

imaging+foto ⁹ 2017

contact

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

**Mit App
ganz
schnell zu
bestellen**



CEWE FOTOBUCH Pure

Die neue Nikon D850 4K-Videos im Vollformat

Mit dem neuen Vollformatmodell D850 stellt Nikon eine Spiegelreflexkamera mit professionellem Leistungsprofil vor. Durch den 45,7 MP CMOS-Sensor und dessen BSI-Architektur erlaubt sie eine besonders hohe Lichtausbeute. S. 8

Die neue Olympus OM-D E-M10 Mark III Grüße vom Smartphone

Bei der neuen Olympus OM-D E-M10 Mark III orientiert sich das Bedienkonzept am allgegenwärtigen Smartphone: Ein Tipp auf das entsprechende Symbol auf dem Display genügt, um den gewünschten Modus aufzurufen. S. 10

Neues Bildprodukt von Fujifilm Kreativ mit Shacolla

Mit dem neuen Bildprodukt Shacolla macht es Fujifilm kinderleicht, zu dekorieren. Die beidseitig selbstklebenden Hartschaumplatten sind im instax mini Sofortbildformat sowie vier weiteren Größen erhältlich. S. 18

~~tweeten~~
~~sharen~~
~~liken~~
~~haten~~
~~followen~~
~~trollen~~
wählen

Mit mir 90% ist eine von Politik und Medien unabhängige Initiative. Unser Ziel ist eine Wahlbeteiligung von über 90% bei der Bundestagswahl 2017 – so, wie es in den 70er Jahren tatsächlich schon mal war.



Was uns antreibt, ist der brennende Wunsch nach Demokratie und Freiheit. Denn eins ist sicher: **Je mehr Menschen wählen, desto stärker ist Demokratie.** Follow us! www.facebook.com/mitmir90prozent

#mitmir90prozent

Ein Beitrag zur globalen Leitkultur

Menschen lieben Bilder

Seitdem Smartphones zu Kameras mit eingebautem Telefon und Internetzugang geworden sind, überschwemmen Fotos und Videos die sozialen Netzwerke. Dabei wird oft beklagt, das Qualitätsniveau sinke, und viele Menschen sähen vor lauter Bildern das gute Foto nicht mehr. Anwendungen wie Snapchat sind geradezu zum Synonym für Wegwerfbilder geworden, die auf Dauer die fotografische Kultur zerstören und das gedruckte Bild durch kurzlebige Displaydarstellungen ersetzen. Aber stimmt das eigentlich?



Thomas Blömer, Verleger

Die Wirklichkeit sieht ganz anders aus. Gute Bilder sind „in“: Fotowettbewerbe haben Hochkonjunktur. 183.861 Einsendungen innerhalb von neun Monaten verzeichnete Cewe für „Our world is beautiful“, 16.000 Menschen nahmen an dem im Mai europaweit ausgeschriebenen „365 Tage Sommer“-Wettbewerb von Canon teil. Kaum ein Hersteller, der nicht einen eigenen Wettbewerb startet – und niemand hat offensichtlich Sorgen, dass kaum jemand daran teilnimmt. Fotofestivals verzeichnen landauf, landab, von Zingst im Norden bis Oberstdorf im Süden, steigende Besucherzahlen. Und immer geht es um wirklich gute Fotos, die

kreativ gestaltet sind und zeigen, dass der Urheber – und immer öfter die Urheberin – sich etwas beim Fotografieren gedacht hat.

Das gedruckte Bild ist keinesfalls ein Nischenprodukt – im Gegenteil! Omas Fotoalbum wurde von professionell gedruckten Fotobüchern abgelöst, und wer einmal in den Produktionsbetrieben gesehen hat, mit welchem Engagement und mit welcher sichtbaren Freude die Menschen ihre Erinnerungen zu beeindruckenden Bildbänden zusammenstellen, der weiß, dass da eine ganz neue Fotokultur entstanden ist. Fotos werden immer häufiger als großformatige Wanddekorationen eingesetzt, und sie zieren Handyhüllen, Gruß- und Einladungskarten, ja sogar Garagentore, Tapeten und vieles mehr.

Die neue Leitkultur zeigt sich aber nicht nur in tollen, professionell anmutenden Bildern. Denn die junge Generation, der man lange nachgesagt hat, sie wisse gar nicht, was ein Foto ist, entwickelt gerade ein ganz neues, unbefangenes Verhältnis zum gedruckten Schnappschuss. Der unerwartete Erfolg der instax Sofortbildkameras von Fujifilm ist ein besonders prägnantes Beispiel dafür. Natürlich weiß niemand, wie lange dieser Boom anhält, aber eins steht fest: Jetzt ist er da, Fujifilm wird ihn zur Weihnachtssaison

nochmals mit starken Aktivitäten befeuern, und wer das nicht in seinem Geschäft aufgreift, verschenkt bares Geld.

Erfreulicherweise gibt es auch weitere Innovationen mit Kult-Potential. So stellen wir in diesem Heft das neue Cewe Fotobuch Pure vor, das der Oldenburger Bild- und Druckdienstleister speziell auf die Zielgruppe der Smartphone-Knipser zugeschnitten hat, die schnell und einfach ein schönes Bildprodukt haben möchten. Und Fujifilm, auch das lesen Sie in dieser Ausgabe, bringt mit Shacolla eine pfiffige Lösung auf den Markt, um Fotos ganz einfach an die Wand zu kleben – und auch wieder entfernen zu können.

Im klassischen Fotohandel hat das Bildergeschäft leider in den letzten Jahren an Bedeutung verloren – das zeigt sich regelmäßig an den Laborumsätzen der Kooperationen. In Zeiten der explodierenden Digitalkamera-Verkäufe war das nicht so schlimm – heute kann jeder Händler diese Umsätze (und auch die entsprechende Kundenfrequenz) mehr als gut gebrauchen. Setzen Sie darum im Weihnachtsgeschäft auf die globale Leitkultur und stellen Sie auch Bildprodukte wieder in den Blickpunkt Ihrer Kunden. Fujifilm Europachef Go Miyazaki sagte anlässlich der Vorstellung von Shacolla, Fotografie sei für sein Unternehmen nicht nur Geschäft, sondern auch Kultur. Man könnte hinzufügen, dass man mit dieser Kultur auch verdammt gute Geschäfte machen kann – und sollte!

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Cewe: Neuheiten für neue Zielgruppen
Ideen für den Fotodruck 12

Editorial

Ein Beitrag zur globalen Leitkultur
Menschen lieben Bilder 3

Wichtiges aus foto-contact.de 7, 17

Leserbrief 7

Handel

MediaMarktSaturn übernimmt
Euronics XXL-Markt in Burghausen
Neustart in rot 6

Foto Koch bietet Tacklite Stick & Go 4.0
Rendite zum Kleben. 26

Neuheiten 9, 11, 24

Die neue Nikon D850
4K-Videos im Vollformat 8

Die neue Olympus OM-D E-M10 Mark III
Grüße vom Smartphone 10

Neues Bildprodukt von Fujifilm Kreativ mit Shacolla

Mit dem neuen Bildprodukt Shacolla macht es Fujifilm kinderleicht, mit eigenen Fotos die heimischen Wände (und Kühlschränke oder andere glatte Oberflächen) zu dekorieren und dabei ganz individuelle Kunstwerke zu schaffen.

Die beidseitig selbstklebenden Hartschaumplatten sind im instax mini Sofortbildformat sowie vier weiteren Größen erhältlich und sollen auch neue Zielgruppen vom Wert gedruckter Bilder überzeugen. **Seite 18**



Cewe: Neuheiten für neue Zielgruppen Ideen für den Fotodruck



Mit zahlreichen Neuheiten startet Cewe in die verkaufsstärkste Zeit des Jahres. Vom Einstiegs- bis zum Premiumsegment sollen Innovationen noch mehr Kunden motivieren, ihre persönlichen Erinnerungen in hochwertigen Cewe Bildprodukten zu bewahren und natürlich ihren Lieben mit Fotogeschenken eine Freude zu machen. Eine besonders interessante Idee ist das Cewe Fotobuch Pure, mit dem der Bilddienstleister gemeinsam mit seinen Handelspartnern vor allem Smartphone-Fotografen ansprechen will. **Seite 12**



Die neue Nikon D850 4K-Videos im Vollformat

Mit dem neuen Vollformatmodell D850 stellt Nikon eine Spiegelreflexkamera mit professionellem Leistungsprofil vor. Sie ist mit einem 45,7 MP CMOS-Sensor ohne Tiefpassfilter ausgestattet, dessen BSI-Architektur (Back-Side-Illumination) eine besonders hohe Lichtausbeute erlaubt. Die Kamera ist sehr schnell und nimmt 4K-Filme ohne Crop-Faktor auf. Durch Bildverarbeitung außerhalb der Kamera können auch 8K-Zeitrafferfilme erstellt werden. **Seite 8**

Die neue Olympus OM-D E-M10 Mark III Grüße vom Smartphone



Die neue Olympus OM-D E-M10 Mark III ist nicht nur eine besonders kompakte Reisekamera mit den Vorzügen der OM-D Serie, sondern soll auch Konsumenten ansprechen, die sich nicht auf verschachtelte Menüs und umständliche Einstellprozeduren einlassen wollen. Tatsächlich orientiert sich das Bedienkonzept am allgegenwärtigen Smartphone: Ein Tipp auf das entsprechende Symbol auf dem neigbaren, berührungsempfindlichen Display genügt, um den gewünschten Modus aufzurufen. **Seite 10**

Das neue Sigma 24/70mm F2,8 DG OS HSM Lichtstarkes Allround-Objektiv

Mit dem jetzt lieferbaren 24-70mm F2,8 DG OS HSM bringt Sigma in seiner Art-Baureihe ein Allzweck-Objektiv auf den Markt, das mit seiner hervorragenden optischen Leistung auf die hochauflösenden Sensoren anspruchsvoller Digitalkameras abgestimmt wurde. Ein neu konzipierter Hyper-Sonic-Motor sorgt für schnelles Scharfstellen, die OS-Funktion gibt den Anwendern Sicherheit. Mit seinem robusten Tubus sowie dem staub- und spritzwassergeschützten Messing-Bajonett ist das Objektiv auch für professionelle Einsatzbedingungen bestens geeignet. **Seite 20**



Spiegellose Systemkamera Canon EOS M100

Kompakt und vernetzt



Mit der EOS M100 stellt Canon eine neue spiegellose Systemkamera vor, die besonders kompakt ist, zahlreiche Kreativ-Filter bietet und über Netzwerk-Funktionen verfügt. Die EOS M100 wird voraussichtlich ab Oktober zum Preis von 479 Euro verfügbar sein. Sie ist laut Canon vor allem für junge Kunden gedacht, die mit guten Fotos und Full HD-Videos Geschichten erzählen möchten. **Seite 22**

Für Actioncams und Smartphones

Neue Gimbals von Rollei



Rollei hat neue Gimbals angekündigt, die besonders leicht und kompakt konstruiert sind, aber dennoch Verwacklungen bei Video-Aufnahmen wirksam bekämpfen sollen. Die Dreiaachsen-Schwebestative können mit praktisch allen gängigen Actioncams oder Smartphones eingesetzt werden. **Seite 25**

MediaMarktSaturn übernimmt Euronics XXL-Markt in Burghausen



MediaMarktSaturn Deutschland wird zum 1. Oktober 2017 den Elektronikfachmarkt Euronics XXL Burghausen vom bisherigen geschäftsführenden Gesellschafter Karl-Heinz Stellmach übernehmen, der sich weitgehend in den Ruhestand zurückziehen möchte. Der Elektronikfachmarkt soll unter der Marke MediaMarkt weitergeführt werden. Mit der Akquisition will MediaMarktSaturn nach eigenen Angaben seine Präsenz im Großraum München stärken und erstmals einen Fachmarkt im oberbayerischen Landkreis Altötting betreiben. Alle 31 Mitarbeiter werden übernommen. **Seite 6**

Foto Koch bietet Tacklite Stick & Go 4.0

Rendite zum Kleben



Mit der innovativen Klebefolie Tacklite Stick & Go 4.0 bietet das Bremer Unternehmen Nopar International GmbH dem Fotofachhandel ein einzigartiges Fotopapier für den hochwertigen Fotodruck, das auf allen glatten Oberflächen haftet, beliebig repositionierbar und obendrein noch umweltfreundlich ist. Der Düsseldorfer Fotohändler Foto Koch hat jetzt Tacklite Stick & Go 4.0 gelistet und verzeichnet bei den Kunden eine gute Resonanz. **Seite 26**

NEUHEITEN

HANDEL

Das neue Sigma 24-70mm F2,8 DG OS HSM
Lichtstarkes Allround-Objektiv **20**

Spiegellose Systemkamera Canon EOS M100
Kompakt und vernetzt **22**

Für Actioncams und Smartphones
Neue Gimbals von Rollei **25**

Bilddienstleistungen

Neues Bildprodukt von Fujifilm
Kreativ mit Shacolla **18**

Impressum **27**

Klein- und Personalanzeigen **27**

Immer aktuell:



www.foto-contact.de

MediaMarktSaturn übernimmt Euronics XXL-Markt in Burghausen

Neustart in rot

MediaMarktSaturn Deutschland wird zum 1. Oktober 2017 den Elektronikfachmarkt Euronics XXL Burghausen vom bisherigen geschäftsführenden Gesellschafter Karl-Heinz Stellmach übernehmen, der sich weitgehend in den Ruhestand zurückziehen möchte. Der Elektronikfachmarkt soll unter der Marke MediaMarkt weitergeführt werden. Mit der Akquisition will MediaMarktSaturn nach eigenen Angaben seine Präsenz im Großraum München stärken und erstmals einen Fachmarkt im oberbayerischen Landkreis Altötting betreiben. Alle 31 Mitarbeiter werden übernommen.

