

imaging + foto 3 2014

contact

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

Weltneuheit von Panasonic



Die Lumix GH4

- Erste DSLM für 4K Videos
- Schnelle Fotos mit neuer AF-Technologie
- WiFi/NFC

Sony – weitere Kamera-Neuheiten Schneller und länger

Sony kündigte auf der CP+ in Yokohama weitere neue Modelle an. Nach der kleinsten Alpha Systemkamera auf der CES kommt mit der Alpha 6000 nun auch die schnellste auf den Markt.

S. 14

Cewe – weitere Markenartikel „Die Erfolgsgeschichte übertragen“

Im vergangenen Jahr hat Cewe die Markenstrategie auf viele weitere Bildprodukte ausgeweitet. Wir sprachen mit Harald H. Pirwitz, Vorstand bei Cewe, über die Hintergründe.

S. 22

Fujifilm – Heimat des Fotopapiers Ein Besuch in der Produktionsstätte

Lohnt es sich, im Jahr 2014 über klassisches Fotopapier nachzudenken? Wer die Fujifilm Produktionsstätte im niederländischen Tilburg besucht, bekommt eine eindeutige Antwort: Auch hier setzt man auf Innovation.

S. 26

Europas
beliebtestes
Fotobuch

ab 7,95 €*



*Das abgebildete Produkt hat einen höheren Preis. Diesen entnehmen Sie bitte der Preisliste. Die Preise verstehen sich inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten.
Anbieter: CEWE Stiftung & Co. KGaA, Meerweg 30-32, 26133 Oldenburg

Mein
cewe fotobuch
Mein Leben

www.cewe.de

 **cewe**
BEST IN PRINT

Was bringt die neue Kamera-Generation?

Licht und Schatten

Nach der ersten Neuheiten-Runde auf der CES hat die Kamera-Industrie auf der japanischen CP+ noch einmal nachgelegt. Besonders die neue Kompaktkamera-Generation veranlasste den Photoindustrie-Verband dazu, eine Trendwende auf dem Kamera-Markt auszurufen (siehe S. 11 dieser Ausgabe). Das ist nach mehr als 18 Prozent Umsatzeinbruch im vierten Quartal 2013 eine mutige Aussage, die nicht von allen in der Branche geteilt wird.



Thomas Blömer, Verleger

Der Smartphone-Effekt hat die Kamera-Industrie motiviert, geradezu krampfhaft nach Merkmalen zu suchen, die ihre Produkte von den kleinen Alleskönnern unterscheiden, die bekanntlich fast jeder ständig dabei hat. Im Systemkamera-Segment gelingt das: Schon mit Einstiegs-SLRs wie der Canon EOS 1200D oder der Nikon D3300 kann man zu einem vergleichsweise günstigen Preis Bilder machen, von denen Smartphone-Knipser nur träumen können. Und Systemkameras wie die Fujifilm X-T1, die Panasonic Lumix GH4 mit 4K Video, die Olympus

OM-D E-M10, die smarte Samsung NX70 und die rasant schnelle Sony Alpha 6000 legen die Messlatte in Sachen Bildqualität noch höher – und zwar bei Foto und Video.

So weit, so gut. Allerdings richten sich diese tollen neuen Systemkameras nur an eine begrenzte Zielgruppe von vielleicht 15 Prozent aller Konsumenten, nämlich die, die ambitioniert fotografieren wollen, sich für Technik und Ausstattung interessieren und deshalb auch gerne Geld dafür ausgeben.

Um die Nachfrage auf dem Kameramarkt spürbar zu beleben, kommt man allerdings ohne die restlichen 85 Prozent nicht aus. Für die bieten die neuen Kompaktkameras leider wenig Gründe, das Smartphone aus der Hand zu legen, wenn sie nicht gerade tauchen, bergsteigen oder mit der Kamera werfen wollen. Oder glaubt wirklich jemand, dass man mit geradezu lächerlichen Telebrennweiten von bis zu 1.550 mm (optisch) oder gar 5.450 mm (digital) eine Trendwende herbeiführen und, wie es der Photoindustrie-Verband ausdrückt, „ein rückläufiges Segment zum Wachstumsmotor machen“

kann? Natürlich unterscheiden sich diese Superzoomer tatsächlich von Smartphones, aber vor allem dadurch, dass man mit ihnen viel einfacher furchtbar verwackelte Bilder aufnehmen kann als mit jedem Handy. Verbieten Sie bitte Ihren Verkäuferinnen und Verkäufern, ein solches Ding zu verkaufen, ohne wenigstens ein Stativ dazupacken.

Auf der DIMA-Konferenz vor der CES in Las Vegas wurde die Frage diskutiert, wie sich in Zukunft „echte“ Kameras von Smartphones unterscheiden könnten. Darauf könnte man nachdenklich mit einer Gegenfrage antworten: Warum sollen sich eigentlich Kameras von Smartphones unterscheiden? Weil die Konsumenten das wollen oder weil die Kamera-Industrie und womöglich der Fotohandel das gerne hätten?

Ein Blick auf den Markt zeigt: Die Konsumenten kaufen mit Begeisterung Smartphones, aber leider immer weniger Kameras, die sich von ihnen unterscheiden. Es wäre schön, wenn die Entwicklungsingenieure der Kamera-Hersteller einmal (oder besser mehrmals) über diese Realität nachdenken und die richtigen Schlüsse daraus ziehen würden. Noch schöner wäre es, wenn der Fotohandel die Ergebnisse dieses Nachdenkens auf der photokina im September sehen und im Weihnachtsgeschäft verkaufen könnte.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Die Lumix GH4 nimmt 4K Videos auf – Weltneuheit von Panasonic 8

Editorial

Was bringt die neue Kamera-Generation? – Licht und Schatten 3

Wichtiges aus foto-contact.de . 6, 11, 30

Neuheiten

Die Lumix GH4 nimmt 4K Videos auf – Weltneuheit von Panasonic 8

Weitere Kamera-Neuheiten von Sony – Schneller und länger 14

Die neue Coolpix Generation – Auch Nikon zoomt lang 16

Neues PowerShot Flaggschiff, SLR mit „Begleiter-App“ – Canon im Frühling 18

Sigma dp Kameras mit neuem Foveon X3 Sensor – Feines Trio 21

Viertes Optimal-Event in Würzburg – Nicht nur für Mitglieder

Das vierte Optimal Event findet am 30. März wieder als Branchenmesse in Würzburg statt. An der gewohnten Stelle im ausgebuchten Vogel

Convention Center stellen knapp 60 Hersteller und Dienstleister von 9.30 Uhr bis 17.00 Uhr ihre aktuellen Sortimente aus. Wie bisher steht die Veranstaltung nicht nur für

Mitglieder, sondern für alle an Optimal Foto interessierten Fotohändler und Profi-Fotografen offen. [Seite 25](#)



HANDEL

Die Lumix GH4 nimmt 4K Videos auf – Weltneuheit von Panasonic



Mit der neuen Lumix DMC-GH4 hat Panasonic auf der japanischen Fotomesse CP+ die erste spiegellose Systemkamera der Welt vorgestellt, die Videos in der neuen Auflösung 4K aufnimmt. Auch beim Fotografieren zeigt das mit WiFi/NFC ausgestattete Modell ein beeindruckendes Leistungsprofil. Denn durch die für 4K nötige Rechenpower und eine neue AF-Technologie ist die Kamera ausgesprochen schnell. [Seite 8](#)

ZUM TITELBILD

Weitere Kamera-Neuheiten von Sony – Schneller und länger

Sony kündigte auf der CP+ in Yokohama weitere neue Modelle an. Nach der kleinsten Alpha Systemkamera auf der CES kommt jetzt mit der Alpha 6000 die schnellste. Unter



den sechs neuen Kompakten sticht die Cyber-shot H400 mit einer Brennweite von (KB) 1.550 mm (in Worten: eintausendfünfhundertfünfzig) im wahrsten Sinne des Wortes heraus. [Seite 14](#)

Neues PowerShot Flaggschiff, SLR mit „Begleiter-App“ – Canon im Frühling

Das Frühlingssortiment von Canon kommt ohne Aufregung daher. Für Einsteiger gibt es die neue Spiegelreflex EOS 1200D mit App, für Ambitionierte das neue PowerShot Flaggschiff Canon PowerShot G1 X Mark II mit – so



Canon – DSLR-Leistung. Dazu kommen eine Handvoll Kompakte und ein robustes Allwetter-Modell, mit dem man auch tauchen kann. [Seite 18](#)

NEUHEITEN

Sigma dp Kameras mit neuem Foveon X3 Sensor – Feines Trio



Sigma stellte auf der CP+, die am 13. Februar im japanischen Yokohama begann, drei neue Kompaktkameras mit Festbrennweite vor. In ihnen steckt die neue Generation „Quattro“ des einzigartigen Foveon X3 Direktbildsensors, der in seinem Aufbau dem klassischen Farbfilm ähnelt. Ihren einzigartigen Charakter unterstreichen die neuen Sigma dp Kompaktkameras auch durch ihr ungewöhnliches Design. [Seite 21](#)

Interview mit Harald H. Pirwitz, Cewe Vorstand



Als Cewe im Jahr 2005 das Cewe Fotobuch auf den Markt brachte, war das der erste Markenartikel in der Unternehmensgeschichte. Der Einstieg in die direkte Ansprache der Konsumenten mit einer eigenen Marke erwies sich als goldrichtige Entscheidung: Das Cewe

Fotobuch wurde in kurzer Zeit zum meistverkauften Bildprodukt in Europa. Im vergangenen Jahr hat Cewe die Markenstrategie auf weitere Bildprodukte wie Wanddekorationen, Grußkarten und Kalender ausgeweitet. imaging+foto-contact hat mit Harald H. Pirwitz, Vorstand bei Cewe, über die Hintergründe gesprochen. **Seite 22**

Olympus OM-D: Photography Playground – Zweite Runde



Nach dem großen Erfolg des Olympus OM-D: Photography Playgrounds, der 2013 in den Berliner Opernwerkstätten mehr als 27.000 Besucher verzeichnete, geht das außergewöhnliche Projekt jetzt in die zweite Runde. Dabei steht die neue Systemkamera OM-D E-M10 im Mittelpunkt. Zunächst können Besucher des OM-D: Photography Playground Ateliers Hamburg vom 7.3. bis 4.4.2014 in der Lilienstraße 5–9 auf einer Gesamtfläche von ca. 1.000 qm fotografisch neue Welten erobern. Ab dem 10.4.2014 findet der OM-D: Photography Playground wieder in den Berliner Opernwerkstätten statt. **Seite 12**

Ab dem 10.4.2014 findet der OM-D: Photography Playground wieder in den Berliner Opernwerkstätten statt. **Seite 12**

Fujifilm Produktionsstätte Tilburg – Die Heimat des Fotopapiers



Lohnt es sich, im Jahr 2014 über klassisches Fotopapier nachzudenken? Wer die Fujifilm Produktionsstätte im niederländischen Tilburg besucht, bekommt

eine eindeutige Antwort. Denn dort befindet sich nicht nur eine der größten Produktionsstätten der Fujifilm Gruppe außerhalb Japans, sondern auch das Herz des weltweiten Fotopapier-Geschäfts. Auch bei diesem traditionellen Material setzen die Verantwortlichen auf Innovation. Die Fujifilm Manufacturing Europe B.V. in Tilburg wurde 1982 gegründet, seit 1984 wird hier Fotopapier hergestellt. 1988 kam eine Fabrik für Filme hinzu, die 2007 geschlossen und in eine Teststätte für neue Produkte und Technologien umgewandelt wurde. **Seite 26**

INTERVIEW

UNTERNEHMEN

Unternehmen

Olympus setzt OM-D: Photography Playground fort – Zweite Runde **12**

Ein Besuch in der Fujifilm Produktionsstätte Tilburg – Die Heimat des Fotopapiers **26**

Interview

Weitere Cewe Bildprodukte als Markenartikel – „Die Erfolgsgeschichte“ **22**

Handel

Viertes Optimal-Event in Würzburg – Nicht nur für Mitglieder **25**

Impressum **30**

Klein- und Personalanzeigen **31**



Immer aktuell:
www.foto-contact.de

Fotomarkt verliert 18 Prozent im vierten Quartal 2013

Die deutschen Konsumenten haben von Oktober bis Dezember 2013 knapp 15,9 Milliarden Euro für technische Gebrauchsgüter ausgegeben, 3,2 Prozent weniger als im letzten Quartal 2012. Das ergibt sich aus der Marktstudie GfK Temax Deutschland. Über das gesamte Jahr 2013 verzeichnete der Technikmarkt einen Umsatz von 54,4 Milliarden Euro, 2,2 Prozent weniger als im Vorjahr. Vor allem die Anbieter von Fotoprodukten und Unterhaltungselektronik mussten erhebliche Einbußen hinnehmen.

Im Fotomarkt führte die wachsende Popularität von Smartphones im vierten Quartal 2013 zu einem Umsatzeinbruch von 18 Prozent auf 659 Millionen Euro. Im Gesamtjahr 2013 lag dieser Bereich um 9,3 Prozent hinter dem Vorjahresergebnis. Von der negativen Entwicklung besonders betroffen waren Kompaktkameras mit einfacher Ausstattung. Dagegen beobachtete die GfK Zuwächse bei Systemkameras und hochwertigen Kompaktkameras.

