

imaging+foto **10** 2014

contact

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

Die Lumix Smart Camera



- **1 Zoll 20MP MOS Sensor**
- **F2,8 Leica Objektiv • 4K Video**
- **Volle Android 4.4/
LTE Datenübertragung**



photokina-Ausgabe

Das neue Samsung Top-Modell NX 1 Schnell, scharf, innovativ

Die neue Samsung NX1 setzt in Sachen Tempo, Autofokus-Leistung und 4K UHD Video neue Maßstäbe. Dafür haben die Samsung Ingenieure jede Menge Technologien entwickelt.

S. 14

Die photokina Botschaft von Cewe „Freude am Foto“

Mit einem repräsentativen Stand in Halle 4.2 will Cewe seine Innovationskraft für das Bildergeschäft in der vernetzten Welt unterschreiben. Das Unternehmen setzt mit neuen Bildprodukten und Dienstleistungen auf Wachstumssegmente.

S. 28

Smartphone-Fotografie 2.0 von Sony Die neuen SmartShot Kameras

Sony stellte auf der diesjährigen IFA die nächste Generation der Smartphone-Fotografie vor. Die neue SmartShot QX1 fängt Motive mit einem großen 20,1 MP APS-C Exmor Sensor ein und wird mit E-Mount Wechselobjektiven bestückt.

S. 36

Die photokina Sensation von Panasonic

*High-End Kamera
und erstklassiges
Smartphone:
die Lumix CM1*



Diese Lumix ist ein Smartphone

Der (vorläufige) Name Lumix CM1 klingt alltäglich, aber das Produkt ist eine Sensation: Das erste High-End-Smartphone mit der Fotoqualität einer High-End-Kompaktkamera und die erste High-End-Kompaktkamera mit der Kommunikationsqualität eines High-End-Smartphones. An Bord sind ein großer 1 Zoll-Hochempfindlichkeits-MOS Sensor, ein lichtstarkes Leica DC Elmarit F2,8 28 mm (KB) Objektiv, 4K Video und vieles mehr.

Mit Abmessungen von 135,4 x 68 x 21 mm (ohne vorstehendem Objektiv 15,2 mm) gleicht die Lumix CM1 mit Ausnahme des augenfälligen Objektivs tatsächlich einem Smartphone, macht aber viel bessere Bilder. Um das Android 4.4 (KitKat) Betriebssystem und die anspruchsvollen Foto- und Videofunktionen anzutreiben, hat Panasonic jede Menge Rechenpower eingebaut. Für die Smartphone-Leistung (einschließlich LTE) sorgt ein 2,3 Gigahertz Qualcomm Snapdragon Quadcore Prozessor; parallel dazu verarbeitet die Venus Engine VIII FHD die Bilddaten. Das ergibt ein Leistungsprofil, das in der Smartphone-Fotografie bisher einmalig ist: Der Autofokus stellt in 0,25 Sekunden scharf; der Lichtempfindlichkeitsbereich beträgt 200 bis 12.800 ISO (erweitert: 100 bis 25.600 ISO); Serienfotos werden bei voller Auflösung mit einem Tempo von 10 Bildern pro Sekunde aufgenommen. Der Anwender hat die Wahl zwischen verschiedenen Belichtungsprogrammen, einschließlich iA, Zeit- oder Blendenauto-matik, manueller Einstellung und zahlreichen Kreativ-Filtern.

Die 4K Videofunktion arbeitet mit einer Geschwindigkeit von 15 Bildern pro Sekunde – nicht ganz ausreichend für rasante Actionfilme, aber bestens geeignet, um bei schnellen Motiven genau den richtigen Moment einzufangen, denn jedes 4K Einzelbild hat acht Megapixel. Fürs Filmen ist die Full-HD Videofunktion (1.080/30p) die richtige Wahl.

Bedienung nach Kamera-Art

Smarte Funktionen und Apps werden wie gewohnt über die Android-Oberfläche des Displays gesteuert, das mit seiner Full HD Auflösung (1.920 x 1.080 Pixel) hohen Ansprüchen genügt. Im Kamera-Modus schaltet die Lumix CM1 auf eine intuitiv zu bedienende Display-Anzeige um, die dem Touchscreen einer hochwertigen Lumix Kompaktkamera ähnelt. Wichtige Funktionen wie Blende, Zeit, Belichtungskorrektur, Wahl der Kreativ-Filter und der Lichtempfindlichkeit können bequem am Objektivring vorgenommen werden; und natürlich gibt es einen Auslöser genau an der richtigen Stelle.

Mit der Lumix CM1 will Panasonic Foto-Enthusiasten, Profis, und Textjournalisten, die auch fotografieren, ein hochwertiges Handwerkszeug anbieten, wenn die große Kamera zu Hause bleiben soll. Für mehr Flexibilität bei der Brennweite wird Panasonic auch Konverter anbieten. Die Smartphone-Kamera oder das Kamera-Smartphone kommt im November auf den Markt.

Mit FourThirds Sensor und lichtstarkem Leica-Zoom



Die Lumix LX100 kommt im November auf den Markt.

Die neue Lumix LX100

Mit der Lumix LX100 präsentiert Panasonic auf der photokina das erste Modell der neuen LX-Generation und führt bahnbrechende Technologien in dieser Klasse ein. Die Kamera ist superschnell, besonders lichtstark, nimmt Videos in 4K UHD auf und bietet volle Netzwerkfähigkeit mit WiFi/NFC.

Das Herzstück der Premium-Kompaktkamera ist der große hochempfindliche 16-Megapixel FourThirds MOS-Sensor. Durch die Nutzung des mittleren Bereiches mit bis zu 12,8 Megapixeln macht er Aufnahmen ohne Weitwinkel-Verlust in den Seitenverhältnissen 4:3, 3:2 und 16:9 möglich. Durch sein hervorragendes Signal-Rausch-Verhältnis bietet er eine maximale Lichtempfindlichkeit von ISO 25.600. Dazu passt das neu entwickelte, besonders lichtstarke Leica DC-Vario-Summilux 1,7-2,8/24-75 mm (KB) mit Power OIS Bildstabilisator.



Der 16-Megapixel Four Thirds MOS-Sensor ist besonders lichtstark.

Das 3,1fach Zoom ist aus 11 Linsen in 8 Gruppen aufwändig konstruiert. 2 ED- und 5 asphärische Linsen mit 8 asphärischen Oberflächen sorgen für klare Konturen auf der Schärfenebene und ein natürliches, harmonisch wirkendes Bokeh. Makroaufnahmen sind ab 3 cm in etwa halber Originalgröße möglich. Für Tempo bei der Verarbeitung der Bilddaten sorgt der ebenfalls neu entwickelte Venus Engine Prozessor der Lumix LX100. Er bewältigt nicht nur die großen Datenmengen von 4K Videoaufnahmen, sondern sorgt auch für effektive Rauschunterdrückung

über einen weiten Frequenzbereich. Dabei wird die Multiprozess-NR-Technologie durch einen Zufallsfilter unterstützt, der ein Rauschen mit unregelmäßiger Struktur erzeugt und so unerwünschtes Rauschen zugunsten eines natürlichen, fast analog wirkenden Bildeindrucks überlagert. Zudem verbessert der neue Prozessor die Farbwiedergabe durch exakte Analyse der einzelnen Farbtöne und erzielt einen besser differenzierten automatischen Weißabgleich.

Schnell scharf

Das Hybrid-Kontrast-AF-System der LX100 arbeitet praktisch verzögerungsfrei und berechnet die Aufnahmedistanz unter Berücksichtigung der vom Objektiv übermittelten charakteristi-

schen Daten. Das ermöglicht vor allem bei langen Brennweiten eine schnelle und präzisere Fokussierung. So stellt die LX100 in nur 0,09 Sekunden bei Weitwinkel und 0,17 Sekunden bei der Telebrennweite scharf. Dabei kann der AF-Punkt fast im gesamten Bildfeld beliebig positioniert werden. Der Fokussierbereich umfasst jetzt 49 Felder, die im benutzerdefinierten Multi-AF-Modus variabel kombiniert werden können. Mit dem „Pin-Point“-AF kann man auch auf kleinste Motividetails scharfstellen; ein eigenes Lupenfenster als Bild im Bild ermöglicht die Kontrolle der Schärfe. Serien-

fotos nimmt die Lumix LX100 mit 11 Bildern pro Sekunde bei voller 12-Megapixel Auflösung (ohne Schärfenachführung) und mit bis zu 5,5 Bildern pro Sekunde mit Tracking-AF auf. Mit dem „Low-Light“-AF kann noch bei Lichtwerten von bis zu -3 EV fokussiert werden; das entspricht einer nächtlichen Landschaft unter dem Sternenhimmel.

Videos zeichnet die Lumix LX100 im 4K Format (QFHD 4K 3.840 x 2.160 Pixel, bis zu 25 B/s, MP4) oder in Full-HD auf. Im 4K Foto-Modus können Einzelbilder mit 8 Megapixel Auflösung als JPEGs aufgezeichnet werden, um den entscheidenden Moment einer Szene einzufangen. Voraussetzung für dieses Tempo ist der Einsatz von Speicherkarten der neuen Geschwindigkeitsklasse UHS Speed Class 3 (U3).

Hochauflösender Sucher

Neben dem 7,5 cm großen LCD-Monitor mit 921.000 Bildpunkten gehört wie bei der GX7 ein hochauflösender LCD-Live-View-Sucher mit 100prozentiger Bildwiedergabe im Format 16:9 und 2,764 Millionen Bildpunkten zur Ausstattung. Die Bedienung erfolgt intuitiv und komfortabel; Bedienungselemente wie Blendenring, Zoom- und Fokussiering sowie Einstellräder für Zeiten und Belichtungskorrektur erlauben schnelles Reagieren auf die Aufnahmesituation. Mit der integrierten WiFi/NFC Funktion kann die Lumix LX100 mit Hilfe der Panasonic Image App vom Mobilgerät aus gesteuert werden. Dabei sind Live-View Bildkontrolle, Auslösen, Zoomen, Fokussieren und die Einstellung von Verschlusszeit, Blende und Belichtungskorrektur möglich. Zudem können die Geodaten des Mobilgerätes in die Bilddatei eingebunden werden.

Die Lumix LX100, kommt in den Farben Schwarz und Silber im Oktober 2014 auf den Markt. Der Preis stand bei Redaktionsschluss noch nicht fest.

Die neue Lumix GM5



Die Lumix GM5 kommt im November in den Farben Schwarz und Schwarz-Rot auf den Markt.



Die Premium-Kompaktklasse unter den DSLM-Kameras von Panasonic wird zur photokina um die Lumix GM5 erweitert. Sie ist mit Abmessungen von 98,5 x 59,5 x 36,1 mm besonders kompakt, bietet in ihrem wertigen Magnesiumgehäuse aber eine umfassende Ausstattung.

Der 16-Megapixel Live-MOS-

Sensor im Four Thirds Format erlaubt Empfindlichkeiten bis maximal ISO 25.600; das Kontrast-AF-System arbeitet mit einem Signalaustausch von 240 Bildern pro Sekunde zwischen Kamera und Objektiv schnell und präzise. Fokus-Funktionen wie Low-Light AF, Punkt-AF mit Lupenfunktion oder Schärfefollowing machen die Kamera für praktisch jeden Einsatz geeignet. Der 7,5 cm große Touchscreen-LCD-Monitor im 16:9 Format mit 921.000 Bildpunkten kann zum Fokussieren und Auslösen genutzt werden. Alternativ erfolgt die Bildkontrolle durch den Live-View Sucher mit 1,66 Millionen Bildpunkten, 100prozentigem Bildfeld und einem Vergrößerungsfaktor von 0,92x/0,46x (KB).

Der schnelle Kontrast-Autofokus ermöglicht Serienbelichtungen mit voller Auflösung und Schärfenachführung mit bis zu 4 Bildern pro Sekunde, mit Vorfokussierung 5,8 Bilder pro Sekunde. Neu ist eine Augenerkennungsfunktion, mit der der Schärfepunkt direkt auf ein Auge im menschlichen Gesicht gelegt werden kann.

Videos zeichnet die Lumix GM5 im Full-HD Format (1080/50p) auf; die Kamera unterstützt zudem den nativen Kino-Modus (1080/24p) mit 24Mb/s im AVCHD-Format. Auch beim Filmen stehen Programm-, Blenden- und Zeitautomatik sowie manuelle Zeit- und Blendeneinstellung und Touch-AF zur Verfügung. Neu ist die „Snap-Movie“-Funktion, mit der sich kurze Videos von vorgegebener Dauer (2, 4, 6 oder 8 Sekunden) als „bewegte Fotos“ aufnehmen lassen. Die Snap-Movies können über die Panasonic Image App mit Freunden geteilt und nachträglich neu arrangiert sowie mit Musik kombiniert werden. Die Lumix GM5 ist ab November in Schwarz und Schwarz-Rot erhältlich; die Preise stehen noch nicht fest.

Zwei neue Lumix G Objektive

Für die Systemkameras der Lumix G Serie stellt Panasonic zwei weitere Objektive vor. Das neue Pancake-Objektiv Lumix G F2,5/14 mm II Asph. mit Metallbajonett ist trotz seiner hohen Lichtstärke besonders kompakt, flach und leicht. Dennoch sorgt die Optik mit 6 Linsen in 5 Gruppen, darunter 3 asphärische Elemente, für farbtreue Aufnahmen und hohe Schärfe bis in die Bildecken. Das Objektiv ist ab Anfang Oktober für 399 Euro (UVP) erhältlich.

Das Lumix G Vario 4,0-5,6/35-100 mm Asph./O.I.S. ist besonders für den Einsatz mit den kompakten DSLM Kameras der GM Serie geeignet. Mit nur 50 mm Länge und 55,5 mm Durchmesser sowie 135 g Gewicht ist es besonders kompakt und passt mit seinem silbernen oder schwarzen Metall-Design auch äußerlich gut zu den GM Kameras. Die optische Konstruktion besteht aus 12 Linsen in 9 Gruppen, darunter 2 ED-Elemente und eine asphärische Linse. Das Objektiv wird ab Ende Oktober in Silber oder Schwarz erhältlich sein; der Preis steht noch nicht fest.



Das neue Pancake-Objektiv Lumix G F2,5/14 mm II Asph. ist besonders kompakt.



Das Lumix G Vario 4,0-5,6/35-100 mm Asph. O.I.S. wurde auf die kompakten Kameras der GM Serie abgestimmt.

Für wen ist die Lumix Smart Camera CM1?

Mit der Lumix CM1 stellt Panasonic auf der photokina einen einzigartigen Hybriden zwischen High-End-Kamera und Smartphone vor. **imaging+foto-contact** hat Michael Langbehn, Manager PR/CSR/Sponsoring bei Panasonic, gefragt, was dahinter steckt.

imaging+foto-contact: Herr Langbehn, ist die Lumix CM1 eine Kamera oder ein Smartphone?

Michael Langbehn: Sie ist eine High-End-Kompaktkamera und ein Smartphone, genau das macht ja diese Neuheit einzigartig. Ihre Foto-Ausstattung entspricht dem Premium-Anspruch: Die Pixel auf dem 1 Zoll großen 20-Megapixel Sensor sind mehr als 2,5x größer als die eines iPhone 5s, und dazu kommt das lichtstarke F2,8 28 mm Leica DC Objektiv, dessen Leistung allen Kriterien gerecht wird, die man mit diesem großen Namen verbindet.

Als Kommunikationsgerät ist die CM1 mit dem Android 4.4 Betriebssystem, dem Qualcomm Snapdragon Vierkern-Prozessor und der LTE-Ausstattung jeder Aufgabe gewachsen.

imaging+foto-contact: Welche Zielgruppe hat Panasonic für dieses Produkt im Auge?

Michael Langbehn: Die Lumix CM1 wird anspruchsvolle Foto-Enthusiasten ebenso begeistern wie Menschen, die beruflich fotografieren, zum Beispiel Textjournalisten, die ihre eigenen Aufnahmen machen, Blogger und auch Profi-Fotografen, die

einmal ihr schweres Equipment zu Hause lassen wollen. Diese Zielgruppe will auch ohne umfangreiche Ausrüstung nicht nur einfache Spaßbildchen schießen, sondern bewusst fotografieren und dabei erstklassige Fotos machen, deren Qualität nicht hinter den Bildern zurückbleibt, die mit einer guten Kamera aufgenommen werden.

imaging+foto-contact: Und dafür braucht man ein Kamera-Smartphone?

Michael Langbehn: Dafür braucht man eine Lumix Smart Camera CM1 von Panasonic. Denn sie ist zum einen ein attraktives Designerstück, dass sich durch erstklassige Materialien und eine hochwertige Anmutung auf den ersten Blick als Premium-Produkt ausweist. Und in diesem einzigartigen Produkt steckt die ganze Expertise, die Panasonic zu einem führenden Anbieter von hochwertigen Premium-Kompaktkameras gemacht hat. Das ist für die Zielgruppe, die wir ansprechen wollen, das wichtigste Argument: Diese Kunden wissen, dass sie von Panasonic und der Marke Lumix eine kompromisslos gute Fotoqualität erwarten können. Und sie wollen dabei so fotografieren, wie sie es von ihrer Kamera gewohnt sind. Denn genau das ist nicht nur durch die umfassende Kamera-Ausstattung, sondern auch durch das innovative Bedienkonzept der Lumix CM1 möglich.

imaging+foto-contact: Was ist das Besondere an diesem Bedienkonzept?

Michael Langbehn: Das Besondere ist, dass Sie die Lumix CM1 beim



Michael Langbehn, Manager PR/CSR/Sponsoring bei Panasonic

digitalen Kommunizieren und bei der Verwendung von Apps wie ein Smartphone über die Android-Oberfläche bedienen, aber beim Fotografieren wie eine Kamera handhaben können. Der Auslöser ist am richtigen Platz, und für die wichtigsten Einstellungen gibt es den Objektivring. Man kann manuell fokussieren, es gibt eine Fokus-Peaking Funktion, und nach der Aufnahme können Sie die Bilder im RAW-Format abspeichern, um sie anschließend professionell zu bearbeiten. Auf dem Display schalten Sie im Foto-Modus blitzschnell zwischen den Menüs um, eine 3D-Wasserwaage hilft bei der Ausrichtung, Touch-AF und Shutter-Funktion sind ebenso vorhanden wie alle Belichtungs- und Kreativ-Programme, die Sie von einer hochwertigen Kamera kennen.

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



Grußwort von Christoph Thomas, Vorsitzender des Photoindustrie- Verbandes

Mit jeder photokina gewinnt die Branche

Die Zeichen für eine überaus erfolgreiche photokina 2014 stehen gut. Nein, das ist untertrieben – sie stehen sehr gut, und die Erwartungen an die wichtigste Ordermesse der Branche sind bei allen Beteiligten groß. Wenn wir den Schwung der photokina-Vorberichterstattung mitnehmen, dann wird es wieder eine sehr erfolgreiche photokina werden, da bin ich mir sicher. Und ich kann Ihnen gar nicht sagen, wie sehr es mich erleichtert, dass wir in diesem Jahr die photokina haben und sich durch sie das Stimmungsbild insgesamt merklich aufhellt. Das Jahr 2014 war bis vor kurzen auch von dunklen Wolken begleitet. Einige Stimmen bemängelten die Innovationskraft der Foto- und Imagingbranche. Diese Stimmen sind es, die nun verstummen, und das ist auch gut so. Denn die photokina ist es, die – auch mit ihrer medialen Stärke – das reale Bild wiedergibt; und das kann sich mehr als sehen lassen.