Neben dem Fachmarkt mit einer Verkaufsfläche von rund 1.500 qm und einem gewachsenen Kundenstamm erwirbt MediaMarktSaturn Deutschland auch die an den Elektrofachmarkt angegliederte Service-Werkstatt, die für Privatkunden Serviceleistungen in

den Bereichen Unterhaltungselektronik und Hausgerätetechnik erbringt: Damit will das Unternehmen seine Servicekompetenz auszubauen. Zum Kaufpreis haben beide Parteien Stillschweigen vereinbart. Die Übernahme steht noch unter dem Vorbehalt der Zustimmung der zuständigen Wettbewerbsbehörden.

Der 1987 an der Burgkirchener Straße in Burghausen eröffnete Elektronikfachmarkt wird seit 2007 unter der Marke Euronics XXL geführt. „Mit dem Erwerb des bestens etablierten Markts bauen wir die Präsenz von MediaMarkt in Oberbayern um einen wichtigen Standort weiter aus“, erklärte Wolfgang Kirsch, CEO MediaMarktSaturn Deutschland. „Die Akquisition ist Teil unserer Strategie, unser Wachstum auch durch den Zukauf einzelner Märkte oder kleiner Verbundgruppen voranzutreiben. Die Kunden dürfen sich in puncto Beratung, Service, Sortiment und Preis auf einen echten MediaMarkt freuen.“ Der bisherige Inhaber Karl-Heinz Stellmach kommentierte: „Wir freuen uns, dass wir mit MediaMarktSaturn Deutschland einen Käufer gefunden haben, bei dem wir sicher sein können, dass die unternehmerische Auf-

bauleistung unserer Familie in beste Hände gegeben wird. Unsere Kunden in der Region Burghausen können damit zukünftig von dem Angebot und den Dienstleistungen des Marktführers in Deutschland profitieren. Auch für Gewährleistungsansprüche sowie bei Service- und Reparaturfällen von bei uns gekauften Geräten bleibt der Markt unter der neuen Führung zuverlässiger Ansprechpartner. Ein besonderes Anliegen war uns zudem die Weiterbeschäftigung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die im zukünftigen MediaMarkt Burghausen gewährleistet ist.“ Das ebenfalls von Stellmach aufgebaute Küchenstudio sowie das IT-Systemhaus und das haus-eigene eCommerce-Geschäft sollen künftig von Sohn Heinz weiter ausgebaut und am Standort Marktlstraße weitergeführt werden.

Die Einbindung des Markts in die MediaMarktSaturn-Organisation soll am 1. Oktober 2017 beginnen. Zu den anstehenden Aufgaben gehören die komplette Umstellung der IT-Infrastruktur, die Anbindung an das Warenwirtschaftssystem, die Adaption der Produktsortimente sowie die Eingliederung in die Multichannel-Strategie von MediaMarkt, mit der den Kunden in Burghausen zahlreiche neue Angebote zur Verfügung stehen sollen. Bis zum Weihnachtsgeschäft soll auch die vollständige Anbindung an den MediaMarkt Onlineshop erfolgen.

Das Ladendesign des Elektrofachmarkts wird schrittweise dem Erscheinungsbild von MediaMarkt angepasst. Dieser Prozess soll weitgehend bei laufendem Betrieb stattfinden; nur in den ersten Oktobertagen wird der Markt für einige Tage schließen.



Operiert demnächst unter der Marke MediaMarkt: der Elektronikfachmarkt Euronics XXL Burghausen.

Fotowettbewerb 100 Jahre Gitzo

Unter dem Motto „Celebrating Perfect Moments“ startet der Premium-Stativhersteller Gitzo einen Fotowettbewerb zum 100jährigen Firmenjubiläum. Zu gewinnen gibt es ein hochwertiges Gitzo-Stativ aus der limitierten Jubiläumsedition. Aus allen Einsendungen ermittelt eine Fachjury unter Vorsitz des renommierten Tierfotografen Ingo Arndt drei Gewinner, die hochwertige Gitzo-Produkte aus der exklusiven 100 Jahre Jubiläumsedition erhalten. Hauptpreis ist das weltweit limitierte Gitzo 100 Jahre Traveler-Stativ. Der zweite und dritte Preis sind der Gitzo Rucksack und die Gitzo Compact Messenger Tasche aus der neuen „Century“ Kollektion. Einsendeschluss ist der 31. Oktober 2017.



Die Gitzo 100 Jahre Jubiläumsprodukte werden in Kürze im Handel erhältlich sein. Das edle Traveler-Stativmodell, von dem es weltweit nur 1917 Exemplare geben wird, ist ab Anfang Oktober verfügbar. Der UVP für das Gitzo 100 Jahre Traveler-Stativ beträgt 1.487,50 Euro. Die drei Taschenmodelle der Gitzo Century-Kollektion sind ab September zu folgenden Preisen (UVP) erhältlich: Century Rucksack 296,51 Euro, Century Messenger 207,26 Euro und Century Compact Messenger-Tasche 167,59 Euro.

Datacolor startet Fotowettbewerb

Zum Thema Reise- und Landschaftsfotografie startet Datacolor einen Fotowettbewerb. Gesucht werden ausdrucksstarke Reise- und Landschaftsaufnahmen, die die persönliche Sicht des Fotografen widerspiegeln. Dabei sind sowohl realistische und naturgetreue als auch stilistisch verfremdete Aufnahmen zugelassen.

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

Leserbrief

Betr.: Artikel „10 Jahre F&G Digitalspezialist“ in imaging+foto-contact 8/2017

Als kleine ergänzende Anmerkung zur Ihrem Artikel möchten wir darauf hinweisen, dass unser Fachbetrieb (www.fotolabor.de) Digitalisierungsarbeiten bereits seit 2002 (!) als Ergänzung zu den seit 1975 angebotenen, klassischen Foto-Fachlabor Dienstleistungen anbietet. Auf diese Weise hat das Team der GM Bildproduktion – der Medienservice, Bonn, mit professioneller Kundschaft aus Industrie, Gewerbe, öff. Archiven und Museen etc. auch vielen unserer privaten Kunden seit jeher ermöglicht, ihr „analoges Lebenswerk“ in Bild, Film, Video und Audio für das Digitalzeitalter zu erhalten und nutzbar zu machen.

Zu diesem Dienstleistungsbereich, den wir auch über unsere Internetseite www.wir-digitalisieren-alles.de anbieten, gehört nicht nur die Digitalisierung aller Film-, Dia-, Bild- und Videoformate, sondern seit vielen Jahren auch die von kompletten Fotoalben, selbst mit eingeklebten Accessoires – und zwar ebenfalls, ohne dass diese Alben dafür auseinandergenommen werden müssen.

Guy Manderscheid, GM Bildproduktion, Bonn

Der Wettbewerb wird in Kooperation mit Tamron, Rolleiflex, Fujifilm und Gunther Wegner, einem der bekanntesten Fotoblogger im deutschsprachigen Raum, durchgeführt und ist über den Direktlink http://bit.ly/datacolor_Fotowettbewerb bzw. den Datacolor Facebook-Account <http://www.facebook.com/DatacolorSpyder.de/> erreichbar.

Jeder Teilnehmer darf bis zu drei digitale Bilder beim Wettbewerb einreichen, der aus einem Publikums- und einem Juryvoting besteht, und kann damit einen der folgenden Preise gewinnen:

1. Platz: Paket bestehend aus Spyder-5Capture Pro, Canon EOS 60D mit Canon EF 28mm 1:1,8 USM Objektiv im Wert von ca. 1.400 Euro
 2. Platz: Tamron Objektiv 18-400mm F/3.5-6.3 Di II VC HLD, UVP 889 Euro
 3. Platz: Fujifilm Galerieprint Glossy 1000 x 1000 mm im Wert von 369,95 Euro
 4. Platz: Rolleiflex Stativ Rock Solid Gamma im Wert von 329 Euro
 5. Platz: Lizenz der Software LRTimelapse 4 Pro im Wert von knapp 296,31 Euro
- 3 Publikumspreise: Datacolor Powerbank, Schweizer Taschenmesser und USB Stick
Die Teilnahme ist bis einschließlich 30. September 2017 möglich, Stimmen für den Preis des Publikums können bis zum 15. Oktober abgegeben werden.

„Es freut mich daher sehr, dass wir für diesen Wettbewerb Partner und Juroren gewinnen konnten, die stellvertretend für die Perfektionierung des gesamten Prozesses von der Aufnahme über die Bearbeitung bis hin zur Ausgabe stehen und unser eigenes Farbmanagement-Portfolio harmonisch ergänzen“, sagte Ernst Thürnau, Marketing Manager EMA.

Leica: Matthias Harsch neuer Vorstandsvorsitzender



Matthias Harsch

Der Aufsichtsrat der Leica Camera AG hat mit Wirkung zum 1. September 2017 Herrn Matthias Harsch zum Vorstandsvorsitzenden der Leica Camera AG, Wetz-

lar, bestellt. Der 52jährige folgt damit auf Oliver Kaltner, der das Unternehmen zum 31. August 2017 verlassen hat. Harsch ist seit April 2017 als Vorstand für Sales, Retail und Marketing & Corporate Communications bei Leica tätig. Zu seinen früheren beruflichen Stationen gehörten Positionen als CEO der Loewe AG sowie als Geschäftsführer der Bizerba Group. Unmittelbar vor seinem Wechsel zu Leica war Matthias Harsch Partner bei candidus management consulting.

Die neue Nikon D850



4K-Videos im Vollformat

Die Nikon D850
ist ab dem
7. September erhältlich.

Mit dem neuen Vollformatmodell D850 stellt Nikon eine Spiegelreflexkamera mit professionellem Leistungsprofil vor. Sie ist mit einem 45,7 MP CMOS-Sensor ohne Tiefpassfilter ausgestattet, dessen BSI-Architektur (Back-Side-Illumination) eine besonders hohe Lichtausbeute erlaubt. Die Kamera ist sehr schnell und nimmt 4K-Filme ohne Crop-Faktor auf. Durch Bildverarbeitung außerhalb der Kamera können auch 8K-Zeitrafferfilme erstellt werden.