Der negative Trend im Bereich Unterhaltungselektronik schwächte sich im vierten Quartal etwas ab. Mit 2,7 Milliarden Euro wurden aber 10,2 Prozent weniger umgesetzt als im Vorjahresquartal. Der Umsatz im Gesamtjahr betrug 8,7 Milliarden Euro, ein Minus von 16,8 Prozent. Trotz schwacher Nachfrage blieben Fernsehgeräte auch 2013 die bedeutendste Warengruppe in der Unterhaltungselektronik. Nachgefragt wurden vor allem Geräte mit größeren Bildschirmen, 3D-Funktionen und Internet-Fähigkeiten. Die Nutzung von Video-on-Demand-Diensten und Internet-Videoportalen nimmt zu. Neue Trends, wie zum Beispiel Ultra HD, tauchten im Weihnachtsgeschäft 2013 erstmals auf und sollen in Zukunft eine wichtigere Rolle spielen.

Wachstumsspitzenreiter der vom GfK Temax Deutschland beobachteten Sektoren war die Telekommunikation. Hier lagen die Umsätze im Jahr 2013 bei rund 9,1 Milliarden Euro und damit 12,8 Pro-



Thomas Nedder löst am 1. Februar Martin Winkler als Country Head von Sony Deutschland ab.

Neuer Country Head bei Sony Deutschland

Thomas Nedder (49), bisher Vice President von Sony Semiconductor & Electronic Solutions Europe (SES), hat am 1. Februar Martin Winkler als Country Head von Sony Deutschland abgelöst. Winkler wird in der europäischen Sony Organisation eine neue Führungsrolle einnehmen, aber zuvor ein längerfristig geplantes, mehrmonatiges Sabbatical nehmen.

Thomas Nedder ist seit 2006 im Konzern tätig und konnte seitdem verschiedene wichtige Geschäftsbereiche erfolgreich führen und gestalten. Er gründete 2006 die Sony Optiarc Europe GmbH in München und leitete dort das Geschäft für optische Laufwerke und Speicherlösungen. Seit 2011 verantwortet er das Semiconductor und Electronic Solutions (SES) Geschäft für EMEA. Dazu gehören unter anderem Image Sensoren, Batterien, Energy Storage Produkte und Lösungen sowie Komponenten für die Automobilindustrie.

Winkler, der 2004 in den Sony-Konzern eintrat, leitete seit 2009 den Consumer Bereich von Sony Deutschland und übernahm Anfang 2012 die Geschäfte als Country Head von Sony Deutschland.

zent über dem Vorjahr. Im vierten Quartal 2013 ließ die Wachstumsdynamik zwar etwas nach, bescherte der Branche aber immer noch ein Umsatzplus von 5,7 Prozent. Bei den Smartphones wuchs der Anteil von Premium-Geräten mit Displaygrößen von 5 Zoll und mehr, am meisten gefragt ist aber nach wie vor die Klasse von 4 bis 4,5 Zoll.

di support expandiert nach UK

di support GmbH, das Software-Unternehmen aus Eschborn, hat eine eigene Niederlassung in Großbritannien eröffnet, um seinen Wachstumskurs fortzusetzen. So konnte der Marktanteil des mehrfach ausgezeichneten Unternehmens im Bereich Foto-Kiosk-Systeme in Europa auf 19 Prozent erhöht werden. Sämtliche Softwareprodukte werden weiterhin zentral am Stammsitz des Unternehmens in Eschborn bei Frankfurt am Main entwickelt. Die di support UK Ltd. hat das primäre Ziel, die Produkte in Großbritannien (England, Wales, Schottland und Irland) bekannt zu machen sowie deren Absatz zu fördern.

Ralph Naruhn, Group CEO: „Wir freuen uns sehr, die Expansion unseres Geschäfts nach Großbritannien bekannt geben zu können. Wir glauben fest daran, unserem Vertrieb dort ein innovatives und erfolgreiches Produktportfolio an die Hand geben zu können, welches die lokalen Bedürfnisse optimal erfüllen kann. Unsere innovativen Lösungen und Services werden auch britische Händler bei der Weiterentwicklung erfolgreicher und zeitgemäßer Fotoservices unterstützen.“

Für das Management der di support UK Ltd. wurden erfahrene Manager mit jahrzehntelanger Branchenerfahrung gewonnen: Sales Director Dave Cowlshaw arbeitete 16 Jahre erfolgreich bei Kodak und Sony und besetzte zuletzt die Position „Head of European Business Development“ bei Sony Professional. Marketing Director Gary Andrews sammelte 15 Jahre B2B-Erfahrung im Produkt Marketing bei Fujifilm, Sony und DNP. Bei Sony war er maßgeblich für die erfolgreiche Einführung des Sony SnapLabs verantwortlich. Pete Bennett, Operations Director, arbeitete bei der führenden britischen Drogeriemarktkette Boots, danach viele Jahre in verschiedenen Senior Management Positionen bei der Firma Fujifilm, wo er zuletzt Director „Strategic Business Unit Head“ war.

SONY



Objektiv betrachtet ein Allroundtalent

Perfekte Bilder und Videos aus jeder Entfernung dank konstant lichtstarkem F2,8 Carl Zeiss Objektiv und großem 1,0" Exmor R Sensor.

Die neue Cyber-shot **RX10** von Sony.



12/2013



"Die RX10 belegt ihre Qualitäten als zoomstarker DSLR-Ersatz. Das durchgehend lichtstarke Objektiv, die sehr gute Bildqualität und die tolle Ausstattung spielen zweifellos in der Oberklasse."

CHIP Online



sony.de/rx10

Die Lumix GH4 nimmt 4K Videos auf

Weltneuheit von Panasonic

Mit der neuen Lumix DMC-GH4 hat Panasonic auf der japanischen Fotomesse CP+ die erste spiegellose Systemkamera der Welt vorgestellt, die Videos in der neuen Auflösung 4K aufnimmt. Auch beim Fotografieren zeigt das mit WiFi/NFC ausgestattete Modell ein beeindruckendes Leistungsprofil. Denn durch die für 4K nötige Rechenpower und eine neue AF-Technologie ist die Kamera ausgesprochen schnell.

Die Lumix GH4 ist für die Erstellung von nativen Video-Inhalten sowohl im Kino-Format Cinema 4 K (4.096 x 2.160/24 B/s) als auch für UHD-TV (QFHD 4 K: 3.840 x 2.160/bis zu 30 B/s) im MOV/MP4-Format geeignet und so ausgestattet, dass sie sich auch für professionelle und kommerzielle Produktionen eignet. Für die schnelle Verarbeitung der gigantischen Datenmengen beim 4K Videofilmen hat Panasonic den Venus Engine Bildprozessor der neuen Kamera mit einem Vier-Kern-Prozessor (Quad-Core-CPU) aufgerüstet. Damit wird die reibungslose Aufnahme und Übertragung von 4K Videos möglich; sie können sogar während der Aufnahme in Echtzeit mit 4:2:2/8-Bit*2-Abtastung über ein optionales micro-HDMI-Kabel an einen externen Moni-

tor oder eine externe Festplatte übertragen werden; allerdings erfolgt in diesem Falle keine Abspeicherung auf der SD-Karte.

Für die Übertragung der Videobilder in professionellen oder industriellen Umgebungen bietet Panasonic die neue Schnittstelleneinheit DMW-YAGH an. Die vier parallelen Full-HD(4:2:2/10-Bit) SDI-Ausgänge können auch für 4K (4/10-Bit) genutzt werden, ein Timecode-Anschluss sorgt für Synchronisation bei Aufnahmen mit mehreren Kameras. Die XLR-Eingänge (2ch) eignen sich zum Anschluss von Line- oder Kondensator-Mikrofonen, wobei die rechten und linken Kanäle mit Hilfe einer LED-Anzeige auf der Rückseite des Geräts überwacht und gesteuert werden können. Das Modul wird über



Die Lumix GH4 ist die erste spiegellose Systemkamera der Welt, die Videos in der neuen Auflösung 4K aufnimmt.

einen 12V-Gleichstrom-Eingang betreiben und versorgt gleichzeitig auch die GH4 mit Strom.

Auch Videos mit variabler Bildrate VFR (Variable Frame Rate) für Zeitlupen-/Zeitraffereffekt, z. B. 96 B/s oder 4x in Full-HD, sowie Stop-Motion-Animationen können mit der GH4 direkt bei dem Filmen ohne nachträgliche Bearbeitung erzeugt werden. Die Kamera nimmt natürlich auch Full-HD-Videos auf – und zwar mit besonders hohen Bitraten von 200 Mb/s (ALL-Intra) oder 100 Mb/s (IPB). Dabei stehen die Dateiformate MOV, MP4, AVCHD und AVCHD Progressive mit verschiedenen Bildraten zur Verfügung. Für den glo-

balen Einsatz können professionelle Anwender nach Bedarf die Systemfrequenzen 59,94 Hz (23.98Hz), 50.00Hz oder 24.00Hz einsetzen.

Für die zuverlässige Aufzeichnung von hochauflösenden 4K-Videos nutzt die GH4 SD-Speicherkarten der neuen UHS Speed Klasse 3 (U3). Diese Norm garantiert eine konstante minimale Schreibgeschwindigkeit von 30 MB/s, wie sie für 4K-Videoaufnahmen erforderlich ist.



Schnelle Fotos

Der schnelle Bildprozessor spielt seine Leistung auch beim Fotografieren aus. So nimmt die mit einem neu entwickelten 16,05 Megapixel Digital Live MOS-Sensor ausgestattete Lumix GH4 bis zu 40 (RAW) bzw. 100 (JPG) Serienbilder hintereinander mit einer Geschwindigkeit von bis zu 12 Bildern/s bzw. 7 Bildern/s (mit Schärfenachführung) auf. Der „Rolling-Shutter“-Effekt bei Foto- und Videoaufzeichnungen mit elektronischem Verschluss wird deutlich reduziert. Effektive Rauschunterdrückung macht erweiterte Empfindlichkeiten von ISO 100 (neu) bis zu ISO 25.600 möglich. Die Bildqualität wird durch Verbesserungen bei Empfindlichkeit, Gradation, Auflösung und Farbwiedergabe nochmals gesteigert.

Darüber hinaus konnte durch die sorgfältige Abstimmung der Kombination von neuem Sensor-Design, neuem Bildprozessor und neuem Tiefpass-Filter

die Auflösungsgrenze ohne Störungen durch Moirée-Effekte um mehr als 5 Prozent erhöht werden. Ein neuer Blenden-Filter erweitert zudem die Kontrolle über einen größeren Frequenzbereich. Er variiert die Schärfe je nach Frequenzbereich, was für einen räumlicheren Bildeindruck sorgt.

Neue AF-Technologie

Das Kontrast-AF-System der Lumix GH4 hat Panasonic durch die Integration der Panasonic DFD (Depth from Defocus)-Technologie weiter beschleunigt. Damit wird u. a. die Reaktionszeit des Ultra High-Speed-AF auf ca. 0,07 Sekunden verkürzt. Durch die neue Gesichts-/Augenerkennung und den 49-Punkt-AF mit benutzerdefiniertem Multi-AF-Modus werden zudem die Sicherheit und der Komfort beim Scharfstellen verbessert. Eine Fokus-Peaking-Funktion erleichtert das präzise Festlegen des Schärfepunkts.

Die Lumix GH4 ist mit einem neu entwickelten elektronischen OLED-Sucher mit 2.359.000 Bildpunkten ausgestattet, der einen besonders hohen Kon-

trast von 10.000:1, 100 % Bildabdeckung im 16:9-Format und einen Vergrößerungsfaktor von 0,67x bietet. Dazu kommt der dreh- und schwenkbare Rückseiten-OLED-Monitor mit 1.036.000 Bildpunkten mit 100 % Bildabdeckung im 3:2-Format. Die reaktionsschnellen Highspeed-OLEDs von Sucher und Monitor bieten auch bei Schwenks und Motiven, die sich schnell bewegen, eine hohe Schärfe.

Robust und netzwerkfähig

Mit der Lumix GH4 will Panasonic die Lücke zwischen Consumer- und Profivideokameras schließen. Der vordere und hintere Rahmen des robusten Gehäuses besteht jeweils aus einer Magnesium-Druckguss-Legierung, Abdichtungen an allen Naht- und Verbindungsstellen schützen die Kamera vor dem Eindringen von Wasser und Staub. Die neu entwickelte Verschlusseinheit mit einer kürzesten Zeit von 1/8.000s ist auf eine Haltbarkeit von ca. 200.000 Auslösungen ausgelegt.



Für die Übertragung der Videobilder in professionellen oder industriellen Umgebungen: Die neue Schnittstelleneinheit DMV-YAGH mit vier parallelen FullHD (4:2:2/10-Bit) SDI-Ausgängen kann auch für 4K (4/10-Bit) genutzt werden.



Neuheiten

Mit WiFi und NFC-Technologie bietet die GH4 komfortable Netzwerk-Funktionen. Die Panasonic „Image App“ macht die Bildkontrolle und Fernbedienung bei Foto- und Videoaufnahmen mit iOS- und Android-Smartphones und Tablets möglich, z. B. das Aus-

lösen, Zoomen, Fokussieren, das Einstellen von Verschlusszeit, Blende und Belichtungskorrektur sowie das Betrachten und Teilen von Bildern. Auch Geo-Tags vom Smartphone lassen sich nach der Aufnahme in der Bilddatei speichern. Bei Smartphones

und Tablets ohne NFC-Funktion kann die Verbindung durch einfaches Abscannen eines QR-Codes auf dem Kamera-Monitor hergestellt werden. Der Preis der neuen Kamera und ihr Einführungsdatum stehen noch nicht fest.

