

imaging+foto ⁹ 2019 contact

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

Kamera-Neuheiten fürs Weihnachtsgeschäft



Noch bessere Bilder

Canon EOS 90D und EOS M6 Mark II Die schnellen Schwestern

Mit der robusten DSLR EOS 90D und der spiegellosen Systemkamera EOS M6 Mark II stellt Canon ein schnelles, hochauflösendes Kameraduo vor, das engagierten Hobbyfotografen zahlreiche Möglichkeiten bietet. **S. 10**

Lumix S1H kommt im September Der Video-Profi von Panasonic

Mit der Lumix S1H bringt Panasonic die weltweit erste digitale Systemkamera auf den Markt, die Videos in 6K/24p aufnehmen kann. Zudem macht sie Videoaufzeichnungen in 10-Bit 60p 4K/C4K möglich. **S. 16**

Alpha 660 und Alpha 6100 von Sony Mit Vollformat-Features

Die neuen spiegellosen Systemkameras Alpha 6600 und Alpha 6100 von Sony bringen neue Ausstattungsmerkmale und noch mehr Leistung in die APS-C-Reihe. Mit neuen Objektiven wird das Alpha-System noch vielseitiger. **S. 14**

*Hohe Kapazität
Kompakte Größe
Benutzerfreundlich*



Der neue Mitsubishi Electric Fotodrucker CP-M1E. **Satisfaction cubed.**

Ein neues, innovatives und einfaches Medienaustauschsystem kombiniert mit einem Druckvolumen von hoher Kapazität! Dank unserer Rückspulfunktion sind Druckoptionen für mehrere Formate auf einem einzigen Medium verfügbar. All dies mit der traditionellen Zuverlässigkeit von Mitsubishi Electric in einem sehr kompakten Design.

Benutzerfreundlich



1.Schritt



2.Schritt



3.Schritt

750
Ausdrucke
auf einer
Papierrolle



**Kompakte
Größe**

0.105m²

m1satisfactioncubed.com

Was wird aus dem Photo+Medienforum Kiel?

Der Fachhandel entscheidet

Das Photo+Medienforum Kiel ist — nicht zum ersten Mal — in einer Krise. Die einzigartige Ausbildungsstätte für den Fotohandel hat 2018 wieder einen Verlust in sechsstelliger Höhe eingefahren. Dieser war zwar nicht ganz so hoch wie im Vorjahr, riss aber immer noch große Löcher in die Kasse. In diesem Jahr ist leider keine Besserung zu erwarten. Personelle Turbulenzen machen die Lage nicht einfacher: Die Mitgliederversammlung hat, wie berichtet (siehe *imaging+foto-contact* 8/2019, S. 28), eine neue Vorstandsspitze gewählt, die sicher hochmotiviert, aber wenig erfahren ist. Der als Beisitzer gewählte frühere Vorsitzende Frank Döge trat inzwischen aus dem Vorstand zurück.



Thomas Blömer, Verleger

Die Ursachen für die finanzielle Schieflage sind vielfältig. Eine davon liegt in der derzeit nicht besonders herzlichen Zusammenarbeit mit dem regionalen Berufsbildungszentrum RBZ und der Landesberufsschule, wobei letztere die Trägerschaft für die Ausbildungsgänge der Fotografen (nur Schleswig-Holstein), Fotodesigner und Fotomedien-

fachleute an das Photo+Medienforum Kiel delegiert hat. Wie lange das noch geht, weiß niemand, weil die Behörden zumindest zur Zeit nicht an einer Verlängerung der Verträge über 2023 hinaus interessiert zu sein scheinen. Zudem gehen bei den Fotografen und den Fotomedienfachleuten die Teilnehmerzahlen dramatisch zurück; diese Verluste können durch leichtes Wachstum bei den Fotodesignern nicht kompensiert werden.

Um das Kieler Schiff wieder auf Kurs zu bringen, müssen wichtige Entscheidungen getroffen und schwierige Verhandlungen geführt werden. Nachdem die Hälfte der Vorstandsmitglieder nun neu gewählt wurde, befürchtet Frank Dröge, so schreibt er in seinem Rücktrittsbrief, einen Stillstand, wenn nicht sogar einen Rückschritt in der Vorstandsarbeit. Dabei zweifle er keinesfalls an der persönlichen Kompetenz der beiden neue-

wählten Vorstandsmitglieder Piet Thiele (Vorsitzender) und Rima Lerm-Gaidosch (Stellvertretende Vorsitzende), betonte Döge, der sich seit 2008 als Vorstandsmitglied für die „Fotoschule“ in Kiel engagiert hat. Für die anstehenden Aufgaben sei aber eine umfangreiche Einarbeitung in die Themen erforderlich. Die dafür notwendige Zeit könnten die neuen Vorstandsmitglieder neben ihrer Hauptbeschäftigung kaum aufbringen.

Diese komplexe Gemenge-Lage sollte nicht über eine weitere Ursache für die finanziellen Schwierigkeiten in Kiel hinweg täuschen: Immer weniger Fachhändler schicken ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in diese hervorragend ausgestattete und mit ausgezeichneten Lehrkräften arbeitende Brancheninstitution. Deshalb geht auch die Zahl der auszubildenden Foto- und Medienfachleute seit Jahren zurück. Dabei hätte die Branche hier eine Chance, dem neugewählten Vorstand seine Arbeit deutlich zu erleichtern. Dass die hohen Verluste nicht längst zum Zusammenbruch des Photo+Medienforums Kiel geführt haben, ist zu einem großen Teil der Spendenbereitschaft von Herstellern und Bilddienstleistern zu verdanken. Diese Unternehmen zeigen sich großzügig, weil sie den Fachhandel als wichtigen Vertriebsweg unterstützen wollen. Wenn der Fachhandel selbst diese Hilfe nicht oder nur in unzureichendem Maße annimmt, sollte man sich nicht wundern, wenn die Sponsoren irgendwann die Lust verlieren.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Canon EOS 90D und EOS M6 Mark II Die schnellen Schwestern	10
Alpha 660 und Alpha 6100 von Sony Mit Vollformat-Features	14
Lumix S1H kommt im September Der Video-Profi	16

Editorial

Was wird aus dem Photo+Medienforum Kiel? Der Fachhandel entscheidet	3
--	---

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

Verbände

Die DSGVO begründet keine Fotografierverbote Medienkampagne ohne Sachgrund	18
---	----

Unternehmen

Info Deutschland rechnet sich gute Chancen aus europafoto 2.0?	27
So will Realtale hochwertige Multi-Brand-Stores eröffnen Innovationen in 1A-Lage	29

Bilddienstleistungen

Cewe führt neue Preisstruktur für Laborfotos ein Pauschale für die ersten zehn	22
---	----

Zusätzlicher Umsatz mit Eddycam Wertschöpfung mit Elch



Der Trend zu hochwertigen Kameras fördert auch die Nachfrage nach hochwertigem Zubehör. Aber die Kunden sind anspruchsvoll: Sie erwarten Premiumqualität in Design, Sicherheit, Funktionalität und Komfort. Die aus erstklassigem Elchleder gefertigten Eddycam Kameragurte erfüllen genau diese Kriterien. Für den Fotohandel gibt es jetzt verschiedene Produktbundles, die den unterschiedlichen Ausrichtungen von Fachgeschäften gerecht werden. **Seite 21**

NEUHEITEN

Canon EOS 90D und EOS M6 Mark II

Die schnellen Schwestern



Mit der robusten DSLR EOS 90D und der spiegellosen Systemkamera EOS M6 Mark II stellt Canon ein schnelles, hochauflösendes Kameraduo vor, das engagierten Hobbyfotografen zahlreiche Möglichkeiten bietet. Die Neuzugänge setzen auf den bewährten Modellen DSLR EOS 80D und EOS M6 auf, bieten aber mit dem Canon DIGIC 8 Prozessor der neuesten Generation schnellere Verarbeitungsgeschwindigkeit, kürzere Reaktionszeiten und innovative Foto- und Videofunktionen. **Seite 10**

Alpha 660 und Alpha 6100 von Sony

Mit Vollformat-Features



Die neuen spiegellosen Systemkameras Alpha 6600 und Alpha 6100 bringen neue Ausstattungsmerkmale und noch mehr Leistung in die APS-C-Reihe von Sony. Denn Sony hat einige Technologien aus den Vollformat-Modellen eingebaut. Mit den ebenfalls neuen Objektiven E 16-55 mm F2.8 G und E 70-350 mm F4.5-6.3 G OSS wird das Alpha-System so noch vielseitiger. **Seite 14**

Lumix S1H kommt im September

Der Video-Profi



Die von Panasonic bereits im Juni auf der Cinegear, einer jährlichen Veranstaltung für Fachleute für Technologie, Unterhaltung und Medien, angekündigte Lumix S1H (siehe imaging+foto-contact 8/2019, S. 20) kommt im September auf den Markt. Das speziell für Videoaufnahmen konzipierte Modell nimmt als weltweit erste digitale Wechselobjektiv-Systemkamera Videos in 6K/24p auf. Zudem ist die S-Klassen-Variante die erste digitale Vollformat-Systemkamera, die Videoaufzeichnungen mit 10-Bit 60p 4K/C4K ermöglicht. **Seite 16**

Die neue LitraTorch 2.0 LED-Microleuchte

Der Lichtwürfel



Der Zubehörspezialist Enjoyyourcamera hat einen kompakten, aber leistungsstarken LED-Lichtwürfel aus den USA ins Programm genommen. In der LitraTorch 2.0 sind 16 LEDs verbaut, die eine dreistufig einstellbare Lichtleistung von 100 bis 800 Lumen mit einer Farbtemperatur von 5700 K erzielen, und das mit einer Betriebsdauer von ca. 35 Minuten auf höchster bzw. vier Stunden auf kleinster Stufe. **Seite 20**

ZUM TITELBILD

NEUHEITEN

Info Deutschland rechnet sich gute Chancen aus europafoto 2.0?



Stefan Kral Robby Kreft

Die Vereinigung der Mitglieder von Ringfoto und europafoto unter dem Dach der United Imaging Group ist ohne Zweifel das markanteste Zeichen für die rasante Veränderung der Fotofachhandelslandschaft in Deutschland. Für Veränderung stehen auch die Aktivitäten, mit denen Info Europa auf diese Entwicklung reagiert. Die in den Niederlanden ansässige Kooperation hat bereits im Mai eine Niederlassung im Rhein-Main-Gebiet gegründet, die den Namen Info Deutschland GmbH trägt und nicht nur von Info Europa Geschäftsführer Stefan Kral, sondern auch von Ex-europafoto Geschäftsführer Robby Kreft geführt wird. Die beiden Manager haben ehrgeizige Pläne. Seite 27

UNTERNEHMEN

Cewe führt neue Preisstruktur für Laborfotos ein Pauschale für die ersten zehn



Die wachsende Popularität der Smartphone-Fotografie hat erfreuliche Konsequenzen für den Dienstleistungsbereich: Immer mehr und immer jüngere Menschen können sich wieder für gedruckte Fotos begeistern. Das gilt nicht nur für Sofortbilder, sondern auch für Fotos aus dem Labor. Da die einzelnen Aufträge häufig aber nur geringe Bildermengen umfassen, kann der Verkauf von günstigen Laborbildern zur Kostenfalle werden. Dem will Cewe jetzt mit einer neuen Preisstruktur entgegenwirken. Seite 22

BILDDIENSTLEISTUNGEN

DSGVO begründet kein Fotografierverbot Medienkampagne ohne Sachgrund



Rechtzeitig zum Beginn des neuen Schuljahres führten Fotoverbote bei Einschulungsfeiern zu einer regelrechten Medienkampagne, bei welcher der Eindruck entstand, die seit Mai 2018 geltende Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) schreibe solche Maßnahmen vor. Dass davon nichts im Gesetzestext steht, ließ Schulleitungen und Journalisten gleichermaßen kalt. Das ist ärgerlich, denn solche Verbot kosten die Fotobranche, vor allem die Bilddienstleister und den Fachhandel, eine Stange Geld. Denn die Fotos von der Einschulung werden gerne für die Bestellung von Fotobüchern, Wanddekorationen und anderen Bildprodukten genutzt. Seite 18

VERBÄNDE

Neuheiten	15, 26
Erste Objektive im Spätsommer	
Meyer Optik im Zeitplan.	8
Die RX100 VII von Sony	
Kompaktkamera 7.0	13
Die neue LitraTorch 2.0 LED-Microleuchte	
Der Lichtwürfel.	20
Zusätzlicher Umsatz mit Eddycam	
Wertschöpfung mit Elch	21
Eine Sportmarke	
entwickelt Kamera-Tragelösungen	
Die Evoc Photo Kollektion	24

Impressum	31
Klein- und Personalanzeigen	31

Immer aktuell:



Rollei: Marktführer bei Stativen

Im ersten Halbjahr konnte Rollei sich mit einem Marktanteil von 27 Prozent im Bereich Stativ die Marktführerschaft sichern. Das ergab eine Studie der GfK, die auch zeigt, dass der Marktanteil für Profi-Fotozubehör im Vergleich zu den beiden Vorjahren um etwa 7 Prozent gestiegen ist.