Der neue Sensor und der schnelle Expeed 5 Bildprozessor erlauben eine Serienbild-Geschwindigkeit von bis zu 7 Bildern pro Sekunde (bis zu 51 NEF/RAW-Bilder hintereinander bei Nutzung einer 64 GB XQD Speicherkarte). Bei Verwendung des optionalen Multifunktionshandgriffs MB-D18 und

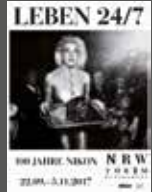
Foto-Ausstellung im NRW-Forum Düsseldorf



Unter dem Motto „Leben 24/7 – 100 Jahre Nikon“ findet im NRW Forum Düsseldorf vom 22.9. bis 5.11. eine große Foto-Ausstellung statt. Sie soll die Geschichte und den Mythos der „Nikon“ ergründen und ein Forum für Fotografen darstellen, die mit den legendären Kameras Weltgeschichte dokumentieren und unterschiedlichen Aspekte des menschlichen Lebens reflektieren: Krieg und Frieden, Liebe und Schmerz, Familie und Freundschaft, Natur und Starkult, Glamour und Tristesse.

Zu den prominenten Nikon-Fotografen, deren Arbeiten in Düsseldorf zu sehen sein werden, gehören große Namen wie Jodi Bieber, Charlie Cole, David Douglas Duncan, Thekla Ehling, Volker Hinz, Heidi & Hans-Jürgen Koch, Peter Lindbergh, Joel Marklund, Steve McCurry, Duane Michals, Ed Ruscha, Moises Saman, Jérôme Sessini, Michael Wesely und Ami Vitale. Auch Fotos der NASA werden ausgestellt. Neben den Fotografien zeigt die Ausstellung auch die wichtigsten Kamera-Modelle, mit denen die Fotografien geschaffen wurden. Auch die Gewinnerbilder des Fotowettbewerbs I AM 100 werden präsentiert.

Die Teilnahme am Fotowettbewerb I AM 100 ist auf www.mynikon.de/iam100/wettbewerb noch bis zum 3. September 2017 möglich.



Auch das Bild „Nikon auf dem Tablett“ des deutschen Fotografen Volker Hinz wird in Düsseldorf gezeigt.

des Hochleistungsakkus der Serie EN-EL18 sind mit der D850 sogar 9 Bilder pro Sekunde möglich. Dabei stellt das bereits in der Nikon D5 bewährte AF-System mit 153 Messfeldern zuverlässig scharf. Die Lichtempfindlichkeit von ISO 64 - 25.600 ist auf ISO 32 - 102.400 erweiterbar. Diese ISO-Werte stehen auch bei der Aufnahme von 4K-Videos zur Verfügung.

Neue Features

Zu den neuen Ausstattungsmerkmalen der Nikon D850 gehört die Möglichkeit, RAW-Bilder in den Größen L (45,4 MP), M (25,6 MP) oder S (11,4) aufzunehmen. Die Option „Stille Auslösung“ im Live-View erlaubt Aufnahmen mit voller Auflösung ohne jedes Geräusch. Als erste Spiegelreflex überhaupt kann die D850 mit

der Funktion für automatische Intervallaufnahmen Fotos für späteres Focus-Stacking zu schießen. Die Einzelbilder können dann mit Hilfe geeigneter Software extern zu Bildern mit erweiterter Tiefenschärfe kombiniert werden.

Zur Bildkontrolle dient ein nach oben und unten neigbares 3,2-Zoll LCD-Touch-Display mit 2,36 Mio. Bildpunkten; der optische Sucher bietet das größte Bild, das Nikon jemals in einer DSLR angeboten hat (100 Prozent Bildabdeckung mit 0,75-facher Vergrößerung). Dank aufwendiger Abdichtungen eignet sich die D850 auch für robuste Einsatzbedingungen; wie bei der Nikon D5 können die meisten Tasten beleuchtet werden. Nicht zuletzt bietet die Kamera nach CIPA-Standard die höchste Akkureich-

weite unter Vollformatkameras (1.840 Aufnahmen mit Standardakku).

4K-Video-Funktion

Die Nikon D850 nimmt 4K-Filme (30 fps) ohne Crop-Faktor im Vollformat auf. So können auch Superweitwinkel-Objektive genutzt oder mit lichtstarken Nikkor-Objektiven Effekte mit selektiver Schärfe erzielt werden. Zeitrafferfilme in 4K können aus Einzelbildern direkt in der Kamera erstellt werden. Zusätzlich ermöglicht die enorme Bildgröße die externe Produktion von 8K-Zeitrafferfilmen aus Intervallaufnahmen.

Die Nikon D850 ist ab 7. September 2017 zum Preis von 3.799 Euro (UVP Gehäuse) bzw. 4.599 Euro (UVP im Kit mit AF-S Nikkor 24-120 mm 1:4G ED VR) erhältlich.

Braun DigiFrame mit WiFi Funktion

Der neue Braun DigiFrame 1010 WiFi lässt sich dank der einfach zu bedienenden App von Frameo von mehreren Personen per Smartphone bedienen. Bis zu 8GB Fotos können auf dem DigiFrame 1010 WiFi geladen werden.



Das fast 26 cm große hochwertige Farbdisplay mit einer Auflösung von 1.280 x 800 Bildpunkten (16:10) liefert satte, scharfe und brillante Bilder. Durch den internen G-Sensor hat man immer das passende Bildformat parat, egal, ob das Gerät im Querformat oder Hochformat eingesetzt wird. Zusätzlich kann jedes Bild mit einem Kommentar oder Gruß versehen werden.

Der Braun DigiFrame 1010 WiFi ist ab sofort erhältlich. Der UVP beträgt 159 Euro.

Canon: Drei Ferngläser mit Lensshift-Technologie

Canon hat die drei neuen Ferngläser 10x32 IS, 12x32 IS und 14x32 IS mit 10facher, 12facher und 14facher Vergrößerung angekündigt. Bei der neuen Baureihe kommt erstmals die effektive Lensshift-Technologie zum Einsatz, die sich bereits in den Canon Objektiven der EF Serie etabliert hat.

Die drei neuen Ferngläser bieten zwei separate Bildstabilisator-Modi. Der Standard-IS-Modus kompensiert Verwacklungen beim Freihandeinsatz. Der neue Powered IS-Modus bietet die Stabilisierung von noch stärkeren Verwacklungen.

Die drei neuen Modelle decken den Bereich von 10facher bis hin zu 14facher Vergrößerung ab. Eine Naheinstellgrenze von zirka zwei Metern ist besonders vorteilhaft, wenn sich ein Motiv plötzlich nähert oder wenn kleinere Lebewesen aus naher Distanz beobachtet werden sollen.

Zur Gewährleistung von Farbgenauigkeit und Kontrast trägt die von Canon entwickelte Super Spectra-Vergrößerung

Canon
14x32 IS FSL



bei. Die Kombination der Canon Porroprisma II-Optik mit den Bildfeldebungungslinsen sorgt für ein hochauflösendes und perfektes Bild mit minimaler Verzerrung über das gesamte Sichtfeld hinweg – von der Bildmitte bis zum Bildrand.

Die Modelle 10x32 IS, 12x32 IS und 14x32 IS sind mit einer dezenten, nicht reflektierenden, gummierten Außenbeschichtung versehen und überzeugen mit bester Ergonomie, heißt es in einer Pressemitteilung. Die Tasten zum Umschalten der Bildstabilisator-Modi sind eindeutig geformt und liegen an der Zeigefingerposition, um einen zuverlässigen Einsatz auch mit Handschuhen zu ermöglichen.

Die drei neuen Ferngläser sind ab November 2017 erhältlich. Die UVPs betragen für das 10x32 IS 1.399 Euro, für das 12x32 IS 1.449 Euro und für das 14x32 IS 1.499 Euro.

Die neue Olympus OM-D E-M10 Mark III

Grüße vom Smartphone



Zum Weihnachtsgeschäft bringt Olympus mit der OM-D E-M10 Mark III eine kompakte Micro Four Thirds Kamera auf den Markt, die besonders einfach zu bedienen ist.

Die neue Olympus OM-D E-M10 Mark III ist nicht nur eine besonders kompakte Reisekamera mit den Vorzügen der OM-D Serie, sondern soll auch Konsumenten ansprechen, die sich nicht auf verschachtelte Menüs und umständliche Einstellprozeduren einlassen wollen. Tatsächlich orientiert sich das Bedienkonzept am allgegenwärtigen Smartphone: Ein Tipp auf das entsprechende Symbol auf dem neigbaren, berührungsempfindlichen Display genügt, um den gewünschten Modus aufzurufen.

Das gilt nicht nur für Schnappschüsse, sondern auch für anspruchsvollere Funktionen wie Langzeitbelichtungen, Focus Bracketing oder Mehrfachbelichtungen. Die Live-Composite- und Live-Bulb-Funktion lassen sich ebenfalls leicht finden und anwenden. Dafür hat Olympus der OM-D E-M10 Mark III vier neue Kameramodi spendiert, mit denen auch unerfahrenen Fotografen professionell anmutende Fotos gelingen sollen. Der Zugriff auf diese Modi erfolgt über das intuitiv zu benutzende Wahhrad; mit der Short-Cut-Taste (gleich neben dem An-Aus-Schalter) werden dann die Menüsymbole aufgerufen und die gewünschten Funktionen mit einem Fingertipp aktiviert.

Die vier Modi bieten viele Möglichkeiten: Der Auto-Modus (ehemals iAuto) wurde grundlegend überarbeitet

und erkennt jetzt Unschärfen durch Kameraverwacklungen auch im Dunkeln. Der Scene-(SCN)-Modus wurde erweitert: Vordefinierte Einstellungen für sechs Themen machen gute Fotos leicht. Mit dem Advanced Photo-(AP)-Modus stehen auch die Funktionen Live Composite, Live Time, Mehrfachbelichtung, HDR, Panorama und Keystone-Korrektur sofort zur Verfügung; ohne Blättern im Menü kann man hier auch Belichtungsreihen aufrufen, Focus-Bracketing aktivieren und die Kamera lautlos schalten. Im (ART)-Modus gibt es den neuen

Bleach Bypass Filter in zwei Versionen: Typ I verleiht Metalloberflächen einen glänzenden Effekt, Typ II ahmt die typische Farbdarstellung und den nostalgischen Effekt einiger bekannter Kinofilme nach.

Zum Mitnehmen

Die neue Olympus OM-D E-M10 Mark III ist sehr gut für Kunden geeignet, die gute Fotos und Videos machen wollen, ohne sich mit viel Gepäck zu

Das Bedienkonzept der OM-D E-M10 Mark III orientiert sich am Smartphone: Mit der Short-Cut-Taste (gleich neben dem An-Aus-Schalter) werden die Menüsymbole auf dem Display aufgerufen; dann kann der gewünschte Modus mit einem Fingertipp aktiviert werden. Das Menü gibt es auch in deutscher Sprache.



belasten. In dem kompakten und 410 g (inklusive Akku und Speicherkarte) leichten Gehäuse stecken die Technologien der OM-D Serie einschließlich 16,2 MP LiveMOS-Sensor, des aktuellsten TruePic VIII Bildprozessors und des einzigartigen 5-Achsen-Bildstabilisators (IS). Der Autofokus (mit Touch-AF-Funktion) arbeitet mit 121 Kontrast-Messfeldern, die fast die gesamte Bildfläche abdecken, und kann im entsprechenden Modus die Bewegung des Motivs verfolgen. Besonders bei Portraitaufnahmen erweisen sich Face Priority AF und Eye Detection AF als praktische Hilfe, um Gesichter scharf und korrekt belichtet einzufangen.

Mit einer maximalen Serienbildge-

schwindigkeit von 8,6 Fotos/s (S-AF) ist die E-M10 schnell, bis zu 22 RAW-Dateien können hintereinander abgespeichert werden. Zur Ausstattung gehören neben dem Display mit 1,04 Mio. Bildpunkten ein elektronischer OLED-Sucher (2,36 Mio. Bildpunkt), Blitz und WLAN-Funktion, um die Fotos und Videos mit Hilfe der Olympus Image Share (Ol.Share) App zu teilen, mit GPS-Daten zu versehen oder die Kamera mit dem Mobilgerät auszuösen. Videos nimmt die E-M10 Mark III in 4K-Qualität (30p, 25p oder 24p) auf; dabei kann der ins Gehäuse integrierte 5-Achsen-Bildstabilisator mit jedem Objektiv genutzt werden. Zeitraffer-Aufnahmen sind in 4K, Full HD oder HD möglich, Zeitlupen

mit 120 Bildern/s in HD (720p). Die Olympus OM-D E-M10 Mark III ist ab Mitte September in Silber oder Schwarz für 649 Euro (UVP Gehäuse) erhältlich. Im Kit mit dem Pancake-Objektiv M.Zuiko Digital 14-42 mm 1:3.5-5.6 EZ kostet sie 799 Euro.

