

imaging + foto

10

2012

contact

photokina-Ausgabe

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

Die neue Revolution

Samsung Galaxy Camera



Erstklassige Foto-Technologie, volle Vernetzung

Nikon — Coolpix Herbstneuheiten **Die erste mit Android Betriebssystem**

Nikon hat für den Herbst fünf neue Coolpix-Modelle angekündigt, darunter die brandneue Coolpix S800c, mit der Nikon als erster großer Hersteller eine Kamera mit Android Betriebssystem auf den Markt bringen wird.

S. 11

DNP — Wir wollen Marktführer werden **Sofortdrucklösungen für den Fotohandel**

Mit einem markanten Auftritt auf der photokina will sich DNP als kompetenter Anbieter von Sofortdrucklösungen für den Fotohandel profilieren. imaging+foto-contact sprach mit Mark Bülow, European Marketing Manager bei DNP.

S. 36

Bilora — neue Taschenserie M-Rock **Praktisch, hochwertig, modular**

Mit der neuen M-Rock Serie by Bilora stellt der Zubehörspezialist auf der photokina ein neues Taschensortiment vor, das sich durch ein besonders durchdachtes Konzept auszeichnet. Sie können dem gewünschten Einsatzzweck modular angepasst werden.

S. 40

Neuheiten

Fotografie der neuen Art



Samsung

Galaxy Camera

Mit der Einführung der Galaxy Camera definiert Samsung das Wort „Fotografieren“ neu. Denn dieses Produkt kombiniert erstmals erstklassige Fototechnologie mit den umfassenden Vernetzungsmöglichkeiten eines Smartphones der neuesten Generation. Die Galaxy Camera basiert auf der aktuellen Android-Version 4.1 „Jelly Bean“ und bietet vollwertiges Mobile Computing über WLAN und das Mobilfunknetz.

Die Kamera-Technik der Galaxy Camera stammt aus Samsungs Kompakt-Flaggschiff WB850F: Der 16 Megapixel Hochgeschwindigkeits-CMOS-Sensor sorgt für brillante Bildqualität, das 21-fach-Zoomobjektiv bietet einen Brennweitenbereich von 23–483 mm (KB) mit einer Anfangslichtstärke von f2.8. Videos nimmt die Samsung Galaxy Camera im Full-HD-Standard auf.

Das HD Super Clear LCD nimmt die gesamte Rückseite der Galaxy Came-

ra ein und ist mit 121,2 mm (4,8“) besonders groß. Die hohe Auflösung von 1.280 x 720 Pixeln sorgt für detailreiche und brillante Darstellung von Fotos, Videos und Internetseiten.

Die Android-Welt

Mit dem neuesten Android-Betriebssystem 4.1 „Jelly Bean“ ermöglicht die Samsung Galaxy Camera die Nutzung der umfassenden Angebote aus

dem Google Play oder Samsung App Store. Das Feature „S Suggest“ schlägt zudem auf Wunsch neue Bildbearbeitungs-Apps oder Spiele zum Download vor.

Für eine reibungslose Verbindung in alle digitalen Netzwerke sorgt nicht nur das eingebaute WLAN-Modul, sondern auch die Möglichkeit, 3G (UMTS) oder ultra-schnelle 4G (LTE) Mobilfunknetze zu nutzen, denn die Samsung Galaxy Camera ist mit beiden Standards kompatibel.

Neuheiten

So eine Bedienung gab es noch nie

Der magische Touch



Die Stärke des Betriebssystems Android 4.1 zeigt sich nicht nur in den umfassenden Vernetzungsfunktionen und den Möglichkeiten, Apps zu nutzen, sondern auch in der Bedienung. Mit der Samsung Galaxy Camera beginnt tatsächlich ein neues Zeitalter im Umgang mit einer Kamera.

Damit alles einfach und schnell funktioniert, hat Samsung die Galaxy Camera mit demselben leistungsfähigen Quad Core Prozessor ausgestattet, der auch im Top-Smartphone Galaxy III verbaut wird. Zusammen mit dem kapazitiven, berührungsempfindlichen Display ergibt sich ein völlig neues Nutzer-Erlebnis. Praktisch

alle Kamera-Funktionen werden über dieses Display gesteuert, das blitzschnell auf jeden Fingertip und Wisch reagiert. Tatsächlich hat das Gerät nur zwei mechanische Bedienungselemente: den Ein-/Ausschaltknopf und den Auslöser, der von einem Zoomring umgeben ist. Wer meint, bei der Touchscreen-Bedienung müs-

se man durch zahlreiche Menü-Ebenen navigieren, um die gewünschten Einstellungen zu finden, irrt sich gründlich. Die zahlreichen Funktionen, Motivprogramme und Assistenten können vielmehr noch schneller abgerufen werden als auf einem Smartphone. Dabei geht Samsung völlig neue Wege. Wer beispielsweise auf den „Expert“ Button für manuelle Einstellung, Zeit- oder Blendenautomatik bzw. Programmautomatik tippt, sieht sofort auf dem Display ein virtuelles Objektiv mit Einstellringen, mit denen blitzschnell die gewünschte Blende, Verschlusszeit oder Belichtungs Korrektur gewählt werden kann. Weniger versierte Fotografen finden im „Smart Pro“-Modus voreingestellte Szenarien, die anhand der Bildsymbole leicht zu erkennen sind und blitzschnell ausgewählt werden können. Dann passt die Kamera alle Einstellungen automatisch an die jeweilige Aufnahme-Situation an.

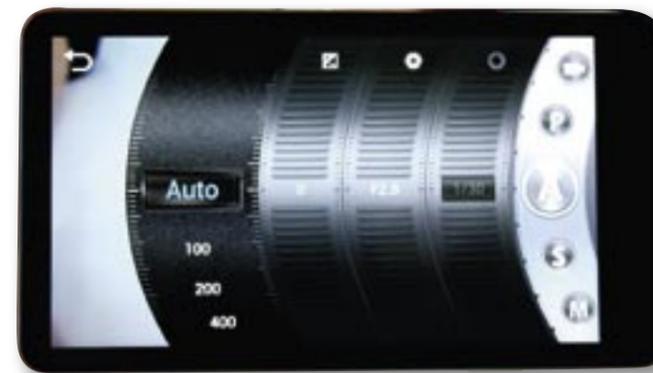
Bildbearbeitung in der Kamera

Der leistungsfähige Prozessor der Samsung Galaxy Camera und ihr



Die Samsung Galaxy Camera wird nicht nur in Weiß, sondern auch in modischen Farben erhältlich sein.

Die Samsung Galaxy Camera hat nur zwei mechanische Bedienungselemente: den Ein-/Ausschaltknopf und den Auslöser, der von einem Zoomring umgeben ist.



So sieht leichte Bedienung im Digitalzeitalter aus: Die Belichtungsparameter werden blitzschnell mit den Einstellungen des virtuellen Objektivs festgelegt.

brillantes Display ermöglichen die Bildbearbeitung direkt in der Kamera. 35 leicht zu bedienende Funktionen sind dafür bereits im „Photo Wizard“ vorinstalliert. Der „Movie Wizard“ erlaubt es zudem, auch Videofilme direkt in der Kamera zu schneiden und zu bearbeiten. Um den Überblick über die geschos-

senen Fotos zu behalten, ist die Samsung Galaxy Camera mit der Organisations-Software „Smart Content Manager“ ausgestattet. Sie macht es einfach, neue Ordner zu erstellen oder Personen zu kennzeichnen („Taggen“). Zudem macht sie Vorschläge, welche Fotos gelöscht werden können. Eine eingebaute

GPS-Funktion ermöglicht die einfache Zuordnung der Aufnahmen zum Ort ihrer Entstehung.

Auch beim Sichern der Aufnahmen und beim Teilen der Foto-Erlebnisse in sozialen Netzwerken denkt die Samsung Galaxy Camera mit. Die praktische „Auto Cloud Backup“-Funktion speichert besonders gelungene Fotos direkt nach der Aufnahme mit Hilfe von Samsungs AllShare-Technologie in der Cloud oder auf dem eigenen PC. Die „Share Shot“-Funktion macht es möglich, Fotos im Moment der Aufnahme sofort mit anderen Nutzern in sozialen Netzwerken zu teilen. Die Samsung Galaxy Camera mit WiFi, 3G und 4G (LTE) Funktionalität wird voraussichtlich Ende Oktober erhältlich sein.



Samsung hat das Android Betriebssystem genutzt, um eine völlig neue, intuitiv verständliche Bedienoberfläche zu entwickeln.



Auch Zubehörideen für die Galaxy Camera werden auf der photokina zu sehen sein.

Andreas Wahlich,

Senior Marketing Manager Samsung Digital Imaging:

„Wir schaffen neue Märkte“

Nach der Einführung des Samsung Smart Camera Konzeptes und der Ausstattung praktisch der gesamten Produktpalette mit WiFi in diesem Frühjahr bringt Samsung mit der Galaxy Camera jetzt eine neue Dimension von Netzwerkfähigkeit und Bedienungs-freundlichkeit auf den Markt. *imaging+foto-contact* hat mit Andreas Wahlich, Senior Marketing Manager Samsung Digital Imaging, darüber gesprochen, was das für den Fotohandel bedeutet.

imaging+foto-contact: *Herr Wahlich, mit der Galaxy Camera bringt Samsung die erste mobilfunkfähige Kamera mit Android-Betriebssystem auf den Markt. Kann man daraus schließen, dass Samsung die Einführung des Smart Camera Konzeptes als Erfolg betrachtet?*

Andreas Wahlich: Ja. Das Smart Camera Konzept war tatsächlich der richtige Schritt zum richtigen Zeitpunkt, um Samsung auf dem Kamera-Markt als den Anbieter zu positionieren, der mit seinen Innovationen den Markt von morgen vorbereitet. Dass die Konsumenten und der Fotohandel die WiFi-Ausstattung unserer Kameras zu schätzen wissen, zeigt sich daran, dass der Durchschnittspreis der verkauften Samsung



Andreas Wahlich: „Nie war es so einfach, kreative Ideen in Sekundenschnelle mit wenigen Fingertips in einer Kamera umzusetzen.“

Kameras gegenüber dem Vorjahr deutlich gestiegen ist. Dabei hat es sich als goldrichtig erwiesen, dass wir praktisch alle Samsung Kameras mit diesem Feature ausgestattet haben. Denn es geht bei Netzwerkfähigkeit längst nicht mehr darum, spontane Schnappschüsse aus dem Smartphone in soziale Netzwerke zu übertragen, sondern die Menschen wollen auch ihre besonders guten Fotos mit anderen teilen, und genau das können sie mit Samsung Smart Kameras. Das ist einer der Gründe, warum das Spitzenmodell unserer Systemkameras, die Samsung NX20, soeben von der EISA mit dem European Award Compact System Camera 2012–13 Award ausgezeichnet wurde.

imaging+foto-contact: *Rechnen Sie vor diesem Hintergrund auch mit einem Erfolg der kürzlich eingeführten Nobel-Kompaktkamera EX2F?*

Andreas Wahlich: Vielen Dank, dass Sie diese Neuheit ansprechen, denn sie ist ein gutes Beispiel dafür, wie das Samsung Smart Camera Konzept bei hochwertigen Modellen funktioniert. Diese Kamera spricht tatsächlich ambitionierte Fotografen an, die den großen 1/1,7" BSI-CMOS-Sensor und das feine Schneider-Kreuznach Objektiv zu schätzen wissen.

Die überwältigende Reaktion auf diese Kamera ist ein schlagender Beweis, dass diese Zielgruppe auch Netzwerkfähigkeit zu schätzen weiß: Nach

Interview

der Ankündigung dieser Kamera hatten wir in kürzester Zeit zahlreiche Bestellungen, bevor die EX2F überhaupt verfügbar war. Die Kunden haben also diese Kamera gekauft, bevor sie sie überhaupt in der Hand hatten. Und das ist auch ein Zeichen dafür, wie sehr sich der Fotohandel sofort für diese Kamera eingesetzt hat.

Samsung hat mit dem Smart Camera Konzept WiFi bei Kameras in kurzer Zeit zu einem wichtigen Thema gemacht. Mit der Samsung Galaxy Camera gehen wir jetzt noch einen Schritt weiter: Sie macht es möglich, gute Fotos auch dann sofort mit anderen zu teilen, wenn kein WLAN zur Verfügung steht.

imaging+foto-contact: *Reicht für solche Fälle nicht ein Smartphone aus?*

Andreas Wahlich: In vielen Fällen sicherlich, denn hochwertige Smartphones wie das Samsung Galaxy S III, das ebenfalls soeben mit dem EISA Award als Mobiltelefon des Jahres ausgezeichnet wurde, bieten bereits sehr ansprechende Bildqualitäten. Was sie aber nicht bieten, ist die volle Kamera-Funktionalität mit großem Zoombereich, manuellen Einstellmöglichkeiten und fortschrittlichen Automatik-Funktionen. Die Samsung Galaxy Camera dagegen verbindet die Netzwerkfähigkeiten des Spitzen-Smartphones Galaxy S III mit der Foto-Technologie unseres Kompakt-

kamera-Flaggschiffs WB850F. Das bedeutet: Die Kunden können so einfach wie mit einem Smartphone mit Bildern kommunizieren und dabei auf eine Kamera mit 16 Megapixel Hochgeschwindigkeits CMOS-Sensor sowie einem 21-fach-Zoomobjektiv mit einem Brennweitenbereich von 23–483 mm bei einer Anfangslichtstärke von f2.8 zurückgreifen, mit der sie nicht nur tolle Fotos, sondern auch Videos im Full-HD-Standard aufnehmen können. Das ist der erste Schritt in eine völlig neue Fotowelt, zu dem übrigens auch die revolutionäre Bedienung auf der Android 4.1 Oberfläche beiträgt.

imaging+foto-contact: *Bietet das für Smartphones konzipierte Android-Betriebssystem wirklich Vorteile für eine Kamera?*

Andreas Wahlich: Gestatten Sie mir, Sie zu korrigieren: Android wurde nicht speziell für Smartphones entwickelt, sondern für alle mobilen Geräte, bei denen es auf Netzwerkfähigkeit, Flexibilität und Bedienungsfreundlichkeit ankommt. Der erste offensichtliche Vorteil dieser Plattform besteht darin, dass es mit der Samsung Galaxy Camera möglich ist, das gesamte Angebot des Google Play und Samsung App Stores zu nutzen. Das betrifft nicht nur Foto-Software wie zum Beispiel Instagram, sondern auch viele weitere Anwendungen, die zum Beispiel das Gestalten und Bestellen von personalisierten Bildproduk-

ten direkt in der Kamera ermöglichen. Hier werden sich völlig neue Geschäftsmodelle für den Fotohandel erschließen: Bereits jetzt bieten einige Dienstleister ihren Kunden im Fotohandel Apps für das Bildergeschäft an, und zwar unter der Marke bzw. dem Namen des entsprechenden Fotohändlers. Eine bessere Kundenbindung kann man sich schwerlich vorstellen.

imaging+foto-contact: *Sind solche Anwendungen denn leicht zu bedienen?*

Andreas Wahlich: Daran gibt es überhaupt keinen Zweifel, denn mehr als ein Drittel der Deutschen besitzen bereits ein Smartphone, und Millionen nutzen dabei Android-Geräte. Sie laden Apps herunter, hören Musik, fotografieren und laden ihre Bilder und Videos in soziale Netzwerke, ohne dass ich jemals beobachtet hätte, dass jemand dafür eine Gebrauchsanleitung braucht. Die braucht man auch für die Galaxy Camera nicht – und das trifft sowohl für die Netzwerkfunktionen als auch für das Fotografieren zu. Das intuitive Bedienkonzept dieser Kamera ist wirklich revolutionär: Nie war es so einfach, kreative Ideen in Sekunden-schnelle mit wenigen Fingertips in einer Kamera umzusetzen.

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



Auch das Design der Samsung Galaxy Camera weist auf eine neue Art des Fotografierens hin.





Grußwort von Christoph Thomas, Vorsitzender des Photoindustrie- Verbandes

Endlich ist es soweit – die photokina öffnet ihre Tore. In der Gerüchteküche brodelt es seit geraumer Zeit gewaltig. Wenn sich nur die Hälfte davon bewahrheitet, so müssen wir von einer neuen Dimension sprechen, in die Foto und Imaging vorstößt. Unsere Branche, die an vertikaler und horizontaler Breite gewinnt, ist durch ihre Innovationskraft und ihren Facettenreichtum wie keine andere in Bewegung. Sie ist mit ihren Lifestyle-Produkten so mannigfaltig wie noch nie. Verbunden damit ist, dass die Zahl derer wächst, für die die photokina zur Muss-Veranstaltung wird.

Unsere Branche wird zunehmend durch neue Begrifflichkeiten – Mobile Imaging, Connectivity, Interactive, smart, Cloud – geprägt, die durch unsere Innovationen eine stetige Erweiterung in der Definition erfahren. Wo Außenstehende durch Produkte wie Smartphones eine Bedrohung für unseren Markt sehen, sehen wir eine wertvolle Bereicherung. Die Zahl der Bildermacher wächst mit der steigenden Zahl an Aufnahmegeräten ins Unermessliche. Neue Käuferschichten tun sich auf, die sich professionalisieren wollen und dabei digitale Spiegelreflex- und kompakte Systemkameras besonders im Blick haben. Wir haben zudem den Nach-

wuchs auf unserer Seite, der auch, dank der sozialen Netzwerke, absolut fotoaffin ist und uns gemeinsam das Geschäft für die Zukunft sichert. Ganz neue Geschäftsfelder, die – auch im Zubehörbereich – mit einer enormen Wertschöpfung verbunden sind, tun sich fast schon im Stundentakt auf; das ist eine große Chance für jeden Einzelnen, sich von der Masse abzuheben.

Die Herausforderungen für den Fotohandel sind wegen des enormen Innovationstempos, aber auch wegen des Facettenreichtums der Foto- und Imagingindustrie, enorm. Neue Produkte und Technologien mit erweiterten Features kommen auf den Markt, die in ihrer Gesamtheit verstanden werden müssen, um den Konsumenten die entscheidenden Verkaufsargumente zu vermitteln. Die Lifestyle-Produkte unserer Branche machen es notwendig, sich auf die neuen Käuferschichten einzustellen, die einen enormen Informations- und Aufklärungsbedarf haben. Auch in Zeiten von Internet und Social Media ist der Fotohandel der entscheidende Meinungsbildner – das setzt voraus, über alles bestens informiert zu sein, um seine Kunden entsprechend abzuholen. Mit dem Know-how, das Sie

von der photokina 2012 beziehen, wird Wertschöpfung generiert.

Mit der Vielfalt, die heute unsere Branche auszeichnet, wächst auch für den Fotohandel die Bedeutung, Notwendigkeit und die Wichtigkeit der photokina – ein Fernbleiben würde das Geschäft der Zukunft schädigen. Nehmen Sie darum das Angebot der photokina an. Sie spiegelt den Gesamtmarkt, der die Foto- und Imagingbranche aktuell auszeichnet, in der Breite wider. Mehr aber noch – die photokina ist eine Kommunikationsplattform, macht Innovationen erlebbar und dadurch auch Geschäftsfelder von morgen greifbar.

Wir sind in der vorteilhaften Situation, dass die Nachfrage der Verbraucher nach unseren Produkten enorm ist. Ein Selbstläufer ist der Absatz der Produkte jedoch nicht, denn die Konkurrenz, die etwas vom Kuchen haben möchte, ist groß.

Der Besuch der photokina lohnt sich. Nehmen Sie sich Zeit, denn die photokina ist kein Bildausschnitt wie andere Messen. Die photokina ist das ganze Bild im Vollformat.

Christoph Thomas
Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes

27. – 28. Februar 2013, Congress-Centrum Nord, Koelnmesse

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
world of imaging

„Memories are more ... SMART“



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

Herzlich willkommen zur photokina 2012 in Köln!

Es ist wieder soweit: Die photokina 2012 macht Köln wieder zum Mekka der internationalen Foto- und Imagingbranche.

Rund 1.200 Anbieter aus zirka 40 Ländern werden vom 18. bis 23. September ihre Produkte dem internationalen Fachpublikum in Köln präsentieren. Beeindruckend ist auch die einzigartige Internationalität der Aussteller: Über 60 Prozent von ihnen kommen aus dem Ausland. Auch in Bezug auf die Besucherstruktur behält die photokina ihre einzigartige Stellung. Mit der World of Imaging sprechen wir alle relevanten Besucherzielgruppen an: den internationalen Fachhandel mit seinen Top-Einkäufern ebenso wie die professionellen Anwender und die privaten Nutzer. Es ist dieser Dreiklang, der die photokina für die Branche so unverzichtbar macht. Keine andere Branchenveranstaltung auf der Welt kann den Unternehmen diese Sicherheit geben, wirklich alle relevanten Zielgruppen mit einem Messeauftritt zu erreichen. Das

ist und bleibt der USP der World of Imaging.

Das macht auch für Sie als Vertreter des Handels die photokina zu einem unverzichtbaren Ereignis. Denn die photokina hält für Sie in diesem Jahr wieder umfangreiche Angebote bereit. Es reicht von Expertenpanels über die Zukunft des Foto- und Imaging-Fachhandels, über pure Information bei den traditionellen GfK Market Briefings, bis zum Online-Matchmaking und der International Buyers Lounge im Nordeingang.

Darüber hinaus bietet die photokina vielfältige Möglichkeiten, neue Geschäftskontakte zu knüpfen. Denn nur zur photokina in Köln treffen die internationalen Top-Entscheider aus Handel und Industrie sowie professionelle Anwender aus aller Welt zusammen, um sich zu informieren und auszutauschen.

Das die photokina darüber hinaus den

Besuchern ein Rahmenprogramm bietet, das den Besuch der Messe für alle wirklich lohnenswert macht und Fachbesuchern wie Endverbrauchern gleichermaßen einen besonderen Zusatznutzen garantiert, versteht sich von selbst.

Last but not least sorgt die photokina alle zwei Jahre für einen deutlich spürbaren Umsatzschub. Denn neben der Information steht das Ordergeschäft im Mittelpunkt der Messe. Sie setzt damit Maßstäbe als globale Business- und Kommunikationsplattform der Branche. Ich bin sicher, dass die photokina 2012 diesem Ruf absolut gerecht werden wird.

Die photokina verspricht erneut sechs informative und spannende Messtage. Ich wünsche Ihnen einen erfolgreichen Messebesuch und einen angenehmen Aufenthalt in Köln.

*Markus Oster, Geschäftsbereichsleiter
Messemanagement, Koelnmesse GmbH*

M-Rock

Weltneuheit 2012



Einzigartiges Modul-System

M-Rock Taschen by BILORA stehen für ein vielversprechendes neues Konzept, das in jeder Hinsicht durchdacht ist. Die Farbenvielfalt ist interessant, aber überschaubar. Durch die Multifunktionalität der Taschen und die modulare Ausbaufähigkeit sind den Wünschen keine Grenzen gesetzt - und das alles innerhalb einer erstaunlich akzeptablen Preistrage.

Das Programm besteht aus einer 4-Modelle Schultertaschenserie, einer 4-Modelle Holsterserie, einer 2-Modelle Rucksackserie und aus 5 Modular-Taschen, die einzeln tragbar oder auch mit allen Taschen modular kombinierbar sind. Zwei Kompakttaschen runden das Portfolio ab.



Der Trolley Cart ist geeignet zur kombinierten Verwendung mit Rucksack oder Schultertasche bzw. mit weiteren Schultertaschen.



Zusätzlich werden Gurte zum Ausbau der Schultertaschen zu einem Rucksack- oder zu einem modularen Leibgurtsystem angeboten. Weitere Informationen erhalten Sie bei:

BILORA GmbH:
 Tel: 02195 67 70 32
 Fax: 02195 67 70 38
 Email: info@bilora.de
www.bilora.de



Markiert die photokina einen neuen Wendepunkt?

Et blieb nix, wie et wor!

Willkommen in Köln! Auch als Düsseldorfer erlaube ich mir, Sie mit einer Kölschen Lebensweisheit zu begrüßen, die auf hochdeutsch „Es bleibt nichts, wie es war!“ lautet. Denn die photokina 2012 wird zeigen: Die Imaging-Branche steht zehn Jahre nach der digitalen Revolution vor einem neuen Wendepunkt.



Thomas Blömer, Verleger

Erstmals seit zehn Jahren können die Organisatoren der photokina die Bedeutung dieser Messe nicht mit neuen Verkaufsrekorden unterstreichen. Vielmehr bricht die Menge der verkauften Kompaktkameras weltweit deutlich ein, auch in Deutschland wird der Absatz in diesem Jahr wohl um einen zweistelligen Prozentsatz zurückgehen. Für den Gesamtmarkt erwarten Photoindustrie-Verband und GfK die immer noch respektable Menge von 7,89 Millionen Stück (inklusive Multimedia- und Action-Cams). Das wären acht Prozent weniger als 2011. Die Smartphones, von denen in diesem Jahr in Deutschland rund 20 Millionen Stück verkauft werden sollen, fordern ihren Tribut. Weil das besonders das untere Marktsegment betrifft, dürfte der Umsatz mit

Kameras in diesem Jahr nur marginal zurückgehen – hochwertige Kompaktkameras erfreuen sich ebenso steigender Beliebtheit wie Systemkameras mit Wechselobjektiven. Vor allem die Absatzkurve der neuerdings DSLM-genannten spiegellosen Modelle zeigt steil nach oben.