Mit jeder photokina gewinnt unsere Branche, und wir sind uns erneut unserer Stärke bewusst. Das ist im Interesse aller Beteiligten von elementarer Bedeutung, um durch Begeisterung und Visionen nachhaltig für Foto und Imaging zu werben sowie den Absatz ihrer Produkte zu sichern und auszubauen. Wir müssen uns als Foto- und Imagingbranche in einem schwierigen Wirtschaftsumfeld behaupten. Das gelingt uns mit unserer Innovationskraft sowie dem weiter gestiegenen Facettenreichtum und auch durch die photokina in eindrucksvoller Weise. Wir haben keine Veranlassung, den Kopf in den Sand zu stecken, auch wenn wir nicht in allen Bereichen Wachstumskurven auszuweisen haben. Märkte unterliegen permanenten Veränderungen, und dazu gehört es auch, dass Absatzkurven nach unten gehen und an anderer Stelle Wachstumskurven ausgewiesen werden können.

Der Anmeldestand der photokina 2014 übertrifft unsere Erwartungen. Aber nicht nur das – er ist auch ein Beleg für die zielgenaue Ausrichtung der photokina mit ihrer klaren Fokussierung auf Foto und Imaging.

180 Neuaussteller konnten für die World of Imaging gewonnen werden – dies unterstreicht nicht nur die Bedeutung der photokina, sondern zeigt auch, mit welcher Geschwindigkeit sich das Spektrum von Foto, Video und Imaging erweitert.

Der Besuch der photokina lohnt sich für den Fotohandel. Nehmen Sie sich Zeit, denn die photokina zeigt das komplette Bild der Foto- und Imagingbranche im Vollformat.

Herzlichst Ihr Christoph Thomas,
Vorsitzender des
Photoindustrie-Verbandes



Grußwort von **Markus Oster,** Geschäftsbereichs- leiter Messe- management der Koelnmesse GmbH

Herzlich willkommen auf der photokina 2014 in Köln

In Köln werden seit jeher innovative Produkte vorgestellt, zukunftsweisen- de technologische Entwicklungen auf- gegriffen und Trends in den Fokus der internationalen Aufmerksamkeit gerückt. Das gilt auch für die photokina: Immer wieder hat sich die "world of imaging" als unverzichtba- rer Wachstumsmotor für Industrie und Handel erwiesen.

Zur photokina präsentieren rund 1.100 Aussteller aus über 50 Ländern dem internationalen Fachpublikum aus aller Welt zahlreiche Neuheiten, und die Messe wird erneut aktuelle Trendthemen aufgreifen, die die Branche nachhaltig beeinflussen, wie Action-Cams, Connectivity oder das Filmen mit Fotokameras.

Die photokina 2014 wird mit ihren Trends nachhaltig Zeichen setzen. Noch nie wurde soviel fotografiert

wie heute. Noch nie waren die Möglichkeiten der Bildkommunikation so vielfältig wie heute. Aber selten zuvor waren auch die Herausforde- rungen, neues Geschäftspotenzial zu entwickeln, derart hoch. Dementspre- chend gewinnt die world of imaging weiter an Bedeutung, umso mehr dürfen sich Besucher aus aller Welt über ein beeindruckendes Eventpro- gramm mit Kongressen, Workshops, Symposien, Live-Shootings, Bilder- schauen und vielen Special Events auf dem Messegelände und in der ganzen Stadt freuen.

Noch nie gab es auch so viele Neu- aussteller auf einer photokina. Knapp 180 Unternehmen, die erstmals auf der photokina vertreten sind, machen deutlich, wie dynamisch sich der Foto- und Imagingsektor entwickelt, mit welcher Geschwindigkeit sich das Spektrum von Foto, Video und Ima-

ging erweitert. Das macht auch für Sie als Vertreter des Handels die photokina zu einem unverzichtbaren Ereignis.

Darüber hinaus bietet die photokina vielfältige Möglichkeiten, neue Ge- schäftskontakte zu knüpfen. Denn nur zur photokina in Köln treffen die inter- nationalen Top-Entscheider aus Handel und Industrie sowie professionelle An- wender aus aller Welt zusammen, um sich zu informieren und auszutauschen.

Die photokina verspricht erneut sechs informative und spannende Messeta- ge. Ich wünsche Ihnen einen anre- genden und erfolgreichen Messebe- such – und natürlich einen angenehmen Aufenthalt in Köln.

Herzlichst Ihr Markus Oster,
Geschäftsbereichsleiter Messe-
management, Koelnmesse GmbH

Jetzt Termin vormerken!

28. – 29. Januar 2015, Congress-Centrum Nord, Koelnmesse

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
world of imaging

„Memories and markets in motion“

Welche Innovationen bringt die photokina?

1.100 Chancen für die Branche

Willkommen auf der photokina! Selten hat die Branche dieser Leitmesse so entgegen gefiebert wie in diesem Jahr, denn seit 2012 hat sich der Foto- und Imaging-Markt in atemberaubendem Tempo verändert. Und daran haben die Hersteller und der Fotohandel nicht nur Freude gehabt. Wenn es wirksame Konzepte gibt, wie diese Veränderungen in eine neue Dynamik umgewandelt werden können, dann werden die in Köln zu sehen sein. Wo sonst?



Thomas Blömer, Verleger

1.100 Aussteller – und damit 100 weniger als 2012 – haben sich für die photokina 2014 angemeldet. Nicht weniger als 180 nehmen zum ersten Mal an der world of imaging teil. Bereits diese Zahlen bringen die Dramatik der Entwicklung auf den Punkt: Fast jeder vierte Aussteller der photokina 2012 ist in diesem Jahr nicht mehr dabei, und fast jeder sechste Aussteller der photokina 2014 gehört nicht zum

traditionellen Portfolio dieser Messe, sondern zu den „Seiteneinsteigern“.

Das muss kein Nachteil sein. Die Lawine von neuen Ausstellern gibt vielmehr Anlass zur Hoffnung, dass – endlich! – neue Ideen und Konzepte in eine Branche kommen, deren traditionelle Spieler zu großen Teilen mehr oder weniger im eigenen Saft geschmort haben. Die großen Namen der Kamera-Industrie sind dafür ein Beispiel: Natürlich werden Canon, Nikon, Olympus und Pentax tolle neue Kameras mit exorbitanter Bildqualität vorstellen, aber Produkte, die das Lebensgefühl der Generation iPhone widerspiegeln, sind aus diesem Lager – zumindest bis Redaktionsschluss – nicht zu erwarten. Und was die Systemkameras angeht, wird Samsung mit der NX1 einen imponierenden Hut in den Ring werfen. Das wird spannend!

Dagegen gibt es bei Panasonic und Sony neue Ideen dafür, dass Smartphones und Kameras keine Gegensätze sein müssen.

Eine sehr positive Entwicklung auf der photokina 2014: Wichtige Anbieter entwickeln Lösungen, wie die Kunden ihre auf zahlreichen Geräten und Plattformen verstreuten Bilder zusammenführen, verwalten, teilen und in tolle Bildprodukte verwandeln können. Canon hat seine irista Plattform mit eher schmaler Funktionalität im Sommer recht still eingeführt; in Köln lohnt sich bei diesem Thema auch ein Besuch bei Cewe und bei Fujifilm. Die Japaner, bei ihren Kameras eher konservativ, fahren beeindruckende vernetzte Lösungen fürs digitale Bildergeschäft auf und könnten die ganze Branche vorantreiben, wenn sie diese Technologien tatsächlich auf die Straße bringen.

Auch die Anbieter von Kiosken werden immer kreativer, um den Kunden dabei zu helfen, ihre Smartphone-Bilder im Fotohandel zu drucken. Hier lohnt sich eine Recherche in Köln, denn zusätzliche Erträge kann der Fotohandel wirklich gut gebrauchen.

Die Redaktion imaging+foto-contact wünscht Ihnen erfolgreiche Messetage. Über aktuelle Neuheiten informieren wir Sie auf www.foto-contact.de täglich frisch.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Die photokina Sensation von Panasonic –
Dieses Smartphone ist eine Lumix 2

Internationale Messen

Grußwort zur photokina von
Christoph Thomas 6

Grußwort zur photokina von
Markus Oster 7

Editorial

Welche Innovationen bringt die photokina?
1.100 Chancen in Köln 9

Wichtiges aus foto-contact.de 12, 23, 48

Bilddienstleistungen

Kodak Alaris zum ersten Mal auf der photokina –
Mehr Bilder mit neuen Apps 24

Silverlab Solutions mit vielen Angeboten –
Neues fürs Bildergeschäft 32

Neuheiten

Das neue Samsung Top-Modell NX1 –
Schnell, scharf, innovativ 14

Die neuen Kameras der Fujifilm X-Serie –
Neue Sucher, neue Farbe 21

Kodak Alaris auf der photokina Mehr Bilder mit neuen Apps



Ein Jahr nach seiner Ausgründung aus der Eastman Kodak Company will Kodak Alaris bei seinem ersten Auftritt auf der photokina dem Bildergeschäft frische Impulse geben und dem Fotohandel neue Umsatzquellen eröffnen. Das Startup mit einer 126jährigen Geschichte legt einen wichtigen Schwerpunkt auf neue Apps, mit denen die Kunden zahlreiche Bildprodukte mit ihren Fotos gestalten und dann auf den Kodak Picture Kiosks und Apex Dry Labs drucken lassen können. **Seite 24**

BILDDIENSTLEISTUNGEN

Die photokina Sensation von Panasonic Dieses Smartphone ist eine Lumix



Der (vorläufige) Name Lumix CM1 klingt alltäglich, aber das Produkt ist eine Sensation: Das erste High-End-Smartphone mit der Fotoqualität einer High-End-Kompaktkamera und die erste High-End-Kompaktkamera mit der Kommunikationsqualität eines High-End-Smartphones. An Bord sind ein großer 1" 20 Megapixel BSI CMOS Sensor, ein lichtstarkes Leica DC Elmarit F2,8 28 mm (KB) Objektiv, 4K Video und vieles mehr. **Seite 2**

Das neue Samsung Top-Modell NX1 Schnell, scharf, innovativ



Samsung stellt auf der photokina die NX1 als neues Systemkamera-Flaggschiff vor, aber dieser Begriff wird dem Boliden nicht wirklich gerecht: Diese Kamera hat gar nichts mit einem behäbigen Dampfer gemeinsam, sondern setzt in Sachen Tempo, Autofokus-Leistung und 4K UHD Video neue Maßstäbe. In das staub- und spritzwasser-geschützte Magnesium-Gehäuse haben die Samsung Ingenieure jede Menge neue Technologien gepackt. **Seite 14**

Die neue Nikon D750 Flexibilität im Vollformat



Nikon erweitert zur photokina seine Palette von Vollformat-DSLRs um die D750. Das neue Modell ist zwischen der D610 und der D810 positioniert und wurde praktisch komplett neu entwickelt. Die Kamera ist besonders schnell, leicht und bietet WiFi und umfassende Video-funktionen. Damit soll sie vor allem engagierte Hobby-fotografen ansprechen. **Seite 33**

Smartphone-Fotografie 2.0 von Sony Die neuen SmartShot Kameras

Nachdem Sony mit den ersten beiden objektivförmigen SmartShot Kameras auf der IFA 2013 eine völlig neue Art



der Smartphone-Fotografie ermöglicht hat, stellte das Unternehmen auf der IFA die nächste Generation dieser Produktkategorie vor. Die neue SmartShot QX1 fängt Motive mit einem großen 20,1 MP APS-C Exmor Sensor ein und wird mit den E-Mount Wechselobjektiven von Sony bestückt. Die QX30 ist mit einem Sony G Objektiv ausgestattet, dessen mit 30x-Zoomfunktion einem Brennweitenbereich von 24–720 mm im Kleinbildformat entspricht. **Seite 36**

ZUM TITELBILD

NEUHEITEN

Interview mit Shigetaka Komori, Vorstandsvorsitzender der Fujifilm Holdings Corporation



Fujifilm wird auf der photokina zahlreiche Neuheiten für alle Imaging-Bereiche einführen. Dazu gehören nicht nur neue Kamera-Modelle, sondern auch innovative Konzepte für die Kommunikation mit Bildern in digitalen Netzwerken und neue Wege, die mit Smartphones und Kameras erzeugte

Bilderflut in wertschöpfungsstarke Bildprodukte zu verwandeln. imaging+foto-contact hatte vor der photokina Gelegenheit, mit dem Chairman und CEO der Fujifilm Holdings Corporation, Shigetaka Komori, über seine Strategien für den Imaging-Markt zu sprechen. **Seite 18**

Interview mit Harald H. Pirwitz, Vorstand der Neumüller Cewe Color Stiftung



Mit einem repräsentativen Stand in Halle 4.2 will Cewe seine Innovationskraft für das Bildergeschäft in der vernetzten Welt unterstreichen. Dabei setzt das Unternehmen mit neuen Bildprodukten und Dienstleistungen auf Wachstumssegmente, die auch dem Fotohandel eine hohe Wertschöpfung

versprechen. imaging+foto-contact hat mit Harald H. Pirwitz, Vorstand der Neumüller Cewe Color Stiftung und zuständig für den nationalen und internationalen Vertrieb, darüber gesprochen, welche Impulse er von der photokina für das Bildergeschäft erwartet. **Seite 28**

DNP mit Neuheiten auf der photokina Vielfalt am PoS



Mit zahlreichen Neuheiten baut DNP auf der photokina sein Angebot von Drucklösungen für den

Fotohandel und Profifotografen weiter aus. Dabei stehen das neue Top-Modell DS620, der Duplex-Drucker DS80-DX und das modulare nexlab 6 Production Center im Mittelpunkt. Sie machen es möglich, zahlreiche verschiedene Bildprodukte im Geschäft herzustellen. **Seite 40**

Felix Schoeller auf der photokina Echtes Canvas für HP Indigo



Als weltweit einziger Komplettanbieter hochwertiger Fotopapiere und Printmedien für alle Imaging-Segmente und relevanten Drucktechnologien setzt die

Osnabrücker Felix Schoeller Group auf der photokina weiter auf Innovation. Unter den Neuheiten des Weltmarktführers ist eine echte Weltpremiere: das erste echte Canvas Produkt, das speziell für die neue HP Indigo 7800 Digitaldruck-Maschine entwickelt worden ist. **Seite 44**

INTERVIEWS

- Die neue Nikon D750 – Flexibilität im Vollformat **33**
- Smartphone-Fotografie 2.0 von Sony – Die neuen SmartShot Kameras **36**
- Neue Einstiegs-SLR von Ricoh Imaging – Die leuchtende Pentax **38**
- Selfie Systemkamera Olympus PEN E-PL7 – Spiegeln, Spiegeln in der Hand **47**

Interview

- Fujifilm mit markantem Auftritt auf der photokina – Imaging mit Herz und Seele **18**
- Die photokina Botschaft von Cewe – „Freude am Foto“ **28**

Unternehmen

- DNP mit vielen Neuheiten auf der photokina – Vielfalt am PoS **40**
- Felix Schoeller mit Weltneuheit auf der photokina – Echtes Canvas für HP Indigo **44**

Rechtstipps

- Das Recht am eigenen Bild setzt enge Grenzen – Die Dashcam und der Datenschutz **42**

Impressum

Klein- und Personalanzeigen

Immer aktuell:



www.foto-contact.de

UNTERNEHMEN

Orwo Net erweitert Geschäftsführung



Peter Warns

Mit Peter Warns hat die Orwo Net GmbH, Bitterfeld, zum 1. August 2014 die Geschäftsführung erweitert. Neben Dr. Gerhard Köhler und Peter Ulbricht wird Warns vor allem in

den Bereichen strategische Unternehmensentwicklung und Vertrieb sowie Finanzen und Personal tätig sein.

Der 53jährige Warns hat Betriebswirtschaftslehre an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster studiert und ist Diplomkaufmann. Er war von 2003 bis 2011 alleiniger Geschäftsführer der Spielkartenfabrik Altenburg GmbH. Davor und danach war er an verantwortlicher Stelle bei renommierten Unternehmensberatungen tätig, darunter in den USA, in Brasilien und Japan.

Warns verfügt über langjährige Erfahrungen in der Druckindustrie und war auf den Gebieten des Strategie- und Innovationsmanagements tätig.

Oliver Kaltner übernimmt Vorstandsposten bei Leica

Der Aufsichtsrat der Leica Camera AG hat Oliver Kaltner (45) zum 1. September 2014 in den Vorstand berufen. Der 45jährige Manager, der über profunde Erfahrung in den Bereichen Consumer Electronics, IT, dem Category Management und Markenführung verfügt, wird bei Leica für die Resorts Marketing, Sales und Retail sowie die Weiterentwicklung der Handels- und Vertriebspartnerschaften verantwortlich sein. Zuletzt war er General Manager bei der Microsoft Deutschland GmbH, wo er die Consumer Channels Group in



Oliver Kaltner

Neue Geschäftsführung bei Fujifilm Europe

Takaaki Kurose hat am 1. September die Position des Präsidenten von Fujifilm Europe übernommen. Der 58jährige Manager tritt damit die Nachfolge von Toru Takahashi an, der zum Vorstandsmitglied der Fujifilm Holdings Corporation ernannt wurde und nach Japan zurückkehrte. Von seinem Vorgänger übernimmt Kurose alle Funktionen und Verantwortungsbereiche und wird damit Geschäftsführer der Fujifilm Europe GmbH, Düsseldorf, sowie der Fujifilm Europe B.V. in Tilburg, Niederlande.



Takaaki Kurose

Kurose studierte an der Waseda University, Tokyo, und trat 1979 bei Fujifilm ein. Innerhalb des Unternehmens hatte er verschiedene Positionen inne, darunter Kontrollfunktionen für Recording Media in der Produktionsstätte Odawara, Produktplanung für Electronic Imaging, internationales Marketing für Photo Imaging sowie Top Management Positionen in den USA und Italien. Zuletzt war er Geschäftsführer der Fujifilm Holdings France in Paris. Im Rahmen seiner neuen Verantwortungsbereiche wird Kurose in Düsseldorf tätig sein.

„In den letzten Jahren haben wir die Fujifilm Organisation in Europa stetig ausgebaut“, sagte Kurose. „Ich werde die Arbeit und Ziele meines Vorgängers fortsetzen und die Entwicklung des Regional Head Office Europe mit den Geschäftsbereichen Imaging, Optische Geräte, Medical Systems, Grafische Systeme, Recording Media und Industrial Products vorantreiben.“

Umsatz und Profit erfolgreich ausgebaut hat.

Zuvor war Kaltner in geschäftsführenden und leitenden Positionen unter anderem bei der Sky, der Sony Deutschland, Electronic Arts und Nike GmbH tätig.