Wie für alle Olympus Kameras und Objektive gibt es für die E-M10 Mark III eine kostenlose sechsmonatige Gewährleistungsverlängerung, wenn die Kamera auf My.Olympus.eu registriert wird. Darüber hinaus sind 3 weitere Jahre Gewährleistung für 99 Euro erhältlich. Als Zubehör bietet Olympus u. a. ein Echtleder Body Jacket in Schwarz oder Braun und den praktischen automatischen Objektivdeckel LC-37C an.

Neues Azden Cinema-Richtrohrmikrofon



Das neu entwickelte Azden SGM-250CX ist ein kompaktes professionelles Cinema-

Richtrohrmikrofon und eignet sich besonders zum Produzieren von Reportagen, für journalistische Aufgaben und Studioaufnahmen, bei denen geringes Rauschen, ein großer Übertragungsbereich und eine gute Richtwirkung gefordert sind.

Seine Stärken spielt das SGM-250CX in Verbindung mit anspruchsvollen Filmkameras, wie der Panasonic AU-EVA1, der Sony FS-5 und FS-7 sowie der Blackmagic Mini URSA Pro aus. Aber auch mit spiegellosen Systemkameras, wie der Panasonic GH-5, ist es kompatibel. Für Letztere ist ein Mikrofonadapter (DMV-XLR1E) erforderlich.

Das komplett neuentwickelte und in Japan handgefertigte Mikrofon punktet hörbar mit einer herausragenden Empfindlichkeit, einem optimalen Signal-Rausch-Verhältnis und einem ausgewogenen Frequenzbereich von 20 Hz bis 20 kHz, heißt es in einer Pressemitteilung. Das kommt besonders Sprachaufzeichnungen zugute, die unverfälscht wiedergegeben werden.

Aufgezeichnete Dialoge klingen glasklar und realistisch. Umgebungsgeräusche werden bei der Aufnahme wirkungsvoll herausgefiltert.

Das SGM-250CX ist mit einer Länge von nur 15 Zentimetern und einem Gewicht von lediglich 85 Gramm äußerst kompakt konstruiert. Ein 35 Zentimeter langes und fest verdrahtetes XLR-Kabel wurde integriert, das bequem und einfach am Mikrofoneingang der Kameras oder einem Kameraadapter angeschlossen werden kann. Das hochempfindliche Kondensorelement des Mikrofons wird mit einer standardmäßigen 48 V Phantomspeisung versorgt, die die meisten XLR-Mikrofoneingänge bereitstellen können.

Das neue Azden SGM-250CX beinhaltet die robuste SMH-X-Schock-Halterung, die an Standard-Blitzhalterungen, aber auch an diversen Tonangeln, Mounts und Stativen befestigt werden kann.

Das neue Azden SGM-250CX ist ab September verfügbar; der UVP beträgt 269 Euro.

Manfrotto erweitert Taschenkollektionen

Manfrotto erweitert seine Street- und NX-Taschenkollektionen um neue Kame-

rataschen-Modelle sowie einen neuen leichten Street Kameragurt. Beide Kollektionen sind auf die Bedürfnisse ambitionierter Hobby-Fotografen abgestimmt, die mit spiegellosen Systemkameras oder Spiegelreflexkameras arbeiten.

Die Manfrotto Street Kollektion zeichnet sich durch die Kombination von hochwertigen zeitlos-modischen Materialien wie Wildleder oder Denim aus und wurde jetzt um drei neue Produkte erweitert. Neu hinzugekommen ist die innovative, 600 g leichte Street Sling-/Hüfttasche, die einen schnellen und komfortablen Zugriff auf die Kamera-Ausrüstung ermöglicht. Sie bietet Platz für eine spiegellose Premium-Systemkamera oder eine Einstiegers-DSLR jeweils mit angesetztem Standard-Zoomobjektiv sowie für zwei zusätzliche Objektive. Alternativ lässt sich auch eine faltbare Drohne, etwa vom Typ DJI Mavic Pro, samt Fernbedienung und Zubehör sicher unterbringen. Ein spezielles Fach nimmt ein iPad Pro 9.7 auf. Weitere neue Modelle sind die neuen kompakten NX CSC Messenger-Taschen.



Cewe: Neuheiten für neue Zielgruppen



Mit dem neuen Cewe Fotobuch Pure, das mit Hilfe der gleichnamigen App mit weniger Fingertipps gestaltet und bestellt werden kann, will Cewe vor allem Smartphone-Fotografen ansprechen.

Ideen für den Fotodruck

Mit zahlreichen Neuheiten startet Cewe in die verkaufsstärkste Zeit des Jahres. Vom Einstiegs- bis zum Premiumsegment sollen Innovationen noch mehr Kunden motivieren, ihre persönlichen Erinnerungen in hochwertigen Cewe Bildprodukten zu bewahren und natürlich ihren Lieben mit Foto geschenken eine Freude zu machen. Eine besonders interessante Idee ist das Cewe Fotobuch Pure, mit dem der Bilddienstleister gemeinsam mit seinen Handelspartnern vor allem Smartphone-Fotografen ansprechen will.

„Das Weihnachtsgeschäft ist für uns und unsere Handelspartner die mit Abstand wichtigste Zeit des Jahres“, erklärte Cewe Marketing Vorstand Thomas Mehls im Gespräch mit imaging+foto-contact. „Cewe erwirtschaftet mehr als 90 Prozent seines Gewinns im vierten Quartal, und auch für den Fotohandel hängt der wirtschaftliche Erfolg eines Jahres von dieser Periode ab. Deshalb ist es besonders wichtig, die Konsumenten mit Innovationen für hochwertige Bildpro-

dukte zu begeistern. Genau das tut Cewe mit zahlreichen Neuheiten und umfassenden Marketing-Aktivitäten zum Fest. Dabei wollen wir wie mit dem Cewe Fotobuch Pure auch Zielgruppen gewinnen, die sich beim Fotografieren vor allem auf das Smartphone konzentrieren.“

Das schnellste Cewe Fotobuch

Tatsächlich ist das neue Cewe Fotobuch Pure hervorragend für (nicht nur) junge Kunden geeignet, die gerne die Erinnerungen an schöne Ereignisse aufbewahren und mit anderen teilen, aber dafür nicht viel Zeit investieren möchten. Deshalb hat Cewe für dieses neue Produkt eine eigene App entwickelt, mit der das Cewe Fotobuch Pure im Handumdrehen gestaltet und bestellt werden kann.

Dazu werden 22 Schnappschüsse – entweder aus der Fotogalerie des Smartphones oder von Cloud-Diensten wie Google Photos, Dropbox, etc. ausgewählt. Anschließend füllt die App das Cewe Fotobuch im Handumdrehen, indem sie auf jeder der 22 Seiten im Format 15 x 15 cm je



Das Cewe Fotobuch Pure wird in einem stabilen, natürlich gestalteten Schubert geliefert.

ein Motiv platziert. Der Anwender fügt dann nur noch einen Text für den Titel und gegebenenfalls eine kurze Widmung auf dem Hardcover und auf der ersten Seite hinzu und kann die Reihenfolge der Fotos verändern. Nach Eingabe der persönlichen Daten und der Auswahl des Handelskunden ist der Bestellvorgang abgeschlossen. Die Auslieferung erfolgt nach Wunsch in die Filiale des Händlers oder direkt nach Hause. „Der unkomplizierte Bestellvorgang macht das Cewe Fotobuch Pure zu einem idealen Produkt, um auch die Erinnerung an kleine Freuden des Alltags, wie eine gelungene Einladung, einen schönen Ausflug oder den Besuch eines Events, festzuhalten“, erklärte Mehls. „Und es ist ein ideales Geschenk, um z. B. einem Gastgeber Danke zu sagen, denn mit einem empfohlenen Verkaufspreis von 14,95 Euro kostet es nicht mehr als ein kleiner Blumenstrauß.“ Zu diesem Preis gibt es ein hochwertiges Produkt: Das Cewe Fotobuch Pure wird im Digitaldruck auf mattweißem Papier mit festem Einband hergestellt und in einem stabilen Schubler geliefert.

Die Neuheit und die gleichnamige App sind ab September verfügbar. In Kürze soll die Bestellmöglichkeit für das Cewe Fotobuch Pure auch in die Cewe Fotostation integriert werden, wo sie den Cewe Fotobuch Editor



Cewe Marketing-Vorstand Thomas Mehls: „Mit dem Cewe Fotobuch Pure möchten wir auch Zielgruppen gewinnen, die sich beim Fotografieren vor allem auf das Smartphone konzentrieren.“

ersetzt. „Nach unseren Erfahrungen möchten sich die Kunden nicht lange an der Cewe Fotostation aufhalten, um ein voluminöses Cewe Fotobuch zu gestalten“, erklärte Mehls. „Für das Cewe Fotobuch Pure braucht man dagegen nur 22 gute Bilder und wenige Fingertipps. Das ist eine große Chance, neue Zielgruppen für das Cewe Fotobuch zu begeistern, vor allem, wenn im Fachhandel aktiv auf diese neue Möglichkeit hingewiesen wird.“

Mehr Veredelungen

Natürlich gibt es auch für die aufwendigeren Cewe Fotobuch Exemplare neue Gestaltungsvarianten. So stehen beim Cewe Fotobuch Hardcover die erhabenen Effektlack-, Gold- und Silberelemente auch

für großflächige Hintergründe zur Verfügung. Dafür stehen etwa ein Dutzend verschiedene Designs und Strukturen, zum Beispiel Holz- oder Lederoptik, zur Verfügung, die sich teilweise auch als Stil durch das gesamte Cewe Fotobuch ziehen können. Diese Veredelungen sind jetzt auch für weitere Cewe Fotobuch-Formate wie Compact Panorama, Quadratisch, XXL und XXL Panorama sowie für die Erfolgsvariante Digitaldruck Premium Matt erhältlich.

Edle Karten

Auch bei den Cewe Cards, die gerade im Weihnachtsgeschäft eine große Rolle spielen, gibt es Neues. So können die mit Effektlack-, Gold- oder Silberelementen veredelten Texte jetzt individualisiert werden und stehen nicht nur für Klappkarten, sondern auch für flache Karten (Klassik und XL) zur Verfügung. Bei den Klappkarten bieten Clip Arts und Hintergründe neue Gestaltungsmöglichkeiten. Ganz neu ist das flache Kartenformat Karte XL unter Verwendung bereits bestehender Designs der gleichnamigen Klappkarte.

Noch größer: Cewe Kalender

Beim Saisonprodukt Cewe Kalender gibt es den Wandkalender A2 ab September in Premium Matt oder mit Hochglanzveredelung. Der Jahresplaner kann ebenfalls im Format A2



Veredelungen mit erhabenen Effektlack-, Gold- oder Silberelementen gibt es jetzt nicht nur für mehr Varianten des Cewe Fotobuchs, sondern auch für Cewe Cards und Cewe Kalender.





bestellt werden und bietet so mehr Platz für Einträge. Letzteres gilt auch für den Küchenkalender Groß im Format 14,5 x 42 cm.

Ein besonderes Thema sind die Foto-Adventskalender von Cewe, mit

denen der Fotohandel bereits vor der „heißen Phase“ des Weihnachtsgeschäfts gute Erträge erzielen kann. Das Potential dieses Segments wird durch eine aktuelle Umfrage bestätigt, die das Meinungsforschungsinstitut Forsa

im Auftrag von Cewe durchgeführt hat. Demnach würden sich 63 Prozent der Frauen und 51 Prozent der Männer in Deutschland darüber freuen, in diesem Jahr einen Adventskalender geschenkt zu bekommen. Besonders beliebt sind selbstgemachte, ganz persönliche Varianten. Der traditionelle vorweihnachtliche Wartezeit-Verkürzer wird übrigens auch von jungen Leuten sehr geschätzt. Drei Viertel der 18 bis



Der neue selbstbefüllbare Adventskalender bietet hinter jedem Türchen Platz für eine persönliche Überraschung.

