkenntnisse positioniert sich Isarfoto damit vor allem als Dienstleister. Dennoch will das Unternehmen auch zukünftig im Kundenauftrag Fotozubehör und -spezialitäten besorgen, die für den Endverbrau-

cher nicht so einfach zu beschaffen sind. Für Kameras und Standardzubehör gebe es heute zahlreiche, weitgehend automatisierte Einkaufsportale, die günstigste Beschaffungsmöglichkeiten mit einer gleichzeitig auf ein Minimum reduzierten Beratung kombinieren, betonte Isarfoto in einer Pressemitteilung. In genau diese Marktlücke soll das Isarfoto-Team mit dem neuen Betreuungsangebot vorstoßen. Darüber hinaus bietet das Unternehmen neben zahlreichen weiteren Servicedienstleistungen auch eine Online-Plattform zur kompetenten Reparaturabwicklung von Kameras und Fotozubehör.

Über das Internetportal www.reparo24.com können deutschlandweit schnell und unkompliziert Aufträge zur Instandsetzung der Fotoausrüstung übermittelt werden. Engagierte Hobbyfotografen haben weiterhin unter dem Dach der IF/Academy Gelegenheit, Foto-Workshops zu einer Vielzahl unterschiedlicher Themen zu besuchen, sich fotografisch auszuprobieren und fortzubilden.

10 Jahre
digitalspezialist
Videos, Filme & Bilder digitalisieren



Ihr professioneller Partner für Digitalisierungsleistungen



F&G Digitalspezialist GmbH - Digital-Labor
Sutthausen Str. 76 - 49080 Osnabrück
0541 - 202 8 170 - service@digitalspezialist.de
www.digitalspezialist.com

PIV zieht Bilanz der Branchentalks

Chancen im Ökosystem



WE ARE IMAGING

Der Photoindustrie-Verband (PIV) hat eine positive Bilanz des Branchentalks gezogen, der im Rahmen der Mitgliederversammlung im Mai stattfand (siehe *imaging+foto-contact* 6/2017, S. 24 - 26). Die wichtigste Erkenntnis aus den fünf Vorträgen lautet: In einem sich schnell wandelnden Markt mit einer zunehmend vernetzten Produktlandschaft ist es wenig sinnvoll, nach dem einen großen Technologietrend zu suchen. Statt dessen bietet sie komplexe vielfältige Möglichkeiten, die aktuellen Entwicklungen in Gesellschaft, Wirtschaft und Technologie für neue Angebote zu nutzen.

Das bestätigt die Marktforschung. „Während um die Jahrtausendwende noch vier Megatrends eine überschaubare und berechenbare Planungsgrundlage ermöglichten, sorgen allein in diesem Jahr 21 Megatrends und rund 100 Folgetrends für eine zunehmende Veränderungsdynamik“, betonte Michael Heidemann, Lead Telecom Germany bei der GfK, in seinem Vortrag auf dem PIV Branchentalk.

Passend dazu gebe es eine immer größere Vielfalt von spezialisierten Technikprodukten für besondere Anwendungszwecke. Wer früher eine einzige leistungsstarke Kamera besaß, habe jetzt mitunter auch eine 360-Grad-Kamera, vielleicht auch eine Drohne, und sehr sicher auch ein Smartphone und Tablet mit zahlreichen Apps sowie Zugang zu Cloudspeichern. Netzwerkfunktionen mit WLAN und Bluetooth seien inzwischen Standard. Daraus leitete Heidemann ab: „Es gibt

in absehbarer Zeit nicht das nächste große Ding! Statt dessen werden viele kleine vernetzte Dinge den Umsatz ankurbeln.“

Wachstumstreiber Imaging

Für den Imaging-Markt seien das keine schlechten Voraussetzungen, erklärte Heidemann, denn in den innovativen digitalen Anwendungen gebe es zahlreiche Anknüpfungspunkte. „Ich brauche überall Bilder – die Anzahl der Kameras wächst“, prognostizierte der Marktforscher und identifizierte einige Wachstumfelder für die Branche:

Künstliche Intelligenz: Wenn Roboter Aufgaben in Medizin und Altenpflege übernehmen und Autos den Fahrer ersetzen, müssen sie mit hochwertigen optischen Systemen und Software zur Erkennung ihrer Umgebung ausgestattet sein.

Künstliche Realität: Ob Virtual Reality,

Augmented Reality oder Mixed Reality – ohne spezielle Displays und Linsen sowie Kameras mit 3D-Blick, ergänzt durch leistungsfähige Software-schnittstellen, sind die neuen Welten nicht denkbar. Auch 360-Grad-Kameras und Spezialzubehör wie Drohnen werden gebraucht. Heimautomatisierung und Sicherheitstechnik: Im smarten Zuhause kommen lichtstarke Objektive, hochauflösende Sensoren ebenso zum Einsatz wie effiziente Signalverarbeitung und Bilddatenspeicherung.



Michael Heidemann, Lead Telecom Germany bei der GfK, stellte in seinem Vortrag auf dem PIV Branchentalk Wachstumfelder für die Imaging-Branche dar.

Vor diesem Hintergrund zeigte sich der Marktforscher überzeugt: „Imaging bleibt ein hochinnovativer Markt“. Unerlässlich sei aber, dass sich Unternehmen die Frage stellen, wie ihre

neuen Imaging-Produkte und -Dienstleistungen in die „vernetzte Erlebniswelt“ des Kunden passen.

Es sei wichtig, Schnittstellen zu gängigen Plattformen und Standards zu entwickeln, erklärte Heidemann. Dabei könne es auch sinnvoll sein, Produktkategorien zu berücksichtigen, die erst auf den zweiten Blick einen Bezug zu Foto- und Imaging-Anwendungen haben. Ein Beispiel seien Smart Watches, die sich zwar nicht als Minikameras für das Armband etabliert haben, aber per App als Fernbedienung für Kameras Verwendung finden können.

Die Vielfalt nutzen

Erfolgreiche Anbieter würden sich nicht auf „high value“-Produkte beschränken können, deren Nachfragepotential bei maximal einer Einheit pro Kunde liege, betonte Heidemann. Da das Wachstum künftig von der Nachfrage nach



PIV Geschäftsführer Christian Müller-Rieker: „Nachhaltige Wachstumschancen sichern sich vor allem diejenigen Unternehmen, die sich durch eine Vielfalt an Produkten und Services flexibel auf die vernetzte Lebens- und Arbeitswelt der Kunden einstellen.“

einer Vielzahl vernetzter Geräte pro Kunde getrieben werde, sollten sich zukunftsorientierte Unternehmen auf Produkte ausrichten, von denen

größere Mengen benötigt werden. „Neue Produktbereiche zu besetzen, bietet gerade für etablierte Unternehmen große Chancen“, stellte Heidemann fest. Anders als frisch gestartete Anbieter könnten sie von den Stärken ihrer Marken profitieren und der Nachfrage nach neuen Produktkategorien große Impulse geben.

Auch der PIV sieht gute Voraussetzungen für die Imagingbranche, um von dieser neuen Marktdynamik zu profitieren. „Imagingunternehmen vollziehen zunehmend den Schwenk von spezialisierten Anbietern für Endgeräte und Komponenten zu breit diversifizierten Herstellern für Hardware, Software und Services im B2C- und B2B-Bereich“, resümierte PIV Geschäftsführer, Christian Müller-Rieker. „Die Imaging-Industrie ist sehr gut aufgestellt, um Kunden passende Imaging-Lösungen für eine vernetzte Lebens- und Arbeitswelt zu bieten.“

PIV Startup Day in Krefeld

Am 5. Oktober 2017 startet der Photoindustrie-Verband (PIV) mit dem Startup Day ein neues Veranstaltungsformat. Hier können Unternehmer, Investoren und Manager innovative Imaging-Geschäftsideen und -Modelle live kennenlernen. Die Veranstaltung findet im neuen Convention-Center der Canon-Deutschlandzentrale statt.

Die Teilnahme als Besucher ist kostenlos, eine Online-Anmeldung (www.piv-imaging.com/PIV-Startup-Day) aber erforderlich.

Mit der Veranstaltung will der PIV allen Beteiligten einen intensiven Austausch auf Augenhöhe ermöglichen. Kooperationspartner sind der Bundesverband Deutsche Startups, der High-Tech Gründerfonds, das Netzwerk Startplatz

und die photokina. „Wenn etablierte Unternehmen und aufstrebende Startups zusammenfinden, eröffnen sich zahlreiche Möglichkeiten“, kommentierte PIV-Vorsitzender Rainer Führes. „Die Bündelung von Know-how, Ideen, Unternehmergeist, Unbekümmertheit, Kreativität und Erfahrung setzt zusätzliche Energien frei – und zwar auf allen

Seiten.“ Startups aus den Bereichen Foto- und Videohardware, Digital & Mobile Imaging, Apps, Software, Cloud-Dienste, AR/VR/Mixed Reality, Print- und Displaylösungen sowie Dienstleistungen können sich bis zum 25. August 2017 um einen der 10 vorgesehenen Präsentationsmöglichkeiten auf dem PIV Startup Day bewerben. Eine hochkarätige Expertenjury wird bis zum 6. September 2017 darüber entscheiden, welche der jungen Unternehmen auf dem Startup Day auftreten werden.

Am Ende des Tages wird aus diesen Startups ein Gewinner ermittelt, der kostenlos als Aussteller auf der photokina, der internationalen Leitmesse der Foto- und Imagingbranche, vom 26. bis 29.9.2018 in Köln dabei sein kann.



Mehr als Sofortbildkameras und Filme

Die instax Fotowelt

Der Sofortbild-Boom ist ungebrochen. 6,5 Millionen instax Kameras hat Fujifilm im vergangenen Jahr weltweit verkauft; in diesem Jahr könnten es noch mehr werden. Denn die Nachfrage wächst weiter, und Weihnachten kommt bekanntlich erst noch. Darauf muss der Fotohandel vorbereitet sein: nicht nur mit einem passenden Angebot von Kameras und Filmen, sondern auch mit Zubehör.



Die rasanten Wachstumsraten der instax-Verkäufe setzen sich fort.

Fujifilm hat in diesem Jahr seine Bereitschaft unterstrichen, die rasanten Wachstumskurven der instax Sofortbildkameras mit weiteren Investitionen zu befeuern. So brachte das Unternehmen im Frühjahr mit der instax mini 9 ein neues Volumenmodell auf

den Markt, das mit einem praktischen Selfiespiegel aktuelle Trends aufgreift und in fünf modischen Farben auf den Geschmack der (vorwiegend jungen und weiblichen) Zielgruppe zugeschnitten ist. Im Juni folgte dann mit der hybriden Sofortbildkamera

instax Square SQ10 ein höherwertiges Produkt, das analoge Sofortbildtechnik mit digitalen Funktionen und Effekten kombiniert, um quadratische Fotos im beliebten Instagram-Stil zu erzeugen.

Mit der aufmerksamkeitsstarken Kampagne unter dem Motto „Lass es raus!“ kurbelte Fujifilm im Frühjahr und Sommer den instax Hype weiter an. Intensive Online-Aktivitäten, Social-Media-Auftritte auf Facebook (Fujifilm Fotowelt), YouTube und Instagram (@instax_de) sowie die Zusammenarbeit mit Bloggern und Influencern wie dem YouTube Star Kayef führten zu 55 Millionen Kontakten. In der Herbst- und Wintersaison will Fujifilm noch einmal kräftig Gas geben. Für den Fotohandel gibt es unter anderem große Plakate im Kampagnendesign, um die Kunden im Geschäft oder – noch besser – im Schaufenster auf die Produkte aufmerksam zu machen.



In der Kampagne „Lass es raus“ werden zahlreiche Zielgruppen über verschiedene Kanäle angesprochen.