„Wir freuen uns, mit Oliver Kaltner einen erfahrenen Sales- und Retail-Experten für das Unternehmen hinzugewonnen zu haben“, erklärte Alfred Schopf, Vorsitzender des Vorstands der Leica Camera AG. „Angesichts unserer Internationalisierungsstrategie und der bereits erfolgreich eingeleiteten Ausweitung unseres Store Konzepts nimmt insbesondere der Bereich Retail immer mehr Gewicht ein. Wir sind überzeugt, dass Oliver Kaltner das neu zugeschnittene Vorstandsressort mit seiner Erfahrung kraftvoll und erfolgreich ausfüllen wird.“ Oliver Kaltner kommentierte: „Leica ist eine der weltweit führenden Premium-Marken mit einer eindrucksvollen 100-jährigen Fotografie-Geschichte. Das Produktsortiment und die Vertriebslinien von Leica nachhaltig erfolgreich zu gestalten, ist kein kurzfristiges, punktuell Vorhaben, sondern ein ganzheitlicher Ansatz, den Leica bereits heu-

te konsequent verfolgt. Dies gemeinsam konzeptionell weiterzuentwickeln, ist eine spannende und herausfordernde Aufgabe, die ich gerne übernommen habe.“

Karl Walther firmiert um

Der Nettetaler Rahmen- und Albenspezialist Karl Walther Alben und Rahmen GmbH & Co. KG hat in walther design GmbH & Co. KG umfirmiert. Mit der Umfirmierung wird ein neues, modernes Corporate Design und Logo eingeführt. Walter Lorenz, Geschäftsführer, erklärt dazu in einer Pressemitteilung: „Für unsere Kunden ändert sich tatsächlich nichts. Bestehende Verträge bleiben erhalten, und auch unser hohes Serviceangebot bleibt in bekanntem Umfang bestehen. Wir ändern nur unseren Namen, und unsere Kunden können sich darauf verlassen, dass wir weiterhin ein vertrauenswürdiger Partner bleiben werden. In unserem neuen Logo spiegeln sich die Positionierung und das Selbstverständnis des Unternehmens wider: jahrzehntelange Marktpräsenz und Erfahrung, die guten Kundenbeziehungen und Zuverlässigkeit, Werte, die mit in die Zukunft genommen werden.“ Zum Herbst plant walther wieder die Vorstellung zahlreicher Neuheiten für den Fachhandel.

releasequality



X-T1

Wetterfester Vollprofi: Echtzeit-Sucher mit extrem schneller Reaktionszeit, X-Trans CMOS II Sensor für Bildqualität auf höchstem Niveau, schneller und präziser Hybrid-Autofokus, wetterfestes Gehäuse für nahezu jede Fotosituation, WiFi Anbindung an Smartphone oder Tablet. Revolutionieren Sie Ihre Fotografie – mit der FUJIFILM X-T1.



Das neue Samsung Top-Modell NX1

Schnell, scharf, i



Im Gehäuse der Samsung NX1, hier mit dem neuen S F2,0-2,8 16-50 mm ED OIS, stecken zahlreiche Neuentwicklungen.

Innovativ: der Sensor

Trotz ihres beeindruckenden Leistungsprofils positioniert Samsung die NX1 nicht als Profikamera: „Wir wollen mit diesem Modell vor allem Semi-Profis ansprechen, die eine schnelle, robuste Kamera mit kompromissloser fotografischer Leistung suchen“, erklärte Andreas Wahlich, Head of Marketing im Bereich Digital Imaging von Samsung. „Damit runden wir unsere Systemkamera-Palette nach oben ab. Mit den Einsteiger-Modellen NX3000 und NX mini, der NX 300 und 300M für kreative Gestalter, der NX30 für ambitionierte Amateure und jetzt der NX1 für Semi-Profis bieten wir dem Fotohandel ein komplettes Sortiment, mit dem er alle wichtigen Zielgruppen ansprechen kann.“

In der Samsung NX1 steckt ein komplett neu entwickelter BSI CMOS Sensor im APS-C Format mit der Rekorderlösung von 28,2 Megapixeln. Trotzdem ist jede Fotodiode genauso effektiv wie die eines 20 Megapixel Sensors und hat auch dieselbe Größe. Denn Samsung erreicht die für das APS-C Format enorme hohe Auflösung nicht mit dem Einsatz kleinerer Pixel, sondern mit einer ganz neuen Anordnung der Mikrolinsen, die deutlich mehr Licht einsammeln als ihre herkömmlichen Pendanten. So wird ein Empfindlichkeitsbereich von ISO 100 - 25.600 (erweitert: ISO 51.200) möglich. Schnell ist der Sensor außerdem: Bei voller Auflösung liegt die Auslesefrequenz bei 15 Bildern pro Sekunde; zudem wird die 14 Bit-Ausgabe für eine fein abgestufte Gra-

Samsung stellt auf der photokina die NX1 als neues Systemkamera-Flaggschiff vor, aber dieser Begriff wird dem Boliden nicht wirklich gerecht: Diese Kamera hat gar nichts mit einem behäbigen Dampfer gemeinsam, sondern setzt in Sachen Tempo, Autofokus-Leistung und 4K UHD Video neue Maßstäbe. In das staub- und spritzwasser-geschützte Magnesium-Gehäuse haben die Samsung Ingenieure jede Menge neue Technologien gepackt.

dation und einen weiten Belichtungsspielraum unterstützt.

Innovativ: der Bildprozessor

Passend zum Sensor hat Samsung für die NX1 auch einen neuen Motor konstruiert: Der DRIMe V Bildprozessor arbeitet dreimal so schnell wie der



Der 28,2 MP BSI CMOS Sensor der Samsung NX1 wurde komplett neu entwickelt.

nnovativ

Rechner der NX300. Damit bewältigt er nicht nur die großen Datenmengen der hochauflösten Fotos, sondern macht beim Videofilmen in 4K UHD ebenfalls eine rasante Figur. Auch die Ansteuerung des Displays und des elektronischen Suchers erfolgt äußerst schnell.

Innovativ: das AF-System

Für das schnelle und präzise Fokussieren hat Samsung in der NX1 eine Weltneuheit verbaut: Insgesamt 205 Phasenerkennungs-Messfelder, davon 153 besonders genaue Kreuzsensoren im Mittelbereich, decken 90 Prozent der Bildfläche horizontal und vertikal ab und werden von 209 Sensoren mit Kontrasterkennung unterstützt. Damit kann die NX1 bis in die Ecken des Bildes fokussieren, und das mit einer Geschwindigkeit von nur 55 Millisekunden. Für die Schärfenachführung setzt Samsung einen neuen Algorithmus ein, der sozu-

sagen „nach vorne sieht“ und damit auch bei Motiven, die sich sehr schnell bewegen, die Schärfe präzise nachführt. Dabei kann der Fotograf auf dem Display mit der neuen Fokus-Schnellprüfung kontrollieren, ob die Schärfeebene richtig liegt: Die Kamera zoomt dabei automatisch zum Fokuspunkt. Beim Portrait-AF Modus erkennt die Kamera, wenn sich die Entfernung zum Gesicht verändert und führt die Schärfe nach.

Innovativ: das Tempo

Diese technische Ausstattung führt zu beeindruckenden Leistungsdaten. Die Samsung NX1 nimmt Serienfotos mit einer Geschwindigkeit von 15 Bildern pro Sekunde in voller Auflösung und mit kompromissloser Schärfenachführung auf, bis die Speicherkarte voll ist. Auch die Live-View-Fähigkeiten profitieren von der großzügigen Auslegung des Bildprozessors: Die Bildinformatio-



Das 3"/7,6cm große AMOLED Display der NX1 ist klappbar.

nen werden auf dem um 90 Grad klappbaren 3"/7,6 cm großen FVGA-Super-AMOLED Display und im OLED-Sucher (2,36 Millionen Bildpunkte/0,7fache Vergrößerung) mit minimaler Verzögerung von 5 bis 10 Millisekunden wiedergegeben.

Innovativ: 4K UHD Video

Auch im Video-Modus braucht sich die Samsung NX1 nicht zu verstecken: Die Kamera zeichnet sowohl das hochauflöste Cinema-Format 4K (2.160 x 4.096 Pixel) als auch das Fernseh-Format UHD (2.160 x 3.840 Pixel) auf. Bei UHD werden die Daten nach dem neuen H.265 Standard mit einer Datenrate von 40 Mbit/s. verarbeitet; unkom-

Großes Kino auf Full-Frame.

BESUCHEN
SIE UNS AUF DER
PHOTOKINA
HALLE 4.2
STAND D-26



Die Xenon FF-Primes: Speziell designed für professionelles Filmen mit DSLR-Kameras.
/// www.schneiderkreuznach.com

Zwei neue Samsung S Objektive

Mit der NX1 hat Samsung auch zwei neue hochwertige S Objektive angekündigt. Das lichtstarke S F2,0-2,8 ED OIS ist ein professionelles Weitwinkelzoom mit einer Brennweite von 16-50 mm. Mit seinem besonders schnellen und leisen Autofokus-Motor ist es für Foto- und Videoaufnahmen gleichermaßen gut geeignet. Im Inneren des spritzwasser- und staubgeschützten Objektivs sorgen asphärische, ED- und XHR-Elemente für ausgezeichnete Abbildungsleistungen.

Mit dem 50-150 mm S ED OIS bringt Samsung zudem ein professionelles Telezoomobjektiv auf den Markt, das über den gesamten Zoombereich die hohe Lichtstärke von F2,8 bietet. 4 ED- und ein XR-Element sowie Samsung Hypershield Vergütung unterstreichen die hohe optische Leistung. Details wie ein abnehmbarer Stativanschluss, der schnelle und leise AF-Motor und ein begrenzbarer Fokussierbereich machen das innenfokussierende Objektiv ausgesprochen praxisgerecht.



Das 50-150 mm S ED OIS bietet über den gesamten Zoombereich die hohe Lichtstärke von F2,8.



Als einzige kompakte Systemkamera hat die NX1 ein Display auf der Oberseite, auf dem aktuelle Einstellungen angezeigt werden.

primiert werden 4:2:2, 8 Bit 4K Videosignale über den HDMI 1.4 Anschluss ausgegeben. Mit einem externen Rekorder können über den HDMI-Eingang auch professionelle Codes wie ProRes, Kino DNG oder Avid DNx HD genutzt werden.

Beim Videofilmen bringt das neue Autofokus-System deutliche Vorteile: Während Spiegelreflex-Kameras bei bewegten Bildern nur mit Kontrastmessung arbeiten können, stellt die NX1 auch beim Filmen bewegte Motive schnell und genau mit den Phasenerkennungssensoren scharf und führt die Schärfe mit Hilfe der Kreuzsensoren präzise nach.

Innovativ: die Konnektivität

Wie alle aktuellen Samsung Kameras bietet die NX1 alle Smart Camera 3.0 Funktionen und erlaubt als erste Systemkamera der Welt auch die Datenübertragung per Bluetooth. Bei der drahtlosen WiFi-Anbindung setzt Samsung auf den neuesten Standard IEEE 802.11 ac, dessen Geschwindigkeit mit 80 Mbps viermal so hoch ist wie bei herkömmlichen 802.11n WiFi Systemen.

Innovativ: die Bedienung

Anderslautenden Gerüchten zum Trotz basiert die Samsung NX1 nicht auf einem Android System, sondern bietet eine intuitiv bedienbare Nutzerober-

fläche auf dem berührungsempfindlichen Display. Praktisch ist die Quick Check Funktion, bei der durch einfaches Herunterziehen des Bildes alle wichtigen Aufnahme-Einstellungen angezeigt werden. Zudem ist die Samsung-Neuheit als erste kompakte Systemkamera der Welt mit einem kleinen (monochromen) LCD auf der Oberseite ausgestattet, auf dem man aktuelle Werte wie Blende, Verschlusszeit sowie Weißabgleich, AF-Einstellung, Drive, Bildqualität und Batteriestatus ablesen kann. Alle Bedienungselemente, darunter zwei Einstellräder auf der Oberseite, sind ergonomisch angeordnet. Mit dem markanten Griff liegt die Kamera gut in der Hand.

„Mit den wegweisenden Technologien der NX1 zeigen wir, dass Samsung auch bei anspruchsvollen Kameras ganz neue Maßstäbe setzen kann“, resümierte Andreas Wahlich. „Diese enorme Entwicklungsleistung wird mittel- und langfristig unser gesamtes Sortiment positiv beeinflussen.“

In Europa wird die Samsung NX1 in diesem Jahr ausschließlich in Deutschland zu haben sein; andere Länder folgen Anfang 2015. Die unverbindliche Preisempfehlung für das Gehäuse wird voraussichtlich bei 1.500 Euro liegen.

Als Zubehör bietet Samsung unter anderem einen professionellen Batteriegriff und einen Aufsteckblitz mit Leitzahl 58 an. Erster Liefertermin: 11. Oktober 2014.

DS80-DX

Beidseitig drucken für dreifache Wertschöpfung

Der Duplex-Fotodrucker DS80-DX von DNP für sofortige
Fotobücher und mehr.



Fotomehrwert-Produkte
vor Ort



Hohe
Fotoqualität



Platzsparendes
Gerät



Seien Sie Ihr eigener Chef: mit dem DNP Duplexdrucker entscheiden Sie selbst, welche Fotoprodukte Sie anbieten. Strahlende Farben auf personalisierten Grußkarten, Kalendern und sogar Fotobüchern. Produzieren Sie vor Ort, in Prämiumqualität, in verschiedenen Bildformaten. Bieten Sie sogar Porträtfotos an, denn Ihr neuer Duplex druckt auch einseitig. Photobook Software wird mitgeliefert. Der DS80-DX, Ihr Stück Freiheit!

www.dnpphoto.eu
sales@dnpphoto.eu

DNP
Photo Imaging

Fujifilm mit markantem Auftritt auf der photokina

Imaging mit Herz und Seele

Fujifilm wird auf der photokina zahlreiche Neuheiten für alle Imaging-Bereiche einführen. Dazu gehören nicht nur neue Kamera-Modelle, sondern auch innovative Konzepte für die Kommunikation mit Bildern in digitalen Netzwerken und neue Wege, die mit Smartphones und Kameras erzeugte Bilderflut in wertschöpfungsstarke Bildprodukte zu verwandeln. imaging+foto-contact hatte vor der photokina Gelegenheit, mit dem Chairman und CEO der Fujifilm Holdings Corporation, Shigetaka Komori, über seine Strategien für den Imaging-Markt zu sprechen.

Dabei haben wir gezeigt, dass wir den Wandel der Märkte bewältigen und neue Wertschöpfungsmodelle entwickeln können. Im Geschäftsjahr 2013 (Ende 31.3.2014 – d. Red.) ist unser operativer Gewinn um 23,4 Prozent auf umgerechnet 1,1 Milliarden Euro gestiegen; der konsolidierte Umsatz wuchs um 10,2 Prozent auf 18,2 Milliarden Euro. Von den Medikamenten, die wir derzeit entwickeln, erwarten wir in Zukunft weitere deutliche Gewinnsteigerungen.

imaging+foto-contact: In den letzten Jahren hat Fujifilm vor allem in Medizin und Bioprodukte, funktionelle Materialien und Dokumentenlösungen investiert. Wie wichtig ist das Imaging Solutions Geschäft noch für Ihr Unternehmen?

Shigetaka Komori: Imaging ist für uns immer noch ein wichtiges Geschäft,

und es wird das Herz und die Seele von Fujifilm bleiben. Natürlich ist Film inzwischen ein Nischenprodukt, aber die Digitalfotografie hat dazu geführt, dass die Menschen mit 2 Milliarden Aufnahmen inzwischen 20mal so viele Fotos machen wie zu analogen Zeiten. Diese Bilderflut kann die Konsumenten aber auch überfordern. Deshalb entwickelt Fujifilm neue Lösungen, damit die Fotografie das Leben der Menschen wirklich bereichern kann.

imaging+foto-contact: Unter dem Einfluss der Smartphones geht der Weltmarkt für Kamera so stark zurück, dass einige bereits von einem Kollaps sprechen. Mit welcher Strategie wollen Sie die Position von Fujifilm im Kamera-Geschäft sichern oder sogar ausbauen?

Shigetaka Komori: Seit der Einführung unserer ersten Premium-Kompakt-

Shigetaka Komori, Chairman und CEO der Fujifilm Holdings Corporation

imaging+foto-contact: Herr Komori, im letzten Geschäftsjahr hat Fujifilm deutliches Wachstum beim Umsatz und auch beim Ergebnis verzeichnet. Ernten Sie jetzt die Früchte der Umstrukturierung, die Sie selbst eingeleitet und durchgeführt haben?

Shigetaka Komori: Seit 2004 haben wir tatsächlich unser Unternehmen in einem umfassenden Prozess, den wir die „zweite Gründung von Fujifilm“ nennen, grundlegend umgebaut.

kamera, der X100 im Jahr 2011, hat Fujifilm kontinuierlich in innovative Premium-Produkte investiert. Dabei haben wir unsere Bildverarbeitungstechnologien und unsere Kompetenz für hochwertige Objektive dazu genutzt, dass sich unsere Kameras von denen unserer Wettbewerber und natürlich von Smartphones deutlich unterscheiden. Das wurde vom Markt hervorragend aufgenommen, und nach der Einführung der Premium-Systemkamera X-Pro1 im Jahr 2012 sind wir zu einem Pionier für spiegellose High-End-Systemkameras geworden. Der Marktanteil dieser Produkte hat in der Kategorie „Kameras mit Wechselobjektiven“ in den letzten Jahren kontinuierlich zugelegt. Aktuell weisen die Statistiken der CIPA in diesem Segment für die spiegellosen Modelle einen Marktanteil von 25 Prozent in Stück und Wert aus; im Vorjahr waren es erst 16 Prozent. Die X-T1, die Fujifilm im Februar dieses Jahres eingeführt hat, wird von zahlreichen Profis und engagierten Amateuren geschätzt, von denen viele zuvor mit Spiegelreflexkameras fotografiert haben. Auf der photokina werden wir weitere Premium-Kompaktkameras, High-End-Systemkameras sowie Objektive und Zubehör einführen, um unsere Fujifilm X-Serie weiter zu stärken. Und wir haben strukturelle Maßnahmen getroffen, um in Zukunft die Entwicklung neuer Produkte weiter zu beschleunigen.

imaging+foto-contact: Anders als beim klassischen Film gibt es bei der Sofortbild-Fotografie wieder Wachstum. Haben Sie eine Erklärung dafür?

Shigetaka Komori: Wir haben 1998 unsere Sofortbild-Kamera instax eingeführt, deren Verkaufszahlen bis auf eine Million Stück im Jahr 2002 anstiegen. Danach ging die Nachfrage wieder zurück; aber in den

letzten Jahren haben wir erlebt, dass gerade junge Menschen, die nie in ihrem Leben eine analoge Kamera benutzt haben, es ganz toll finden, ein echtes Foto in der Hand zu halten. So erwarten wir in diesem Jahr den Verkauf einer Rekordzahl von 3 Millionen instax Kameras und bauen deshalb unsere Produktpalette aus. Zum einen mit eleganten Modellen wie der instax mini90 Neo Classic, zum anderen aber auch mit innovativen Produkten wie dem instax Share Drucker, mit dem man drahtlos sofort Bilder von Smartphone-Fotos machen kann.

imaging+foto-contact: Sie haben erwähnt, dass die digitale Bilderflut die Konsumenten auch überfordern kann. Welche Lösungen bietet Fujifilm an, um das Organisieren, Finden und natürlich auch Drucken von Fotos zu erleichtern?



Auf der photokina stellt Fujifilm die instax Wide 300 Sofortbildkamera vor. Sie ist für den Fujifilm instax Wide Film konzipiert, dessen Bilder doppelt so groß sind wie beim instax mini Film. Deshalb ist die Kamera besonders gut für Parties, Landschaftsaufnahmen, aber auch kommerzielle Zwecke geeignet. Zur Ausstattung gehören ein eingebauter Blitz, der auch als Aufhellblitz genutzt werden kann, und eine „Aufhellen/Abdunkeln“ Funktion für interessante Bildeffekte. Zum Lieferumfang gehört auch ein Makro-Adapter für Aufnahmen aus 40 bis 50 cm Entfernung.