Der Smartphone-Boom zeigt nicht nur Auswirkungen aufs Kamerageschäft: Die kleinen Alleskönner sind gerade dabei, den Umgang von Menschen mit Fotos grundlegend zu verändern. Die Zahl der Aufnahmen und vor allem die Kommunikation mit Bildern steigen ins Unermessliche. Und deshalb ist es eine gute Nachricht, dass es jetzt endlich Kameras gibt, die bei diesen Anwendungen wirklich mitspielen können. Und die zeigen, dass die Kamera der Zukunft ganz anders aussieht als die der Gegenwart. Den ersten Schritt hat Nikon in diesem Sommer mit der Ankündigung der Coolpix S800c getan, wobei dieses Modell noch stark an konventionelle Kamera-Konzepte erinnert. Samsung hat dagegen mit der Galaxy Camera ein tatsächlich revolutionäres Produkt vorgestellt: Dieses Android 4.1-Modell hat nicht nur die modernste verfügbare Software-Plattform, sondern zeigt mit einem revolutionären Bedienungskonzept, dass die alte Kölsche Lebensweisheit auch 2012 gilt: Et blieb nix, wie et wor!

Sony setzt bei neuen Kamera-Konzepten zwar nicht auf Android, aber immerhin auf Netzwerkfähigkeit und die Individualisierung durch Apps; das Unternehmen hat diese Features nicht nur, wie berichtet, in die NEX-5R, sondern auch in die brandneue NEX-6 eingebaut. Panasonic schickt die neue Lumix GH3 wenigstens mit WiFi-Funktionalität in den Markt. Nur Canon schweigt in Sachen Netzwerkfähigkeit beredt vor sich hin – und wir sind gespannt, wie lange noch.

Schon allein die neuen Kamera-Konzepte sind ein guter Grund, nach Köln zu fahren. Denn Produkte wie die Samsung Galaxy Camera muss man anfassen, erleben, im wahrsten Sinne des Wortes begreifen, um ihr Potenzial wirklich zu erkennen. Die photokina ist auch unentbehrlich, um zu verstehen, wie man mit neuen Bilddienstleistungen in der vernetzten Welt Geld verdienen kann: Unter anderem Cewe, di support, Fujifilm und Kodak zeigen in Köln neue Wege auf.

Apropos Kodak: Das Fotogeschäft wird verkauft, aber es stirbt nicht. Im Gegenteil: Das Unternehmen zeigt mit innovativen Konzepten sein Bestreben, die Braut für die Hochzeit – mit wem auch immer – zu schmücken. Das gibt Anlass zur Hoffnung, dass die Traditionsmarke auch 2014 Bestandteil der photokina sein wird, wenn auch unter ganz anderen Vorzeichen. Denn et blieb nix, wie et wor!

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Fotografie der neuen Art –
Samsung Galaxy Camera 2

Internationale Messen

Grußwort zur photokina von Christoph Thomas 7
Grußwort zur photokina von Markus Oster 9
Die IFA und die smarte Zukunft –
Rekorde in Berlin 28

Editorial

Markiert die photokina einen neuen Wendepunkt?
Et blieb nix, wie et wor! 11

Wichtiges aus foto-contact.de 14, 49

Verband

Deutsche Imaging + Phototechnik präsentiert
sich 2013 zweimal in den USA –
Spectaris mit neuen Messeaktivitäten 16

Interviews

Andreas Wahlich, Senior Marketing Manager
Samsung Digital Imaging:
„Wir schaffen neue Geschäftsmodelle“ 5
Fujifilm auf der photokina: neue Kameras,
neue Software, neue Geschäftsmodelle –
„Unbegrenzte Innovationen“ 18
Cewe mit zahlreichen Neuheiten auf der
photokina – „Fotoprodukte wertvoller machen“ 40
Dipl.-Ing. Thomas Mümken:
„Flexibilität ist unsere Stärke“ 46
posterXXL will mit dem Fotohandel wachsen –
„Alle Trends anbieten“ 60

Felix Schoeller unterstreicht Markt- führerschaft auf der photokina



Der Spezialpapierhersteller Felix Schoeller setzt das neue Markenversprechen „Best Performing Papers. Worldwide.“ auf der diesjährigen photokina mit zahlreichen Neuheiten um. Mehr als 40 neue Produkte werden vorgestellt und ergänzen nahtlos die Innovationsoffensive, mit der das Unternehmen seit Jahresbeginn eindrucksvolle Erfolge erzielte. **Seite 52**

UNTERNEHMEN

Fotografie der neuen Art – Samsung Galaxy Camera



Mit der Einführung der Galaxy Camera definiert Samsung das Wort „Fotografieren“ neu. Denn dieses Produkt kombiniert erstmals erstklassige Fototechnologie mit den umfassenden Vernetzungsmöglichkeiten eines Smartphones der neuesten Generation. Die Galaxy Camera basiert auf der aktuellen Android-Version 4.1 „Jelly Bean“ und bietet vollwertiges Mobile Computing über WLAN und das Mobilfunknetz. **Seite 2**

ZUM TITELBILD

Pentax X-5 mit 26-fach- Zoomobjektiv – Super-Weitwinkel

Pentax setzt mit einem neuen Superzoom-Modell auf Leistung im Weitwinkelbereich: Die neue Bridge Kamera Pentax X-5 mit 16 MP und F3,1–5,9 26-fach-Zoomobjektiv bietet einen Brennweitenbereich von 22,3–580 mm (KB-äquivalent) und ist dem schlichten Design der K-5 nachempfunden. **Seite 24**



Sony kündigt Vollformat-Kamera SLT-α99 an – Die Autofokus-Maschine

Zwei Jahre nach der Einführung der ersten Systemkameras mit teildurchlässigem Spiegel bringt Sony zur photokina das Vollformat in diese Kategorie, und das mit einer Weltneuheit: Als erste Vollformat-Systemkamera der Welt ist die α99 mit zwei Autofokus-Sensoren (Phasendetektion) ausgestattet und bringt damit die automatische Scharfeinstellung auf ein neues Niveau. **Seite 26**



NEUHEITEN

Die neue Lumix GH3 für professionelle Fotos und Videos

Mit der Lumix GH3 stellt Panasonic auf der photokina ein neues Spitzenmodell im DSIM-Segment vor. Mit neuen Technologien soll die Kamera nicht nur Fotos in Profi-Qualität schießen, sondern auch die Spitzenposition der Vorgängerin GH2 im Bereich der Videoaufnahmen mit Systemkameras verteidigen. **Seite 32**



Interview mit Shigetaka Komori, Vorstandsvorsitzender der Fujifilm Corporation

Mit zahlreichen Neuheiten will Fujifilm auf der photokina seinen Führungsanspruch in Foto und Imaging unterstreichen. Zu den zahlreichen Innovationen gehören u. a. eine besonders kompakte Systemkamera mit X-Bajonett sowie Software-Lösungen für Foto-Anwendungen. imaging+foto-contact hat mit Shigetaka Komori über die Rolle des Unternehmens in der Imagingbranche gesprochen. **Seite 18**



Interview mit Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender, und Harald H. Pirwitz, Vorstand Marketing und Vertrieb bei Cewe



Mit einem massiven Auftritt auf der photokina 2012 setzt Cewe auf Innovationen für das Bildergeschäft. imaging+foto-contact hat mit

Dr. Rolf Hollander und Harald H. Pirwitz über die neue Version der Bestellsoftware und die Perspektiven für Cewe gesprochen. **Seite 40**

Interview mit Dipl.-Ing. Thomas Mümken, Geschäftsführer der DITMS, Krefeld

Anfang 2011 übernahm die Dipl.-Ing. Th. Mümken Sales GmbH (DITMS) den Vertrieb von Noritsu Minilabs in 15 europäischen Ländern, darunter natürlich Deutschland. imaging+foto-contact hat mit Thomas Mümken, Gründer und Geschäftsführer von DITMS, über den Minilabmarkt und die Perspektiven für das Bildergeschäft der Zukunft gesprochen. **Seite 46**



Interview mit Christian Schnagl, Alleinvorstand der posterXXL AG

Mit der Ausgabe einer Unternehmensanleihe im Volumen von bis zu 1,5 Millionen Euro sorgte der Münchner Bilddienstleister posterXXL AG im Juli für Aufsehen. Die Finanzspritze soll das Unternehmen endgültig in die Spitzengruppe der Bilddienstleister katapultieren. imaging+foto-contact hat mit Alleinvorstand Christian Schnagl über die Wachstumsstrategie von posterXXL gesprochen. **Seite 60**



Unternehmen

Wie aus Digitalkameras Lifestyle-Produkte wurden – Zehn Jahre Exilim 34

Felix Schoeller unterstreicht Marktführerschaft auf der photokina – Premium-Papiere für alle führenden Drucksysteme 52

Neuheiten 37, 45, 51, 55

Pentax X-5 mit 26-fach-Zoomobjektiv – Super-Weitwinkel 24

Sony kündigt Vollformat-Kamera SLT- α 99 an – Die Autofokus-Maschine. 26

Die neue Lumix GH3 für professionelle Fotos und Videos – Vernetzte Oberklasse 32

Walther Alben und Rahmen auf der photokina – Reichlich Neues 36

Olympus rüstet PEN-Modelle auf – Mit OM-D Technologien 38

Bilddienstleistungen

DNP auf der photokina – Neues Nexlab 44

Auf Leinwand, Aluminium oder Acryl-Glas – Qualität bei meinfoto.de 50

Die neuen Kodak Ideen fürs Bildergeschäft – Vernetzt mit allen Kanälen 56

di support mit Innovationen fürs Bildergeschäft – Magische Momente. 58

Klein- und Personalanzeigen 63

Impressum 64

INTERVIEWS



Immer aktuell:

www.foto-contact.de

Stefan Schubert Head of Marketing bei Foto Walser

Zum 1. August hat Stefan Schubert die Position des Head of Marketing bei Foto Walser übernommen. In dieser Funktion verantwortet der 29-jährige die strategische Markenführung und den weiteren Ausbau der Marken „walimex pro“ und „mantona“ im deutschen sowie europäischen Markt. Zudem ist Schubert nun Sprecher für die nationale und internationale Unternehmenskommunikation. Vor seinem Eintritt bei Foto Walser war Schubert beim TV- und Blitzgerätehersteller Metz als Projektleiter Presse/Marketing für die interne Kommunikation, die Pressearbeit sowie für Werbekampagnen und PoS-Marketing zuständig.



Verwaltungsrat von ElectronicPartner ohne Edgar Haubrich



Will *ElectronicPartner* weiterhin verbunden bleiben: Edgar Haubrich.

Auch nach seinem Ausscheiden will Haubrich ElectronicPartner verbunden bleiben und zu den EP: Mitgliedern und Medimax-Märkten weiterhin einen intensiven Kontakt pflegen. Mit seinem unternehmeri-

Edgar Haubrich ist zum Ende des zweiten Quartals 2012 aus dem Verwaltungsrat von ElectronicPartner ausgeschieden. Das gab die Kooperation in einer Pressemitteilung

Engagement prägte Edgar Haubrich 54 Jahre lang den Vertrieb der Verbundgruppe und jahrzehntelang die Philosophie des Düsseldorfer Unternehmens. Seine Nachfolge im Verwaltungsrat hat sein Sohn Rüdiger Haubrich angetreten. Der aus fünf Mitgliedern bestehende Verwaltungs-

Markt für Unterhaltungselektronik und Foto geht zurück

Die Konsumenten in den sechs großen westeuropäischen Ländern Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Niederlande und Spanien investierten laut GfK im ersten Halbjahr 2012 weniger Geld in Unterhaltungselektronik. Der Umsatz lag um zehn Prozent unter dem des Vorjahreszeitraumes. Ebenfalls schwach zeigte sich der Fotomarkt mit einem Minus von 7 Prozent.

Angesichts der weiterhin schwierigen wirtschaftlichen Lage halten sich die Konsumenten derzeit mit größeren Anschaffungen zurück. Einzige Ausnahme ist Deutschland, wo Händler insgesamt 8,5 Prozent mehr Umsatz mit Fernsehern und Co. erzielen. Einzelne Produkte erleben aber in allen Ländern einen wahren Boom; dazu gehören beispielsweise internetfähige Fernseher, hochwertige Soundbars, Kopfhörer und kompakte Systemkameras.

Trotz des sportlichen Top-Ereignisses, der Fußball-Europameisterschaft, gaben die Westeuropäer in den ersten sechs Monaten dieses Jahres insgesamt 9 Prozent weniger Geld für Fernseher aus als im ersten Halbjahr 2011. Einen deutlichen Schub hat die EM mit einem Umsatzplus von 14 Prozent einzig dem deutschen TV-Markt verliehen. Jedoch stieg in allen sechs Ländern jeweils kurz vor Beginn die Nachfrage merklich an.

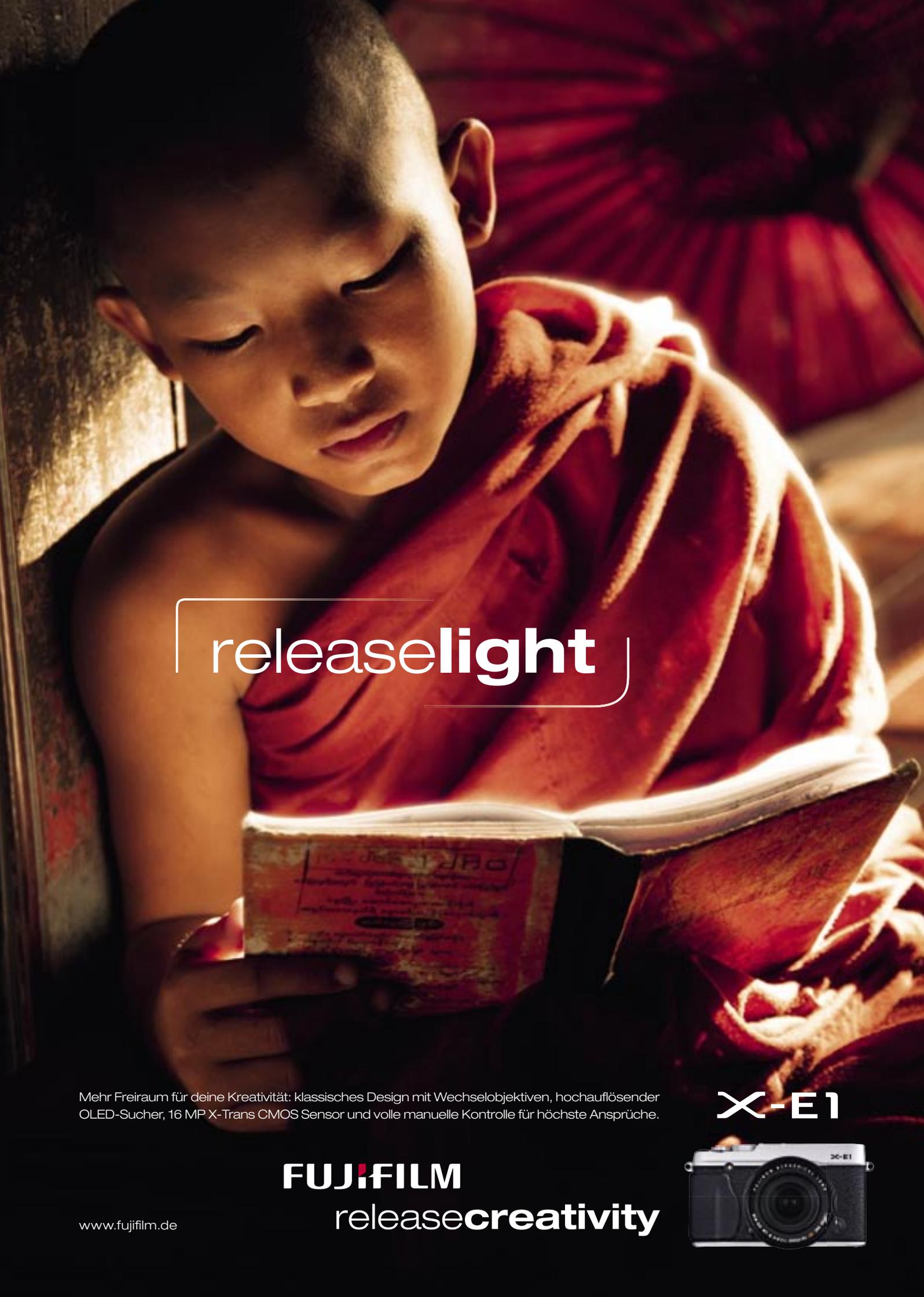
Wie auch die Unterhaltungselektronik ging der Markt für Digitalkameras in den ersten sechs Monaten in Westeuropa zurück. Mit einem Minus von 7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr war die Entwicklung hier jedoch weniger dramatisch als im TV-Geschäft. Dies ist vor allem auf die positive Entwicklung bei den hochwertigen Digitalkameras zurückzuführen: So interessierten sich Konsumenten weiterhin sehr stark für kompakte Systemkameras. Dementsprechend stieg der Gesamtumsatz von Kameras mit Wechselobjektiven um rund drei Prozent (Januar bis Juni), im Juni sogar um 28 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Mittlerweile wird jeder zweite Euro mit diesen hochwertigen Digitalkameras umgesetzt. Bei den kompakten Systemkameras schnellte die Nachfrage im ersten Halbjahr um 50 Prozent in die Höhe. Von dieser Entwicklung profitierten auch die Verkäufe von Objektiven, die im ersten Halbjahr um 8,8 Prozent zulegen.

Dagegen gingen im ersten Halbjahr deutlich weniger Kompaktkameras mit festem Objektiv über den Ladentisch. Insgesamt verkauften die Händler 16 Prozent weniger Geräte und erzielten damit 15 Prozent weniger Umsatz. Jedoch entschieden sich in dem Segment immer mehr Konsumenten für eine Kamera, die mehr als 300 Euro kostet. Der Anteil dieser Klasse stieg von knapp 25 Prozent im Vorjahreszeitraum auf gut 30 Prozent im ersten Halbjahr 2012. Verlierer waren dagegen günstigere Kompaktkameras – wer ein Smartphone mit guter Kamera besitzt, benötigt anscheinend zusätzlich keine günstige Digitalkamera mehr. In ähnlicher Weise ging auch der Absatz von Navigationsgeräten um 20% zurück – auch hier übernehmen immer mehr Smartphones die Funktionen dieser Geräte.

rat von ElectronicPartner ist in alle grundlegenden unternehmerischen Entscheidungen und Planungen eingebunden. Der Vorsitzende Hartmut Haubrich und Rüdiger Haubrich stammen aus der Gründerfamilie des Unternehmens.

Die drei anderen Positionen sind mit Prof. Stefan Feuerstein, Alfons Frenk und Gerd Kaiser extern besetzt.

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



releaselight

Mehr Freiraum für deine Kreativität: klassisches Design mit Wechselobjektiven, hochauflösender OLED-Sucher, 16 MP X-Trans CMOS Sensor und volle manuelle Kontrolle für höchste Ansprüche.

X-E1

FUJIFILM
releasecreativity

www.fujifilm.de



Deutsche Imaging + Phototechnik präsentiert sich 2013 zweimal in den USA

Spectaris mit neuen Messeaktivitäten

Gleich auf zwei Messen werden sich die deutschen Hersteller von Imaging + Fototechnik im Jahr 2013 unter dem Label „Made in Germany“ in den USA präsentieren. Auf Initiative des Industrieverbandes Spectaris werden Gemeinschaftsstände auf der PMA@CES in Las Vegas und der PhotoPlus Expo in New York präsentiert. Im Inland bringt Spectaris die Fotobranche auf die boot in Düsseldorf, um neue Zielgruppen anzusprechen.

Nach Europa und Asien ist Nordamerika der drittgrößte Markt für Exporte der deutschen Foto- und Imaging-Hersteller. Im Jahr 2011 wurden Waren im Wert von 215,24 Millionen Euro in diese Region exportiert, 38 Prozent mehr als im Vorjahr.

Den Anfang macht die PMA@CES, die als Teil der Großmesse CES (International Consumer Electronics Show) vom 8. bis 11. Januar 2013 in Las Vegas stattfindet. Nach der Premiere im Venetian in diesem Jahr wird die PMA@CES, und damit auch der Gemeinschaftsstand, 2013 in das LVH, das frühere Las Vegas Hilton, umziehen und damit direkt neben den CES-Haupthallen im Las Vegas Convention Center angesiedelt sein. „Von der Verlegung der PMA@CES und der deutschen Präsenz in das LVH erwarten wir einen besseren Besucherzulauf, insbesondere durch die räumliche Nähe zu den internationalen Firmen im Fotobereich“, sagt Thorsten Kortemeier, Vorsitzender der Spectaris-Fachgruppe Imaging + Phototechnik. Der deutsche Gemeinschaftsstand

auf der PMA und zuletzt auf der PMA@CES hat eine lange Tradition: Bereits seit sieben Jahren nutzen deutsche Firmen diese Möglichkeit, sich dem amerikanischen Publikum und Fachhandel zu präsentieren.

New York, New York

Erstmals ins Auslandsmesseprogramm aufgenommen wurde die Messe PDN PhotoPlus International Conference + Expo, die im Oktober 2013 in New York stattfindet. „Die PhotoPlus Expo ist vor allem aufgrund der Nähe zum Endkunden attraktiv für die deutschen Hersteller“, so Kortemeier. Beide Gemeinschaftsstände werden auf Initiative von Spectaris organisiert und vom Verband vor Ort betreut. Unterstützt werden die Messebeteiligungen vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie in Zusammenarbeit mit dem Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V. (AUMA).

Neuer Ausstellungsbereich auf der boot

Im Rahmen einer ideellen Partner-

schaft mit der Leitmesse boot Düsseldorf (19. bis 27. Januar 2013) öffnet der Spectaris der Fotobranche den Zugang zu neuen Zielgruppen im Wassersport. In dem vom Verband initiierten Ausstellungsbereich „Watersports photo and video center“ werden Endkunden und Fachbesucher neben wassersporttauglichen Action- und Outdoorkameras zahlreiche Produkte erleben können. Dazu gehören Kameras, Zubehör, Befestigungen, Schutzhüllen, Objektive, Gehäuse, Beleuchtung, Ferngläser und Bildbearbeitungssoftware.

Mit ihrem umfassenden Angebot zu allen Bereichen des Wassersports in 17 Hallen ist die boot Düsseldorf weltweit einmalig. 2012 präsentierten hier 1.666 Aussteller aus 60 Ländern ihre Produkte den 246.700 Besuchern. Im Jahr 2011 wurde die separate Darstellung der Unterwasser-Fotografie auf der boot erstmals in der „Underwater Pixel World“ in den Fokus gerückt. Durch die Partnerschaft mit Spectaris soll das Marktsegment weiter etabliert werden. Der Ausstellungsbereich ist in der neu gestalteten Halle 4 platziert und bietet eine direkte Anbindung zur Tauch- und Trendsporthalle. Aussteller haben die Möglichkeit zur Produktpräsentation auf der Messebühne. Auch Besucher-Workshops sind bei Bedarf möglich.



Europas
beliebtestes
Fotobuch

ab 7,95 €*



*Abgebildetes Produkt hat einen höheren Preis. Diesen entnehmen Sie bitte der Preisliste. Die Preise verstehen sich inkl. MwSt., zzgl. Bearbeitungspauschale und evtl. anfallender Versandkosten.

Mein
cewe fotobuch
Mein Leben

www.cewe.de

 **cewe**
BEST IN PRINT

Fujifilm auf der photokina: neue Kameras, neue

Mit zahlreichen Neuheiten will Fujifilm auf der photokina seinen Führungsanspruch in Foto und Imaging unterstreichen. Zu den zahlreichen Innovationen gehören eine besonders kompakte Systemkamera mit X-Bajonett, Software-Lösungen für die besonders einfache Gestaltung von Fotobüchern und die Nutzung von Bildern in sozialen Netzwerken sowie effiziente Systeme und Materialien, um hochwertige Bildprodukte im Fotohandel oder bei Bilddienstleistern zu produzieren. *imaging+foto-contact* hat mit Shigetaka Komori, Chairman und CEO der Fujifilm Corporation, über die Rolle des Unternehmens in der Imagingbranche gesprochen.



Shigetaka Komori, Chairman und CEO der Fujifilm Corporation: „Es gibt keine Grenzen für unsere Imaging-Innovationen.“

„Unbegrenzte

imaging+foto-contact: Herr Komori, Sie haben die Führung von Fujifilm vor mehr als neun Jahren in einer kritischen Situation übernommen, in der das alte Geschäftsmodell unter dem Einfluss der Digitaltechnik einbrach. In den folgenden Jahren haben Sie das Unternehmen erfolgreich neu aufgestellt. Wie ist Ihnen diese Transformation gelungen?

Shigetaka Komori: Mir war klar, dass sich für die Neustrukturierung von Fujifilm gute Voraussetzungen boten: Das Unternehmen hatte ausgezeichnete Technologien, war finanziell solide ausgestattet, verfügte über eine anerkannte Weltmarke und hervorragende Mitarbeiter mit vielfältigen Qualifikationen. Diese Stärken, die wir bislang auf das Fotogeschäft konzentriert hatten, konnten effektiv kombiniert werden, um die Herausforderungen zu bewältigen und neues Wachstum zu realisieren. Wichtig war dabei, dass ich nicht gezögert habe, in Forschung und Entwicklung, die Übernahme anderer Unternehmen und den Aufbau neuer Geschäftsbereiche zu investieren und dabei auch Risiken in Kauf zu nehmen. Dabei haben wir uns auf Segmente konzentriert, in denen Fujifilm seine Grundlagen-Technologien besonders gut nutzen konnte. Unser mittelfristiger Managementplan setzte für das Finanzjahr 2013 das Ziel, 2.500 Milliarden Yen (22,9 Milliarden Euro) Umsatz und 180 Milliarden Yen (1,65 Milliarden Euro) operativen Gewinn zu erzielen.