Thomas Güttler

Grund für dieses Wachstum waren

umfassende Marketing-Aktivitäten zu Beginn des Jahres. Eine breite Produkt-offensive im ersten Halbjahr begann mit den neuen „Lion Rock Traveler“ Stativen im Februar. In einer Cash Back Aktion bis Ende Juni bekamen Kunden dabei 50 Prozent des Kaufpreises zurückerstattet, wenn sie ihre gebrauchten Stativ bei Rollei einschickten. Die Einsendungen spendete Rollei für einen guten Zweck an die „Freelens Foundation“.

Nach den neuen „Lion Rock Traveler“ Stativen setzte im März der „Rollei GO!“ die Reihe der Neuvorstellungen fort. Dieser Smartphone-Gimbal läutete die Erweiterung des Sortiments rund um das Thema Videografie ein, die im Juli mit weiteren Produkten wie LED-Leuchten und Mikrofonen ergänzt wurde. Auch der klassischen Fotografie bleibt das Unternehmen treu und brachte unter anderem mit den „F:X Pro“ „die besten Filter, die wir je gebaut haben“ auf den Markt. Außerdem hatten Fans der Highspeed-Fotografie Anlass zur Freude, denn seit Juni sind im Rollei-Onlineshop die beliebten MIOPS-Produkte erhältlich.

Thomas Güttler, Geschäftsführer bei Rollei, resümierte: „Auf einen Marktanteil von fast einem Drittel können wir stolz sein und freuen uns über das anhaltende Vertrauen unserer Kunden.“

Olympus Herbstaktion

Im Zeitraum 1. September bis 31. Oktober startet Olympus eine Herbstaktion für die OM-D Kameras E-MIX und E-M1

Mark II. Beim Kauf einer OM-D E-M1 Mark II gibt es den Akkugriff HLD-9 im Wert von 299 Euro sowie das M.Zuiko Digital ED 30mm F3.5 Macro, ebenfalls im Wert von 299 Euro, gratis dazu. Käufer einer E-M1X in Verbindung mit einem oder mehreren teilnehmenden M.Zuiko PRO Objektiven dürfen sich auf 500 Euro Cashback freuen.

Passend zur neuen Kameraausrüstung

stellt Olympus den Everyday Camera Backpack vor. Er bietet Platz für ein OM-D Gehäuse und mindestens fünf M.Zuiko Objektive. Ein schneller Zugriff auf den Inhalt, konfigurierbare Innentrennwände, zusätzliche Taschen und Fächer für Speicherkarten, Dokumente und Notebook sorgen für komfortable Handhabung.

Der neue Everyday Camera Backpack ist ab sofort zum Preis von 109 Euro (UVP) erhältlich.

Carsten Koch ist neuer CFO bei Euronics

Der frühere Edeka Nord Geschäftsführer Carsten Koch ist neuer Chief Financial Officer (CFO) und Mitglied des Vorstands bei der Euronics Deutschland eG. Er folgt auf den langjährigen CFO Michael Niederführ, der aus gesundheitlichen Gründen seine Vorstands-Position zur Verfügung gestellt hat. Niederführ, der seit 1992 bei Euronics ist, wird als Prokurist mit Verantwortung für strategische Projekte im kaufmännischen Bereich dem Unternehmen im Team des neuen CFO erhalten bleiben.



Carsten Koch

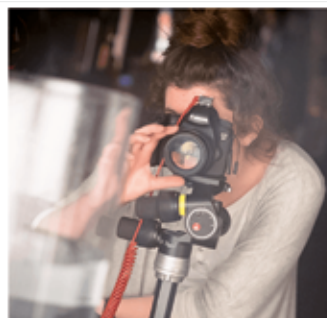
Der Finanzexperte und Rechtsanwalt Carsten Koch verfügt über langjährige Managementenerfahrung für die Bereiche Finanz- und Rechnungswesen im Groß- und Einzelhandel. Als Geschäftsführer und Sprecher der Geschäftsführung bei Edeka Nord setzte er sich von 2005 bis 2017 erfolgreich dafür ein, die Bereiche Digitalisierung, eCommerce und Change Management voranzubringen.

„Carsten Koch bringt alles mit, was wir in dieser Zeit des Wandels brauchen“, kommentierte Euronics Aufsichtsratsvorsitzender Dirk Wittmer. „Er kennt den Handel bestens, war lange an der Spitze einer Genossenschaft und ist ein anerkannter Finanzexperte mit starken Führungsqualitäten. Er wird unserem Unternehmen im Rahmen unseres Strategieprojektes ‚Euronics 2025‘ in den Bereichen Finanzwesen und Finanzierung, Digitalisierung und Prozesse wichtige Impulse geben und die Umsetzung weiter beschleunigen. Ganz besonders freut es mich, dass es uns gelungen ist, Michael Niederführ im Unternehmen zu halten. Für seine hervorragende Arbeit als CFO möchte ich ihm danken und für seinen mutigen Schritt Respekt zollen. Wir sind froh, dass uns sein Wissen und seine Kompetenz erhalten bleibt. Michael Niederführs Kenntnis unseres Unternehmens wird Carsten Koch den Einstieg leichter machen.“

„Euronics ist eine starke Marke, die die Herausforderungen des Handels strategisch und mit sehr viel Energie aus eigener Kraft anpackt“, erklärte der neue Finanzvorstand und Vorstandsmitglied Carsten Koch. „Das hat man nicht zuletzt mit dem erfolgreichen Cross-Channel-Retail-Konzept bewiesen. Für mich ist es eine äußerst reizvolle Aufgabe, den mit dem Projekt ‚Euronics 2025‘ angestoßenen Wandel zu einer noch kundenorientierteren, schnelleren und schlagkräftigeren Organisation mitzugestalten.“

„Prozessvereinfachung und eine weitere Optimierung unseres Finanzwesens sind wichtige Inhalte von ‚Euronics 2025‘ und zentrale Aufgaben unseres CFO“, sagte Euronics CEO und Vorstandssprecher Benedict Kober. „Mit Carsten Koch bekommt Euronics einen erfahrenen Top-Manager, der voll und ganz hinter den Zielen unserer Strategie steht. Er bringt das Handwerkszeug, die Führungsstärke sowie den Gestaltungswillen mit, den wir in der Umsetzung unseres ambitionierten Programms benötigen.“

PHOTO+MEDIENFORUM KIEL



DAS PHOTO+MEDIENFORUM KIEL unterstützt seit mehr als 18 Jahren im Auftrag der Handwerkskammern in Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern die Ausbildungsbetriebe des Fotografenhandwerks bei der Sicherstellung der hohen Qualität in der Ausbildung mit der Durchführung von überbetrieblichen Lehrlingsunterweisungen. Außerdem bietet die Kieler Fotoschule seit 2010 den Vorbereitungslehrgang auf die Teile 1+ 2 des Fotografenmeister*in an. Der Kurs kann in Vollzeit - oder Teilzeit belegt werden.

SEMINARANGEBOTE

Das Angebot vom Photo+Medienforum Kiel ist sehr umfangreich und richtet sich sowohl an gelernte Fotografen*innen und Fotomedienfachmänner/frauen, als auch begeisterte Hobbyfotografen*innen.

Neben den bereits bestehenden Kursen kann auch ein komplett individuelles Seminarprogramm für Sie und Ihre Mitarbeiter konzipiert werden. Es ist ganz egal, ob das gewünschte Seminar nur einen halben Tag oder eine ganze Woche dauern soll. Ebenso bestimmen Sie den Ort, wo der Workshop stattfindet, direkt in Kiel, bei Ihnen vor Ort oder online.

INFORMATIONEN

Alle Kurse und Informationen finden Sie unter www.photomedienforum.de oder kontaktieren Sie das Team des Photo+Medienforum unter:

0431 57 97 00

mail@photomedienforum.de

DIE KURSE FÜR 2019 IM ÜBERBLICK

- Marketing für Fotografen - Onlineseminar
Datum: 10.09.19 + 17.09.19 + 24.09.19
- Webinare für den Handel - Onlineseminar
Start: 11.09.19, danach 5 Folgetermine
- Konzeptionelle Fotografie - 3 Stunden
Datum: 20.09.19
- Professionelle Beleuchtungstechnik - 1 Tag
Datum: 21.09.19
- Fotorecht - Onlineseminar
Datum: 07.11.19 + 14.11.19 + 21.11.19
- Kreative Blitzfotografie - 1 Tag
Datum: 11.10.19
- Bildbearbeitung - Wochenende
Datum: 25.10.19 - 27.10.19
- Produktfotografie - Wochenende
Datum: 25.10.19 + 26.10.19
- Analoge Fotografie - 1 Tag
Datum: 16.11.19
- Portraitfotografie - Wochenende
Datum: 13.12.19 + 14.12.19
- Wunschseminare: komplett individuelle Seminare nach Ihren Vorstellungen und gewünschten Inhalten.



Erste Objektive im Spätsommer

Meyer Optik im Zeitplan

Die Vorarbeiten für die von der Bad Kreuznacher OPC Optics angekündigte Wiedereinführung von Objektiven der Traditionsmarke Meyer Optik Görlitz laufen nach Plan. Nachdem die ersten Projekte für die Überarbeitung und Verbesserung des bisherigen Portfolios abgeschlossen werden konnten, sollen im Spätsommer die ersten durch OPC überarbeiteten und produzierten Meyer Optik Objektive auf den Markt kommen. Auch komplette Neuentwicklungen sind geplant.

„Wir haben das gesamte bestehende Portfolio analysiert, Optimierungspotenzial identifiziert und nach Auf-



*Timo Heinze, Geschäftsführer
von OPC Optics*

wand kategorisiert“, berichtete Timo Heinze, Geschäftsführer von OPC Optics. „Dieser Weg ermöglicht es uns, nun Objektiv für Objektiv effizient zu optimieren und zeitnah zu veröffentlichen. Wir befinden uns derzeit in der Prototypen-Phase des ersten optimierten Objectives und sind zuversichtlich, dass wir bei diesem und allen weiteren Objektiven eine Steigerung der mechanischen Qualität sowie der Abbildungsleistung erzielen werden.“ Je nach Objektiv fielen diese Verbes-

serungen natürlich unterschiedlich stark aus, fügte Heinze hinzu. Die einzigartige Bildsprache der einzelnen Objektive solle aber auf jeden Fall erhalten bleiben.

Neues Trioplan 100 II

Im Zuge des Analyse-Prozesses entschieden sich die Verantwortlichen zum Neustart für eine Neuauflage des Trioplan 100. Das neue Trioplan 100 II befindet sich aktuell in der Prototypen-Phase und wird als erstes überarbeitetes Objektiv erscheinen.

„Das bisherige Trioplan 100 ist ein gelungenes Objektiv, dessen Erfolg ihm Recht gibt“, erklärte Heinze. „Wir haben unwahrscheinlich viele Nachfragen zur Verfügbarkeit des Trioplan 100 erhalten und sehen in den sozialen Medien viele Beiträge zufriedener Fotografen, die ihre Trioplan-Bilder stolz präsentieren. Auch unsere technische Analyse ergab, dass das bisherige Trioplan 100 schlichtweg ein gutes Objektiv ist, und dennoch konn-



Nach dem Original und der ersten modernen Version kommt in Kürze das weiter verbesserte Trioplan 100 II auf den Markt, dessen Äußeres noch nicht bekannt ist.



ten wir hier und da Verbesserungen einbringen und umsetzen.“ Diese Verbesserungen betreffen sowohl die Mechanik als auch das Kontrastverhalten und die Auflösung der Optik. „Wir sind zuversichtlich, dass unsere aktuellen Prototypen-Tests dies bestätigen werden und wir nach Abschluss der Testreihe direkt mit der Serienproduktion beginnen können“, betonte Heinze.

Weitere Neuauflagen in Arbeit

Ebenfalls in der Überarbeitung befinden sich die Objektive Trioplan 50/35+, Lydith 30 und Primoplan 58/75. Alle Produkte sollen ein vollständiges Re-Design der Mechanik und der Außengeometrie erfahren. Zudem werden auch die optischen Rechnungen und das Glas auf den Prüfstand gestellt und auf Verbesserungspotenzial hin untersucht.

Von diesen Objektiven soll das Trioplan 50 als nächstes fertig gestellt werden, gefolgt vom Lydith 30 und dem Primoplan 75. Mit dem Primoplan 58 und dem Trioplan 35+ werden die Verbesserungen dann abgeschlossen. Beim Trioplan 50 werden Mechanik, Außengeometrie sowie die optische Rechnung komplett überarbeitet, um eine bessere Haptik und eine erheblich verbesserte Abbildungsleistung zu erzielen. Die dafür notwendigen Prototypen werden aktuell produziert, um dann ausgiebig unter Praxisbedingungen getestet zu werden.

Die Verkaufspreise der Neuauflagen stehen noch nicht fest, sollen sich aber in realistischen und attraktiven Größenordnungen bewegen.

Neues Primagon

Wie bereits angekündigt, will Meyer Optik auch komplett neue Objektive auf den Markt bringen. So soll noch



Der typische Charakter legendärer Meyer Optik Objektive wie des Trioplans 100 soll auch bei den Neuauflagen erhalten bleiben.

in diesem Jahr ein vollständig neu entwickeltes Objektiv unter dem altherwürdigen Namen Primagon auf den Markt kommen. Das Primagon 50 f2.0 wird aus 8 Linsen in 6 Baugruppen aufwändig konstruiert; sein Erscheinungsdatum, Preis, verfügbare Anschlüsse sowie weitere technische Details sollen zu gegebener Zeit veröffentlicht werden.