Cewe: Erstes Halbjahr 2017 im Plan

Die Cewe Stiftung & Co. KGaA ist nach dem ersten Halbjahr im Plan, die Jahresziele für 2017 zu erreichen: Bei einem Konzern-Umsatz von 234,6 Mio. Euro (H1 2016: 236,0 Mio. Euro) und einem EBIT von -0,4 Mio. Euro (H1 2016: -0,5 Mio. Euro) bestätigte der Vorstand seine Prognose für das Gesamtjahr.

Trotz der erhöhten Umsatzsteuer auf Fotobücher soll der Konzernumsatz 2017 von 593,1 Mio. Euro im Vorjahr im Mittel leicht steigen (585 Mio. Euro bis 615 Mio. Euro). Das Konzern-EBIT soll im Korridor von 45 Mio. Euro bis 51 Mio. Euro liegen, das EBT zwischen 44,5 Mio. Euro und 50,5 Mio. Euro und

das Nachsteuerergebnis zwischen 30 Mio. Euro und 34 Mio. Euro. In der 12-Monatsperspektive (01.07.2016 bis 30.06.2017), die auch das saisontypisch besonders starke 4. Quartal enthält, erreicht Cewe ein EBIT von 47,0 Mio. Euro und liegt damit innerhalb der Prognosebandbreite für das Gesamtjahr 2017. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das 4. Quartal 2016 impairmentbedingte Abschreibungen in Höhe von 6,9 Mio. Euro enthielt, die sich in dieser Höhe voraussichtlich nicht wiederholen werden.

„Wir sind mit dem ersten Halbjahr nicht unzufrieden – zumal wir es mit einem außerordentlich starken 1. Halbjahr 2016 vergleichen. Wir sind dem negativen Nachfrageeffekt auf die höhere Umsatzsteuer auf Fotobücher durch zusätzliche Marketingaufwendungen begegnet und haben einen spürbaren

Brexit-Effekt im kommerziellen Online-Druck verzeichnet“, erklärte Dr. Christian Friege, Vorstandsvorsitzender der Cewe Stiftung & Co. KGaA. „Das Wachstum unserer Mehrwertprodukte und der damit erneut gestiegene Umsatz pro Foto haben diese negativen Einflüsse zu weiten Teilen ausgeglichen, so dass wir für das Gesamtjahr 2017 auf Zielkurs liegen.“

Das Geschäftsfeld Fotofinishing hat das starke Vorjahresergebnis bestätigt: Im ersten Halbjahr 2017 erwirtschaftete Cewe bei einem um 0,7% auf 167,7 Mio. Euro gestiegenen Umsatz ein EBIT von 1,6 Mio. Euro (H1 2016: 0,5 Mio. Euro). Vor Sondereffekten liegt das operative EBIT bei 1,3 Mio. Euro und damit etwa auf dem Niveau des starken Vorjahres (bereinigtes operatives EBIT H1 2016: 1,4 Mio. Euro). Im ersten Halbjahr 2016 hatte der Fotofi-

29jährigen haben nämlich angegeben, manchmal einen Adventskalender aufzuhängen. Von den 33 bis 44jährigen waren es 69 Prozent; in den älteren Zielgruppen lag die Quote etwas darunter. In diesem Jahr bietet Cewe nicht nur die bewährten Foto-Adventskalender und Schoko-Adventskalender mit Markenschokolade in verschiedenen Formaten an. Neu kommt der individuell befüllbare Adventskalender hinzu, der hinter jedem Türchen genug Platz für eigene kleine Überraschungen bietet.

Immer mehr Wandbilder

Zu den Wachstumssegmenten im Bildermarkt zählen auch die Cewe Wandbilder, die wesentlich dazu beitragen haben, dass Cewe im ersten Halbjahr den Umsatz im Geschäftsfeld



Auch in diesem Jahr wird Cewe seine erfolgreiche TV-Kampagne „Mein Cewe Fotobuch. Mein Leben“ mit echten Kunden fortsetzen. Für die entscheidende Phase ab November ist sogar eine noch emotionalere Variante geplant.

Fotofinishing trotz eines leichten Rückgangs bei den Cewe Fotobüchern weiter steigern konnte und der Umsatz pro Foto um 8 Prozent auf durchschnittlich 19,46 Cent zulegte. Das Portfolio reicht von klassischen Postern über Leinwän-

de bis zu Premiumprodukten, z. B. auf Acrylglas, Alu-Dibond oder als Gallery Print, das durch die Kombination der beiden Materialien eine besondere Farbbrillanz erzielt. Ab September bietet Cewe ein Materialmuster-Set

nishing-Umsatz bereits um 12,5% zugelegt; das EBIT hatte sich sogar um 3,4 Mio. Euro verbessert. Im ersten Halbjahr 2017 sorgten besonders die Mehrwertprodukte wie z. B. Cewe Wandbilder, Handyhüllen und weitere Fotogeschenke für ein Umsatzwachstum, das den teilweise wohl auch umsatzsteuerbedingten Absatzzrückgang beim Cewe Fotobuch überkompensierte.

Der Trend zu diesen Mehrwertprodukten hat den Wert pro Foto erneut um 8,0% auf 19,46 Cent deutlich gesteigert, so dass auch der Fotofinishing-Umsatz insgesamt leicht zulegte. „Unsere Cewe Markenprodukte setzen ihr Wachstum weiter fort und profitieren von unseren Investitionen in eine höhere Markenbekanntheit“, so Christian Friege. Die gewachsene Markenbekanntheit sei zudem eine gute Ausgangsbasis für das vierte Quartal, das typischerweise fast den vollständigen Jahresgewinn erwirt-

schaftet. Aufgrund der Brexit-bedingten Nachfrage- und Währungsverluste in Großbritannien blieb der Umsatz im Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck mit 40,5 Mio. Euro um 1,6% unter dem Vorjahreswert (41,1 Mio. Euro). Bereinigt um diesen Effekt hat der Kommerzielle Online-Druck ein leichtes Wachstum von rund 1% erzielt. Das EBIT verringerte sich v. a. aufgrund des geringeren Umsatzes auf -0,2 Mio. Euro (H1 2016: +0,8 Mio. Euro). Christian Friege: „Da sich der Brexit-Effekt im Juli 2017 jährt, dürfte der Einfluss auf das zweite Halbjahr überschaubar sein. Der europäische Markt für Online-Druck ist grundsätzlich unverändert attraktiv, und wir sind sehr gut aufgestellt. Insgesamt erwarten wir deshalb weiterhin für 2017 ein positives Jahresergebnis. Auch wenn die Entwicklung im ersten Halbjahr unter unseren Erwartungen liegt, müssen wir dem fundamentalen Wandel vom Offline- zum

Online-Druck die nötige Zeit geben.“ Im Geschäftsfeld „Einzelhandel“ hat Cewe den Umsatz durch den Fokus auf höhermargige Produkte – wie in den vergangenen Jahren – reduziert. Deshalb erzielte der Bereich trotz eines um 8,3% auf 25,0 Mio. Euro verringerten Umsatzes ein leicht verbessertes EBIT (-375 TEUR), das praktisch auf dem Niveau des Vorjahres lag (-400 TEUR). „Auch in diesem Jahr wird das Weihnachtsgeschäft für den Ertrag im Einzelhandel entscheidend sein, da auch Kameras, Objektive, Taschen und andere Foto-Hardware-Produkte typische Weihnachtsgeschenke sind. Mit einem fast ausgeglichenen Ergebnis im ersten Halbjahr liegen wir auch hier im Plan“, erklärte Christian Friege. Der Cewe Einzelhandel sei zudem ein wichtiger Absatzkanal für Fotofinishing-Produkte, die Cewe im Geschäftsfeld Fotofinishing ausweist, fuhr Friege fort.

Bilddienstleistungen



Ab September bietet Cewe ein Materialmuster-Set für Wanddekorationen an, um den Kunden die Auswahl ihrer Lieblingsvariante zu erleichtern.

(UVP 9,99 Euro) an, um den Endkunden die Entscheidung für ihre Lieblingsvariante zu erleichtern. „Viele Konsumenten können sich unter Begriffen wie Alu-Dibond oder Hartschaum nicht wirklich etwas vorstellen“, erklärte Mehls. „Deswegen haben wir mit dem Materialmuster-Set eine praktische Entscheidungshilfe entwickelt. Sie steht natürlich auch unseren Partnern im Fotohandel zur Verfügung und sollte in jedem Geschäft zur Hand sein.“

Schutz fürs Smartphone

Der Verkauf von Smartphone-Hüllen mit eigenem Foto gehört ebenfalls zu den Wachstumssegmenten bei Cewe. Ab September gibt es drei neue hochwertige Varianten: den Leder Case mit Außenhülle aus echtem Leder in Weiß, Braun oder Schwarz mit vollflächigem Druck und Innenteil mit weichem Flies (UVP 24,99), den Holz Hard Case mit Echtholzplatte, Soft-touch-Oberfläche und vollflächigem



Ab September gibt auch neue Smartphone-Hüllen, z. B. den Holz Hard Case mit Echtholzplatte. Diese Trendprodukte können in Kürze auch an der Cewe Fotostation bestellt werden.

Druck auf feiner Holzmaserung (UVP 24,99 Euro) sowie den besonders hochwertigen Holz Kevlar Case mit einem Kern aus dem Hightech-Material Kevlar und versiegelter Echtholz-Oberfläche (UVP 39,99 Euro). Die Smartphone-Hüllen können ab September auch über die Cewe Fotostation bestellt werden. Cewe bietet diese ebenso praktischen wie wertschöpfungsstarken Bildprodukte in zahlreichen Varianten für mehr als 200 Smartphone-Modelle an.

Starke Kampagnen

Wie seit Jahren spricht Cewe die Konsumenten zum Weihnachtsges

schäft ab Oktober mit umfassenden Werbeaktivitäten an. Bereits ab September wirbt der Bilddienstleister für das neue Cewe Fotobuch Pure – der Zielgruppe entsprechend – vor allem

in sozialen Medien und Online-Plattformen. Zudem werden Bestandskunden, die noch nicht das Cewe Fotobuch bestellt haben, mit Newslettern adressiert. Auch eine Zusammenarbeit mit „Influencern“ auf YouTube, Instagram etc. ist geplant.

Die große TV-Kampagne zum Weihnachtsgeschäft setzt das erfolgreiche Konzept „Mein Cewe Fotobuch. Mein Leben.“ mit Testimonials echter Kunden fort. Diese berichten wie in den Vorjahren von ihren Erfahrungen mit dem Cewe Fotobuch. Dazu werden sie von einem Aufnahme-Team besucht; die Gespräche verlaufen spontan ohne Drehbuch. Anschließend werden die markantesten Aussagen zu Spots mit unterschiedlicher Länge zusammengefasst, die sowohl zu attraktiven Sendezeiten im Fernsehen laufen als auch über YouTube und andere Online-Medien verbreitet werden. „Diese Kampagne stellt glaubwürdig den großen Stellenwert dar, den das Cewe Fotobuch für Kunden hat, die ihre wertvollen Erinnerungen in erstklassiger Qualität bewahren und mit anderen Menschen teilen wollen. In diesem Jahr werden wir diesen erfolgreichen Ansatz ab November auf eine noch emotionalere Ebene ausweiten, um die Freude zu zeigen, die das ganz persönliche Cewe Fotobuch als Geschenk machen kann.“ Einzelheiten dazu will Cewe Ende Oktober kurz vor dem Start der neuen Spots bekanntgeben.

RAW Photofestival Worpswede

Auf dem RAW Photofestival Worpswede vom 17. September bis 15. Oktober haben die beiden Fotografen Rüdiger Lubricht und Jürgen Strasser unter dem Motto „Sehen und gestalten lernen“ ein umfangreiches Workshop-Programm zusammengestellt.

„Es freut uns sehr, dass wir namhafte Fotografen und Referenten gewinnen



konnten, die gerne ihr Wissen weitergeben und technisches, praktisches und kreatives Know-how rund um die Fotografie vermitteln“, betonte Rüdiger Lubricht, künstlerischer Leiter des Festivals. Für den Anfänger über den Hobbyfotografen bis hin zu den Profis gibt es

während des RAW Photofestivals attraktive Workshop-Angebote.