Zusätzlicher Umsatz:
instax Fotoalben.

Zahlreiche Zubehör-Artikel

Mit den instax Sofortbildprodukten ist es Fujifilm gelungen, eine von der Branche schon fast verloren geglaubte Generation neu für das Thema Kamera zu begeistern. Denn die überwiegende Mehrzahl der Sofortbildkameras wird von Menschen im Teenager-Alter bis Mitte 30 gekauft, und zwar vor allem von Mädchen und jungen Frauen.

Auf diese Zielgruppe ist auch der größte Teil der instax Zubehörpalette abgestimmt, die überraschend umfangreich ist und mehrere Dutzend Artikel umfasst. Sie können im Fotohan-

del nicht nur für zusätzliche Umsätze sorgen, sondern auch die Dekoration zu einem echten Blickfang machen. So gibt es nicht nur vier verschiedene Fotoalben, sondern auch Sticker-Sets, mit denen man die Bilder individuell verzieren kann. Für die Präsentation der Sofortbilder zu Hause gibt es zahlreiche instax Clips, mit denen man die Fotos ganz einfach am Kühlschrank, Wohnzimmerregal oder an der

Neue Kunden

Mit dem umfassenden instax Portfolio bietet Fujifilm dem Fotohandel ein hervorragendes Instrument, um neue Zielgruppen anzusprechen und vor allem junge Kunden ins Geschäft zu bekommen. Denn eins ist sicher: Der instax Boom wird sich auch im Weihnachtsgeschäft fortsetzen, und gekauft wird



Zusätzlicher Umsatz: instax mini Magic Frames mit Schneekugel-Effekten.

die Ware dort, wo sie vorhanden ist und offensiv präsentiert wird – am besten im Schaufenster. Und dabei geht es nicht nur um einmalige Umsätze: Laut Fujifilm kaufen die Besitzer und vor allem Besitzerinnen einer instax Kamera im ersten Jahr durchschnittlich sechs Filme.



Zusätzlicher Umsatz:
instax Clips.

del nicht nur für zusätzliche Umsätze sorgen, sondern auch die Dekoration zu einem echten Blickfang machen. So gibt es nicht nur vier verschiedene Fotoalben, sondern auch Sticker-Sets, mit denen man die Bilder individuell verzieren kann. Für die Präsentation der Sofortbilder zu Hause gibt es zahlreiche instax Clips, mit denen man die Fotos ganz einfach am Kühlschrank, Wohnzimmerregal oder an der

Zusätzlicher Umsatz:
instax Duschvorhang.



Neuheiten

Sigas neue Art-Objektive ab sofort erhältlich

Die beiden neuen Objektive der Art-Reihe, das Sigma 14mm F1.8 DG HSM | Art und das Sigma 24-70mm F2.8 DG OS HSM | Art sind ab sofort verfügbar. Das Sigma 14mm F1.8 DG HSM | Art zeichnet sich durch einen extremen Bildwinkel, herausragende Schärfe und überragende Lichtstärke aus. Das Resultat sind nach Herstellerangaben Aufnahmen, die das menschliche Sehvermögen weit übertreffen.

Mit dem ebenfalls neuen 24-70mm F2.8 Objektiv erweitert Sigma seine Art-Reihe um einen lichtstarken Allrounder. Dieses Standard-Zoom-Objektiv eignet sich besonders für hochauflösende Digitalkameras und beugt mit Hilfe des optischen Stabilisators verwackelten Aufnahmen vor.

Der Hyper-Sonic-Motor (HSM) ermöglicht einen blitzschnellen Autofokus. „Auf die Entwicklung unseres neuen Ultra-Weitwinkel-Objektivs der Art-Reihe sind wir besonders stolz“, erklärte Robert Kruppa, General Manager Sigma (Deutschland). „Die enorme Nachfrage zeigt, dass wir hier einen Nerv der Fotografen getroffen haben.“

Das Sigma 14mm F1.8 DG HSM | Art hat einen UVP von 1.649 Euro, das Sigma 24-70mm F2.8 DG OS HSM | Art kostet 1.449 Euro (UVP).

Neue Vollformat-DSLR Canon EOS 6D Mark II

Canon hat im Juli die neue Vollformat-DSLR EOS 6D Mark II auf den Markt gebracht. Mit einem neu entwickelten 26,2-Megapixel-Sensor, dem DIGIC 7-Prozessor, 45-Punkt-AF und Dual Pixel CMOS AF soll sie vor allem anspruchsvolle Amateur-Fotografen motivieren, für ihr Hobby 2.099 Euro (UVP) auszugeben. Die Kamera ist mit einem 5-achsigen Movie-Bildstabilisator im Gehäuse als erste Canon-Vollformat-DSLR mit einem berührungsempfindlichen, dreh- und schwenkbarem Monitor (3 Zoll/7,6cm, 1,04 Mio. Bildpunkte) ausgestattet. Der große Dynamikumfang des neuen

26,2-Megapixel-Vollformat-Sensors ermöglicht auch bei kontrastreichen Motiven einen großzügigen Belichtungsspielraum; die hohe ISO-Empfindlichkeit von bis zu ISO 40.000 kann auf ISO 102.400 erweitert werden. Im Zusammenspiel mit dem DIGIC 7-Prozessor und dem 45-Punkt-AF



bietet die EOS 6D Mark II schnelle Autofokus-Funktionen mit präziser Schärfenachführung. Serienbilder werden mit bis zu 6,5 Fotos/s aufgenommen, Videos in Full HD. Nur Zeitraffer-Aufnahmen können auch in 4K gefilmt werden. Mit WLAN/NFC und Bluetooth bietet die EOS 6D Mark II zeitgemäße Netzwerkfunktionen. Das Mobilgerät kann per WLAN auch als Fernsteuerung eingesetzt werden. Für die Aufzeichnung der geographischen Daten des Aufnahmeortes gibt es eine GPS-Funktion.

Das kompakte und leichte Gehäuse der EOS 6D Mark II ist gegen Staub und Spritzwasser geschützt. Als Zubehör gibt es u. a. den Batteriegriff BG-E21, der nicht nur die Zahl der möglichen Aufnahmen verdoppelt, sondern auch als Gegengewicht schwere Objektive ausbalanciert.

Neues Nikkor Telezoom-Objektiv

Das neue AF-P Nikkor 70–300 mm 1:4,5-5,6E ED VR Telezoom-Objektiv eignet sich besonders für den Einsatz bei Sport-, Natur- oder Reiseaufnahmen. Es ist wie alle AF-P Nikkor-Objektive mit dem neuen AF-Schrittmotor ausgestattet, der Motive besonders schnell und leise fokussiert.

Zusätzlich verfügt das Objektiv auch über den aus den Profiobjektiven bekannten Sport VR. Dieser Modus eignet sich besonders für Fotografen, die sich schnell bewegend Motive einfangen – selbst bei ungleichmäßigen Bewegungen. Zu den weiteren Merkmalen zählt die elektromagnetische Blendensteuerung, die eine präzisere Belichtung bei Aufnahmen mit hoher Bildrate gewährleistet. Die Fokusmodusschalter (A/M und M/A) ermöglichen einen Wechsel zum manuellen Fokussieren durch Drehen am Fokussier-

ring. Der von Sportfotografen bevorzugte M/A-Modus erlaubt den manuellen Eingriff ohne Zeitverzögerung.



„Das neue AF-P 70–300 mm-Objektiv eröffnet zahlreiche neue Möglichkeiten für Freihandaufnahmen im Telebereich. Nikon verbaut schon seit längerer Zeit professionelle Technologie in günstigeren Objektiven. Das neue Telezoom-Objektiv ist das jüngste Beispiel hierfür“, erklärte Dirk Jasper, Manager of Product Marketing, Nikon Europe. „Fotografen profitieren bei anspruchsvollen Bedingungen von professionellen Merkmalen, wie dem Sport VR-Modus und dem M/A-Fokusmodusschalter, für einen nahtlosen Übergang zum manuellen Fokussieren.“ Das AF-P Nikkor 70–300 mm 1:4,5-5,6E ED VR ist voraussichtlich im August 2017 zum UVP von 879 Euro erhältlich.

Yuneec H920 Plus Kamera-Adapter

Mit dem neuen H920 Plus Kamera-Adapter lässt sich der Tornado H920 Plus Multikopter von Yuneec ab sofort auch mit den vom Typhoon H bekannten Kamerasystemen CGO3+ (4K Foto/Videokamera mit Dreiachsgimbal) sowie der CGO-ET (Wärmebild- und Restlichtkamera mit Dreiachsgimbal) ausstatten und betreiben. Damit lassen sich die Anwendungsgebiete



des H920 Plus auf Situationen erweitern, in denen eine Wärmebildkamera benötigt wird, z. B. bei Personensuchen von Sicherheits- und Rettungsdiensten oder der Rehkitz-Rettung in der Landwirtschaft. Auch bei Verwendung des Kamera-Adapters und zusätzlicher Akkus bleibt der Tornado H920 Plus unter der Gewichtsgrenze von 5 kg. Das Fluggerät wurde vor allem für professionelle Foto- und Video-Aufnahmen entwickelt, ist leicht zu transportieren und ermöglicht mit seinem einziehbaren Landegestell einen ungehinderten 360-Grad-Rundumblick.

EINSTIEG IN DIE FOTOBTRANCHE

- FÜR QUEREINSTEIGER -



Projektleiter Michael Nagel erklärt seinen Teilnehmern das Videoequipment.

Von fotografischen Grundlagen, über Bildbearbeitung, bis hin zum Verkaufstraining und Social Media, sowie das Kennenlernen neuer Technologien - ab dem 09.10.2017 können Quereinsteiger der Fotobranche ihr Wissen am PHOTO+MEDIENFORUM KIEL e.V. erweitern. Der Lehrgang findet in Präsenz - und Onlinephasen statt. Nach knapp vier Monaten, im Februar, werden die neuen Allroundtalente mit einem Zertifikat der staatlich anerkannten Einrichtung in die Medienwelt entlassen.

Der Gesamtpreis beträgt 2900,00 Euro

Mit 500,- Euro werden Olympus Pro - Händler gesponsert ebenso die ersten 10 Ringfoto - Händler.



PHOTO+MEDIENFORUM KIEL
Aus- und Weiterbildung

Anmeldung und Rückfragen an:
mail@photomedienforum.de
0431 57 97 00
www.photomedienforum.de

Ringfoto Gesellschafter- versammlung in Salzburg

Die Gewinner



Bereits im März hatte Ringfoto für das Geschäftsjahr 2016 einen Rekordumsatz von 341,4 Millionen Euro bekanntgegeben. Auf der Gesellschafterversammlung am 19. Juni 2017 in Salzburg wurde deutlich, dass dieser Erfolg nicht auf Kosten der Rendite erzielt wurde: Der Jahresüberschuss der Ringfoto GmbH & Co. Alfo Marketing KG lag mit gut 1,2 Millionen Euro ebenfalls deutlich über dem Vorjahresergebnis (1,01 Millionen Euro). Zudem konnten sich die Mitglieder über einen weiteren Gewinn freuen: Die Ringfoto Gruppe wurde im Bereich Foto/Video mit dem begehrten Plus X Award als „Deutschlands bester Händler 2017“ ausgezeichnet.

Der gewachsene Jahresüberschuss bedeutet für die Kommanditisten eine Eigenkapital-Rentabilität bzw. Ausschüttungsquote von 20,6 Prozent (Vorjahr 17 Prozent). „In einem Kapitalmarkt

mit extremen Niedrigzinsen ist diese Kapitalverzinsung mehr als erfreulich und zeigt, dass die Umsatzzuwächse der Gruppe nicht zu Lasten der Erträge generiert wurden“, betonte Ring-

foto Geschäftsführer Michael Gleich. Einschließlich des von der Ringfoto Zentrale ausgeschütteten Bonus in Höhe von 8,826 Millionen Euro und der durchgereichten Boni der Lieferanten sind den Mitgliedern in 2016 insgesamt 19,6 Millionen Euro zugeflossen. Damit liegt die Gesamtausschüttung um 11 Prozent über dem Wert des Vorjahres.