Während bei den Neuauflagen historischer Produkte wie dem Trioplan deren einzigartige Bokeh im Mittelpunkt stehen, geht es bei der von Grund auf neu entwickelten Primagon-Serie um die Abbildungsleistung und vielseitige Einsatzmöglichkeiten. Nach dem f2.0 50 mm sollen weitere Brennweiten folgen.

Zusammenarbeit mit Stadt und Fotomuseum Görlitz

Meyer-Optik-Görlitz wurde im Jahre 1896 gegründet und besteht somit, mit wenigen Unterbrechungen, seit mehr 120 Jahren. Die weltweite Ruf der Marke ist besonders mit dem kreativen Spielraum verbunden, den die Objek-



tive ermöglichen. OPC Optics will diese Tradition pflegen und dabei in Zukunft eng mit dem Fotomuseum Görlitz und der Stadt Görlitz zusammenarbeiten. So wird z. B. das vom Fotomuseum Görlitz organisierte 5. Görlitzer Fotofestival, das vom 30. August bis zum

22. September 2019 stattfindet, von Meyer Optik unterstützt. Mitarbeiter von Meyer Optik/OPC Optics werden am Eröffnungswochenende vor Ort sein und allen Interessierten für Gespräche zur Verfügung stehen.

Canon EOS 90D und EOS M6 Mark II

Die schnellen Schwestern

Mit der robusten DSLR EOS 90D und der spiegellosen Systemkamera EOS M6 Mark II stellt Canon ein schnelles, hochauflösendes Kamera-duo vor, das engagierten Hobbyfotografen zahlreiche Möglichkeiten bietet. Die Neuzugänge setzen auf den bewährten Modellen DSLR EOS 80D und EOS M6 auf, bieten aber mit dem Canon DIGIC 8 Prozessor der neuesten Generation schnellere Verarbeitungsgeschwindigkeit, kürzere Reaktionszeiten und innovative Foto- und Videofunktionen.



Die EOS 90D und...



...die EOS M6 Mark II bieten jeweils ein sehr ähnliches Leistungsprofil mit oder ohne Spiegel.

verfügbar. Die EOS 90D bietet zudem eine verlängerte Akkulaufzeit von bis zu 1.860 Aufnahmen (CIPA-Standard, ohne Blitzfunktion).

Die spiegellose EOS M6 Mark II ist bauartbedingt schneller als das Schwestermodell und schafft Reihenaufnahmen von bis zu 14 Bildern pro Sekunde, im RAW-Burst-Modus sogar von 30 Bildern pro Sekunde. Auf UHS-II-Speicherkarten lassen sich in einer Sequenz bis zu 80 Bilder im Large JPEG-Format aufzeichnen.

Hohe Abbildungsqualität

Mit dem neuen 32,5 MP CMOS-Sensor, der den Digital Lens Optimiser und die Beugungskorrektur unterstützt, erreichen beide Modelle die bisher höchste Auflösung in der APS-C Klasse. Mit einer Empfindlichkeit von ISO 100 - 25.600 ermöglicht er selbst bei wenig Licht erstklassige Ergebnisse. Dank integriertem WLAN und

So macht es die extrem kurze elektronische Belichtungszeit von 1/16.000 Sekunde möglich, auch bei hellem Umgebungslicht eine attraktive Hintergrundunschärfe zu erzielen, weil die Blende weit geöffnet bleiben kann. Mit Fokus-Bracketing lässt sich dagegen eine Schärfentiefe über den gesamten Bildbereich erzielen, wenn mehrere Aufnahmen per DPP-Software miteinander kombiniert werden.

Bei Serienaufnahmen schafft die EOS 90D bis zu 10 Bilder, im Live View Modus sogar bis zu 11 Bilder pro

Sekunde. Der optische Sucher bietet einen ungefilterten Blick auf das Motiv, was bei Naturaufnahmen, z. B. von fliegenden Vögeln oder Sportfotos, hilfreich sein kann. Auch alle wichtigen Aufnahmeinformationen sind im Blickfeld. Von Motiven, die sich unvorhersehbar bewegen, können Serien von bis zu 58 JPEG-komprimierten Bildern pro Sequenz kontinuierlich aufgezeichnet werden, um hinterher die besten Fotos auszusuchen. Bei Verwendung von UHS-II-Speicherkarten ist der Pufferspeicher der Kamera schnell wieder

Bluetooth können die Aufnahmen ins Internet hochgeladen und in sozialen Netzwerken geteilt werden.

Für präzise Scharfstellung hat Canon in beide Kameras den AF mit Augenerkennung integriert. Bei der EOS 90D wird das durch einen 220.000-Pixel-Belichtungsmesssensor (RGB+IR) mit Flacker-Erkennung ergänzt, der für eine genaue Gesichtserkennung und eine bessere Kontrolle der Gesamtbelichtung sorgt. Die EOS M6 Mark II fokussiert mit Objektiven der Lichtstärke 1:1,4 oder mehr bis LW -5 und übertrifft damit das Vorgängermodell deutlich.

Für ungewöhnliche Aufnahmeperspektiven ist die EOS M6 Mark II mit einem klappbaren, die EOS 90D mit einem dreh- und schwenkbaren, berührungsempfindlichen Touch-Display ausgestattet.

4K-Videofunktionen

Videos nehmen beide Kameras in 4K 16:9 ohne Crop auf. Im Full HD-Modus sind Bildraten bis zu 120 B/s mög-



Mit ihrem robusten Gehäuse und dem großen Handgriff ist die klassische DSLR EOS 90D bei der Natur- und Sportfotografie in ihrem Element.

lich, um z. B. spannende Zeitlupenaufnahmen zu erzeugen. Wer einen vergrößerten Bildausschnitt nutzen möchte, kann auf den 4K-Crop-Modus zurückgreifen. So kann man auch aus größeren Entfernungen Szenen formatfüllend filmen, z. B. auf einer Safari. Das Canon Dual Pixel CMOS AF-System ist sowohl im Full HD- als

auch im 4K-Video-Modus verfügbar und deckt einen großen Bildbereich ab (abhängig vom eingesetzten Objektiv bis zu 100 Prozent der Sensorfläche vertikal und 88 Prozent horizontal). Bei der Aufnahme sich bewegendem Motive sorgt dies für eine präzise Fokussierung, die durch den AF mit Augenerkennung noch schärfere Videoaufnahmen ermöglicht.

Ein Mikrofonanschluss gibt den Anwendern die Möglichkeit, ein externes Mikrofon zu verwenden und die Lautstärke bereits während der Aufnahme zu steuern. Die EOS 90D hat zudem einen Kopfhöreranschluss, um die Kontrolle der Tonqualität bereits während der Aufzeichnung ermöglichen.

Bessere Ergonomie

Die Bedienung beider Kameras folgt der vertrauten Canon Logik. Die EOS 90D kombiniert ihr leichtes Gehäuse mit einem großen Griff, der bei der Verwendung von langen Teleobjektiven eine ausgewogene Balance ermöglicht. Die DSLR wird mit zwei Multifunktions-Wahlrädern sowie dem

Neue Firmware für EOS R und EOS RP

Mit Firmware-Updates verbessert Canon bei den Systemkameras EOS R (Version 1.4.0) und die EOS RP (Version 1.3.0) die Autofokus-Leistung und die Präzision bei der Motiv-Verfolgung. Dabei wird die Darstellung und Erkennung des Augen-AF deutlich verbessert. Während vor dem Update das Gesicht mindestens ca. 13-15 Prozent der Bildfläche einnehmen musste, reichen nun ca. 3 Prozent aus, um ein Auge zu erkennen und sicher zu verfolgen. Das macht die Nutzung des Augen-AF auch bei Ganzkörperaufnahmen, weiter entfernten Personen oder bei Portraitaufnahmen mit Weitwinkelbrennweiten möglich. Während der Motiv-Verfolgung kann die Person oder das Auge auch gewechselt werden.

Mit der neuen Firmware wurde auch die Motiv-Erfassung verbessert. Sie funktioniert im Modus „Gesichtserkennung und Verfolgung“ in Kombination mit aktiviertem Servo AF-Ausgangsfeld jetzt auch bei weiter entfernten und sich bewegendem, kleineren Objekten sehr zuverlässig.

Alle verbesserten Autofokus-Funktionalitäten können für Foto- und Videoaufnahmen genutzt werden. Die Firmware-Updates stehen ab September auf allen unterstützten Canon Websites zum Download bereit.





Da die EOS M6 Mark II keinen elektronischen Sucher besitzt, ist der Aufsteck-sucher eine gute Zubehör-Empfehlung.

neuen Multi-Controller auf der Rückseite der Kamera gesteuert. Die Kamera lässt sich mit konfigurierbaren Funk-

tionen an die Vorlieben ihrer Nutzer anpassen.

Dank ihrer kompakten Bauweise eig-

net sich die EOS M6 Mark II auch fürs leichte Gepäck. Das Funktions- und das Hauptwahlrad, ein konfigurierbarer AF/MF-Auswahlschalter und die AF-Start-Taste sind gut positioniert und intuitiv zu erreichen. Wer seine Fotos gerne auf traditionelle Weise kombiniert, wird den als Zubehör erhältlichen Aufsteck-Sucher zu schätzen wissen. Denn einen elektronischen Sucher sucht man bei dem spiegellosen Modell vergeblich.

EOS 90D und EOS M6 Mark II sind ab September 2019 erhältlich und kosten 1.299 (UVP EOS 90D Gehäuse) bzw. 929 (EOS M6 Mark II Gehäuse) Euro.

Neue Objektive für das EOS R System

Canon erweitert das Objektiv-Angebot für das R System um zwei neue Modelle: Das RF 24-70mm F2.8L IS USM enthält 3 UD-(Ultra Low Dispersion) und 3 asphärische Glaslinsen, während das RF 15-35mm F2.8L IS USM mit 2 UD- und 3 asphärischen Glaslinsen aufweist. Bei beiden Objektiven soll der optische Aufbau Aberrationen, Verzerrungen und Astigmatismus korrigieren, um über den gesamten Zoombereich hinweg kontrastreiche Aufnahmen mit hoher Schärfe über das gesamte Bildfeld zu ermöglichen.

Mit einer Anfangsöffnung von 1:2,8 sind beide Objektive sehr lichtstark. Als erste Weitwinkelobjektive der L-Serie sind sie mit dem 5-Stufen-Bildstabilisator von Canon ausgestattet, der sich bereits in der EF Objektivreihe bewährt hat. Dual Sensing IS und Combination IS verbessern zudem das Erkennen von Verwacklungen. Ist die Kamera auf einem

Stativ montiert, deaktiviert sich der Bildstabilisator automatisch. Zudem sind die beiden Neuheiten als erste lichtstarke Zoomobjektive mit der ursprünglich für das EF-S 18-135mm f/3.5-5.6 IS USM entwickelten Nano USM Technologie ausgestattet. Dieses Antriebssystem ermöglicht beim Fotografieren ein besonders schnelles Fokussieren und stellt beim Videofilmen kontinuierlich, gleichmäßig und

nahezu geräuschlos scharf, damit keine störenden Fokussiergeräusche die Tonqualität beeinträchtigen. Wie schon das RF 24-105mm F4L IS USM unterdrückt auch das RF 24-70mm F2.8L IS USM den Focus-Breathing-Effekt, durch den sich der Blickwinkel beim Fokussieren leicht verändern kann. Beide Objektive sind ab September erhältlich und kosten je 2.499 Euro (UVP).



Als erste Weitwinkelobjektive der L Serie sind die beiden neuen Modelle mit dem 5-Stufen-Bildstabilisator von Canon ausgestattet.



Die RX100 VII von Sony

Kompaktkamera 7.0

Sony hat die siebte Version seiner Kompaktkamera RX 100 angekündigt. Mit ihrem neu entwickelten 1,0 Zoll Exmor RS CMOS-Bildsensor und dem Bionz X Bildprozessor der aktuellsten Generation soll sie bei Autofokusleistung und Geschwindigkeit das Niveau der Alpha 9 erreichen. Auch mit weiteren Merkmalen soll das neue Modell Maßstäbe setzen.

Vorne bleibt mit dem bewährten Zeiss Vario-Sonnar T* 24–200 mm (KB) F2.8-4.5 Zoomobjektiv alles beim Alten. Ist das Licht aber einmal durch die Linse gefallen, macht die siebte Variante kräftig Tempo. Mit der nach Angaben von Sony weltweit führenden Anzahl von 357 Phasen- und 425 Kontrast-AF Punkten erzielt sie mit einer verbesserten Steuerung des Objektivantriebs mit von 0,02 Sekunden auch die weltweit schnellste AF-Geschwindigkeit. Dabei werden durch die deutlich verbesserte AF-/AE-Tracking-Leistung bis zu 60 AF-/AE-Berechnungen pro Sekunde möglich. Das führt zu einer Serienbildgeschwindigkeit von bis zu 20 Bildern pro Sekunde.