Kompetenz für 4K UHD

Panasonic ist eines der wenigen Unternehmen, die bei 4K UHD die gesamte Wertschöpfungskette mit eigenen Technologien darstellen können. Der TV-Standard UHD setzt mit einer Auflösung von 3.840 x 2.160 Bildpunkten (viermal so viel wie bei Full-HD) tatsächlich neue Maßstäbe bei der Wiedergabe von Fotos und Filmen auf Bildschirmen. 4K und UHD hängen zwar zusammen, sind aber nicht identisch: 4K (mit einer Auflösung von 4.096 x 2.160 bezeichnet das Aufnahmeformat für's Kino, UHD ist der Wiedergabestandard für's Fernsehen.

Alle wichtigen TV-Hersteller haben bereits UHD Fernseher auf den Markt gebracht, was aber noch weitgehend fehlt, sind Inhalte, die in hohen Auflösungen produziert wurden. Das wird sich aber bald ändern, denn die Entwicklung von Standards für die Aufnahme und für die Übertragung und Codierung von 4K UHD Programmen wird mit Hochdruck vorangetrieben. In den USA bieten Video on Demand-Dienste wie Netflix bereits UHD Filme an, in Europa ist im 2. Quartal dieses Jahres mit den ersten Programmen zu rechnen.

Bereits auf der IFA 2013 machte Panasonic mit dem Smart Viera WT600 TV den Anspruch deutlich, sich bei der Entwicklung von 4K UHD an die Spitze zu setzen. Denn dieses Gerät unterstützt mit einem 50&60p Eingang die Übertragung von 4K Signalen mit bis zu 60 Vollbildern pro Sekunde und ist auch für den professionellen Einsatz in Filmstudios interessant. Der Fernseher ermöglicht auch die brillante Wiedergabe von hochauflösenden Fotos, die per 4K Swipe & Share drahtlos vom Mobiltelefon oder Tablet übertragen werden können.

Auf der CES 2014 präsentierte Panasonic eigene 4K Lösungen, von der Aufnahme über die Übertragung bis zur Wiedergabe. So lässt sich der 4K Kamera-recorder für kommerzielle Anwendungen drahtlos mit dem 31 Zoll 4K-Monitor kombinieren, um nicht nur bei Sendeanstalten und in Studios, sondern auch bei der Produktion von 4K Kinomaterial eingesetzt zu werden. Für die Übertragung der riesigen 4K UHD Dateien kündigte

Panasonic einen Video-Codec an, der die internationalen HEVC Standard-Spezifikationen unterstützt, aber nur 5 Prozent der Prozesszeiten von Standard-Encodern benötigt und dabei eine gleiche oder gar bessere Bildqualität liefert. Zudem demonstrierte Panasonic auf der CES mit neuen Produkt-Konzepten die Möglichkeiten, die 4K UHD über das Wohnzimmer oder den Kinosaal hinaus bietet. So zeigte das Unternehmen mit 4K Ultra-breitbild, wie drei UHD-Bildschirme so miteinander verbunden werden, dass sie imposante Panoramen mit einer Gesamtauflösung von 12K x 12K wiedergeben. So werden interessante Perspektiven möglich, zum Beispiel für die Sportanalyse, aber auch für moderne Sicherheitssysteme. Auch Beispiele für den Einsatz von UHD Displays im Einzelhandel wurden gezeigt.

Der Prototyp eines von Panasonic entwickelten 4K-kompatiblen Projektors beeindruckte durch eine besonders scharfe Bildwiedergabe auf großen Leinwänden.

Bereits in der zweiten Generation befinden sich die 4K Tablet-Computer von Panasonic. Das auf der CES präsentierte Modell mit 20-Zoll-Display ist mit einem Intel Core i/vPro Hochleistungs-CPU ausgestattet und nicht nur für 3D CAD Anwendungen geeignet, sondern auch für Profifotografen, die vor Ort ihre Bilder im Detail kontrollieren wollen.



Mit dem Smart Viera WT600 stellte Panasonic schon auf der IFA 2013 einen UHD Fernseher vor, der die Übertragung von 4K Signalen mit bis zu 60 Vollbildern pro Sekunde unterstützt.

Leistungsstarke Gesamtlösungen für den Einzelhandel

Unsere jahrelange Erfahrung, der Einsatz von innovativer und bedienerfreundlicher Software sowie geprüfte Hardware-Komponenten bieten ein Höchstmaß an Bedienkomfort und Zuverlässigkeit. Vom Fotokiosk bis hin zur mitwachsenden Image Center Lösung.



Drylab

Ein flexibles System, das mit Ihrem Geschäft wächst.

Für Einzelhandelsflächen mit mittlerem bis hohem Printvolumen ist das Image Center-Konzept die perfekte Lösung: Auf Basis des Kiosksystems wurde ein sogenanntes Drylab entwickelt, welches sich modular von zwei bis acht Drucker-einheiten ausbauen lässt.



Kiosk

Der Klassiker für das Bildergeschäft von heute.

Dank dem modernen und intuitiv bedienbaren Kiosk mit 19" Touch Terminal und der installierten Kiosk Software G5 können in nur wenigen Schritten Fotoabzüge, Gruß- und Postkarten, Fotokalender sowie Archiv-CDs und -DVDs zur sofortigen Mitnahme angeboten werden.

imacro GmbH • Am Weisenheimer Weg 1 • 67136 Fußgönheim • Telefon 06237-4183670



Photoindustrie-Verband: „Auferstanden zu neuen Höhenflügen“

Die Marktveränderungen im Bereich der Kompaktkameras zeigen, dass dieses Segment keineswegs out ist. Das meldete jetzt der Photoindustrie-Verband. Der Verbraucher stelle andere, nämlich gehobene Ansprüche, damit die kreative Fotografie für ihn erlebbar sei und er seine individuellen Bildvorstellungen verwirklichen könne, heißt es in einer Pressemitteilung. Die Kameraindustrie sei dementsprechend mit einer Produktoffensive im Bereich der Kompaktkameras in das Jahr 2014 gestartet.

„Die Nachfrage nach diesen Produkten ist nach wie vor da“, so Christoph Thomas, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes, „aber eben nicht nach preiswerten Modellen für unter 100 Euro mit geringer Ausstattung. Neue Premium- und Luxusprodukte treten ins Rampenlicht, schaffen neue Trends und setzen verstärkte Nachfrageimpulse bei Verbrauchern.“ Exklusives Design, üppige Ausstattung, Netzwerkfähigkeit und höchste Bildqualität gepaart mit kompakter Baugröße und geringem Gewicht seien die Kriterien, mit denen die Kompaktkameras der Generation 2014 ein rückläufiges Segment zum Wachstumsmotor machen, betont der

Verband. Nahezu jeder der großen Kamerahersteller habe auf der gerade zu Ende gegangenen Foto- und Imagingmesse CP+ in Japan ein neues Flaggschiff in dieser Kategorie vorgestellt. Dabei seien die Produktkonzepte unterschiedlich.

„Kameras mit avantgardistischem Design mit ausgefallener, innovativer Formensprache stehen Modellen in klassischer Formgebung und Retro-Elementen gegenüber“, so der Photoindustrie-Verband. Direkte Bedienung über große hochauflösende, oftmals auch kipp- und klappbare Touchscreen-Monitore repräsentierten eine neue Auffassung von Ergonomie. Gleichzeitig zeige sich ein Trend zur gelernten und bewährten Bedienung über Hebel, Tasten und Schalter, bei der jedem Bedienelement in der Regel nur eine Funktion zugeordnet sei. Manche Kameramodelle böten sogar beide beziehungsweise eine kombinierte Form beider Bedienkonzepte an, hat der Verband festgestellt.

Der optische Sucher schein durch die moderneren, elektronischen Einrichtungen zur Wahl des Bildausschnitts ersetzt worden zu sein, hat der Photoindustrie-Verband beobachtet. Das liege sicherlich auch daran, dass die Auflösungen, Bildfrequenzen und Farbeigenschaften der neuen elektronischen Sucher drama-

tisch verbessert werden konnten, wird ergänzt.

Die Auflösung und Größe der Bildsensoren in den kompakten Premiummodellen sowie die Rechenleistung der verbauten Prozessoren entsprechen nach Ansicht des Verbandes den auch in DSLRs und Systemkameras zu findenden Modulen. „Auch in der Ausstattung kann sich diese neue Kompaktgeneration mit professionellen Kameras messen. Trotz ihrer sehr oft deutlich geringeren Maße muss der Fotograf auf keine der aktuellen Funktionen oder der jüngsten Technologien verzichten“, so Christoph Thomas. GPS zur Ortsbestimmung und zum Festhalten der Geodaten in der Bilddatei gehörten ebenso zur Ausstattung wie WLAN, NFC oder WiFi zur kabellosen Datenübertragung oder zur Steuerung der Kameras über Smartphone und Tablets.

Die Professionalität dieser neu belebten Kameraklasse werde von manchen Herstellern durch ein besonders robustes, in manchen Fällen auch spritzwasser- und staubgeschütztes Gehäuse unterstrichen, betont der Photoindustrie-Verband. Auch der Preis, der oftmals den von Mittelklasse DSLRs übersteigt, signalisiere, dass es sich hier um eine Premiumkategorie handle, „die sich auferstanden aus dem untersten Segment zu neuen Höhenflügen anschickt“.

Olympus setzt OM-D: Photography Playground fort Zweite Runde

Nach dem großen Erfolg des Olympus OM-D: Photography Playgrounds, der 2013 in den Berliner Opernwerkstätten mehr als 27.000 Besucher verzeichnete, geht das außergewöhnliche Projekt jetzt in die zweite Runde. Dabei steht die neue Systemkamera OM-D E-M10 im Mittelpunkt. Zunächst können Besucher des OM-D: Photography Playground Ateliers Hamburg vom 7.3. bis 4.4.2014 in der Lilienstraße 5–9 auf einer Gesamtfläche von ca. 1.000 qm fotografisch neue Welten erobern. Ab dem 10.4.2014 findet der OM-D: Photography Playground wieder in den Berliner Opernwerkstätten statt.

Das OM-D: Photography Playground Atelier in Hamburg lädt die Besucher ein, mit der Olympus OM-D E-M10 zu experimentieren sowie Kunst und Fotografie neu zu entdecken. Mit dem Blick durch die Kamera verschmelzen begehbare, dreidimensionale Räume zu flächigen Mustern, Dimensionen verschieben sich, Sehgewohnheiten und Raumerlebnisse werden spielerisch hinterfragt.

Künstlerisches Highlight im Atelier ist eine Installation, die der junge Berliner Künstler Clemens Behr für die zweite Auflage des OM-D: Photography Playgrounds in den Berliner Opernwerkstät-



Ab 7. März in Hamburg geöffnet: das OM-D: Photography Playground Atelier

ten entwickeln wird. Besucher können beobachten, wie eine einzigartige Komposition aus geometrischen, teilweise beweglichen, teilweise sich spiegelnden Formen, Materialien und Farben mit immer neuen Perspektiven entsteht.

Kreative Foto-Settings laden die Besucher ein, sich selbst in Szene zu setzen und mit der OM-D E-M10 zu fotografieren: Das „Infinity-Island“ des irischen Künstlers Maser ermöglicht durch das Zusammenspiel von begehbaren Ebenen und streng geometrischen, grafischen Motiven einen geradezu sinnestäuschenden Umgang mit der eigenen Raumwahrnehmung. Eine grafische Welt mit dreidimensionalen Objekten, die nach Lust und Laune für das eigene Foto arrangiert werden können, präsentiert das farbenfrohe Szenario „Interactive Sculpture“ von flora&faunavisions. Sven Meyer, den viele aus der Ausstellung in den Berliner Opernwerkstätten kennen, entführt in neue