Leider mussten wir wegen des starken Yen und gestiegener Materialkosten

diese Zahlen nach unten korrigieren. Aber Fujifilm hat seine strukturelle Reform abgeschlossen, seine Stärke wiedergewonnen und verzeichnet bei Umsatz und Gewinn einen positiven Trend. Die 2004 begonnene Unternehmensreform hat uns in die richtige Richtung gebracht. Mit unseren Forschungskapazitäten und unserer Unternehmenskultur wollen wir nachhaltige Werte schaffen. Das bedeutet, auch in Zukunft schnell auf Veränderungen zu reagieren, zukünftigen Wandel vorherzusehen und auch selbst neue Entwicklungen zu initiieren.

imaging+foto-contact: In den letzten Jahren haben Sie neue Geschäftsfelder etabliert, zum Beispiel im medizinisch-pharmazeutischen und biotechnischen Bereich und zuletzt in der Kosmetik. Wie wichtig ist das Geschäftsfeld Imaging Solutions heute für Fujifilm?

Shigetaka Komori: Das Digital Imaging Geschäft bleibt eines unserer wichtigsten Geschäftsfelder. Wir haben im vergangenen Geschäftsjahr 120 Milliarden Yen (1,1 Milliarden Euro) mit digitalen Kameras und mehr als 150 Milliarden Yen (1,78 Milliarden Euro) mit Verbrauchsmaterialien und Geräten für Dienstleistungen umgesetzt. Wegen der Marktsättigung und der Verbreitung von Smartphones ist es schwierig geworden, die Entwicklung des Kameramarktes einzuschätzen. Kompaktkameras müssen sich in den nächsten Jahren von den immer besser werdenden mobilen Geräten differenzieren. Immer mehr Anwender

e Software, neue Geschäftsmodelle

Innovationen“



Die „Image Organizer“ Technologie von Fujifilm bewertet die Fotos, empfiehlt die besten Aufnahmen, gruppiert sie und macht automatisch einen Vorschlag für ein Fotobuch.

Zusammenhang den Einfluss neuer Technologien, sozialer Netzwerke und Netzwerkfähigkeit auf diese Kultur? Wie wollen Sie Fujifilm in diesem Umfeld positionieren? Gibt es dazu eine Botschaft auf der photokina?

Shigetaka Komori: Unser photokina Slogan heißt „Photography. Unlimited.“ (Fotografie. Unbegrenzt.) Fotografie ist unsere Wurzel, und wir werden weiterhin das Leben der Menschen mit unbegrenzten Innovationen bereichern.

Auf unserem photokina-Stand finden Sie deshalb auch Software-Lösungen und Anwendungen für mobile Geräte. Ein Beispiel dafür ist die „Image Organizer“ Software, die unsere eigene Technologie zur Bildanalyse



suchen authentische Qualität. Fujifilm hat hervorragende Kompetenz in Bildsensoren, Bildverarbeitung und hochwertigen Objektiven. Deshalb sind wir zuversichtlich, den Wettbewerb bestehen zu können. Nach der erfolgreichen Einführung der Premium-Kompaktkameras X100, X10 und X-S1 haben wir in diesem Jahr erfolgreich die Systemkamera Fujifilm X-Pro1 eingeführt. Sie unterscheidet sich grundlegend von anderen spiegellosen Systemkameras und hat mit ihrer ausgezeichneten Bildqualität auch in Europa großes Ansehen gewonnen. Unsere Expansion im Premium-Kame-

rasegment hat unsere Marke gestärkt und auch einen positiven Effekt auf unser Geschäft mit Kompaktkameras gezeigt. Deshalb werden wir weitere hervorragende Produkte auf den Markt bringen, deren Sensoren, Bildverarbeitungstechnologie und Objektive sich von anderen deutlich unterscheiden. Marktgerechte Werbeaktivitäten und Vertriebsstrategien werden auch dazu beitragen, Marktanteile zu gewinnen.

imaging+ foto-contact: Sie haben mehrfach betont, dass Fujifilm sich der Kultur der Fotografie verpflichtet fühlt. Wie sehen Sie in diesem

nutzt. Image Organizer bewertet die Bilder und gestaltet daraus automatisch ein Fotobuch. Das werden die Konsumenten zu schätzen wissen, die ihre Fotobücher schnell und einfach gestalten wollen.

In den letzten Jahren hat die Nutzung sozialer Netzwerke für die Kommunikation mit Bildern dramatisch zugenommen. Allerdings bleiben die meisten Fotos in den digitalen Alben der Cloud und werden niemals gedruckt. Deshalb wird Fujifilm neue Wege entwickeln, um Bilder in sozialen Netzwerken zu nutzen und in gedruckte Bildprodukte zu verwandeln, an

Interview

denen man viele Jahre Freude hat. Ich glaube, dass diese neuen Plattformen die Kultur der Fotografie erheblich bereichern können.

In China hat Fujifilm zum Beispiel für das soziale Netzwerk renren.com soeben eine neue Dienstleistung entwickelt, die hochgeladene Bilder automatisch in ein virtuelles Fotobuch umwandelt. Von diesem können die Nutzer sofort eine gedruckte Version

bestellen oder die Bilddaten kaufen, um sie mit ihren Freunden zu teilen. So ein virtuelles Fotobuch kann mit unserer neuen Image Organizer Software schnell und einfach erstellt werden und bietet auch unerfahrenen Konsumenten die Möglichkeit, Fotos in sozialen Netzwerken auf neue Weise zu nutzen.

imaging+foto-contact: In den letzten Jahren hat Fujifilm seine

Position als Kamera-Anbieter deutlich verbessert. Wie wollen Sie dieses Geschäft angesichts der Konkurrenz durch Smartphones weiterentwickeln?

Shigetaka Komori: Smartphones und andere mobile Geräte haben erheblich dazu beigetragen, dass die Menschen immer mehr fotografieren. Diese unzähligen Fotos kann man in zwei Kategorien unterteilen: zum einen die Schnappschüs-

Neue Systemkamera Fujifilm X-E1

Mit der neuen kompakten Systemkamera X-E1 will Fujifilm im Segment der spiegellosen Systemkameras neue Maßstäbe setzen. Die „kleine Schwester“ der erfolgreichen Fujifilm X-Pro1 zeichnet sich durch besonders kompakte Abmessungen und geringes Gewicht aus. In dem neuen Modell kommt derselbe 16 Megapixel APS-C X-Trans CMOS-Sensor wie bei der X-Pro1 zum Einsatz.

Mit den annähernd gleichen Abmessungen wie die Fujifilm X100 ist die X-E1 eine ausgesprochen kompakte Systemkamera. Die obere und untere Abdeckung des stabilen Gehäuses des „Made in Japan“-Modells sind aus einer Magnesiumlegierung gegossen. Der hochauflösende OLED-Sucher mit 2.360.000 Bildpunkten, 100 Prozent Bildabdeckung und einem Kontrastverhältnis von 1:5.000 stellt die gewählten Belichtungs-, Weißabgleich- und Filmsimulations-Einstellungen realistisch dar und zeigt Änderungen in Echtzeit an. Mit seinem optischen Aufbau aus zwei Glaslinsen und einer asphärischen Doppellinse fängt der OLED-Sucher das komplette Motiv mit einem natürlich wirkenden horizontalen Bildwinkel von 25 Grad ein. Das verzeichnungsfreie Sucherbild bietet auch dann noch ein ausgezeichnetes Sichtfeld, wenn das Auge des Fotografen seine Position verändert oder dieser eine Brille trägt.

Der 16,3 Megapixel APS-C X-Trans CMOS-Sensor der Fujifilm X-E1 gleicht dem der X-Pro1 und erzielt dank seiner speziellen Struktur nach Angaben von Fujifilm eine Auflösung, die sich auf dem Niveau eines Vollformatsensors bewegt. Die spezielle Farbfilter-Anordnung mit 6x6 RGB Pixel-Einheiten in unregelmäßiger Anordnung ähnelt der Körnigkeit eines Films; so wird ein Tiefpassfilter, der zwar unangenehme Moirés an feinen Strukturen und die Darstellung von falschen Farben reduziert, aber zugleich auch die Auflösung verringert, entbehrlich. Ein weiterer Vorteil des großen APS-C Sensors ist seine Fähigkeit, für ein schönes „Bokeh“ zu sorgen.

Die Fujifilm X-E1 bietet verschiedene Filmsimulationsmodi, um die charakteristischen Eigenschaften von analogen Filmen zu simulieren. Besonders für Studiofotografen geeignet sind die digitalen Imitationen der Farbnegativfilme „ProNeg. S“



(Standard) und „ProNeg. H“ (High-Contrast). Außerdem stehen die besonderen Charakteristika der Filme „Velvia“, „Provia“ und „Astia“ zur Verfügung. Authentische Filtereffekte bietet die X-E1 auch für die Schwarzweiß-Fotografie und im Sepia-Modus.

Auch Mehrfachbelichtungen können mit der neuen Kamera realisiert werden. Nach der Aufnahme des ersten Bildes ist es möglich, im Sucher das fertige Gesamtbild zu komponieren, bevor das zweite Foto gemacht wird.

Die X-E1 nimmt Full-HD-Videos (1.080p) mit 24 Bildern pro Sekunde auf. Dabei ist auch die Verwendung der Filmsimulationsmodi und der Einsatz der Blendenvorwahl möglich, um Videos mit einem unscharfen Hintergrund zu realisieren.

Mit der X-E1 bringt Fujifilm auch das neue, leichte Fujinon Zoomobjektiv XF18-55 mm (27-84 mm, äquivalent zu KB) F2.8-4 R LM OIS Objektiv auf den Markt. Es bietet eine große Blendenöffnung von F2.8, Bildstabilisierung und einen integrierten High-Speed Kontrast-Autofokus, der das Motiv mit minimaler Verzögerung in nur 0,1 Sekunden scharfstellt.

Die Fujifilm X-E1 wird in den Farbvarianten Silber und Schwarz ab November 2012 zum Preis von 899 Euro (UVP) erhältlich sein. Zum selben Zeitpunkt ist auch das Fujinon XF18-55 mm F2.8-4 R LM OIS Objektiv (UVP: 599 Euro) verfügbar.

se, die schnell mit anderen geteilt werden, und zum anderen die Fotos, die bei besonderen Gelegenheiten aufgenommen werden, zum Beispiel auf einer Hochzeit, einer Reise oder um das Aufwachsen eines Kindes festzuhalten. Diese Erinnerungen möchte man ein Leben lang behalten. Und für diese Gelegenheiten braucht man digitale Kameras mit großem Zoombereich, schneller Reaktion und hoher Bildqualität. Auf diesen Bedarf antworten wir mit den Premium-Kameras der X-Serie.

Deshalb freue ich mich, nach der X-Pro1, mit der wir in diesem Jahr sowohl den TIPA als auch EISA Award gewonnen haben, und den Kompaktkameras X100, X10 und X-S1, jetzt die zweite Premium-Systemkamera anzukündigen, die X-E1. Sie erzielt mit dem von uns entwickelten X-Trans CMOS-Sensor eine besonders hohe Auflösung, brillante Farbwiedergabe und rauschfreie Bilder auch bei hohen ISO-Werten. Das bedeutet Bildergebnisse wie bei einer Vollformat-Spiegelreflexkamera. Der hochauflösende, brillante 2,36 MP OLED-Sucher und die neuentwickelten Fokus-Algorithmen bedeuten einen wirklichen Fortschritt in Bezug auf Autofokus-Geschwindigkeit und Präzision. Mit unserem 18–55 mm Zoomobjektiv stellt die X-E1 die Motive in nur 0,1 Sekunden scharf. Auf der photokina können sich die Besucher von unserem attraktiven Sortiment von kompakten, lichtstarken und hochauflösenden XF-Objektiven überzeugen. Wir haben jetzt insgesamt zehn Modelle, davon sieben neu entwickelte Objektive, von denen zwei in diesem Herbst auf den Markt kommen, nämlich das 18–55 mm Zoom und ein 14-mm-Objektiv; die anderen fünf folgen im nächsten Frühjahr.

imaging+foto-contact: Die



Die Fujifilm Instax Sofortbild-Produkte werden besonders von der jungen Generation als „cool“ empfunden.

Nachfrage nach wertschöpfungsstarken Bildprodukten wie Fotobüchern, Kalendern, Grußkarten, Wanddekorationen etc. steigt kräftig, die Zahl der Standardbilder nimmt ab. Wie kann Fujifilm den Fotohandel dabei unterstützen, von den wachsenden Marktsegmenten zu profitieren?

Shigetaka Komori: Wir bieten dem Fotohandel profitable Geschäftsmodelle an, zum Beispiel mit einer Komplettlösung, die einen Printer, eine Buchbindeeinheit und Bestellsoftware für Fotobücher, Kalender, Grußkarten und Bilder auf Leinwand enthält. Unsere order-it lite Software und der Xerox Phaser 6270 Fotobuch-Printer machen den Bestellvorgang jetzt noch einfacher: Die Software enthält unsere Image Organizer Technologie, die automatisch einen Vorschlag für ein Fotobuch-Layout macht. Wir glauben, dass diese Lösung dem Fotohandel wirklich dabei hilft, in dieses dynamische Marktsegment einzusteigen. Natürlich können Fotohändler auch wertschöpfungsstarke Fotobücher und Bildprodukte von unseren Großlabors beziehen.

Für die Produktion von Standard-Bildern bieten wir dem Fotohandel ver-

schiedene Lösungen mit unterschiedlichen Kapazitäten an: unsere schnellen Frontier Minilabs mit echtem Fotopapier, die Inkjet-Minilabs und kompakte Kiosk-Lösungen.

imaging+foto-contact: Die meisten gedruckten Bildprodukte werden inzwischen mit Digitaldruck-Maschinen hergestellt. Gibt es da Synergien zwischen Fujifilm und Xerox?

Shigetaka Komori: Ja, es gibt zahlreiche Synergien, und deshalb ist Xerox an unserem photokina-Stand als Mitaussteller vertreten. Dort wird der Xerox Phaser 6270 Fotobuch-Printer gezeigt, der es besonders einfach macht, Fotobücher, Kalender und Grußkarten im Geschäft zu produzieren. Bilddienstleister, die eine große Kapazität benötigen, finden mit dem Xerox Colour 1000 Digitaldruck-System eine attraktive Lösung.

imaging+foto-contact: Wegen der gestiegenen Kosten für Rohmaterialien musste Fujifilm, wie andere Anbieter auch, die Preise erhöhen. Deshalb schauen sich Bilddienstleister nach Alternativen um und haben teilweise damit begonnen, auch Standard-Bilder mit Digitaldruck-Maschinen herzustellen. Wie sehen Sie unter diesen Umständen die Zukunft des Fotopapiers? →

Interview

Shigetaka Komori: Echtes Fotopapier hat gegenüber anderen Druckverfahren immer noch zahlreiche Vorteile: Es bietet ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis, eine immer bessere Qualität und einen über viele Jahre bewährten, verlässlichen Workflow. Die Bildqualität ist besser als bei jedem anderen Verfahren, besonders, wenn unsere Produkte eingesetzt werden. Fotopapier gehört zu unserem Kernsortiment, und deshalb werden wir es weiterhin produzieren und verbessern. Auf der photokina stellen wir zum Beispiel ein besonders hochwertiges Albumpapier vor, das speziell für die Herstellung von Premium-Fotobüchern entwickelt wurde. Für Freunde der echten Fototechnologie nehmen wir auch unsere Frontier Minilabs 5500R und 5700R wieder ins Programm. Wir haben das Fotobuch auf echtem Fotopapier strategisch als hochwertiges, professionelles Produkt positioniert, das die Qualität „normaler“ Produkte aus Digitaldruck-Maschinen deutlich übertrifft.

imaging+foto-contact: Fujifilm war immer ein guter Partner für Profifotografen. Wie sprechen Sie diese Zielgruppe heute an?

Shigetaka Komori: Indem wir weiterhin exzellente Produkte und Dienstleistungen anbieten, zu denen auch die Digitalkameras der X-Serie und unsere XF-Objektive gehören. Für Bildprodukte in professioneller Qualität haben wir in Deutschland die Bestellsoftware Photo Service Pro eingeführt, die in diesem Jahr den TIPA Award gewonnen hat. Diese Fujifilm Software ermöglicht es den Profifotografen, Farbe und Gradation in einem viel größeren Farbraum als bei anderen Internet-Dienstleistern festzulegen und hochwertige Bildprodukte zu bestellen, die genau ihren Vorstellungen

Die „Photo Service Pro“-Software macht es den Anwendern möglich, eigene Farbräume zu definieren und über das Internet Bildprodukte zu bestellen, die genau ihren Vorstellungen entsprechen.



gen entsprechen. Photo Service Pro bietet einen konsistenten Workflow von der Bildbearbeitung bis zur Bestellung und Produktion.

imaging+foto-contact: Abschließend noch eine Frage zu einem speziellen Produkt: Sie bieten nach wie vor Sofortbild-Kameras und Filme unter der Marke Instax an. Haben diese im Zeitalter der Digitaltechnik und der Smartphones noch eine Chance?

Shigetaka Komori: Ja. Unsere Instax Produkte sind erstaunlich erfolgreich, gerade die jüngere Generation findet sie „cool“. Instax Kameras sind analoge Produkte, die leicht zu bedienen sind und einfach Spaß machen. Sie können damit unbeschwert fotografieren und die Bilder sofort anderen zeigen. Gerade heute begeistern sich Menschen für diese Technik, weil diese Bilder weder

kopiert noch bearbeitet werden können. Manche sehen in der Sofortbild-Fotografie sogar eine besondere Art von Kunst.

In diesem Sinn ist die Sofortbild-Fotografie eine interessante Nische, und wir werden unsere Instax Produkte weiterentwickeln, weil die Menschen daran Spaß haben.

Wir freuen uns darauf, viele Fotohändler, Bilddienstleister und Profifotografen auf unserem photokina-Stand zu begrüßen. Sie können dort die ganze Bandbreite von Produkten und Dienstleistungen erleben, die Fujifilm für Foto und Imaging anbietet. Fotografie. Unlimited. Es gibt keine Grenzen für unsere Imaging-Innovationen.

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

Photography.
Unlimited.

Fujifilm XF1 mit Stil und Eleganz

Die neue Premium-Kompaktkamera Fujifilm XF1 zeichnet sich durch elegantes Design, trendige Farbauswahl und edle Materialien aus. Im schlanken Gehäuse aus hochwertigem Aluminium mit lederartigen Applikationen stecken ein großer EXR CMOS-Sensor mit 12 Megapixeln und ein lichtstarkes Fujinon Objektiv mit 4-fach manuellem Zoom und optischem Bildstabilisator.

Der 2/3 Zoll große EXR CMOS-Sensor sorgt mit der von Fujifilm entwickelten EXR-Technologie für hervorragende Bildergebnisse auch bei schlechten Lichtbedingungen. Der Fotograf kann aus den EXR Modi „Hohe Auflösung“ für maximale Detailwiedergabe und „Erweiterter Dynamikumfang“, bei dem die Kamera je eine Aufnahme mit kurzer und langer Belichtungszeit kombiniert, sowie „Hohe Lichtempfindlichkeit und geringes Bildrauschen“, bei der zwei benachbarte Pixel derselben Farbe zusammengefasst werden, auswählen. Im EXR AUTO Modus wählt die XF1 automatisch die richtige Einstellung.

Die Kombination aus 2/3 Zoll EXR CMOS-Sensor und EXR Prozessor sorgt für schnelle Bildfolgen und Full-HD-Video. Die XF1 ist in 0,55 Sekunden einsatzbereit, der High-Speed-Autofokus mit Kontrasterkennung stellt das Motiv in nur 0,16 Sekunden scharf; das Intervall von einer Bildaufnahme zur nächsten beträgt lediglich 0,8 Sekunden.

Sechs spezielle kreative Filtereffekte ermöglichen die Aufnahme besonders ausdrucksstarker Bilder. Die Filtereffekte („Pop Farbe“, „Lochkamera“, „Miniatur“, „High Key“, „Partielle Farbe“ und „Dynamische Farbtiefe“) werden bereits vor der Aufnahme auf dem Display angezeigt, damit der Fotograf genau die gewünschten Ergebnisse erzielt.

Lichtstarkes Zoomobjektiv

Das Fujinon Objektiv XF1 hat einen Brennweitenbereich von 25–100 mm (KB) und Lichtstärke F1.8–4.9 und besteht aus sieben Elementen in sechs Gruppen (inklusive 4 asphärischen Linsen); erstmals wird in der Kompaktklasse die von Fujifilm für professionelle Fujinon Objektive für



Die Fujifilm XF1 ist ab November 2012 in den Farben Schwarz, Rot und Braun zum Preis von 449 Euro (UVP) lieferbar.

Fernsehkameras entwickelte breitbandige HT EBC-Ver- gütung (High Transmission Electron Beam Coating) mit hoher Lichtdurchlässigkeit eingesetzt. Sie minimiert das bei hochbrechenden Linsen auftretende Streulicht effektiv und sorgt so für scharfe, klare Bilder auch unter schwierigsten Bedingungen. Ein neuer optischer Bildstabilisator, bei dem eine Linsengruppe mit vier Elementen beweglich gelagert ist und verschoben werden kann, gleicht Verwacklungen aus, ohne die Auflösung in den Bildrändern zu beeinträchtigen. Mit der XF1 sind Makroaufnahmen bis zu einem Abstand von nur 3 cm möglich. Obwohl die Wahl des Bildausschnitts mit einem Zoomring manuell erfolgt, ist das Objektiv komplett im Gehäuse versenkbar. Um die XF1 für jede Situation optimal zu konfigurieren, bietet sie drei verschiedene Bereitschaftsarten: „Transport-Modus“ (Objektiv komplett im Gehäuse), „Standby-Modus“ (Objektiv herausgefahren, aber geschlossen) und „Aufnahme-Modus“. Letzterer wird im Standby-Modus durch kurzes Drehen des Zoomrings aktiviert.

Pentax X-5 mit 26-fach-Zoomobjektiv

Super-Weitwinkel

Pentax setzt mit einem neuen Superzoom-Modell auf Leistung im Weitwinkelbereich: Die neue Bridge Kamera Pentax X-5 mit 16 MP und F3,1–5,9 26-fach-Zoomobjektiv bietet einen Brennweitenbereich von 22,3–580 mm (KB-äquivalent) und ist dem schlichten Design der K-5 nachempfunden.

Das Objektiv lässt auch die Aufnahme von Makrofotos mit einer kürzesten Distanz von 1 cm zu. Zwei Bildstabilisator-Systeme sollen in der Pentax X-5 für einen besonders effektiven Verwackelschutz sorgen: Der SR-Mechanismus (Shake Reduction) gleicht leichte Verwackler durch blitzschnelle, feinste Gegenbewegungen des Sensors aus; bei schlechten Lichtverhältnissen unterstützt zusätzlich die Pixel-Track-Technik die Bildstabilisierung.

Der „Back-illuminated“ CMOS-Sensor mit 16 MP sorgt durch seine spezielle Einbaulage für eine hohe Lichtausbeute; im Zusammenspiel mit dem leistungsstarken Bildprozessor produziert er rauscharme Bilder bei einer maximalen Lichtempfindlichkeit von 6.400 ISO und ermöglicht selbst



Ein besonderes Merkmal der Pentax X-5 ist die Weitwinkel-Brennweite von 22,3 mm.

bei schlechten Lichtverhältnissen noch scharfe, rauschfreie Bilder. Aufnahmeserien sind im Burst Mode (Auflösung 5 MP) mit einer Geschwindigkeit von bis zu 10 B/s möglich.

Der lichtstarke Monitor mit einer Bild-diagonale von 7,6 cm (3 Zoll) und 460.000 Bildpunkten lässt sich für Über-Kopf-Aufnahmen ausklappen und nach oben (90°) oder unten (60°) schwenken. Zusätzlich ist die Kamera mit einem elektronischen Sucher (230.000 Bildpunkte) mit stufenlos justierbarer Dioprien-Einstellung ausgestattet.

Die Pentax X-5 nimmt Videos in Full-HD-Qualität mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten bei 30 Bildern pro Sekunde auf. Dabei stehen auch ein High-Speed Movie- (Zeitlupe) und ein Time-lapse Movie-Modus (Zeitraffer) zur Verfügung (VGA-Auflösung).

Die Bedienung ist einfach: Das Quickmode-Wahlrad ermöglicht mit

einem Dreh den direkten Zugriff auf den gewünschten Aufnahmemodus – ohne Umweg über das Bedienmenü. Zehn verschiedene Aufnahmemodi stehen zur Auswahl, darunter Auto Bild, wo alle Bildeinstellungen vollautomatisch geregelt werden, sowie die Einstellungen Szene, Programm, Manuell, Landschaft und Handheld Night Snap für gelungene Nachtaufnahmen.

Mit Hilfe von zwölf digitalen Filtern einschließlich Miniatur- und Toy-Kamera können die Aufnahmen kreativ bearbeitet werden. Die X-5 bietet zahlreiche Bild-Processing-Tools, einschließlich Stretch-Filter, Small-Face-Filter (lässt das Gesicht im Vergleich zum Körper etwas kleiner wirken, etwa bei Weitwinkel-Porträts) und Collage-Funktion.

Die Pentax X-5 ist ab September 2012 zum UVP von 279 Euro in Silber und Schwarz erhältlich.

Connect. Create. Inspire.

**€1.000
Geld-zurück**
beim Kauf eines Kodak
D4000 Starterpakets.



Kodak

Fotobücher sofort zum Mitnehmen – jetzt in Ihrem Geschäft!