Shigetaka Komori: Die Popularität der Smartphones hat die Fotobranche und den Bildermarkt grundsätzlich verändert. Mit unseren eigenen Bildtechnologien sind wir gut darauf vorbereitet, um neue Wertschöpfungsmodelle zu entwickeln und es den Menschen einfach zu machen, Freude an ihren Fotos zu haben.

Wir nutzen diese Technologien ja bereits seit Jahren für hochwertige Produkte wie zum Beispiel unser erfolgreiches Fotobuch Brillant, dessen Premium-Qualität durch unser speziell für diesen Zweck entwickeltes Fotopapier unterstützt wird. Durch die stetige Weiterentwicklung der Software und Vereinfachung der Bestellprozesse erreichen wir neue Zielgruppen und erzielen jedes Jahr Wachstum in diesem Bereich.

Auf der photokina stellen wir bahnbrechende neue Produkte für innovative



Der instax Share Printer SP-1 verbindet sich drahtlos mit Smartphones und kompatiblen Kameras der Fujifilm X-Serie, um Sofortbilder zu drucken.



Die neuen Tablet-Bilderkiosks von Fujifilm lassen sich leicht mit Smartphones und anderen Geräten verbinden.

Bilddienstleistungen vor. So führen wir in Europa unter dem Namen „My Photo Diary“ (Mein Fototagebuch) einen Service ein, den wir in Japan bereits erfolgreich betreiben. Mit Hilfe der von uns entwickelten Image Organizer Technologie zur Bildanalyse sucht My Photo Diary automatisch die besten Bilder aus den tausenden von Fotos aus, die ein Kunde besitzt und gestaltet damit ein attraktives Fotobuch. Dabei können Sie sogar eine bestimmte Person auswählen, die in dem Buch im Mittelpunkt stehen soll, und die Software findet automatisch die passenden Bilder. So können Sie aus denselben Fotos sogar unterschiedliche individuelle Fotobücher gestalten.

Eine weitere Neuheit ist unsere Wonder Photo Box, die automatisch die Fotos, die Sie mit Smartphones, Kameras und anderen Geräten gemacht haben, nach Kriterien wie Thema und Motiv, Datum, Reihenfolge oder Bewertung organisiert und für die Wiedergabe auf einem Fernsehgerät bereitstellt. Über das Internet können Sie diese Bilder auch in die Cloud oder auf Plattformen von Fotohändlern und Bilddienstleistern hochladen und natürlich Prints, Fotobücher und Bilddienstleistungen bestellen – und zwar praktisch von überall aus mit Ihrem Mobilgerät.

imaging+foto-contact: Haben Sie

auch die steigende Popularität von Videofilmen im Blick?

Shigetaka Komori: Ja, wir werden auch Foto-Dienstleistungen für Videos anbieten. So stellen wir auf der photokina den neuen Magic Video Print Dienst vor, der die besten Schnappschüsse aus Videofilmen extrahiert. Dabei analysiert die Software Gesichter, Schärfe und andere Eigenschaften, um die besten Bilder zu ermitteln, die Sie dann für Prints, Fotobücher usw. nutzen können. Mit Hilfe von Augmented Reality haben wir dabei noch ein weiteres Feature entwickelt: Wenn Sie ein Foto aus einem Videofilm mit Ihrem Smartphone scan-

nen, dann wird das gesamte Video mit Ton auf Ihrem Mobilgerät wiedergegeben.

imaging+foto-contact: Welche Konzepte hat Fujifilm für den Fotohandel, um von der Flut digitaler Bilder zu profitieren?

Shigetaka Komori: Fotohändler brauchen heute einfache und komfortable Lösungen, um den Konsumenten helfen zu können, ihre Bilder von Smartphones und Tablets aus zu drucken. Deshalb stellen wir auf der photokina die Wonder Print Station für Fotogeschäfte vor, deren Smartphone-ähnliche Bedieneroberfläche es besonders einfach macht, Fotos und andere Bildprodukte zu bestellen. Eine weitere Lösung ist unser neuer Imagine Dienst, mit dem wir es den Kunden ermöglichen, ihre PCs, Notebooks und Mobilgeräte ganz einfach mit den Bilder-Kiosks beim Fotohandel zu verbinden, um Bildprodukte zu gestalten und zu bestellen. Und wir führen neue Tablet-Kiosks in vier Größen ein, die mit Hilfe einer neuen App ebenfalls das Bestellen von Fotoprodukten mit Smartphones im Geschäft ermöglichen.

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



Die neue Wonder Photo Box macht es einfach, Fotos zu organisieren, egal ob sie mit Smartphones, Digitalkameras oder anderen Geräten aufgenommen wurden.

Die neuen Kompakt- und Systemkameras der Fujifilm X-Serie

Neue Sucher, neue Farbe



Die neue Fujifilm X100T ist mit einem neuen Hybrid-optischen Mess-Sucher ausgestattet.

Auf der photokina stellt Fujifilm zwei neue Kompaktmodelle für die X-Serie vor. Die X30 ist mit einem neuen Echtzeitsucher ausgestattet, die X100T sogar mit einem innovativen hybriden Mess-Sucher. Dazu kommen eine neue Farbvariante der XT1, die auch einige neue Funktionen bietet, und neue Objektive.

Die Fujifilm X100T ist mit dem 16,3 Megapixel APS-C X-Trans CMOS II Sensor von Fujifilm ausgestattet. Das fest verbaute Objektiv mit 23 mm Brennweite (35mm KB) ist mit einer maximalen Blendenöffnung von F2 sehr lichtstark, für schnelle (0,08 Sekunden) Scharfeinstellung sorgt der Hybrid-Autofokus von Fujifilm. Der elektronische Verschluss gestattet ultrakurze Belichtungszeiten bis zu 1/32.000 Sekunde. Videos nimmt die X100T in Full HD (1920x1080) mit fünf unterschiedlichen Bildraten auf (60 Bilder/s, 50 Bilder/s, 30 Bilder/s, 25 Bilder/s oder 24 Bilder/s). Erstmals kann bei Videoaufnahmen auch der optische Sucher eingesetzt werden. Es ist zudem möglich, die Einstellungen der Blende, der Verschlusszeit und der Belichtungskorrektur während der Aufnahme zu ändern und zwischen Programm-, Blenden- und Zeitautomatik sowie manueller Belichtungssteuerung und verschiedenen Filmsimulationsmodi zu wählen. Bei letzteren bietet die neue Kamera mit Classic

Chrome eine neue Option, die sich mit dezenter Farbsättigung und steiler Gradation deutlich von den bereits existierenden fünf Modi unterscheidet.

Weltneuheit: Hybrid-Optischer Mess-Sucher

In der X100T setzt Fujifilm erstmals eine Weiterentwicklung des Hybrid-Suchers ein, der die Vorteile eines optischen Leuchtrahmensuchers mit dem Informationsangebot eines elektronischen Suchers kombiniert. Der elektronische Sucher mit 2,36 Millionen Pixeln bietet eine 100%ige Abdeckung, der optische Sucher mit Vergrößerungsfaktor 0,5 bietet einen komfortablen Blickwinkel (circa 26°). Durch ein integriertes Prisma und ein LCD-Element werden die Informationen des elektronischen Suchers auf das optische Sucherbild übertragen. Die Weiterentwicklung macht es jetzt möglich, in das optische Sucherbild einen elektronischen Mess-Sucher einzublenden, um präzise manuell zu fokussieren. Dazu wird der

Fokusring am Objektiv wie bei einer Mess-Sucher Kamera gedreht, bis das elektronische Bild scharf ist. Zur Beurteilung der Schärfe können die Fokus-Peaking-Anzeige und der Schnittbild-Indikator eingeblendet werden. Zudem lässt sich auch der Vergrößerungsfaktor des Fokus-Bereichs einstellen. Zusätzlich ermöglicht der neue Hybrid-Sucher den Ausgleich von Parallaxefehlern in Echtzeit. Mit einer integrierten WiFi Funktion und der „Fujifilm Camera Remote“ App bietet die X100T die Möglichkeit, ein Smartphone oder Tablet als Fernbedienung zu nutzen. Die Fujifilm X100T ist ab November 2014 in den Farben Silber/Schwarz und Schwarz zum Preis von 1.199 Euro (UVP) lieferbar.

Neu: Fujifilm X30

Mit der neuen X30 bringt Fujifilm das Nachfolgemodell der X20 auf den Markt. Die Neue entspricht in vielen Merkmalen der Vorgängerin, ist aber mit einem komplett neu entwickelten Sucher und WiFi ausgestattet. In dem kompakten Gehäuse aus einer Druckguss-Magnesiumlegierung stecken wie bei der X20 der 12 MP 2/3 Zoll X-Trans CMOS II Sensor (ohne Tiefpassfilter) von Fujifilm, der EXR Prozessor II und das schnelle Hybrid-Auto-

Neuheiten

Die Fujifilm X30 ist in den Farben Schwarz und Silber/Schwarz erhältlich.



fokus-System. Auch das 28-112 mm (KB) F2,0-2,8 Fujinon 4x-Zoom-Objektiv wurde übernommen, ebenso der praktische Zoomring am Objektiv. Dahinter befindet sich bei der X30 ein zusätzlicher Steuerring, mit dem Einstellungen wie Blende, Verschlusszeit, ISO-Werte oder Filmsimulationen vorgenommen werden können. Bei den Filmsimulationen steht auch die neue Variante Classic Chrome zur Verfügung.

Brillanter Sucher

Ganz neu ist der Echtzeit-OLED-Sucher mit einer Auflösung von 2,36 Millionen Bildpunkten, dessen Helligkeit sich automatisch an die jeweilige Szene anpasst oder manuell geregelt werden kann. Er bietet nicht nur die höchste Auflösung in dieser Kamera-Klasse, sondern ist mit 100% Bildfeldabdeckung, einem Vergrößerungsfaktor von 0,65x und einer Reaktionszeit von 0,005 Sekunden nach Angaben von Fujifilm auch der größte und schnellste in dieser Kategorie. Der 3"/7,6 cm große, klappbare LC-Monitor der X30 hat eine Auflösung von 920.000 Bildpunkten und ist klappbar. Videos nimmt die Fujifilm X30 in Full HD

(1080p) mit bis zu 60 Bildern pro Sekunde und der hohen Bitrate von 36 Mbps auf, Serienfotos mit einer Geschwindigkeit von bis zu 12 Bildern pro Sekunde. Die Fujifilm X30 ist ab Oktober 2014 in den Farben Schwarz und Silber/Schwarz für 549 Euro (UPV) erhältlich. Dazu gibt es die passende Ledertasche LC-X30 in Schwarz für 99 Euro (UPV).

Glanzvolle Premium-Variante Die Fujifilm X-T1 Graphit Silber



Die Fujifilm X-T1 Graphit Silber wird in einem aufwändigen Beschichtungsprozess veredelt.

Fujifilm stellt auf der photokina eine Premium-Variante der wetter- und staubgeschützten Systemkamera X-T1 vor. Sie heißt Fujifilm X-T1 Graphit Silber und hat ein mit einer exklusiven Mehrfach-Beschichtung veredeltes Gehäuse. Neben dem edlen Erscheinungsbild und der Ausstattung der X-T1 bietet die Kamera einige Verbesserungen, die für existierende X-T1 Modelle mit dem nächsten Firmware-Update nachgerüstet werden können.

Für den hochwertigen Glanz der X-T1 Graphit Silber hat Fujifilm keine Kosten und Mühen gescheut: Zuerst werden die Gehäuse-Abdeckungen aus einem massiven Magnesium-Block gefräst, dann wird eine chemische Konversionsbeschichtung zur Vermeidung von Oxidation aufgetragen. Eine schwarze Grundierung sorgt anschließend für dunkle Akzente und betont die Spitzlichter. Die Graphit Silber-Oberfläche entsteht in einem computergesteuerten Prozess durch das Auftragen mehrerer dünner Schichten auf das rotierende Gehäuse. Einige wenige Schwarzpartikel in der abschließenden Klarbeschichtung erzeugen schließlich den charakteristischen Glanz. Kleine Details, wie das Logo, werden von Hand eingefärbt.

Zu den Verbesserungen der X-T1 Graphit Silber zählen der neue Filmsimulationsmodus Classic Chrome sowie die Möglichkeit, ultrakurze Belichtungszeiten von bis zu 1/32.000 Sekunde einzusetzen. Im Dezember 2014 ist sowohl für die X-T1 als auch für die X-T1 Graphit Silber ein umfangreiches Firmware-Update geplant. Dann stehen weitere zusätzliche Funktionen zur Verfügung, darunter die direkte Auswahl des Autofokus-Bereichs, die Auswahl des Fokus-Bereichs bei manueller Scharfeinstellung, die Direktauswahl des Makro-Modus, die Spotmessung auf das AF-Messfeld und zusätzliche Bildraten bei Videoaufnahmen.

Die Fujifilm X-T1 Graphit Silber ist ab Oktober für 1.399,- Euro (UPV) erhältlich.

Zwei neue XF-Objektive

Für die X-Serie gibt es zur photokina zwei neue XF-Objektive. Nachdem schon das Portraitobjektiv Fujinon XF56mm F1.2 R hervorragende Ergebnisse lieferte, soll sich das neue Fujinon XF56mm F1.2 R APD als echter Bokeh-Gigant erweisen. Es ist das erste Objektiv mit einem Apodisationsfilter, das Autofokus-Funktionen (Kontrastmessung) ermöglicht. Die Markteinführung ist für November zum Preis von 1.299 Euro (UPV) vorgesehen.



Das Fujinon XF56mm F1.2 R APD

Das neue Tele-Zoom Fujinon XF50-140mm F2.8 R LM OIS WR ist nicht nur lichtstark, sondern auch staub- und spritzwassergeschützt sowie kältetauglich bis -10°. Damit ist es eine hervorragende Ergänzung zur wetterfesten X-T1. Das Objektiv besteht aus 23 Elementen in 16 Gruppen inklusive fünf ED-Linsen und einer Super ED Linse. Die Bildstabilisierung arbeitet mit einem Gyro-Sensor, der Quartz-Oszillatoren verwendet, um Bewegungen vom hohen bis zum niedrigen Frequenzbereich exakt zu erkennen. Außerdem wurde ein Algorithmus entwickelt, der temperaturabhängige Signalverschiebungen des Gyro-Sensors korrigiert.

Das Fujinon XF50-140 mm F2.8 R LM OIS WR ist ab November für 1.499 Euro (UPV) erhältlich.



Das Tele-Zoom Fujinon XF50-140 mm F2.8 R LM OIS WR

Wichtiges aus foto-contact.de

admago GmbH übernimmt fotorola Deutschland

Seit dem 1. August 2014 ist die admago GmbH der verantwortliche Eigentümer und Betreiber von fotorola Deutschland. Mit diesem Schritt sollen die Aktivitäten des Bilddienstleistungsportals fotorola von der Schweiz aus nach Europa erweitert werden. Dabei stehen nach Angaben des Unternehmens neben der Weiterentwicklung der Webseite auch der Ausbau der Produktpalette bei Fotobüchern und Kalendern auf dem Plan. Dabei soll die deutsche Webseite rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft aktiv sein.

Bis zum Jahresende plant admago die Expansion in ein weiteres EU-Land und den Ausbau der Produktpalette zu einem klassischen Vollsortiment von Bildprodukten wie Prints, Poster, Wanddekorationen etc. für alle Lieferländer.

Geschäftsführerin Kristin Möller will schon bald die komplette Produktpalette zu günstigen Preisen an Endkunden vermarkten. Als Gesellschafterin und kaufmännische Geschäftsführerin war sie in den vergangenen Jahren in den Bereichen Fotolabor-Workflow-Lösungen, Foto-Bestellterminals, B2B-E-Commerce und bei einem Systemhaus tätig.

HapaTeam kooperiert mit Gura Gear

HapaTeam hat die Zusammenarbeit mit Gura Gear, dem neuen Inhaber der Marke Tamrac sowie deren Vermögenswerte, bekanntgegeben. Im Rahmen der Zusammenarbeit ist das Echinger Unternehmen ab September alter und neuer Distributor von Tamrac- und jetzt auch von Gura Gear Fototaschen. Die neue Kooperation beinhaltet sowohl den Vertrieb der Marke Tamrac als auch von Gura Gear-Produkten an den Fachhandel.

Bei der Zusammensetzung des Tamrac-Produktportfolios wird es mittelfristig starke Veränderungen geben, betont HapaTeam. Der Fokus liegt wie bisher schwerpunktmäßig auf hochwertigen Tragelösungen für Fotografen und Filmern. Neben den erfolgreichen Produkten des bestehenden Tamrac-Sortiments setzen Gura Gear und HapaTeam aber auch auf neue hochwertige, funktionale und moderne Taschenlösungen.

Neuer Marketing Director CIG bei Canon



Marco Gottschalk

Marco Gottschalk ist neuer Marketing Director in der Consumer Imaging Group bei Canon Deutschland. Der 44-jährige bringt für seine neue Aufgabe 18 Jahre Marketing- und Vertriebserfahrung bei Kraft Foods und Mondelez International mit und war zuletzt in Zürich/Schweiz verantwortlich für die globale Sales Strategie und Brand Partnerships von Tassimo.

Seine Aufgabe wird die Weiterentwicklung der Marke Canon und des Geschäfts in Bezug auf Zielgruppen, Produktangebote und Kommunikation sein, um die Marktführerschaft weiter auszubauen.

IBELUX

Das lichtstärkste Objektiv der Welt*



F 0,85

Lichtstärke 1:0,85 – und damit das lichtstärkste Objektiv der Welt für DSLM-Kameras.

HandeVision IBELUX 40mm/0,85 ist das Ergebnis cleverer, deutscher Ingenieurskunst: Herausragende Abbildungsleistung dank einer aufwändigen optischen Konstruktion mit zehn mehrfach vergüteten Linsen. Zehn Blendenlamellen erzeugen ein Bokeh, das keine Wünsche offen lässt.

IBELUX: Für faszinierende Bilder – egal bei welchen Lichtverhältnissen.

*für DSLM-Kameras (Stand: 05.2014)

www.handevision.de

HandeVision®



Mit neuen Apps und neuen Produkten will Kodak Alaris die Auslastung der mehr als 110.000 Kodak Picture Kiosks weltweit weiter steigern.

Ein Jahr nach seiner Ausgründung aus der Eastman Kodak Company will Kodak Alaris bei seinem ersten Auftritt auf der photokina dem Bildergeschäft frische Impulse geben und dem Fotohandel neue Umsatzquellen eröffnen. Das Startup mit einer 126jährigen Geschichte legt einen wichtigen Schwerpunkt auf neue Apps, mit denen die Kunden zahlreiche Bildprodukte mit ihren Fotos gestalten und dann auf den Kodak Picture Kiosks und Apex Dry Labs drucken lassen können.