Mit dem Umsatzplus habe sich Ringfoto deutlich besser entwickelt als der Foto-Gesamtmarkt, der laut GfK einen Rückgang von 12,8 Prozent verzeichnete, betonte Gleich. Die Ringfoto-Mitglieder hätten erheblich dazu beigetragen, dass der Marktanteil des Fachhandels im Jahr 2016 auf 40,9 Pro-

zent gestiegen sei. Auch in diesem Jahr setze sich diese erfreuliche Entwicklung fort, fügte Gleich hinzu. Während der Markt in den ersten vier Monaten um 2,6 Prozent gewachsen sei, habe der Anteil des Fachhandels bis Ende April 43,1 Prozent erreicht. Auch Ringfoto liege in den ersten fünf Monaten 2017 mit einem Umsatzwachstum von 3 Prozent weiter im Plus.

SAP Einstieg gelungen

Vor dem Auftritt von Michael Gleich hatte der Ringfoto Verwaltungsratsvorsitzende Rainer Th. Schorcht einen kurzen Überblick über die allgemeine Wirtschaftslage und die Herausforderungen für den Einzelhandel gegeben. Dabei stellte er Problemfelder wie den Niedrigzins und die daraus resultierende Gefahr von Blasen im Immobilienmarkt positiven Faktoren wie dem günstigen Konsumklima gegenüber. Davon profitiere auch der Fotohandel, betonte Schorcht, denn es würden zwar weniger, aber immer höherwertige Kameras verkauft. Erfreulicherweise sei die Bereitschaft der Industrie gestiegen, die Beratungsleistung des Fachhandels zu honorieren. Dass sich das Kartellamt diesen fairen Geschäftsbeziehungen in den Weg stelle, sei keinesfalls im Interesse des Verbrau-

chers, stellte Schorcht fest. Die Lobbyarbeit der Verbände beginne allerdings Wirkung zu zeigen. Daran hat auch Schorcht seinen Anteil, denn der Ringfoto Verwaltungsratsvorsitzende setzt sich in zahlreichen Ehrenämtern in der HDE, dem BVT, der IHK Ostwestfalen-Lippe und im Handelsverband NRW für die Belange des Fachhandels ein.

Unter dem Beifall der Gesellschafter bedankte sich Schorcht ausdrücklich für die ausgezeichneten Leistungen des Ringfoto Managements und aller Mitarbeiter. Das betraf nicht nur das gute Betriebsergebnis, sondern auch die reibungslose Einführung von SAP pünktlich zum 2. Mai um 6 Uhr früh. Zwei Jahre Vorbereitungszeit hat diese Umstellung in Anspruch genommen, die notwendig war, weil das alte ERP System zum einen nicht mehr unterstützt wurde und zum anderen den Erfordernissen einer modernen Fachhandelskooperation nicht mehr entsprach. Durch die neue Plattform sind zahlreiche Prozesse einfacher und schneller geworden. Das wirkt sich auch in der Auftragsabwicklung aus: Die Zeitlinie für die Lieferung am nächsten Tag konnte bereits um eine Stunde von 12 auf 13 Uhr (Montag bis Donnerstag) erweitert werden. In Ein-



Ringfoto Geschäftsführer Michael Gleich wurde mit der Rekordquote von 100 Prozent der abgegebenen Stimmen entlastet.

zelfällen können sogar Bestellungen, die bis 15 Uhr eingehen, das Ringfoto Lager noch am selben Tag verlassen. Mit der neuen IT Plattform hat Ringfoto gemeinsam mit der Poet GmbH, die das System umsetzte, eine echte Pionierleistung vollbracht. Denn eine SAP Lösung für eine Handelskooperation mit unabhängigen Mitgliedern gab es bisher noch nicht.

Erfolgreiche Aktivitäten

Die erfolgreiche Geschäftsentwicklung von Ringfoto wurde nicht nur durch die Nachfrage nach hochwertigen Kameras, sondern auch durch gelungene Aktivitäten beschleunigt. So erwiesen sich die Produkte der im vergangenen Jahr eingeführten Ringfoto Special Edition als echte Bestseller: Bislang wurden schon mehr als 15.000 Sets verkauft, in denen attraktive Kameramodelle mit Zubehörprodukten von Peter Hadley kombiniert und in einer neuen verkaufsfördernden Umverpackung präsentiert werden.

Fortsetzung auf Seite 16



Der Ringfoto Verwaltungsratsvorsitzende Rainer Th. Schorcht begrüßte auch Thomas Nedder, Country Head Germany bei Sony. Der japanische Hersteller hatte das Sponsoring der Gesellschafterversammlung und der Abendveranstaltung übernommen.

Handel

Fortsetzung von Seite 15

Als erstes Modell wurde die Panasonic TZ 71 auf der Frühjahrsmesse 2016 als Ringfoto Special Edition angeboten. Im Herbst folgte die Sony HX 90 V, Anfang 2017 wurde das Sortiment um die beiden Systemkameras Sony Alpha 6000 und 5000 sowie die Kompaktmodelle Canon G9x Mark II, SX620 und die Sony RX100 III ergänzt. Weitere Ringfoto Special Edition Angebote sollen in Kürze folgen. Auch das neue, flexible Konzept Ringfoto-Ladenbau 2.0 stößt auf gute Resonanz und hat zahlreiche Händler motiviert, über einen Komplettumbau nachzudenken. Inzwischen haben vier Geschäfte im neuen Design eröffnet. Ringfoto Speth in Friedrichshafen modernisierte sein Hauptgeschäft, führte einen Ringfoto Außenaustritt ein und gab dafür seine Filiale am Stadtrand auf. Auch die Foto Erhardt Filiale in Dülmen erhielt mit dem Ringfoto-Ladenbau ein komplett neues Gesicht. Ringfoto Erdmann hat sein neues Geschäft in einer neuen Immobilie in Schorndorf mit dem Ring-



Keynote-Speaker Carsten K. Rath gab den Ringfoto-Mitgliedern in einer spannenden Präsentation unter dem Titel „Das beste Anderssein ist Bessersein“ viele positive Impulse.



Als Gastredner beschrieb Prof. Dr. Hans-Werner Sinn, Präsident a.D. des Münchener ifo-Instituts und Professor an der Ludwig-Maximilians-Universität, München, die seiner Meinung nach kritische Wirtschaftslage im Euro-Raum. Seine Ausführungen sorgen für viel Diskussionsstoff, nicht zuletzt, weil Sinn zwar viele Probleme aufzeigte, aber keine Lösungen.

foto-Ladenbau möbliert und sich ebenfalls für einen Markenauftritt entschieden. Seit Mitte Mai gehört auch Foto Franz in Kehl zu den Ringfoto Vorzeigegeschäften.

Mit der Web-Marketing-Offensive begleitet Ringfoto seine Mitglieder mit speziell geschulten Außendienstmitarbeitern auf dem Weg zum digitalen Marketing. Seit der Herbstmesse 2016 stehen dafür fünf Beratungsbausteine zur Verfügung, die aufeinander aufbauen und alle wesentlichen Themen eines erfolgreichen Web-Marketings abdecken. Aktuell haben bereits 27 Mitglieder dieses kostenpflichtige Angebot angenommen, bei 12 Händlern wurde der erste Beratungsbaustein bereits abgeschlossen.

Trends & Training gut gestartet

Der am 1. April 2017 neu etablierte Bereich Trends & Training unter Leitung von Martin Wagner hat bereits ein

umfangreiches Workshop-Programm entwickelt. Die erste Reihe im dritten Quartal umfasst neun Veranstaltungen, die sich sowohl an Fotografen als auch an Händler richten. Dabei geht es um Themen wie „Train the Trainer“, das Erstellen von Tutorials und Software-Schulungen wie „Wordpress für Fotografen“ oder „Neues bei Adobe CC2017“. Ganzheitliche Produktthemen werden z. B. im Workshop „Alles rund um das Thema 360°“ behandelt, das praktische Fotografieren kommt beim 1. Voigtländer Aktivtag zu seinem Recht. Im Juli zeigte Dennis Weißmantel, ein Schüler des New Yorker Portraitfotografen Peter Hurley, wie man Portraits und Bewerbungsbilder modern und noch ertragreicher aufnimmt. Am Programm für das vierte Quartal mit Schulungen, Workshops und Exkursionen wird bereits gearbeitet.

Ausgezeichnet

Ein besonderes Highlight auf der Ringfoto Gesellschafterversammlung war die Auszeichnung mit dem Plus X Award als Deutschlands bester Händler 2017 im Bereich Foto/Video. Bis zum 31. März hatten Endkunden in Deutschland Gelegenheit, für ihre favorisierten Händler abzustimmen. Der Plus X Award, nach eigenen Angaben weltgrößter Innovationspreis für Technologie, Sport und Lifestyle, vergibt seit 2016 auch Gütesiegel an Handelsunternehmen, die sich durch besonders hohe Kundenzufriedenheit auszeichnen. In diesem Jahr wurde erstmals die Kategorie Foto/Video aufgenommen. „Wir sind stolz, dass die Ringfoto Mitglieder diese begehrte Auszeichnung gewinnen konnten und werden die Händler mit einem Werbe-Package unterstützen, um den Plus X

Award zum Endkunden hin bestmöglich zu kommunizieren“, erklärte Gleich.

Die Einigen

Angesichts der hervorragenden Ergebnisse war es nicht erstaunlich, dass die Regularien der Gesellschafterversammlung mit großer Einigkeit über die Bühne gingen. Das trifft besonders für die Entlastung der Geschäftsführung



Yosuke Aoki, Vice President und Head of DI Marketing bei Sony Europe, brachte den Ringfoto-Mitgliedern auf die ihm eigene lebhafteste Weise die Vorteile der Sony Alpha Systemkameras nahe.

zu: Michael Gleich erzielte die nicht mehr steigerungsfähige Zustimmung von 100 Prozent der abgegebenen Stimmen. Auch die zur Wiederwahl anstehenden Verwaltungsräte Rainer Schorcht (Vorsitzender, 95,3 Prozent Ja-Stimmen) und Ulrich W. Becker (84,7 Prozent) konnten auf breite Unterstützung zählen.

Die Erwartungen für das laufende Geschäftsjahr sind weiterhin von Zuversicht geprägt. „Das große Verbraucher-Interesse für Mittelformatkameras, die vielen hochwertigen Kamera- und Objektiv-Neuheiten der Systemkamera-Hersteller und das

unverändert hohe Interesse an hochpreisigen Fotokoptern sprechen dafür, dass der kompetente Fotofachhandel weiterhin ein unverzichtbarer Partner für Endverbraucher und Industrie bleiben wird und seinen Marktanteil möglicherweise noch weiter ausbauen kann“, erklärte Gleich. „Der Rückgang bei Digital-SLRs wurde

gestoppt, und bei den spiegellosen Systemkameras und Objektiven ist von Steigerungen auf hohem Niveau auszugehen.“ Die neu gegründete Ringfoto Tochtergesellschaft in Belgien und die zum 1. Oktober anstehende Firmengründung in Dänemark sollen zusätzlich für Wachstum sorgen.

Ringfoto Messe nur noch im Herbst

Auf der Gesellschafterversammlung gab Michael Gleich auch das neue Messekonzept von Ringfoto bekannt. Nachdem seit mehr als 20 Jahren alle Veranstaltungen in der Heinrich-Lades-Halle in Erlangen stattgefunden haben, steht diese wegen einer Sanierung in der gesamten Elektrizität 2018 nicht zur Verfügung. Aus diesem Anlass wurden das Messekonzept und der Messestandort überdacht.