KODAK Kiosk Systeme

Kaufen Sie einen Kodak D4000 Duplex Photoprinter, sowie 5 Sets Kodak XTRALIFE Fotobuch Papier und Farbband und erhalten Sie € 1.000 – Cashback über Ihren Distributor. Die Aktion gilt in Deutschland und Österreich vom 01.09. - 31.10.2012 bei allen teilnehmenden Distributoren.



Weitere Informationen erhalten Sie auch direkt von Kodak unter Tel. 0711/406-0 oder de-ccc@kodak.com

Sony kündigt neue Systemkamera SLT-A99 an

Vollformat

von Sony

Zwei Jahre nach der Einführung der ersten Systemkameras mit teildurchlässigem Spiegel bringt Sony zur photokina das Vollformat in diese Kategorie. Die SLT-A99 ist die weltweit erste Vollformat-Kamera von Sony mit teildurchlässigem Spiegel und verfügt über einen völlig neuen Autofokus. Erstmals arbeitet Sony mit zwei Autofokus-Sensoren (Phasendetektion) und bringt damit die automatische Scharfeinstellung auf ein neues Niveau.

Dabei nutzt Sony die durch den teildurchlässigen Spiegel eröffnete Möglichkeit, dass Licht jederzeit direkt auf die Autofokus-Sensoren fallen kann. Direkt über dem Spiegel befindet sich ein Autofokus-Sensor mit 19 Punkten (davon 11 Kreuzsensoren); der zweite AF-Sensor mit 102 Messpunkten ist auf der Sensorebene positioniert. Während der erste Sensor auch Motive, die sich schnell bewegen, präzise erfasst, schaltet sich der zweite hinzu, wenn eine breitere und tiefere

Abdeckung des Bildfeldes notwendig ist. Dieser AF-D Modus wird ab Marktstart der Kamera von einigen Objektiven unterstützt. Firmware-Updates für weitere Objektive folgen.

Fokussiert auf das Wesentliche

Das neue Autofokus-System der SLT-A99 von Sony bietet dem Nutzer neben der schnellen und präzisen Scharfstellung ganz neue Möglichkeiten: Im AF Range Control Modus ist es möglich, die Scharfeinstellung auf einen bestimmten Bereich zwischen Vorder- und Hintergrund zu konzentrieren. So kann der Fotograf zum Beispiel den Schlagzeuger einer Band im Fokus halten, selbst wenn die

Der Verschluss ist auf 200.000 Auslösungen ausgelegt.



Die neue SLT-A99 ist die erste Vollformat-Systemkamera von Sony mit dualem Autofokus.

Trommelstöcke vor dem Gesicht wirbeln oder ein Gitarrist durch den Vordergrund läuft. Selbst durch Maschendrahtzäune sieht die SLT-A99 auf Wunsch hindurch und hält die Schärfe auf dem dahinter befindlichen Motiv.

Scharfer, klarer OLED-Sucher

Damit der Fotograf das Bild genauso präzise beurteilen kann, wie der Autofokus scharf stellt, ist die SLT-A99 mit einem neuen XGA OLED Tru-Finder mit 100 Prozent Bildabdeckung ausgestattet. Er bietet eine extrem hohe Auflösung plus Lupenfunktion. So kann das Motiv auch über den gesamten Bereich betrachtet werden. Erkennt die Kamera APS-C Objektive



auf dem Bajonett, vergrößert der digitale Sucher den Bildausschnitt automatisch formatfüllend. Zusätzlich ist die SLT-A99 mit einem dreh- und schwenkbaren LCD-Monitor mit 1,229 Millionen Punkten ausgestattet.

Für höchste Ansprüche

Die neue A99 von Sony bietet alle Ausstattungsmerkmale, die man von einer anspruchsvollen Vollformat-Systemkamera erwartet, die auch professionellen Ansprüchen genügt. Die Lichtempfindlichkeit des 24,3 Megapixel Exmor CMOS Sensors wurde um 50 Prozent gesteigert. Zusammen mit dem ebenfalls weiter entwickelten BIONZ Bildprozessor leistet die Kamera zuverlässige 14 Bit Datenverarbeitung und selektive Rauschunterdrückung. Serienbilder nimmt die SLT-A99 mit einer Geschwindigkeit von bis zu 6 Fotos in der Sekunde mit voller Auflösung auf. Beim Videofilmen in Full HD mit 60 Bildern pro Sekunde stehen auch die speziellen Autofokus-Funktionen zur Verfügung. Das robuste Gehäuse aus Magnesiumlegierung nimmt auch harte Einsatzbedingungen nicht übel. „Mit der SLT-A99 präsentiert Sony zur photokina eine lange erwartete, moderne Vollformat-Kamera für Amateure mit professionellen Ansprüchen und Profi-Fotografen gleichermaßen,“ erklärt Stefan Holländer, Marketing Direktor bei Sony Deutschland. „Mit diesem neuen SLT Modell bedienen wir exakt diejenigen, die für den Fotofachhandel wichtige Kunden sind: qualitätsbewusste Nutzer, die ihre Fotoausrüstung stetig um neue, hochwertige Produkte erweitern. Die SLT-A99 werden wir mit unseren Fachhandelspartnern noch in diesem Jahr in Deutschland einführen. Wir freuen uns sehr, die langjährige Zusammenarbeit mit dieser großartigen Kamera weiter zu vertiefen.“

Die neue NEX-6 von Sony

Nur wenige Wochen nach Ankündigung der neuen NEX-5R erweitert Sony seine Palette kompakter Systemkameras um die NEX-6. Auch dieses Modell bietet WiFi-Funktionalität und kann mit Hilfe von „Play Memories Apps“ von Sony den individuellen Vorlieben des Besitzers angepasst werden. Ein besonderes Highlight ist der hochauflösende brillante OLED-Sucher. Wer auf den hellen Sucher verzichten möchte, kann die Bildkontrolle jederzeit über den drei Zoll (7,5 Zentimeter) großen schwenkbaren LCD-Monitor vornehmen. Ein eingebauter Blitz sorgt bei Bedarf für Licht, der 16,1 MP Exmor APS HD CMOS Sensor bietet eine maximale Empfindlichkeit von 25.600 ISO.

Die neue NEX-6 von Sony ist wie die NEX-5R netzwerkfähig, bietet aber einen eingebauten Blitz und einen hochauflösenden OLED-Sucher.



Wie die NEX-5R arbeitet auch die neue NEX-6 mit zwei Autofokus-Systemen. Der Phasenauffokus misst den Abstand zum Motiv; der Kontrast-Auffokus erledigt dann an der richtigen Stelle die präzise Feinabstimmung. Im Speed Priority Continuous Mode schaltet die NEX-6 automatisch auf ein nachführendes Phasendetektionssystem um. Die Serienbildfunktion mit zehn Bildern pro Sekunde lässt den Fotografen kein Motiv verpassen.

Full-HD Videos nimmt die NEX-6 mit einer neuen Verschluss-Automatik auf. Sie verlängert bei schlechten Lichtverhältnissen und Aufnahmen in Innenräumen automatisch die Belichtungszeit, so dass auch unter diesen Bedingungen helle und brillante Aufnahmen gelingen.

Wie die NEX-5R kann auch die WiFi-fähige NEX-6 durch „PlayMemories Apps“ individualisiert werden. Dazu stehen Anwendungen wie „Photo Retouch“ zur Bildbearbeitung, „Direct Upload“ für das schnelle Teilen der Fotos über das Internet und „Picture Effect Plus“ für besondere Filtereffekte zur Verfügung. Mit „Bracketing & Pro“ nimmt die Kamera automatisch drei Bilder mit unterschiedlicher Belichtung auf, und mit „Multi Frame NR“ wird störendes Bildrauschen bei schlechten Lichtverhältnissen wirksam unterdrückt.

Sie finden Sony auf der photokina in Halle 5.2

www.sony.de

Die IFA und die smarte Zukunft



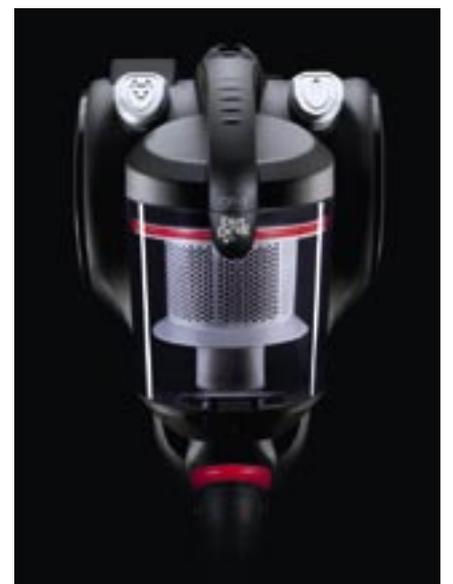
Rekorde in Berlin

1.439 Aussteller, 142.200 Quadratmeter belegte Ausstellungsfläche, ein Order-Volumen von mehr als 3,8 Millionen Euro (+3 Prozent) und 240.000 Besucher (+1 Prozent) – die Organisatoren der IFA 2012, die vom 31. August bis 5. September in Berlin stattfand, konnten wirklich zufrieden sein. Die weltweit bedeutendste Messe für Consumer Electronics und Elektro-Haushaltsgeräte hat ihren Führungsanspruch eindrucksvoll unterstrichen und sich als hervorragender Gastgeber für die digitale Welt präsentiert. Nur die Fotobranche blieb weitgehend zu Hause.

„Die IFA hat ihre herausragende globale Spitzenposition 2012 weiter ausgebaut“, resümierte Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender des IFA Veranstalters gfu (Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik). Auch Dr. Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin, zeigte sich mehr als zufrieden: „Das rege Order-Geschäft und unzählige Produktpremieren bestätigten uns erneut, der weltweit bedeutendste Event für die Branchen zu sein. Berlin ist die globale Haupt-

stadt der digitalen, vernetzten Welt.“ Positiv entwickelte sich auch die Zahl der Fachbesucher, die um 7 Prozent auf 142.300 stieg; davon kamen 42.800 (+11 Prozent) aus dem Ausland. Auf dem bis auf den letzten Quadratmeter ausverkauften Berliner Messegelände herrschte durchweg gute Stimmung – das war angesichts der Begleitumstände nicht selbstverständlich: Denn die Consumer Electronics Branche hat mit zurückgehenden Umsätzen und hartem Preiswettbewerb zu kämpfen. Das betrifft

vor allem das TV-Geschäft, wo weltweite Überkapazitäten zu einem heftigen Verdrängungswettbewerb geführt haben, der es Herstellern wie Händlern gleichermaßen schwer macht. Die IFA zeigte in beeindruckender Weise, dass die Branche auf



Sogar Staubsauger können zu Lifestyle-Produkten werden. Hier das Modell CP1 aus der Black Label Serie von Dirt Devil.

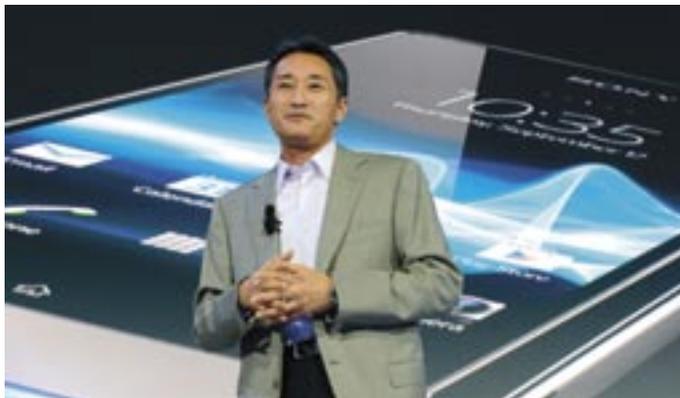
diese Herausforderung mit neuen Konzepten reagiert.

Dabei waren gleich mehrere Lösungsansätze zu entdecken, die teilweise weit über das TV-Geschäft hinaus gehen: So verspricht sich die Branche von der zunehmenden Integration von Haushaltsgeräten in die smarten Netzwerkumgebungen zusätzliche Wertschöpfung. Zudem wurde auf der IFA der Trend deutlich, Elektrokleingeräte aus der Commodity Ecke herauszuholen und zu renditestarken Lifestyle-Produkten zu machen. Was die Kaffee-Industrie mit Automaten, die bis zu 2.000 Euro kosten könnten,



Hohe Schärfe, brillante Farben: OLED-Fernseher von Samsung

Der neue Sony-Chef Kazuo Hirai stellte die neue Unternehmensstrategie in Berlin persönlich vor. Zu den wichtigen Kernsegmenten gehört auch das Kamera-Geschäft.



vorexerziert hat, soll in Zukunft auch für Küchengeräte, Staubsauger und sogar Artikel zur Zahn-, Haar- und Körperpflege gelten: Mehr Umsatz durch modisches Design, pfiffige Features und ein gutes Lifestyle-Gefühl, das selbst ungeliebte Tätigkeiten wie das Bügeln einschließt. Erfreulich dar-

an ist, dass diese Konzepte tatsächlich zu funktionieren scheinen und der Handel sie mit Freude aufgreift.

Mut zur Größe

Auch im TV-Geschäft sollen Innovationen den Weg aus der Preisklemme weisen. Neben dem allgegenwärtigen

Thema Smart-TV wurden in Berlin auch neue Bildschirm-Technologien präsentiert. LG und Samsung bringen in den nächsten Monaten ihre OLED-TVs auf den Markt, die mit rasiertmesserscharfen Bildern und leuchtenden Farben neue Maßstäbe in der Fernseh-Bildqualität setzen könnten. 8.000 Euro wird man wohl für ein 55"-Gerät der ersten Generation auf den Tisch legen müssen.

Ein weiterer Trend zur Wertschöpfung im TV-Geschäft heißt: große Bildschirme. Das Marktsegment 60" und größer wächst rasant, und viele Hersteller zeigten hier Flagge, zum Teil mit wirklich gigantischen Geräten. So stellte Sharp, einer der führenden Anbieter in der Groß-TV-Klasse, ein Full-HD LED-TV mit 90" (2,29 m) Bild-diagonale vor. Mit einer Höhe von mehr als 1,20 m und einer Breite von über 2 m kann man hier tatsächlich von Heimkino sprechen. 80"- oder 75"-Geräte wurden von mehreren Herstellern gezeigt, und zwar nicht nur in Full-HD. Der Trend geht zu noch höheren Auflösungen, was angesichts der gigantischen Bildschirmformate auch vernünftig ist. Die vierfache Full-HD-Auslösung von 3.380 x 2.160 Pixeln heißt bei LG und Sharp Ultra



Imposant: Hochauflösende Großbild-TVs von Sony und LG

Internationale Messen



Viera-TVs und Hausgeräte standen bei Panasonic im Mittelpunkt; aber auch Lumix Digitalkameras wurden gezeigt.

HD, bei Toshiba Quad HD. Auch Sony, Panasonic und Samsung setzen auf die höher aufgelösten Fernsehbilder, die den Vorteil haben, dass sich der Mindestabstand zu den großen Bildschirmen drastisch verringert. Tatsächlich zeigten die Produktdemonstrationen auf der IFA, dass man im Abstand von 1,5 bis 2 m entspannt vor einem 80" großen hochauflösenden Bildschirm sitzen und dabei ein beeindruckendes Fernseherlebnis genießen kann, bei dem der Zuschauer praktisch mitten ins Geschehen hineingenommen wird. Dass diese hochauflösenden Fernseher auch für die Wiedergabe von erstklassigen, hochauflösenden Digitalfotos bestens geeignet sind, sollte auch nicht vergessen werden. Außer Fotos gibt es zur Zeit tatsächlich recht wenige Inhalte, die in dieser hohen Auflösung produziert werden. Das dürfte sich aber in absehbarer Zeit – ähnlich wie früher bei Full-HD – ändern: Denn Hersteller wie Panasonic, Sony und Canon haben bereits professionelle Videokameras mit 4k-Auflösung auf den Markt gebracht.

Über 3D-Fernsehen wurde in Berlin relativ wenig gesprochen – dieses Feature ist inzwischen selbstverständlicher Bestandteil hochwertiger Fernsehgeräte, und 3D ohne Brille wurde ja bereits vor einem Jahr von Toshiba demonstriert und ist inzwischen auf dem Markt. Panasonic

stellte in diesem Bereich eine schon großformatig beeindruckende Produktstudie vor: Der weltweit größte 3D-Plasma-Bildschirm hat eine Bildschirmdiagonale von 103" (262 cm) und soll in der Lage sein, exakte dreidimensionale Darstellungen in Full-HD-Qualität ohne Krümmungen zu liefern, die ohne 3D-Brille erlebt werden können. Als Anwendung hat Panasonic auch den Einsatz in Kunstgalerien und Museen und die digitale Außenwerbung im Visier. Noch in diesem Jahr will das Unternehmen zudem gemeinsam mit dem japanischen Staatsfernsehen (NHK) ein 145" (368 cm) großes Plasma-Display mit Ultra-HD-Auflösung entwickeln.

Wenn Foto, dann smart

Die Zahl der Kamera-Neuheiten hielt sich auf der IFA in engen Grenzen, denn die spezialisierten Hersteller wie Canon, Nikon, Olympus oder Pentax konzentrieren sich in diesem Jahr auf die photokina und stellten

auf der IFA nicht aus. So war Foto vor allem bei den Vollsportmentern ein Thema, und die setzten bei ihren Neuheiten auf Vernetzung: Sony mit der NEX-5R (siehe *imaging+foto-contact* 9/2012, S. 32) und Samsung mit der revolutionären Galaxy Camera, die wir in diesem Heft ausführlich vorstellen. Ein Fototrend auf der IFA waren die ActionCams; in diesem Segment wurden unter anderem von JVC, Rollei und Sony Neuheiten präsentiert.

Resümé: Wer sich allein für Foto interessierte, konnte auf der IFA nur wenig Neues finden. Wer aber vernetzte Welten und die Zukunft der Unterhaltungselektronik erleben wollte, war in Berlin am richtigen Platz. Man muss den Organisatoren bescheinigen, dass sie mit der Integration der Weißen Ware und nunmehr auch der Haushaltskleingeräte ein gutes Händchen bewiesen haben. Denn damit hat die IFA die Perspektive, sich in den nächsten Jahren vom führenden Messeplatz der Consumer Electronics zu einer Plattform zu entwickeln, auf der das smarte Haus, vielleicht sogar die smarte Stadt in allen Facetten gezeigt wird. Die großen Hersteller – in Berlin machten das vor allem Panasonic und Samsung deutlich – denken bei ihren Netzwerk-Konzepten jedenfalls weit über die klassische Unterhaltungselektronik hinaus.



Ein kleiner Fototrend auf der IFA: ActionCams, hier von Rollei (links)...

...und JVC

DS-ID400

EINFACHE BEDIENUNG, ZUVERLÄSSIGKEIT, KOMFORT

Mehr Services, **mehr Einnahmen**
mit dem neuen Passbildsystem von DNP



Steigern Sie Ihren Umsatz mit einem Mehrwert-Paket!

Verkaufen Sie mit einer einfachen Funktion eine Bilderserie aus Passbild und Porträtfoto. Darüber hinaus ermöglicht Ihnen die DS-ID400, das Bild auf einem USB-Laufwerk zusammen mit den Fotos anzubieten. Durch den Verkauf eines Mehrwertpakets multiplizieren Sie Ihre Gewinne!

- ✓ **Kamera- und Drucker-System**
- ✓ **Automatische Gesichtsausrichtung**
- ✓ **Kabelloses Direktübertragen der Bilder**

In drei einfachen Schritten von der Aufnahme bis zum Druck - in weniger als zwei Minuten!



FOTOGRAFIEREN



KONTROLLIEREN



DRUCKEN



Die neue Lumix GH3 für professionelle Fotos und Videos

Vernetzte Oberklasse

Mit der Lumix GH3 stellt Panasonic auf der photokina ein neues Spitzenmodell im DSLM-Segment vor. Mit neuen Technologien soll die Kamera nicht nur Fotos in Profi-Qualität schießen, sondern auch die Spitzenposition der Vorgängerin GH2 im Bereich der Videoaufnahmen mit Systemkameras verteidigen.

Um das zu erreichen, hat Panasonic die Lumix GH3 nicht nur mit dem kürzlich bei der Lumix G5 eingeführten 16 Megapixel Live MOS-Sensor ausgestattet, sondern auch den neuen Bildprozessor Venus Engine VII FHD eingebaut und wichtige Leistungsmerkmale für ambitioniertes Videofilmen verbessert. So werden die Bilddaten mit der konstanten Bit-Rate von 50 Mbps (ALL-I 72 Mbps) übertragen. Die Kamera nimmt Full-HD-Videos nicht nur in den progressive Modi 50p und 24p auf, sondern auch im Broadcast-Standard 25p. Filme können in den Dateiformaten AVCHD Progressive, mp4 und (neu) mov abgespeichert und jetzt auch mit Time Codes versehen werden. Eine HDMI-Schnittstelle mit einer Datenrate von mindestens 10 Bit sorgt für reibungslose Übertragung zu Monitoren oder Fernsehbildschirmen. Mit Hilfe der WiFi-Funktion kann die Kamera auch von PCs, Notebooks, Smartphones oder Tablet Computern

aus gesteuert werden. Die Zeitlupenfunktion wurde um die Verzögerungsraten 40 und 50 Prozent erweitert; praktisch sind die beiden 3,5 mm-Anschlüsse für externe Mikrofone und Kopfhörer.

der Electronic-Shutter-Funktion. Der mit Kontrastmessung arbeitende Autofokus ist nach Aussage von Panasonic der schnellste der Welt; Serienbilder nimmt die Lumix GH3 mit einer Geschwindigkeit von sechs



Die neue Lumix GH3 wurde nicht nur für erstklassige Fotos, sondern auch für professionelle Videoaufnahmen konzipiert. Der neue Batteriegriff bietet eine verbesserte Ergonomie, ist staub- und spritzwassergeschützt und ermöglicht die Aufnahme von mehr als 1.000 Fotos mit einer Ladung.

Die Fotofunktionen der Lumix GH3 wurden gegenüber der GH2 um die Features der kürzlich vorgestellten Lumix G5 erweitert. Eine Blitzsynchronisation von $x=1/160$ s ermöglicht die drahtlose Steuerung externer Blitze. Neben verschiedenen Automatik-Programmen und Kreativ-Modi ermöglicht die Lumix GH3 Intervall-Aufnahmen, Mehrfachbelichtungen und praktisch geräuschloses Fotografieren mit Hilfe

Aufnahmen pro Sekunde bei voller Auflösung auf.

Fünf individuell belegbare Fn-Knöpfe und drei Modus-Räder für Belichtung, Weißabgleich und ISO machen die Bedienung komfortabel und schnell.

Zweimal OLED

Für Sucher und Display kommt bei der Lumix GH3 die OLED-Technologie zum Einsatz, die sich durch



Spezielle Dichtungen schützen die Lumix GH3 vor dem Eindringen von Staub und Spritzwasser.

besonders scharfe Bildwiedergabe, leuchtende Farben und hohen Kontrastumfang auszeichnet. Der dreh- und schwenkbare, 3" (7,5 cm) große berührungsempfindliche Monitor hat 610.000 Bildpunkte und macht es möglich, mit einem Fingertip die Schärfe an jeden beliebigen Punkt des Bildes zu legen. Das ermöglicht besonders beim Videofilmen interessante Effekte. Der OLED-Sucher im Format 16:9 mit einem Vergrößerungsfaktor von 1,42x hat 1.740 Millionen Bildpunkte, die spezielle Anordnung der Pixel sorgt für ein besonders klares Sucherbild. Die dramatisch verbesserte Leistung zeigt sich im Vergleich mit der GH2 und der neuen G5: Die Reaktionszeit des Sucherdisplays wurde von 16,7 Millisekunden auf 2,1 Millisekunden verkürzt. Das OLED-Display ermöglicht eine Steigerung des Kontrastumfangs von 150:1 auf 10.000:1.

Gut vernetzt

Mit ihrer WiFi-Funktion kommuniziert die Lumix GH3 nicht nur drahtlos mit PCs, Notebooks, Smartphones und Tablets, sondern kann mit dem DLNA-Standard auch reibungslos in Heimnetzwerke eingebunden werden. Das kommt zum Beispiel der Übertragung von Fotos und Videos zum Fernseher zugute.

Auch das Hochladen von Bildern auf Internet-Plattformen wie Facebook, Google Plus, Picasa und YouTube ist schnell und komfortabel möglich. Mit einer App stehen die Cloud-Dienstleistungen des Lumix-Clubs zur Verfügung.



Das robuste Magnesium-Gehäuse ist auch für harte Einsatzbedingungen geeignet.

Robustes Gehäuse

Das Äußere der Lumix GH3 ist übersichtlich gestaltet; das leichte und robuste Magnesium-Gehäuse eignet sich auch für harte Einsatzbedingungen. Abgedichtete Verschlüsse und Bedienelemente sorgen für

Neues Lumix G Objektiv

Auf der photokina stellt Panasonic mit dem Lumix GX 2,8/35-100 mm Power OIS ein neues Objektiv für den Four-Thirds-Standard vor, das besonders für die Aufnahme hochwertiger Videos geeignet ist. Die spezielle Nano-Oberflächenvergütung sorgt für besonders klare Bildwiedergabe. Das Telezoom-Objektiv mit einer KB-Brennweite von 55-160 mm bietet eine durchgehende Lichtstärke von f2.8, der Autofokus arbeitet schnell und besonders leise. Wie die Lumix GH3 ist auch das neue Objektiv gegen Staub und Spritzwasser geschützt. Liefertermin und Preis standen bei Redaktionsschluss noch nicht fest.

zuverlässigen Schutz gegen Staub und Spritzwasser.

Zum genauen Liefertermin und Preis der Lumix GH3 gab es bei Redaktionsschluss noch keine Angaben. Das neue Modell wird voraussichtlich noch in diesem Jahr auf den Markt kommen.