Dabei ist dank des neuen Bildsensors uneingeschränktes Live-View ohne Blackout möglich. Das kennt man so von der Alpha 9.

Zudem ist die RX100 VII mit einem neuen Einzelbild-Serienaufnahme-

modus ausgestattet. Dieser hält mit einem Anti-Distortion Shutter Motive in schneller Bewegung im JPEG-/RAW-Format fest, indem die Kamera mit einer Auslösung 7 verschiedene Aufnahmen beim Auslösen bei 90 (im Serienbild-Modus Hi), 60 oder 30 Bildern pro Sekunde macht.

Technik aus der Alpha-Familie

Die RX100 VII ist die erste Kompaktkamera mit KI-unterstütztem Echtzeit-Tracking und Echtzeit-Augen-Autofokus. Auch bei Letzterem hilft KI dabei, die Augen des Motivs zu erfassen – bei Menschen und Tieren. Videos nimmt die nur 102 mm x 58 mm x 43 mm große und 302 g leichte RX100 VII in 4K mit vollständiger Pixelauslesung ohne Pixel-Binning mit hoher Bitrate (100 Mbit/s bei Verwendung einer UHS-I (U3) SDHC-/



Die RX100 VII ist die erste Kompaktkamera mit KI-unterstütztem Echtzeit-Tracking und Echtzeit-Augen-Autofokus.

SDXC-Karte) im XAVC S-Format auf. Dabei stehen Echtzeit-Tracking und Echtzeit-Augen-AF zur Verfügung. 4K ActiveSteadyShot ist nach Angaben von Sony 8-mal leistungsfähiger als das Stabilisierungssystem Standard 4K SteadyShot. Die Kamera hat einen Mikrofonanschluss und unterstützt Hybrid Log-Gamma (HDR16)/S-Gamut3.Cine/S-Log und S-Gamut3/S-Log3. Video können auch im Hochformat aufgenommen werden.

Neue Schutzhülle

Sony führt für die RX100 Serie eine neue Gehäusetasche in Lederoptik (LCJ-RXK) inklusive Objektivhülle und Schultergurt ein, die die Kamera vor Stößen und Erschütterungen schützt. Das neue Modell ist ab sofort lieferbar und kostet 1.299 Euro (UVP).

Alpha 6600 und Alpha 6100 von Sony

Mit Vollformat-Features



Die Alpha 6600 (links) und die Alpha 6100 sind äußerlich kaum voneinander zu unterscheiden.

In beiden Modellen stecken wichtige Elemente, die sich in Vollformatkameras von Sony bereits bewährt haben, darunter der 24,2 MP Exmor CMOS-Bildsensor und der neueste Bionz X Bildprozessor mit Front-End-LSI. Ihr Zusammenspiel verkürzt die AF-Reaktionszeit auf nur noch 0,02 Sekunden, der Phasendetektions-Autofokus mit 425 Punkten deckt rund 84 Prozent des Sensors ab. Die von den Vollformatmodellen übernommenen Algorithmen sorgen besonders bei Hauttönen für eine verbesserte Farbwiedergabe. Serienfotos werden mit einer Geschwindigkeit von bis zu 11 Bildern/s. aufgenommen.

Die Kameras sind zudem mit Echtzeit-Tracking ausgestattet, das Sonys neuesten Algorithmus mit KI-basierter Motiverkennung nutzt. Damit erfassen und verfolgen die Kameras mit Hilfe

der KI-basierten Technologie von Sony die Augen von Menschen und Tieren in Echtzeit.

Zum Leistungsprofil der beiden Systemkameras gehören auch 4K-Videoaufnahmen mit Pixelauslesung ohne Pixel-Binning im Super-35-mm-Format. Ein Anschluss für ein externes Mikrofon ist vorhanden. Die Filme können mit Hilfe von Imaging Edge Mobile schnell aufs Smartphone übertragen werden. Eine Intervallaufnahmefunktion ermöglicht Zeitrafferfilme. Ein berührungs-

Die neuen spiegellosen Systemkameras Alpha 6600 und Alpha 6100 bringen neue Ausstattungsmerkmale und noch mehr Leistung in die APS-C-Reihe von Sony. Denn Sony hat einige Technologien aus den Vollformat-Modellen eingebaut. Mit den ebenfalls neuen Objektiven E 16-55 mm F2.8 G und E 70-350 mm F4.5-6.3 G OSS wird das Alpha-System noch vielseitiger.



empfindliches 3,0-Zoll-LCD-Display mit 921.000 Pixeln, das sich um 180° neigen lässt, bietet eine gute Übersicht übers Motiv.

Die Alpha 6600

Mit einer Lichtempfindlichkeit von ISO 100 bis 32.000, die auf ISO 50 bis 102.400 erweiterbar ist, erzeugt die Alpha 6600 rauscharme Bilder ohne Abstriche bei der Auflösung. Die gehäuseintegrierte 5-Achsen-Bildstabilisierung (fehlt bei der Alpha 6100)

ermöglicht laut Hersteller um bis zu 5,0 EV kürzere Verschlusszeiten. Mit dem erstmals bei einer APS-C-Kamera von Sony eingesetzten Z Akku sind Laufzeiten von bis zu 720 Fotos über den Sucher (2,359 Mio Bildpunkte, Alpha 6.100 1,44 Mio) bzw. ca. 810 Aufnahmen über den LCD-Monitor möglich. Das robuste, staub- und spritzwassergeschützte Gehäuse ist aus einer Magnesiumlegierung gefertigt. Während beide Neuheiten für 4K-Filmaufnahmen im Super-35-mm-Format mit voller Pixelauslesung ohne Pixel-Bin-

ning ausgerüstet sind, unterstützt das in der Alpha 6600 integrierte HLG-Bildprofil (Hybrid Log-Gammat) die authentische Wiedergabe der Filme auf einen HDR-(HLG-) kompatiblen Fernseher, ohne dass Farbkorrekturen erforderlich sind. Für Farbkorrekturen stehen S-Log3- und S-Log2-Gamma-Profile bereit.

Die neuen Alpha-Systemkameras sind ab Oktober erhältlich und kosten 899 Euro (UVP Gehäuse Alpha 610) bzw. 1.599 (UVP Gehäuse Alpha 6600).

Zwei Zoomobjektive für das E-Mount-Sortiment

Das neue E 16-55 mm F2.8 G Standard-Zoomobjektiv und das E 70-350 mm F4.5-6.3 G OSS Super-Telezoom-Objektiv sind gute Werkzeuge, um mit den APS-C Systemkameras von Sony Landschaften, Portraits und spontane Schnappschüsse aufzunehmen. Damit umfasst das E-Mount-System von Sony jetzt insgesamt 54 Objektive.

In der optischen Konstruktion des APS-C-Standard-Zoomobjektivs E 16-55 mm F2.8 G mit konstanter F2.8-Blende setzt Sony zwei asphärische Elemente sowie drei ED-Linsen ein. Eine AR-Nano-Beschichtung reduziert Reflexionen und Geistereffekte. Mit einer kreisrunden Blende aus neun Lamellen entstehen schöne Bokeh-Effekte. Trotz seiner Lichtstärke bringt das kompakte Objektiv nur 494 Gramm auf die Waage. Der XD (extreme Dynamik) Linearmotor ermöglicht die schnelle und präzise Scharfstellung sowie die sichere Verfolgung von bewegten Motiven.

Das kompakte und leichte E 70-350 mm F4.5-6.3 G OSS deckt einen Brennweitenbereich ab, der 105 bis 525 mm im KB-Format entspricht. Trotzdem wiegt es nur 625 Gramm, ist aber gegen das Eindringen von Staub und Feuchtigkeit geschützt.



Trotz ihrer Leistungsdaten sind beide Objektive überraschend kompakt.



Auch bei diesem Objektiv setzt Sony ein asphärisches Element und drei ED-Linsen sowie eine kreisrunde Blende ein. Die integrierte optische Bildstabilisierung wirkt Verwacklungen entgegen, der XD-Linearmotor setzt AF- und Trackingfunktionen schnell und präzise um.

Die beiden neuen E-Mount Objektive kommen im Oktober auf den Markt und werden 1.299 Euro (UVP SEL-1655G) bzw. 899 Euro (UVP SEL-70350G) kosten.

DJI erweitert Osmo Serie

Der neue Osmo Mobile 3 passt dank der kompakten und leichten Form in jede Tasche. Der faltbare Smartphone-Stabilisator lässt Videoaufnahmen besonders gut festhalten; die intelligenten Funktionen der DJI Mimo App sind nutzbar.



Der Osmo Mobile 3 ist nicht nur faltbar, das neue Design bietet zudem eine komfortable Handhabung, die wichtigsten Bedienelemente sind mit nur einer Hand erreichbar. Die liegenden Tasten des Gimbals steuern diesen und rufen Funktionen aller Art ab. Quick Roll rotiert das Smartphone, durch zweimaliges Drücken der M-Taste, aus dem Querformat in das Hochformat – ohne dass es dafür aus dem Stabilisator entnommen werden muss.

Der Osmo Mobile 3 ist in der Lage, die Gimbal-Orientierung zu sperren, neu zu zentrieren, zu drehen und die Objektverfolgung zu aktivieren. ActiveTrack 3.0 kann mit einem einfachen Drücken des Auslösers aktiviert werden und hält eine Person oder ein Objekt immer im Zentrum des Bildes. Der Zoom-Slider an der Seite des Griffs erlaubt komfortables Zoomen, ohne dabei den Bildschirm des Smartphones nutzen zu müssen. Darüber hinaus ist die Geschwindigkeit des Zooms in den Einstellungen individuell einstellbar.

Die DJI Mimo App bietet zahlreiche vorprogrammierte Gimbal-Bewegungen und umfangreiche Funktionen. Der Preis für die Standardausführung mit einer Halteschleife, einem Tragebeutel und Antirutsch-Pads beträgt 109 Euro (UVP), die Combo-Variante, die zusätzlich den Stativgriff und ein Transportetui beinhaltet kostet 129 Euro (UVP).

Lumix S1H kommt im September



Mit der neuen Systemkamera Lumix S1H will Panasonic vor allem professionelle und semiprofessionelle Videofilmer ansprechen.

Der Video-Profi

Die von Panasonic bereits im Juni auf der Cinegear, einer jährlichen Veranstaltung für Fachleute für Technologie, Unterhaltung und Medien, angekündigte Lumix S1H (siehe *imaging+foto-contact* 8/2019, S 20) kommt im September auf den Markt. Das speziell für Videoaufnahmen konzipierte Modell nimmt als weltweit erste digitale Wechselobjektiv-Systemkamera Videos in 6K/24p auf. Zudem ist die S-Klassen Variante die erste digitale Vollformat-Systemkamera, die Videoaufzeichnungen mit 10-Bit 60p 4K/C4K ermöglicht.

Um die hohe Leistung von 6K/24p (3:2 Seitenverhältnis) bzw. 5,9K/30p (16:9) zu erreichen, nutzt Panasonic die Auflösung des 24,2 MP-Vollformatsensors voll aus. Dadurch werden verschiedene Aufnahmeformate möglich, u. a. auch der anamorphe 4:3-Modus.

Die hohe Auflösung kann unter anderem zum Erstellen von 4K-Videos mit höherer Bildqualität oder zum Zuschneiden von Bildern in 4K (zum Beispiel für Zoomfahrten oder Schwenks) genutzt werden. Das neue Modell verfügt über

V-Log/V-Gamut für einen besonders großen Dynamikbereich von 14+ Blendestufen, der praktisch dem der Panasonic Cinema VariCam entspricht. Das wirkt sich besonders eindrucksvoll in der Wiedergabe von Hauttönen aus.

Die mit der Lumix S1H erzeugten Bilddaten sind kompatibel mit VariCam V-Log-Material oder V-Log L-Material, das von der Lumix GH5/GH5S aufgenommen wurde.

Die neue Systemkamera Lumix S1H soll 3.999 Euro (UVP Gehäuse) kosten.

Upgrade für die Lumix S1

Einige der Video-Funktionen der Lumix S1H können über ein (gebührenpflich-

tiges) Software-Upgrade auch in die Lumix S1 integriert werden. Dafür bietet Panasonic das Software-Upgrade DMW-SFU2 an, mit dem die S1 auch hochauflösende 48-kHz/24-Bit oder 96-kHz/24-Bit Ton in MOV aufnimmt (Mikrofonadapter DMW-XLR1 notwendig) und folgende neuen Funktionen erhält: V-Log-Aufzeichnung mit 14+ Blendenstufen, interne Videoaufzeichnung mit 4:2:2 10-Bit 4K MOV 30p/25p, 4:2:2 10-Bit 4K 60p/50p HDMI Output, kamera-interne LUT (Look Up Table) Anwendung, die die Wiedergabe von V-Log während oder nach der Aufnahme ermöglicht.

Nach dem Update sind auch V-Log und V-Gamut kompatibel mit dem



Die neue Vollformat-Systemkamera kann in professionelle Produktionsumgebungen integriert werden.

Cinema VariCam Look; ein WFM (WaveForm Monitor) zeigt die Helligkeitsverteilung während der Aufnahme.

an. Das Software-Upgrade ist bis September 2019 kostenlos, danach kostet es 199 Euro.