Die Frühjahrmesse 2018 wird ersatzlos gestrichen, die Herbstmesse dagegen ausgebaut. Im nächsten Jahr wird sie in der Messe Nürnberg stattfinden; dafür hat Ringfoto an einem der innovativsten Messestandorte in Deutschland eine komplette Messehalle gemietet, so dass die Aussteller keine flächenmäßigen Beschränkungen in Kauf nehmen müssen. Anstelle der Frühjahrmesse ist unter der Ägide des neuen Bereichs Trends & Training eine umfangreiche Roadshow mit Schulungen und Workshops geplant, um die aktuellen Produkte der Saison zu den Mitgliedern zu bringen.

Im Zusammenhang mit dem Messekonzept kommentierte Gleich auch die Neuaufstellung der photokina. Sie sei als Chance für die Weltmesse gesehen, die auch für Ringfoto eine wichtige Plattform bleibe.



Für die Herbstmesse 2018 hat Ringfoto auf dem Nürnberger Messegelände eine moderne Halle angemietet.

Panasonic Lumix GH 5 begeistert die Tester

Der Siegertyp



Dank ihrer robusten Bauweise kann die staub- und wassergeschützte Lumix GH5 auch unter harten Bedingungen eingesetzt werden.

So belegte die Lumix GH5 beim Test von Audio Video Foto Bild (7/2017) den 1. Platz: „Die Panasonic Lumix GH5 sammelt gleich reihenweise gute und sehr gute Teilnoten ein: etwa für die hohe Bildqualität bei Fotos und Videos, den schnellen Autofokus und die üppige Ausstattung im robusten Gehäuse“, urteilte das Blatt. „Mit dieser gut austarierten Mischung erobert die GH5 unter den Systemkameras den ersten Platz in der Bestenliste.“

Auch bei Chip Foto Video (4/2017) landete das Lumix Spitzenmodell ganz vorn: „Wer die rund 2.000 Euro für die Panasonic Lumix GH5 entbehren kann, darf bedenkenlos zugreifen. Dabei ist es ganz gleich, ob Sie sich nun der Sportfotografie, dem Filmen von Kinostreifen oder irgendeinem anderen Bereich verschrieben haben: Die Lumix GH5 bietet alles, was Sie dafür brauchen.“

Dem Magazin Colorfoto (4/2017) war die Kamera einen „Kauftipp“ wert: „Der Fotograf erhält einen schnellen und sehr zuverlässigen Autofokus, einen Topsucher, eine umfangreiche Ausstattung und eine auch für Fotografen interessante Videofunktion. Denn die liefert hochaufgelöste 18-Megapixel-Serienbilder mit 30B/s bei nachgeführter Schärfe, Belichtung und Weißabgleich.

Das aktuelle Spitzenmodell der Lumix G Serie, die GH5, hat in zahlreichen Tests der Fachpresse überzeugende Bewertungen wie „exzellent“, „Kauftipp“ oder „sehr gut“ erhalten. Nachdem schon das Vorgängermodell immer wieder hervorragend abgeschnitten hatte, werden die Foto- und Videoqualitäten des neuen Panasonic Flaggschiffs von vielen Experten noch höher eingeschätzt. Das bedeutet auch wirksame Verkaufsargumente für den Fachhandel.

6K-Serienbilder plus Micro-Four-Thirds Objektiv könnten die GH5 deswegen zur extrem effizienten Begleiterin von Tier- und Sportfotografen machen. Die Bildqualität liegt im oberen Bereich von Micro-Four-Third-Kameras.“

Für Filmer und Fotografen

Auch in Fotohits 5/2017 erhielt die Kamera ein „Sehr gut“: „Die GH5 ist ein robustes und wasserfestes Arbeitspferd für jede Umgebung, das bei der Aufnahme viel Komfort durch ein ausgeklügeltes, sehr durchdachtes Bedienkonzept bietet. Hinzu kommen die sehr guten Leistungen sowohl bei der Bildqualität als auch der Videoaufnahme.“ Im Fotomagazin (4/2017) und in der Zeitschrift Fototest wurde die GH5 Testsieger, und das Fachmagazin Profifoto (7-8/2017) urteilte: „Das derzeitige

Panasonic Spitzenmodell Lumix GH5 folgt dem Credo der GH-Serie und setzt mehr denn je auf Filmer als primäre Zielgruppe. Aber auch für den Fotografen hat die GH5 einiges zu bieten: darunter 20 Millionen Pixel Auflösung auf einem MFT-Sensor ohne Low Pass-Filter, ein Dual IS-System mit einer 5-Achsen-Bildstabilisierung, die im Test eine bis zu fünf Einstellstufen längere Belichtung aus der Hand ermöglichte und ein neues schnelles wie präzises Autofokussystem.“

Nicht zuletzt überzeugte die Lumix GH5 auch die unabhängigen Experten der Stiftung Warentest; sie vergaben die Gesamtnote 1,7 (online Juni 2017) und fassten die Stärken so zusammen: „Ausgesprochen gute wetterfeste Systemkamera. Für höchste Ansprüche (fast sehr gut). Mit sehr gutem elektronischen Sucher und Netzwerkfunktion.

Unter dem Motto „Lumix Generation Freedom“ hat Panasonic eine Werbekampagne für die spiegellosen Systemkameras der G-Serie gestartet.



Rundum gut, sehr guter Monitor zum Klappen und Schwenken, schnelle Kamera, grundlegende Handgriffe funktionieren sehr einfach, viele Extras und Funktionen.“ Kein Wunder, dass die Verantwortlichen bei Panasonic das Konzept der Kamera bestätigt sehen: „Panasonic ist die treibende Kraft hinter der Erfolgsgeschichte der spiegellosen Systemkameras (DSLM)“, kommentierte Michael Langbehn, Head of PR, Media und Sponsoring bei Panasonic Deutschland. „Die Modelle der GH-Serie – und insbesondere das aktuelle Modell GH5 – sind ein Gradmesser für den Entwicklungsstand dieser Technologie. Die überragenden Testergebnisse der GH5 bestätigen uns, wie auch die vielen Anfragen von professionellen Fotografen und Kameraleuten nach der GH5, dass DSLM die Spiegelreflex-Technologie inzwischen übertrifft.“

Kampagne für Lumix G

Zur Sommersaison startet Panasonic eine breit angelegte Marketingkampagne für das gesamte Lumix G Sortiment. Unter dem Motto „Generation Freedom – Move free, feel free, see free“ werden sichtbare Kaufanreize für Endkunden geschaffen. Mit einer reichweitenstarken nationalen Werbekampagne sollen bis zum Herbst rund 300 Millionen Kontakte in Print, Online, Out of Home, Social Media und TV erzielt werden. Im Mittelpunkt stehen dabei die systembedingten Vorteile der leichten und kompakten DSLM Kameras, die Panasonic konsequent mit den innovativsten Technologien wie 4K Foto und Video und Dual IS Bildstabilisierung vereint. Das Marketingpaket umfasst neben TV-Spots und Printanzeigen auch Ausstrahlungen auf bundesweit aufgestellten Infoscreens und Citylight-Postern, eine reichweitenstarke Online-Kampagne sowie weiterführende PR-Aktivitäten.

4K-Videos anschauen und archivieren

Systemkameras wie die Lumix GH5 wurden auch für die Aufzeichnung von 4K-Videos entwickelt. Die faszinierende Qualität der hochauflösenden Filme



Das Ultra HD Premium Siegel der internationalen UHD Alliance signalisiert, dass die damit ausgezeichneten Fernseher und Blu-Ray Recorder die strengen Standards der internationalen UHD-Alliance für die Darstellung von 4K-Inhalten erfüllen.

kommt am besten auf geeigneten UHD-Fernsehern zur Geltung. Panasonic arbeitet bei der Entwicklung seiner TV Modelle mit Filmschaffenden in Hollywood zusammen, um das volle Potenzial der 4K-Bildschirme auszuschöpfen. Diese Strategie ist erfolgreich: Panasonic hat in den letzten Jahren Fernseher mit OLED und LED-LCD Technologie herausgebracht,

die als Referenz für die Wiedergabe von 4K-Inhalten gelten, weil sie die Filme genau mit den Farben und Kontrasten darstellen, die der Kameramann bei der Aufnahme vor Augen hatte. Auch die aktuellen Panasonic TV-Modelle sammeln in der Fachpresse Auszeichnungen für ihre überragende Bildqualität. So kürten die Leser des Auerbach Verlags gerade den Panasonic EZW1004 zum besten OLED TV, als bester LED-LCD TV wurde der Panasonic TX-65DWX904 gewählt. Die Leser des Weka Verlags haben sich diesen Urteilen angeschlossen und ernannten das Modell zum besten LCD UHD-TV in der Kategorie High-End ab 60 Zoll. In der Kategorie LCD UHD-TV Bestseller gewann außerdem das Modell TX-58EXW784.

Gleich drei TV-Modellreihen von Panasonic tragen darüber hinaus das Ultra HD Premium Siegel, das die Erfüllung der strengen Standards der internationalen UHD-Alliance für die Darstellung von 4K-Inhalten bescheinigt. Einer der Gründe für die hervorragenden Ergebnisse ist die große Zahl von Video-Codecs, mit denen die Panasonic-Fernseher kompatibel sind. Das bedeutet: Die Geräte verstehen auch die Zusatzinformationen, die in 4K-Signalen aus unterschiedlichen Quellen enthalten sind. So geben die Geräte nicht nur die hohe Auflösung wieder, sondern auch weitere Bildinformationen wie z. B. High Dynamic Range (HDR).

Wohin mit den Filmen?

Während sich Fotos bequem auf Datenträgern oder in der Cloud speichern lassen, ist die Archivierung von 4K-Videos nicht ganz einfach. Denn die riesigen Datenmengen erfordern große Speicherkapazitäten, gleichzeitig sollen die Videos möglichst unkompliziert für die Wiedergabe auf dem Fernseher zur Verfügung stehen. Als (nach eigenen Angaben) derzeit einziger Hersteller auf dem deutschen Markt bietet Panasonic dafür UHD Blu-Ray Recorder an, die nicht nur Fernsehprogramme in SD und Full HD aufzeichnen können, sondern auch Sendungen in UHD. Wichtig für Filmer: Mit den Panasonic Blu-Ray Recordern kann man auch eigene 4K-Videos archivieren und zu kompatiblen Fernsehern übertragen.



Natürlich ist mit den Geräten auch die Wiedergabe von UHD Blu-Ray-Discs möglich. Die beiden Panasonic-Modelle UB900 und UB700 erhielten für ihre Bildqualität sogar das Ultra HD Premium Siegel.

Mit Festplatten-Kapazitäten von bis zu 2 TB eignen sich die UHD Blu-Ray Recorder von Panasonic nicht nur zur Wiedergabe von UHD-Filmen auf Blu-Ray Disc, sondern auch zur Archivierung von eigenen 4K-Filmaufnahmen.

Dr. Christian Friege ist neuer CEO

Führungswechsel

bei Cewe



Dr. Christian Friege (links) hat Anfang Juli wie geplant Dr. Rolf Hollander als CEO von Cewe abgelöst. Hollander bleibt dem Unternehmen als Vorsitzender des Kuratoriums der Neumüller Cewe Color Stiftung erhalten.