Wie aus Digitalkameras Lifestyle-Pro

Zehn Jahre

Casio feiert auf der photokina ein besonderes Jubiläum: Vor zehn Jahren kam die erste Exilim Digitalkamera auf den Markt. Der seinerzeit sensationelle kreditkartengroße Winzling machte seinem Namen alle Ehre, denn das lateinisch-englische Kunstwort Exilim ist zusammengesetzt aus „Eximius“ (außerordentlich, besonders) und „Slim“ (schlank).

Tatsächlich war die Ur-Exilim EX-S1 mit Abmessungen von 88 x 55 x 11,3 mm besonders schlank; mit ihrem silberschimmernden Ganzmetall Gehäuse war sie zudem wohl das erste echte Lifestyle-Produkt für die Digitalfotografie.

Auch wenn die Auflösung der Exilim EX-S1 mit 1,3 Megapixeln heute eher gering erscheint, war die Kamera ein technologisches Meisterstück, das nur durch innovative Ideen der Casio



Mit ihrem Scheckkartenformat und einem Gewicht von 86 Gramm war die Exilim EX-S1 2002 eine Revolution im Digitalkamera-Bau.

Ingenieure möglich wurde: So wurden die asphärischen Linsen des Objektivs und der hochempfindliche CCD erstmals in ein einziges Kameramodul integriert. Ein weiterer Multimodulchip fasste CPU, ASIC, SDRAM und Flash Speicher zu einer Einheit zusammen. Zudem entwickelte Casio für die Exilim die weltweit erste digitale LCD/TFT-Schnittstelle, die ohne Konverter auskam.



Geschichte von Innovationen

Seit diesem Durchbruch 2002 ist auch die weitere Geschichte der Marke Exilim von Innovationen geprägt. Bereits im Frühjahr 2003 folgte das 3-fach-Zoommodell EX-Z3 mit 3,3 Megapixeln; zum Lieferumfang gehörte damals eine Dockingstation, in die die Kamera mit der Rückseite nach vorn eingesetzt wurde. Die neu entwickelte „Digital Photo Stand Function“ machte es möglich, auf dem Display eine individuelle Bilderschau in festgelegten Zeitintervallen abzuspielen.

2004 setzte Casio in der Exilim Card EX-S100 erstmals eine neuartige Keramiklinse ein, deren hoher Lichtbrechungs-Koeffizient besonders kom-



Konnte auch als digitaler Bilderrahmen eingesetzt werden: die Exilim EX-Z3 aus dem Jahr 2003.

dukte wurden Exilim



*Exilim heute:
Die superschnelle EX-ZR300
wurde im August dieses Jahres vorgestellt.*

pakte Zoomobjektive ermöglichte. Eine Weltsensation kündigte Casio auf der IFA 2007 an. Das zu diesem Zeitpunkt noch namenlose Exilim-Modell kam Anfang 2008 als Exilim Pro EX-F1 auf den Markt und eröffnete eine neue Tempo-Dimension in der Fotografie: Als schnellste Digitalkamera der Welt brachte sie es auf die revolutionäre Aufnahmegeschwindigkeit von 60 Fotos pro Sekunde in 6-Megapixel-Auflösung, dazu kam Highspeed-Video-Funktion mit bis zu 1.000 Bildern pro Sekunde. Der Pre-Record Modus startete die Aufnahmen bereits vor dem Durchdrücken des Sensors, damit kein wichtiges Motiv verloren ging. Zudem nahm die Exilim Pro EX-F1 Full-HD-Videos auf und gehörte mit einem 36–420 mm (KB) f2,7–4,6 Objektiv zu den ersten wirklichen Superzoomkameras. Bereits zur

photokina 2008 legte Casio mit der Exilim EX-FH20 ein kleineres Schwestermodell mit 40 Fotos pro Sekunde nach.

Ein Jahr später folgte der nächste Superlativ. Die 12-Megapixel-Kamera Exilim EX-H10 verbarg nicht nur ein 24–240 mm (KB)

Weitwinkelzoom in ihrem kompakten Gehäuse,

sondern auch eine innovative Batterie. Sie machte es mit Super Long Life Technologie möglich, bis zu 1.000 Fotos mit einer einzigen Akkuladung aufzunehmen und so

selbst auf längeren Reisen das Ladekabel zu Hause zu lassen.

Mit der Exilim EX-ZR100 nutzte Casio Anfang 2011 die schnelle Serienbildfunktion für innovative HDR und HDR Art Funktionen. Bis zu 30 Fotos hintereinander konnte die Kamera mit einer Auflösung von 10 Megapixeln in einer Geschwindigkeit von 40 Fotos pro Sekunde schießen.

Diese Vorteile bietet auch das jüngste



*War 2008 die
schnellste Digitalkamera
der Welt: die Exilim Pro EX-F1*



*Die 2009 eingeführte
Exilim EX-H10 konnte mit einer
Batterieladung 1.000 Fotos aufnehmen.*

Highspeed-Exilim-Modell, die Anfang August angekündigte EX-ZR300. Sie kombiniert die schnellste Rapid-Shutter-Leistung aller Highspeed Exilim Kameras mit einem 0,12 Sekunden Highspeed Autofokus und ermöglicht individuell scharfgestellte Aufnahmen in einem Intervall von nur 0,26 Sekunden. Dabei verbraucht sie zwar etwas mehr Strom als das „1.000-Foto-Modell EX-H10“, schafft aber immer noch beeindruckende 500 Fotos mit einer Akkuladung. Zudem ist sie durch die Unterstützung des Eye-Fi/Flash Air Standards für die kabellose Bildübertragung vorbereitet.

Welches Geburtstagsgeschenk Casio der Exilim-Familie auf der photokina machen wird, war bei Redaktionsschluss noch nicht bekannt. „Casio hat die Exilim-Familie von Anfang an als Baureihe positioniert, die stets überrascht und neue außergewöhnliche Funktionen bietet,“ erklärte Sigbert Laakmann, Produktmanager Digital Imaging bei Casio Europe GmbH. „Sie hat immer wieder neue Maßstäbe bei der Weiterentwicklung der Digitalfotografie gesetzt und mit Innovationen die bekannten Grenzen der digitalen Bildherstellung überschritten. Diesen Weg wollen wir auch in Zukunft fortsetzen, indem wir neue Anwendungsmöglichkeiten entwickeln.“

Neuheiten

Walther Alben und Rahmen auf der photokina Reichlich Neues

Die Karl Walther Alben und Rahmen GmbH & Co. KG ist auf der photokina mit einem neu konzipierten Messestand und einer Vielzahl an Neuheiten vertreten. Das Nettetalser Unternehmen entwickelte in den letzten Monaten rund 800 neue Artikel, die dem Fachpublikum in Köln präsentiert werden.

Einige Highlights des Sortiments werden hier vorgestellt. Sie zeichnen sich durch die bekannte Liebe zum Detail aus. Außerdem sind die hochwertigen buchgebundenen Fotoalben ausschließlich aus säurefreiem Fotokarton und Pergaminschutzseiten gefertigt, viele davon besitzen einen Ausschnitt auf der Buchdecke zur eigenen Personalisierung.

Themenalben

Mit drei neuen Albenserien bietet Walther dem Fotohandel ein attrak-

tives und abwechslungsreiches Sortiment für nahezu alle Kundenbedürfnisse. Die Serie Cosenza wurde mit einem neuen Design ausgestattet und besticht durch sanfte Pastelltöne. Die Serie Roses präsentiert sich im stylischen Rosen-Look, und die Lifestyle Alben überzeugen durch knallige Trendfarben.



Hochzeitsalbum *Wedding Pearls*

Neu sind ebenfalls die Hochzeitsalben *Magica* und *Wedding Pearls*, die durch eine aufwändige Verarbeitung und einen Bildausschnitt im Einband überzeugen. Einen Bildausschnitt haben auch die Babyalben *Lucky Star*, die es in Blau und Rosa gibt.



Das Babyalbum *Lucky Star* gibt es in Blau und Rosa.

Bilderrahmen

Auch bei den Bilderrahmen darf sich der photokina Besucher auf zahlreiche Neuheiten freuen. Besonders



Der Holzrahmen *Rokkoko* ist in den Farben Gold, Silber, Weiß und Schwarz lieferbar.

bemerkenswert ist der Holzrahmen *Rokkoko*, der in vier Farben und sechs Formaten erhältlich ist. Mit seiner barock-anmutenden Ornamentleiste bildet er einen harmonischen Kontrast zu dem eingerahmten Foto und passt zu vielen Einrichtungstrends. Weitere Neuheiten im Holzsegment sind die Rahmen *Giulia* (drei Farben) sowie der Rahmen *Francis* (vier Farben) mit einer abgesetzten Silberinnenkante.



Die Serie *Lifestyle* ist in drei Farben und unterschiedlichen Ausführungen erhältlich.

Neuheiten

Neue Nokia Smartphones auf Windows Phone 8 Basis

Mit dem Nokia Lumia 920 und dem Nokia Lumia 820 präsentiert Nokia erstmals Smartphones auf Basis von Windows Phone 8. Das Nokia Lumia 920 ist das Flaggschiff unter den Nokia Windows Phone 8 Smartphones und verfügt über die neueste Version der PureView-Kameratechnologie des Unternehmens. Es ist mit Nokias „Floating-Lens-Technologie“ zur Bildstabilisierung ausgestattet und kann laut Hersteller fünfmal mehr Licht einfangen als vergleichbare andere Smartphones.

Zur Ausstattung des Nokia Lumia 920 gehört auch die neueste Anwendung aus Nokias Location-Suite, nämlich die Augmented-Reality-Anwendung Nokia City-Kompass. Um sich jederzeit zu orientieren, können Nutzer von City-Kompass zwischen der Karten- und der Augmented-Reality-Ansicht nahtlos wechseln. Zusammen mit den verbesserten Angeboten Nokia Navigation und Nokia Bus & Bahn ist die Nokia Location Suite die derzeit umfassendste integrierte Karten- und Navigations-Lösung, die für Smartphones zur Verfügung steht. Das Nokia Lumia 920 besitzt zudem einen Akku mit der bisher größten Kapazität in einem Nokia Smartphone (2.000 mAh) und ermöglicht erstmals das kabellose Laden per Induktion.

Das Nokia Lumia 820 ist ein Midrange-Smartphone und kann mit Oberschalen in unterschiedlichen Farben personalisiert werden. Das Gerät verfügt auch über einen Slot für MicroSD-Speicherkarten.

Das Nokia Lumia 920 wird in den Farben Gelb, Rot, Weiß und Schwarz erhältlich sein. Beim Nokia Lumia 820 können Kunden aus den Farben Rot, Gelb, Grau, Cyan, Lila, Weiß und Schwarz wählen. Beide

Nokia Lumia 920



Smartphones werden weltweit als Pentaband-LTE und HSPA+ Varianten erhältlich sein und in ausgewählten Märkten voraussichtlich im weiteren Verlauf dieses Jahres ausgeliefert.

Neue ActionCam Jobo JIB4

Die neue JIB4 ActionCam von Jobo zeichnet sich nach Unternehmensangaben durch einen der derzeit schnellsten Videoprozessoren aus, der HD-Videos in 1.080i mit 60 B/s aufnehmen kann. Die JIB4 erlaubt in



verringert Auflösung sogar Filmaufnahmen mit 120 fps. Mit separaten Knöpfen können entweder Fotos in bis zu 8 MP Qualität geschossen oder Videos aufgezeichnet werden. Der Aufnahmewinkel für Fotos und Videos kann zwischen normal, weit und sehr weit (volle 170°) eingestellt werden.

Um bei montierter Kamera ein versehentliches Ausschalten der Videoaufnahme zu vermeiden, verfügt die JIB4 über einen dritten Knopf zum Beenden der Aufnahme. So kann die Videoaufnahme stets sicher gestartet und gestoppt werden. Der eingebaute Laserpointer erleichtert die Ausrichtung der Kamera, wenn diese bereits montiert ist und der eingebaute Monitor nicht mehr eingesehen werden kann.

Der abnehmbare Monitor ist im Lieferumfang enthalten und kann gegen einen ebenfalls im Lieferumfang enthaltenen aufsteckbaren Akku eingetauscht werden, um die Betriebsdauer von zwei Stunden auf vier Stunden zu verlängern. Die Jobo JIB4 verfügt über einen Eingang für externe Mikrofone und unterstützt zudem Aufnahmen über Kopf (180° gedreht). Neben dem wasserdichten Gehäuse (bis 60 m) mit Stativgewinde ist im Lieferumfang zahlreiches Zubehör enthalten.

Die Jobo JIB4 ist ab sofort für 349 Euro (UVP) erhältlich. Optional ist auch eine Fernbedienung mit 10 m Reichweite im Wert von 29 Euro (UVP) verfügbar.

Rollei
since 1920



Fotopro exklusiv für Rollei:

Stativ CT-5A

- Kompaktes, 4-fach ausziehbares 4-in-1-Stativ
- Drehbare Mittelsäule für Makrofotografie (Retrostellung)
- Leichte Aluminium-Konstruktion
- 3D-Kugelkopf mit Wasserwaage für professionelle Anwendungen
- Mit Säulenbremse, handlichen Schnellklemmen und rutschfesten Schaumstoffgriffen an den Stativbeinen
- Inkl. 52Q Panorama-Kugelkopf, Mini-Stativ-Standfüße und Stativtasche

www.rollei.com



Besuchen Sie uns zur
**Photokina in Halle 5.2,
Stand D-011-D-013**

Olympus rüstet PEN-Modelle auf Mit OM-D Technologien

Olympus stattet zur photokina zwei neue Systemkameras der PEN-Familie mit Technologie der OM-D aus. Zudem kündigt das Unternehmen vier neue Objektive für den Four-Thirds-Standard an und stellt mit der Stylus XZ-2 ein neues Kompaktkamera-Flaggschiff vor.

Die neuen Modelle PEN Lite (E-PL5) und PEN mini (E-PM2) sind jetzt mit dem von der OM-D bekannten Live MOS-Sensor mit 16,1 Megapixeln und dem schnellen TruePic VI-Bildprozessor ausgestattet. Beide Kameras stellen mit der Fast AF-Technologie besonders schnell scharf, sind mit einem eingebauten Bildstabilisator und zwölf Art Filtern ausgestattet und nehmen Videos im Full-HD-Standard auf. Dabei kann eine 4-fach-Digital-zoom-Funktion ohne Verlust von Auflösung genutzt werden. Die Kameras

Medien mit Hilfe der kostenlosen OIS (Olympus Image Share) App Verbindung mit Smartphones aufnehmen, um Bilder sofort nach der Aufnahme in soziale Netzwerke oder Online-Alben hochzuladen.

Die Olympus PEN Lite ist mit einem neigbaren 3" (7,6 cm) großen, berührungsempfindlichen LCD-Monitor mit 460.000 Pixeln ausgestattet und bietet die Möglichkeit, Symbole am Einstellrad mit eigenen Einstellungen zu belegen. Das ebenso große Display der PEN mini ist fest eingebaut und nicht berührungsempfindlich. Dafür macht es die Kamera mit speziellen Tasten besonders einfach, Aufnahmen wiederzugeben oder zu löschen. Beide Systemkameras sind ab Ende Oktober im Kit mit dem Objektiv M.Zuiko Digital 14-42 mm 1:3,5-5,6 II R erhältlich. Die empfohlenen Verkaufspreise betragen 699 Euro (PEN Lite; in Schwarz, Silber und Weiß) und 599 Euro (PEN mini; in Schwarz, Silber, Weiß und Rot).



Die Olympus PEN Lite ist mit einem neigbaren, berührungsempfindlichen Display mit Selbstauslöserfunktion ausgestattet.

lichtstarken M.Zuiko Digital ED 17 mm (KB: 34 mm) 1:1,8 werden sie ab Oktober erhältlich sein.

Das neue M.Zuiko Digital ED 60 mm 1:2,8 (KB: 120 mm) Makro (UVP: 599



Die Olympus PEN mini gibt es auch in Schwarz, Silber und Weiß.

sind mit den WLAN-fähigen EyeFi- und FlashAir-Speicherkarten kompatibel und können bei Einsatz dieser

Neue Objektive

Mit vier neuen Modellen baut Olympus zur photokina seine Palette von Micro-Four-Thirds-Objektiven aus. Mit Ausnahme des noch in der Entwicklungsphase befindlichen, besonders



Das neue M.Zuiko Digital ED 60 mm 1:2,8 Makro Objektiv ist staub- und spritzwassergeschützt.

Euro) ist staub- und spritzwassergeschützt und deshalb auch für rauhe Einsatzbedingungen im Freien geeignet. Mit nahezu lautlosem Fokus und einem Vergrößerungsmaßstab von 1:1 bei einer Distanz von 19 cm liefert die Optik auch gute Nahaufnahmen. Ein echtes Sammlerstück ist die limitierte Version des M.Zuiko Digital ED 12 mm 1:2,0 (KB: 24 mm), das Olympus in elegantem Schwarz gestaltet und mit Gegenlichtblende und Objektivdeckel komplettiert hat. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 999 Euro.

Originell ist die neue 15 mm 1:8,0 Body Cap Lens, deren Brennweite 30 mm im KB-Format entspricht. Hierbei handelt es sich im Grunde um eine Bajonett-Abdeckung, mit der man auch fotografieren kann. Die Body Cap Lens macht die „nackte“ Kamera gerade einmal 9 mm dicker und schützt die empfindlichen Bauteile im Body vor Staub, Kratzern und Schlieren. Zum empfohlenen Preis von 79 Euro bietet der Schutzdeckel mit Linse die Möglichkeit, ab einer Entfernung von 1 m Schnapshots aufzunehmen; für Nahaufnahmen kann der

Mindestabstand mit Hilfe eines Hebels auf 30 cm verkürzt werden.

*Originelles
Accessoire:
Die neue
15 mm 1:8,0
Body Cap
Lens ist eine
Bajonett-
Abdeckung,
mit der man
auch foto-
grafieren kann.*



Die neue Olympus Stylus XZ-2 Edel, lichtstark und gut

Mit der neuen High-End-Kamera Stylus XZ-2 will Olympus die Optionen einer Systemkamera im Kompaktformat bieten. Sie ist mit einem besonders lichtstarken 4-fach-Weitwinkel-Zoomobjektiv 1:1,8–2,5 i.Zuiko Digital mit einem Brennweitenbereich von 28–112 mm (KB) ausgestattet. Der 1/1,7" große High-Sensitivity-Backlit-CMOS-Sensor arbeitet mit dem TruePic VI-Bildprozessor zusammen, der auch in den Olympus Systemkameras eingesetzt wird. Das Ergebnis sind rauscharme Bilder mit lebendigen Farben und präzisen Details. Der Einsatzbereich reicht von der Makro-Fotografie mit 1 cm Abstand bis zu detailreichen Landschaften. Die XZ-2 bietet eine Lichtempfindlichkeit bis zu ISO 12.800 und nimmt Videos im Full-HD-Standard (1.080p) auf. Das Bedienungskonzept wurde auf

die Anforderungen ambitionierter Fotografen abgestimmt. Ein anpassbarer Hybrid-Steuering am Objektiv macht es möglich, im analogen Modus Zoom oder Fokus stufenlos zu justieren oder im digitalen Modus schrittweise Feinabstimmungen bei den Programmparametern vorzunehmen. Dabei können Blende, Belichtungszeit und Programm-Shift sowie Blitz und Belichtungskorrektur angepasst werden. Eine spezielle Taste auf der Rückseite lässt sich mit den wichtigsten digitalen Funktionen belegen. Die Stylus XZ-2 arbeitet mit einem sehr schnellen Autofokus-System, das mit einer leichten Berührung auf dem neigbaren 3" Hyper-Crystal-LCD mit 920.000 Pixeln aktiviert werden kann. Elf Art Filter bieten zahlreiche kreative Möglichkeiten.



Das neue Kompaktkamera-Flaggschiff Stylus XZ-2 wurde auf die Anforderungen ambitionierter Fotografen abgestimmt.

Auch die Stylus XZ-2 ist kompatibel mit EyeFi- und FlashAir-SD-Karten und kann mit Hilfe der Olympus OIS App mit Smartphones verbunden werden. Die Kamera kommt im Oktober zum UVP von 549 Euro auf den Markt. Ab Mitte November stehen auch ein Unterwassergehäuse (PT-054) für Tauchtiefen bis 45 m und ein passender schwarzer Objektivdeckel (LC-63A), der mit Ein- und Ausschalten der Kamera öffnet und schließt, zur Verfügung.

Cewe mit zahlreichen Neuheiten auf der

Mit einem massiven Auftritt auf der photokina 2012 setzt Cewe auf Innovationen für das Bildergeschäft. Die neue Version der Bestellsoftware soll nicht nur den Bestseller Cewe Fotobuch noch erfolgreicher machen, sondern dem Fotohandel auch mehr Wertschöpfung mit neuen

personalisierten Fotoprodukten ermöglichen. imaging+foto-contact hat mit dem Cewe Vorstandsvorsitzenden Dr. Rolf Hollander und Harald H. Pirwitz, Vorstand Marketing und Vertrieb, über die aktuellen Neuheiten und die Perspektiven für Cewe gesprochen.

„Fotoprodukte wertv

imaging+foto-contact: Cewe hat im zweiten Quartal den Umsatz um 10,4 Prozent gesteigert. Dieses Wachstum kommt vor allem aus dem neuen Segment Online-Druck, im Segment Fotofinishing ist der Umsatz leicht gewachsen. Das operative Ergebnis blieb etwas hinter dem Vorjahr zurück. Sind die goldenen Wachstumszeiten im Fotofinishing-Geschäft schon vorbei?

Dr. Rolf Hollander: Nein, im Gegenteil: Wir liegen sowohl mit dem Quartalergebnis als auch mit dem Resultat für das gesamte erste Halbjahr voll im Plan. Dabei hat unser wichtigstes Fotofinishing-Produkt, das Cewe Fotobuch, mit einem Wachstum

um 12,8 Prozent im zweiten Quartal erneut seine ungebrochene Attraktivität für die Konsumenten und den Fotohandel bewiesen. Der leichte Rückgang im operativen Ergebnis ist kein Anzeichen für eine Abschwächung des Fotofinishing-Geschäfts, sondern spiegelt die Saisonverschiebung wider, die wir im digitalen Bildermarkt seit Jahren verzeichnen. Wir erzielen inzwischen 90 Prozent unserer Erträge im vierten Quartal, also im Weihnachtsgeschäft. Hier erwarten wir auch in diesem Jahr ein weiter steigendes Volumen, auf das wir uns mit Investitionen vorbereiten müssen. Diese Kosten führen dann in den schwächeren Perioden zu einem entsprechenden Ergebnisrückgang.

imaging+foto-contact: Das Wachstum von 12,8 Prozent für das Cewe Fotobuch ist sehr eindrucksvoll. Wächst der Markt insgesamt in dieser Größenordnung, oder ist diese

Cewe Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander: „Im Lifestyle-Segment betrifft das Qualitätsversprechen von Cewe nicht nur die Bildwiedergabe, sondern das gesamte Produkt.“



Harald H. Pirwitz, Vorstand Marketing und Vertrieb: „Die Marke Cewe steht für höchste Kompetenz im Bildergeschäft und wird von den Konsumenten auch so wahrgenommen.“

Steigerung auch dem Gewinn von Marktanteilen zu verdanken?

Dr. Rolf Hollander: Die Einschätzung von Marktanteilen wird wegen der steigenden Zahl von Anbietern immer schwieriger. Unsere Priorität besteht aber ohnehin nicht darin, Marktanteile zu gewinnen und Wettbewerber zu verdrängen. Wir wollen gute Produkte mit einem guten Service anbieten und freuen uns darüber, dass die Kunden und der Fotohandel dies wertschätzen und wir





oller machen“



Cewe Air: Rechtzeitig zur Urlaubssaison schickte Cewe einen Charterflieger in Cewe Fotobuch-Lackierung in die Luft und auf die internationalen Flughäfen Europas.

den entscheidenden Moment einer Hochzeit, die ersten Schritte eines Babys oder auch das entscheidende Tor beim Fußballspiel nochmals zu erleben. Das dritte Thema schließlich wird niemanden überraschen: Wir stellen viele neue Fotoprodukte vor, darunter natürlich auch neue Varianten für das Cewe Fotobuch.

imaging+foto-contact: *Können Sie uns einige Beispiele für die Neuheiten geben?*

Harald H. Pirwitz: Wir erweitern die Produktpalette besonders bei den hochwertigen Varianten des Cewe Fotobuchs, indem wir zum Beispiel weitere Versionen mit Hochglanzpapier und auf echtem Foto-

dadurch Wachstum haben. Als Innovationsführer machen wir das Cewe Fotobuch nicht nur immer attraktiver für die Kunden, sondern wir sorgen für die konsequente Positionierung als Markenartikel für eine ständig steigende Bekanntheit dieses Erfolgsproduktes. Diese Bekanntheit drückt sich nicht nur in steigenden Verkaufszahlen aus, sondern auch in einer hohen Loyalität der Kunden, die wissen: Das Cewe Fotobuch steht für Qualität.

imaging+foto-contact: *Birgt die Positionierung als Markenartikel nicht die Gefahr, dass aggressive Anbieter sich dadurch profilieren, dass sie dieses Qualitätsprodukt besonders günstig anbieten?*

Harald H. Pirwitz: Im Gegenteil. Denn der konsistente Auftritt der Marke Cewe Fotobuch signalisiert den Konsumenten eindeutig den Wert dieses Erfolgsproduktes. Das wissen auch unsere Handelspartner zu schätzen; der Preis ist ein integratives Element unserer Marke und ein wichtiges Signal für den Wert, den nicht nur Cewe Fotobücher, sondern alle Cewe Bildprodukte haben.

imaging+foto-contact: *Mit welchen Innovationen können wir auf der photokina rechnen?*

Dr. Rolf Hollander: Wir stel-

len auf der photokina drei Themen in den Vordergrund. Das erste heißt „Cewe goes mobile“: Mit einer Cewe Fotobuch App machen wir es möglich, Cewe Fotobücher auf dem iPhone, dem iPad oder mobilen Android-Geräten zu gestalten und zu bestellen. Das zweite Thema heißt „Cewe Fotobuch goes video“: Damit stellen wir uns darauf ein, dass immer mehr Digitalkameras die Möglichkeit bieten, hochwertige HD-Videos aufzunehmen. Deshalb halten immer mehr Konsumenten ihre Erinnerungen nicht nur mit Fotos, sondern auch mit Filmen fest. Unsere neue Software macht es möglich, Einzelbilder aus diesen Videoclips in das Cewe Fotobuch zu übernehmen. Zusätzlich bieten wir die Möglichkeit, Videofilme mit maximal fünf Minuten Länge über einen direkt ins Cewe Fotobuch gedruckten QR-Code zur Wiedergabe auf Smartphones und Tablet Computern abzurufen. So ist es möglich, beim Durchblättern eines Cewe Fotobuchs beispielsweise



Eine besonders hochwertige Variante des Cewe Fotobuchs ist das Cewe Fotobuch XXL im

Format 30 x 45 cm mit Lay-Flat-Bindung.