Das Workshop-Programm 2017 umfasst folgende Themen:

- 23.9. Erste Schritte in der Portraitfotografie/Heiner Seemann 60,- € (Halbtages-Workshop – Vor- oder Nachmittag)
- 23.9. Fotografie im Kunstmarkt/Angela Hohmann 120,- €
- 30.9.–3.10. Professionelle Reisefotografie/Hauke Dressler 500,- €
- 1.10. Out of Worpswede – Eine fotografische Entdeckungsfahrt/Jürgen Strasser 90,- €
- 3.10. Schwarz-Weiss-Fotografie im Moorland/Rüdiger Lubricht 120,- €
- 4.–6.10. Die Fotoreportage – Mit Bildern Geschichten Erzählen/Prof. Rolf Nobel 300,- €
- 8.10. Finanzierung freier Projekte/K. Mouratidi 120,- €

Canon Adacemy 2017

Die Canon Academy ist eine Schulungsplattform, die sich an Fotoenthusiasten

richtet, die sich durch Workshops, Coachings, Events und Fotoreisen fotografisch weiter entwickeln wollen.

Das Programm der Canon Academy umfasst u. a. die folgenden Workshops: Racing Days auf dem Nürburgring - 15.9.17 bis 17.9.17

Am Nürburgring können die Teilnehmer alle Rennvorbereitungen in der Boxengasse mitverfolgen und live vor Ort dokumentieren. Mit erstklassiger Ausstattung, darunter der EOS 1D X Mark II, über die EOS 5D Mark IV bis hin zur EOS 7D Mark II, werden die Techniken von Wischer, Mitzieher und Zoomeffekt perfektioniert. Neben den drei Rennen der VLN-Serie im September und Oktober steht auch ein Wochenendworkshop beim Rennen der Blancpain GT-Serie vom 15. bis 17. September auf dem Programm.

Nachtfotografie & Lichtmalerei: Speicherstadt und HafenCity bei Nacht - 24.11.17

Neben den fotografischen Grundlagen widmet sich dieser Workshop den experimentellen Seiten der Fotografie.

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

Neues Bildprodukt von Fujifilm Kreativ mit Shacolla



Shacolla ist in Deutschland ab September in fünf Formaten erhältlich.

Mit dem neuen Bildprodukt Shacolla macht es Fujifilm kinderleicht, mit eigenen Fotos die heimischen Wände (und Kühlschränke oder andere glatten Oberflächen) zu dekorieren und dabei ganz individuelle Kunstwerke zu schaffen. Die beidseitig selbstklebenden Hartschaumplatten sind im instax mini Sofortbildformat sowie vier weiteren Größen erhältlich und sollen auch neue Zielgruppen vom Wert gedruckter Bilder überzeugen.

Der Anlass für die Vorstellung von Shacolla war gut gewählt: Das neue Bildprodukt wurde von Fujifilm erstmals auf der Vernissage der Fotoausstellung „Inspire Printing“ präsentiert, auf der noch bis zum 10. September im NRW-Forum Düsseldorf 279 Fotografien gezeigt werden, die unter dem Motto „24 Stunden“ von Fujifilm Mitarbeitern aus ganz Europa aufgenommen wurden. Die Ausstellung gehört in den Kontext des in Japan bereits seit

Jahren sehr populären Fotoevents „Photo Is“, bei dem Fujifilm im Laufe des letzten Jahrzehnts über 280.000 Bilder gesammelt und ausgestellt hat. Allein in diesem Jahr wurden in der globalen Ausstellung in Japan mehr als 50.000 Fotos gezeigt, die Mitarbeiter von Fujifilm eingereicht hatten. Erstmals wurden auch die Mitarbeiter in Europa eingeladen, an dem Fotoevent teilzunehmen. Dabei handelt es sich übrigens nicht um einen Wettbewerb:

Die einzige Belohnung für die Teilnahme ist die Präsentation des Fotos auf der Ausstellung – und die wird jedem zuteil, der mitmacht.

„Inspire Printing“ ist Teil der Strategie, mit der Fujifilm das Bewusstsein dafür stärken will, dass zur fotografischen Kultur auch das Ausdrucken der Bilder gehört. Darauf wies Go Miyazaki, Geschäftsführer der Fujifilm Europe GmbH, auf der Ausstellungseröffnung in Düsseldorf nochmals ausdrücklich hin. Fotografie sei für Fujifilm nicht nur ein Geschäft, sondern ein wichtiger Ausdruck der menschlichen Kultur, betonte der Manager.

Dekorieren mit Fotos

Mit dem neuen Bildprodukt Shacolla bietet Fujifilm eine praktische Lösung, um Fotos ganz einfach und ohne Hilfsmittel an die eigenen vier Wände zu bringen. Der Name Shacolla entstand aus einer Kombination des japanischen Wortes „Shashin“ (Bild) und „colla“ aus dem Wort Collage. Die Hartschaum-Panel sind auf



Shacolla eignet sich perfekt dazu, die populären instax mini Sofortbilder für dekorativen Wandschmuck zu nutzen.

Fujifilm Innovation Forum 2017



Unter dem Titel „All About Square!“ startet Fujifilm am 21. September in Berlin eine B2B-Veranstaltungsreihe, die am 26. September in Essen und am 5. Oktober in Stuttgart fortgesetzt wird. Dass die Roadshow im Zeichen des Quadrats steht, ist kein Zufall. Denn durch soziale Medien wie Instagram ist das gleichseitige Viereck als Bildformat sehr populär geworden, und soeben hat die hybride Fujifilm Sofortbildkamera instax Square SQ10 den EISA Award als beste Sofortbildkamera erhalten.

Die Besucher des Fujifilm Innovationsforums können sich in direkten Gesprächen mit Produktmanagern und Spezialisten über effektive Zielgruppenansprache, die Fototrends von Morgen und die besten Möglichkeiten, junge und trendbewusste Zielgruppen für das Fotografieren und den Fotodruck zu begeistern, austauschen. Natürlich wird auch die aktuelle Produktpalette präsentiert – von den instax Sofortbildsystemen über die FDI Drucklösungen fürs Fotogeschäft bis zu den neuesten Bildprodukten der Fujifilm Labors. Die Fujifilm Electronic Imaging Europe wird ihr Kamera-Portfolio zeigen. Dabei wird auch ein Profifotograf im Rahmen eines Live-Shootings mit Workshop-Elementen den Einsatz der Mittelformatkamera GFX 50S demonstrieren.

In Do-it-yourself-Workshops, die von bekannten Bloggerinnen begleitet werden, können die Gäste zudem erleben, wie junge Konsumenten kreative Ideen für die Fotografie und den Fotodruck entwickeln. Dafür haben die Bloggerinnen im Vorfeld über ihre Kanäle Teilnahme-Plätze verlost.

beiden Seiten selbstklebend beschichtet – die eine Seite klebt an der Wand, auf der anderen klebt das Foto. Die Beschichtung ist auf beiden Seiten diesselbe, so dass keine Verwechslungsgefahr besteht. Shacolla lässt sich von der Wand rückstandsfrei entfernen und wieder ankleben. Beim Auswechseln der Fotos auf dem Panel ist allerdings Vorsicht und Fingerspitzengefühl gefragt.

Die Shacolla Hartschaum-Panel sind besonders gut für das Ankleben der populären instax mini Sofortbilder

geeignet, stehen aber auch in den klassischen Fotoformaten 10 x 10 cm, 10 x 15 cm, 13 x 18 cm und 20 x 30 cm zur Verfügung. Jede Packung enthält fünf Shacolla Platten.

Mit seiner unkomplizierten Handhabung und der Vielfalt von Formaten ist Shacolla bestens dazu geeignet, nicht nur einzelne Fotos für die Wanddekoration zu nutzen, sondern auch aus gelungenen Schnappschüssen ganze Kollagen herzustellen. Deshalb plant Fujifilm, das Sortiment weiter auszubauen und Sets anzubieten, die eine Schablone für



Mit Shacolla lassen sich Einzelbilder ganz einfach zu dekorativen Formen kombinieren.

bestimmte geometrische Formen, z. B. einen Weihnachtsbaum oder auch ein Wort wie Love, und die dafür benötigten Shacolla-Platten enthalten. Das Bildprodukt ist in Deutschland ab September erhältlich.



Auf der Fotoausstellung „Inspire Printing“ werden noch bis zum 10. September im NRW-Forum Düsseldorf 279 Fotografien gezeigt, die unter dem Motto „24 Stunden“ von Fujifilm Mitarbeitern aus ganz Europa aufgenommen wurden.

Das neue Sigma 24-70mm F2,8 DG OS HSM | Art

Lichtstarkes Allround-Objektiv

Es versprach bereits bei der Ankündigung viel, jetzt ist es da: Mit dem Sigma 24-70mm F2,8 DG OS HSM kann der Fotohandel seinen Kunden ein Standardzoom anbieten, das die Sitzenqualität der Art-Baureihe sozusagen in den fotografischen Alltag bringt. Ein neu konzipierter Hyper-Sonic-Motor sorgt für schnelles Scharfstellen, die OS-Funktion gibt den Anwendern Sicherheit. Die brillante optische Leistung macht das Allzweck-Objektiv zur passenden Ergänzung für anspruchsvolle Digitalkameras mit hochauflösenden Sensoren.

Mit seinem robusten Tubus, dem staub- und spritzwassergeschützten Messing-Bajonett sowie der Frontlinse mit einer wasser- und ölabweisenden Beschichtung ist das kompakte Objektiv auch für robuste Einsatzbedingungen bestens geeignet. Die Bilder, die dabei entstehen, werden auch professionellen Ansprüchen gerecht. Denn die aufwendige optische Konstruktion mit 19 Elementen in 14 Gruppen, darunter drei SLD-Glaslinsen (Special Low Dispersion) und vier asphärische Elemente, reduziert Abbildungsfehler auf ein Minimum. Das gilt

*Die aufwendige Optik ermöglicht schöne Verläufe bei hoher Schärfe des Hauptmotivs.
(Foto: Harald Kröher)*



wohlgemerkt für den gesamten Zoombereich bis zum Weitwinkel. Die runde Blendenöffnung sorgt bei weit geöffneter Blende für ein besonders ansprechendes Bokeh mit minimalen sphärischen Aberrationen, während der fokussierte Motivbereich außergewöhnlich scharf abgebildet wird.

Damit ist das Sigma 24-70mm die richtige Empfehlung für Kunden, die sich kreativ „austoben“ möchten. Bei der Nikon-Version können sie dabei (mit dem passenden Modell) auch den elektromagnetischen Blendenmechanismus nutzen.

Präzise Fertigung

Auch beim neuen Allround-Objektiv bringt Sigma seine große Erfahrung in der Produktion hochwertiger Objektive ein, für die das Unternehmen spezielle, hochpräzise Technologien entwickelt hat. Bereits das Sigma 12-24mm F4 DG HSM | Art und das Sigma 14mm F1.8 DG HSM | Art sind mit einem großen asphärischen Element mit 80mm Durchmesser als Frontlinse ausgestattet. Auch das Sigma 24-70mm F2,8 DG OS HSM | Art enthält ein solches High-Tech-Element, das in der Mitte wesentlich dicker ist als an den Rändern und eine extrem hohe Auflösung erzielt. Dafür bearbeitet Sigma die Oberfläche dieses



Das neue Sigma 24-70mm F2,8 DG OS HSM | Art kostet 1.649 Euro (UVP).



Natürliche Farben und feine Detailzeichnung (Foto: Harald Kröher) sind die Domäne des Sigma 24-70mm F2,8 DG OS HSM | Art.

asphärischen Linsenelementen unter Einhaltung ultra-präziser Toleranzen, die in einem Hundertstel eines Mikrometers gemessen werden. Diese extrem feine Oberfläche ist die Voraussetzung für das natürliche und weiche Bokeh ohne die sichtbaren konzentrischen Ringe, die häufig bei herkömmlichen asphärischen Linsenelementen zu finden sind. Beim fertigen Produkt wird mit dem von Sigma selbst entwickelten MTF-Messsystem „A1“ kontrolliert, ob alle Parameter eingehalten sind.