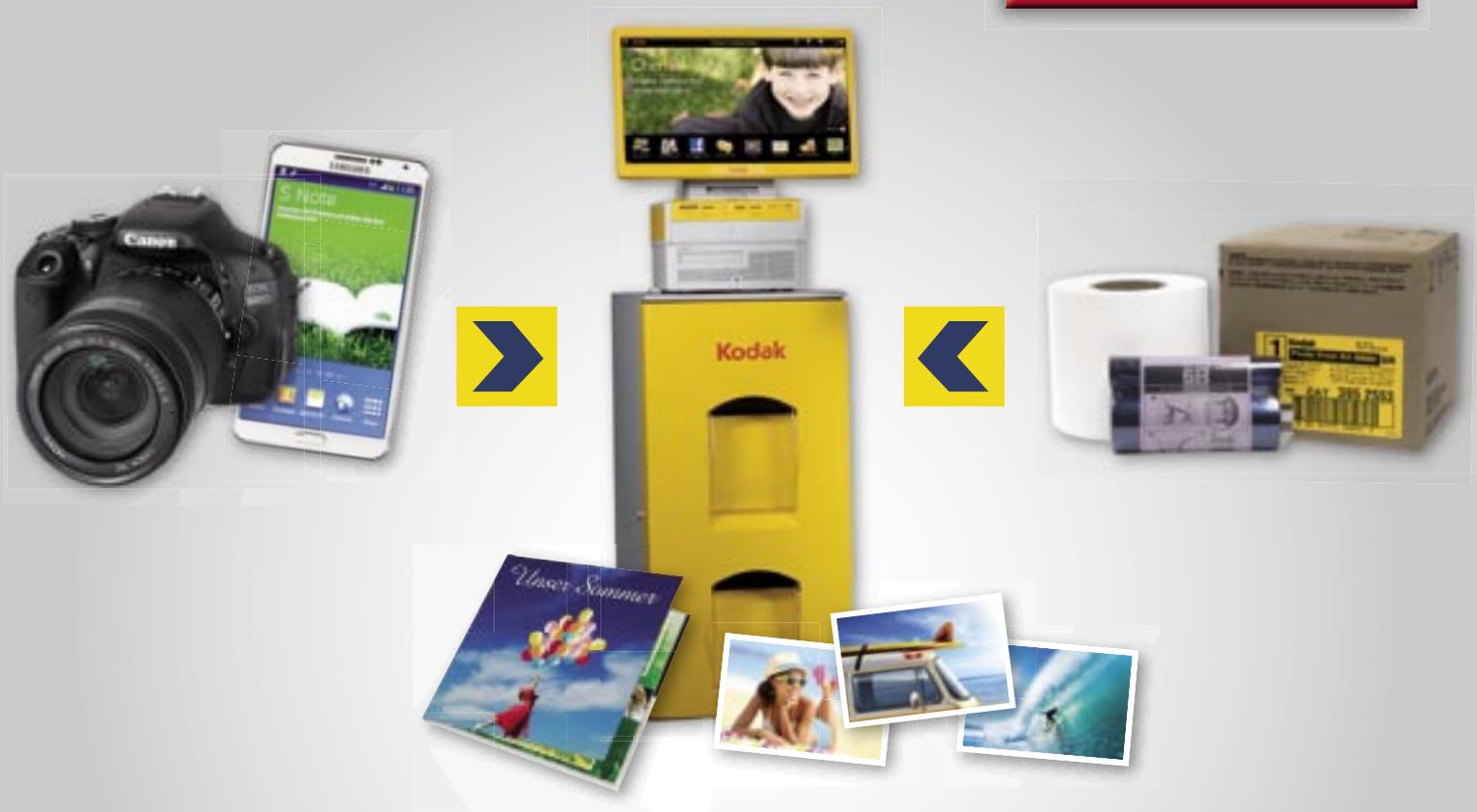
In diesem Jahr können die Besucher des Olympus OM-D: Photography Playgrounds mit der neuen OM-D E-M10 neue Sichtweisen entdecken.

Wasser-Klang-Welten. Und im Light-Painting-Studio können die Besucher ihre eigenen Kunstwerke erschaffen und lernen dabei ganz nebenbei, dass sie mit der OM-D auch in dunklen Umgebungen faszinierende Aufnahmen machen können.

Die Gesamtleitung des Projekts übernahm die Agentur vitamin-e, die künstlerische Leitung liegt in den Händen von Leigh Sachwitz mit ihrem Berliner Designstudio flora&faunavisions. Weitere Informationen gibt es im Internet unter www.photographyplayground.de

**Von der Aufnahme
bis zum fertigen Bild!**

**Bei DGH
bekommen
Sie alles!**



**Wir führen Kiosk- und Minilab-Verbrauchsmaterial
aller gängigen Hersteller.**

COPAL

DNP

FotoToGo

FUJIFILM

hiti

Kodak

**MITSUBISHI
ELECTRIC**

NORITSU

silverlab[®]
solutions

SONY

Weitere Kamera-Neuheiten von Sony

Sony kündigte auf der CP+ in Yokohama weitere neue Modelle an. Nach der kleinsten Alpha Systemkamera auf der CES kommt jetzt mit der Alpha 6000 die schnellste. Unter den sechs neuen Kompakten sticht die Cyber-shot H400 mit einer Brennweite von (KB) 1.550 mm (in Worten: Eintausend-fünfhundertfünfzig) im wahrsten Sinne des Wortes heraus.

Mit einem neuen Hybrid-Autofokus-System stellt die neue Systemkamera

Schneller und



Die neue Alpha 6000 von Sony schießt bis zu 11 Fotos/s mit Schärfenachführung.

Alpha 6000 das Motiv innerhalb von nur 0,06 Sekunden scharf. Das ist, so haben die Sony Ingenieure ausgerechnet, noch eine Hundertstel Sekunde schneller als ein Wimpernschlag. Möglich wird das durch eine Kombination von 179 Phasendetektions-Messpunkten mit einem Kontrast-AF und dem Bionz X Prozessor. So nimmt die Kamera Serienbilder mit einer Geschwindigkeit von elf Bildern pro Sekunde mit nachführendem Autofokus auf.

In der Alpha 6000 steckt ein Exmor HD CMOS Bildsensor (Format APS-C) mit 24,3 Megapixel Auflösung. Die Lichtempfindlichkeit kann beim Fotografieren im Bereich von ISO 100 bis ISO 25.600 und beim Videofilmen von ISO 100 bis ISO 12.800 eingestellt werden. Dabei steht der Hybrid-Autofokus auch im Video-Modus (Full HD/50p oder 24p) zur Verfügung. Videos werden im AVCHD- oder dem internetfreundlichen MP4-Format abgespeichert, Fotos im JPG oder RAW-Format.

Die Bildkontrolle erfolgt über einen hellen OLED-Sucher mit 1,4 Mio. Bildpunkten oder über das um 90° schwenkbare 3" (7,6 cm) große Display mit 921.600 Bildpunkten.

Die Alpha 6000 ist mit WiFi und NFC ausgestattet und kann mit den PlayMemories Camera Apps von Sony ausgebaut werden. Dafür kündigte Sony neue Apps an: „Smooth Reflection“ kreiert Fotos mit Langzeitbelichtung, ohne dass sich der Nutzer bei der Aufnahme um die Belichtungszeiten kümmern muss; „Lifeview Grading“ ermöglicht es,

Sony rüstet SmartShot Kameras auf

Mit einem kostenfreien Firmware Upgrade verbessert Sony seine einzigartigen SmartShot-Kameras QX10 und QX100 und ermöglicht neue Funktionen. Dabei wird die Zusammenarbeit der objektivförmigen Kameras mit dem Smartphone deutlich unkomplizierter.

So kann man zwischen Aufnahme- und Wiedergabefunktion der SmartShot Kameras wechseln, ohne dass die WiFi-Verbindung unterbrochen wird. SmartShot und Smartphone verbinden sich zudem jetzt doppelt so schnell wie zuvor. Die Video-Funktion beider Modelle wird auf Full HD (1.920 x 1.080 bei 30 Bildern pro Sekunde) im MP4-Format aufgerüstet.

Nutzer der QX100 Kamera können mit dem Upgrade nicht nur die Blenden-, sondern auch die Zeitautomatik einsetzen. Dabei kann die Belichtungszeit in 1/3 EV Schritten von 30 Sekunden bis zu einer 1/2.000 Sekunde eingestellt werden. Zudem wird die Kamera lichtempfindlicher:

- Im Automatik-, Blenden- und Zeitpriorität-Modus stehen alle Stufen zwischen ISO 160 und ISO 12.800 zur Verfügung.
- Im Automatik-Modus steht bei der SmartShot QX10 jetzt der Bereich zwischen ISO 100 und ISO 3.200 zur Verfügung. Die neue Firmware kann von der Internetseite <http://sony.de/support> heruntergeladen werden.

Damit die SmartShot Kameras zukünftig auch zu Tablet Computern passen, bietet Sony die neue Klemmhalterung SPA-TA1 an, mit der die Kameras an Tablets mit einer Breite von 75 bis 200 Millimetern befestigt werden können.



Die SmartShot Kameras von Sony, hier das Modell QX100 mit Carl Zeiss Objektiv, werden mit dem Firmware Upgrade noch vielseitiger.

länger

die Farbtiefe, Farbbalance und Sättigung eines Videos ganz einfach zu justieren. Die App „Star Trail“ lässt einen Videoclip so aussehen, als wäre er unter einem Sternenhimmel entstanden.

Die Alpha 6000 kommt im April zum Preis von 649 Euro (UVP Gehäuse in Silber oder Schwarz) auf den Markt. Die UVPs für Kits lauten: 799 Euro mit SEL-P1650 Objektiv, 1.049 Euro mit SEL-P1650 und SEL-55210 Objektiven und 1.649 Euro mit SEL-1670 Zeiss Objektiv.



Zoomt am längsten: die Cyber-shot H400 mit 24,5–1.550 mm (KB) Objektiv

Die H400 kann am längsten

Unter den sechs neuen Kompaktkameras der Cyber-shot Serie von Sony sind die beiden Superzoom-Bridge-Kameras HX400V und H400 besonders bemerkenswert. Beim letztgenannten Produkt dürfte Sony mit einer maximalen Tele-Brennweite von 1.550 mm einen neuen Längenrekord aufgestellt haben.

Die besser ausgestattete Kamera im Superzoom-Duo ist allerdings die



Zoomt nicht ganz so lang, aber mit Zeiss: die Cyber-shot HX400V.

Cyber-shot HX400V mit 21,4 Megapixel CMOS Bildsensor und einem F2.8–6.3 Zeiss Vario-Sonnar T* Objektiv, das einen Brennweitenbereich von 24–1.200 bietet. Im Gehäuse steckt der Bionz X Bildprozessor, den Sony auch in der RX10 und der Alpha 7 einsetzt. Full-HD-Video, WiFi, NFC, GPS und die Triluminos Technologie zur besonders farbrillanten Wiedergabe der Fotos auf entsprechend ausgestatteten Sony Bravia TVs runden die Ausstattung ab. Die Kamera ist ab März zum Preis von 479 Euro (UVP) lieferbar.

Das zweite Superzoom-Modell, die Cyber-shot HX400, hat ein F3.4–6.5 63x-Zoom-Objektiv mit einem laut Sony „un glaublichen“ Brennweitenumfang



Zoomt 30x: die kompakte Reisekamera Cyber-shot HX60

von 24,5–1.550 mm und einen HAD CCD-Bildsensor mit 20,1 Megapixel Auflösung. Videos nimmt sie im HD-For-

mat auf. Der UVP beträgt 299 Euro. Die beiden neuen Cyber-shot Reisezoom-Kameras HX60 und HX60V (mit GPS) haben einen Exmor R Bildsensor mit 20,4 Megapixel Auflösung und ein mit optischem Steadyshot Bildstabilisator ausgerüstetes 30-fach-Zoom Sony G Objektiv, dessen Brennweitenbereich wir auch durch Nachfrage bei Sony nicht ermitteln konnten. Auch bei diesen Modellen kommt der Bionz X Prozessor zum Einsatz. Zur Ausstattung gehören WiFi, NFC und Full-HD-Videofunktion. Die Kameras sind ab März für 399 Euro (UVP HX60V) bzw. 379 Euro (UVP HX60) erhältlich.



Zoomt 10x: und auf Wunsch in Pink: die Cyber-shot WX200

Die schlanke Kompaktkamera Cyber-shot WX350 bietet ebenfalls WiFi und NFC. Das 20-fach-Zoomobjektiv unbekannter Brennweite hat einen Steadyshot Bildstabilisator. In der Kamera stecken ein 18,2 Megapixel Exmor R CMOS Sensor und der Bionz X Bildprozessor. Sie ist ebenfalls ab März zum Preis von 299 Euro (UVP) lieferbar.

Mit der Cyber-shot WX200 stellt Sony eine besonders schlanke Kompaktkamera mit 18,2 Megapixel Exmor R CMOS Bildsensor und Bionz X Bildprozessor vor. Das 10-fach-Zoomobjektiv hat bestimmt eine Lichtstärke und einen Brennweitenbereich, über den von Sony bisher ebenfalls keine Angaben zu erhalten waren.

UVP: 219 Euro; Liefertermin: März.

Die neue Coolpix Generation

Auch Nikon zoomt lang

Nach der Vorstellung von sieben Kompaktkameras auf der CES hat Nikon zur CP+ sieben weitere Coolpix Modelle angekündigt. Neben schlanken Kameras der S-Serie, Outdoor-Modellen und einer neuen Premium-Kamera geht es auch um's Zoomen: So deckt das F3.3–6.5 Nikkor Objektiv der WiFi-fähigen Coolpix P600 einen Brennweitenbereich von 24–1.440 mm (KB) ab.

Wer noch näher ran will, kann die Brennweite digital bis auf 5.760 mm (in Worten: fünftausendsiebenhundertsechzig) erweitern. Gegen das Verwackeln hat Nikon den VR-Bildstabilisator mit beweglicher Linsengruppe aufgerüstet; ein Active Modus soll nach Unternehmensangaben sogar dafür sorgen, dass selbst im Gehen und aus sich bewegenden Fahrzeugen heraus „stets verwacklungsfreie Fotos und Filme“ gelingen. Erleichtert wird das Scharfstellen mit einer Focus Peaking Funktion.

Nikons zweite Superzoom-Kamera, die Coolpix P530, tritt mit einem Brennweitenbereich von 24–1.000 mm (KB) bei Lichtstärke F3–5.9 fast

schon bescheiden auf. Digital werden aber immerhin 4.000 mm erreicht. Beide Kameras sind mit einem 16,1 Megapixel CMOS-Sensor ausgestattet und nehmen Videos in Full-HD (1.080/30p) auf. Die Coolpix P600 ist in Schwarz und Rot für 449 Euro (UVP), die Coolpix P530 in Schwarz für 349 Euro (UVP) erhältlich.