Führungswechsel haben bei Cewe Seltenheitswert. Dr. Christian Friege ist der fünfte Unternehmenschef, seit Carl Wöltje 1912 auf der Haarenstraße in Oldenburg das Fotoatelier eröffnete, aus dem die gesamte heutige Gruppe hervorging. Auf ihn folgten Heinz Neumüller, der das Unternehmen zum erfolgreichen Großlabor ausbaute, Hubert Rothärmel, der Cewe internationalisierte, an die Börse brachte und die Weichen in die digitale Zukunft stellte, und Dr. Rolf Hollander, der 2002 zum Vorstandsvorsitzenden der Cewe Color Holding AG ernannt wurde und 2005 als Vorstandsvorsitzender der Neumüller Cewe Color Stiftung die operative Führung übernahm. **imaging+foto-contact** hat mit Dr. Rolf Hollander und Dr. Christian Friege darüber gesprochen, welche Ereignisse in den vergangenen Jahren besonders wichtig waren, wo die Wachstumspotentiale der Zukunft liegen und welche Bedeutung der Fachhandel dabei hat.

imaging+foto-contact: Herr Dr. Hollander, Sie haben 2005 die Führung von Cewe in einer bewegten Zeit übernommen. Denn 2004 war das Jahr, in dem der Siegeszug der Digitalfotografie große Wirkung zeigte und zahlreiche Wettbewerber im Großfinishing aus dem Markt ausschieden. Was waren die größten Herausforderungen, vor denen Sie bei der Übernahme der Unternehmensführung standen?

Dr. Rolf Hollander: Die Digitalfotografie war zu diesem Zeitpunkt für Cewe ja längst nicht mehr neu, denn

Am 1. Juli 2017 hat Dr. Christian Friege wie geplant die Aufgabe des CEO bei Cewe übernommen. Als Vorstandsvorsitzender der Neumüller Cewe Color Stiftung, die als persönlich haftende Gesellschafterin die Geschäfte der börsennotierten Cewe Stiftung & Co. KGaA führt, ist er nun für das operative Geschäft der Gruppe verantwortlich. Der bisherige CEO, Dr. Rolf Hollander, bleibt dem Unternehmen als Vorsitzender des Kuratoriums der Neumüller Cewe Color Stiftung erhalten. Zu den Aufgaben dieses Gremiums gehört unter anderem die Bestellung des Vorstandes.

wir haben unseren erfolgreichen Weg durch den digitalen Umbruch bereits in den 1990er Jahren begonnen. Mit dem Photo Index haben wir das erste digitale Bildprodukt 1993 eingeführt und 1997 mit dem ersten Order Terminal für Digitalkameras die Grundlage dafür gelegt, digitale Bilder im Großlabor zu verarbeiten. Das Internet nutzen wir bereits seit den 1990er Jahren als Bestellplattform, und die ersten Digitaldruck-Maschinen haben wir 2002 in Betrieb genommen. Damit wurde eine ganz neue Art von Bildprodukten möglich, denn wir konnten zum Beispiel mehrere Fotos auf eine Seite drucken und variable Layouts realisieren. Ab 2005 ging es vor allem darum, neue Vermarktungsstrategien zu entwickeln, um die technischen Möglichkeiten des Digitalzeitalters für nachhaltiges Wachstum zu nutzen.

imaging+foto-contact: *Was waren die wichtigsten Meilensteine, um dieses Ziel zu erreichen?*

Dr. Rolf Hollander: Ein besonders wichtiger Meilenstein war die Entscheidung, mit dem Cewe Fotobuch unsere eigene Marke zu etablieren und damit auch für die Konsumenten sichtbar zu werden. Das bedeutete auch, die Verantwortung für die erfolgreiche Vermarktung unserer Produkte selbst zu übernehmen, denn bis dahin waren wir ja als praktisch anonymen Dienstleister für unsere Kunden im Einzelhandel im Hintergrund tätig.

imaging+foto-contact: *Welche Gründe führten zu dieser Entscheidung?*

Dr. Rolf Hollander: Wir hatten erkannt, dass sich die Rolle des Endkunden in der digitalen Welt grundlegend verändert. Die Konsumenten haben heute viel mehr Macht als früher, und deshalb ist der direkte Kontakt zu den Endkunden für einen Produzenten ein entscheidender Faktor für den Markt-

erfolg. Zudem hat die Digitalisierung zu einer außerordentlichen Produktvielfalt geführt, die zu analogen Zeiten undenkbar war. Eine starke Marke wie Cewe gibt den Konsumenten eine wichtige Orientierung, denn sie verspricht über die ganze Produktpalette hinweg hohe Qualität und zuverlässigen Service. Deshalb investieren wir massiv in Marketing-Aktivitäten, mit denen wir die Kunden direkt ansprechen. Das geht von klassischer Werbung über die sozialen Medien bis in den Bereich Kultur, wo Cewe als Sponsor auf allen relevanten Fotofestivals in Deutschland aktiv ist und auch Institutionen wie die Deichtorhallen in Hamburg oder das NRW-Forum in Düsseldorf unterstützt. Die Marke Cewe steht in besonderer Weise für gute Fotos, und das gilt für den spontanen Schnappschuss bis zum professionellen Bild. Menschen fotografieren, weil sie besondere Momente festhalten wollen, und diese Momente haben es verdient, von uns mit größter Sorgfalt und in hervorragender Qualität in Fotos und Bildprodukte verwandelt zu werden.

imaging+foto-contact: *Welche Meilensteine fallen Ihnen neben der Etablierung der eigenen Marke ein?*

Dr. Rolf Hollander: Ein weiterer wichtiger Meilenstein war ohne Zweifel der Einstieg in den kommerziellen Online-Druck, mit dem wir seit 2008 erfolgreich ein neues Geschäftsfeld erschließen, das gut zu unseren Kompetenzen passt und die Basis für weiteres gesundes Unternehmenswachstum bietet.

imaging+foto-contact: *Handelt es sich denn beim kommerziellen Online-Druck um einen Wachstumsmarkt? Die Auflagen von Print-Medien gehen ja seit Jahren zurück.*

Dr. Rolf Hollander: Diese Aussage trifft für den Bereich der Zeitschriften zu, aber nicht für den gesamten Druck-

markt. Durch die Digitalisierung ist zum Beispiel die Herstellung kleiner Auflagen sehr viel billiger geworden, und deshalb steigt die Nachfrage nach Akzidenzdrucksachen wie Prospekten, Flyern, Broschüren, Speisekarten, Einladungen usw. durchaus an. In diesem Bereich können wir sehr gut auf unsere klassischen Kompetenzen zurückgreifen, denn als Bilddienstleister haben wir nicht nur große Erfahrung mit kleinen Auflagen, sondern auch mit der Bestellung über das Internet. Gerade Akzidenzdrucksachen werden in immer größerem Umfang online bestellt.

imaging+foto-contact: *In Ihre Amtszeit fiel auch die Abwehr des Versuchs amerikanischer Investoren, die Unternehmenskultur von Cewe grundlegend zu verändern. War das auch ein Meilenstein Ihrer Karriere?*

Dr. Rolf Hollander: Nein, diese Vorgänge bezeichne ich nicht als Meilenstein. Auch wenn die Sache am Ende gut ausgegangen ist, hätte ich gerne auf diese Auseinandersetzung verzichtet. Sie hat drei Jahre lang wesentliche personelle und finanzielle Ressourcen gebunden, die wir lieber anders investiert hätten. Tatsächlich hat sich dadurch unser Einstieg in den kommerziellen Online-Druck wesentlich verzögert. Wir sind deshalb froh, dass Cewe heute eine Aktionärsstruktur hat, die es der operativen Führung ermöglicht, unternehmerisch zu handeln, um nachhaltiges, rentables Wachstum zu erzeugen, anstatt kurzfristige Strohfeuer zu entfachen.

imaging+foto-contact: *Herr Dr. Friege, wo liegen Ihrer Meinung nach in den nächsten Jahren die Potentiale dieses nachhaltigen rentablen Wachstums, von dem Herr Dr. Hollander gesprochen hat?*

Dr. Christian Friege: Die wichtigsten Potentiale liegen vor allem im



Interview

Unternehmen selbst, denn Cewe verkörpert in besonderer Weise die klassischen Tugenden des deutschen Mittelstands. Dazu gehören die Fähigkeit zu Innovationen aus eigener Kraft und das Prinzip, Neuheiten nicht um ihrer selbst Willen zu realisieren, sondern als nachhaltiges Geschäftsmodell zu etablieren. Unser Erfolg steht dabei auf drei Säulen. Die erste ist die Fähigkeit, durch permanente Verbesserung von Prozessen und Produkten aus uns selbst heraus zu wachsen. Die zweite Säule besteht in klugen Akquisitionen von Unternehmen, die uns wichtige Impulse geben können, und die dritte Säule ist die Identifizierung hinreichend verwandter Geschäftsfelder, in denen wir unsere Kompetenz nutzen können, um neue Märkte und Zielgruppen zu erschließen. Ein besonders gutes Beispiel dafür ist der kommerzielle Online-Druck.

imaging+foto-contact: *Nun wird Ihr größtes Geschäftsfeld, Fotofinishing, von Experten nicht gerade als Wachstumsmarkt gesehen. Das Marktforschungsunternehmen Futuresource sagt z. B. bereits seit Jahren voraus, dass die Nachfragespitze in diesem Segment bald erreicht wird.*

Dr. Rolf Hollander: Wir kennen diese Prognosen gut, und wir haben ihnen noch nie zugestimmt. Unser Fotofinishing-Geschäft ist gerade in den letzten Jahren immer weiter gewachsen, allein 2016 mit einem Umsatzplus von 8 Prozent. Dazu haben vor allem neue Sortimente wie Cewe Wandbilder, Cewe Cards und Cewe Kalender beigetragen. Die pessimistischen Vorhersagen entstehen unserer Meinung nach durch die Anwendung von Prognose-Modellen, die aus den analogen 1990er Jahren stammen und die damals gültigen Zyklen von Konsumprodukten widerspiegeln. Solche Prognose-Modelle erweisen sich in der

digitalen Wirtschaft als falsch, weil sie die Wertschöpfungspotentiale durch ständige Innovationen nicht ausreichend berücksichtigen.

Dr. Christian Friege: Ich stimme Herrn Dr. Hollander hier vollständig zu. Es ist keinesfalls ausgemacht, dass Fotofinishing keine großen Wachstums-



Dr. Rolf Hollander: „Ein besonders wichtiger Meilenstein war die Entscheidung, mit dem Cewe Fotobuch unsere eigene Marke zu etablieren und damit auch für die Konsumenten sichtbar zu werden.“

potentiale mehr bietet. Im Gegenteil: Wir haben noch viele Ideen, die wir in den nächsten Jahren umsetzen werden und von denen auch unsere Handelspartner profitieren können.

imaging+foto-contact: *Macht es Sie nicht nervös, dass Google gerade in den USA Fotobücher auf den Markt bringt und dabei nicht nur auf seine gigantische Plattform Google Fotos mit mehr als 500 Millionen Nutzern zurückgreifen kann, sondern auch auf eine enorme Software-Kompetenz bis zur Anwendung künstlicher Intelligenz?*

Dr. Christian Friege: Wettbewerb ist für uns nichts Neues, und wenn der Wettbewerber gut ist, dann müssen wir eben noch besser werden. Wie gut Google als Anbieter von Fotobüchern sein wird, muss sich allerdings erst noch herausstellen. Apple – ohne Zweifel einer der großartigsten Marken der Welt – bietet seit vielen Jahren Fotobü-

cher an, und gleichzeitig ist Cewe erfreulich gewachsen. Wir glauben, dass es ein großer Unterschied ist, ob man ein Fotobuch sozusagen als Anhängsel einer existierenden Software anbietet oder, wie Cewe, als Kerngeschäft betreibt, in das wir unsere ganze Expertise einbringen können. Zu dieser Expertise gehört auch der Blick auf die Kunden und die ständige Bereitschaft, die Zufriedenheit dieser Kunden durch Verbesserungen zu erhöhen. Zudem können die Kunden sich bei Cewe darauf verlassen, dass wir ihre Bilddaten ausschließlich für die Produktion von Fotoprodukten verwenden und nicht für ein Big-Data-Geschäft, das unüberschaubare Konsequenzen für die Privatsphäre der Konsumenten hat.

imaging+foto-contact: *Sie sehen also Big Data nicht als zukünftiges Wachstumfeld für Cewe?*

Dr. Christian Friege: Nein. Big Data passt nicht zu unserer Marke und schon gar nicht zu dem Vertrauen, das die Kunden in unser Unternehmen haben. Wir halten es lieber mit der alten Kaufmannstugend, dass wir als gutes Unternehmen auf die Bedürfnisse der Kunden blicken und Produkte entwickeln, die dazu am besten passen. Das fängt bei der Kreativität unserer Produktentwicklung an und gibt andererseits den Kunden die Möglichkeit, ihre eigene Kreativität zu entfalten, indem sie ein ganz persönliches Bildprodukt gestalten. Das können wir mit Sicherheit besser als Google, denn wir sind die Experten dafür. Und wir können uns bei der Vermarktung auf weitere Experten stützen, nämlich unsere Handelspartner, zu denen natürlich auch zahlreiche Fotohändler gehören.

imaging+foto-contact: *Vielen Dank für das Stichwort. Welche Rolle spielt der qualifizierte Fotohandel für die weitere Wachstumsstrategie von Cewe?*

Dr. Rolf Hollander: Dazu von mei-

ner Seite gleich eine Vorbemerkung: Herr Dr. Friege bleibt auch als neuer CEO weiterhin Vertriebsvorstand. So wichtig ist dem Kuratorium die Zusammenarbeit mit unseren Partnern im Einzel- und im Fachhandel, dass wir dieses Thema in die Hände des Vorstandsvorsitzenden legen, der für die gesamte operative Führung von Cewe verantwortlich ist.