Neues Vollformat-Objektiv

Das neue Lumix S Pro 24-70mm F2.8 für die Vollformatkameras der S-Serie von Panasonic ist ein lichtstarkes Standard-Zoomobjektiv, das den Leica-Standards entspricht, um professionelle Leistungen über den gesamten Zoom-Bereich zu zeigen. Dafür setzt Panasonic ein optisches System mit 18 Linsenelementen in 16 Gruppen ein, zu dem auch drei asphärische und 4 ED-Linsen gehören. Eine UHR (Ultra High Refractive) Linse soll eine besonders hohe Bildqualität vom Zentrum bis zu den Ecken des Bildes sicherstellen.



Das lichtstarke Standard-Zoom Lumix Pro F2.8/24-70mm zeigt bei Foto- und Video-Aufnahmen professionelle Qualitäten.

Für schnelles Scharfstellen mit einer Ansteuerung mit 480Hz kombiniert das doppelte Fokussystem einen Linear- und einen Schrittmotor. Ein „Focus-Clutch“-Mechanismus erlaubt die Einstellung des Fokusrings zwischen zwei Positionen, einmal mit und einmal ohne Entfernungangaben. Dies ermöglicht schnelle, intuitive AF/MF-Wechsel. Auch bei Video-Aufnahmen macht das Lumix S Pro 24-70mm F2.8 eine gute Figur, indem es den Effekt des Focus Breathing verringert.

Dank seines staub- und spritzwasser-resistenten Designs lässt sich das Objektiv bei bis zu -10°C

Kälte und unter widrigen Bedingungen einsetzen. Der Filter hat einen Durchmesser von 82 mm und verfügt über 11 Lamellen für eine praktisch kreisrunde Blendenöffnung.

Panasonic hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2020 mindestens zehn Lumix S Pro Objektive zu entwickeln und die Produktpalette der S-Serie weiter auszubauen. Damit sollen zusammen mit den Allianzpartnern Leica und Sigma insgesamt mehr als 45 L-Mount- Objektive verfügbar sein.

Das Lumix Pro F2.8 / 24-70mm (S-E2470) kommt im Oktober für 2.499 Euro (UVP) auf den Markt.



Die DSGVO begründet keine Fotografierverbote

Medienkampagne ohne Sachgrund

Rechtzeitig zum Beginn des neuen Schuljahres führten Fotoverbote bei Einschulungsfeiern zu einer regelrechten Medienkampagne, bei welcher der Eindruck entstand, die seit Mai 2018 geltende Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) schreibe solche Maßnahmen vor. Dass davon nichts im Gesetzestext steht, ließ Schulleitungen und Journalisten gleichermaßen kalt. Das ist ärgerlich, denn solche Verbote kosten die Fotobranche, vor allem die Bilddienstleister und den Fachhandel, eine Stange Geld. Denn die Fotos von der Einschulung werden gerne für die Bestellung von Fotobüchern, Wanddekorationen und anderen Bildprodukten genutzt.

Zudem wäre es wirklich unerfreulich, wenn Eltern oder Großeltern den Start ihrer Kinder und Enkel in einen neuen

Lebensabschnitt aus Datenschutzgründen nicht mehr in Fotos und Videos festhalten dürften. Experten (und gut

informierte Politiker, Journalisten und Bürger) wissen aber schon lange: Weder das frühere deutsche Datenschutzrecht noch die seit dem 25. Mai 2018 anzuwendende DSGVO kann als Begründung dafür herangezogen werden, das Fotografieren bei Schulveranstaltungen wie Einschulungen, Theateraufführungen oder Sportwettbewerben zu verbieten.

Klarstellung durch den Photoindustrie-Verband

Dankenswerterweise hat der Photoindustrie-Verband (PIV) auf die Kampagne schnell reagiert und den Sachverhalt klargestellt.

Die DSGVO sehe in Art. 2 eine sogenannte Haushaltsausnahme vor, betonte der PIV. Demnach fällt die rein private Datenverarbeitung nicht in den Anwendungsbereich des Datenschutzrechts, was nichts anderes aussagt, als dass Fotos für das Familienalbum und in privaten Chats aufgenommen werden dürfen. Das Teilen dieser Fotografien in Social-Media-Plattformen, auch mit eingeschränkter Öffentlichkeit, wenn die Bilder z. B. nur für den eigenen Freundeskreis sichtbar sind, sei ohne die Einwilligung der auf dem Foto abgebildeten Menschen dagegen nicht erlaubt.

In einer Pressemitteilung führte Rechtsanwalt David Seiler, der für den PIV tätig ist, weiter aus: „Schulen und Kitas dürfen aufgrund ihres Hausrechts Fotoverbote verhängen, wenn sie z. B. keine Störungen durch Blitze bei Schultheateraufführungen bzw. bei Einschulungsveranstaltungen wünschen oder um die Bildnisrechte von Kindern vor einer Verbreitung in sozialen Medien zu schützen. Aber das Datenschutzrecht fordert das nicht, wie auch Datenschutzaufsichtsbehörden in Baden-Württemberg und Sachsen-Anhalt jüngst bestätigt haben.“

Tatsächlich twitterte der Leiter der Landesdatenschutzaufsicht Baden-Württemberg, Stefan Brink, nach den ersten Berichten über Fotografierv Verbote an Schulen: „Fotoverbote an Schulen und Kindergärten? Nicht wegen der DSGVO! Zu privaten/persönlichen Zwecken darf jeder jeden fotografieren – erst bei der Veröffentlichung gibt es Grenzen.“ Ähnlich äußerte sich der Landesdatenschutzbeauftragte von Sachsen-Anhalt, Harald von Bose, gegenüber der dpa: „Wenn die Fotos von den eigenen Kindern im familiären Bereich bleiben, kann man diese bedenkenlos machen. Das war so, und das ist so. Diese schön

ne Praxis macht der Datenschutz nicht kaputt.“

Der PIV leitet aus diesen juristischen Rahmenbedingungen die Empfehlung ab, dass Bildungseinrichtungen bereits auf ihren Einladungen sowie während der Veranstaltung proaktiv kommunizieren, dass Fotografieren ausschließlich zu rein privaten Zwecken erlaubt

sei. „Diese Einladung könnte durch den Hinweis ergänzt werden, dass es datenschutzrechtlich verboten ist, Fotos ohne Erlaubnis der abgebildeten Personen bzw. ihrer Erziehungsberechtigten zu veröffentlichen, insbesondere sie in sozialen Medien zu teilen“, erklärte PIV Geschäftsführer Christian Müller-Rieker.

AfD-Kampagne am Rande

Die öffentliche Aufregung um die Fotografierv Verbote ließ auch die Politik nicht kalt. Die AfD versuchte, auf ihrer Facebookseite Stimmung zu machen, sprach (wie auch Deutschlands Empörungsmagazin Nr. 1, die Bild) von „Irrsinn“ und forderte am 19. August die „sofortige Aussetzung und Überarbeitung der DSGVO“. Weil solche Forderungen bei vielen Menschen den Eindruck erwecken können, die Fotografierv Verbote seien tatsächlich von DSGVO gefordert, fragte imaging+foto-contact bei der Pressestelle der AfD nach. Wir wollten wissen, welche Formulierungen in der DSGVO nach Ansicht der AfD Fotografierv Verbote begründen, und wie diese Formulierungen nach Ansicht der AfD überarbeitet werden sollten, um derartige Verbote in Zukunft zu vermeiden.

Nachdem die Partei zunächst nicht reagierte, fasste unser Magazin nach Empfang der Pressemitteilung des PIV nach und wies auf den wirtschaftlichen Schaden für die Fotoindustrie, den Fotohandel und die Bilddienstleister hin. Dieses Mal reagierte Pressereferent Michael Pfalzgraf – zunächst mit dem bemerkenswerten Hinweis: „Nicht jeder Post auf unseren Seiten in den sozialen Medien bildet das Partei- und Grundsatzprogramm der Alternative für Deutschland ab.“ Später schob Pfalzgraf noch zwei Aussagen zur Sache nach. Die erste bezog sich auf den Facebook-Beitrag und lautete: „Die Alternative für Deutschland steht nicht hinter diesem Facebook-Post. Das steht fest. Wir empfinden diesen Facebook-Post ebenfalls als sehr unpassend. Und wir besprechen derzeit, ob wir ihn löschen.“ Am Monatsende war der am 19. August veröffentlichte Beitrag allerdings noch online.

Ihre Kritik an der DSGVO hält die AfD indessen aufrecht. Joana Cotar, MdB, Digitalpolitische Sprecherin der AfD Fraktion: „Die DSGVO untersagt tatsächlich das private Fotografieren (Familie etc) nicht, sondern nur das Veröffentlichen. Wir fordern in unserem EU-Programm die Aussetzung und Überarbeitung wegen der vielen Rechtsunsicherheiten in anderen Bereichen, weil die DSGVO die großen Unternehmen bevorzugt und den kleinen die gleichen Pflichten aufbürdet, wegen der unterschiedlichen nationalen Umsetzungen, dem zu kurz gefassten Medienprivileg, des unklaren Verhältnisses KUG/DSGVO, weil sie im Großen und Ganzen über das Ziel hinausschießt.

Die Verunsicherungen aufgrund der DSGVO haben so zugenommen, dass es zu solchen Überreaktionen kommt. Und genau deswegen muss man die DSGVO anpassen und vor allem die Leute aufklären und richtig und umfassend informieren.“

Das machen wir gerne.

Die neue LitraTorch 2.0 LED-Microleuchte

Der Lichtwürfel

Der Zubehörspezialist Enjoyyourcamera hat einen kompakten, aber leistungsstarken LED-Lichtwürfel aus den USA ins Programm genommen. In der LitraTorch 2.0 sind 16 LEDs verbaut, die eine dreistufig einstellbare Lichtleistung von 100 bis 800 Lumen mit einer Farbtemperatur von 5700 K erzielen, und das mit einer Betriebsdauer von ca. 35 Minuten auf höchster bzw. vier Stunden auf kleinster Stufe.

Mit diesem Leistungsprofil versteht sich die LitraTorch 2.0 als Schweizer Taschenmesser unter den LED-Leuchten. Dank ihrer kompakten Maße passt die Leuchte, die mit DSLR- und Systemkameras oder Action Cams ebenso eingesetzt werden kann wie mit Smartphones, leicht in die Tasche.

800 Lumen Lichtleistung

Für naturgetreue Farben soll eine Lichtqualität mit einem CRI-Wert von 90 sorgen. Damit liegt dieser Farbwiedergabe-Index deutlich höher als beim Vorgängermodell, das 70 erreichte. Zudem erzeugt die neue LitraTorch ein ebenmäßiges Lichtmuster ohne Hot Spot in der Mitte. Das stoßfeste Aluminiumgehäuse der Leuchte ist nicht nur gegen das Eindringen von Staub und Spritzwasser geschützt, sondern so wasserdicht, dass sie auf Tauchgängen in bis zu 20 Metern Tiefe dabei sein kann. Das sind genau zehn Meter mehr als beim Vorgänger. Gleich geblieben sind dagegen die kompakten Maße von 38 x

Die LitraTorch 2.0 ist als Lichtlösung für DSLR- und Systemkameras ebenso geeignet wie für Action Cams und Smartphones.

38 x 42 mm, das Gewicht von nur 90 g sowie die drei Helligkeitsstufen (100, 450 und 800 lm). Darüber hinaus gibt es einen Stroboskop-Modus, in dem die Leuchte blinkt.

Die LitraTorch 2.0 ist gleichermaßen für Foto- und Videoaufnahmen geeignet und mit zwei 1/4-Zoll-Anschlussgewinden (jeweils eines auf der Rück- und Unterseite) ausgestattet. Außerdem kann die LED-Leuchte mit entspre-

chenden Adaptern und Halterungen an der Kamera oder dem Smartphone befestigt werden. Da die Leuchte magnetisch ist, haftet sie auch an vielen metallischen Oberflächen und kann z. B. bei einer Autopanne als Arbeitslicht an der Innenseite der Motorhaube befestigt werden.

Zum Lieferumfang gehören ein integrierter Lithium-Ionen-Akku, der über einen Computer, eine Powerbank oder eine Steckdose aufgeladen werden kann, ein Aufsteckdiffusor aus weißem Silikon, ein Adapter für eine GoPro-Action Cam sowie ein Blitzschuhadapter. Zudem gibt es separat erhältliche Farbtemperatur- und Kreativfilter.

Die mit dem IF Design Award 2019 ausgezeichnete LitraTorch 2.0 ist ab sofort für 99,99 Euro (UVP) erhältlich.



Zusätzlicher Umsatz mit Eddycam

Wertschöpfung mit Elch



Eddycam Gründer Edlef Wien ist begeisterter Fotograf und erfahrener Fotokaufmann.

Dass Edlef Wien als Gründer von Eddycam erstklassige Produkte entwickelt und beim Vertrieb bestens mit dem qualifizierten Fotofachhandel zusammenarbeitet, ist kein Zufall. Denn Wien ist begeisterter Fotograf und erfahrener Fotohändler, der 1974 in Geisenheim das heute von seinem Sohn Björn geführte Fachgeschäft Edlef's gründete und später in Eltville eine Filiale hinzufügte.