S-Klasse mit WiFi

In der „S-Klasse“ bringt Nikon mit der Coolpix S9700 und der Coolpix S9600 zwei elegante WiFi-fähige Kompaktkameras auf den Markt. Beide sind mit einem 16,0 Megapixel CMOS-Sensor und Full-HD-Videofunktion (1.080/30p) ausgestattet. Die Coolpix S9700 hat ein F3.7–6.4 Nikkor Objektiv mit einem Brennweitenbereich von 25–750 mm (KB);



Zoomt optisch bis 1.440 mm und digital bis 5.760 mm: die neue Coolpix P600

die S9600 bietet einen Zoombereich von 25–550 mm (KB). Beide Modelle sind ab sofort in Schwarz, Weiß und Rot erhältlich. Die Coolpix S9700 wird 349 Euro (UVP), die S9600 269 Euro (UVP) kosten.



Taucht bis 18 m, fällt bis 2 m ohne Schaden: die neue Coolpix AW120

Outdoor und Familie

Ein echtes Outdoor-Modell ist die neue Coolpix AW120 mit 16,0 Megapixel CMOS-Sensor und F2.8–4.9 24–120 mm (KB) Nikkor Objektiv. Sie ist wasserdicht bis zu einer Tauchtiefe von 18 Metern, stoßfest bis zu einer Fallhöhe von 2 Metern und frostgeschützt bis -10 Grad. Dazu kommen



Mit WiFi:
die Coolpix S9700
und die Coolpix S9600



GPS mit Glonass und WiFi-Funktion sowie Full-HD-Video. Lieferbar ab sofort in Schwarz, Blau, Orange und Camouflage für 349 Euro (UVP).

Die Familienkamera Coolpix S32 mit 13,2 Megapixel CMOS-Sensor nimmt eine robuste Behandlung ebenfalls nicht übel. Sie ist bis 10 m Tiefe wasserdicht, stoßsicher bis zu einer Fallhöhe von 1,5 m und staubgeschützt. Der Brennweitenbereich des F3.3–5.9 Nikkor Objektivs entspricht 30–90 mm (KB). Videos werden im Full-HD-Standard aufgenommen. Dieses Modell ist seit Ende Februar in den Farben Weiß, Blau, Gelb und Pink für 109 Euro (UVP) erhältlich.

Premiumklasse

Komplettiert wird das neue Nikon Kompaktkamera-Sortiment durch das



Robust: die Familienkamera Coolpix S32

Premium-Modell Coolpix P340. Das Nikkor Objektiv bietet eine Lichtstärke von F1.8–5.6 bei einem Zoombereich von 24–120 mm (KB). Der relativ große 1/1,7-Zoll CMOS-Sensor ist rückseitenbelichtet und hat eine Auflösung von 12,2 Megapixeln.

Eine verbesserte AF-Messfeldsteuerung soll auch bei schwachem Licht präzise Scharfstellung

ermöglichen. Der Lichtempfindlichkeitsbereich reicht von ISO 80 bis ISO 6.400 (erweiterbar auf ISO 12.800 bzw. ISO 25.600 bei Monochrome im Effekt-Modus).

Die Coolpix P340 kommt in den Farben Schwarz und Weiß Ende Februar zum Preis von 369 Euro (UVP) auf den Markt.

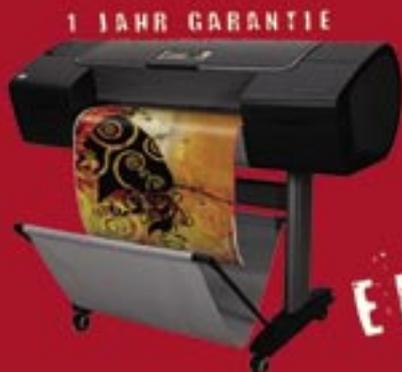


Lichtstark: das neue Premium-Modell Coolpix P340

silverlab[®]
solutions GmbH

Donnersbergstr. 1, 64646 Heppenheim
www.silverlab-solutions.de
info@silverlab-solutions.de
Tel. 0851-85 16 85 0

Drylabs
Made in Germany



1 JAHR GARANTIE

EUR 15.990,-



3 JAHRE

GARANTIE

ANNEX

Aktion bis 31.3.2014 inklusive:

- 5 x Thermosublimationsdrucker für 10x15 - 20x30
- 1 x Annahmeterminal 19" inkl. Bondrucker,
- 1 x 3 Jahre Garantie auf Annex 500 inkl. Terminal
- 1 x Installation und Schulung durch Techniker (2 Tage)
- + Ersten 3 Besteller erhalten den Plotter kostenlos (Wert 4.200 Euro)
- + Option Bilder einfach vom Smartphone (Apple/Android) übertragen

Neues PowerShot Flaggschiff, SLR mit „Begleiter-App“

Canon im Frühling

Das Frühlingssortiment von Canon kommt ohne Aufregung daher. Für Einsteiger gibt es die neue Spiegelreflex EOS 1200D mit App, für Ambitionierte das neue PowerShot Flaggschiff Canon

PowerShot G1 X Mark II mit – so Canon – DSLR-Leistung. Dazu kommen eine Handvoll Kompakte und ein robustes Allwetter-Modell, mit dem man auch tauchen kann.

Mit der EOS 1200D bringt Canon eine Einsteiger-DSLR auf den Markt, die mit einem 18,0 Megapixel APS-C CMOS-Sensor und dem DIGIC 4 Prozessor ausgestattet ist. Mit der neuartigen „Begleiter-App“ (iOS- und Android) können auch Anfänger die Funktionen und die Tastenbelegung der Kamera rasch kennenlernen. Im App-Bereich „Entdecken“ stehen Experten-Lehrgänge und Schritt-für-Schritt-Übungen zu den Grundlagen der Fotografie zur Verfügung. Weitere Anleitungen, z. B. zu beliebten Aufnahmemotiven wie Haustieren oder Personen, sowie Informationen über die Belichtung und die Wahl der Perspektive gibt es im App-Bereich „Inspirieren“. Zudem enthält die App Tipps zur Bildverbesserung und Hinweise zur Vermeidung typischer Fehler wie verschwommenen oder überbelichteten Bildern.

Die neue Canon SLR ist auf einfache Bedienung ausgelegt: Große Steuerelemente erleichtern die Anwendung, ein 7,5 Zentimeter (3,0 Zoll) großes LC-Display mit 460.000 Bildpunkten ergänzt den optischen Sucher.

Das Autofokus-System der EOS 1200D arbeitet mit neun Feldern, Serienbilder werden mit einer Geschwindigkeit von bis zu drei Bildern

*Ohne WiFi,
aber mit App:
die neue Canon
EOS 1200D*



pro Sekunde aufgenommen, Videos in 1.080p Full-HD. Im Modus „Video-Schnappschuss“ kann eine Serie von Kurzclips gedreht werden, die von der Kamera automatisch zu einem professionell wirkenden Video zusammengefasst werden.

Das neue Modell ist ab Ende März zum Preis von 399 Euro (UVP Gehäuse) bzw. 499 Euro (UVP mit EF-S 18–55 IS II) erhältlich.

Mit DSLR-Leistung: das PowerShot Flaggschiff

Als Nachfolgerin der PowerShot G1 X hat Canon die Premium-Kompaktkamera PowerShot G1 X Mark II angekündigt. Sie ist mit einem 1,5 Zoll großen CMOS-Sensor (12,8 MP im

Seitenverhältnis 3:2 bzw. 13,1 MP bei 4:3) und einem lichtstarken F 2,0–3,9 Objektiv mit einem Brennweitenbereich von 24–120 ausgestattet und bietet nach Aussage von Canon Bildqualität auf DSLR-Niveau. Auch WiFi und NFC sind eingebaut.

Die Pixel des Sensors sind 4,5mal größer als die in der kürzlich vorgestellten PowerShot G16. Damit wird eine höhere Lichtempfindlichkeit von bis zu 12.800 ISO bei sehr geringem Bildrauschen und großem Dynamikumfang möglich. Der Digic 6 Bildprozessor in der neuen Kamera ist bis zu 2,4mal schneller als der Vorgänger. Dadurch wird die Auslöseverzögerung der PowerShot G1 X Mark II um 56 Prozent reduziert, die Serien-

bild-Geschwindigkeit beträgt bis zu 5,2 Bilder/s bzw. 3 Bilder/s mit kontinuierlichem AF. Funktionen wie „Hintergrund-Unschärfe“ und „HDR-Aufnahme ohne Stativ“ werden unterstützt, das verbesserte AiAF-System arbeitet nun mit 31 AF-Messfeldern. Die PowerShot G1 X Mark II hat zwei konfigurierbare Objektivstüerringe

Die Premium-Kompakt-kamera Canon PowerShot G1 X Mark II löst die PowerShot G1 X ab.



für die stufenweise Einstellung von Zoom, Blende, Verschlusszeit und manueller Fokussierung.

Das berührungsempfindliche 7,5 Zentimeter (3,0 Zoll) große kapazitive LC-Display gibt Fotos und Videos im sRGB-Spektrum wieder, der Zubehörschuh ermöglicht es, die Kamera mit dem optional erhältlichen, um 90° schwenkbaren elektronischen Sucher EVF-DC1 zu ergänzen. Videos nimmt die PowerShot G1 X Mark II in Full-HD/30p mit Stereoton auf.

Die Canon PowerShot G1 X Mark II kommt Anfang Mai zum Preis von 849 Euro (UVP) auf den Markt.

Kompakter Superzoomer

Die PowerShot SX700 HS ist die kompakteste Kamera mit 30-fach Zoom-Objektiv von Canon. Neben Fotos nimmt sie auch 60p Full-HD-Movies auf, WLAN mit NFC macht das Teilen der Bilder leicht und ermöglicht die Fernbedienung der Kamera über ein Smartphone bzw. Tablet.



In dem in Schwarz oder Rot erhältlichen, nur 34,8 Millimeter dicken Gehäuse stecken der Digic 6 Bildprozessor, ein hochempfindlicher 16,1 Megapixel CMOS-Sensor und ein F 3,2–6,9 30-fach-Zoomobjektiv mit einem Brennweitenbereich von 25–750 mm (KB) und optischem Bildstabilisator (Intelligent IS).

Die WLAN-Funktion mit NFC ermöglicht das Archivieren der Aufnahmen bei Cloud-Diensten wie Flickr, Google Drive oder dem Canon Image Gateway. Bei Verbindung mit einem GPS-fähigen Smartphone können auch die Standortdaten gespeichert werden.

Die PowerShot SX700 HS nimmt 1.080p Full-HD-Videos auf. Im Modus Hybrid Auto können vor jeder Fotoauslösung vier Sekunden lange Clips festgehalten werden, die die Kamera am Ende eines Tages zu einem Schnappschuss-Movie kombiniert. Die PowerShot SX700 HS ist ab Ende März zum Preis von 349 Euro (UVP) erhältlich.

Tauchen mit Canon

Mit der robusten Canon PowerShot D30 sind Tauchgänge bis zu einer Tiefe von 25 Metern möglich. Die neue Kamera ist zudem bruchsicher aus Fallhöhen von bis zu 2,0 Metern, frostsicher bis zu minus 10 Grad und staubgeschützt. Das eingebaute GPS-Modul hält auf Wunsch nicht nur die geografischen Daten der Aufnahme, sondern auch die Route der Fototour fest.

Die PowerShot D30 ist mit einem

Die schlanke Canon PowerShot SX700 HS bietet einen Brennweitenbereich von 25–750 mm (KB).

12,1 Megapixel CMOS-Sensor, Digic Bildprozessor, einem F 3,9–4,8 28–140 mm (KB) Zoomobjektiv mit IS-Bildstabilisator sowie einem 7,5 Zentimeter (3,0 Zoll) großen PureColor II LCD mit 460.000 Bildpunkten ausgestattet. Die Kamera nimmt Videos im Full-HD-Format auf und kommt Mitte April für 329 Euro (UVP) in die Geschäfte.



Die Canon PowerShot D30 ist bis zu einer Tiefe von 25 Metern wasserdicht.

PowerShot S200

Die WiFi-fähige Canon PowerShot S200 bietet nicht nur 32 Motivprogramme, sondern auch manuelle Kontrolle und die Möglichkeit zur schnellen Verstellung des ISO-Bereichs (80–6.400) mit einem Steuerring am Objektiv. Mit ihrem relativ großen (1/1,7"), hochempfindlichen 10,1 MP CCD-Sensor und Digic 5 Bildprozessor ist sie auf hohe Bildqualität ausgelegt.



Die Canon PowerShot S200 bietet auch volle manuelle Kontrolle.

Neuheiten

Das F 2,0–5,9 5x-Zoomobjektiv mit IS-Bildstabilisator hat einen Brennweitenbereich von 24–120 mm, Videos werden im HD-Format aufgenommen. Die Bildkontrolle erfolgt über ein 3 Zoll (7,6 cm) großes PureColor II G Display mit 461.000 Bildpunkten, das mit einer gehärteten Glasschutzschicht versehen ist. Die PowerShot S200 kommt im Mai zum Preis von 299 Euro (UVP) auf den Markt.

Bunte Ixus-Modelle

Für das untere Marktsegment bringt Canon drei neue Ixus-Modelle auf den Markt: Die Ixus 155 (UVP: 239 Euro – in Schwarz,

Silber, Blau, Rot oder Pink) ist mit einem 20 MP CCD, Digidig Bildprozessor und F 3,0–6,9 24–240 mm (KB) 10x-Zoomobjektiv mit IS-Bildstabilisierung ausgestattet. Die Ixus 150 (UVP: 119 Euro – in Rot oder Grau) und die Ixus 145 (UVP: 109 Euro – in Silber, Schwarz, Lila und Rot) haben einen 16 MP CCD und ein F3,2–6,9 28–224mm (BK) 8x-Zoomobjektiv, bei der Ixus 155 mit Bildstabilisator.