Kodak Alaris ist eines der wenigen Unternehmen, die bereits bei ihrer Gründung Marktführer waren: Über eine halbe Million Kunden nutzen jeden Tag die weltweit mehr als 110.000 installierten Druckstationen des Unter-

Mit den mobilen Kodak Moments Apps können zahlreiche Bildprodukte bestellt und anschließend am Kodak Picture Kiosk direkt ausgedruckt und mitgenommen werden.

nehmens. Auf der photokina können die Besucher live erleben, wie einfach es ist, die My Kodak Moments Apps für Smartphones, Tablets oder auf Facebook zu nutzen, um mit eigenen Fotos ganz persönliche Bildprodukte, zum Beispiel das Kodak FotobuchSofort, zu gestalten. Als neue Funktion kann man mit der App ab der photokina auch quadratische Bilder bestellen und damit Schnappschüsse in einem der Bildformate drucken, die auf sozialen Plattformen wie Instagram und Facebook am beliebtesten sind. Mit dem aktuellen Feature „Tell my Story“ können die Nutzer zudem drei Bilder mit einer Sprach-

Kodak Alaris zum Mehr mit ne Apps



nachricht kombinieren und dieses Multimedia-Ensemble dann mit ihren Freunden teilen.



Der neue D4600 Duplexdrucker von Kodak Alaris druckt die Seiten für das Kodak FotobuchSofort in Premium-Qualität.

ersten Mal auf der photokina

Bilder uen



Neue App für Tablets

Ein Neuzugang in der App-Familie von Kodak Alaris ist die Kodak Moments HD App für Tablets, die die Gestaltungsmöglichkeiten einer Desktop-Software mit der einfachen Anwendung einer mobilen App verbindet. So können die Kunden zu Hause oder noch im Urlaub ihre Bildprodukte mit eigenen Fotos individuell gestalten und dabei auch auf ihre Alben zugreifen, die auf Social Media Plattformen wie Facebook oder Instagram gespeichert sind. Die fertigen Projekte können dann noch am selben Tag bei teilnehmenden Händlern ausgedruckt

und sofort mitgenommen werden. Aber nicht nur mit eigenen Apps will Kodak Alaris die Kunden für das Fotoangebot der Kodak Picture Kiosks begeistern. Das Unternehmen hat mit dem Kodak Photo Service ein innovatives Konzept realisiert, das es unabhängigen App-Entwicklern erlaubt, Bestellmöglichkeiten für Bildprodukte, die auf Kodak Picture Kiosks produziert werden, in ihre Anwendungen zu integrieren. Auf der photokina will Kodak Alaris dieses erweiterte Net-to-Retail-Konzept besonders in Szene setzen und App-Entwickler einladen, den Besuchern ihre Produkte zu präsentieren.

Für den Ausdruck von Fotobuch-Seiten, Kalenderblättern oder Grußkarten stellt

Kodak Alaris auf der photokina den neuen D4600 Duplexdrucker vor, der mit den Kodak Picture Kiosks, Apex Dry Labs oder PC-Arbeitsstationen kombiniert werden kann.

Neu: Kodak Marketplace

Ein weiteres Highlight auf dem photokina Stand von Kodak Alaris ist der neue Kodak Marketplace. Damit können die Kodak Picture Kiosks auch für die Bestellung von Fotoprodukten eingesetzt werden, die nicht sofort im Geschäft gedruckt werden können. Die entsprechenden Aufträge werden online zu Bilddienstleistern übertragen, die der Kioskbetreiber frei auswählen kann. Damit wird es den Handelspartnern möglich, ihr Produkt-Sortiment im Bilder-geschäft deutlich zu erweitern und zusätzliche Umsätze zu erzielen.

Neue Kampagne: Kodak Moments



Die neue Kampagne „Kodak Moments. Your stories. Your life.“ (Kodak Moments. Deine Geschichten. Dein Leben.) wird auf der photokina gestartet.

Auf der photokina will Kodak Alaris auch den Startschuss für die neue Kampagne „Kodak Moments. Your stories. Your life.“ geben. Damit sollen die Konsumenten motiviert werden, ihre wichtigen Erinnerungen neu zu erleben und natürlich in wertschöpfungsstarke Bildprodukte umzuwandeln. „Jeden Tag schießen wir Millionen Bilder“, erklärte Helena Babic, Leiterin Marketing DACH & Public Relations EAMER für den Geschäftsbereich Personalized Imaging bei Kodak Alaris. „Doch nur ganz wenige fangen die einzigartigen Momente ein, die uns ein Leben lang begleiten – die echten Kodak Momente. Mit unserer Kampagne ‘Kodak Moments. Your stories. Your life.’

wollen wir den Kunden bewusst machen, dass Bilder ganz persönliche Geschichten erzählen, und wir wollen diese besonderen Kodak Momente noch enger mit dem Leben der Menschen verbinden und gleichzeitig die Marke verjüngen.“

Helena Babic, Leiterin Marketing DACH & Public Relations EAMER für den Geschäftsbereich Personalized Imaging bei Kodak Alaris: „Wir wollen mit der neuen Kampagne die Kodak Momente noch enger mit dem Leben der Menschen verbinden.“





SONY

Vollformat. Ultrakompakt.

Die kleinsten 35 mm Vollformat-Systemkameras der Welt.*
Um die Hälfte leichter als derzeit führende DSLR-Modelle.

Die **α 7** Serie von Sony.

Besuchen
Sie uns auf der
photokina
16. – 21. 09. 2014

**Halle 5.2
Stand A10**



α 7_R

**Überragend detailreich.
Nicht nur für Profis.**

- 36,4 Megapixel EXMOR™ CMOS Vollformat-Sensor
- Kein optischer Tiefpassfilter für optimierte Detailtiefe
- Schnelles, intelligentes Autofokus-System



α 7

**Lässt keine Wünsche offen.
Vollformat für alle.**

- 24,3 Megapixel EXMOR™ CMOS Vollformat-Sensor
- Optimierter, schneller Hybrid-Autofokus
- BIONZ X Bildprozessor für verbesserte Wiedergabe



α 7_S

**Extra lichtempfindlich.
Professionell diskret.**

- Großer Empfindlichkeitsbereich bis ISO 409.600 erlaubt Fotos bei totaler Dunkelheit**
- Erstmals mit Silent Modus für geräuschloses Auslösen



www.sony.de/a7-series

* Stand Juli 2014: Im Vergleich zu anderen Systemkameras mit einem 35 mm Vollformat-Sensor.
** Standard ISO 100-102.400 (200-102.499 bei Videos) vergrößerbar auf ISO 50-409.600 (200-409.600 bei Videos).

Die photokina Botschaft von Cewe

Mit einem repräsentativen Stand in Halle 4.2 will Cewe seine Innovationskraft für das Bildergeschäft in der vernetzten Welt unterstreichen. Dabei setzt das Unternehmen mit neuen Bildprodukten und Dienstleistungen auf Wachstumssegmente, die auch dem Fotohandel eine hohe Wertschöpfung versprechen. **imaging+foto-contact** hat mit Harald H. Pirwitz, Vorstand der Neumüller Cewe Color Stiftung und zuständig für den nationalen und internationalen Vertrieb, darüber gesprochen, welche Impulse er von der photokina für das Bildergeschäft erwartet.

Die Cewe Postcard App ist in diesem Jahr erfolgreich gestartet.



„Freude am Foto“

imaging+foto-contact: Herr Pirwitz, der im August herausgegebene Halbjahresbericht von Cewe zeigt eine erstaunliche Entwicklung im Fotofinishing-Geschäft: Die Zahl der verarbeiteten Bilder sinkt, aber Ihr Gewinn in diesem Segment steigt. Welche Hintergründe hat diese Entwicklung?

Harald H. Pirwitz: Diese Entwicklung unterstreicht den Trend von Masse zu Klasse, den wir im Bildergeschäft seit Jahren beobachten. Während die Gesamtzahl der gedruckten Bilder abnimmt, steigt die Wertschöpfung pro Foto deutlich an, weil sich die Konsumenten immer häufiger für wertigere Bildprodukte entscheiden. Deshalb ist für uns nicht mehr die Menge der Bilder der wich-

tigste Maßstab, sondern wir verzeichnen seit Jahren einen kontinuierlichen Anstieg des Umsatzes pro Foto. Von diesem Mehrwert profitieren gleichermaßen unsere Handelspartner als auch Cewe.

imaging+foto-contact: Die Zahl der Cewe Fotobücher wächst weiter. Welche Produkte haben neben Ihrem Flaggschiff zu der gestiegenen Wertschöpfung beigetragen? Hat sich die Ausdehnung Ihrer Markenartikel-Strategie auf Kalender, Grußkarten und Wanddekorationen ausgezahlt?

Harald H. Pirwitz: Auf diese Frage antworte ich mit einem klaren Ja – die Ausdehnung unserer Markenartikel-Strategie auf weitere Bildprodukte hat sich in deutlichen Wachstums-



Cewe Vorstand Harald H. Pirwitz: „Wir werden auf der photokina zahlreiche Innovationen präsentieren, die bereits zu Weihnachten für Umsatz sorgen können.“

raten ausgezahlt, und genau das haben wir erwartet. Der Absatz von Cewe Cards und Cewe Wandbildern ist deutlich – und damit meine ich Zuwachsraten von 10 Prozent und mehr – gestiegen, und wir sind zuversichtlich, dass die Cewe Kalender, deren Hauptsaison ja das Jahresende

ist, sich genauso gut entwickeln werden. Die Ursache dafür sind zum einen die positiven Abstrahl-Effekte von unserem Bestseller Cewe Fotobuch, mit dem die Konsumenten ein eindeutiges Markenversprechen verbinden: nämlich höchste Druckqualität, vielfältige Möglichkeiten zur persönlichen Gestaltung, einfache Bestellprozesse und zuverlässige Lieferung. Einen großen Beitrag zur Etablierung der Cewe Cards, Cewe Wandbilder und Cewe Kalender als Markenartikel haben aber auch unsere Handelspartner geleistet, denn wir haben ja nicht einfach unsere existierende Produktpalette neu gebrandet, sondern unter der Marke Cewe neue Produkte in diesen Bereichen auf den Markt gebracht. Unsere Handelspartner haben die Botschaft sofort verstanden und sich aktiv für diese neuen Markenprodukte eingesetzt. Das führte praktisch von Anfang an zu einer hohen Sichtbarkeit der Cewe Bildprodukte in den Geschäften und auf den Webseiten unserer Handelspartner.

imaging+foto-contact: Profitiert Cewe auch von der Bilderflut, die mit Smartphones erzeugt wird?

Harald H. Pirwitz: Auch auf diese Frage antworte ich mit einem klaren Ja. Die Zahl der Bilder, die mit Smartphones aufgenommen werden und bei uns zur Anfertigung wunder-

Auch neue Varianten des Cewe Fotobuchs werden auf der photokina präsentiert.



schöner individueller Fotoprodukte in unseren Betriebsstätten landen, steigt bei uns stetig an und macht inzwischen insgesamt fast 10 Prozent des Gesamtvolumens aus. So enthalten immer mehr Cewe Fotobücher auch Smartphone-Bilder. Besonders hoch ist der Anteil bei unseren Cewe Fotostationen, wo inzwischen mehr als jedes fünfte gedruckte Bild mit einem Smartphone aufgenommen wurde. Das entspricht genau dem Trend, Smartphones für spontane, schnelle Schnappschüsse zu nutzen, von denen man dann auch ein spontanes, schnelles Foto haben möchte. Deshalb sind die Cewe Fotostationen für unsere Handelspartner so wichtig: Sie runden das Dienstleistungsangebot ab und bringen die vorwiegend junge Zielgruppe der Smartphone-Fotografen ins Geschäft.

imaging+foto-contact: Was tut Cewe, um Smartphone-Fotografen zu motivieren, ihre Schnappschüsse in gedruckte Bilder und Fotoprodukte umzuwandeln?

Harald H. Pirwitz: Wir haben diesen Trend bereits frühzeitig mit der Cewe Fotowelt App aufgegriffen und in diesem Jahr die Bestellmöglichkeiten weiter ausgebaut, so dass man jetzt noch mehr verschiedene Foto-Produkte bestellen kann. Auch unsere neue Cewe Postcard App ist in diesem Jahr erfolgreich gestartet und macht es möglich, ein oder mehrere Fotos zu einer Postkarte zu kombinieren, mit einem persönlichen Text zu versehen, eine individuelle Briefmarke ebenfalls aus einem eigens erstellten Foto zu gestalten und direkt von unseren Betrieben aus an die Adressaten versenden zu lassen. Wichtig ist, dass bei allen Bestellungen über die Cewe Apps auch unsere Handelspartner wenn immer technisch möglich, mit eingebunden werden und damit von unseren gemeinsamen Kunden profitieren. An dieser Strategie wird sich auch in der Zukunft nichts ändern. Auf der photokina werden Sie auf unserem Stand weitere neue Anwendungen entdecken können, mit denen wir besonders die Nutzer von Smartphones und Tablets ansprechen.

Fortsetzung auf Seite 30



Die Möglichkeit, mit einem QR-Code Videos in das Cewe Fotobuch und seit neuestem in die Cewe Cards zu integrieren, wird von immer mehr Kunden genutzt.

Fortsetzung von Seite 29

imaging+foto-contact: Neben der Smartphone-Fotografie ist auch das Aufnehmen und Teilen von Videofilmen und Clips ein wichtiger Trend. Sehen Sie Möglichkeiten, diesen Trend für Cewe und Ihre Handelspartner zu nutzen, indem Sie die bewegten Bilder in Bildprodukte zum Anfassen umwandeln?

Harald H. Pirwitz: Selbstverständlich, und deshalb haben wir ja bereits die Möglichkeit geschaffen, mit einem QR-Code Videos in das Cewe Fotobuch und seit neuestem in unsere Cewe Cards zu integrieren. Dieses Feature wurde von den Konsumenten hervorragend angenommen – wir verzeichnen seit Beginn von Monat zu Monat sehr starke Wachstumsraten. Mit einem Ausbau der Speichermöglichkeiten haben wir diese Dienstleistung inzwischen noch attraktiver gemacht, denn viele Kunden möchten sicher sein, auch in vielen Jahren noch auf ihre Videofilme zugreifen zu können. Vor diesem Hintergrund können sie von Cewe in Zukunft weitere gute Ideen für Bilddienstleistungen erwarten, mit denen die Kunden ihre Freude an Videoaufnahmen vergrößern können.

imaging+foto-contact: Der Fotohandel ist stark von der derzeitigen Nachfrageschwäche auf dem Kameramarkt betroffen. Das Bildergeschäft mit wertschöpfungsstarken Markenartikeln könnte hier für einen Ausgleich sorgen, findet aber vorwiegend im Internet statt. Wie kann der Fotohandel Ihrer Ansicht nach die Gewinnchancen mit Bildprodukten nutzen?

Harald H. Pirwitz: Gerade der aktuelle Umbruch auf dem Fotomarkt macht deutlich, dass wir nicht in erster Linie Geräte oder bestimmte technische Features verkaufen, sondern die Freude am Foto. Und diese

Cewe unterstützt Philipp Lahm-Stiftung



Cewe Vorstand Harald H. Pirwitz überreichte Philipp Lahm ein Cewe Fotobuch mit Bildern von den schönsten Momente des letztjährigen Camps.

Cewe Fotobuch mit den schönsten Momenten des letztjährigen Camps zu überreichen.

Pirwitz ist von dem pädagogischen Konzept des Sommercamps überzeugt: „Hier lernen Kinder mit Spiel und Spaß wichtige Werte für ihr ganzes Leben. Cewe wird sich auch im nächsten Jahr wieder für das Projekt einsetzen.“

Ausnahmsweise steht bei diesem Projekt nicht Fußball im Mittelpunkt, sondern die Entwicklung von Kompetenzen in den Bereichen Persönlichkeit, Ernährung und Bewegung. 2014 hatten in insgesamt drei Camps in der Nähe von München jeweils 80 Mädchen und Jungen zwischen neun und zwölf Jahren die Möglichkeit, gemeinsam zu spielen, zu kochen, zu lernen und sich sportlich zu betätigen. Neben einer umfassenden, ganztägigen Betreuung durch ein Team von 15 ausgebildeten und erfahrenen Pädagogen erhalten die Kinder täglich eine Videobotschaft von Philipp Lahm mit einer Gemeinschaftsaufgabe. Dadurch sollen Werte wie Selbstbewusstsein, soziale Verantwortung und nachhaltiges Handeln vermittelt werden. Eine besondere Freude machte Philip Lahm den Kindern, als er am dritten Tag des Sommercamps persönlich in Maxhofen vorbei kam. Mit dem Cewe Fotobuch ist garantiert, dass alle Kinder die schöne Zeit im Camp immer wieder erleben können.

Freude, das zeigt ja gerade die Begeisterung der Konsumenten für die Kamerafunktion ihres Smartphones, nimmt nicht etwa ab, sondern zu. Das bedeutet für die gesamte Branche – und damit auch für uns und unsere Handelspartner – dass wir die Chance

haben, den Kunden diese Freude in Form von attraktiven Produkten zurückzugeben. Hier hat der Fachhandel eine besonders wichtige Funktion, denn das Thema Foto wird unserer Ansicht nach nicht über den Preis, sondern über den Service entschieden.



Die hohen Marktanteile des Fachhandels bei Spiegelreflex- und Systemkameras zeigen, dass es gerade die anspruchsvollen Kunden sind, die das klassische Fotogeschäft und seinen Service wertschätzen. Genau diese Kunden haben auch Freude daran, ihre Bilder zu veredeln, indem sie daraus ein tolles Cewe Fotobuch, eine attraktive Wanddekoration, einen schönen Kalender oder eine persönliche Grußkarte gestalten. Deshalb ist es schon in unserem eigenen Interesse, mit unseren Vertriebs- und Marketingkonzepten sicher zu stellen, dass der Fachhandel von der Wertschöpfungskette „Freude am Foto“ profitiert. Es sind ja auch gerade die Ideen und das Feedback der anspruchsvollen Fachhandelskunden, die wir immer wieder in innovative Produkte und Verbesserungen unserer Dienstleistung umsetzen können.

imaging+foto-contact: Welche Unterstützung bietet Cewe dem Fachhandel an?

Harald H. Pirwitz: Wir unterstützen unsere Fachhandelskunden mit einem Rundum-Sorglos-Paket für das gesamte Bildergeschäft. Dazu gehört die Gestaltung und sogar der Betrieb des Internet-Auftritts, den wir so flexibel gestalten, wie es der Betriebsgröße und dem Marktauftritt des jeweiligen Partners entspricht. Wir unterstützen mit Schulungen für das Personal und auch für die Endkunden, mit attraktiven PoS-Materialien und nicht zuletzt mit fairen Einkaufspreisen und preisstabilen Produkten. Und natürlich schaffen wir als Markenartikler durch unsere Werbung die Nachfrage, die dem Fachhandel die Kunden ins Geschäft bringt. Zu Weihnachten werden wir dabei wieder in TV-Spots für das Cewe Fotobuch und die Cewe Kalender investieren.

imaging+foto-contact: Wel-

che Impulse können wir von Cewe auf der photokina erwarten?

Harald H. Pirwitz: Mit unserem markanten Auftritt wollen wir in Köln wieder zahlreiche Konsumenten und Fachhandelspartner für die Marke Cewe begeistern und zahlreiche Innovationen präsentieren. Dazu werden zum einen viele neue Bildprodukte gehören, die bereits zu Weihnachten für Umsatz sorgen können, zum Beispiel neue Varianten des Cewe Fotobuchs in Premium Matt, Cewe Wandbilder mit Rahmen und neue Premiumposter auf innovativen Papieren, dazu viele Fotogeschenke, z. B. Smartphone-Cases für die neuen Modelle auch in matt. Dazu kommen zum anderen aber auch neue Konzepte für die Zukunft des Bildergeschäfts in der vernetzten, digitalen Welt.