Dr. Christian Friege: Die gute Zusammenarbeit mit den Handelspartnern gehört ja, ebenso wie Innovationen und Nachhaltigkeit, zur DNA von Cewe. Wir sind sicher, dass wir gerade in der Zusammenarbeit mit dem qualifizierten Fachhandel noch Wachstumspotentiale haben, von denen beide Seiten profitieren können. Denn das Geschäft mit Bilddienstleistungen gewinnt für den Fachhandel angesichts des Rückgangs der Kameraverkäufe wieder an Bedeutung und ist ein hervorragendes Instrument, um nicht nur eine hohe Wertschöpfung zu erzielen, sondern auch die Kundenfrequenz zu steigern. Das haben zahlreiche Fachhändler erkannt, die mit uns gemeinsam aktiv den Markt bearbeiten. Cewe ist dafür genau der richtige Partner, denn wir betreiben bekanntlich in vier europäischen Ländern und in Oldenburg eigene Fachgeschäfte und kennen darum die Herausforderungen, vor denen der stationäre Einzelhandel steht. Inzwischen haben wir in Polen, Tschechien und Skandinavien viele Filialen, in denen das Bildergeschäft zur Hauptsache geworden ist, die auch den Verkauf von Kameras mitzieht.

imaging+foto-contact: *Sehen Sie angesichts der wachsenden Bedeutung des Internets nicht die Gefahr, dass gerade der inhabergeführte stationäre Fachhandel von anderen Vertriebsformen wie den Online-Spezialisten verdrängt wird?*

Dr. Christian Friege: Ich bin sicher, dass diese Gefahr für den Fotohandel



Dr. Christian Friege: „Die gute Zusammenarbeit mit den Handelspartnern gehört zur DNA von Cewe.“

nur dann besteht, wenn er den guten alten Zeiten nachtrauert, anstatt darüber nachzudenken, wie man sich in einem veränderten Markt bestmöglich positioniert, um die Kundenbedürfnisse zu erfüllen. Alle einschlägigen Studien zeigen: Die Menschen wollen auch in

Zukunft nicht nur im Internet, sondern auch im Geschäft einkaufen. Sie wollen das aber nicht mehr wie früher zur Versorgung tun, sondern sie wünschen sich ein besonderes Erlebnis, das es wert ist, sich auf den Weg zum Händler zu machen. Diesem Wunsch kann der inhabergeführte Fachhandel besser gerecht werden als jede andere Vertriebsform, wenn er seine Expertise und die persönlichen Kontakte nutzt, um die Kunden ins Geschäft zu bringen und ihnen genau das Produkt zu verkaufen, das bestmöglich zu ihnen und ihren Wünschen passt. Unsere erfahrenen Vertriebsmitarbeiter sind gerne bereit, den Fotohandel dabei zu unterstützen, seine Stärken für eine hohe Wertschöpfung im Bildergeschäft zu nutzen.

imaging+foto-contact: *Meine Herren, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.*

Cewe Fotobuch Projekte im NRW-Forum



Stimmungsvolle Bilder, wie hier von Steffen Weigold, wurden für die mit der Software von Cewe realisierten Fotobuchprojekte genutzt.

Anfang Juli startete in Düsseldorf die Tour de France. Anlässlich des „Grand Depart“ präsentierte das NRW-Forum Düsseldorf bis Ende Juli die besten Fotobücher zum Thema „Rund ums Rad“, die im Rahmen von Workshops mit dem Hauspartner Cewe entstanden sind. Dabei zeigten junge Fotografen, welche beeindruckenden Bildwelten entstehen, wenn man die Welt mit dem Rad erkundet.

Die Präsentation war Teil der Ausstellung „Mythos Tour de France“, auf der über 120 Arbeiten von 20 internationalen Künstlern wie Andreas Gursky, Robert Capa und dem Düsseldorfer Künstler Reinhard Mucha gezeigt wurden. Die Fotobuchprojekte unter dem Thema „Rund ums Rad“ stammten von Steffen Weigold, Alexander Ignasiak, Klaus Leinweber & Felix Miller, Kim Anderson, Detlef Geier, Gilberto Zamorano, Daniel Tran, Anna Weyer, Yumi Furuno, Paulina Akbay, Linghuan Zhang, Nada Maleš, Yue Dong, Ryuta Sakurai, Themis Sourri, Jörg Seifert und Julia Brennecke. Die im Obergeschoss des NRW-Forums gezeigten Arbeiten wurden unter der Workshop-Leitung des Fotografen Ruslan Varabyou und mit der Software von Cewe gestaltet. Wie zu allen großen Ausstellungsprojekten im NRW-Forum Düsseldorf fanden auch begleitende Fotobuchworkshops statt, in denen angehende Fotografen mit professioneller Unterstützung und Software ihre Fotobücher erstellen konnten, um sie zur Präsentation bei Verlagen und Bewerbung bei Kuratoren zu nutzen.

10 Jahre F&G Digitalspezialist GmbH

Die Digitalisierer



Die digitalspezialist-Gründer Hans Frömbling (links) und Dr. Hans-H. Graen konnten auf einem Empfang zur Feier des Jubiläums zahlreiche Gäste, darunter Kunden und Geschäftspartner sowie Vertreter der Stadt Osnabrück und der IHK, begrüßen.

Mit einem Tag der offenen Tür feierte die Osnabrücker F&G Digitalspezialist GmbH (digitalspezialist) Mitte Juni ihr 10jähriges Jubiläum. In einem Jahrzehnt hat sich das Unternehmen zu einem der führenden Digitallabore in Deutschland entwickelt und erzielt mit der Digitalisierung von analogen Filmen, Videos und Fotos deutliche Wachstumsraten, von denen auch die Handelspartner profitieren. Zum Jubiläum machte sich der Dienstleister selbst ein Geschenk: Als erstes Unternehmen bietet digitalspezialist die Digitalisierung kompletter Fotoalben an.

digitalspezialist-Geschäftsführer Dr. Hans-H. Graen

Anlässlich des 10jährigen Jubiläums von digitalspezialist hat imaging+foto-contact mit dem geschäftsführenden Gesellschafter, Dr. Hans-H. Graen, über das Geschäftsmodell des Unternehmens und seine Zusammenarbeit mit dem Fotohandel gesprochen.

imaging+foto-contact: Herzlichen Glückwunsch zum 10jährigen Jubiläum, auch wenn sich digitalspezia-

„Chance für den Fotohandel“

list jetzt nicht mehr mit dem schönen Titel Startup schmücken kann. Worauf führen Sie den Erfolg des Unternehmens zurück?

Dr. Hans-H. Graen: Der vielleicht wichtigste Faktor war, dass wir von Anfang an fest an unseren Erfolg geglaubt und uns mit Phantasie und Euphorie an die Arbeit gemacht haben, um unsere Ideen umzusetzen. Wenn Sie im Internet nach unseren

Dienstleistungen suchen, finden Sie fast 900 Mitbewerber. Die allermeisten davon betreiben das Geschäft aber als Nebenerwerb, es gibt nur wenige Spezialisten. Zu denen gehören auch wir. Wir haben uns voll auf die Digitalisierung analoger Film- und Fotomaterialien konzentriert und dafür aus eigener Kraft Technologien und Prozesse entwickelt, die nicht nur eine hohe Qualität

Als Hans Frömbling und Dr. Hans-H. Graen 2007 die F&G Digitalspezialist GmbH in Osnabrück gründeten, hatten sie eine einfache Idee: Sie wollen analoge Fotos, Dias, Negative, Schmalfilme und Videos digital sichern. Denn die wertvollen Erinnerungen verlieren mit der Zeit nicht nur an Qualität, sondern können auch ganz zerstört werden. Zudem gibt es kaum noch Geräte, mit denen man alte Filme, Videos oder Dias anschauen kann. In digitalisierter Form stehen sie auf Datenträgern wie DVD (auch in Archivqualität), USB-Stick oder Festplatte dagegen auch für die modernsten Anwendungen zur Verfügung: zum Ansehen auf dem Fernseher, zur Gestaltung von Bildprodukten und Fotobüchern, und zum Teilen in sozialen Netzwerken oder zum Archivieren in der Cloud.

Vor zehn Jahren wurde das Startup, das in einem 50 qm großen Büro mit (außer den beiden Gründern) einem Mitarbeiter das Licht der Welt



An der Sutthausen Str. 76 in Osnabrück betreibt digitalspezialist ein großzügiges und modern ausgestattetes Digitallabor.

erblickte, von außen durchaus skeptisch beäugt. Viele Experten gingen davon aus, dass die noch vorhandenen analogen Film- und Fotomaterialien schneller altern, als sie digital gesichert werden können, und rechnen mit einem raschen Abflauen des Interesses. Die damals verbreitete Einschätzung, das Geschäftsmodell könne allenfalls fünf Jahre funktionieren, hat digitalspezialist inzwischen ein-

drucksvoll Lügen gestraft. Neben der Sicherung von analogen Erinnerungen umfasst das Angebot auch die Digitalisierung von Röntgenbildern für industrielle und medizinische Anwendungen, die Erstellung von DVD-Kleinserien und die Rettung bzw. Wiederherstellung digitaler Daten von defekten Datenträgern. Nach zwei Standortwechseln betreibt das Unternehmen an der Sutthausen Str. 76 in

sicherstellen, sondern auch kurze Lieferzeiten ermöglichen, und zwar selbst in Spitzenzeiten, zum Beispiel vor Weihnachten.

imaging+foto-contact: Auf welchen Wegen bringen Sie Ihre Dienstleistungen zu den Endkunden?

Dr. Hans-H. Graen: Wir betreiben unsere eigene Internetseite, arbeiten aber vor allem mit Absatzmittlern zusammen, zu denen große Einzelhandelsketten, Fotogroßlabore und natürlich Fotofachhändler in Deutschland, Österreich und der Schweiz gehören. Gerade der Fachhandel kann von unseren Dienstleistungen besonders profitieren, denn die Digitalisierung analoger Erinnerungen ermöglicht eine hohe Wert-

schöpfung und bringt große Kundenzufriedenheit.

imaging+foto-contact: Ist die Nachfrage denn groß genug, um ein Engagement zu rechtfertigen?