Alle drei Kameras sind sofort lieferbar, bieten 32 Motivprogramme, ein 2,7 Zoll (6,8 cm) großes Display und HD-Videofunktion.



Die drei neuen Ixus Modelle 155, 150 und 145 (v. l.) sehen sich sehr ähnlich.

Neuer Makro-Ringblitz für das EOS-System

Für das EOS-System kündigte Canon den neuen Macro Ring Lite MR-14EX II mit vollautomatischer E-TTL II-Blitzsteuerung an. Er unterscheidet sich vom Vorgänger u. a. durch unabhängige Blitzkopf-Bedienung, beschleunigtes Ansprechverhalten sowie neue Individual-Funktionen; zudem kann er über das Kamera-Menü gesteuert werden.

Der neue Makro-Ringblitz kann als Master die slave-fähigen Speedlite-Blitzsysteme der EX-Serie auslösen und in bis zu drei Gruppen steuern. Seine gegenüber dem Vormodell verbesserte Fokussierleuchte arbeitet mit sehr hellen weißen LEDs, die linke und rechte Blitzröhre (jeweils Leitzahl 14) können unabhängig voneinander eingestellt werden. Mit zwölf neuen Custom- und drei neuen individuellen Funktionen kann der Macro Ring Lite MR-14EX II an die jeweilige Aufgabe angepasst werden. Eine neue Anzeige informiert über den Stand des nahezu geräuschlosen Blitzladeprozesses, die Ladezeit wurde auf 5,5 Sekunden verkürzt.

Zur verbesserten Gehäusekonstruktion gehören ein One-Touch-Verriegelungshebel für den schnellen

Ansatz des Blitzgerätes, ein Befestigungsfuß aus Metall und ein Mechanismus zur Entfernung von Staubablagerungen. Das Kabel ist jetzt links an der Gehäusesseite befestigt und behindert so nicht mehr das Auslösen der Kamera. Auch das Anbringen von Filtern am Objektiv ist einfacher geworden.

Der Blitz ist voraussichtlich ab Ende Mai 2014 zum Preis von 739 Euro (UVP) erhältlich.



Der Canon Macro Ring Lite MR-14EX II für das EOS-System

Sigma dp Kameras mit neuem Foveon X3 Sensor

Das Design der Sigma dp Quattro Kompaktkameras ist ebenso ungewöhnlich wie ihr Bildsensor.



Feines Trio

Sigma stellte auf der CP+, die am 13. Februar im japanischen Yokohama begann, drei neue Kompaktkameras mit Festbrennweite vor. In ihnen steckt die neue Generation „Quattro“ des einzigartigen Foveon X3 Direktbildsensors, der in seinem Aufbau dem klassischen Farbfilm ähnelt. Ihren einzigartigen Charakter unterstreichen die neuen Sigma dp Kompaktkameras auch durch ihr ungewöhnliches Design.

„Normale“ Bildsensoren nehmen das Licht mit nebeneinander liegenden Pixeln auf, die mit Hilfe von RGB-Farbfiltren jeweils nur eine der drei Grundfarben erfassen können. Im Gegensatz

dazu besitzt der Foveon X3 Sensor drei unterschiedlich tief ins Silizium eingebettete Schichten mit Fotodioden und kann mit jedem Pixel alle drei Grundfarben in Farbton, Wert und Chroma erfassen. Dadurch werden Farb- und Tiefpassfilter überflüssig; zudem erübrigt sich eine Interpolation, mit deren Hilfe herkömmliche Sensoren die nicht



Auch die Generation Quattro des Foveon X Sensors ist ähnlich wie ein Farbfilm aufgebaut und nimmt mit jedem Pixel alle drei Grundfarben auf.

erfassten Farben des entsprechenden Pixels „auffüllen“.

Der neu entwickelte 23,5 x 15,7 mm große APS-C Foveon X3 Quattro behält diese Merkmale bei, bietet aber

eine um 30 Prozent höhere Auflösung als der Vorgänger. Im Zusammenspiel mit dem ebenfalls neu entwickelten TRUE (Three-layer Responsive Ultimate Engine) III Bildprozessor entstehen so Bild-Ergebnisse mit räumlichem Charakter und einem besonderen Reichtum an Farbdetails. Damit brauchen die neuen Kompaktkameras nach Angaben von Sigma selbst den Vergleich mit Mittelformatkameras nicht zu scheuen, denn die Auflösung entspricht dem Äquivalent von 39 Megapixeln.

Die neue dp Kompaktkamera-Serie von Sigma umfasst die Modelle dp1 Quattro, dp2 Quat-



tro und dp3 Quattro. Sie unterscheiden sich ausschließlich durch die Objektive. Die dp1 ist mit einem F2.8 19 mm (KB 28 mm) Weitwinkelobjektiv ausgestattet, die dp2 bietet mit 30 mm (KB 45 mm) bei gleicher Lichtstärke eine Standardbrennweite, und die dp3 ist mit ihrem leichten Tele F2.8 50 mm (KB 75 mm) besonders gut für Portraits geeignet. Alle drei Kameras bieten die Möglichkeit zur Abspeicherung von RAW-Daten (14 Bit), ein 3-Zoll (7,6 cm) großes Display mit 920.000 Bildpunkten und Kontrast-Autofokus mit neun Feldern. Im „Frei Beweglich“-Modus kann die Größe des AF-Messfeldes variiert werden; auch ein Gesichtserkennungs-AF-Modus steht zur Verfügung. Über Liefertermine und empfohlene Preise gibt es zur Zeit noch keine Informationen.

Weitere Cewe Bildprodukte als Markenartikel

„Die Erfolgsgeschichte übertragen“

Interview mit Cewe Vorstand Harald H. Pirwitz

Als Cewe im Jahr 2005 das Cewe Fotobuch auf den Markt brachte, war das der erste Markenartikel in der Unternehmensgeschichte. Der Einstieg in die direkte Ansprache der Konsumenten mit einer eigenen Marke erwies sich als goldrichtige Entscheidung: Das Cewe Fotobuch wurde in kurzer Zeit zum meistverkauften Bildprodukt in Europa. Im vergangenen Jahr hat Cewe die Markenstrategie auf weitere Bildprodukte wie Wanddekorationen, Grußkarten und Kalender ausgeweitet. **imaging+foto-contact** hat mit Harald H. Pirwitz, Vorstand bei Cewe, über die Hintergründe gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Pirwitz, was ist das Geheimnis hinter dem Erfolg des Cewe Fotobuchs als Markenartikel?

Harald H. Pirwitz: Der Erfolg des Cewe Fotobuchs als Markenartikel ist weniger ein Geheimnis als viel-

mehr das Ergebnis einer sorgfältig geplanten Strategie, die wir langfristig umgesetzt haben. Fotobücher waren 2005 ein neues Produkt, das den meisten Konsumenten völlig unbekannt war. Deshalb haben wir



Cewe Vorstand Harald H. Pirwitz: „Wir übertragen die Erfolgsgeschichte des Cewe Fotobuchs jetzt auch auf andere Bildprodukte.“

damals entschieden, unsere Handelspartner bei der Vermarktung dieser Innovation zu unterstützen, indem wir die Konsumenten direkt adressieren. Dazu musste man diesem innovativen Produkt ein Gesicht geben: nämlich die Marke „Mein Cewe Fotobuch“. Dieses Gesicht ist bis heute in seinen Grundzügen unverändert und wurde im Laufe der Zeit behutsam an die Marktsituation angepasst. So haben wir mit einem didaktischen Konzept begonnen und den Kunden das neue Produkt erst einmal erklärt. Im Laufe der Zeit haben wir die Marke dann weiterentwickelt – mit einem emotionalen Auftritt, weniger Text, größeren Bildern und einem an heutige Sehgewohnheiten angepassten Logo. Geblieben ist unsere Signalfarbe Rot, der Markenname „Mein Cewe Fotobuch“



Das Cewe Fotobuch ist das meistverkaufte Bildprodukt in Europa.

selbst und das Key Visual, das im Laufe der Jahre zu einem großen Sympathieträger geworden ist.

imaging+foto-contact:

Welche Vorteile versprechen Sie sich von der Ausweitung der Markenstrategie auf andere Bildprodukte?

Harald H. Pirwitz: Der Erfolg des Cewe Fotobuchs hat dazu geführt, dass die Konsumenten mit dem Namen Cewe ein eindeutiges Markenversprechen verbinden: nämlich höchste Druckqualität, vielfältige Möglichkeiten zur persönlichen Gestaltung, einfache Bestell-Prozesse und zuverlässige Lieferung. Nachdem sich in den letzten Jahren die Nachfrage nach weiteren wertschöpfungsstarken Bildprodukten deutlich gesteigert hat, lag es nahe, diese starke Marke auch für diese Produktkategorien einzusetzen. Deshalb haben wir in der zweiten Jahreshälfte 2013 die Cewe Markenfamilie um die Produkte „Mein Cewe Kalender“, „Meine Cewe Cards“ und „Meine Cewe Wandbilder“ ergänzt. Das Präfix „Mein“ nimmt dabei wieder den globalen Trend zur Personalisierung auf und macht deutlich, dass die Kunden ebenso wie beim Cewe Fotobuch ihr Bildprodukt nach ihrem eigenen Geschmack aus einer Vielfalt von Varianten auswählen und mit ihren eigenen Bildern individuell gestalten können. Dazu kommt das bekannte Erscheinungsbild unserer Marke mit der Signalfarbe Rot, der typischen Welle, den bekannten Key Visuals und natürlich unserer Dachmarke Cewe – Best in Print.

imaging+foto-contact: *Sie haben also im Wesentlichen die Präsentation Ihrer Bildprodukte zum Konsumenten hin verändert?*

Harald H. Pirwitz: Diese Prä-



Bei den Cewe Cards können die Konsumenten zwischen mehr als 1.000 Designs und Clip Arts wählen.

sentation ist ja entscheidend dafür, wie die Konsumenten eine Marke wahrnehmen. Das kann aber nur funktionieren, wenn die Produkte das im Markenauftritt enthaltene Versprechen auch einlösen. Deshalb versteht es sich, dass unsere neuen Markenartikel ebenso wie das Cewe Fotobuch spezielle Produktvorteile bieten, die sie von anderen Angeboten auf dem Markt unterscheiden.

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

Harald H. Pirwitz: Neben der Qualität geht es auch bei den neuen Markenartikeln, genau wie beim Cewe Fotobuch, vor allem um vielfältige Möglichkeiten zur Personalisierung. So gibt es die Cewe Kalender in zahlreichen Formaten mit unterschiedlichen Oberflächen auf klassischem Fotopapier oder im Digitaldruck. Die

Kunden können sich das passende Kalendarium aussuchen, mit ihren eigenen Bildern ihren ganz persönlichen Kalender gestalten und diesen durch spezielle Ausstattungen zu einem Premium-Produkt aufwerten.

Noch größer ist die Zahl der Variationen bei den Cewe Cards, bei denen die Kunden unter weit über 1.000 verschiedenen Designs wählen, Cliparts hinzufügen und sogar ihre eigenen Videos per QR-Code einbinden können. Die Vielfalt der Designs ist dabei so groß, dass wir in unserer Software nur ein Basis-Paket vorhalten, das per Download mit wenigen Klicks kostenlos mit weiteren Premium Packages ergänzt werden kann. Damit erzielen wir zwei Vorteile: Zum einen bleibt die Zeit für das Herunterladen unserer Software angemessen, zum anderen gibt es eine Fülle von weiteren Designs und Cliparts. Hinzu kommt bei den Cewe Cards die mobile Variante, bei der sie über eine App ihre persönliche Grußkarte gestalten und über unsere Betriebe direkt an den Adressaten versenden können. Ganz individuell wird es bei den Cewe Wandbildern. Zum einen bieten wir hier zahlreiche Materialien vom klassischen Fotopapier-Poster über Digital-



Cewe Wandbilder können millimetergenau im individuellen Format bestellt werden.