Seine Eddycam Nacken- und Schultergurte sowie Handschlaufen hat Wien für aktive, mode- und qualitätsbewusste Menschen entwickelt, die Freude am Fotografieren haben.

Der Trend zu hochwertigen Kameras fördert auch die Nachfrage nach hochwertigem Zubehör. Aber die Kunden sind anspruchsvoll: Sie erwarten Premiumqualität in Design, Sicherheit, Funktionalität und Komfort. Die aus erstklassigem Elchleder gefertigten Eddycam Kameragurte erfüllen genau diese Kriterien. Für den Fotohandel gibt es jetzt verschiedene Produktbundles, die den unterschiedlichen Ausrichtungen von Fachgeschäften gerecht werden.

Sie sind aus hochwertigem finnischen Elchleder gefertigt und verbinden ein reduziertes Design mit außergewöhnlicher Ergonomie. Denn die patentierte, gemeinsam mit Orthopäden entworfene Linienführung ist so gestaltet, dass die Kamera oder das Fernglas auf der Schulter, um den Nacken oder diagonal praktisch ermüdungsfrei getragen werden kann.

Professionelle Beratung

Um den Kunden die Vorteile der Eddy-

cam Gurtsysteme zu vermitteln, sind eine anspruchsvolle Produktpräsentation und fundierte Beratung durch entsprechendes Fachpersonal nicht zu ersetzen. Damit die Handelspartner genau das passende Sortiment für ihre Zielgruppen bevorraten, hat Wien maßgeschneiderte Produktbundles definiert, die sich an der individuellen Ausrichtung des jeweiligen Geschäftes orientieren. So gibt es sieben Bundles, die aus sieben bis 15 Kameragurten bzw. Handschlaufen bestehen und verschiedene Marktsegmente vom Einsteiger bis zum Profi abdecken.

Mit den Varianten Einfarbig Schwarz sowie Schwarz/Natur mit oder ohne Kontrastnaht unterscheiden sich die drei Einsteigerpakete durch die Verarbeitung der Kameragurte. Die zwei DSLR-Bundles hingegen bieten die passende Lösung für unterschiedliche Belastungen von bis zu 3 kg bzw. 5 kg. Zusätzlich gibt es ein High-End Produktbundle, das ausschließlich aus den sieben Kamera-



Die patentierte, gemeinsam mit Orthopäden entworfene Linienführung der Eddycam Gurte macht praktisch ermüdungsfreies Tragen möglich.



gurten der Eddycam „Edition 35mm“ besteht. Diese Gurte für Premium-Kameras mit einem Gesamtgewicht von bis zu 1,2 kg sind bewusst nicht gepolstert, damit sie leicht um die Hand geschlungen oder als Unterlage zum Schutz der Kamera, z. B. auf einer Steinmauer, verwendet werden können. Und nicht zuletzt darf auch ein reines Produktbundle aus sechs Handschlaufen „Sling 1“ nicht fehlen, das die begehrtesten Farbkombinationen widerspiegelt.

Nachhaltige Zusammenarbeit

Die Produktbundles sollen den Handelspartnern den Bestellprozess erleichtern und ein attraktives Zusatzgeschäft bei lukrativer Margengestaltung ermöglichen. Wienen hat das erklärte Ziel, die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel noch enger zu gestalten. Unterstützt wird er dabei von dem langjährigen Sales Manager der Kamerabranche und Sales Consultant Stefan Thode. Um die Eddycam Markenwelt am PoS besser sichtbar zu machen, arbeitet das Team an einem ansprechenden Werbemittelpaket. Darüber hinaus ist Eddycam auf der Fotomesse der United Imaging Group vom 27. – 29. September in Nürnberg vertreten.

Teilnahmen an Fotofestivals und Events sollen zudem den Bekanntheitsgrad der Marke Eddycam bei den Endkunden steigern.



Eddycam Gurte aus Elchleder gibt es in vielen Farben und Farbkombinationen.

Cewe führt neue Preisstruktur für Laborfotos ein

Pauschale für die ersten zehn

Die wachsende Popularität der Smartphone-Fotografie hat erfreuliche Konsequenzen für den Dienstleistungsbereich: Immer mehr und immer jüngere Menschen können sich wieder für gedruckte Fotos begeistern. Das gilt nicht nur für Sofortbilder, sondern auch für Fotos aus dem Labor. Da die einzelnen Aufträge häufig aber nur geringe Bildermengen umfassen, kann der Verkauf von günstigen Laborbildern zur Kostenfalle werden. Dem will Cewe jetzt mit einer neuen Preisstruktur entgegenwirken.



Auch die Zahl der bestellten Fotos nimmt wieder zu, aber viele Aufträge umfassen nur wenige Bilder.

schöpfungsstarke Artikel, sondern im Wesentlichen für ganz normale Prints. So ergab aktuell eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Digitalverbands Bitkom, dass 31 Prozent der Konsumenten von ihren Urlaubsfotos Abzüge im Geschäft bestellen, und 21 Prozent ordern über das Internet. Umgekehrt schauen sich nur 5 Prozent ihre Schnappschüsse ausschließlich auf Displays an.

Positive Entwicklung

Die Konsequenzen dieses veränderten Verbraucherverhaltens wirken sich auch beim Marktführer Cewe positiv aus. Denn allen früheren Vorhersagen von Analysten zum Trotz verzeichnet das Geschäftsfeld Photofinishing seit Jahren wieder stetiges Wachstum, und zwar nicht nur im Umsatz, sondern in

Die großen Smartphone-Hersteller nutzen längst das Leistungsprofil der Kamera als wichtiges Verkaufsargument für ihre digitalen Alleskönner. Deshalb investieren sie in Bildqualität, und damit steigt auch die Nachfrage nach gedruckten Fotos. Das gilt nicht nur für die beliebten Fotobücher, Wanddekorationen und andere wert-

jüngster Zeit auch wieder bei der Zahl der verarbeiteten Bilder. Das ist praktisch ausschließlich der Beliebtheit von Smartphones als „Immer-dabei-Kamera“ zu verdanken. Auch mehr als 50 Prozent der Bilder im Flaggschiff-Produkt Cewe Fotobuch stammen inzwischen aus Smartphone-Kameras – Tendenz weiter steigend.

Die Nachfrage nach Fotos in Standardformaten legt ebenfalls wieder zu. Hier zeigt sich allerdings ein neuer Trend, denn anders als in den analogen Zeiten suchen sich die Kunden die Motive, von denen sie Abzüge möchten, sorgfältig aus. Das führt zu immer kleineren Bildmengen pro Auftrag – und zwar nicht nur an den Cewe Fotostationen, sondern auch im Labor. Rund 50 Prozent der Foto-Aufträge in den Cewe Betrieben umfassen inzwischen weniger als 20 Bilder, die Hälfte davon, also ein Viertel aller Aufträge, sogar weniger als 10.

Das führt sowohl bei Cewe als auch bei den Partnern im Einzelhandel zu einer neuen Situation. „Die erhöhte Zahl von Aufträgen mit kleinen Bildmengen von unter 10 Bildern stellt für uns eine Herausforderung dar, denn Leistungen wie Verpackung, Handling, Etikettierung und Versand fallen schließlich auch an, wenn Kunden nur ein oder zwei Fotos bestellen“, berichtete Cewe Vorstandschef Dr. Christian Friege, der neben seiner Funktion als CEO auch das Amt des Vertriebsvorstands inne hat. „Gleichzeitig hat sich im deutschen Einzelhandel bei vielen Anbietern ein Preis von 8 oder 9 Cent für einen 10 x 15 cm Abzug gebildet – und der gilt häufig bereits ab dem ersten Bild. Dass es weder für Cewe noch für den Einzelhandel wirtschaftlich darstellbar ist, Aufträge mit Bruttowerten von 27, 36 oder 63 Cent zu bearbeiten und auszuliefern, ist offensichtlich.“

*Cewe CEO
Dr. Christian Friege:
„Dass es weder für
Cewe noch für
den Einzelhandel
wirtschaftlich
darstellbar ist,
Aufträge mit
Bruttowerten von
27, 36 oder
63 Cent zu
bearbeiten und
auszuliefern, ist
offensichtlich.“*



Pauschalpreis für kleine Mengen

Die pragmatischste Lösung wäre, die Kunden zu veranlassen, Aufträge mit einer einstelligen Zahl von Fotos direkt im Geschäft zu drucken bzw. drucken zu lassen. Andererseits nutzen viele Einzelhändler den günstigen Preis für Laborbilder als Marketing-Instrument und wollen die Kunden deshalb nicht zum deutlich höherpreisigen Sofortdruck zwingen. Dass solche Preise von vielen Kunden trotzdem akzeptiert werden, zeigen vor allem neue Anbieter im Online-Geschäft, die in Deutschland längst bis zu 39 Cent pro Abzug berechnen. Um der Kostenfalle der Kleinaufträge zu entgehen, haben einige Anbieter wie z.B. Lidl inzwischen Mindestbestellmengen festgelegt, um Mengen von unter 10 oder unter 20 Bildern pro Auftrag zu vermeiden.

So weit will Friege für Cewe nicht gehen. „Auf jeden Fall wollen wir unseren Kunden auch weiterhin die Bestellung kleinerer Bildmengen ermöglichen“, erklärte der Cewe CEO. Deshalb will er die Aufwendungen für Handling, Verpackung und Auslieferung durch einen Grundpreis abdecken, der sich je nach Format und

Produktlinie für bis zu 10 Bilder auf 2 bis 3 Euro als UVP einpendeln könnte. „Ab dem 11. Bild könnte dann für die zusätzlichen Fotos wieder der günstige Einzelpreis gelten“, sagte Friege. „Bei größeren Mengen, z. B. 100 Stück, könnte der Grundpreis auch ganz entfallen und der Auftrag zur einfachen Summe des günstigen Einzelpreises abgerechnet werden. Dadurch könnten unsere Handelspartner ihre Laborbilder weiter mit dem augenfälligen ab X-Cent-Preis bewerben.“

Im Gespräch mit *imaging+foto-contact* zeigten sich die Verantwortlichen bei Cewe davon überzeugt, dass die Endkunden Verständnis dafür aufbringen, dass ein Auftrag für Laborbilder im Wert von wenigen Cent nicht nachhaltig sein kann. Denn die Erfahrung im Online-Geschäft zeigt, dass sich Kunden auch kleine Bildermengen nach Hause schicken lassen, obwohl entsprechende Versandkosten anfallen. „Und wenn jemand wirklich für zwei oder drei Fotos nicht den Grundpreis bezahlen möchte, dann ist er mit Sofortbildern von der Cewe Fotostation günstiger und schneller bedient“, betonte Friege.

Eine Sportmarke entwickelt Kamera-Tragelösungen

Die Evoc Photo Kollektion

Sportlern ist die Marke Evoc gut bekannt, denn dahinter steht der Weltmarktführer für Sportrucksäcke mit Schutzfunktion. Und weil die zwei Gründer des Münchener Unternehmens nicht nur sport- und reisebegeistert, sondern auch fotoaffin sind, lag es nahe, auch für diesen Bereich eine Kollektion zu entwickeln, die Evoc Photo heißt und auf die Ansprüche von Sport- und Outdoorfotografen zugeschnitten ist. Für den Vertrieb setzt Evoc auf die Kompetenz des Fotofachhandels.

Denn die beiden Evoc-Geschäftsführer Holger Feist und Bernd Stucke wissen: Um die Kunden für eine neue Markenwelt zu begeistern, braucht man nicht nur erstklassige Produkte, sondern auch genauso erstklassige Beratung, um ihre Vorteile deutlich zu machen. Und weil die Kundenbeziehung mit dem Kauf nicht abgeschlossen ist, sondern im Grunde erst beginnt,

sind guter Service und persönliche Betreuung weitere entscheidende Faktoren.

Durchdachte Details

Die beiden Evoc Gründer Holger Feist und Bernd Stucke wissen aus eigener Erfahrung, wie schwierig es für Fotografen und Videofilmer ist, wirklich gute Fototaschen und Rucksäcke zu fin-



Ob Kamera oder Drohne – im Evoc CP 35L können auch schwere Foto- und Filmausrüstungen bewegungsneutral und komfortabel transportiert werden.



den, die leicht genug für lange Touren sind, hohen Tragekomfort bieten, die Kamera- und Filmausrüstung zuverlässig schützen und dabei auch noch robust und wetterfest sind.