Dr. Hans-H. Graen: Unbedingt. Allein digitalspezialist hat in den vergangenen zehn Jahren 70 Millionen Bilder oder Film-Minuten digitalisiert und dabei 300.000 Aufträge bearbeitet. Dabei verzeichnen wir ungebrochenes Wachstum, das im vergangenen Jahr bei rund 20 Prozent lag.

Auch in diesem Jahr zeigt die Kurve weiter nach oben.

imaging+foto-contact: Welche Argumente sprechen für digitalspezialist als Partner für den Fotohandel?

Dr. Hans-H. Graen: Neben der großen Erfahrung und zertifizierten Qualität vor allem das umfassende Sortiment. Wir digitalisieren praktisch alles, auch seltene Formate wie Minox Dias und U-matic oder Beta-max Videokassetten. Mit modernen Technologien stellen wir sicher, dass die Bildqualität oft über der der Originale liegt; Profis können aber auf Wunsch auch unbearbeitete Dateien erhalten. Unter Qualität verstehen wir übrigens nicht nur gute Bilder, sondern das gesamte Produkt. Wer uns zum Beispiel seine Dias in Magazinen schickt, erhält sie auf dem Datenträger in derselben Reihenfolge und im richtigen Hoch- bzw. Quer-



Unternehmen

Osnabrück seit Anfang 2016 ein großzügiges und modern ausgestattetes Digitallabor, dessen Produkte vom TÜV Rheinland zertifiziert sind. Hier arbeiten Spezialisten aus verschiedenen Bereichen der analogen Fotografie, Mediengestaltung, Druck und IT eng zusammen, um professionelle Ergebnisse zu erzielen. Die Weiterempfehlungsquote von 97 Prozent aus knapp 2.900 Kundenbewertungen der letzten zwei Jahre zeigt, dass dies gelingt. Aktuell wurde digitalspezialist deshalb vom Kundenportal Proven-Expert als Top-Dienstleister 2017 ausgezeichnet.

Analoge Fotoalben als Fotobuch

Eine weitere Auszeichnung erhielt digitalspezialist von der Initiative Mittelstand. Sie zeichnete das innovative Angebot, analoge Fotoalben als Fotobuch oder E-Book zu digitalisieren, mit dem Innovationspreis IT aus. Der Service ist tatsächlich einzigartig: Alle



Die jüngste Innovation von digitalspezialist macht es möglich, komplette Fotoalben zu digitalisieren und als Fotobücher oder E-Books zu vervielfältigen, ohne das wertvolle Original zu beschädigen.

Seiten eines analogen Fotoalbums einschließlich des Umschlags werden komplett digitalisiert, ohne dass dazu die Fotos oder andere Inhalte entnommen werden müssen. Selbst für eingeklebte Accessoires wie Klappkarten, Flyer, Tickets, Souvenirs oder Landkar-

ten gibt es Lösungen. Familien, Vereine, Firmen, Archive und Museen können so wertvolle Alben nicht nur sichern, sondern auch multiplizieren, ohne um das wertvolle Original fürchten zu müssen; denn dieses kommt zuverlässig unversehrt zurück.

format auf dem Datenträger zurück. Dabei haben die Ordner gegebenenfalls dieselben Namen wie die Magazine.

Einen Punkt möchte ich noch hervorheben: Die Digitalisierung analoger Originale ist Vertrauenssache. Gerade deshalb ist der Fachhändler prädestiniert, diese wertvollen Erinnerungen entgegen zu nehmen und kann sich darauf verlassen, dass sie bei uns mit größter Sorgfalt behandelt und unversehrt wieder zurückgeschickt werden.

imaging+foto-contact: *Muss der Händler nicht befürchten, den erfolgreich akquirierten Kunden an Sie bzw. Ihre Webseite zu verlieren?*

Dr. Hans-H. Graen: Keinesfalls,



Dr. Hans-H. Graen: „Der Fachhandel kann von unseren Dienstleistungen besonders profitieren, denn die Digitalisierung analoger Erinnerungen ermöglicht eine hohe Wertschöpfung und bringt große Kundenzufriedenheit.“

denn wie ein Großlabor liefern wir die Produkte mit dem Namen bzw. dem Logo des Handelspartners aus – entweder ins Geschäft oder direkt zum Kunden. Das gilt nicht nur für die Verpackung, sondern auch für die Datenträger, die wir auf Wunsch ab Auflage 1 mit dem Logo des Händlers versehen. Natürlich kann der Fotohandel auch mit einer hervorragenden, verlässlichen Marge rechnen, und das nicht nur einmal. Denn unsere Erfahrungen zeigen: Kunden, die mit einem Erstauftrag zufrieden waren, kommen gerne wieder.

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

Leichte Einsteiger-DSLR von Canon

Canon bringt mit der EOS 200D eine Einsteiger-DSLR auf den Markt, die für Foto-Enthusiasten gedacht ist, denen die Leistung ihres Smartphones nicht mehr ausreicht. Das netzwerkfähige neue Modell ist laut Hersteller die aktuell weltweit leichteste DSLR mit dreh- und schwenkbarem Display und soll ab Juli in klassischem Schwarz, Weiß oder Silber für 599 Euro (UVP Gehäuse) bzw. 699 Euro (UVP mit



EF-S 18-55 IS STM) erhältlich sein.

Die EOS 200D ist mit dem schnellen Dual Pixel CMOS AF

mit neun Messpunkten, dem neuesten APS-C-Sensor mit 24,2 Megapixeln Auflösung und dem Bildprozessor Canon Digic 7 ausgestattet. Der Lichtempfindlichkeit von ISO 50 bis 25.600 (Video: ISO 100-12.800) kann auf ISO 51.200 erweitert werden. Das 3 Zoll (7,7 cm) große

berührungsempfindliche Display mit 1,04 Mio. Bildpunkten ist dreh- und schwenkbar. Videos können in Full HD aufgenommen werden.

Die Benutzerführung der Kamera gibt dem Anwender auf Wunsch praktische Hinweise für gute Bilderergebnisse. Dazu gehören Informationen über die einzelnen Funktionen und die kreativen Grundlagen der Fotografie. Als erste Canon DSLR hat die EOS 200D einen Selfie-Modus mit einer Funktion zur Verbesserung von Hautpartien und eine attraktive Hintergrundunschärfe.

Mit den eingebauten WLAN- und Bluetooth Funktionen kann die EOS 200D mit dem Smartphone verbunden werden. Das Teilen der Bilder funktioniert mit der kostenlosen Canon Camera Connect App besonders schnell und einfach.

Vanguard – Veo 2 Stativserie

Mit der Veo2-Stativ Kollektion stellt Vanguard eine neue Generation von Reise-stativen vor. Die Stative zeichnen sich



durch viele neue Features aus. Sie wurden für mobile Foto-Enthusiasten entwickelt, die gerne reisen und dabei auf eine Ausrüstung Wert legen, die gut aussieht und einfach zu bedienen ist.

Veo2 Stative haben ein kleines Packmaß und sind mit einer patentierten Mittelsäulendrehung ausgestattet, die in Verbindung mit den 1/4 Umdrehung Twist-Locks einen leichten Transport und schnelles Aufstellen ermöglicht. Die neuen konzipierten Gummigriffe bieten auch bei schlechtem Wetter sicheren Halt. Der niedrige Winkeladapter für Makro- und Bodenniveau-Fotografie bietet viele fotografische Möglichkeiten. Die All-Wetter Stativtasche mit Schultergurt ist im Ober- teil längenverstellbar.

Die Veo2 Stative sind ab sofort in Karbon- und Aluminium-Ausführung in den Farben Schwarz, Rot und Blau erhältlich.

Investor übernimmt Teile der insolventen Panono GmbH

Nachdem die Berliner Panono GmbH im Mai Insolvenz anmelden musste, hat sich bereits im Juli ein Investor gefunden. Die Bryanston Group AG, eine Schweizer Private Equity Firma, hat sämtliche Vermögenswerte, Marken und Patente der Panono GmbH übernommen und will den Geschäftsbetrieb im Rahmen der neuen Holdinggesellschaft Professional360 GmbH in Berlin weiterführen.

Das 2012 gegründete Startup Panono ist der Entwickler der gleichnamigen, kugelförmigen 360° Panorama-Kamera, die mit dem Ziel konstruiert wurde, professionelle Bildqualität zu erzielen. Dafür werden in dem „Fotoball“ 360 Aufnahme-Module mit jeweils 3 MP kombiniert und die Aufnahmen anschließend auf einer Cloudplattform zu schärischen Panarama-Bildern mit einer Auflösung von 108 MP zusammengerechnet. Wie der Panono-Gründer Jonas Pfeil, der dem Nachfolgeunternehmen nicht angehört, dem Informationsdienst

digitaleyes.de mitteilte, wurden seit der Markteinführung im Herbst 2015 insgesamt 3.000 Kameras verkauft. Panono hatte das Gerät für rund 1.500 Euro angeboten. Von den im Rahmen einer über das Crowdfunding-Portal Indigogo vorab bestellten (und bezahlten) Kameras wurden laut Pfeil nur 400 ausgeliefert. Der neue Eigentümer will jetzt nach Lösungen suchen, die frühen Unterstützer in den Besitz einer Panono-Kamera zu bringen. Dazu heißt es in einer Pressemitteilung: „Obwohl sämtliche Verbindlichkeiten und Verpflichtungen bei der alten Panono GmbH und ihrem Management verblieben sind, fühlen wir uns als Professional360 GmbH moralisch dazu verpflichtet, eine Lösung zu finden, die es vor allem den frühen Unterstützern der Panono Technologie ermöglicht, eine

Kamera zu erhalten – vor allem nachdem sie so lange darauf warten mussten. Wir arbeiten an dieser Lösung und werden in Kürze neue Informationen bekanntgeben.“



Nach der Insolvenz von Panono wollen die neuen Eigentümer die Geschichte der 108 MP Panorama-Kamera fortschreiben.

Für die Besitzer von Panono-Kameras ist wichtig, dass die Professional360 GmbH die Cloud-Plattform weiter betreibt, in der die hoch aufgelösten 360° Bilder zusammengerechnet werden. Denn ohne diesen Service ist die Kamera wertlos. Das neue Unternehmen will die Panono-Strategie fortsetzen, die am

höchsten auflösende 360-Grad Kamera der Welt anzubieten. Dazu sollen Plattform, Funktionalitäten und Service deutlich verbessert werden. Die „Einführung bahnbrechender neuer Produkte und Funktionen“ sei bereits in den nächsten Monaten zu erwarten, erklärte die Professional360 GmbH.



Das Photo+Medienforum Kiel ist technisch erstklassig ausgestattet. Die Panorama-Aufnahme zeigt Trainer Michael Nagel beim Videountericht.

60 Jahre Photo+Medienforum Kiel

Neue Angebote

Im Zeichen des Jubiläums „60 Jahre Kieler Fotoschule“ standen der traditionelle Branchentreff sowie die Mitgliederversammlung und Kuratoriumssitzung, zu denen das Photo+Medienforum Kiel am 27. und 28. Juni eingeladen hatte. Zahlreiche Vertreter aus Fotohandel und Industrie nutzten die Gelegenheit zum Austausch und informierten sich dabei auch über das verbesserte Betriebsergebnis der Institution und zahlreiche neue Angebote für Fotografen und den Fotohandel.

Zwei interessante Vorträge am Nachmittag des ersten Tages stimmten die Teilnehmer auf die anschließende Geburtstagsparty am Ostseestrand ein und sorgten für Gesprächsstoff. Zunächst warf der aus seiner jahrzehntelangen Tätigkeit für Canon bekannte Fotoexperte Jürgen Denter, der nach seiner Pensionierung Workshops für



Foto-Urgestein Jürgen Denter erinnerte an die Zeiten, an denen noch jeder „Schuss“ sitzen musste.