Interview



Für edle Lifestyle-Produkte wie das Cewe Gallery Print geben Konsumenten auch dreistellige Euro-Beträge aus.

papier anbieten. Das geht bis zum Cewe Fotobuch XXL im Format 30 x 45 cm, das in aufgeschlagenem Zustand durch die besondere Lay-Flat-Bindung die praktisch unterbrechungsfreie Wiedergabe von Panoramabildern bis zu 30 x 90 cm ermöglicht.

imaging+foto-contact: Wird es auch bei den personalisierten Fotoprodukten Neuheiten geben?

Dr. Rolf Hollander: Ja, denn gerade dieses Segment wächst zur Zeit besonders stark. Diesen Trend unterstützen wir vor allem dadurch, dass wir die individuellen Fotoprodukte wertiger machen. Früher hat man ja in diesem Bereich auch von Fun-Artikeln gesprochen, bei denen der einmalige Überraschungseffekt im Vordergrund stand. So ein Produkt sieht man, amüsiert sich, und dann ist es nicht mehr wichtig. Wir sehen aber viel bessere Möglichkeiten der Wertschöpfung für unsere Handelspartner und natürlich auch für uns, wenn wir personalisierte Fotoprodukte als Lifestyle-Artikel vermarkten. Das betrifft den Bereich Wand-Dekoration, wo die Konsumenten bereit sind, für besonders hochwertige Bilder, zum Beispiel auf Alu-Dibond, auch dreistellige Beträge auszugeben. Bildprodukte, die den Lifestyle der Konsumenten widerspiegeln, müssen vor allem eine gute Qualität haben. Das betrifft unse-

re neuen Türschilder, die auch an einer Villa eine gute Figur machen, ebenso wie unsere neuen Latte Macchiato Becher oder auch die personalisierten Cover für Smartphones und Tablet Computer. Im Lifestyle-Segment betrifft das Qualitätsversprechen von Cewe darum nicht nur die Bildwiedergabe, sondern das gesamte Produkt, sei es eine Tasche, eine Tasse oder ein gerahmtes Bild.

imaging+foto-contact: Können Sie das Image und die Bekanntheit des Markenartikels Cewe Fotobuch auf diese Segmente übertragen?

Harald H. Pirwitz: Selbstverständlich. Der Erfolg des Cewe Fotobuchs strahlt auf unsere gesamte Produktpalette aus, denn der Name Cewe ist ein Wertsignal. Wir setzen diese Marke deshalb auch als Qualitätssiegel für Cewe Fotogeschenke, Cewe Fotokalender und Cewe Grußkarten ein, deren Angebot wir auf der photokina nochmals vergrößern.

imaging+foto-contact: Das digitale Bildergeschäft wird immer stärker vom Internet geprägt. Wie wichtig ist die Zusammenarbeit mit dem stationären Einzelhandel, vor allem dem Fotohandel?

Harald H. Pirwitz: Wir stehen nach wie vor zu der Zusammenarbeit mit unseren Partnern im Fotohandel, denn sie ist durch das Internet nicht unwichtiger geworden. Zum einen wird die überwiegende Mehrheit der Online-Aufträge dort ausgeliefert. Und zum anderen sind die 33.000 Geschäfte, in denen wir vertreten sind, auch wichtige Botschafter unserer Marke. Ein Drittel der Kaufanstöße für das Cewe Fotobuch, das haben unsere Marktforschungen ergeben, kommt von unseren Handelspartnern.

imaging+foto-contact: Profitieren Ihre Handelspartner von dieser Botschafter-Funktion?

Dr. Rolf Hollander: Unbedingt, denn die Marke Cewe steht für höchste Kompetenz im Bildergeschäft und wird von den Konsumenten auch so wahrgenommen. Von einer guten Präsentation dieser Marke in einem qualifizierten Fachgeschäft profitieren darum beide Seiten. Zudem kommt es heute auch für den Fotohandel immer stärker darauf an, das Internet-Geschäft und den stationären Einzelhandel intelligent miteinander zu verknüpfen. Gerade dafür bieten wir unseren Partnern verschiedene Pro-

Direkt vom Cewe Fotobuch aus können Videofilme mit Hilfe eines QR-Codes auf Smartphones und Tablet Computern wiedergegeben werden.



gramme an, um gemeinsam mit Cewe nicht nur im Geschäft, sondern auch im Netz erfolgreich zu sein.

imaging+foto-contact: Welche Programme sind das?

Harald H. Pirwitz: Wir bieten dem Fotohandel die Möglichkeit, durch einen von uns unterstützten Internet-Auftritt unter eigenem Namen von der Online-Nachfrage nach dem Cewe Fotobuch und anderen Cewe Bildprodukten zu profitieren. Für diese Zusammenarbeit haben wir verschiedene Modelle entwickelt, die der Betriebsgröße und anderen Anforderungen des Partners gerecht werden. Nicht vergessen sollte man in diesem Zusammenhang auch unsere Sofortdruck-Lösungen mit der Cewe Photo Station. Auch in diesem Bereich gibt es auf der photokina interessante Neuheiten sowohl bei den Produkten als auch bei der Verbesserung der Bedienung und des Services. Eine intelligente Verknüpfung von Internet



Auch personalisierte iPhone Cover gehören jetzt zum Cewe Programm.

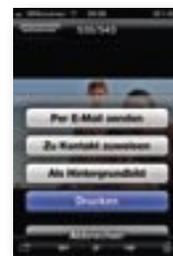
und stationärem Einzelhandel bedeutet nämlich auch, dass die Kunden von der Cewe Fotostation aus auf Bilder aus sozialen Netzwerken, zum Beispiel Facebook, zugreifen und diese für die Gestaltung von Fotoprodukten nutzen können.

imaging+foto-contact: Wie lautet dann alles in allem Ihre photokina-Botschaft für den Fotohandel?

Dr. Rolf Hollander: Cewe ist der kompetente Partner, um den Fotohandel in allen Kanälen des digitalen Bildergeschäfts kompetent zu unter-

stützen: Im Internet mit einem professionell gestalteten Online-Shop und im Geschäft mit professionell gestalteten Präsentationsmitteln, leicht zu bedienenden Annahme-Terminals für die Aufträge, die bei uns hergestellt werden, und erfolgreichen Sofortdruck-Lösungen für schnelle Dienstleistungen vor Ort. Und das unter einer starken Marke, die von uns intensiv beworben wird und von der immer mehr Konsumenten wissen: Dahinter steht Europas größter Bilddienstleister.

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



Das neue AirPrint Feature ermöglicht die drahtlose Übertragung von Fotos aus dem iPhone zur Cewe Fotostation.

Neue Plattform für kommerziellen Online-Druck

www.cewe-print.de

Nach der Etablierung des Online-Portals viaprinto.de Anfang 2011 und der Übernahme der Saxoprint GmbH im Februar dieses Jahres hat Cewe Ende August den Geschäftsbereich Onlinedruck-Dienstleistungen weiter verstärkt: Die neue Internetplattform www.cewe-print.de macht es möglich, ein umfassendes Sortiment von Druckprodukten online zu bestellen. Dazu gehören nicht nur die klassischen Digitaldruck-Artikel wie Visitenkarten, Flyer, Briefpapiere oder Broschüren in kleinen Auflagen, sondern auch Offset-Printprodukte und Großformatdrucke.

„Mit der erfolgreichen Positionierung des Cewe Fotobuchs als Markenartikel haben wir erreicht, dass der Name Cewe bei immer mehr Menschen für hohe Druckqualität und zuverlässigen Service steht“, erklärte Cewe Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander. „Deshalb ist es ein naheliegender Schritt, die Marke Cewe jetzt auch für

das neue Geschäftsfeld Online-Druck zu nutzen. Auch in diesem Segment gelten die klassischen Markenversprechen von Cewe, zu denen nicht nur die Qualität der Erfüllung des gesamten Druckauftrags gehört, sondern auch unsere Verantwortung für die Umwelt und die Gesellschaft. So steht Cewe-Print auch für umweltschonende Produktionsverfahren, CO₂-neutralen Versand und hohe ethische Standards in der Unternehmensführung.“

Für die Produktion der Aufträge von www.cewe-print.de setzt Cewe nicht nur die Digitaldrucksysteme aus dem Fotofinishing-Geschäft ein, sondern modernste Druckertechnik. Highlight des Maschinenparks ist die Heidelberg Speedmaster XL162, die mit einem maximalen Bogenformat von 1,21 x 1,62 m und einer Kapazität von bis zu 15.000 bedruckten Bogen pro Stunde zu den leistungsstärksten Druckmaschinen der Welt gehört. Mit insgesamt sechs innerdeutschen Produktionsstätten (Oldenburg, Dresden, Germering b. München, Freiburg und Mönchengladbach) kann Cewe.Print auf die größten Kapazitäten im Digital- und Offsetdruck innerhalb Europas verweisen.

DNP auf der photokina

Neues Nexlab

Mit zahlreichen Neuheiten für den Fotohandel und für Berufsfotografen tritt Dai Nippon Printing (DNP) auf der photokina auf. Neben dem SnapLab und dem im Sommer vorgestellten Passbild-System DS-ID400 stehen vor allem das neue Nexlab NL3000 Minilab, netzwerkfähige Software-Lösungen und Sofortdruck-Ideen für Profifotografen im Mittelpunkt.

Das neue Nexlab NL3000 ist modular konzipiert und kann mit mehreren Thermosublimationsdruckern stufenweise zum kompletten trockenen Minilab ausgebaut werden. Zu dem neuen Gerät führt DNP die neue Software Nexlab 6 zur Auftragsverwaltung ein, die mit intuitiver Bedienoberfläche, einer Armaturenbrett-

Funktion zur einfachen Auftragskontrolle und der Unterstützung von Großformat-Druckern auf die Bedürfnisse des Fotohandels zugeschnitten ist. Dazu gibt es den DS Tower als ergonomisches Funktionsmöbel sowie eine Sortier- und Rückseitendruckeinheit. Nach Ansicht von Mark Bülow, European Marketing Manager bei DNP, sind trockene Minilabs mit Thermosublimationsdruck in zwischen den chemischen Minilabs überlegen. „Die geringen Einstiegskosten, die einfache Bedienung und Wartung sowie geringe Service-Gebühren sprechen eindeutig für Dry Minilabs mit Thermosublimationsdruckern.“

Mehr Umsatz für Profis

Auf dem DNP photokina-Stand in Halle 6 wird der Hochzeitsfotograf Thomas Kärsh täglich gemeinsam mit einem Model live demonstrieren, wie On-Location-Fotodruck für zusätzliche Umsätze in der Berufsfotografie sorgen kann. Dabei haben die Besucher die Mög-

lichkeit, ihr persönliches „Porträt mit Braut“ mit nach Hause zu nehmen. In einer VIP-Lounge wird DNP zudem neue Smartphone- und Tablet-Applikationen vorstellen, die dem Fotohandel das Bildergeschäft im Bereich Mobile Imaging erschließen sollen. So soll das neue Mobile Party Print zu einer Einnahmequelle auf privaten und Unternehmens-Events werden.

Netzwerkfähige Software

Für den Einzelhandel wird DNP die neue Tomo-Software demonstrieren, die eine Vernetzung von Drucksystemen wie dem SnapLab oder dem Nexlab mit Facebook-Alben und Smartphones erlaubt. Zusätzlich gibt es für das Management von Bilddienstleistungen im Geschäft neue Programme, skalierbare Lösungen vom Kompakt-Kiosk bis zur PrintCenter Foto-Insel und eine Auswahl von Zahlungssystemen. „Das Jahr 2012 markiert eine neue Ära für DNP“, stellte Mark Bülow fest. „Unsere fantastischen Neuheiten bieten dem Fotohandel alle Möglichkeiten für ein profitables Bildergeschäft.“



Die neue Nexlab 6 Software für das Nexlab NL3000 ermöglicht intuitive Bedienung und komfortable Auftragskontrolle.



Rollei Bullet HD Pro 1.080p jetzt als Outdoor-Edition

Rollei hat den Rollei Bullet HD Pro 1.080p jetzt als Outdoor-, Ski und Motorbike-Edition vorgestellt. Der im schwarzen Aluminiumgehäuse gefertigte Full-HD-Camcorder verfügt über eine Auflösung von 20 Megapixeln und ein 170 Grad Fisheye-Objektiv, während 30 Bilder pro Sekunde bei Full-HD-Aufnahme oder 60 Bilder pro Sekunde bei HD-Aufnahme erstklassige Action Movies garantieren sollen.

Die Bedienung der Video- oder Foto-Aufnahme erfolgt ganz einfach per Tastendruck des Power-Buttons mit Leuchtdiode, eine Vibration bestätigt die Eingabe. Der „Photo Capture Mode“ erlaubt, dass die ActionCam alle drei Sekunden ein Foto automatisch aufnimmt.

Die leichte Cam ist auch zum Schnorcheln bestens geeignet, da sie bis zu einer Tauchtiefe von 10 Metern wasserdicht ist. Die Digital Video Motion Stabilisation Technology (digitaler Video-Verwacklungsschutz) lässt Movies auch bei bewegungsintensiven sportlichen Betätigungen gelingen. Der wiederaufladbare Lithium-Ionen-Akku (1.000 mAh) hält bis zu 90 Minuten; Speicherkarten (MicroSD/Class 6) mit einer Kapazität von bis zu 32 Gigabyte können eingesetzt werden.

Zum Lieferumfang des Rollei Bullet HD Pro 1.080p ActionCamcorders gehören neben dem individuellen großen Sport-Zubehör-Paket eine Funkfernbedienung mit einer Reichweite von bis zu 10 Metern sowie eine 4 GB Micro SD-Speicherkarte (Class 6). Die Rollei Bullet HD Pro 1.080p wird als Outdoor-, Motorbike- und Ski-



Edition zum UVP von 229,99 Euro angeboten.

Fujifilm Fotoprodukte App

Nach der erfolgreichen iPhone App Fuji-direkt Fotoservice von Fujifilm, die es ermöglicht, Postkarten mit den eigenen Bildern von unterwegs zu bestellen und direkt an den Empfänger schicken zu lassen, bietet Fujifilm nun auch die kostenlose Fujifilm Fotoprodukte App für die bequeme Bestellung mit dem iPad an. Mit der praktischen App kann man überall und jederzeit aus gelungenen Schnappschüssen direkt nach dem Auslösen hochwertige Fotoprodukte bei Fuji-direkt anfertigen lassen. Dank der intuitiven Bedienung der App dauern Gestaltung und Bestellung der Fotoprodukte nur wenige Augenblicke.

Folgende Fujifilm Fotoprodukte sind über das iPad erhältlich: Fotobuch im Digitaldruck mit Hardcover in den Formaten DIN A5, 20 x 20 cm und DIN A4; Fotobuch brillant auf echtem Fotopapier (matt oder glänzend) in den Formaten 20 x 20 cm und A4-Panorama; XXL-Bilder im Direktdruck auf Aluminium, Acrylglas und Hartschaum in sechs Formaten zwischen 20 x 30 cm und 40 x 60 cm; auch Fotogeschenke wie Tassen, Mousepads, Taschen usw. sowie Fotos im 9er-, 10er-, 11er-, 13er- und 20er-Format können bestellt werden.

Erhältlich ist die neue Fujifilm Fotoprodukte iPad App wie auch die iPhone App Fuji-direkt Fotoservice im iTunes Store.



Minox erweitert BL-Fernglasserie

Minox hat die BL-Fernglasserie um die beiden Modelle BL 8x56 und BL 15x56 erweitert. Mit ihrem geringen Gewicht von knapp über 1.000 Gramm sind die beiden Ferngläser besonders für die Wild- und Naturbeobachtung im Morgengrauen oder im Mondschein geeignet. Äußerlich wurde das Design des BL 8x56 und BL 15x56 modernisiert. Angenehm leichtgängig und schnell in der Bedienung ist der neue, mit feinen Gummirippen versehene Metall-Fokussierknopf, der mit einer fühlbaren Markierung für die Unendlich-Einstellung ausgestattet ist. Mit aufgestützten Unterarmen lässt sich selbst das BL15x56 mit seiner 15-fachen Vergrößerung schnell und ruhig führen. Alternativ kann es in Verbindung mit einem Stativ eingesetzt werden, das sich leicht und schnell über einen Adapter mit dem Stativgewinde befestigen lässt (Im Lieferumfang des BL 15x56 enthalten). Eine Argon-Gasfüllung im Inneren des Fernglases verhindert das Beschlagen der Glas-Luft-Flächen und sorgt für dauerhaften Korrosionsschutz. Durch die verlängerte Austrittspupille bleibt das gesamte Sehfeld – auch beim Tragen einer Brille – überschaubar. Drehbare, rastende Gummi-Augenmuscheln ergänzen die komfortable Ausstattung. Zum Lieferumfang der BL-Ferngläser gehören ein breiter Neopren-Trageriemen sowie eine Bereitschaftstasche. Das Minox BL 8x56 ist zu einer unverbindlichen Preisempfehlung von 749 Euro und das BL 15x56 zu einer unverbindlichen Preisempfehlung von 829 Euro erhältlich.



Kann hell, kann dunkel.

SIHL MASTERCLASS

DIE FEINE ART ZU DRUCKEN
THE FINE WAY TO PRINT

KONTRASTE SIND UNSERE SPEZIALITÄT

Wir von Sihl bieten Ihnen hochwertige Produkte für professionelle Ansprüche: Die einzigartige Beschichtung unserer MASTERCLASS Inkjet-Medien holt das Beste aus Ihrem Motiv heraus.

www.sihl-masterclass.de

Dipl.-Ing. Th. Mümken Sales GmbH mit Noritsu



Dipl.-Ing. Thomas Mümken, Geschäftsführer der DITMS, Krefeld

Anfang 2011 übernahm die Dipl.-Ing. Th. Mümken Sales GmbH (DITMS) den Vertrieb von Noritsu Minilabs in 15 europäischen Ländern, darunter natürlich Deutschland. Das von einem erfahrenen Noritsu Manager gegründete Vertriebs- und Serviceunternehmen hat sich von Beginn an als starker Partner für seine Kunden profiliert und kürzlich das 100. Noritsu D1005 Inkjet Minilab platziert. *imaging+foto-contact* hat mit Thomas Mümken, Gründer und Geschäftsführer von DITMS, über den Minilabmarkt und die Perspektiven für das Bildergeschäft der Zukunft gesprochen.

„Flexibilität ist unsere

imaging+foto-contact: *Herr Mümken, Sie haben mit Ihrem eigenen Unternehmen vor knapp zwei Jahren den Vertrieb von Noritsu in Deutschland und zahlreichen europäischen Ländern übernommen. Das war eine mutige Entscheidung, denn der Minilab-Markt ist bekanntlich in den letzten Jahren nicht einfacher geworden. Haben Sie diesen Schritt inzwischen bereut?*

Thomas Mümken: „Wer nicht wagt, der nicht gewinnt.“ Wir kannten den Markt, die Chancen, die Risiken. Nach sorgfältigem Abwägen haben meine Mitarbeiter und ich uns positiv entschieden. Seit unserem Start, Anfang 2011, bedienen wir Selbstverarbeiter in 15 europäischen Ländern,

und ab der photokina mit Polen, der Slowakei und der Tschechischen Republik sogar drei weitere. Angesichts unserer sehr guten Ergebnisse hat uns Noritsu diese Erweiterung angeboten. „Den“ Minilab-Markt gab und gibt es nicht, die Unterschiede sind nicht nur von Land zu Land, zum Teil auch von Region zu Region recht unterschiedlich. Deshalb ist Flexibilität unsere Stärke.

imaging+foto-contact: *Bedeutet das, dass der Fotohandel wieder verstärkt in Bilddienstleistungen direkt in seinem Geschäft investiert?*

Thomas Mümken: Immer mehr – zumeist selbstverarbeitende –

Fotohändler und Fotografen erkennen, dass es heute wirklich nicht mehr ausreicht, nur Bilder zu liefern. Der Wunsch der Konsumenten nach Individuellem bestimmt das Geschehen und damit langfristig den Erfolg oder Misserfolg im Bildergeschäft. Schließlich ist das Angebot der Großfinisher an personalisierten Bildprodukten riesig. Da sie dieses Segment seit Jahren massiv bewerben, ist es zum am schnellsten wachsenden Bereich im Bildermarkt geworden. Entweder man akzeptiert diese Entwicklung und nimmt als Händler bewusst daran teil, oder man wird mit sinkenden Umsätzen im Standardbildgeschäft leben müssen. In diesem Umfeld profilieren sich die

erfolgreich

aktiven ortsgebundenen Fotofachhändler durch kompetente Beratung, durch besseren, schnelleren Service und kompromisslos gute Bildqualität. Diese Händler und Fotografen, die in ihre Zukunft investieren, das sind unsere Kunden.

imaging+foto-contact: *Noritsu setzt, wie andere Hersteller auch, verstärkt auf „trockene“ Minilabs. Wie wird die Inkjet-Technologie inzwischen angenommen? Welche Vorteile hat sie gegenüber dem klassischen Fotopapier?*

Thomas Mümken: Noritsu hat schon sehr früh die rasch wachsende Bedeutung von wertschöpfungsstarken Bildprodukten im digitalen Bilder-geschäft erkannt. Als Pionier der Inkjet-Minilabs besitzt Noritsu mehr als zehnjährige Erfahrung mit dieser Technologie. Bereits 2002 stellte das Unternehmen das erste und seinerzeit einzige marktreife Inkjet-Minilab vor.

Stärke“

Inzwischen gibt es die vierte Gerätegeneration, in der ausnahmslos alle Modelle duplextauglich sind. Bei unseren Kunden stoßen wir längst nicht mehr auf Vorbehalte. „Trocken“ ist bei selbstverarbeitenden Fotohändlern und Fotografen zum Standard geworden. Derzeit sind bei unseren Kunden weit über 200 Noritsu-Inkjet-Labs der Modelle D502, D701, D703 und D1005(HR) im Einsatz. Diese Betreiber haben zuvor mit fotochemischen Minilabs produziert, doch keiner von ihnen möchte sein trockenes wieder gegen ein nasses Minilabgerät tauschen. Zudem wird das Sortiment von Inkjet-tauglichen Papieren stetig größer, während es bei Fotopapieren



Das flexible Noritsu D1005 HR ist das meistverkaufte Duplex-Inkjet-Minilab im Programm der Krefelder DITMS.

nach und nach schrumpft. Auch bei der Bildqualität schneiden Inkjet-Prints besser als fotochemische Bilder ab, weil der nutzbare Farbraum bei der Inkjet-Technologie deutlich größer ist. Noritsu hat anfänglich sechsfarbige Systeme verbaut, konnte aber dann durch die Punktgrößensteuerung mit vierfarbigen Systemen eine vergleichbar hervorragende Bildqualität erreichen. Unsere Trockenlabs benötigen weniger Stellfläche als fotochemische Geräte, verbrauchen erheblich weniger Energie, sind sofort nach dem Einschalten einsatzbereit und können nach kurzer Einarbeitung von allen Beschäftigten des Unternehmens korrekt bedient werden. Badansätze, Verdunstungsausgleich, das Entsorgen der Überläufe und Papierwechsel in der Dunkelkammer sind passé.

imaging+foto-contact: *Wissen Sie, für welche Bildprodukte außer Standardprints die Minilabs inzwischen eingesetzt werden? Welche Bedeutung spielt die Herstellung von wertschöpfungsstarken Bildprodukten wie Fotobüchern, Fotokalendern, Grußkarten etc. bei Ihren Kunden?*

Thomas Mümken: Vor allem im deutschsprachigen Raum werden mit unseren Geräten nach wie vor viele Bilder in Standardformaten, vermehrt auch große Formate, Poster und 30 x 91 cm große Panoramabilder produziert. Dabei nimmt der Anteil der Bildmehrwert-Produkte seit Jahren zu, wie wir an den bestellten Papieren feststellen. Abhängig von den lokalen Marktgegebenheiten und vom

Verkaufsschwerpunkt des jeweiligen Betreibers fällt die Gewichtung sehr unterschiedlich aus. Es gibt Fotohändler und Porträtfotografen, die ihre Fotobuchproduktion sehr forcieren. Jenseits des reinen Amateurgeschäfts konzentrieren sich etliche Anbieter auf gewerbliche Kunden, für die sie spezielle Fotobücher und bebilderte Karten aller Art fertigen. Da die weitaus meisten unserer Trockenlab-Kunden ehemalige Betreiber fotochemischer Minilabs sind, wissen sie, welche Produkte für ihre Kunden attraktiv sind und wie sie ihr Ausarbeitungsgerät sinnvoll nutzen. Dadurch gewinnen die wertschöpfungsstarken Bildprodukte auch bei den Selbstverarbeitern zunehmend an Bedeutung.

imaging+foto-contact: *Für diese Produkte braucht man auch entsprechende Front-End-Geräte, also Annahme-Kiosks und Internet-Shops. Was haben Sie in diesem Bereich Ihren Kunden zu bieten?*

Thomas Mümken: Zu unserem Lieferprogramm gehören der „High Photo Transfer“-Kiosk und „High Photo Transfer“-Online, kurz „HPT“. Die Bandbreite der Bestelloptionen, die der Konsument an den Stationen wählen kann, reicht vom Standardbild-

Interview

programm mit Postern bis hin zu ein- und doppelseitig bedruckten Bildmehrwertprodukten. Dazu, wie auch zur Online-Bildbestellung, verwenden unsere Kunden meistens unser eigenes „HPT“-Programm, das wir kontinuierlich weiterentwickeln. Die bisherige Erfahrung zeigt, dass diese Kombination nicht nur technisch optimal funktioniert, sondern auch von den Händlern und deren Kunden sehr gut angenommen wird. Vor allem deshalb, weil die Bedienung am „HPT“-Kiosk beim Händler mit der Bedienung bei der „HPT“-basierten Onlinebestellung daheim am Rechner des Konsumenten nahezu identisch ist. Das macht es dem Verbraucher leicht, sich da wie dort rasch zurechtzufinden, motiviert ihn,



Das Duplexmodell D502 zeichnet sich durch eine vollautomatische Wende-Einheit aus.

mehr Bildprodukte zu ordern, und bindet ihn an seinen selbstverarbeitenden Fotofachhändler.

imaging+foto-contact: Welche Rolle spielen klassische Minilabs mit echtem Fotopapier heute noch?