Umfassende Ausstattung

Neben der großen optischen Leistung ist auch die weitere Ausstattung des Sigma 24-70mm ein gutes Thema für's Verkaufsgespräch. Der leistungsfähige optische Bildstabilisator (OS) beugt Verwacklungen wirksam vor, der neue, große Hyper-Sonic-Motor (HSM) leistet 1,3 Mal so viel Drehmoment wie sein Vorgänger und zeigt auch bei niedrigen Drehzahlen hohe Durchzugskraft für schnelles Fokussieren. Mit der Jederzeit-MF-Funktion kann der Anwender sofort eingreifen, um die Schärfe auf den gewünschten Teil des Motivs zu legen. Damit ist das Objektiv auch fit für anspruchsvolle Aufga-

ben bis zur professionellen Fotografie. Für harte Einsatzbedingungen ist der Objektivtubus zu einem großen Teil aus Metall gefertigt; die äußeren beweglichen Teile bestehen aus einem thermisch stabilen Verbundmaterial

(TSC), das sehr widerstandsfähig gegen thermische Ausdehnung und Kontraktion ist.

In der Nikon-Variante verfügt das Objektiv, wie bereits erwähnt, nun auch über den elektromagnetischen Blendenmechanismus, der die Signale des Kameragehäuses verarbeiten kann, um beim Einsatz mit kompatiblen Gehäusen eine präzise Blendensteuerung und gleichbleibende Leistung bei automatischer Belichtung (AE) im Serienbildmodus zu gewährleisten.

Wie für alle Global Vision Objektive ist auch für das Sigma 24-70mm F2,8 DG OS HSM | Art der Anschluss-Konverter MC-11 für das Sony E-Mount erhältlich; es kann mit dem Sigma USB-Dock aktualisiert und individualisiert sowie mit dem Anschluss-Wechsel-Service für den Einsatz mit einer anderen Kamera vorbereitet werden.

Sigma startet Kooperation mit Bundesligisten Mainz 05

Zum Saisonauftakt der Fußball-Bundesliga 2017/18 hat Sigma eine Kooperation mit Mainz 05 begonnen. Als erstes Unternehmen überhaupt betitelt der renommierte Kamera- und Objektivhersteller ab sofort den Medienaufenthaltsraum des Bundesligisten. Er erscheint künftig im charakteristischen Sigma Branding, und es steht dort unter anderem eine Auswahl von Sigma-Produkten für die Fotografen zur Ansicht bereit. Zudem ist Sigma auch im Stadion, in dem schon die deutsche Nationalmannschaft gespielt hat, mit LED-Bandenwerbung präsent. Mit der Zusammenarbeit will sich Sigma vor allem im Sportbereich mit seinen ausdrucksstarken Hochleistungsobjektiven positionieren.

Kern des Sponsorings sind Promotions, bei denen sich Journalisten vor Ort von der Qualität der Sigma Produkte überzeugen können. Dabei steht vor allem die Produktlinie Sports im Mittelpunkt, die mit hoher optischer Leistung und praxisgerechter Funktionalität den anspruchsvollen Aufnahmesituationen gerecht werden, die für Fotojournalisten bei einem Fußballspiel zum Alltag gehören. Die genauen Daten dieser Promotions werden im Vorfeld rechtzeitig bekannt gegeben. Mainz 05 ist mittlerweile eine sympathische Größe in der Bundesliga und konnte sich auch in internationalen Wettbewerben beweisen. Die Spiele sind kontinuierlich gut besucht, so dass sich Sigma im 34.000 Plätze umfassenden Stadion reichweitenstark positionieren kann.

„Wir haben uns für eine Kooperation mit Mainz 05 entschieden, da wir uns am Medienstandort Mainz im Sportbereich stärker positionieren und unsere Marktdurchdringung erhöhen möchten“, erklärte Robert Kruppa, General Manager Sigma (Deutschland). „Zudem fühlen wir uns aufgrund der Bodenständigkeit und des Sinns für Nachhaltigkeit mit dem Verein verbunden.“

Neue Premium-Objektive



Die Abbildungsleistung des neuen EF 85mm f/1.4L IS USM wurde auf besonders hochauflösende Sensoren abgestimmt.

Mit dem EF 85mm f/1.4L IS USM sowie den TS-E Modellen 50mm f/2.8L Macro, 90mm f/2.8L Macro und 135mm f/4L Macro erweitert Canon sein Angebot an hochwertigen Objektiven für das EOS-System. Mit 14 Linsen (darunter ein asphärisches Element zur Korrektur chromatischer Aberrationen) in zehn Gruppen hat das EF 85mm f/1.4L IS USM die außergewöhnliche Abbildungsleistung, die für Kameras mit besonders hochauflösenden Sensoren erforderlich ist. Die ASC-Vergütung (Air Sphere Coating) verbessert zusätzlich die Bildqualität. Diese Mehrschichten-Technologie kombiniert eine herkömmliche Antireflex-Vergütung

mit einer Beschichtung für einen niedrigen Brechungsindex und reduziert damit deutlich Linsenreflexionen und Geisterbilder.

Die drei TS-E Objektive lassen mit Schwenk-, Neige- und Drehfunktionen, Makro-eigenschaften sowie der optischen Konstruktion, Abbildungsleistung und Präzision eines Objektivs der Canon L-Serie kaum Wünsche offen. Die Naheinstellgrenze der drei Objektive wurde für Makroaufnahmen optimiert. Sie können mit einem Abbildungsmaßstab von 1:2 Objekte in halber Lebensgröße auf dem Sensor abbilden.

Mit dem TS-E 135mm f/4L Macro zum Beispiel kann diese Vergrößerung aus 49 Zentimeter Entfernung vom Motiv erzielt werden. Durch die Verwendung von besonders hochwertigen Gläsern, darunter spezielle UD-Linsen (Ultra-Low Dispersion), bieten die TS-E Objektive von der Bildmitte bis zum Rand eine erstklassige Abbildungsleistung mit sehr geringer Verzeichnung.

Die vier neuen Objektive sind ab November lieferbar. Das EF 85mm f/1.4L IS USM hat einen UVP von 1.599 Euro. Das TS-E 50mm f/2.8L Macro, das TS-E 90mm f/2.8L Macro und das TS-E 135mm f/4L Macro kosten jeweils 2.549 Euro (UVP).

Die neuen TSE Objektive, hier das TS-E 90mm f/2.8L Macro, sind auch für Makroaufnahmen im Maßstab 1:2 geeignet.



Spiegellose System Canon EOS M100

Kompakt vernetzt

Mit der EOS M100 stellt Canon eine neue spiegellose Systemkamera vor, die besonders kompakt ist, zahlreiche Kreativ-Filter bietet und über Netzwerk-Funktionen verfügt. Die EOS M100 wird voraussichtlich ab Oktober zum Preis von 479 Euro verfügbar sein. Sie ist laut Canon vor allem für junge Kunden gedacht, die mit guten Fotos und Full HD-Videos Geschichten erzählen möchten.

Die EOS M100 ist mit einem 24 MP CMOS-Sensor, dem Digidig 7 Bildprozessor und Dual Pixel CMOS AF mit maximal 49 Messpunkten ausgestattet. Das 3 Zoll/7,5 cm große, berührungsempfindliche Display ist um 180° klappbar, ein Selfie Modus setzt gemeinsam mit dem in fünf Stufen einstellbaren „Glatte Haut“-Modus den Fotografen oder die Fotografin schmeichelhaft ins Bild – und zwar dank eines Empfindlichkeitsbereichs von ISO 100 bis 25.600 auch bei schlechten Lichtverhältnissen.

Serienaufnahmen sind mit einer Geschwindigkeit von bis zu 6,1 Bildern

mkamera

und



Die neue Canon EOS M100 kommt im September auf den Markt.

pro Sekunde (mit Schärfenachführung 4 Bilder/s) möglich.

Per WLAN und Bluetooth kann die EOS M100 mit Hilfe der Canon Camera Connect App für iOS und Android schnell und unkompliziert mit Mobilgeräten verbunden werden, um die Aufnahmen in sozialen Netzwerken zu teilen oder in der Cloud zu sichern.

Die Steuerung der Kamera erfolgt über den berührungsempfindlichen Monitor, eindeutige Symbole, Tipps und Erklärungen sollen fotografischen Neulingen helfen, die Einstellungen zu finden und zu verstehen.

Die Canon EOS M100 ist ab Oktober in Schwarz, Weiß oder Grau erhältlich; dazu gibt es neue Fronthüllen in neun Farben und einen farblich abgestimmten Schulterriemen.

Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten 479 Euro für das Gehäuse, 599 Euro im Kit mit dem Canon EF-M 15-45 bzw. 829 Euro mit dem EF-M 15-45 und dem EF-M 55-250.

Kreative Lichtführung im Nahbereich

Canon hat den Spezialblitz Macro Twin Lite MT-26EX-RT für die professionelle Fotografie vorgestellt. Das neue Modell basiert auf dem Vorgänger MT-24EX, verfügt aber über höhere Lichtreserven und bietet mit der Möglichkeit zur Funksteuerung mehr Flexibilität. Es eignet sich besonders gut für Aufnahmen im Nah- und Makrobereich – z. B. Produktbilder, Food-Fotografie, Naturstudien oder den Dentalbereich.

Die zwei einstellbaren Köpfe des Zangenblitzes sind horizontal und vertikal schwenkbar und lassen sich in fünf-Grad-Schritten um das Objektiv herum positionieren. Die Leitzahl wurde für beide Röhren auf 26 (ISO 100) erhöht. Ein weißes LED-AF-Hilfslicht unterstützt den Autofokus bei schlechten Lichtverhältnissen. Zum Lieferumfang gehört ein Bounce-Adapter an jedem Blitzkopf. Die Blitzleistung kann manuell geregelt werden. Bei Einsatz des optionalen Kompakt-Batteriemagazins CP-E4N lässt sich die Blitzladezeit von 5,5 Sekunden auf 2,5 Sekunden verkürzen.

Das MT-26EX-RT ist als Master zur Steuerung anderer Speedlite Blitzgeräte geeignet. Neben der Auslösung über Infrarot können bis zu 15 externe Speedlites auch über Funk in bis zu fünf Gruppen angesteuert werden. Das ermöglicht eine komplexe Ausleuchtung beziehungsweise das gezielte Setzen von Akzenten, um z. B. eine bessere Trennung zwischen Motiv und Hintergrund zu erzielen. Dabei übernimmt die Kamera mit E-TTL die komplette Belichtungssteuerung. Da die einzelnen Blitze manuell eingestellt werden können, ist auch die Anwendung unterschiedlicher Methoden zur Belichtungssteuerung möglich, z. B. eine Kombination aus manuellen und E-TTL-Einstellungen.

Das Canon Macro Twin Lite MT-26EX-RT ist ab November zum Preis von 1.249 Euro (UVP) erhältlich.



Canon: Hochwertiger Fotodruck für unterwegs

Der mobile Fotodrucker Canon Selphy CP1300 ermöglicht den hochwertigen Fotodruck von Mobilgeräten oder einer Kamera per WLAN praktisch überall. Mit dem innovativen Shuffle Print lassen sich bis zu acht Smartphones gleichzeitig mit dem Selphy verbinden und so kreative Collagen aus bis zu 20 Fotos erstellen und ausdrucken.



Der Canon Selphy CP1300 zeichnet sich nach Herstellerangaben durch eine herausragende Fotoqualität und bietet neue kreative Möglichkeiten beim Bilderlayout und eine breite Auswahl an Druckmedien. Dabei ist er dank übersichtlicher Benutzeroberfläche und großem klappbaren, 8,1 cm (3,2") Farbdisplay intuitiv in der Bedienung.

Mit der Canon Print App können bis zu acht Personen per Shuffle Print eine Verbindung zum Drucker aufbauen und so Collagen aus bis zu 20 Einzelbildern drucken. Außerdem lassen sich auch zwei Fotostreifen à vier Bildern im Stil eines Fotoautomaten ausdrucken.