Interview



Cewe Kalender sind in einer großen Vielfalt von Formaten und Ausstattungen erhältlich.

druck bis zu Leinwand, Acrylglas, Alu-Dibond und Forex an. Dazu kommt das besonders hochwertige Gallery Print – ein Premium-Produkt, das Acrylglas und Alu-Dibond miteinander verbindet. Mit Ausnahme der Leinwand-Produkte können alle Cewe Wandbilder im passgenauen, individuellen Format bestellt werden. Es gibt also nicht nur die Standardgrößen, sondern sie können sich bis zu einer Breite von 1,50 m ihr Bild millimetergenau in dem Format bestellen, das sie in ihrem Wohnzimmer brauchen.

imaging+foto-contact: *Wie haben Ihre Handelspartner die Ausweitung der Markenstrategie angenommen?*

Harald H. Pirwitz: Unsere Handelspartner haben sehr positiv darauf reagiert, dass wir die Erfolgsgeschichte des Cewe Fotobuchs jetzt auch auf andere Kategorien übertragen. Das können Sie bereits in den Internet-Auftritten zahlreicher Handelspartner sehen, die unseren erweiterten Markenauftritt hervorragend

umsetzen und dadurch natürlich von unseren Werbeaktivitäten profitieren.

imaging+foto-contact: *Nun setzen Sie nicht nur bei weiteren Fotoprodukten, sondern auch im neuen Geschäftsfeld „Kommerzieller Online Druck“ auf eine Markenstrategie. Wie ist es dazu gekommen?*

Harald H. Pirwitz: Das ist eine ganz eigene Geschichte, die mit der Übernahme des Online-Druckdienstleisters Saxoprint im Februar 2012 beginnt. Saxoprint hatte zu diesem Zeitpunkt bereits eine eigene Marke, die innerhalb Deutschlands und Europas unterschiedlich stark im Bewusstsein der Konsumenten verankert war. Darum haben wir uns entschlossen, mit cewe-print.de in diesem für uns neuen Geschäftsfeld ebenfalls eine eigene europaweit einheitliche Markenstrategie zu entwickeln, selbstverständlich unter Beibehaltung der Marke Saxoprint für alle diejenigen, die sich dieser Marke verbunden fühlen.

imaging+foto-contact: *Wie erreichen Sie Ihre Kunden?*

Harald H. Pirwitz: Bei der Kommunikation der Marke Cewe Print

setzen wir vor allem auf das reichweitenstarke Umfeld Sport, wo wir in Deutschland zum Beispiel in mehreren Stadien von Bundesliga-Vereinen prominent vertreten sind und dadurch hervorragende Effekte über die Fernseh-Übertragungen erzielen, die wir mit eigenen TV-Spots noch verstärken. Dazu kommt, wie bei den Cewe Fotoprodukten, ein Mix aus klassischen Werbeauftritten, Online-Kampagnen und Social Media Aktivitäten, die sich beim Cewe Fotobuch bereits bewährt haben.

imaging+foto-contact: *Welche Bedeutung hat die neue Dachmarke „Cewe – Best in Print“?*

Harald H. Pirwitz: „Cewe – Best in Print“ ist sozusagen die Klammer, die unseren Markenauftritt für die Cewe Fotoprodukte in Richtung Konsumenten mit den B2B-Aktivitäten für den kommerziellen Online Druck zusammenhält. Davon versprechen wir uns natürlich Synergien, bei denen sich die Zufriedenheit mit dem einen Produkt auf das andere überträgt. Ein Pizza-Bäcker zum Beispiel, der mit seinem Cewe Fotobuch zufrieden ist, wird auch der Marke Cewe vertrauen, wenn er Flyer bestellt. Umgekehrt wird ein Kaufmann, der mit Cewe Print gute Erfahrungen gemacht hat, seine Urlaubsbilder gerne in einem Cewe Fotobuch wiederfinden. Ob im Konsumenten-Markt für Fotoprodukte oder im kommerziellen Online Druck: Unser Markenversprechen heißt Cewe – Best in Print.

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



Jetzt auch als Markenartikel: Grußkarten, Kalender und Wandbilder von Cewe

Viertes Optimal-Event in Würzburg

Nicht nur für Mitglieder

Das vierte Optimal Event findet am 30. März wieder als Branchenmesse in Würzburg statt. An der gewohnten Stelle im ausgebuchten Vogel Convention Center stellen knapp 60 Hersteller und Dienstleister von 9.30 Uhr bis 17.00 Uhr ihre aktuellen Sortimente aus. Wie bisher steht die Veranstaltung nicht nur für Mitglieder, sondern für alle an Optimal Foto interessierten Fotohändler und Profi-Fotografen offen.

Als Hauptsponsor der Veranstaltung ist in diesem Jahr Panasonic mit einem umfangreichen Sortiment für den Fotohandel vertreten. Für den aktuellen Wachstumsmarkt Videofilmen zeigt das Unternehmen unter anderem Systemkameras, Camcorder und Displays und informiert im Schulungsraum über die Kameras der G-Modellreihe.

Erstmals als Aussteller vertreten sind in Würzburg Effect Bilderrahmen, Ewa-Marine, die imacro GmbH mit Produkten zur Fertigung von Bildprodukten im Handel, Nielsen Bilderrahmen, Plustek mit neuen Scannern, Samsonite mit Fototaschen, Schad Marketing & Sales Management (Verkäufer-schulungen), das Paket-Logistikunternehmen DPD und der Onlineshop-Dienstleister Rakuten. Optimal Foto zeigt Ergänzungen des Exklusivmarken-Sortiments, darunter eine Foto-



Panasonic ist in diesem Jahr Hauptsponsor des Optimal Events.

taschenreihe, UV-Filter, ein Akkuladegerät und ein neues Camgloss Reinigungsset mit Linsen.

Exklusiv für Optima-Foto Partner ist die neue Foto Kiosk App of2pix. Silverlab stellt diese Anwendung auf der Aktionsfläche vor und erläutert den Weg des Bildes vom Handy zum Fotohändler und zurück zum Kunden. Außerdem zeigt Silverlab für Partys und andere Events eine neue Printlösung, die es ermöglicht, vor Ort Bilder per WLAN auf eine mobile Station zu übertragen und dort sofort zu drucken.

Der Würzburger Studiolicht-Spezialist Hensel demonstriert die Blue Box Fotografie, und die Velatec Systems GmbH gibt professionelle Tipps zur Kindergarten- und Schulfotografie.

In den Schulungsräumen hält Canon einen Vortrag über „entfesseltes“ Blitzen bei der Portrait- und Hochzeitsfotografie, und Dr. Walter Kroha referiert über den aktuellen Trend „Online-Fotoprodukte bestellen und vor Ort abholen“.

Neuheiten

Zwei neue Ricoh Outdoor-Kameras

Ricoh Imaging stellt zwei neue Modelle in der robusten WG-Serie vor. Sie sind wasserdicht, staub- sowie frostgeschützt und bieten interessante Makro-Funktionen. Für beide Kameras bietet Ricoh Imaging spezielles Befestigungszubehör an, mit dem ein Einsatz als Actioncam möglich wird. Damit können die Kameras beispielsweise auf glatten Oberflächen oder an Fahrrad-/Motorradlenkern angebracht werden.

Das Einstiegsmodell WG-20 ist für Tauchtiefen bis zu 10 Metern geeignet, hält Stürze aus einer Höhe bis zu 1,50

Meter aus und arbeitet auch bei Kälte bis -10 Grad. Die Kamera ist mit einem 14-Megapixel-CCD und einem F3.5–5.5 5-fach-Zoomobjektiv mit einem



Mit entsprechendem Zubehör können die neuen Ricoh WG Modelle, hier die WG-4, auch als Actioncams eingesetzt werden

Brennweitenbereich von 28–140 mm (KB) ausgestattet.

Die Ricoh WG-4 hat einen 16-Megapixel-CMOS Sensor mit Rückseitenbelich-

tung und ein F2.0–4.9 4-fach-Zoomobjektiv mit einem Brennweitenbereich von 25–100 mm (KB). Videos nimmt die Kamera im Full-HD-Standard auf. Die WG-4 ist für Tauchtiefen bis 14 Meter und Fallhöhen bis 2 Meter geeignet. Beide Kameras bieten mit einem kürzesten Aufnahmeabstand von 1 cm interessante Makro-Funktionen. Zum Lieferumfang gehört ein Objektivring mit sechs LED-Leuchten für die Ausleuchtung des Motivs.

Die Ricoh WG-20 ist in den Farben Weiß, Schwarz und Rot ab März für 199 Euro (UVP), die WG-4 ebenfalls ab März in den Farben Gelb und Silber für 279 Euro und mit eingebauter GPS-Funktion in den Farben Blau und Schwarz für 329 Euro (jeweils UVP) erhältlich.



Mit einer Produktionsfläche von 630.000 Quadratmetern ist das Werk in Tilburg eine der weltweit größten Produktionsstätten von Fujifilm.

Ein Besuch in der Fujifilm Produktionsstätte Tilburg

Die Heimat des Fotopapiers

Lohnt es sich, im Jahr 2014 über klassisches Fotopapier nachzudenken? Wer die Fujifilm Produktionsstätte im niederländischen Tilburg besucht, bekommt eine eindeutige Antwort. Denn dort befindet sich nicht nur eine der größten Produktionsstätten der Fujifilm Gruppe außerhalb Japans, sondern auch das Herz des weltweiten Fotopapier-Geschäfts. Auch bei diesem traditionellen Material setzen die Verantwortlichen auf Innovation.

Die Fujifilm Manufacturing Europe B.V. in Tilburg wurde 1982 gegründet, seit 1984 wird hier Fotopapier hergestellt. 1988 kam eine Fabrik für Filme hinzu,

die 2007 geschlossen und in eine Teststätte für neue Produkte und Technologien umgewandelt wurde. 1991 wurde eine Fertigungslinie für Offset-

Druckplatten errichtet, die 2006 um zwei weitere ergänzt wurde. Rund 900 Mitarbeiter sind bei Fujifilm in Tilburg beschäftigt, davon mehr als 100 im Logistikzentrum, das die Märkte in Europa, Afrika und dem Mittleren Osten und mit einzelnen Spezialprodukten den Weltmarkt versorgt.

Erfolgreiche Transformation

Fujifilm hat den dramatischen Wandel des Imaging-Marktes in den letzten

Fortsetzung auf Seite 28

Qualität und Nachhaltigkeit

Die Herstellung von Fotopapier hat auch im Digitalzeitalter noch immer einen Flair von Zauberei. Denn die lichtempfindlichen Emulsionen werden in acht Schichten mit hoher Geschwindigkeit schnell und gleichmäßig auf das Basispapier gegossen. Diese Emulsionen werden in Tilburg zunächst aus mehr als 100 Bestandteilen gemischt, in 200-Liter-Fässern abgefüllt und in einem automatischen Lager gekühlt untergebracht. Von dort gelangen sie zu einer automatischen Abfüllstation und dann in die entsprechenden Tanks, die den Kaskadengießern der Produktionslinie versorgen. Sechs Kilometer ist eine Rolle Rohpapier lang, die in hoher Geschwindigkeit beschichtet und anschließend in einem von Fujifilm entwickelten Verfahren getrocknet wird.



Die lichtempfindlichen Emulsionen bestehen aus mehr als 100 Zutaten.

Der gesamte Herstellungsprozess verläuft natürlich im Dunkeln, ebenso wie das anschließende Schneiden des fertigen Fotopapiers in die gewünschten Breiten und Längen sowie das Verpacken.

Ein ausgeklügeltes System von Qualitätskontrollen stellt sicher, dass die Fertigungstoleranzen penibel eingehalten werden. Das ist wichtig, denn es liegt in der Natur des Fotopapiers, dass Fehler beim fertigen Produkt erst erkannt werden können, wenn es beim Kunden eingesetzt wird. Deshalb ziehen die Mitarbeiter immer wieder Proben aus der laufenden Produktion, zudem wird der Herstellungsprozess mit Hilfe zahlreicher Sensoren und Infrarot-Scanner überwacht.

Neben der Qualität ist auch die Nachhaltigkeit ein wichtiger Produktionsfaktor. Hier hat Fujifilm in Tilburg massiv investiert: zum einen in ein sorgfältiges Abwasser-Management, bei dem ein großer Teil des Wassers gereinigt und in den Kreislauf zurückgeführt wird, zum anderen in umweltschonende Energie-Versorgung. Fünf große Windturbinen, die der Besucher schon von weitem erkennen kann, erzeugen 15 bis 20 Prozent der von der Fujifilm Manufacturing Europe benötigten Energie. Dazu kommt ein eigenes Gaskraftwerk, in dem die bei der Herstellung von Offset-Druckplatten anfallenden Gase aus Lösungsmitteln in Strom umgewandelt werden. Mittelfristig will Fujifilm die gesamte in Tilburg benötigte Energie klimaneutral erzeugen.



5 bis 20 Prozent der von der Fujifilm Manufacturing Europe benötigten Energie werden mit Windkraft erzeugt.

Unternehmen

Fortsetzung von Seite 26

anderthalb Jahrzehnten erfolgreich bewältigt. Das Unternehmen nutzte seine Kompetenz in Spezial-Technologien, um neue Märkte zu erschließen und zu einem führenden Anbieter in den Bereichen Dokumentenmanagement, Medizintechnik und Biotechnologie zu werden. Dabei gelang es auch, innovative industrielle Produkte, zum Beispiel Spezialfolien zur Herstellung von Flachbildschirmen, zu entwickeln und sogar in das Kosmetik-Geschäft einzusteigen. Gleichzeitig wurde das frühere Stammgeschäft in den Bereichen Druck und Foto mit Neuentwicklungen den Erfordernissen des Marktes angepasst. Der Fujifilm Geschäftsbereich Imaging Solutions (Fotopapier, Filme, Minilabs und Digitalkameras) steht heute für rund 13 Prozent des Konzernumsatzes, der im vergangenen Geschäftsjahr umgerechnet 20,7 Milliarden Euro betrug. Fotopapier ist nicht nur ein wichtiger Umsatzträger, sondern vor allem ein profitables Geschäft.

Im letzten Jahrzehnt hat die digitale Revolution den weltweiten Fotopapier-Markt stark verändert. Die sinkende Nachfrage nach Prints und der steigende Einfluss alternativer Drucktechnologien wie Inkjet, Thermosublimations- und Digitaldruck führten zu einem durchschnittlichen Mengenrückgang von 10 Prozent pro Jahr. Große Anbieter mussten ganz aufgeben oder gerieten in Schwierigkeiten. Fujifilm dage-



Anthony Pieters,
Business Manager
Photo Imaging
Products bei Fujifilm
Manufacturing
Europe B.V.