Thomas Mümken: Noritsu entwickelt auch weiterhin Nassgeräte, wie die Markteinführung der QSS-38er Modelle zu Beginn dieses Jahres beweist. Denn Großlabore, Onlinelabore und Labore für Schul- und Kindergartenfotografie nutzen nach wie vor fotochemische Minilabs, weil diese Geräte für sie technisch und wirtschaftlich durchaus noch interessant sind. Für den selbstverarbeitenden Fotohändler oder Fotografen stellt sich aber die Frage nach einem Nassgerät nicht mehr, für diese Betreiber ist entscheidend, dass ihr Ausarbeitungsgerät duplexfähig und damit zukunftsfähig ist.

imaging+foto-contact: Was kann der Fotohandel von Noritsu und DITMS auf der photokina erwarten?

Thomas Mümken: Antworten auf alle Fragen zur lukrativen trockenen und nassen Bildausarbeitung. Die Investition in ein neues Ausarbeitungsgerät ist immer auch eine Entscheidung, die den Betreiber für die nächsten vier bis fünf Jahre technisch wie wirtschaftlich bindet. Angesichts der Wachstumsraten bei Fotomehrwertprodukten spricht alles für ein Inkjet-Minilab, das sowohl doppelseitig als auch einseitig drucken kann. Nur diese duplexfähigen Geräte bieten dem selbstverarbeitenden Fotofachhändler und Fotografen größtmögliche Flexibilität im Bildergeschäft, weil er damit vom Standardbild bis zum personalisierten Bildmehrwertprodukt alle Bilderwünsche seiner Kunden erfüllen kann – auch die besonders lukrativen individuellen. Wir präsentieren in Köln von der Bildannahme bis zur Bildausgabe technisch wie wirtschaftlich attraktive Lösungen, die den Betreibern ermöglichen, im Windschatten der mit Fotomehrwertprodukten glänzenden Großlabore ihr Bildergeschäft erfolgreich auszubauen und zu sichern.

DITMS installiert 100. Noritsu D1005

Die Dipl.-Ing. Th. Mümken Sales GmbH hat im August das hundertste Drylab der Noritsu D1005 HR in ihrem Vertriebsgebiet installiert. Das Gerät wurde bei Foto Hirrlinger in Stuttgart in Betrieb genommen.

Das Duplex-Inkjet-Lab ersetzt bei dem Stuttgarter Traditionshändler ein fotochemisches Noritsu QSS-29er Minilab. Nach eingehenden Gerätetests, die Geschäftsführer Volker Hirrlinger gemeinsam mit seinen Labor-Mitarbeitern durchgeführt



Mit der Jubiläumsmaschine: Geschäftsführer Volker Hirrlinger (r.) und Mirko Wild (l.), Vertriebsrepräsentant West-/Südwest von DITMS

hatte, entschied man sich für das Noritsu D1005 HR. „Die Bildqualität, die solide Technik, die Software, die Bedienung und das große Ausarbeitungsspektrum dieses Duplexgeräts haben uns überzeugt“, erklärte Volker Hirrlinger.

Mit der Noritsu D1005 HR produziert Hirrlinger Bilder in den bekannten Standard- und in vielen Sonderformaten bis 30 x 91 cm. Einen Schwerpunkt der Fertigung bilden Prints im

Format 30 x 45 cm, die das Hirrlinger-Team in beachtlichen Mengen für Fotografen und Fotoamateure herstellt. Die Möglichkeit des beidseitigen Drucks will Hirrlinger unter anderem dazu nutzen, spezielle Produkte für gewerbliche Kunden zu fertigen. Zum Leistungsumfang gehören dann auch Gestaltungsarbeiten. „Wir entwickeln uns“, so Hirrlinger, „damit vom Bilddienstleister weiter zur ‚Mini-Werbeagentur.‘“ Die Eigenverarbeitung hat bei Foto Hirrlinger Tradition, denn das Unternehmen gehört zu den Minilab-Pionieren in Deutschland. Bereits Anfang der 1980er Jahre nahm der Fotohändler das erste Minilab in Stuttgart in Betrieb.

photokina tv geht wieder auf Sendung

Nach dem Erfolg der photokina tv-Beiträge im Jahr 2010 ist die World of Imaging auch 2012 wieder mit einem eigenen TV-Format auf Sendung. Unter www.myvideo.de/channel/photokina-2012 finden sich ab sofort alle aktuellen Videos rund um die Weltleitmesse der Foto- und Imagingbranche. In Halle 5.1. entsteht darüber hinaus „photokina tv“ in einem gläsernen Studio mitten auf der Messe.

Produziert werden die Sendungen von FotoTV.de, dem nach eigenen Angaben weltweit größten WebTV über Fotografie und offizieller TV-Partner der photokina.

Ein Highlight von photokina tv wird beispielsweise ein Interview mit René Staud sein. Er ist seit Jahren einer der

profiliertesten Auto-Fotografen der Welt. In der Sendung wird er Einblicke in die Produktion großer Kampagnen geben und insbesondere zeigen, wie es heute mit der Verschmelzung

von traditionellen Produktionstechniken und CGI (Computer Generated Imaging) gelingt, außergewöhnliche Bilderwelten zu erzeugen. Auch viele Hersteller, darunter Canon, Datacolor, Xrite und Tamron, werden in den Sendungen über die neuesten Produkte berichten.

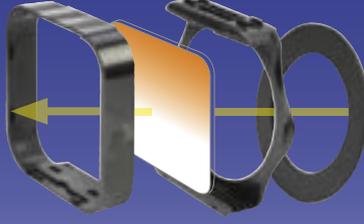
Die photokina 2012 bietet zudem weitere Bewegtbildinhalte: Das Kölner Unternehmen make.tv und MyVideo, die größte Videocommunity aus Deutschland, sind die offiziellen Videopartner der photokina. Dabei übernimmt make.tv die Produktion vor Ort und überträgt das Programm auf der community Stage auch live ins Internet. Für User, die den Event live verpasst haben, stehen die Aufzeichnungen auch nach der photokina noch zur Verfügung.

photokina tv kann on-demand über die Homepage der photokina gesehen werden, zudem bei FotoTV.de (dort auch in Form eines Podcasts), bei YouTube und verlinkt über die Fanseiten der photokina und von FotoTV. Die photokina tv-Sendungen der letzten Messe wurden über 160.000mal angeklickt.

Jede Aufnahme ein Highlight mit DÖRR Farb-Verlauffiltern



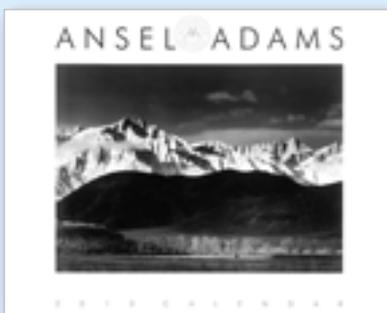
DÖRR
www.doerrfoto.de




- als Go Filtersystem & Einschraubfilter (37–82 mm)
- neutral Grau und verschiedene Farben erhältlich

Ansel-Adams-Kalender für das Jahr 2013



Der Klassiker unter den Fotokalendern, der seit 1983 Jahr für Jahr im gleichen, noch von Ansel Adams festgelegten Layout erscheint, wird die Liebhaber der Schwarzweiß-Fotografie auch im Jahr 2013 begleiten. Auch hier sind wieder 13 Motive aus der faszinierenden Landschaftsfotografie des Meisters seines Faches zu sehen, die die Begeisterung für Natur und Landschaften und ein Höchstmaß

an technischer Präzision bei der Umsetzung der Bildideen widerspiegeln. Darüber hinaus überzeugt der Kalender durch hochwertigen Druck und die großformatigen Abbildungen im Format 39,5 x 32 cm.

Neben dem Wandkalender erscheint für 2013 auch wieder ein Buchkalender, der gleich 53 Fotografien aus Ansel Adams' Œuvre zeigt. Dieser bietet zudem noch Raum für die täglichen Notizen.

Ansel Adams: 2013 Calendar. Monatskalender mit 13 Duoton-Fotos (Januar 2013 bis Januar 2014), Kalenderformat 39,5 x 32 cm, aufgeklappt 39,5 x 64 cm), Kalendarium englisch, Spiralbindung, 18,95 Euro.

Ansel Adams: 2013 Engagement Calendar. Wochenkalender. 112 Seiten mit 53 ganzseitigen Duoton-Fotos, Format 24 x 21 cm, Kalendarium englisch, Spiralbindung, 18,95 Euro.

Beide Kalender sind erhältlich bei Lindemanns Buchhandlung in 70173 Stuttgart, Nadlerstr. 4 (www.lindemanns.de).

Bei Bestellmengen ab 10 Exemplaren kann Lindemanns Buchhandlung auf Anfrage auch einen Händlerrabatt gewähren.

Auf Leinwand, Aluminium oder Acrylglas

Qualität bei meinfoto.de

Die Nachfrage nach Systemkameras wächst rasant, und damit auch die Zahl der wirklich guten Fotos. Sie haben einen besonderen emotionalen Wert für den Fotografen, denn sie zeigen nicht nur Orte, Menschen und Situationen, sondern halten auch Gefühle und wertvolle Erinnerungen fest. Auch deshalb werden Bilder zur Wanddekoration auf Leinwand, Alu-Dibond oder Acrylglas immer beliebter. Bei meinfoto.de können sie ganz einfach online bestellt werden – Partner verdienen dabei mit.

Das Portal getestet.de und die Zeitschrift Digital Photo haben die her-

vorragende Qualität von meinfoto.de mehrmals durch Tests bestätigt. Besonderen Wert legen die Mitarbeiter von meinfoto.de auf einen umfassenden Kundenservice sowie auf die Bedenkenlosigkeit der verwendeten Materialien beim Druck der Leinwände. Und auch bei der Aufspannung und der sicheren Verpackung setzt man auf Qualität.

Die Leinwanddrucke werden mit moderner und leistungsfähiger Latex-Technologie von HP gedruckt und sind innerhalb von 24 Stunden versandfertig. Bei der Produktion wird völlig auf Lösungsmittel verzichtet, so dass die Leinwände auch in sensiblen Räumen wie beispielsweise Kinderzimmern aufgehängt werden können. Die Leinwände selbst bestehen aus einem robusten Baumwollgemisch und geben dank ihres hohen Weißanteils die Farben des Fotos naturgetreu wieder. Der hochwertige Keilrahmen aus Fichtenholz macht

den Druck schließlich zu einem exklusiven Kunstwerk im Galeriestil.

Drucke von Profis für Profis

Wer es noch ein wenig außergewöhnlicher mag, der kann seine Werke auf Aluminium verewigen lassen. Dieses Material ist dank HD-Technik besonders für hochaufgelöste Fotos in hoher Qualität geeignet. Eine glänzende UV-Schutzfolie sorgt dafür, dass die edle Aluminium-Verbundplatte lange haltbar bleibt.

Ein besonderer Hingucker sind auch die von meinfoto.de angebotenen Fotos auf hochwertigem Acrylglas. Der brillante 6-Farbdruk sorgt für Ergebnisse in professioneller Qualität mit besonders glänzender Anmutung. Die Drucke auf Acrylglas sind nicht nur licht-, sondern auch wasserbeständig und können so auch Badezimmer dekorativ aufwerten.

Mit einem speziellen Partnerprogramm bietet meinfoto.de dem Fotohandel die Möglichkeit, schnell und unkompliziert an den hochwertigen Bildprodukten mitzuverdienen. Einzelheiten gibt es auf der Internetseite www.meinfoto.de/Partnerprogramm.

meinfoto.de
Galerie-Qualität mit Tiefpreisgarantie

Für alle Leser zur Photokina:

Gutschein über 10 Euro

Rabatt auf Leinwand-, Alu- oder Acryl-Drucke
ab 20 Euro Warenwert (exkl. Versand)*

Ihr Gutschein-Code lautet:

PHOTO10

Einfach einlösen unter:

www.meinfoto.de/photokina2012

Jetzt kommen Sie groß raus!

Foto auf Aluminium ab **9€***

Foto auf Acrylglas ab **10€***

Foto auf Leinwand ab **5€***

*Der hier aufgeführte Rabatt von 10 Euro gilt auf einen Leinwand-, Aluminium- oder Acryl-Druck ab 20 Euro Warenwert, exkl. Versandkosten. Der Gutschein-Code ist gültig bis einschließlich 15.10.2012. Es fallen Versandkosten an laut Preisliste, ab 6,90 €. Eine nachträgliche Gewährung der Rabatte ist nicht möglich. Eine Kombination mit anderen Gutschein-Aktionen ist nicht möglich. Der Gutschein ist nur einmal pro Person einlösbar. Keine Barauszahlung möglich. Sämtliche Preisangaben inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten.

Carl Zeiss mit neuem Teleobjektiv auf der photokina



Auf der photokina zeigt Carl Zeiss erstmals das Apo Sonnar T* 2/135 – mit einer Brennweite von 135 mm das nach Unternehmensangaben längste Teleobjektiv im Angebot hochwertiger SLR-Objektive. Insgesamt stehen nun 13 SLR-Objektive von Carl Zeiss im Bereich von 15 bis 135 Millimetern zur Auswahl.

Das Apo Sonnar T* 2/135 kann Objekte bis zu einem Maßstab von 1:4 darstellen und ist nach dem bewährten Carl Zeiss „Floating-Elements“-Design konstruiert. Die spezielle, variable Anordnung der Linsen sorgt für eine exzellente Abbildungsleistung über den gesamten Fokussierbereich von 0,8 m bis unendlich. Das kompakte Teleobjektiv verfügt über elf Linsen in acht Gruppen. Als Apochromat sind bei dem Objektiv die chromatischen Aberrationen (Farblängsfehler) durch Linsen aus Sondergläsern mit anomaler Teildispersion korrigiert. Hell-Dunkel-Übergänge im Bild und insbesondere Spitzlichter werden weitgehend frei von farbigen Artefakten wiedergegeben. Wie bei allen anderen SLR-Objektiven der ZE- und ZF.2-Serie sorgen die Carl Zeiss T* Anti-Reflex-Beschichtung und eine aufwändige Behandlung der Linsenränder mit tief-schwarzen Speziallacken für Unempfindlichkeit gegenüber Reflexen und Streulicht. Der große Drehwinkel von 268° ermöglicht ein präzises Scharfstellen. Das Apo Sonnar T* 2/135 verfügt über ein Ganzmetallgehäuse und wird mit F-Bajonett (ZF.2) und mit EF-Bajonett (ZE) verfügbar sein. Die Auslieferung des Objektivs soll im Dezember 2012 starten. Der UVP liegt bei ca. 1.900 Euro.

Cullmann mit neuem Taschen-Sortiment auf der photokina

Zur photokina stellt Cullmann in Halle 2.1, Stand C41, sein neues Taschen-Sortiment vor. Es reicht von der vielseitigen Taschenserie Atlanta bis hin zum Garda SportsPack 400, der Sport- und Fotorucksack in einem ist.

Die neue Taschenserie Atlanta umfasst drei Modelle in verschiedenen Größen für unterschiedliche Ansprüche: die Maxima 140+, die Maxima 300+ und die Maxima 430+. Während die Maxima 140+ besonders für spiegellose Systemkameras mit zwei bis drei Zusatzobjektiven geeignet ist, bieten die Modelle Maxima 300+ und 430+ genügend Platz für eine DSLR-Kamera mit Zubehör und Notebook. Die Taschen sind voraussichtlich Ende September 2012 verfügbar.

Die Dubai Taschenserie in Schwarz ist besonders für ambitionierte Foto- und Videografen geeignet, die Wert auf eine schlichte, klassische Tasche legen. Die Modelle Maxima 70 und Maxima 230 bieten Platz für spiegellose Systemkameras – die Maxima 70 für eine kleinere Ausrüstung, die Maxima

Einfach Werte sichern



Das Plus an Sicherheit!

FINDBÜRO – Das moderne Fundbüro

- FINDBÜRO findet verlorene Wertgegenstände.
- FINDBÜRO ist 24 Stunden täglich online erreichbar.



Kommen Sie vom **18.–23.9.** auf die **Photokina** zum **WERTGARANTIE Stand!** Wir informieren Sie über das neue FINDBÜRO und die Vorteile für Sie und Ihre Kunden! Sie finden uns in **Halle 2.1, Stand B-036.**



www.findbuero.de

Ein Service der WERTGARANTIE Unternehmensgruppe



230 fasst neben der Kamera bis zu drei Objektive und ein Tablet. Verfügbarkeit ist voraussichtlich Ende Oktober 2012. Die aus 100 Prozent robustem Leinen bestehende Taschenserie Darwin, bestehend aus den Modellen Maxima 320 und Maxima 425+, ist für kleine bis mittlere DSLR-Ausrüstungen oder spiegellose Systemkameras mit Zubehör geeignet. Die Taschen sind jeweils in Schwarz und Beige erhältlich. Verfügbarkeit: Anfang Oktober 2012.

Die Taschenserie Paros mit den Modellen Action 100, Maxima 120, Action 200 und Maxima 240 ist als Action- und Schultertasche erhältlich und richtet sich an preisbewusste Amateure und Einsteiger. Action 100 und Maxima 120 bieten Platz für spiegellose Systemkameras, während Action 200 und Maxima 240 Stauraum für mittlere DSLRs und Camcorder offerieren. Farbvarianten sind Schwarz mit Rot oder Schwarz mit Blau; die Maxima 240 ist nur in Schwarz mit Blau erhältlich. Verfügbar sind die Taschen Anfang Oktober 2012.

Der Lima Trolley 620+ als Ergänzung zur bestehenden Lima-Serie ist besonders für ambitionierte Foto- und Videoamateure geeignet, die ihre mittlere bis große Ausrüstung vorwiegend auf Reisen und im Outdoorbereich nutzen. Verfügbarkeit: voraussichtlich ab Ende September 2012.

Der Garda SportsPack 400, Sport- und Fotorucksack in einem, ist für sportbewusste, ambitionierte Foto- und Videoamateure geeignet und in Grau/Orange oder in Schwarz erhältlich. Verfügbarkeit: voraussichtlich ab November 2012. Die UVPs zu den neuen Taschenserien von Cullmann gibt das Unternehmen auf der photokina bekannt.

Cullmann Taschenserie Dubai



Felix Schoeller unterstreicht Marktführerschaft

Der Spezialpapierhersteller Felix Schoeller setzt das neue Markenversprechen „Best Performing Papers. Worldwide.“ auf der diesjährigen photokina mit zahlreichen Neuheiten um. Mehr als 40 neue Produkte werden vorgestellt und ergänzen nahtlos die Innovationsoffensive, mit der das Unternehmen seit Jahresbeginn eindrucksvolle Erfolge erzielte.

„Wir sind weltweit führend in der Herstellung von Spezialpapieren und Premium-Produkten für alle wichtigen Bebilderungsverfahren und Drucksysteme, also vom klassischen Silbersalzverfahren, Inkjet- und Thermosublimations- bis zum Laserdruckverfahren. Unsere Herstellungsverfahren, die Tiefe der Wertschöpfung und das Wissen unserer Mitarbeiter sind weltweit einzigartig und somit eine exzellente



Guido Hofmeyer, Executive Vice President und COO von Felix Schoeller: „Unsere Herstellungsverfahren, die Tiefe der Wertschöpfung und das Wissen unserer Mitarbeiter sind weltweit einzigartig.“



Der großzügige Messestand von Felix Schoeller steht auf der photokina im Zeichen zahlreicher neuer Produkte.

Basis für den weiteren Ausbau unserer Aktivitäten. Die in diesem Jahr auf der drupa gestartete Produktoffensive war in diesem Zusammenhang ein für uns wichtiger Baustein, auf dem wir nun auf der diesjährigen photokina ideal aufbauen können“, erklärte Guido Hofmeyer, Executive Vice President und COO von Felix Schoeller, im Gespräch mit imaging+foto-contact. „Wir stellen auf der photokina weitere Innovationen für die Herstellung zahlreicher Bildprodukte von Standardprints über Fotobücher und Wand-Dekorationen bis zu neuen FineArt Produkten und Spezialitäten vor. Damit bringen wir erstklassige Fotoqualität und einzigartige Eigenschaften in die wachstumsträchtigen Segmente Inkjet- und Digitaldruck und sprechen mit unseren Neuheiten zahlreiche Zielgruppen an, von Bilddienstleistern und Druckern bis zu Profi- und Hobbyfotografen sowie dem Fotohandel. Uns geht es darum, mit jedem Produkt für unsere Kunden eine Möglichkeit zur



Wertschöpfung zu entwickeln – das ist im Grunde eine ganz einfache Strategie.“

Hochwertiger Großformatdruck

Für Plakate, Poster und weitere Großformatdrucke in Premiumqualität, zum Beispiel für den Werbe-, Messe- und Display-Bereich, bietet die Felix Schoeller Business Unit Photo Imaging ein neues breites Produktportfolio sowohl für wasser- als auch lösungsmittelbasierten Druck an. Die neuen Solvent Papiere sind durchweg PVC-frei, zeichnen sich durch exzellente Bildwiedergabe mit brillanten Farben aus und bieten mit ihrer sehr kurzen Trocknungszeit deutliche Handling-Vorteile. Die Medien sind als Posterpapier und Fotopapier mit den Oberflächen Glossy, Extra Glossy und Satin

auf der photokina

Premium-Papiere für alle führenden Drucksysteme

als Rollenware erhältlich, und zwar in Grammaturen von 140 bis 275 Gramm. Sie sind nicht nur für den herkömmlichen Solvent-Druck, sondern auch für Eco-Solvent, UV- und Latexverfahren geeignet. Auch bei den neuen Display-Medien für den wasser- und lösungsmittelbasierten Druck bieten die Neuheiten von Felix Schoeller neben hervorragenden Bildqualitäten und schnellen Trocknungszeiten handfeste Vorteile. So kann einer der neuen Backlit Filme für Leuchtkastensysteme auf der einen Seite mit Solvent-Tinten und auf der anderen Seite mit wasserbasierten Tinten bedruckt werden. Dieses Produkt-Design macht das Felix Schoeller Backlit Medium universal und flexibel einsetzbar, wodurch sich der Aufwand für die Lagerhaltung bei den Anwendern deutlich reduziert. Komplettiert wird das Angebot an Display-Medien mit Filmen für Roll up- und Pop Up-Systeme, die nicht nur bestens für die üblichen Werbe- und Messegrafiken geeignet sind, sondern auch für dekorative Anwendungen wie Sonnenschutz, Flächenvorhänge oder Schiebepanäle im Außen- und Innenbereich eingesetzt werden können.

Im Bereich der Foto-Anwendungen nimmt Felix Schoeller den Trend zu

hochwertigen Fotoprodukten für die Wanddekoration auf. So stellt das Unternehmen im Canvas Portfolio drei neue Medien vor: Dazu gehören zwei neue schnell trocknende Premium Produkte aus hochwertigem Baumwoll-/Polyestergewebe in den Farbschattierungen BrightWhite und NaturalWhite mit einem Flächengewicht von 380 g/m². Sie sind vor

allem für anspruchsvolle Kunstproduktionen und künstlerische Fotografie prädestiniert. Das bereits bekannte 340 g Produkt ist nunmehr sowohl schwer entflammbar als auch Oeko-tex 100 zertifiziert erhältlich. Ganz neu ist auch ein Polyethylen-beschichtetes 240 g/m² Fotopapier mit Canvas-artiger Struktur. Das mikroporös schnell trocknende Produkt ist mit glän-



Diese eindrucksvolle Grafik macht die umfassende Kompetenz von Felix Schoeller für alle wichtigen Druckverfahren und Foto-Anwendungen deutlich.