Fotografen anbietet, einen kritischen Blick auf die Veränderungen der Fotografie. Zu analogen Zeiten habe es noch einen Unterschied zwischen dem Fotografen und dem Fotolaboranten gegeben, wobei letzterer dafür zuständig war, die Bilder sichtbar zu machen. Nur bei Fehlergebnissen hatte er die Aufgabe, mit verschiedenen Tricks noch ein brauchbares Ergebnis herauszuholen. „Wenn das Foto aber ein Bild war, musste man es nur noch vergrößern, sonst nichts“, betonte Denter. Dagegen würden die meisten „digital Belichtenden“ den inzwischen praktisch ausgestorbenen Beruf des Laboranten fortführen, indem sie Fehlergebnisse produzierten, die der Bildbearbeitung mit Software bedürfen. Ob heutige Bilder deshalb schlechter sind als analoge Fotos, ließ sich auf die Schnelle nicht feststellen.

Ein ganz anderes Thema behandelte



Berater Heino Hilbig wagte unter dem Titel „Mythos Zukunft“ einen Blick in die kommenden Jahre und Jahrzehnte der Fotobranche.

Heino Hilbig von der Unternehmensberatung Mayflower Concepts. Denn der frühere Olympus Manager wagte einen Blick in die Zukunft und sagte voraus, die Kamera werde als zentrales Aufnahmeggerät in wenigen Jahren abgelöst sein. Durch was, vermochte Hilbig allerdings nicht zu sagen, wagte aber die Prognose, das Smartphone werde es wohl nicht sein, denn diese Technik gehöre nach zehn Jahren eigentlich auch schon zum alten Eisen. Die Zukunft, so der Referent weiter, sei leider nicht vorhersagbar, weil jede Prognose nur Daten aus der Vergangenheit verlängere. Dinge, an die man noch nicht gedacht habe, könne man sich deshalb leider auch nicht vor-

stellen. Für erfolgreiche Unternehmen der Fotobranche sei es darum wichtig, die aktuellen Trends zu beobachten und sich auf verschiedene Szenarien vorzubereiten. Dabei lohne sich der Blick über die Grenzen der Branche hinaus, denn auch in anderen Wirtschaftszweigen seien wesentliche Veränderungen durch Neueinsteiger von außen angestoßen worden.

Ergebnis verbessert

Nach den erheblichen Verlusten in den Jahren 2014 und 2015 hat das Photo+Medienforum Kiel 2016 deutlich besser abgeschlossen. Dazu trugen Kostensenkungen ebenso bei wie eine bessere Auslastung der Gebäude durch Vermietung. Zwar waren die Zahlen auch 2016 noch rot. Der aus Frank Döge (Vorsitzender), Klaus Kirchwehm, Stephan Uhlenhuth und Jörg Hagitte bestehende Vorstand rechnet aber bereits für dieses Jahr mit einem ausgeglichenen Ergebnis und ab 2018 wieder mit positiven Resultaten.

Weiterhin leidet das Photo+Medienforum Kiel unter sinkenden Schülerzahlen. Der Hauptlehrgang kann mangels Teilnehmern derzeit nicht durchgeführt werden, soll aber weiter im Programm bleiben, wenn genügend Anmeldungen eingehen. Ab Herbst dieses Jahres gibt es ein neues Angebot, das vor allem Quereinsteiger für die Arbeit im Fotofachhandel fit machen soll. Sie können im Seminar „Einstieg in den Fotohandel“ ab dem 9. Oktober Kenntnisse über fotografische Grundlagen, Bildbearbeitung, Social Media und neue Technologien erwerben sowie an Verkaufstrainings teilnehmen. Der Lehrgang besteht aus 2 x 14 Tagen Präsenzunterricht in Kiel, und zwar vom 9. bis 20. Oktober 2017 und vom 22. Januar bis 2. Februar 2018. Dazwischen liegen Online-Elemente, in denen die Teilnehmer Projekte bearbeiten und dabei von



Ute Nolte, Geschäftsführerin des Photo+Medienforum Kiel, freute sich über die zahlreichen Gäste der Geburtstagsfeier.

Trainer Michael Nagel betreut werden. Nach vier Monaten können die Absolventen dann ein Zertifikat des Kieler Forums erwerben. Die Gesamtkosten betragen 2.900 Euro und können in fünf Monatsraten von jeweils 580 Euro beglichen werden. Mitarbeiter von Olympus Pro Händlern und die ersten zehn Teilnehmer von Ringfoto-Händlern erhalten einen Zuschuss von jeweils 500 Euro.

Für Fotografen

Nachdem in Kiel bereits im siebten Jahr der zweiteilige Meisterkurs für Fotografen angeboten wird, können interessierte Fotografen ab 2018 zwischen Vollzeit- und Teilzeit-Lehrgang wählen. So kann man die Teile 1 + 2 des

Meistervorbereitungslehrgangs in nur 12 Wochen absolvieren und anschließend die Prüfung ablegen oder sich über 12 Monate hinweg in verschiedenen Präsenz- und Onlinephasen auf die Meisterprüfung vorbereiten. Beide Lehrgänge starten am 8. Januar 2018; Anmeldeschluss ist am 15. November 2017. Am 12. September 2017 gibt es einen Online-Infoabend, in dem man sich über die Inhalte der Lehrgänge, die Voraussetzungen, die Prüfungsphase, die Kosten und die Möglichkeit des Aufstiegs-BAföGs informieren kann – und zwar von 19 bis 20 Uhr auf der Onlineplattform „vitero“ im direkten Kontakt mit dem Projektleiter und Dozenten Henning Arndt.

Das Ausbildungsprogramm „EVA macht Fotografen“ bietet jetzt auch offene Klassen für Profis, Foto-Assistenten und Fotoenthusiasten an. In den praxisorientierten EVA//Open Class Workshops können die Teilnehmer ihr Wissen und ihren Horizont erweitern, sich mit Anderen austauschen und Workshops zu Themen wie digitale Aufnahmetechnik, digitaler Workflow, Gestaltung, Bewegtbild, Business für Fotografen, Fotogeschichte und analoge Fotografie belegen.

Alle Fotos in diesem Artikel: Jasmine Becker, Photo+Medienforum Kiel



Fester Bestandteil des traditionellen Branchentreffs ist die Auszeichnung der Lehrgangsbesten mit dem Heinz-Neumüller-Preis. Auch in diesem Jahr nahm das frühere Cewe Vorstandsmitglied Harald H. Pirwitz (2. von rechts) diese Ehrung vor.

So gewinnt man die Kunden von morgen

Bilder für Grundschüler

Bilder gibt es bekanntlich jede Menge, gute Fotos aber weniger. Da liegt es nahe, schon jungen Menschen zu zeigen, wo der Unterschied liegt. Ein Beispiel dafür ist eine Projektwoche, wie sie die Berliner Ruppin-Grundschule für 16 Schülerinnen und Schüler der vierten bis sechsten Klassen durchführte. Hier ging es nicht nur um die Frage „Wie mache ich ein gutes Bild?“. Dank der Unterstützung durch den Bremer Spezialisten Nopar konnten die Fotos auch auf der innovativen Klebefolie Tacklite Stick & Go 4.0 ausgedruckt und präsentiert werden.

Als Experten hatte die Willkommenslehrerin Olga Gogoleva den Berliner Fotografen Stefan Maria Rother gewonnen. Er machte die Kinder mit den Grundlagen der Fotografie vertraut und brachte ihnen bei, einen Blick für den richtigen Moment zu gewinnen. Auf Fotospaziergängen durch Berlin setzten sie ihr Wissen zu den Themen Bildgestaltung, Fokussierung, Farbe und Licht in die Praxis um.

Ein Schritt zur Medienkompetenz

Visuelle Kommunikation wird im Zeitalter der digitalen und sozialen Medien immer wichtiger. Denn der Mensch ist ein „Augentier“: Von gelesenen Informationen können wir uns ca. 20 Prozent merken, von dem, was wir gesehen haben, dagegen bis zu 80 Prozent. Um zu verstehen, welche Gefühle, Emotionen und Informationen man mit einem Bild ausdrücken kann, besuchten die Schüler im Rahmen der Projektwoche auch das Museum für Kommu-

nikation Berlin. Der letzten Tag fand im Studio von Stefan Maria Rother statt. Nach einer einer kurzen Einweisung in das Thema Beleuchtung wählten sie die besten Fotos der Projektwoche aus und versahen sie mit kleinen Texten. Dann wurden die Bilder auf Tacklite Stick & Go 4.0 von Nopar ausgedruckt. Rother hatte sich bewusst für diese innovativen Druckmedien entschieden. Die Folien kleben rückstandsfrei auf allen glatten Oberflächen und erzielen durch ihre mikroporöse Farbpfangsschicht eine natürliche Bildwiedergabe mit großem Farbraum. Zudem ist Tacklite Stick & Go 4.0 bestens für Kinder geeignet: Anders als viele Druckmedien besteht die Folie nicht aus PVC, sondern aus Polypropylen. Sie ist wasser- und UV-beständig, kommt ohne optische Aufheller aus und ist frei von giftigen Substanzen wie z. B. Weichmacher. Dank der besonderen Rückseitenbeschichtung können die Fotos ganz einfach von der Unterlage abgezogen und neu angebracht werden.



16 Schülerinnen und Schüler der vierten bis sechsten Klassen nahmen an der Projektwoche mit dem Berliner Fotografen Stefan Maria Rother teil.

So konnten die Schülerinnen und Schüler ihrer Kreativität freien Lauf lassen und ihre Fotos auf den Rückenlehnen ihrer Stühle im Klassenzimmer den Eltern, Freunden und Bekannten präsentieren. Am Ende der Projektwoche wurden die Fotos wieder abgelöst und in den Zimmern der Jugendlichen erneut aufgehängt.



Am Ende klebten die Kinder ihre besten Fotos auf die Rückenlehnen ihrer Stühle, um sie Eltern, Freunden und Bekannten zu zeigen. Dank Tacklite Stick & Go 4.0 konnten die Ausdrücke rückstandsfrei entfernt und zu Hause wieder aufgehängt werden.

NOPAR INTERNATIONAL **Fotodruck 4.0**
 Fotos drucken, präsentieren, haften, repositionieren
 www.nopar-international.com

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

Sie sind Journalist?
 Profitieren Sie von hervorragendem Service, Fachinformationen, qualifizierter Beratung, Presseausweis, wirksamem Engagement, Medienversorgung und zahlreichen weiteren Leistungen der Journalistenverbände.
 Tel. 040 / 8 99 77 99
 www.journalistenverbaende.de

Anzeigenschluss
für Kleinanzeigen im
imaging+foto-contact
Ausgabe 9/2017
ist der 15. August 2017.
 Senden Sie uns einfach ein
 Fax an: 0 21 02/20 27 49
 oder eine E-Mail an:
 b.klombs@cat-verlag.de

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

Deu Zert
 Deutsche Zertifizierung
 DIN EN ISO 9001:2008

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

Autorisierte Vertragswerkstatt

BRAUN PHOTO TECHNIK

Canon
CPS.
 Canon Professional Services

Metz

Panasonic
 Service-Center
 Reutlingen

Pioneer

reflecta

SAMSUNG
 Cameras

SONY
 Authorized Service Center

TAMRON

TOSHIBA

Inserentenverzeichnis

Business Forum Imaging Cologne 2. U.
 F&G Digitalspezialist GmbH 7
 Fujifilm 4. U.
 Photo+Medienforum Kiel 13
 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 Klomps

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

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

LASS ES RAUS!

INSTAX YOUR LIFE



NEU
instax mini 9
Jetzt im Handel
erhältlich