Denn bei Evoc dreht sich alles ums Reisen – in den letzten 20 Jahren haben die zwei Gründer über 50 Reiseziele besucht und dabei mit Skiern, dem Snowboard oder dem Mountainbike auch entlegene Gebiete erobert. Dabei war natürlich stets auch die Kamera im Gepäck. Weil sie mit dem damals erhältlichen Angebot nicht zufrieden waren, entwickelten Feist und Stucke 2008 die erste Kollektion von Sportrucksäcken und -taschen,



Die Evoc Photo Kollektion macht im Fachgeschäft eine gute Figur.

die im Laufe der Jahre kontinuierlich verbessert und erweitert wurde. Mit gutem Grund haben die beiden Geschäftsführer die Evoc Photo Kollektion zusammen mit international bekannten Fotografen wie Richard Walch (www.richardwalch.com) und Markus Greber (www.markusgreber.com) entwickelt, um kompromisslose Qualität mit Funktionalität, Sicherheit sowie Liebe zum Detail zu kombinieren. Die Materialien sucht Evoc gezielt aus oder lässt sie für sich entwickeln, denn geringes Gewicht verbunden mit optimalen Produkteigenschaften sind Grundvoraussetzungen für komfortable Tragelösungen. „Bevor ein Produkt in den Markt eingeführt wird, wird es von uns persönlich auf Herz und

Nieren getestet“, erklärte Bernd Stucke, Geschäftsführer der Evoc Sports GmbH. „Nur die Liebe zum Detail und die Kompromisslosigkeit bei Design, Qualität, Funktionalität und Strapazierfähigkeit haben uns zum Weltmarktführer für Sportrucksäcke mit Schutzfunktion gemacht.“ Das funktioniert offensichtlich auch bei der Photo Kollektion: Sowohl die Fototaschen und Rucksäcke als auch der neu entwickelte Rollkoffer CT 40I haben bereits exzellente Bewertungen von Handelspartnern und Medienvertretern erhalten.

Auch für schweres Gerät

Ein gutes Beispiel für die Praxisnähe des Evoc Sortiments ist der Fotorucksack CP 35I. Für diese geräumige Tragelösung hat das Unternehmen das Neutralite System entwickelt, damit auch schwere Ausrüstungen komfortabel transportiert werden können. Möglich wird das durch ein formbares Stabilisierungselement im Innenraum, das alle Gewichtseinflüsse über segmentierte und strategisch positionierte Polster-elemente auf einen breiten, stark gepolsterten Hüftgurt überträgt, damit das Gewicht am Körperschwerpunkt

Der neue handgepäcktaugliche Rollkoffer Evoc CT 40I ist mit einem stabilen Kugellager-Fahrwerk sowie leichten Skate-Rollen ausgestattet und kann deshalb auch bei voller Beladung gut bewegt werden.



möglichst neutral aufgenommen werden kann. Besonders breite, gut gepolsterte und ergonomisch geformte Schultergurte mit tiefem Nackenausschnitt halten den Rucksack dabei in Position und verhindern ein Verrutschen; Aussparungen und Luftkanäle sorgen gleichzeitig für eine Luftzirkulation im gesamten Rückenbereich. Bei den Hüftgurten wird mit Airoflex ein besonders stabiles Gewebe eingesetzt, das trotzdem luftdurchlässig und flexibel ist. Es sorgt für optimale Lastübertragung auf die Hüfte bei gleichzeitig maximaler Belüftung. Ein verstärkter Boden mit Gummifüßen sowie ein solider Tragegriff vereinfachen die Handhabung des Rucksacks in schwerem Gelände. Eine integrierte Regenhülle, ausreichend Fächer für persönliche Dinge und eine 3 l-Trinkblase gehören ebenso zur Ausstattung des Fotorucksacks CP 35I wie Gurtsysteme für Snowboard, Skier oder Stativ.

Partnerschaft mit dem Fachhandel

Wenn die Kunden mit ihrem Kauf wirklich zufrieden sein sollen, müssen sie Gelegenheit haben, ihre Tragelösung im Fachgeschäft auszuprobieren, um festzustellen, ob das Fassungsvermögen für ihre Ausrüstung ausreicht und ob die Ausstattung ihren Wünschen entspricht. Evoc hat den Anspruch, gemeinsam mit dem Fachhandel Fotofreunde jeglicher Couleur anzusprechen, um die sportliche Markenwelt wahrnehmbar zu machen. Das bedeutet, dass auch alle Vertriebs- und Marketingmaßnahmen das Ziel haben, die Aufmerksamkeit der Kunden





Selbst getestet: Bevor ein Produkt auf den Markt kommt, wird es vom Management selbst getestet: v. l. die Geschäftsführer Holger Feist, Bernd Stucke und Marketing Manager Jan Sallawitz.

auf die Handelspartner zu lenken und dort für Frequenz zu sorgen. Das funktioniert natürlich am besten, wenn die Kunden am PoS das typische Erscheinungsbild der Evoc-Welt vorfinden und das Verkaufspersonal die Produktvorteile mit guten Argumenten überzeugend vermittelt.

Umfassende Unterstützung

So will Evoc seine Handelspartner mit einem Sortiment unterstützen, das individuell auf den Charakter des Geschäfts zugeschnitten und durch gezielte Marketingmaßnahmen vermarktet werden kann. Die ersten Weichen für diese Zusammenarbeit sind durch die Listung als Lieferant bei der United Imaging Group mit den Marken Europafoto, Photo Porst und Ringfoto bereits gestellt. „Wir werden den Mitgliedern auf der Fotomesse in Nürnberg unser Sortiment, unsere Philosophie und die Evoc Markenwelt präsentieren“, so Stucke. „Auf dem Stand werden auch unsere neu entwickelten und gerade eingetroffenen Fotorucksäcke Stage Capture 16l, die Hüfttaschen Hip Pack Capture 7l und der Rollkoffer CT 40l zu sehen sein.“

Fotomesen und Festivals

Um den Kunden das sportliche Evoc Lifestyle-Sortiment zu präsentieren, nimmt das Unternehmen regelmäßig an Fotomesen der Handelspartner, Events und Festivals teil und geht auch mit digitalen Medien auf die Konsumenten zu. „Online- und Offline-Maßnahmen sind bei uns keine Entweder-oder-Entscheidung, sondern ergänzende Vertriebs- und Kommunikationskanäle, in denen Marktteilnehmer ihre individuellen Kompetenzen einsetzen sollten“, betonte Bernd Stucke. „Wir haben u. a. ein umfangreiches Online-Marketing-Paket aus saisonalen Bausteinen entwickelt, das seinesgleichen sucht. Unsere Botschaft sowohl in Richtung Handelspartner als auch Endverbraucher ist: Auf Evoc ist Verlass.“



Professionelle Auftritte in digitalen Medien sollen die Kunden an den PoS führen.

Cullmann erweitert Kenko Angebot

Mit dem neuen AI Flash AB600-R von Kenko bietet Cullmann jetzt ein Blitzgerät an, das sich vor allem durch seine Funktionalität auszeichnet. Die neuen Blitze sind für Nikon, Canon und Sony Kameras erhältlich und eignen sich für Hobbyfotografen und Profis.

Die besondere Funktion des Blitzgerätes zeichnet sich durch die automatische Ausrichtung des Blitzkopfes aus.

Dies ermöglicht den Fotografen eine noch



größere Fokussierung auf das

Motiv, da er sich nicht mehr um die korrekte Ausrichtung des Blitzkopfes kümmern muss.

Mit seiner Leitzahl 60 sorgt er für die optimale Ausleuchtung auch über große Entfernungen.

Die Funksteuerung passiert im 2.4. GHz Frequenzband. Im funkgesteuerten TTL-Blitzbetrieb kann der AI Flash außerdem als Master oder Slave benutzt werden. Ergänzt wird der Funktionsumfang durch den Stroboskop Blitzbetrieb von 1 bis 200 Hz und die HSS Kurzzeitsynchronisation von 1/8.000 Sekunden. Der Motorzoom erlaubt eine Ausleuchtung von 20 bis 200 mm. Das AI Flash Blitzgerät ist außerdem mit einem USB-Anschluss ausgestattet, über den Software-Updates eingespielt werden.

Je nach Modell sind die Kenko Blitze ab sofort bzw. ab Dezember 2019 verfügbar.

Die Preise (jeweils UVP) liegen zwischen 149,99 Euro und 399,99 Euro.

Info Deutschland rechnet sich gute Chancen aus europafoto 2.0?

Die Vereinigung der Mitglieder von Ringfoto und europafoto unter dem Dach der United Imaging Group ist ohne Zweifel das markanteste Zeichen für die rasante Veränderung der Fotofachhandels-Landschaft in Deutschland. Für Veränderung stehen auch die Aktivitäten, mit denen Info Europa auf diese Entwicklung reagiert. Die in den Niederlanden ansässige Kooperation hat bereits im Mai eine Niederlassung im Rhein-Main-Gebiet gegründet, die den Namen Info Deutschland GmbH trägt und nicht nur von Info Europa Geschäftsführer Stefan Kral, sondern auch von Ex-europafoto Geschäftsführer Robby Kreft geführt wird. Die beiden Manager haben ehrgeizige Pläne.

Info Europa ist in der europäischen Handelslandschaft alles andere als ein Newcomer. Die 1964 gegründete Einkaufsgruppe für den Einzelhandel ist nicht nur in den Niederlanden, sondern auch in Belgien, Luxemburg, Frankreich und Italien aktiv, zählt rund 145 Mitglieder und erzielte im vergangenen Geschäftsjahr einen Nettoumsatz von 80 Millionen Euro. 60.000 Produkte sind ab Lager lieferbar, die Lieferantenliste zählt rund 400 Marken. Zu den Mitgliedern gehören klassische Fachhandelsbetriebe ebenso wie große internationale Unternehmen sowie Online-Spezialisten.

Schlankes Geschäftsmodell

Dass Info Europa trotz seines Umsatzvolumens nur 16 Mitarbeiter beschäftigt, liegt am Geschäftsmodell der Gruppe: „Wir konzentrieren uns genau auf die Dienstleistungen, die für Fachhändler wirklich essentiell sind“, erklärte Info Europa Geschäftsführer Stefan Kral im Gespräch mit

imaging+foto-contact. „Wir gewährleisten schnelle Warenverfügbarkeit – in der Regel innerhalb von 48 Stunden – bei einem einheitlichen Zahlungsziel von 30 Tagen, und wir versorgen unsere Mitglieder sowie die Lieferanten mit topaktuellen Daten. Vollautomatische Prozesse und Big Data Analysen machen es möglich, Herstellern alle 15 Minuten aktuelle Lager-Reportings zu schicken. Umgekehrt kann jedes Mitglied unser Lager komplett abbilden und so in seinem Online-Shop die Warenverfügbarkeit verbindlich darstellen.“

Der ehemalige europafoto Geschäftsführer Robby Kreft will mit Info Deutschland nicht nur enttäuschte europafoto Mitglieder ansprechen, sondern allen Fotohändlern ein attraktives Angebot machen.



Dabei versendet Info Europa die Ware nicht nur an das Mitglied, sondern auf Wunsch auch in Form des Dropshipments direkt an den Kunden. Auf der Rechnung an den Händler sind zudem alle von den Lieferanten freigegebenen Rabatte und Boni berücksichtigt, um Klarheit über die finanziellen Rahmenbedingungen sicherzustellen.



Info Europa Geschäftsführer Stefan Kral sieht die Auflösung der europafoto Gruppe in Deutschland als Chance, auf dem deutschen Markt Fuß zu fassen.

Die Beschränkung auf diese Aufgaben führt nach Angaben von Kral zu einer extrem schlanken Kostenstruktur, die unter einem Prozent vom Umsatz liegt. Um das zu erreichen, verzichtet Info Europa ebenso wie ihre neue deutsche Niederlassung auf klassische Tätigkeiten, die man in der Branche von Fachhandelskooperationen gewohnt ist. Das Veranstellen von Messen und Roadshows, das Bereitstellen von Werbemitteln oder Ladenbau-Elementen sowie die Durchführung übergreifender Marketing-Kampagnen stehen nicht auf dem Programm. „Wir trauen unseren Mitgliedern zu, dass



Das umfangreiche Lager von Info Europa soll eine schnelle Warenverfügbarkeit sicherstellen, damit die Ware in der Regel innerhalb von 48 Stunden beim Kunden ist.

sie als Unternehmer wissen, wie sie ihr Geschäft am besten betreiben und deshalb keine Hilfe brauchen“, betonte Kral. „Wer Hilfe braucht, wird sich mit großer Wahrscheinlichkeit bei klassischen Kooperationen besser aufgehoben fühlen.“

Erste Schritte in Deutschland

Die Auflösung der europafoto Gruppe in Deutschland hat Kral sofort als Chance gesehen, denn Info Europa gehört zu den Gesellschaftern der europafoto GmbH. „Deshalb können wir die Marke nicht nur in den Niederlanden und unseren anderen operativen Gebieten, sondern auch in Deutschland nutzen“, stellte Kral fest. Um die Zusammenarbeit mit den Mitgliedern in Deutschland zu vereinfachen, gründete Kral die Info Deutschland GmbH und versicherte sich der Mitarbeit des ehemaligen europafoto Geschäftsführers Robby Kreft als weiterem Geschäftsführer. Kreft wiederum sieht nicht nur enttäuschte europafoto Mitglieder als Zielgruppe, sondern will allen Fotohändlern ein attraktives Angebot machen. Die Bedingungen für die Mitgliedschaft sind unabhängig von der Unternehmensgröße für alle gleich. Es wird eine Einlage von

15.000 Euro erwartet (in die Kooperation in den Niederlanden), die auch in Form von gutgeschriebenen Boni oder Gewinnanteilen aufgebaut werden kann. Zur Zeit brauchen neue Mitglieder aus Deutschland gar keine Einlage zu leisten, sondern können die Angebote von Info Deutschland bzw. Info Europa ein halbes Jahr lang ohne Kosten testen. „Bisher machen rund 50 Fotohändler aus Deutschland von diesem Angebot Gebrauch“, berichtete Kreft. „Sie profitieren nicht nur von der schnellen Warenverfügbarkeit, den transparenten Konditionen und der umfassenden Datenauswertung, sondern auch von den niedrigen Kosten. Denn bei Info Deutschland müssen sie weder für aufgeblähte Verwaltungen noch für üppige Aufwandsentschädigungen von Verwaltungsräten aufkommen.“