Peter Struik, Präsident der Fujifilm Manufacturing Europe B.V.: „Wir geben unseren Kunden durch Innovationen die Möglichkeit, von den Wachstumsfeldern zu profitieren, die es auch beim Fotopapier gibt.“

gen baute den Marktanteil deutlich aus und entwickelte auch das Fotopapier kontinuierlich weiter, um die Herstellung digitaler Bildprodukte in echter Fotoqualität zu ermöglichen. Dem Werk in Tilburg kommt dabei eine Schlüsselrolle zu: Hier ist die Forschung und Entwicklung von Fotopapier für die gesamte Fujifilm Gruppe konzentriert. „Ambitionierte Amateure, Profifotografen und Bild-dienstleister wissen die unschlagbare Qualität von Fotopapier und das einzigartige Preis-/Leistungsverhältnis nach wie vor zu schätzen“, erklärte Peter Struik, Präsident der Fujifilm Manufacturing Europe B.V., im Gespräch mit imaging+foto-contact. „Denn diese Qualität zeigt sich auch beim Ausdruck digitaler Bilder. Andererseits gab es zeitweilig bei unseren Kunden eine gewisse Unsicherheit über die Zukunft der Silbersalz-Technologie. Als Antwort haben wir uns zum einen durch langfristige Verträge verpflichtet, die

Versorgung auf Jahre hinaus zu gewährleisten. Zum anderen geben wir ihnen durch Innovationen die Möglichkeit, von den Wachstumsfeldern zu profitieren, die es auch beim Fotopapier gibt.“

Neue Entwicklungen

Ein Beispiel dafür ist das Fujicolor Crystal Archive Pearl Paper, das mit seinem hohen Glanz und der perlmuttartig schimmernden Oberfläche besonders für Portrait- und Modefotografie mit hohen Ansprüchen geeignet ist. Es wurde in Tilburg entwickelt – ebenso wie das spezielle Album Papier, mit dem Fujifilm ein ganz neues Marktsegment geschaffen hat: nämlich Fotobücher, die sich nicht nur durch über-
ragende Bildqualität aus-



Auch im Digitalzeitalter entwickelt Fujifilm das klassische Fotopapier weiter.

zeichnen, sondern durch die in Zusammenarbeit mit Imaging Solutions entwickelte Layflat-Bindung auch die Möglichkeit bieten, doppelseitige Panorama-Fotos ohne störenden Knick in der Mitte wiederzugeben. Dabei zeichnen sich alle Versionen des Fujifilm Crystal Archive Papiers dadurch aus, dass selbst bei häufigem Blättern im Fotobuch keine Farbveränderungen im Bund auftreten. „Mit dem neuen Album Papier haben wir ein Premium-Segment geschaffen, das Fotofinishern und dem Fotohandel eine besonders

hohe Wertschöpfung ermöglicht“, erklärte Anthony Pieters, Business Manager Photo Imaging Products bei Fujifilm Manufacturing Europe B.V. „Während der Markt für Fotobücher im Digitaldruck erste Sättigungserscheinungen zeigt, wächst weltweit die Nachfrage nach Premium-Produkten auf echtem Fotopapier weiter.“

Eine Frage der Bildqualität

Die Manager bei Fujifilm in Tilburg nehmen durchaus wahr, dass das Qualitätsniveau des Digitaldrucks durch den Einsatz zusätzlicher Tinten und spezieller Papiere in den letzten Jahren gestiegen ist. „Dennoch bleibt Fotopapier bei der Detailwiedergabe und der Reproduktion feiner Farbverläufe ungeschlagen“, betonte Anthony Pieters. „Denn Digitaldruck kommt im Gegensatz zur Silberfotografie nicht ohne Rasterpunkte aus. Auch der einzigartige Charakter hochglänzender Oberflächen ist im Digitaldruck bisher nicht zu erreichen, und die Haltbarkeit von Fotopapier ist so überzeugend, dass wir sie bewusst durch die Bezeichnung ‘Crystal Archive’ für alle Fujifilm Fotopapiere betonen. Zudem ist die Qualität beim Fotopapier deutlich konsistenter, so dass sich Nachbestellungen nicht oder nur unwesentlich vom Original unterscheiden.“

Hinzu kommen wirtschaftliche Gesichtspunkte. „Durch den Einsatz zusätzlicher Druckfarben verringert sich die Kapazität von Digitaldruckmaschinen“, betonte Pieters. „Zudem sind Premium-Papiere für den Digitaldruck nicht billig. Auf diese Weise steigen die Kosten, und damit wird Fotopapier zu einer wirtschaftlichen Alternative, um digitale Bildprodukte in bestmöglicher Qualität herzustellen.“

Die Vorteile von Fotopapier werden dabei auch von vielen Fotohändlern geschätzt. „Es hat seinen Grund, dass außerhalb der USA viele Fotohändler immer noch zögern, auf trockene Technologien umzusteigen“, so Pieters. „Gerade hier in Europa setzen erfolgreiche Minilab-Betreiber, die über ein gewisses Volumen verfügen, nach wie vor auf die klassische Silbersalz-Technologie. Denn sie bietet die Möglichkeit, viele verschiedene digitale Bildprodukte in unterschiedlichen Formaten wirtschaftlich und vor allem in gleichbleibender Qualität herzustellen.“ Deshalb hat Fujifilm jetzt das erfolgreiche Album HD Papier als Album HDX Papier für die Minilab-Verarbeitung auf den Markt gebracht. „Damit ist es zum Beispiel möglich, auch Standardprints nicht als Satz einzelner Bilder, sondern als gebundenes Booklet anzubieten und so eine viel höhere Wertschöpfung zu erzielen“, betonte Pieters.

C *it's your chance
to create your own star*



walimex pro VE Excellence Studioset Artist 150

Mach dein Model zum Star!

Mit den neuen walimex pro VE Excellence Studiosets hast du alle Möglichkeiten, dein Model perfekt in Szene zu setzen: Dank integriertem Empfänger und der passenden Fernbedienung hast du die volle Kontrolle über dein Shooting und machst dein Model zum Star – in deinem eigenen Fotostudio!

Nutze die Chance und setze dein Motiv in ein exzellentes Licht!

www.walimexpro.de



www.wali.mx.de/tipp



Felix Schoeller Digital Media organisiert Management neu

Zum Jahresbeginn 2014 hat die Felix Schoeller Group ihre Geschäftsaktivitäten für den Digitaldruck neu organisiert. Die Business Unit Digital Media will in diesem Jahr ihr Angebot von Spezialmedien für den Digitaldruck ausweiten und in die Internationalisierung des Vertriebs investieren. Im Februar wurden drei neue Vertriebsbüros in Wachstumsmärkten eröffnet. In Prag wurde ein Büro für den osteuropäischen Markt eröffnet, der russische Markt wird zukünftig vom Moskauer Büro aus bedient. Um den südostasiatischen Markt noch besser zu erreichen, wurde in Kuala Lumpur, Malaysia, eine Vertriebsniederlassung gegründet. Jörg Borker hat als General Manager die Leitung des weltweiten Vertriebs der Business Unit übernommen. Er kommentierte: „Wir wollen noch näher bei unseren Kunden sein, daher stärken wir unseren regionalen Vertrieb mit erfahrenen Papier- und Digitaldruckexperten.“

Thomas Leifert, ebenfalls General Manager, leitet seit Jahresbeginn das Produktmanagement, den Ausbau und die Weiterentwicklung des Produkt-Portfolios sowie die gemeinsame Produktentwicklung mit Kunden. „Gerade im Digitaldruck hängt die Qualität des Druck-Ergebnisses ganz wesentlich vom eingesetzten Papier ab“, weiß Leifert. „Digitaldruckmedien von Felix Schoeller Digital Media werden deshalb speziell für die unterschiedlichen

Kodak Alaris holt Motorola Manager als CEO

Ralf Gerbershagen übernimmt am 1. April 2014 die Funktion des CEO der Kodak Alaris Holding Limited. Er wird am Firmensitz von Kodak Alaris in Hemel Hempstead, Großbritannien, ansässig sein und an den kommissarischen Aufsichtsratsvorsitzenden Steven Ross berichten. Bei seiner neuen Aufgabe soll Gerbershagen die weltweite Etablierung von Kodak Alaris als selbstständiges Unternehmen abschließen.

Gerbershagen kommt von Motorola Mobility, einer Tochtergesellschaft von Google, zu Kodak Alaris. Er war unter anderem als Geschäftsführer von Motorola Deutschland und als Vice President und General Manager von Motorola Mobility Europe tätig. Gerbershagen ist Mitglied der Vorstände der American Chamber of Commerce in Deutschland und des IT & Telekommunikations-Verbandes Bitkom und gehört dem Beirat der CeBIT an. An Gerbershagen werden die Kodak Alaris Manager Gary Fisher (Kommissarischer Personalchef), Phil Gibbons (Finanzchef), Dolores Kruchten (Präsident Kodak Alaris Document Imaging) und Dennis Olbrich (Präsident Kodak Alaris Personalized Imaging) berichten.

Technologien wie Flüssigtoner, Trockentoner, Large Format Inkjet und High Speed Inkjet entwickelt.“ Felix Schoeller wird das umfassende Produkt-Portfolio in diesem Jahr auf ausgewählten Messen wie der photokina oder der Fespa präsentieren.

Jobo kooperiert mit Dörr

Jobo hat den Vertrieb seiner Fotoprodukte, der bis Mitte 2013 über die Vanguard Deutschland GmbH erfolgte, auf eine neue Basis gestellt: Das Sortiment des Gummersbacher Unternehmens wird jetzt in Deutschland von der Dörr GmbH, Neu-Ulm, vertrieben. Die Jobo International GmbH möchte sich auf Produktentwicklung, Markenpflege und internationalen Vertrieb konzentrieren.

„Durch die Zusammenarbeit mit der Dörr

GmbH finden wir eine optimale Ergänzung“, erklärte Jobo Geschäftsführer Johannes Bockemühl. „Die überwiegend technischen Fotoprodukte von Jobo werden nun von einem in der Fotobranche fest etablierten Partner an die Fachhändler verkauft.“ Das Verkaufsteam von Dörr ist mit über zehn Außendienstlern deutschlandweit unterwegs. Neben klassischem Fotozubehör wie Taschen, Stativen und Filtern hat Dörr auch komplette Studioausrüstungen und viel Spezialzubehör im Programm. Insgesamt werden über 4.500 Produkte ab Lager angeboten.

„Die innovativen Produkte von Jobo runden unser Sortiment ab, und wir haben damit zugleich eine 90 Jahre alte Traditionsmarke mit an Bord“, kommentierte Dörr Geschäftsführer Peter Dörr.

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, Video, Labor- und Studioteknik

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Postfach 12 29, 40832 Ratingen
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon: 0 21 02/20 27-0
Telefax: 0 21 02/20 27-90
Online: <http://www.foto-contact.de>
Bankverbindung: Postbank Essen
Kto. 164 565 438, BLZ 360 100 43
IBAN: DE35 360100430164565438
BIC: PBNK DE FF

Herausgeber:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Thomas Blömer, Geschäftsführer

Redaktion:

Thomas Blömer (verantwortlich)
Dipl. Kfm. Andreas Blömer
Jürgen Günther
Jutta Ramlow
Dipl.rer.pol. Karla Schulze

Neuheitenredaktion:

Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Hans Joseph Blömer

Anzeigen:

Thomas Blömer (verantwortlich)
Ralf Gruna
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 41 v. 1. Januar 2014

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Albert Willmann

Vertrieb:

Barbara Klomps

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag 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.-Verlag 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

Sie sind Journalist?

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

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

Ankauf – Verkauf

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

Foto-Aktienkurse

		17.02.2014	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	3.007	3.247	2.890	4.115
Casio	YEN	1.115	1.215	685	1.296
Cewe Color	EUR	46,85	44,65	30,14	45,96
Du Pont	USD	64,50	46,96	46,02	65
Fujifilm	YEN	2.785	3.030	1.723	3.172
Hewlett-Packard	USD	30,02	29,56	16,57	30,13
Hitachi	YEN	786	861	505	877
Imation	USD	5,34	5,42	3,34	5,53
Jenoptik	EUR	12,66	13,38	7,41	13,84
Metro	EUR	32,50	35,64	20,61	38,10
Olympus	YEN	3.265	3.185	1.930	3.570
Samsun	KRW	1.285.000	1.292.000	1.209.000	1.575.000
Seiko Epson	YEN	2.925	3.005	795	3.1580
Sharp	YEN	312	370	234	633
Sony	YEN	1.6718	1.780	1.265	2.413
Spector	EUR	0,52	0,41	0,41	0,67
Toshiba	YEN	433	502	375	565

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

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



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

Autorisierte Vertragswerkstatt



Panasonic Service-Center Reutlingen



SONY Authorized Service Center



Auftrag

Klein- und Personalanzeigen

Bitte veröffentlichen Sie den nebenstehenden Anzeigentext im imaging+foto-contact

- einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
- in den Ausgaben

Größe: Breite 180,0 mm, Höhe (6,00 € / mm)
 Breite 87,0 mm, Höhe (3,00 € / mm)
 Breite 56,0 mm, Höhe (2,00 € / mm)
 Breite 40,5 mm, Höhe (1,50 € / mm)

unter Chiffre (Gebühr: 8,00 €) Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt

Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste an meine e-Mail-Adresse:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Anzeigenabteilung imaging+foto-contact
Postfach 12 29
40832 Ratingen

Einfach in einen Fensterumschlag oder per Fax 0 21 02 / 20 27 - 90

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

.....

ifc 3/2014

Für Bestellungen aus der Europäischen Union: Geben Sie hier bitte unbedingt Ihre Umsatzsteuer-Identifikations-Nr. an:

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel mit genauer Anschrift

MACH MOMENTE ZU BEWEGENDEN BILDERN

Samsung
SMART CAMERA



CMOS Sensor im APS-C-Format



Samsung SMART CAMERA NX30

SAMSUNG