So werden wir innovative Ideen vorstellen, wie die Konsumenten ihre vielen Bilder, die sie mit unterschiedlichen Geräten wie Smartphones und Kameras aufnehmen, auf eine herstellerunabhängige Plattform bringen können und dann jederzeit von überall mit jedem internetfähigen Gerät auf ihre gesamten Bilder zugreifen können und wichtige Funktionen der Organisation, Bearbeitung und kreative Gestaltung vornehmen können. Cewe stellt auf der photokina einen solchen Fotoservice in Beta Version unter dem Namen Cewe My Photos vor. Denn Freude am Foto kann man ja nur haben, wenn man seine Bilder schnell und einfach finden kann und möglichst jederzeit und überall Zugriff darauf hat. Cewe ist als führender Bilddienstleister geradezu prädestiniert dafür, das mit dieser zukunftsweisenden herstellerübergreifenden Lösung möglich zu machen.

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



Manfrotto
Imagine More

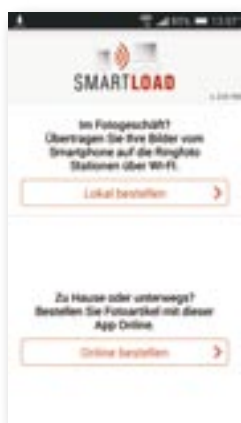
Silverlab Solutions mit vielen Angeboten Neues fürs Bildergeschäft

Silverlab Solutions stellt auf der photokina weitere Lösungen vor, mit denen der Fotohandel die Wertschöpfung im Bildergeschäft erhöhen kann. Dabei können die Handelspartner sowohl von den vielen Smartphone-Schnappschüssen profitieren als auch den Trend zu hochwertigen Bildprodukten wie Fotobüchern in Umsatz verwandeln.

So stellt Silverlab Solutions unter dem Namen „Colorline“ ein Sortiment von Inkjet-Medien für den Großformatdruck vor, die sich durch ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis auszeichnen. Sie sind zunächst mit den Oberflächen Glanz, Matt, Pearl, Seidenraster, Satin und Leinwand erhältlich; für die gängigsten Drucker von Canon, Epson und HP gibt es ICC-Profile. Zur Einführung läuft bis zum 31. Oktober 2014 (solange der Vorrat reicht) die Sonderaktion „4 Rollen kaufen – nur 3 Rollen bezahlen“.

Vom Smartphone zum Kiosk

Nach dem erfolgreichen Start baut Silverlab die Funktionalität der Pic2Kiosk App aus. Das gilt auch für die Ringfo-



Mit der Pic2Kiosk App können Fotos jetzt auch von unterwegs aus zum Kiosk geschickt werden.

to Smart Load App und andere Versionen, die als White Label Lösung verfügbar sind. So können die Kunden mit der App ihre Bilder nicht nur im Geschäft drahtlos und sicher auf den Kiosk übertragen, sondern auch mit ihrem Mobilgerät von zu Hause oder unterwegs aus Aufträge für Fotoprodukte bei den teilnehmenden Händlern platzieren.

Event-Systeme

Mit Photobooth-Eventprint bietet Silverlab ein mobiles Selfie-Aufnahmesystem für Veranstaltungen an. Beim automatischen Ablauf werden die Gäste über eine Anleitung auf dem Bildschirm animiert und starten per Knopfdruck ihre eigene Foto-Session. Die Selfies werden auf dem Rechner gespeichert, als Collage aufbereitet und auf Wunsch mit einem Thermosublimationsdrucker sofort ausgegeben. Zusätzlich können die Fotos mit einem QR-Code versehen und per Email versandt werden. Auch das Hochladen der Bilder in eine Online-Galerie, zu der die Gäste Zutritt erhalten, ist möglich. Um Smartphone-Schnappschüsse sofort in Prints und Umsatz zu verwandeln, ist die Flightcase Eventprint-



Auf der photokina stellt Silverlab Solutions Lösungen zur Herstellung von Fotobüchern am PoS vor.

Lösung geeignet. In dem rollbaren Trolley lassen sich zwei DNP DS40 Drucker transportieren. Vor Ort öffnet man die Tür, schließt das Notebook an, und schon können die Bilder von Smartphones, Tablet-PCs oder WLAN-fähigen Kameras aus auf die Drucker geschickt werden.

Fotobücher am PoS

Im Herbst will Silverlab Solutions eine neue Lösung zur Herstellung von Fotobüchern am PoS auf den Markt bringen, die mit allen Silverlab Kiosken der neuen Generation und den Ringfoto Versionen kompatibel ist. Damit ist das Drucken von Fotobuch-Seiten in den Größen 10 x 15 cm, 13 x 18 cm, 15 x 20 cm und 20 x 30 cm in jeweils fünf Layout-Varianten auf den Sofortdruckern oder Dry Labs/Minilabs möglich. Mit Hilfe der im Starterkit enthaltenen Maschinen ist das Fotobuch in ca. 10 Minuten gebunden und verkaufsfähig. Passend dazu gibt es verschiedene Cover, zum Beispiel mit transparentem Deckblatt, aber auch mit Ledereinband.

Die neue Nikon D750

Nikon erweitert zur photokina seine Palette von Vollformat-DSLRs um die D750. Das neue Modell ist zwischen der D610 und der D810 positioniert und wurde praktisch komplett neu entwickelt. Die Kamera ist besonders schnell, leicht und bietet WiFi und umfassende Videofunktionen. Damit soll sie vor allem engagierte Hobbyfotografen ansprechen.



Die Nikon D750 macht engagierten Amateuren auch professionelle Features zugänglich.

Flexibilität im Vollformat

In dem kompakten Gehäuse aus kohlefaser-verstärktem Kunststoff und einer Magnesiumlegierung stecken professionelle Features. Der 24,3 Megapixel Sensor (mit Tiefpassfilter) wurde komplett neu entwickelt und bietet einen ISO Bereich von 100 bis 12.800 (erweiterbar auf ISO 50-51.200). Verarbeitet werden die

Bilddaten mit dem schnellen Expeed 4 Bildprozessor, das Belichtungsmodul mit 91.000 Pixeln, 3D Colormatrix und Gesichtserkennung ermöglicht präzise mittenbetonte, Spot- oder lichterbetonte Messung. Das Autofokus-Modul Multi-Cam 3500FX mit 51 Messfeldern, davon 15 Kreuzsensoren, stammt aus der D810, reagiert

aber noch empfindlicher und stellt auch noch bei sehr wenig Licht (-3 EV) scharf. 11 der 51 Messfelder können auch noch bei einer Lichtstärke von 1:8 eingesetzt werden, die sich zum Beispiel bei der Verwendung eines 2fach-Telekonverters ergeben kann. Eine neue Gruppensteuerung der AF-Messfelder macht es möglich, auch kleine Motive sicher zu erfassen, selbst wenn sie sich vor einem kontrastreichen Hintergrund befinden.

Serienfotos nimmt die Nikon D750 im FX- und DX-Format mit einer Geschwindigkeit von bis zu 6,5 Bildern pro Sekunde mit Schärfenachführung auf. Die neu entwickelte Spiegel-/Verschlussmechanik, bei der Kevlar-/Kohlefaser-Verbundmaterial eingesetzt wird, braucht weniger Platz und reduziert Erschütterungen. Der Verschluss wurde auf 150.000 Auslösevorgänge getestet.



Der 24,3 Megapixel Sensor (mit Tiefpassfilter) wurde komplett neu entwickelt.

Für Selfies: Nikon Coolpix S6900

Mit einem um 180 Grad nach vorn klappbaren und drehbaren Clear Color Touchscreen Monitor mit 460.000 Bildpunkten und einem integrierten Kamerafuß nimmt die neue Coolpix S6900 den Trend zu Selfies auf. Im Gehäuse stecken ein rückseitig belichteter CMOS Sensor mit 16 Megapixeln Auflösung, der Expeed CII Prozessor und ein f3,3-6,3 12fach-Zoomobjektiv, das einen Brennweitenbereich von 25-300 mm (KB) abdeckt, der mit der Dynamic Fine Zoom Funktion verdoppelt werden kann. Zahlreiche kreative Effekte, 33 Digitalfilter und der Modus „Passbild-Automat“ erzeugen unbeschwerten Foto-spaß. 20 Motivprogramme wählen in praktisch jeder Situation die richtige Einstellung. Im Glamour-Modus können bereits vor der Aufnahme vier Effekte (Hautweichzeichnung, Puder, Weichzeichnung oder extra-satte Farben) ausgewählt werden. Nach der Aufnahme sorgt die Glamour-Retusche für makelose Haut und weiße Zähne.

Die Coolpix S6900 ist in den Farben Schwarz und Weiß ab Mitte Oktober erhältlich; die unverbindliche Preisempfehlung lautet 249 Euro.

Die Coolpix S6900 ist mit ihrem klapp- und drehbaren Monitor und dem integrierten Standfuß gut für Selfies geeignet.



Der 3,2" (8 cm) große Monitor kann bis 90 Grad nach oben und 75 Grad nach unten geneigt werden.

Das RGBW LC-Display mit 1,229 Millionen Bildpunkten und Anti-Reflex-Beschichtung gibt die Bilder brillant wieder; Farbabgleich und Helligkeit können angepasst werden.



Der neue Nikon Systemblitz SB-500 kann mit seiner LED Leuchte auch als Lichtquelle für Filmaufnahmen dienen.

Bei Foto- und Videoaufnahmen bietet die zweite Generation des Picture-Control-Systems von Nikon zahlreiche Werkzeuge, mit denen vor und nach der Aufnahme Schärfe, Kontrast,

Helligkeit, Farbton, Detailkon-

trast und Farbsättigung angepasst

werden können. Die neue Einstellung „Ausgewogen“ erhält alle Details und Tonwertinformationen in Lichtern und Schatten; bei der ebenfalls neuen Option „Detailkontrast“ kann der Tonwertumfang lokal angepasst werden, um zum Beispiel feine Strukturen herauszuarbeiten. Zu den Kreativ-Funktionen gehört ein Kamera-interner Zeitraffer, der mit automatischem Belichtungsausgleich kurzzeitige Helligkeitsänderungen kompensiert, langsame Entwicklungen dagegen wiedergibt.

Die Nikon D750 ist mit WiFi ausgestattet und kommuniziert direkt mit Smartphones oder Tablets. Die App „Wireless Mobile Utility“ steht kostenlos zum Download zur Verfügung und ermöglicht es nicht nur, die Aufnahmen zum Mobilgerät zu übertragen, sondern auch, kabellos zu fokussieren und auszulösen.

Umfassende Video-Ausstattung

Die Nikon D750 nimmt Videos im Full-HD Standard (1080/50p oder 60p) im FX- oder DX-Format auf. Dabei kann der Anwender die ISO-Einstellungen im Bereich von 100 bis 51.200 anpassen und bei manueller Belichtungssteuerung eine Obergrenze für die ISO-Automatik wählen. Die Kamera unterstützt das motorische Auf- und Abblenden während der Aufnahme und ermöglicht über eine HDMI-Schnittstelle die unkomprimierte Ausgabe des Videosignals an einen externen Rekorder, während die Filmsequenzen gleichzeitig in voller Auflösung in der Kamera gespeichert werden. Für die Tonaufnahme (Stereomikrofoneingang) stehen verschiedene Frequenzbereiche (Breitband oder Sprache) zur Verfügung; bei Verwendung des integrierten Stereo-Mikrofons werden Windgeräusche digital reduziert.



Neues Blitzgerät

Mit dem SB-500 führt Nikon auf der photokina ein handliches Blitzgerät für seine DSLRs und bestimmte Coolpix-Modelle ein. Es hat Leitzahl 24, ist mit dem Nikon Creative Lighting System kompatibel und kann als „Master“ für die Fernauslösung mehrerer anderer Blitze eingesetzt werden. Eine eingebaute LED-Leuchte (100 lx) an der Vorderseite dient als Lichtquelle für Filmaufnahmen oder beim Fotografieren in kurzen Aufnahmedistanzen.

Neues FX-Objektiv

Die Palette der für das Nikon Vollformat FX ausgelegten Objektive wird zur photokina um das AF-S Nikkor 20 mm 1:1,8G ED erweitert. Die lichtstarke Festbrennweite ist aus 13 Linsen in 11 Gruppen, darunter zwei ED-Glaslin-

sen und zwei asphärische Elemente, aufwändig konstruiert. Zum Lieferung gehören ein Objektivbeutel und eine Gegenlichtblende.

Die Nikon D750 ist ab 23. September 2014 erhältlich; die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten 2.149 Euro (Gehäuse), 2.699 Euro (mit AF-S Nik-

kor 24-85 mm 1:3,5-4,5G ED VR) bzw. 2.799 Euro (mit AF-S Nikkor 24-120 mm 1:4G ED VR).

Das Blitzgerät SB-500 kommt am 25. September zum Preis von 249 Euro (UVP) in den Handel. Am selben Tag ist auch das AF-S Nikkor 20 mm 1:1,8G ED zum Preis von 819 Euro (UVP) erhältlich.



*Kompakt
und leicht:
das neue
AF-S Nikkor
20 mm
1:1,8G ED.*



for a greener tomorrow 

Der **NEUE** CP – D80DW

Thermosublimations-Fotodrucker

Die brandneue Innovation im digitalen Thermosublimationsdruck, der CP – D80DW von Mitsubishi Electric, bietet eine Vielzahl an spannenden neuen Funktionen.

Beim Design stand Platzersparnis im Vordergrund. Hochauflösende Ausdrücke innerhalb von nur 11 Sekunden bei unglaublicher 96-prozentiger Energieeinsparung im Standby-Modus.

Jetzt mit verlängerter 24-monatiger Garantie.



Besuchen Sie uns auf der:

Photokina
16. – 19. September
Stand C – 010/D – 019
Halle 3.1

2 Druckformate von 1 Medium, 15x20 und 10x15 - Rewind-Funktion - Staubfreier Mechanismus - Energiesparend	- Hohe Auflösung - Kompaktes Design - Verlängerte 24-monatige Garantie
--	--

vis.mitsubishielectric.de Email: vis-orderdesk@meg.mee.com Tel: +49 (0) 2102-486-1870

Smartphone-Fotografie 2.0 von Sony

Die neuen SmartShot Kameras

Die neuen SmartShot Modelle von Sony, hier die QX30, bringen neue Flexibilität und ein neues Qualitätsniveau in die Smartphone-Fotografie.

Nachdem Sony mit den ersten beiden objektivförmigen SmartShot Kameras auf der IFA 2013 eine völlig neue Art der Smartphone-Fotografie ermöglicht hat, stellte das Unternehmen auf der diesjährigen IFA die nächste Generation dieser Produktkategorie vor. Die neue Smart-Shot QX1 fängt Motive mit einem großen 20,1 MP APS-C Exmor Sensor ein und wird mit den E-Mount Wechselobjektiven von Sony bestückt. Die QX30 ist mit einem Sony G Objektiv ausgestattet, dessen mit 30x-Zoomfunktion einem Brennweitenbereich von 24–720 mm im Kleinbildformat entspricht.



Mit der neuen SmartShot QX1 mit APS-C Sensor wird das Smartphone zur Systemkamera, denn alle Objektive mit E-Bajonett können eingesetzt werden.

Mit der QX-1 wird das Smartphone zur Systemkamera, denn alle Objektive von Sony mit E-Bajonett können genutzt werden. Dabei wird die Bildstabilisierung des Objektivs unterstützt. Für die Scharfstellung stehen die AF-Funktionen AF-S, Touch-AF, Lock-on-AF und manuelle Einstellung zur Verfügung. Mit entsprechenden Adaptern kann die QX1 auch mit praktisch allen Wechselobjektiven auf dem Markt eingesetzt werden. Die Bildverarbeitung erfolgt mit dem eingebauten Bionz X Prozessor, der

sich durch effiziente Rauschunterdrückung und ausgefeilte Bildverbesserungsalgorithmen auszeichnet. Neben der Vollautomatik „Superior Auto“ bietet die QX1 auch alle möglichen Programm-Modi, nur der manuelle Modus fehlt. Auch die Speicherung der Bilddaten im RAW-Format ist möglich. Videos nimmt die SmartShot QX1 im Full HD Standard (1.080/30p) auf. In die Kamera integriert ist ein kleiner, ausklappbarer Blitz, der bei Porträts zur Aufhellung seinen Zweck erfüllt. Als Zubehör für die neue SmartShot bietet

Sony eine passende Tasche im Leder-Look an.

Die SmartShot QX1 ist Ende September zu UVPs von 299 Euro (ohne Objektiv) bzw. 449 Euro (mit SEL-P1650 von Sony) verfügbar.

Langes Zoom: SmartShot QX30

Mit ihrem 20,1 MP 1/2,3" Exmor R CMOS Sensor und einem f3,5-6,3 24-720 mm (KB) Sony G Objektiv bietet die neue SmartShot QX30 viel Flexibilität. Gegen Verwacklungen hilft der eingebaute optische SteadyShot Bildstabilisator, der auch beim Filmen von Videos eingesetzt werden kann, die in Full HD Qualität (1.080/60p) aufgenommen werden können. Eine Log-on Autofokus-Funktion macht es möglich, das einmal scharf gestellte Motiv zu verfolgen, wenn es sich bewegt (nur im Foto-Modus); Serienbilder sind mit einer Geschwindigkeit von bis zu 10 Bildern pro Sekunde möglich.

Die SmartShot QX30 von Sony ist ebenfalls ab Ende September zum Preis von 299 Euro (UVP) lieferbar.

Die beiden neuen SmartShot Modelle sind mit den beiden Handgelenk-Steuerzentralen RM-LVR1 und RM-LVR2V kompatibel, die Sony auch für



Die Handgelenk-Steuerzentrale RM-LVR2V ermöglicht die Kontrolle der beiden SmartShot-Kameras und der Action Cam auch ohne Smartphone.



Die SmartShot QX30 ist mit einem 24-720mm (KB) Zoomobjektiv ausgestattet.

die neue Action Cam ADP-FSK1 anbietet. Bis zu fünf Kameras oder Action Cams lassen sich mit einer der beiden

„Live View Remotes“ steuern, so dass die QX30 und QX1 auch bequem ohne Smartphone kontrolliert werden können. Zudem unterstützen die neuen SmartShots die neueste Version der PlayMemories Mobile App, die neben einer neuen Benutzeroberfläche zahlreiche neue Funktionen bietet. Die App sorgt darüber hinaus für einen deutlich schnelleren und stabileren Verbindungsaufbau mit kompatiblen Smartphones wie dem Sony Xperia Z, Z1 und Z2, übrigens auch bei den beiden bereits eingeführten Modellen QX10 und QX100.

Kompakte Action Cam

Im wachstumsstarken Segment der Action Cams stellte Sony auf der IFA mit dem HDR-AZ1VR ein besonders kompaktes Modell vor, das mit Abmessungen von 24,2 x 36,0 x 74,0 mm um ein Drittel kleiner und mit einem Gewicht von 62,5 g um ein Drittel leichter ist als der erfolgreiche HDR-AS100V.