Zusammenarbeit mit Weltmarken

Das große Sortiment von Info Europa, das über Info Deutschland allen deutschen Mitgliedern zur Verfügung steht, umfasst sämtliche großen Weltmarken für Foto und Video. „Deshalb dürfen wir von den Niederlanden aus alle Marken, mit denen ein Händler einen Vertrag hat, direkt ausliefern“, betonte

Kreft. „In den Fällen, wo wir auch mit den deutschen Niederlassungen der Markenhersteller einen Vertrag haben, erstellen wir auf Wunsch gerne die Lager- und Verkaufsberichte für den Lieferanten.“ Noch bestehen solche Vereinbarungen aber nicht mit allen deutschen Niederlassungen großer Marken. „Einige der nationalen Geschäftsführer haben die Gesetze des europäischen Binnenmarktes offensichtlich noch nicht richtig verstanden“, kommentierte Stefan Kral diesen Sachverhalt. „Sie versuchen deshalb, ihre Vertriebsgebiete vor Lieferungen durch Unternehmen wie Info Europa abzuschotten, obwohl dies nicht mehr zeitgemäß ist.“ Einen psychologischen Effekt auf die Einzelhändler gesteht Kral diesem Verfahren allerdings zu. „Wir wissen, dass derzeit einige Händler noch nicht bei uns unterschrieben haben, weil sie die Schwierigkeiten mit den deutschen Vertriebsgesellschaften bestimmter Hersteller vermeiden wollen. Wir sind aber überzeugt davon, dass auch diese Händler ebenso wie die wichtigen Lieferanten mit der Zeit die Vorteile unseres Angebotes und unsere niedrigen Kosten schätzen werden. Da arbeitet nicht nur die Zeit, sondern auch der harte Wettbewerb für uns.“

Mit einem neuen Konzept bietet das Start-up Realtale führenden Herstellern die Möglichkeit, innovative Produkte in den 1A-Lagen großer Städte zu präsentieren. Dafür will das Unternehmen, an dem die Unternehmensgruppe Messe Berlin eine Minderheitsbeteiligung erworben hat, deutschlandweit erstklassig ausgestattete Multi-Brand-Stores eröffnen, in denen Konsumenten Neuheiten live erleben und fundierte Beratung erhalten können. Noch in diesem Jahr soll das erste Geschäft der neuen Art in Hannover eröffnet werden.

Neben eigenständigen Stores sind auch Shop-in-Shop Lösungen mit demselben Ausstellungs- und Verkaufskonzept geplant. Sie können auf Verkaufsflächen großflächiger Fachhändler, z. B. Euronics XXL oder expert Fachmärkten, platziert werden und sollen natürlich nur Produkte enthalten, die zum jeweiligen Sortiment passen.

„Realtale bricht mit den Gepflogenheiten des Einzelhandels“, erklärte Michael Volland, Geschäftsführer und einer der drei Gründer des Start-ups. „Statt Masse und Abverkauf stehen Präsentation und Produkterlebnis in lebensnahen Umgebungen im Vordergrund.“ Gerade Hersteller von Premiummarken suchten nach neuen Wegen, um ihre Produkte besser in Szene zu setzen, fügte Volland hinzu. „Mit den Multi-Brand-Stores schaffen

So will Realtale hochwertige Multi-Brand-Stores eröffnen

Innovationen in 1A-Lagen



Realtale Geschäftsführer Michael Volland: „Mit den Multi-Brand-Stores schaffen wir Orte, an denen die Konsumenten in entspannter Atmosphäre Neues entdecken, erleben und testen können.“

wir Orte, an denen die Konsumenten sich vorübergehend wie zuhause fühlen und in entspannter Atmosphäre Neues entdecken, erleben und testen können.“

Vom Startup bis zur Premiummarke

Neben ausgewählten Produkten von Premiummarken aus den Bereichen Smart Home, eMobility, Sport und Gesundheit, Haushalt, Gaming und Tech Gadgets sollen auch innovative Lösungen von Start-ups in den Multibrand-Stores Platz finden. In jedem Fall werden die Produkte lebensnah inszeniert und wechseln

regelmäßig, so dass Store-Besucher immer wieder Neues entdecken können. Ebenso wichtig ist die Beratung vor Ort durch gut ausgebildetes Personal. „Gerade für den Bereich Consumer Electronics ist das Format gut geeignet, da hier oftmals komplexe und neue Technologien erklärt und ganze Produkt-Ökosysteme vorgestellt werden können“, betonte Volland.

Innovatives Geschäftsmodell

Neue Wege will Realtale nicht nur mit seiner Strategie gehen, durch authentisches Storytelling Premiumprodukte bestmöglich zu inszenieren und damit Markenwerte aufzuladen; auch das Geschäftsmodell ist innovativ. Denn die Erträge sollen weniger aus Verkaufserlösen als vielmehr durch Platzierungseinnahmen und Marktforschung erzielt werden. „Wir übernehmen für die Hersteller die Funktion eines Markenbotschafters und generieren durch unterschiedliche Maßnahmen und technische Lösungen relevante Insights zum Informationsverhalten am PoS und zu den Bedürfnissen und Meinungen der Konsumenten“, erklärt Volland. Und auch wenn man in bestimmten Fällen die Produkte in den Stores erwerben kann, soll die Vertriebsstrategie des Herstellers nicht konterkariert werden. Das bedeutet, dass das Personal in den Stores die

Unternehmen

Interessenten auf Wunsch des Lieferanten auch gerne an den örtlichen Fachhandel verweisen.

Messe Berlin hält Minderheitsbeteiligung

Eine Minderheitsbeteiligung an der Realtale GmbH wird von der Unternehmensgruppe Messe Berlin gehalten. „Wir engagieren uns bei Realtale, um unsere Wertschöpfungskette zu erweitern“, erläuterte IFA Executive Director Jens Heithecker das Investment. „Auf der Consumer-Tech Messe IFA bieten wir unseren Ausstellern jedes Jahr einen weltweit beachteten Showroom für ihre Premiumprodukte, der im B2B-Bereich globale Beachtung findet. Mit den Realtale-Stores setzen wir auf eine dauerhaft zugängliche Plattform im B2C-Bereich, die Premiummarken ein auf ihre Bedürfnisse abgestimmtes Umfeld bietet.“

Ergänzung zum Einzelhandel

Für die Hersteller soll Realtale eine gute Ergänzung zum Einzelhandel sowie eine wirtschaftlichere und flexiblere Alternative zum eigenen Marken-Showroom bieten. „Wir gehen davon aus, dass sich der große Teil der Hersteller keine eigenen Showrooms leisten will oder kann; deshalb sehen wir ein großes Potenzial in unserem Geschäftsmodell“, erklärte Volland. „Daher bieten wir auch das Konzept des Shop-in-Shops. Hier sind die Marken und Produkte auf Zielgruppen der Handelspartner abgestimmt und exklusiv inszeniert.“ In jedem Fall sollen aber die erlebnisorientierte Präsentation, das Ausprobieren und eine fundierte Kundenberatung in Wohlfühlatmosphäre im Vordergrund stehen. Auf der IFA stellt Realtale auf Stand 226 in Halle 26 aus.

The Professional Imaging Conference (tPIC) Know-how und Networking für Profis

Im Rahmen der von Eye-Em Mobile organisierten Berlin Photo Week, die vom 9. bis 13. Oktober in der Bundeshauptstadt stattfindet, hat ein neues Konferenzformat für Profis Premiere: The Professional Imaging Conference (tPIC) soll am 11. und 12. Oktober zum Treff-



punkt für ambitionierte und professionelle Fotografinnen und Fotografen werden, um mit einem umfassenden Programm auf drei Bühnen gleich vom Start weg die größte Konferenz für Fotografen in Deutschland zu werden.

Die von Imaging Media House organisierte tPIC soll ein breites Themenspektrum abdecken. Auf den Bühnen kommen international tätige Profi-Fotografen und Marketingexperten ebenso zu Wort wie Fachanwälte, Kreativdirektoren und Fotojournalisten. Insgesamt stehen an den zwei Tagen in bis zu drei parallel laufenden Tracks 40 Vorträge und Podiumsdiskussionen mit über 30 Referentinnen und Referenten auf dem Programm. Dabei soll deutlich werden, wie das Profi-Business von morgen aussieht, wo ungenutzte Potenziale liegen und wie sich Fotografen mit ihrem eigenen Business für die Zukunft besser aufstellen können.

Networking, Lernen und Weiterentwickeln

Zu den Höhepunkten des Programms zählt nach Einschätzung der Organisatoren der Vortrag von Profi-Fotograf und BFF-Vorstand J. Konrad Schmidt mit dem Titel „Die Überbewertung von Instagram und andere Fehler im System“. Silke Güldner, Coaching + Consulting für Fotografen, wird bei zwei Auftritten über „Sichtbarkeit & Digitale Strategien in der Berufsfotografie“ sowie „Verschenken oder Verkaufen? Honorargestaltung & Nutzungsrechtskalierung in der Jobpraxis“ sprechen. Michael Omori Kirchner, Marketing für kreative Unternehmer, stellt „aktuelle Erfolgsstrategien für Berufsfotografen“ vor, Sebastian Deubelli (Fachanwalt für Medien- und Urheberrecht) setzt sich in einer Diskussion unter dem Titel „Nieder mit der Werbekennzeichnung – ein aktueller Überblick, was wirklich (nicht) gekennzeichnet werden muss“ mit dem Gründer und CEO von BuzzBird, Felix Hummel, auseinander. Die Expeditionsfotografin/-filmerin und Canon-Ambassadorin Ulla Lohmann demonstriert unter der Überschrift „The art of storytelling“, wie aus Fotos packende Reportagen entstehen.

Neben den Vorträgen umfasst das Programm mehrere Networking-Sessions, Diskussionsrunden und die exklusive tPIC-Night zum geselligen Netzwerken. Im Rahmen der Berlin Photo Week finden zudem zahlreiche weitere Veranstaltungen wie Wettbewerbe, Portfolio-Reviews, Photo-Walks und der PIV Start-up-Day statt. Das komplette Programm und die Teilnahmebedingungen stehen auf www.tpic.de. Die erste tPIC-Konferenz wird durch namhafte Partner aus der Fotoindustrie unterstützt. Als Hauptsponsor wird sich Canon mit dem Canon-Professional-Service-Team, Sensorreinigung und einer exklusiven Beratung für Großformatdrucker in Szene setzen. Zudem sind Cewe, EyeEm, Fujifilm, Haufe-Lexware, KodakOne, Leica, Olympus, Panasonic, Sony, Tamron, und eventbrite dabei.



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

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

Kameras und Objektive von:

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

Sie sind Journalist?

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

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

Suche gebrauchte Minilabs

Tel: 0048 604 283868

Lowim@wp.pl

Ankauf – Verkauf

gebrauchter Fotogeräte,
 Minilabs und Laborgeräte.

Fotoservice Jungkunz

Tel. 0 89/6 51 99 75 • Fax 6 51 99 81
 Mobil 01 71/2 68 83 30

Fotogeschäft in
52064 Aachen zu verkaufen

Foto Beissel
Bahnhofstraße 10 • 52064 Aachen
Tel. 0157-58410157

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



Reparaturservice
 Herbert Geissler GmbH

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

Autorisierte Vertragswerkstatt

Canon
CPS.

Panasonic

Pioneer

SONY

Authorized Service Center

Sony Imaging

PRO
 SUPPORT

TAMRON

Anzeigenschluss für Kleinanzeigen
im imaging+foto-contact
Ausgabe 10/2019
ist der 16. September 2019.

Senden Sie uns einfach ein Fax an:

0 21 02/20 27 49 oder

eine E-Mail an: b.klumps@cat-verlag.de

Inserentenverzeichnis

Cewe	4. U.
Mitsubishi.....	2. U.
Photo+Medienforum Kiel.....	7
Personal- und Kleinanzeigen	3. U.

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und
 Imagingbranche

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

Thomas Blömer (verantwortlich),
 Barbara Klumps

Anzeigen:

Thomas Blömer (verantwortlich),
 Barbara Klumps
 Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
 Nr. 48 v. 1. Januar 2019

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klumps

Satz- und Repro:

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung
 und Urhebervermerk.

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

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen
 für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

imaging+foto-contact erscheint

zum 1. des Monats,

außer am 1. Januar und am 1. Juli.

Der Abonnementspreis beträgt:

Inland: 39,90 € jährlich

Ausland: 60,00 € jährlich

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1430-1121



Mehrfacher Gewinner des TIPA-Awards 2008/2018/2019

„Best Photo Print Service Worldwide“



Original CEWE FOTOBUCH
von Jörg Uhlenbrock
CEWE FOTOBUCH Kunde

Die schönsten Geschichten erzählt man mit CEWE.

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

cewe.de

mein
cewe fotobuch