Darüber hinaus bietet der Selphy CP1300 weitere kreative Druckformate von der Postkarte über Fotos in Kreditkartengröße und Mini-Aufkleber, bis hin zum beliebten Instagram-Format auf quadratischem Papier. Auf Knopfdruck lässt sich zudem zwischen glänzenden und drei halbgänzenden Bildervarianten wählen, ohne dass hierfür das Papier oder die Tinte gewechselt werden muss. Die Drucke sind über viele Jahre hinweg farbbeständig und gegen Ausbleichen geschützt. Zudem sind sie Wasser oder Fingerabdrücken gegenüber unempfindlich.

Drucken mit dem Canon Selphy CP1300 ist ganz einfach. Intuitive Symbole führen den Anwender schnell zum gewünschten Ziel. Das 8,1 cm (3,2") LC-Display bietet optimale Sichtbarkeit mit der Möglichkeit, bei ungünstigen Lichtverhältnissen den Bildschirm zu kippen.

Der Canon Selphy CP1300 entfernt automatisch störendes Bildrauschen aus den Bildern und verbessert Farben für eine zusätzliche Klarheit und Helligkeit. Auch der Passfotodruck gestaltet sich einfach: Der Face Frame Guide sorgt für den korrekten Bildausschnitt bei einer Auswahl von 43 vorgegebenen Größen, wobei die mitgedruckten Hilfslinien den Zuschchnitt des Bildes erleichtern.

Der Selphy CP1300 ist kompatibel mit Apple iOS und Android Mobilgeräten. Per AirPrint oder Mopria Plug-in können die Anwender vom kompatiblen Gerät aus drucken – eine App muss hierfür nicht heruntergeladen werden.

Der Canon Selphy CP1300 ist ab September in Weiß, Schwarz oder Rosa zum UVP von 139,99 Euro erhältlich.

Neue 4K Action Kamera von Braun

In der neue Champion 4K II von Braun sind hochwertige Glaslinsen verarbeitet; die Action Kamera unterstützt Speichermodule bis zu 64GB und verfügt über einen herausnehmbaren Akku und bietet dadurch die Kombination aus hoher Auflösung und Funktionalität bei einem attraktiven Preis/Leistungs-Verhältnis.

In der Braun Champion 4K II wurde der Allwinner V3 Chipsatz verbaut, somit kann die Kamera mit der beeindruckenden Videoauflösung von 3840 x 2160 Pixel bei 30 Vollbildern pro Sekunde aufwarten. Die Kombination aus V3 Chipsatz und hochwertigem Glaslinsen-Objektiv sorgt für besonders scharfe 4K Videoaufnahmen.



Mit dem im Lieferumfang beinhaltenden zusätzlichen Unterwassergehäuse ist die Champion 4K II bis zu 30 Meter wasserdicht. Ausgestattet mit WiFi kann die Kamera über eine frei verfügbare App gesteuert werden.

Die Champion 4K II zeichnet sich durch eine überschaubare Zahl an Bedienelementen und eine sehr kompakte Bauweise aus. Die neue Braun Kamera verfügt über ein 2 Zoll großes Display, ein hochwertiges Fischaugenobjektiv mit 170° Weitwinkel, WiFi Steuerung bis zu 20 Meter (per App) sowie einen 16 Megapixel Bildsensor von Sony. HDMI-Ausgang, Moment-, Loop-Aufnahme, Zeitraffer sowie Zeitlupenmodus ergänzen in Kombination mit dem mitgelieferten und umfangreichen Zubehör den Funktionsumfang und das Einsatzspektrum dieser Action-Kamera.

Die Champion 4K II von Braun ist ab Mitte September erhältlich. Der UVP beträgt 99 Euro.

Pentax K-1 Limited Silver Edition



Ricoh Imaging bietet ab September das exklusive Sondermodell Pentax K-1 Limited Silver in einer Auflage von weltweit 2.000 Stück in einem silbernen Gehäuse, welches der Farbgebung der Limited Silver Objektive entspricht.

Geliefert wird das Kameragehäuse mit dem externen Batteriefach in der gleichen Farbgebung sowie 2 Akkus und einer Metallabdeckung für den Blitzschuh, die das wertige Aussehen der Kamera unterstreicht.

Die unverbindliche Preisempfehlung für die Pentax K-1 Silver Edition beträgt 2.399 Euro.

Für Actioncams und Smartphones

Neue Gimbals von Rollei

Rollei hat neue Gimbals angekündigt, die besonders leicht und kompakt konstruiert sind, aber dennoch Verwacklungen bei Video-Aufnahmen wirksam bekämpfen sollen. Die Drei-Achsen-Schwebe-Stativie können mit praktisch allen gängigen Actioncams oder Smartphones eingesetzt werden.

Die Bildstabilisierung beruht auf einer kardanischen Lagerung (engl. gimbal), von zwei sich schneidenden, zueinander rechtwinklig angeordneten Drehlagern. Dadurch wird erreicht, dass sich die oben angebrachte Kamera nicht mit dem Stativ bewegt, sondern im Lot bleibt. Mit dem Rollei Actioncam Gimbal sind 360°-Drehungen auf allen drei Achsen sowie drei verschiedene Betriebsarten (Schwenken, Schwenken/Neigen, Lock-Modell) möglich. Der integrierte Joystick steuert fünf verschiedene Bedienfunktionen: aufwärts, abwärts, rechts, links und die Modus-Auswahl.

Das Zubehör, das vom Hersteller aufgrund seiner hohen Stabilisierungsleistung Rollei Profi Actioncam Gimbal genannt wird, ist aus Aluminium gefertigt und wiegt nur 338 Gramm. Der Lithium-Ionen-Akku erlaubt bis zu vier Stunden Betriebszeit mit einer Ladung.

Das Schwebe-Stativ ist mit der GoPro 5/4 und 3 sowie anderen Actioncams mit Abmessungen von bis zu 62,5 x 45,8 x 33 mm und einem Gewicht von 75-125 g kompatibel.

Der Rollei Profi Actioncam Gimbal kostet 249,99 Euro (UVP).

Der Rollei Profi Smartphone Gimbal unterscheidet sich vom Actioncam Modell lediglich im Halterungs-aufsatz und bietet einen ähnlichen Funktionsumfang, der mit der von Rollei entwickelten, kostenlosen App noch erweitert werden kann. Die App unterstützt z. B. Panoramaaufnahmen sowie die Erkennung und Verfolgung von Gesichtern. Die Smartphone-Halterung passt für alle iPhones ab Modell 5, Samsung Galaxy und Huawei Smartphones sowie andere Android Mobilgeräte bis zu einer Bildschirmdiagonale von sechs Zoll und einem Gewicht von bis zu 200 Gramm. Den Rollei Profi Smartphone Gimbal gibt es für 249,99 Euro (UVP).

Kompakter Reise-Gimbal

Für den unproblematischen Einsatz unterwegs bietet Rollei den kompakten Smartphone Gimbal Traveler an. Er ist mit einem Gewicht von 329 g etwas leichter als sein größeres Schwestermodell und lässt sich mit einem Packmaß von 175 x



Der Rollei Profi Actioncam Gimbal unterscheidet sich vom Smartphone Gimbal nur durch den Halterungs-aufsatz.

55 x 54 mm leicht verstauen.

Die Stabilisierung und 360°-Schwenks erfolgen hier über zwei Achsen, während die Bedienung über den integrierten Joystick erfolgt, der für Zoombewegungen als auch Rechts- und Linksschwenks verwendet werden kann. Der Smartphone Gimbal Traveler ist ebenfalls mit der Rollei Smartphone App kompatibel, die auch einen Auslöser für Fotos und Videos sowie eine automatische Fotofunktion enthält. Mit einem 1/4 Zoll Gewinde an der Unterseite kann der Smartphone Gimbal Traveler leicht an Stativen befestigt werden. Praktisch ist die integrierte Powerbank mit Schnellladefunktion und zwei USB-Anschlüssen zum Aufladen des Smartphones.

Der Rollei Smartphone Gimbal Traveler ist für 129,99 Euro (UVP) erhältlich.

Foto Koch bietet Tacklite Stick & Go 4.0 an

Rendite zum Kleben

Mit der innovativen Klebefolie Tacklite Stick & Go 4.0 bietet das Bremer Unternehmen Nopar International GmbH dem Fotofachhandel ein einzigartiges Fotopapier für den hochwertigen Fotodruck, das auf allen glatten Oberflächen haftet, beliebig repositionierbar und obendrein noch umweltfreundlich ist. Der Düsseldorfer Fotohändler Foto Koch hat jetzt Tacklite Stick & Go 4.0 gelistet und verzeichnet bei den Kunden eine gute Resonanz.

Foto Koch nutzte seine halbjährlich veranstalteten Düsseldorfer Fototage, um seinen Kunden im Mai erstmalig Tacklite Stick & Go 4.0 in der Praxis zu demonstrieren. Dabei stellte Stefan Schmitt, Inhaber und Geschäftsführer der Nopar International GmbH, den Besuchern das innovative Material persönlich vor. „Unsere Kunden waren von der edlen Anmutung der Ausdrucke begeistert“, berichtete Stefan Schröter, Einkaufsleiter und Prokurist von Foto Koch. „Jegliche Bedenken hinsichtlich der Trocknungsfähigkeit, Bildqualität und Haftbarkeit konnten im Nu aus dem Weg geräumt werden.



Für den PoS bietet Nopar International u. a. einen schwarzen Tischpräsentier aus hochwertigem Plexiglas an.

Diese gute Resonanz hat uns bewogen, Tacklite Stick & Go 4.0 in das Sortiment für den Fotodruck aufzunehmen und aktiv in unseren Print- und Online-Medien zu bewerben. Darüber hinaus präsentieren wir unseren Fotoworkshop-Teilnehmern ihre Bildergebnisse auf der Klebefolie und geben ihnen Produktmuster zum Testen mit dem eigenen Tintenstrahldrucker mit.“

Giftfrei und kindersicher

Tacklite Stick & Go 4.0 bietet gegenüber anderen Materialien Vorteile, die sich im Verkaufsgespräch leicht erklären bzw. zeigen lassen. Die mikroporöse Farbempfangsschicht gewährleistet eine brillante, natürliche Farbwiedergabe mit

Auch im Online-Shop von Foto Koch ist Tacklite Stick & Go 4.0 erhältlich.

großem Farbraum. „Das natürliche Weiß des Materials wird ohne optische Aufheller erreicht“, erläuterte Stefan Schmitt. Anders als viele herkömmliche Folien besteht Tacklite Stick & Go 4.0 nicht aus PVC, sondern aus Polypropylen und enthält deshalb keine giftigen Substanzen wie z. B. Weichmacher. Deshalb kann es ohne Bedenken auch in der Nähe von Lebensmitteln oder im Kinderzimmer eingesetzt werden. Dabei sind die wasser- und UV-beständigen Ausdrucke auch für den langfristigen Einsatz geeignet.

Für den Fotohandel soll sich der Einsatz für das innovative Druckmedium lohnen. „Mit unseren Handelspartnern streben wir eine partnerschaftliche, langfristige Zusammenarbeit an und garantieren eine attraktive Spanne“, betonte Stefan Schmitt. Aufmerksamkeitsstarke PoS-Materialien helfen dabei, das Interesse der Kunden auf Tacklite Stick & Go 4.0 zu lenken. Für die Erstbestückung am POS bietet Nopar International u. a. einen schwarzen Tischpräsentier aus hochwertigem Plexiglas an, in dem die 10x15 cm- und DIN A4-Bogenware perfekt präsentiert werden kann. Tacklite Stick & Go 4.0 ist in den Größen 10 x 15 cm, US-Letter, DIN A4, DIN A3 und DIN A3+ sowie in Rollenformaten ab 17 Zoll erhältlich.





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 10/2017
ist der 18. September 2017.

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

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



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

Autorisierte
Vertragswerkstatt



Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Pioneer
reflecta



SONY
Authorized Service Center

TAMRON
TOSHIBA

Inserentenverzeichnis

Business Forum Imaging Cologne	4. U.
F&G Digitalspezialist GmbH	17
mitmir90prozent	2. U.
Personal- und Kleinanzeigen	3. U.

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und
Imagingbranche

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klumps

Anzeigen:

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

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klumps

Satz- und Repro:

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung
und Urhebervermerk.

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

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen
für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

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

ISSN: 1430-1121

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

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
IMAGING UNLIMITED

„Creating new realities“