Mit seinem 11,9 Megapixel Exmor R CMOS Sensor und dem Zeiss Tessar Ultraweitwinkel-Objektiv mit einem Winkel von 170 Grad nimmt der HDR-AZ1 Full HD Videos mit der hohen Datenrate von 50 Mps im XAVCS Format auf und ist auch für Highspeed-Aufnahmen (120p) geeignet. Zum Lieferumfang gehört



Die neue Action Cam HDR-AZ1VR von Sony ist um ein Drittel kleiner und leichter als die erfolgreiche HDR-AS100V.

die neue LiveView Fernbedienung RN-LVR2V, die wie eine Uhr am Arm getragen werden kann und gleichermaßen zur Bildkontrolle über das Farbdisplay und zur Bedienung des Camcorders dient. Mit dem eingebauten GPS-Modul wird der Ort des Einsatzes präzise festgehalten. Die neue Ustream Technologie macht sogar das Teilen der Aufnahmen in Echtzeit in Form von Livestreamings möglich. Auch der neue Action Camcorder ist mit der neuen PlayMemories Mobile 5.0 App kompatibel. Zum Lieferumfang gehört die neue Actioncam Movie Creator Software, mit der die aufgenommenen Filme schnell und einfach bearbeitet und direkt über das Internet und soziale Netzwerke geteilt werden können.

Die Action Cam HDR-AZ1VR ist ab Oktober zum Preis von 249 Euro lieferbar; mit der Steuerzentrale RM-LVR2V soll sie 349 Euro (UVP), im Action Cam HDR-AZ1VB Bike-Kit 399 Euro (UVP) kosten.



Ein besonderes Merkmal der Pentax K-S1 sind die zahlreichen LED-Lichter, die z. B. am Griff der Kamera die Zahl der erkannten Gesichter anzeigen.

Neue Einstiegs-SLR von Ricoh Imaging

Ricoh Imaging hat die Pentax K-S1 SLR angekündigt, die mit einem neuen Bedienkonzept besonders Smartphone-Fotografen ansprechen soll, die bessere Bilder machen möchten. Die kompakte Kamera blinkt mit diversen LEDs und ist in zahlreichen Farbvarianten erhältlich. Die umfassende Ausstattung enthält auch Features aus der Pentax K-3, und mit der optionalen Pentax WLAN Flu Card wird die Kamera netzwerkfähig.

Die leuchtende Pentax

Die Pentax K-S1 ist mit einem komplett neu entwickelten 20,12 MP APS-C CMOS Sensor ohne Tiefpassfilter ausgestattet. Wie bei der Pentax K-3 können Moiré-Effekte mit dem Anti-Aliasing Simulator vermieden werden, der den Bildsensor in hochfrequente Schwingungen versetzt, um mikroskopisch kleine Unschärfen zu erzeugen. Die dafür eingesetzte Mechanik dient auch als Bildstabilisator und gleicht nach Angaben von Ricoh Imaging Bewegungen in alle Richtungen aus. Dabei dreht sich die Sensor-Einheit

sogar in einem bestimmten Winkel mit.

Zusammen mit dem neuen Sensor ermöglicht der Pentax Prime MII Bildprozessor einen großen Empfindlichkeitsbereich von ISO 100 bis 51.200. Das Autofokus-Modul Safox IXi+ der Pentax K-S1 arbeitet mit 11 Messpunkten, darunter 9 Kreuzsensoren; die Scharfeinstellung kann je nach Aufgabe mit 5 oder 11 Feldern, Spotmes-

sung, Auto-Tracking oder manueller Fokusfeldwahl erfolgen. Serienfotos nimmt die Pentax K-S1 mit einer Geschwindigkeit von bis zu 5,4 Bildern pro Sekunde (JPEG bis zu 20 Bildern hintereinander, RAW bis zu 5 Bildern) mit Schärfenachführung auf. Videos filmt sie im Full HD Standard (1080/30p); dabei ist die Verwendung zahlreicher Aufnahmefilter möglich.

Design mit Licht

Beim Design der Kamera hat sich Ricoh Imaging mit der Agentur Ziba aus Tokio zusammengetan, um ein besonders kompaktes Gehäuse zu entwickeln, das dank der Verwendung spezieller Kunststoffe auch besonders leicht ist. Mit Speicherkarte und Batterie wiegt es nur 558 Gramm.

Für intuitive Bedienung sind zahlreiche Einstellknöpfe rund um das zentrale Bedienrad angeordnet und können mit dem Daumen leicht erreicht werden.



Die Pentax K-S1 ist in den Standardfarben Schwarz, Weiß und Blau sowie in neun Farbvarianten erhältlich.

Der 3" LCD-Monitor mit 921.000 Bildpunkten unterstützt die Auswahl der Funktionen, ohne dass die Anwender durch Menüs scrollen müssen.

Ein besonderes Merkmal der Pentax K-S1 sind die zahlreichen LED-Lichter. So wird am Ein- und Ausschalter mit grüner Beleuchtung angezeigt, dass die Kamera im Foto-Modus ist, eine rote Lampe signalisiert den Video-Modus. Auch das zentrale Einstell-Element auf der Rückseite leuchtet. Eine Reihe von fünf LEDs am Griff der Kamera gibt durch Blinken Auskunft über die Zahl der erkannten Gesichter bei Gruppenaufnahmen mit Selbstauslöser. Wer das Blinken nicht mag, kann die LEDs abschalten.



Für intuitive Bedienung sind zahlreiche Einstellknöpfe rund um das zentrale Bedienrad angeordnet; der Monitor hilft bei der Auswahl der Funktionen.

Zur Ausstattung gehören 19 Motivprogramme, zehn Aufnahme-Effekte inklusive HDR und Infrarot sowie neun Digitalfilter. Der Glas-Pentaprismensucher der Pentax K-S1 bietet ein Bildfeld von 100% mit einem Vergrößerungsfaktor von 0,95x. Mit der als Zubehör erhältlichen Pentax Flu Card 16GB kann die Kamera per WLAN mit einem Smartphone oder Tablet verbunden und vom Mobilgerät aus bedient werden. Die Pentax K-S1 ist ab sofort erhältlich; der UVP inklusive 18-55 mm Objektiv lautet 699 Euro.

Mit zahlreichen LED-Lichtern informiert die Pentax K-S1 ihre Nutzer über ihren Status.



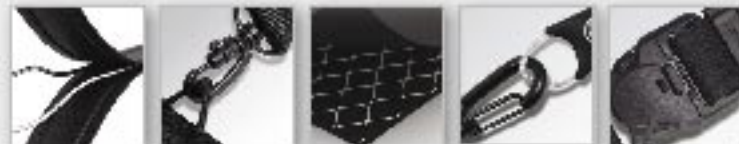
Anti-Diebstahl Technologie



camsafe® Z series

Weitere Farbe Characool:

Sicherheitsfeatures:



**DGH IST
OFFIZIELLER
DISTRIBUTOR**

pacsafe
smart travel gear



Jetzt bei DGH!

Das komplette pacsafe Sortiment
finden Sie unter www.DGH.de

DNP mit vielen Neuheiten auf der photokina



Der neue Fotodrucker DS620 kommt im Frühjahr 2015 auf den Markt.

Der Fotodrucker DS620 ist gegenüber dem DS40 nicht nur um jeweils 14 Prozent leichter, kompakter und produktiver geworden, sondern arbeitet auch mit geringeren Kosten. Dazu tragen der stromsparende Stand-by Modus ($>0,5$ Watt) und eine neue Rückspulfunktion für das Farbband bei. Dabei sorgt ein intelligenter Algorithmus dafür, dass die Transferfolie bei der Ausgabe einer ungeraden Zahl von Fotos im Format 10 x 15 cm auf 15 x 20 cm Medien automatisch zurückgespult wird, um beim nächsten Druckauftrag den verbliebenen Farbband-Abschnitt zu verwenden. Der DS620 deckt zahlreiche Formate vom 15 x 15 cm Foto-streifen bis zum 15 x 20 cm Portrait und der Ausgabe quadratischer Fotos

Mit dem neuen Duplex-Drucker DS80-DX macht DNP die Herstellung von wertschöpfungsstarken Bildprodukten wie Fotobüchern am PoS möglich.

Vielfalt am PoS

Mit zahlreichen Neuheiten baut DNP auf der photokina sein Angebot von Drucklösungen für den Fotohandel und

Profifotografen weiter aus. Dabei stehen das neue Top-Modell DS620, der Duplex-Drucker DS80-DX und das modulare nexlab 6 Production Center im Mittelpunkt. Sie machen es möglich, zahlreiche verschiedene Bildprodukte im Geschäft herzustellen.

im Format 15 x 15 cm ab. Bei seiner Markteinführung, die im Frühjahr 2015 erfolgt, wird er auch mit dem für diesen Zeitraum geplanten neuen Medien im Format 15 x 23 cm kompatibel sein.

Angesteuert wird der Drucker über verschiedene Software-Lösungen von DNP, z. B. Party Print für die Event-Fotografie, die Kiosk-Software Tomo v6.1, die Auftragsmanagement Software nexlab und die neue Anwendung Hot Folder Print für einen gesteigerten Druckausgabe-Workflow bei Studio- und Event-Fotografie. Zudem stehen Druckertreiber für Windows Vista, Windows 7, Windows 8 sowie MacOS bis 10.0 zur Verfügung. Für das Gerät, einschließlich Druckkopf, gibt DNP zwei Jahre oder 75.000 Ausdrücke (110 x 15 cm) Garantie.

Neuer Duplex-Drucker

Mit dem neuen Duplex-Drucker DS80-DX bietet DNP dem Fotohandel die Möglichkeit, sowohl einseitig bedruckte Fotos bis zum Portraitformat 20 x 30 cm als



auch doppelseitig bedruckte Fotobuchseiten, Grußkarten und Kalenderblätter in Seidenmatt- oder Hochglanz-Finish herzustellen. Der doppelseitige Druck wird durch eine neue Wendevorrichtung für das Druckpapier (bei Einzelblattzuführung) ermöglicht. Zur Markteinführung bündelt DNP mit dem Drucker die DiLand-Fotobuch-Software; weitere Foto-Software-Produkte anderer Hersteller werden in Kürze erwartet.

Skalierbares nexlab

Mit dem neuen nexlab 6, das bereits im Oktober auf den Markt kommt, stellt DNP auf der photokina ein modulares Dry Lab vor, das die Herstellung zahlreicher Bildprodukte von Standardabzügen in Format von 10 x 15 cm bis 20 x 30 cm, Passfotos, Collagen, Kalender, Grußkarten etc. sowie das Brennen von Bilddaten auf CD und DVD ermöglicht. Je nach Bedarf wird das nexlab mit den passenden Druckern aus dem DNP Portfolio ausgerüstet. Dabei kann die Kapazität auch nachträglich dem steigenden Auftragsvolumen angepasst werden. Auch der neue Duplex-Drucker DS80-DX sowie Großformatprinter können angeschlossen werden. Die neue Bedienungssoftware macht die Handhabung einfach. Die Annahme der Bilddaten erfolgt zum Beispiel mit einem DS-Terminal von DNP, für das auf der photokina die neue Software Tomo v6.1 vorgestellt wird, die den Kunden die Gestaltung und Bestellung ihrer Bildprodukte mit einer intuitiven Bedieneroberfläche besonders einfach macht.



Die neue Auftragsmanagement-Software für das nexlab 6 macht die Bedienung besonders einfach.



pacsafe®
smart travel gear

Anti-Diebstahl Technologie

eXomesh® slashguards
Ein diskret und unsichtbar in die Taschen eingearbeitetes flexibles und stabiles Edelstahl-Drahtnetz, bietet optimalen Schutz für die Fotoausrüstung.

Carrysafe® slashguard straps
Verstellbare Carrysafe®-Gurte mit integriertem leichtem und flexiblen Edelstahl-Drahtkabel. Es macht das Durchschneiden des Gurts nahezu unmöglich.

Smart zipper security
Blockierbare Reißverschlüsse erschweren Taschendieben, die Reißverschlüsse zu öffnen und Wertsachen zu stehlen.

Turn & lock security hooks
Intelligenter Drehmechanismus verschließt den Haken. Die Tasche kann so an einem festen Gegenstand (z. B. Tischbein) fixiert werden und ist vor Taschendieben sicher.

Dual release security buckles
Die clevere Schnalle verfügt über einen Zweifachentriegelungsknopf, mit dem sie geöffnet und geschlossen werden kann und macht Dieben einen schnellen Zugriff praktisch unmöglich.



**DGH IST
OFFIZIELLER
DISTRIBUTOR**

pacsafe®
smart travel gear

www.DGH.de

Das Recht am eigenen Bild setzt enge Grenzen

Zuerst kamen die Actioncams, jetzt werden Dashcams immer populärer. Der Begriff kommt aus dem Englischen, denn „Dashboard“ heißt Armaturenbrett. So reizvoll der Mitschnitt einer Autotour sein kann, bei der Verwendung und vor allem der Veröffentlichung der mehr oder weniger rasanten Aufnahmen gibt es juristische Grenzen. Rechtsanwalt Dr. Heinz J. Meyerhoff hat für *imaging+foto-contact* die wichtigsten Regeln zusammengestellt.



Dashcams werden immer populärer, aber bei der Verwendung der Aufnahmen gibt es rechtliche Grenzen.

Die Dashcam und der Datenschutz

Im Volksmund wird die Dashcam auch „Russenkamera“ genannt, denn die „Bedienungsgerätebrett-Bildaufzeichnungsgeräte“ (so würden Dashcams auf Deutsch heißen) gehören wegen der Wildost-Manieren auf russischen Straßen schon fast zur Standardausrüstung eines Pkw mit RUS-Kennzeichen. Sie sollen dort helfen, die dort alltäglichen Straftaten und Unfälle zu dokumentieren. Nun, in Deutschland halten sich die Verkehrsteilnehmer – zumindest die meisten – an Verkehrsregeln, und ein flächendeckender Einsatz von Dashcams scheint überflüssig zu sein. Ganz abgesehen davon stößt ihre Verwendung bei uns auf rechtliche Grenzen.

Jeder Mensch hat in Deutschland ein verfassungsrechtlich garantiertes Recht auf informationelle Selbstbestimmung. Er entscheidet grundsätzlich selbst, ob und welche personenbezogenen Daten er von sich preisgibt. Zudem besitzt jeder Mensch ein Persönlichkeitsrecht, das nicht nur vom Staat, sondern auch von den Mitmenschen zu achten ist: Niemand muss es sich als Bürger gefallen lassen, für Jans und Franz 24 Stunden nonstop in Full-HD-Qualität als Laiendarsteller zu wirken.

Der Gesetzgeber hat vor Jahren mit dem Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) eine Grundlage geschaffen, die das Recht auf informationelle Selbstbestimmung absichern hilft.

So heißt es beispielsweise in Paragraph 6b BDSG ua.:

„(1) Die Beobachtung öffentlich zugänglicher Räume mit optisch-elektronischen Einrichtungen (Videoüberwachung) ist nur zulässig, soweit sie

1. zur Aufgabenberfüllung öffentlicher Stellen,
2. zur Wahrnehmung des Hausrechts oder
3. zur Wahrnehmung berechtigter Interessen für konkret festgelegte Zwecke erforderlich ist und keine Anhaltspunkte bestehen, dass schutzwürdige Interessen der Betroffenen überwiegen.

(2) Der Umstand der Beobachtung und

die verantwortliche Stelle sind durch geeignete Maßnahmen erkennbar zu machen.“

Und dann gibt es auch noch das „Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Photographie“ – kurz Kunst-UrhG. Sein Paragraph 22 sagt in Satz 1 ganz unmissverständlich:

Aktuelle Urteile

„Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden.“

So haben sich die Aufsichtsbehörden für den Datenschutz im nicht-öffentlichen Bereich mit Beschluss vom 25./26. Februar 2014 klar gegen die Zulässigkeit der Videoüberwachung aus Fahrzeugen ausgesprochen. Dort heißt es: „Dashcams zeichnen den Verkehr sowie Personen, die sich in der Nähe einer Straße aufhalten, ohne Anlass und permanent auf, so dass eine Vielzahl von Verkehrsteilnehmern betroffen ist, die sämtlich unter einen Generalverdacht gestellt werden, ohne dass sie von der Überwachung Kenntnis erlangen oder sich dieser entziehen können. Das Interesse des Autofahrers, für den eher theoretischen Fall eines Verkehrsunfalls, Videoaufnahmen als Beweismittel zur Hand zu haben, kann diesen gravierenden Eingriff in das Persönlichkeitsrecht der Verkehrsteilnehmer nicht rechtfertigen.“ Das Ergebnis: „datenschutzrechtlich unzulässig“.

Der Bundesgerichtshof konnte sich mit dem Thema Dashcam bisher noch nicht beschäftigen, dafür ist es zu neu. Ein recht frischer Beschluss des Amtsgerichts München vom 13. August 2014 (Az. 345 C 5551/14) bringt es jedoch auf den Punkt: Eine durchgehende Überwachung des Straßenverkehrs via Dashcam ohne Anlass verstößt nicht nur gegen das

BDSG, sondern auch gegen Paragraph 22 Satz 1 KunstUrhG.

Die aufgenommene Person wird in ihrem „Recht auf informationelle Selbstbestimmung als Ausfluss des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts“ verletzt – mit der Folge, dass eine Dashcam-Aufzeichnung als Beweismittel nicht zugelassen wurde. Ähnlich bewertet das Verwaltungsgericht Ansbach in einem Urteil vom 12. August 2014 (Az. AN 4 K 13.01634) die Rechtslage.

Es gibt sicherlich Situationen, in denen die Clips mobiler Amateur-Filmer Beweiskraft haben können. Im Recht kommt es immer auf die Umstände des Einzelfalls an – und eine Abwägung der Interessen von Betroffenen kann mal so und mal so ausgehen. Bei einem schweren Unfall mit Todesfolge beispielsweise wird man sicherlich darüber nachdenken, ob eine Dashcam-Aufzeichnung nicht doch als Beweismittel zulässig sein könnte. Vielleicht überführt sich der Täter mit seiner sichergestellten Dashcam-Aufnahme sogar selbst.

Aber: Würde jeder Bundesbürger seine Mitmenschen ohne Anlass rund um die Uhr filmen und überwachen dürfen, wären das Recht auf informationelle Selbstbestimmung und das Recht am eigenen Bild Makulatur. Dann wäre die Republik ein riesiger unkontrollierbarer Big-Brother-Container, aus dem es kein Entrinnen gibt und jeder im Focus des anderen steht.

Privater Einsatz zulässig

Die Verwendung von Dashcams zu rein privaten und familiären Zwecken wird man dagegen nach derzeitiger Rechtslage für zulässig halten können. Der private Zweck hört aber schon dort auf, wo z. B. ein „mehr oder

Layflat-Photobooks

Startklar ab € 450,00



- Prints aus Ihrem Minilab
- Seiten verdoppeln
- Bindelochungen anbringen
- Seiten einfügen - Fertig!
- Auch Kalender!
- Neue Software, mit Ihrem Logo kostenfrei für Ihre Kunden!

PROMAXX
85386 Dietersheim (München) • Germany
Mrs. Anita Paulini www.promaxx.de
+49 89 3075 8697 info@promaxx.de

Film abspielen

weniger lustiger oder spektakulärer Beifang ins Internet geladen und weltweit abrufbar gemacht wird. Der betroffene Grundrechtsträger muss sich seine öffentliche Zurschaustellung nämlich nicht gefallen lassen. Er kann den Hobbyfilmer nicht nur auf Unterlassung und Schadensersatz in Anspruch nehmen, sondern je nach den Umständen sogar Schmerzensgeld fordern. Darüber hinaus drohen strafrechtliche Konsequenzen.

Dashcam im Ausland

Im angrenzenden Ausland ist die Rechtslage uneinheitlich. In Österreich ist der Einsatz von Dashcams ohne Genehmigung bereits verboten. Die Niederländer sehen die Verkehrsüberwachung vom Armaturenbrett um einiges entspannter als wir. Und in Belgien, Luxemburg, der Schweiz und anderen Nachbarländern greifen ebenfalls datenschutzrechtliche Bedenken.

Am Ende ist der Gesetzgeber gefordert. Er muss eine klare Regelung treffen, ob und unter welchen Bedingungen die Verwendung von Dashcams und die Verwertung ihrer Aufzeichnungen zulässig sind.

Felix Schoeller mit Weltneuheit

Echtes Canvas für HP Indigo



Das neue E-Canvas von Felix Schoeller ist das erste echte Leinenmaterial, das mit den HP Indigo 7800 Digitaldruckmaschinen bedruckt werden kann.

Als weltweit einziger Komplettanbieter hochwertiger Fotopapiere und Printmedien für alle Imaging-Segmente und relevanten Drucktechnologien setzt die Osnabrücker Felix Schoeller Group auf der photokina weiter auf Innovation. Unter den zahlreichen Neuheiten des Weltmarktführers ist eine echte Weltpremiere: das erste echte Canvas Produkt, das speziell für die neue HP Indigo 7800 Digitaldruck-Maschine entwickelt worden ist. Auch für Profi-Fotografen und den Fotohandel gibt es Neuheiten

„Unser Markenversprechen ‘Best Performing Papers. Worldwide.’ gilt für alle wichtigen Bebilderungsverfahren und Drucksysteme, von Spezialpapieren für Dry Minilabs über unsere innovativen Fotopapiere für den Digitaldruck bis zu Großformat-Medien für Wanddekorationen“, erklärte Guido Hofmeyer, Executive Vice President der Felix Schoeller Group. „Als einziger Hersteller bieten wir ein komplettes Portfolio mit erstklassigen Medien aus einer Hand.“



Das neueste Beispiel für die Innovationskraft von Felix Schoeller ist das neue E-Canvas, das auf der photokina als Weltpremiere vorgestellt wird. Dieses echte Canvas-Material ist das erste, das speziell für die neue HP Indigo 7800 Digitaldruck-Maschine entwickelt wurde. Es bedeutet tatsächlich einen echten Durchbruch: Denn Can-

auf der photokina

Canvas-Produkte für die Wanddekoration werden zwar bei den Konsumenten immer beliebter, aber ihre Herstellung ist vergleichsweise langsam und teuer. Mit dem neuen E-Canvas können die begehrten und hochwertigen Bildprodukte auf der HP Indigo 7800 erheblich schneller und kostengünstiger produziert werden. Eine neu entwickelte Farbpfangsschicht ermöglicht sehr gute Druckergebnisse auf dem Canvas-Leinenmaterial.

„Die Nachfrage für individuelle Wanddekorationen mit persönlichen Fotomotiven wächst rasant“, erklärte Hofmeyer. „Das gilt vor allem für Canvas-Produkte. Mit der HP Indigo 7800 und unserem neuen E-Canvas Material können diese jetzt mit deutlich schnelleren Durchlaufzeiten, höherem Durch-

satz und damit wesentlich wirtschaftlicher hergestellt werden. Das ist eine wichtige Nachricht für alle Bilddienstleister, die bereits unsere erfolgreichen E-Photo Papiere im Digitaldruck einsetzen. Sie können mit E-Canvas nicht nur Wanddekurationsprodukte mit hoher Wertschöpfung herstellen, sondern auch ihre Digitaldruckmaschinen besser auslasten.“

Das innovative E-Canvas Material ist nur eine der vielen Neuheiten im Felix Schoeller Portfolio für den Bereich Wanddekoration, in dem das Unternehmen nicht nur vier Canvas-Produkte für den Inkjet-Druck, sondern bereits 20 verschiedene Spezialpapiere mit speziellen Oberflächen für zahlreiche Posterdruck-Qualitäten und Größen anbietet. Auf der photokina stellt der deutsche Papierhersteller unter dem Namen Inspire zudem neue bedruckbare Vliestapeten vor. Diese Wallpa-



Guido Hofmeyer, Executive Vice President der Felix Schoeller Group: „Die Nachfrage für individuelle Wanddekorationen mit persönlichen Fotomotiven wächst rasant. Das gilt vor allem für Canvas-Produkte.“

per Produkte weisen eine sehr gute Trockenabziehbarkeit auf, sind frei von Weichmachern und dimensionsstabil. Zum Inspire Portfolio gehört eine matte Variante für den wasser- und latexbasierten Inkjet- sowie den Trocken-



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

Authorisierter Distributor
Germany und Servicepartner
der DNP Photo Imaging Europe

Besuchen Sie uns 2014
auf der Photokina in
Halle 3.1, Stand A50
(Storefront Partnerstand)
Köln, 16.-21.09.2014



Photokina Spezial
1 Mediaset 10x15
kostenlos und
Abwrackprämie 75 € für Altdrucker**

690,00* €



DNP RX1

Thermosublimationsdrucker
für 10x15, 13x18 und 15x20
Oberflächen glanz, matt

890,00* €



DNP DS40

Thermosublimationsdrucker
für 10x15, 13x18 und 15x20
Oberflächen glanz, matt

****Abwrackprämie gilt für:**

Fuji ASK 2000, Kodak 6800, Mitsubishi
CP9550DW, 9800DW or 9810DW, Olmec
OP1000, Shinko CHC-S2145, Sony
UP-DR150 and UP-DR200

1.390,00* €



DNP DS80

Thermosublimationsdrucker
für 20x25 und 20x30
Oberflächen glanz, matt

* Preise zzgl. MwSt. u. Versand



Für professionelle Anwendungen stellt Felix Schoeller auf der photokina vier neue Baumwoll-Papiere und das neue True baryta Material vor.

tonerdruck und eine Satinvariante für den Druck mit Latextinten oder Trockentonern.

Papiere für Profis

Zum ersten Mal bietet Felix Schoeller auf der photokina seinen Vertriebspartnern und dem Fotohandel ein umfassendes Sortiment von Qualitätspapieren für professionelle Anwendungen bis zum Fine Art Niveau an. Zu den True Profi Medien gehören vier neue Baumwoll-Papiere für den wasserbasierten Druck, die eine einzigartige Haptik und ein hohes Gewicht von 305g/qm aufweisen. Mit ihren unterschiedlich strukturierten Oberflächen eignen sie sich besonders gut für den Ausdruck hochwertiger Fotos für Ausstellungen und Portfolio-Mappen und sind darüber hinaus auch für Kunstproduktionen erste Wahl.

Abgerundet wird das Angebot für Profis durch das neue True baryta. Dieses Fine Art Produkt mit echtem Baryt-Strich und -Rohpapier erinnert haptisch und optisch an Silbersalz-Produkte. Zudem zeichnet es sich durch exzellente Archivierbarkeit und höchste optische Dichten aus.

Spezialpapiere für den Digitaldruck

Auch die Palette der erfolgreichen E-Photo Papiere spielt auf dem photokina Stand von Felix Schoeller eine wichti-

ge Rolle. Ihre hervorragende Bildwiedergabe wird von Bilddienstleistern besonders bei der Produktion von Premium-Fotobüchern geschätzt, aber auch für Produkte in der Portrait- und Schulfotografie sowie für Kalender, Gruß- und Einladungskarten werden die E-Photo Medien eingesetzt. Von der hohen Qualität dieser Spezialpapiere können sich die Besucher der photokina direkt auf der Messe überzeugen: HP druckt auf seinem Stand mit der neuen HP

Indigo 7800 und E-Photo Materialien von Felix Schoeller komplette Lay-flat Fotobücher.

Am 17. und 18. September können die Standbesucher in besonders prominenter Gesellschaft erleben, wie Felix Schoeller sein Markenversprechen 'Best Performing Papers. Worldwide.' umsetzt. Als offizieller Premiumpapier-Partner der Deutschen Olympiamannschaft wird Felix Schoeller herausragende Athleten und Athletinnen zu einem „Meet & Greet & Photo“ mit interessierten Gästen und Partnern begrüßen. Am 17. September wird Lilli Schwarzkopf, die 2012 die Silbermedaille im Siebenkampf gewann, anwesend sein.

Ein inspirierendes Gespräch mit Felix Loch, dem dreifachen Goldmedaillen Sieger 2014 im Rodeln, steht am 18. September auf dem Programm. Interessenten kontaktieren kurzfristig Florian Murrmann, Senior Vice President Marketing, fmurrmann@felix-schoeller.com.

Wachsendes Portfolio für Inkjet-Minilabs

Auch das Produktportfolio der Felix Schoeller Group für den Bereich Photo Retail wird auf der photokina ausgebaut. Hier bietet das Unternehmen mit dem Produktportfolio „Live“ jetzt 12 Produkte für den wasserbasierten Inkjet-Druck auf Dry Minilab Systemen an. Dabei stehen acht unterschiedliche Oberflächen zur Verfügung: matt, glossy, lustre, satin, pyramid, metallic glossy, metallic lustre und canvas texture. Mit dieser Vielfalt der Live Papiere sind Fotohändler in der Lage, ihren

Kunden zahlreiche Bildprodukte von hochwertigen Fotos und Panoramen über Portraits bis zu Fotogeschenken anzubieten.



Minilab-Betreiber können bei Felix Schoeller jetzt zwischen 12 Produkten für den wasserbasierten Inkjet-Druck wählen.



**Selfie Systemkamera
Olympus PEN E-PL7**

Wenn das Display herunter geklappt wird, schaltet die Kamera automatisch in den Selfie-Mode.

**Spieglein,
Spieglein in der Hand**

Mit der PEN E-PL7 bringt Olympus eine neue Systemkamera auf den Markt, die sich besonders an Kund(inn)en richtet, die dem Megatrend Selfie mit richtig guten Fotos frönen wollen. Dazu ist die Kamera mit einem klapp- und neigbaren, berührungsempfindlichen Display ausgestattet, das automatisch den Selfie-Modus aktiviert, wenn es nach unten geklappt wird. Dank der eingebauten WiFi-Funktion ist auch das Auslösen mit dem Smartphone möglich.

Im Selfie-Modus stellt sich das mitgelieferte, schlanke M.Zuiko Digital 14-42 mm 1:3,5-5,6 Pancake Zoomobjektiv automatisch auf Weitwinkel; gleichzeitig wird das 3"/7,6 cm große Display mit 1,037 Millionen Bildpunkten sozusagen zum digitalen Spiegel, auf dem mit einem einfachen Fingertip auf die entsprechenden Buttons Selbstauslöser-Sequenzaufnahmen oder die E-Portrait Funktion aktiviert oder der Schnappschuss direkt ausgelöst werden kann. Zur Vermeidung von Verwacklungen dient der Drei-Achsen-Bildstabilisator von Olympus.



Das vorn belebte Metallgehäuse im Retro-Design unterstreicht den Lifestyle-Anspruch der Olympus PEN E-PL7.

Schnelles Teilen

Dank der WiFi-Funktion verbindet sich die PEN E-PL7 mit Hilfe der Olympus Ol.Share App mit dem Smartphone oder Tablet. Der Aufbau der Verbin-

dung ist einfach: Nach dem Berühren des WiFi-Symbols auf dem Monitor erscheint dort ein QR-Code, den man mit dem Smartphone abscannt. Dann kann man mit dem Mobilgerät nicht nur die Kamera steuern, sondern auch die Bilder sofort über das Internet mit anderen teilen.

Im Metallgehäuse der E-PL7 stecken die Ausstattungsmerkmale der aktuellen Olympus PEN Generation. Dazu gehören der 16,1 MP Live-CMOS Sensor, der TruePic VII Bildprozessor, ein schnelles Kontrast-Autofokus-System mit 81 Messpunkten sowie zahlreiche Motivprogramme und 14 Art Filter, darunter die neuen Versionen Vintage und Partielle Farbe.

Die Kamera ist ab Ende September zum Preis von 599 Euro (UVP mit dem Pancake Zoomobjektiv) in den Farben Schwarz, Silber und Weiß erhältlich. Als Zubehör gibt es passende Taschen und Trageriemen aus Leder.

Neue Broschüre: Trends im Foto- und Imagingmarkt

Die Prophoto GmbH hat anlässlich der photokina 2014 die Broschüre „Trends im Foto- und Imagingmarkt“ neu aufgelegt. Darin werden Daten und Fakten zum Foto- und Imagingmarkt in Deutschland in Abstimmung mit Marktforschern aus Unternehmen der Foto- und Imagingindustrie zu einem Jahreswert verdichtet und um die von der GfK nicht erfassten Vertriebswege ergänzt. Bei den Angaben für 2014 handelt es sich um Prognosen.

Seit 2009 führt die Prophoto GmbH jährlich online Foto- und Imaging-Verbraucheranalysen für den deutschen Markt durch. Aktuell nutzt die Prophoto GmbH ihr Portal www.prophoto-online.de für eine Online-Verbraucherumfrage, um in Erfahrung zu bringen, wie viele Aufnahmegeräte die Konsumenten besitzen und wie viele davon aktiv genutzt wer-

den. Zudem möchte die Prophoto GmbH erfahren, aus welchen Gründen Kameras neu angeschafft und wo sie gekauft werden.

Die Broschüre ist als PDF-Dokument auf der Homepage www.prophoto-online.de im Bereich Foto- und Imagingmarkt/Broschüren hinterlegt. Gegen eine Kostenpauschale von 10 Euro in bar oder Briefmarken kann die Broschüre in gedruckter Form über die Prophoto GmbH (Mainzer Landstraße 55, 60329 Frankfurt am Main) bestellt werden.

40 Jahre dabei: Andreas Timm-Stöffhaas

Auf der photokina feiert Andreas Timm-Stöffhaas ein bemerkenswertes Jubiläum. Der Unternehmensberater für den Fotohandel ist 40 Jahre in der Fotobranche tätig. Nach dem Einstieg bei Rollei zur photokina 1974 führte ihn der Weg über Tetenal und Pentax sowie eine

zweijährige Projektarbeit bei der Ringfoto Gruppe in die Selbstständigkeit als Inhaber der ats Unternehmensberatung. In dieser Funktion unter-



stützt der gelernte Export-Kaufmann Ringfoto Fachhändler in den Bereichen Betriebswirtschaft, Sortimentsgestaltung und Jahresplanung. Zusätzlich leitet Timm-Stöffhaas sechs Ringfoto Erfa Gruppen mit Teilnehmern aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Tschechien. Auch für übergeordnete Belange der Fotobranche hat sich der 66jährige im Laufe seiner Karriere eingesetzt. Von 1995 bis 2002 war er Mitglied im Marketing-Ausschuss des Photoindustrie-Verbandes und gehörte auch dessen Vorstand an. Bis heute ist er im Kuratorium des Photo+Medienforums Kiel tätig.

Sonderedition Noritsu D705 Green

Auf der photokina wird Mümken Sales auf ihrem Stand in Halle 3.1 mit dem Noritsu D705 Green ein Drylab Sondermodell zu einem attraktiven Preis anbieten. Das auf dem D703 basierende Inkjet-Gerät produziert Bilder in Formaten von 89x89 mm bis 254x610 mm (optional bis 254x1710 mm), und zwar auf ein- oder beidseitig bedrucktem Papier.

Bei Einsatz eines Filmscanners ist das Gerät auch für die Herstellung von Fotos von Filmen (CN, CU u. S/W-Negativ) geeignet. Auch der Anschluss eines Flachbildscanners ist möglich. Zum Drylab bietet Mümken Sales 100-m-Rollenware in fünf Breiten (102, 127, 152, 203 und 254 mm) an, und zwar jeweils mit seidenmatter (Semy Glossy) und glänzender (Glossy) Oberfläche sowie als Seidenrasterpapier für Portraits. Im Printergehäuse befindet sich eine Aufnahme fürs Rollenpapier. Zusätzlich kann das D705 Green mit einem zweiten Papiermagazin versehen werden, das ebenfalls 100-m-Rol-

len aufnimmt. Sind beide Magazine mit demselben Material bestückt, wechselt das Gerät selbsttätig vom einen aufs andere, ohne die laufende Produktion zu unterbrechen. Die Kapazität liegt bei bis zu 650 10 x 15 cm Fotos bzw. 280 25,4 x 20,3 cm Bildern pro Stunde.

Mit dem serienmäßigen Einzelblatteinzug kann das D705 Green auch doppelseitig zu bedruckende Blattware verarbeiten. Im Duplexbetrieb lassen sich 10x20-cm-Klappkarten, bereits vorgerillte 13x18-cm-Klappkar-



Das Noritsu Sondermodell D705 Green ist auch für die Produktion beidseitig bedruckter Bildmehrwertprodukte geeignet.

ten sowie Fotobuchseiten in den Formaten 20x20 cm und DIN A4 produzieren. Das maximale Einzelblattformat beträgt 216x297 mm.

Gegenüber dem Basismodell D703 weist das Sondermodell Verbesserungen bei der Mechanik, der Elektronik und der Software auf. Die flexiblen Absorber lassen sich zum Reinigen einfach entnehmen und ebenso einfach wieder in die Papierführungsplatte einsetzen. Zur Energieversorgung (Leistungsaufnahme etwa 800 VA) genügt eine Haushaltssteckdose.

Optional kann der D705 Green auf der linken Stirnseite mit einem Sorter ausgerüstet werden, der bis zu acht Aufträge (maximal je 50 Bilder) aufnimmt. Dank geringer Abmessungen (0,35 qm Nettostellfläche, 2,7 qm bis 3,5 qm Arbeitsfläche ohne/mit Sorter) und nur knapp 100 kg Gewicht lässt sich das Trockenlab gut selbst in kleinen Fotogeschäften und Fotostudios aufstellen. Es wird schon kurz nach der photokina lieferbar sein.

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

Sie sind Journalist?

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

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

**Anzeigenschluss
für Kleinanzeigen im
imaging+foto-contact
Ausgabe 11/2014
ist der 20. Oktober 2014.**

Senden Sie uns einfach ein Fax
an: 0 21 02/20 27 90
oder eine E-Mail an:
b.klumps@cat-verlag.de

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

**Deu
Zert**
Deutsche Zertifizierung
DIN EN ISO 9001:2008



Herbert Geissler GmbH
72770 Reutlingen-Gönningsen
Lichtensteinstraße 75
Telefon 070 72/92 97-0
Telefax 070 72/20 69
info@geissler-service.de
www.geissler-service.de

Autorisierte
Vertragswerkstatt



Canon



Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Pioneer

reflecta



SONY
Authorized Service Center

TAMRON

TOSHIBA

Inserenten-Verzeichnis

Business Forum Imaging	8	Mitsubishi	35
Cewe	4. U.	Promaxx	43
DGH	39, 41	Schneider Kreuznach	15
DNP	32	Silverlab Solution	45
Foto Walser	23	Sony	36-37
Fujifilm	13	Kleinanzeigen	3.U.
Manfrotto	31		

IMPRESSUM imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und
Imagingbranche

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH
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>

Herausgeber:

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

Redaktion:

Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klomps

Anzeigen:

Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klomps
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 42 v. 1. April 2014

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

Satz- und Repro:

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung
und Urhebervermerk.

Copyright by

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen
für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

imaging+foto-contact erscheint

zum 1. des Monats,

außer am 1. Januar und am 1. Juli.

Der Abonnementspreis beträgt:

Inland: 39,90 € jährlich

Ausland: 60,00 € jährlich

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1430-1121

Europas
beliebtestes
Fotobuch

ab 7,95 €*



*Das abgebildete Produkt hat einen höheren Preis. Diesen entnehmen Sie bitte der Preislise. 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