Unternehmen

zender oder semimatter Oberfläche verfügbar. Als Ergänzung wird ein matt gestrichenes Papier mit ebenfalls leinwandartiger Oberflächenstruktur in einer Grammatur von 230 g/m² vorgestellt.

Das bekannte Sortiment von Ultrawhite Alpine-Fotopapieren für den Inkjetdruck wird zur photokina um die Oberflächen Pyramid und Glacier in den Grammatoren 250 und 270 g/m² erweitert. Diese Oberflächen sind aus dem klassischen Silbersalz bekannt und werden vor allem von Profifotografen für Porträts geschätzt.

Digitaldruck-Papiere in Fotoqualität

Mit der Einführung des E-Photo Lustre Papiers für den Digitaldruck eröffnete die Business Unit Digital Media von Felix Schoeller ein neues Qualitätsniveau in diesem Segment. Das speziell für den Einsatz auf HP Indigo Digitaldruckmaschinen entwickelte Material basiert auf traditionellem Fotopapier und bietet eine hervorragende Bildwiedergabe, die inzwischen von zahlreichen Bilddienstleistern besonders für die Produktion von Premium-Fotobüchern geschätzt wird. Nachdem Felix Schoeller auf der diesjährigen drupa im Mai bereits 30 neue Digitaldruckpapiere einführte, wird dieses Produkt-Spektrum auf der photokina 2012 weiter ausgebaut.

So schließt sich in den neuen E-Photo Papieren erneut die enge Entwicklungspartnerschaft mit HP Indigo nieder. Das neue E-Photo HP Professional wird erstmals mit original HP Rückseitenlogo erhältlich sein. Das exklusiv von Felix Schoeller gefertigte, PE-beschichtete Material für den Fotodruck kann sowohl auf der HP Indigo WS6000p als auch auf Bogendruckmaschinen der Indigo Baureihe verarbeitet werden. Neben den bereits

bekanntesten Oberflächen Lustre und Glossy gibt es dieses einzigartige Medium jetzt auch mit der Oberfläche Pyramid. Sie erzeugt eine eindrucksvolle Bildanmutung und Haptik, die besonders für die Porträtfotografie abgestimmt ist und sich ohne weitere Nachveredelung als resistent gegen Fingerabdrücke erweist.

Die E-Photo Produkte von Felix Schoeller zeichnen sich nicht nur durch die Optik und Haptik klassischen Fotopapiers aus, sondern bieten auch hervorragende Voraussetzungen für die Herstellung personalisierter Bildprodukte in Premium-Qualität. Exzellente Tonerhaftung, Beständigkeit gegenüber Flüssigkeiten und Schmutz sowie ausgezeichnete Rill- und Falzeigenschaften gewährleisten einen reibungslosen Workflow bei der Produktion langlebiger Fotobücher, Porträts und Broschüren. Auf dem photokina-Stand wird die Business Unit Felix Schoeller Digital Media ausgewählte Anwen-



„Best Performing Papers. Worldwide.“ sind das Thema des photokina Auftritts von Felix Schoeller.

dungsbeispiele für Premium-Fotobücher demonstrieren.

Für Digitaldrucksysteme auf Trockentonerbasis bietet Felix Schoeller mit den E-Feel und E-Pure Materialien ebenfalls Papier-Qualitäten an, die sich hervorragend für die Produktion von Fotos, Postern, Broschüren, Buchdecken, Grußkarten usw. eignen. Die E-Feel Produkte sind mit Pyramid-Oberfläche oder einer Canvas-artigen Struktur erhältlich, beidseitig bedruckbar und so hervorragend für die Herstellung von Bildprodukten mit besonderen haptischen Effekten geeignet. Ein besonderes Highlight sind dabei die neuen L&D Papiere: Sie können sowohl mit Flüssigtonern (zum Beispiel HP Indigo) als auch Digitaldruckmaschinen auf Trockentonerbasis (zum Beispiel Canon, Kodak, Konica Minolta, Ricoh und Xerox) verarbeitet werden.

Auf dem in diesem Jahr komplett neu gestalteten photokina-Stand in Halle 6.1, A31 wird Felix Schoeller seine umfassende Kompetenz für alle führenden Drucksysteme nicht nur mit zahlreichen Neuheiten demonstrieren, sondern auch mit der Präsentation vielfältiger Beispiele für die Anwendung. „Die jahrzehntelange partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Kunden in einer offenen, integren und persönlichen Kultur drückt sich auch im Konzept unseres Messestandes aus“, erklärte Florian Murrmann, Senior Vice President Global Marketing bei Felix Schoeller. „Im Zentrum unseres Standes der Felix Schoeller World of Imaging können alle unsere Kundengruppen – vom Druckerhersteller, Drucker, Bilddienstleister und dem Fotohandel bis hin zu Profi- und Hobbyfotografen – genau die Produkte, Technologien und Anwendungen erleben, die ihren Bedürfnissen entsprechen.“

Sonys erste ActionCam HDR-AS15

Die neue ActionCam HDR-AS15 von Sony mit integriertem SteadyShot-Bildstabilisator bietet ein stabiles und waserdichtes Gehäuse für Unterwasser- aufnahmen bis zu einer Tiefe von 60 Metern. Ebenfalls mitgeliefert wird eine Klebehalterung, mit deren Hilfe der Camcorder zum Beispiel auf einem Ski- oder Motorradhelm befestigt werden kann. Sie ist biegsam und kann sich somit jeder Form optimal anpassen.

Mit einer Größe von 24,5 x 47 x 82 Millimetern und einem Gewicht von 90 Gramm ist die HDR-AS15 außerordentlich leicht. Die integrierte WiFi-Funktion ermöglicht den Transfer gespeicherter Aufnahmen auf ein Smartphone. Mit der neuen Play-Memories Mobile App für iOS und Android kann das Handy zudem als Fernbedienung genutzt werden.

Der hochempfindliche Exmor R CMOS-Bildsensor gewährleistet selbst bei ungünstigen Lichtverhältnissen scharfe



und rauschfreie Videos. Dazu trägt auch das hochwertige Tessar Objektiv von Carl Zeiss mit 15,3 Millimetern Festbrennweite und einem 170-Grad-Blickwinkel bei.

Die HDR-AS15 nimmt Videos im Format MPEG4-AVC/H.264 und in Full-HD-Auflösung (1.920 x 1.080 Pixel) mit 30 Vollbildern pro Sekunde auf (30p). Um Speicherkapazität zu sparen, kann auf das alternative HD-Format mit 1.280 x 720 Pixeln (30p) umgeschaltet werden. Auf Wunsch nimmt die HDR-AS15 von Sony auch Fotos auf. Hierfür steht eine Auflösung von zwei Megapixeln (1.920 x 1.080) zur Verfügung.

Die HDR-AS15 ist zum UVP von 299 Euro ab Oktober 2012 verfügbar.

Le Bon Image stellt neues Inkjet-Papier vor

Das erstmals zur photokina vorgestellte Bonjet One in den Formaten A4 und A3+ ist ein exklusives Fine Art-Papier. Der schwere, naturweiße Baumwolle-Träger liefert die Basis für eine glatte, seidige Oberfläche mit edlem Finish. Die in mehreren Schichten aufgebraachte, mikroporöse Beschichtung der neuesten Generation wurde speziell auf diesen Träger abgestimmt und bietet neben hochwertiger Bildwiedergabe auch Schutz vor Kratzern und Beschädigungen. Des Weiteren zeichnet sich das Papier durch eine sehr hohe Maximaldichte bis zu einer Dmax von 2,7, einen weiten Farbraum mit präziser Tonwertwiedergabe und gestochen scharfe Details aus. Damit ist es sowohl für Schwarzweißbilder wie auch für farbige Sujets bestens geeignet. Darüber hinaus erfüllt das Papier auch alle Anforderungen an die Archivierbarkeit: Es ist lignin- und säurefrei und verzichtet vollständig auf optische Aufheller.

TIS

TIS - Service - GmbH



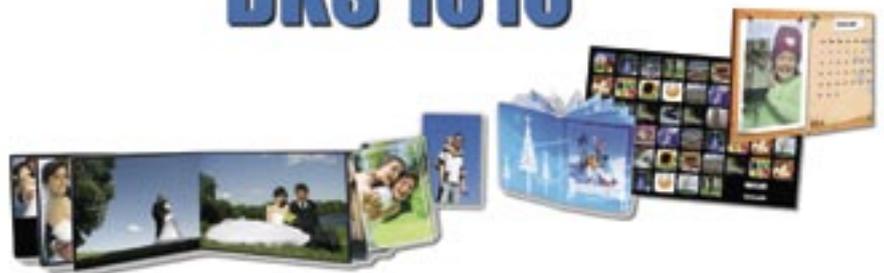
**Besuchen Sie uns auf der Photokina
Halle 6.1 / Stand C15 / D18**

**oder fordern Sie einen Prospekt an:
info@tis-service.de**

Produktives Multitalent mit Mehrwert zum kleinen Preis!

**Das Minilab für den Bilddienstleister der
Zukunft:**

DKS 1810



**Format 9x13cm / 30x45cm, Collagen,
Grusskarten, Einladungen, Fotobücher,
Kalender, ICC-Profil-Management, u.v.m.**

Die neuen Kodak Ideen fürs Bildergeschäft

Vernetzt mit allen Kanälen

Trotz der Ankündigung, praktisch das gesamte Fotogeschäft zu verkaufen, präsentiert sich Kodak auf der photokina mit zahlreichen Innovationen fürs Bildergeschäft. Neue Sofortdruck-Lösungen für den Fotohandel, Apps für mobile Geräte und Lösungen für soziale Netzwerke sollen es möglich machen, zu jeder Zeit und von jedem Ort aus wertschöpfungsstarke Bildprodukte zu bestellen, die dann in wenigen Minuten beim Fotohandel produziert werden.

Auf Anfrage von *imaging+foto-contact* machte Kodak Europa-Chef Philip Cullimore deutlich, dass die Ankündigung des geplanten Verkaufs des Fotogeschäfts die derzeitigen Aktivitäten von Kodak nicht beeinträchtigt. „Nach der Ankündigung unseres Vorhabens, den Geschäftsbereich Personalisiertes Imaging zu verkaufen, ist es wichtig zu bedenken, dass wir diesen Geschäftsbereich keinesfalls einstellen werden“, erklärte Cullimore. „Daher wird es keine Auswirkungen auf die europäischen Absatzkanäle geben. Bis zur Übergabe an einen neuen Eigentümer werden wir diesen Geschäftsbereich fortführen und weiterhin innovative Produkte, Dienstleistungen und Software-Updates anbieten. Es ist in unserem Interesse und im Interesse des zukünftigen Eigentümers, weiterhin Kundenzufriedenheit zu erzeugen, die Absatzkanäle zu unterstützen, die Marketing-Aktivitäten fortzusetzen und ständige Produktverfügbarkeit zu gewährleisten.“



Kodak Europachef Philip Cullimore: „Wir werden den Geschäftsbereich Personalisiertes Imaging bis zur Übergabe an den neuen Eigentümer weiterführen und innovative Produkte, Dienstleistungen und Software-Updates anbieten.“

Auf der photokina setzt Kodak auf die Vernetzung der unterschiedlichen Geräte und Plattformen und macht es mit neuen Lösungen mög-



lich, die unzähligen Fotos aus Smartphones und die zahlreichen Schnappschüsse auf Internet-Plattformen wie Facebook für das Bildergeschäft im Fotohandel zu nutzen. „Bis Ende dieses Jahres wird Kodak über 9.000 Kiosks beim europäischen Fotohandel mit Facebook verbunden haben“, erklärte Darren Johnson, Regional Business Manager und Vice President CDG EAMER, im Gespräch mit *imaging+foto-contact*. „Damit stellen wir uns auf die vier aktuellen Trends im Konsumentenverhalten ein. Die Kunden möchten zu jeder Zeit und von jeder Plattform aus einkaufen können.“



„Connect. Create. Inspire.“ ist das Motto von Kodak auf der photokina.

Sie möchten nicht lange auf ihre Bestellungen warten. Sie setzen auf Personalisierung, und sie wollen ein positives Einkaufserlebnis haben. Genau das machen wir mit unseren neuen Software-Applikationen und Sofortdruck-Lösungen für den Fotohandel möglich.“

So können die Kunden jetzt Kodak Bildprodukte wahlweise zu Hause mit der Create@Home Software



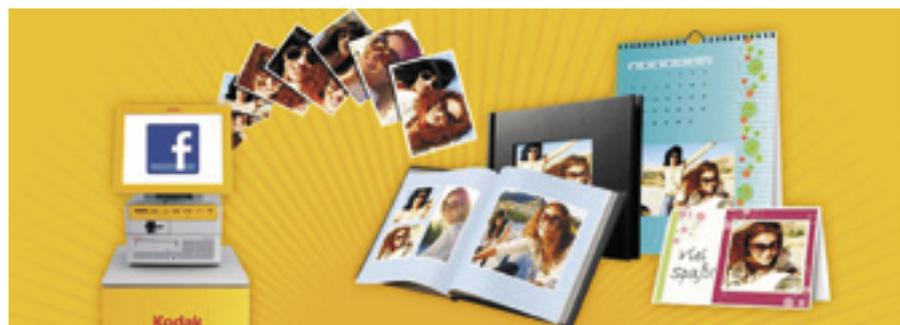
Das Kodak Fotobuch „Sofort zum Mitnehmen“ soll dem Fotohandel eine besonders hohe Wertschöpfung ermöglichen.

gestalten, aber auch mit der neuen My Kodak Mobile App ihre Smartphones und Tablets dazu nutzen, um Fotoprodukte zu bestellen, die noch am selben Tag beim Fotohändler ihrer Wahl abgeholt werden können. Ebenfalls neu ist die My Kodak Moments Facebook App. Damit ist es möglich, Facebook Fotoalben in wenigen Sekunden in ein virtuelles Fotobuch zu verwandeln, dieses mit Freunden zu teilen und natürlich gedruckte Exemplare zu bestellen, die auf den Kodak Drucksystemen beim Fotohandel hergestellt werden. „Smartphones sind keine Telefone, sondern persönliche Portale zur ver-

netzten Welt“, betonte Johnson. „Bis Ende 2012 werden mehr als 220 Millionen dieser Geräte in Westeuropa im Einsatz sein. Das bedeutet: Mehr als die Hälfte der Bevölkerung besitzt ein Smartphone. In einigen Ländern sind die Geräte bereits allgegenwärtig. Den höchsten Verbreitungsgrad erwarten Experten für Großbritannien, wo bis Ende des Jahres 74 Prozent der Bevölkerung ein Smartphone besitzen werden. Deutschland liegt mit einer Durchdringungsrate von knapp 50 Prozent noch darunter, holt aber schnell auf.“

Neuer Kodak Fotokiosk

Der neue Kodak G4XL Fotokiosk mit umfassenden Vernetzungsfunktionen und einer intuitiven Bedienoberfläche gibt dem Fotohandel die Möglichkeit, sich auf diese Entwicklung einzustellen. Der große 16:9-Monitor mit einem berührungsempfindlichen Bildschirm der neuesten Generation macht die Gestaltung personalisierter Fotoprodukte direkt im Geschäft besonders einfach und komfortabel. Mit dem modularen Drylab Apex, dem neuen Kodak 305 Fotodrucker und weiteren Peripherie-Geräten bietet Kodak dem Fotohandel die Möglichkeit, Fotobücher und Grußkarten „sofort zum Mitnehmen“ anzubieten und damit eine hohe Wertschöpfung zu erzielen.



Vom Kodak Fotokiosk zu Facebook und von Facebook zum Kodak Fotokiosk – Kodak setzt bei Bilddienstleistungen auf umfassende Vernetzung.

Photobücher in 10 Minuten!

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

Promaxx Innovative PC Print Media GmbH • 85386 Eching/Dietersheim
 Frau Anita Paulini Herr Paul F. Kirchberger www.promaxx.de
 Tel. 089 3075 8697 Tel. 089 9572 0290 info@promaxx.de

Lösungen für alle Bilddienstleister

Zusätzlich wird Kodak auf der photokina neue professionelle Papiere und Software für professionelle Fotolabore einführen und neue Entwicklungen für zentrale Bilddienstleister vorstellen. Das Digitaldrucksystem Kodak Nexpress Photo Plattform ist für den Druck qualitativ hochwertiger Fotobücher und anderer Bildprodukte konzipiert und bietet durch spezielle Anwendungen die Voraussetzung, Premium-Produkte mit hoher Wertschöpfung herzustellen. So können mit Hilfe des fünften Druckwerks auch Gold-, Perlmutterglanz- und Neon-Druckeffekte erzielt werden. „Wir freuen uns darauf, auf der photokina unsere Innovationen und unsere Kompetenz im Bildergeschäft zu präsentieren“, erklärte Cullimore. „Kodak hat den Wandel des Fotomarktes entscheidend geprägt – die vielfältigen Lösungen, die wir auf der photokina ausstellen, unterstreichen einmal mehr, wie gut wir die Bedürfnisse der Kunden verstehen.“

di support mit Innovationen fürs Bildergeschäft

Mit wegweisenden Innovationen für das Bildergeschäft im Internet und am PoS sowie mit bahnbrechenden Apps für neue Bilddienstleistungen zeigt di support auf der photokina, dass auch ein Mittelständler die Branche mit Innovationen voranbringen kann. So ermöglicht die neue „Virtual Magic App“ den Konsumenten völlig neue Bild-Erlebnisse und dem Fotohandel zusätzliche Umsatzmöglichkeiten.

„Immer mehr Menschen nutzen digitale Fotos und Videos nicht nur, um Erinnerungen festzuhalten, sondern um praktisch von jedem Ort der Welt aus mit Bildern zu kommunizieren“, erklärte di support Geschäftsführer Ralph Naruhn dem imaging+foto-contact. „Dabei teilen sie ihre Erlebnisse in Echtzeit miteinander und nut-

Magische Momente



Die neue Virtual Magic App von di support ermöglicht völlig neue Bild-Erlebnisse auf Smartphones und Tablet Computern.

zen dafür neben Kameras und PCs immer öfter Mobile Imaging Geräte wie Smartphones und Tablet PCs. Darauf reagieren wir mit Innovationen: Wir haben noch nie zuvor so viele Neuheiten und neue Geschäftsmodelle auf einer einzelnen Veranstaltung gezeigt. Besucher unseres photokina-Standes können deshalb im wahrsten Sinne des Wortes magische Momente erleben.“

Dabei setzt das Unternehmen neueste Technologien wie Augmented Reality und virtuelle 3D-Animation ein. Zu diesem Zweck hat di support die „Virtual Magic App“ entwickelt, mit der gedruckte Bildprodukte mit neuartigen digitalen

Inhalten aufgewertet werden können. Damit das zu steigenden Umsätzen im Fotohandel führt, hat di support neue Software-Lösungen für das Online-Bildergeschäft und den Fotokiosk entwickelt. Die Kiosk-Software G5 für berührungsempfindliche Bildschirme ermöglicht nicht nur die Bestellung zahlreicher Bildprodukte wie Grußkarten, Fotobücher, Kalender, Collagen usw., sondern mit der Funktion „Connect & Print“ auch die Nutzung von Bildern aus Facebook-Alben und die Erstellung von Grußkarten mit „geheimen“ personalisierten Botschaften.

Virtual Magic



Auch am Kiosk ist die 3D-Technologie von di support nützlich. Die Fotoprodukte werden mit den persönlichen Bildern des Kunden gezeigt und können von allen Seiten betrachtet werden.

Hier kommt dann die Virtual Magic App ins Spiel: Am Kiosk-Terminal mit den neuen Online-Multimedia-Softwarelösungen von di support wird eine Grußkarte erstellt, die mit einem speziellen Marker versehen ist. Dieser verweist auf individuell erstellte, drei-



Die neue Kiosk-Software G5 wurde für die Gestaltung und Bestellung innovativer Bildprodukte entwickelt.



Mit der Virtual Magic App können persönliche Botschaften mit dreidimensionalen Inhalten auf Smartphones und Tablets dargestellt werden. Das Objekt kann mit den Fingern bewegt und so von allen Seiten betrachtet werden.

Fotobücher mit Video

dimensionale virtuelle Inhalte, die mit persönlichen Textbotschaften versehen werden können. Um diese Inhalte zu sehen, startet der Adressat auf seinem Smartphone die Virtual Magic App und zeigt mit dem Objektiv auf den Marker der Karte. Wie durch Zauberei erscheint dann das 3D-Objekt mit der persönlichen Botschaft auf dem Monitor; es kann mit den Fingerspitzen gedreht und so von allen Seiten betrachtet werden. Wichtig: Diese 3D-Botschaften sind nur dem Besitzer der Grußkarte mit Hilfe der App zugänglich. Auch Fotobücher können mit diesem innovativen Feature versehen werden. Diese Technologie von di support wurde soeben mit dem Innovationspreis IT 2012 ausgezeichnet.

Mit Hilfe der Multimedia Online-Software von di support halten bewegte Bilder jetzt auch in Fotobücher Einzug. Im ersten Schritt wählt der Nutzer aus verschiedenen Medienquellen (zum Beispiel Festplatte, Facebook, flickr, Picasa oder YouTube) seine Fotos und Videos aus. Anschließend wird mit wenigen Mausclicks ein virtuelles Fotobuch erstellt, das über digitale Medien sofort mit Freunden und Verwandten geteilt werden kann. Videos erscheinen in diesem virtuellen Buch als Standbild und können mit einem einfachen Klick auf den „Play“ Button abgespielt werden. Natürlich ist auch die Bestellung gedruckter Exemplare möglich. In diesem Fall erhalten die Video-Standbilder einen Marker und können wie die 3D-Inhalte mit Hilfe der Virtual Magic App aufgerufen

und auf dem Smartphone oder Tablet abgespielt werden.

Augmented Reality

Auch für das Geschäft mit großformatigen Wanddekorationen stellt di support auf der photokina eine innovative Lösung vor: die „Virtual Poster App“. Sie macht es mit Hilfe der „Augmented Reality“-Technologie möglich, bereits vor der Bestellung zu sehen, wie ein Poster oder eine Fotoleinwand an der gewünschten Stelle im Zimmer wirkt. Dafür gestaltet man zunächst das entsprechende Bildprodukt, klebt einen Marker an die gewünschte Stelle im Zimmer und nimmt die Szenerie mit dem Smartphone auf. Die „Augmented Reality“-Technologie zeigt dann genau das gewünschte Bildprodukt in maßstabsgerechter Größe an der ausgewählten Stelle. So wird zuverlässig verhindert, dass ein zu großes oder ein zu kleines Format bestellt wird. Zudem bietet die



di support Geschäftsführer Ralph Naruhn (rechts) und Werner Stapf, CTO



Die „Virtual Poster App“ von di support macht es mit Augmented Reality Technologie möglich, die Wirkung eines Posters oder einer Leinwand in der eigenen Wohnumgebung zu prüfen.

App die Möglichkeit, von dem Szenario ein digitales Bild abzuspeichern und zum Beispiel die Reaktionen von Freunden aus Facebook abzufragen. „Wir reagieren auf die aktuellen Marktentwicklungen mit Technologien, die Fotos und Videos auf neue Art und Weise erlebbar machen“, erklärte Werner Stapf, CTO von di support. „Damit sichern wir unseren Kunden ein zukunftssicheres Foto-Business.“

posterXXL will mit dem Fotohandel wachsen

„Alle Trends anbieten

Mit der Ausgabe einer Unternehmensanleihe im Volumen von bis zu 15 Millionen Euro sorgte der Münchner Bilddienstleister posterXXL AG im Juli für Aufsehen. Die Finanzspritze soll das Unternehmen, das seit seiner Gründung im Jahr 2004 stets um mehr als 50 Prozent im Jahr gewachsen

ist, endgültig in die Spitzengruppe der Bilddienstleister katapultieren. Dazu soll auch der Ausbau der Zusammenarbeit mit dem Fotohandel beitragen. imaging+foto-contact hat mit Alleinvorstand Christian Schnagl über die Wachstumsstrategie von posterXXL gesprochen.

imaging+foto-contact: *Herr Schnagl, posterXXL hat soeben eine Unternehmensanleihe herausgegeben, deren Volumen ungefähr drei Viertel Ihres Umsatzes im letzten Jahr entspricht. Was sind die Hintergründe für diese ungewöhnliche Maßnahme? Brauchen Sie dringend Geld?*

Christian Schnagl: Mit der Ausgabe der Unternehmensanleihe, die seit dem 27. Juli im Handelsegment m: access der Börse München gehandelt wird, verschaffen wir uns die Mittel, um die Erfolgsgeschichte von posterXXL weiter zu schreiben. Seit der Gründung unseres Unternehmens im Jahr 2004 sind wir jedes Jahr um mehr als 50 Prozent gewachsen. Im letzten Jahr stieg der Umsatz von 13,4 Millionen Euro auf 20,5 Millionen Euro.

imaging+foto-contact: *Von einer Erfolgsgeschichte kann man aber nur sprechen, wenn das Wachstum profitabel ist.*

Christian Schnagl: Das ist richtig, und deshalb ist das Wort Erfolgsgeschichte auch zutreffend. Im letzten Jahr haben wir unser operatives Ergebnis überproportional um 147 Prozent auf 1,044 Millionen Euro gesteigert. Gleichzeitig haben wir kräftig investiert und unsere Produk-

tionskapazitäten deutlich erweitert. Wir können nun beispielsweise alle 2 Sekunden ein Fotobuch fertigstellen. Die generelle Produktionskapazität ist ausgelegt für 100 Mio. Euro Umsatz, und wir haben Reserven, die uns auch im saisonalen Geschäft nicht einknicken lassen.

imaging+foto-contact: *Wo liegen die Gründe für diesen Erfolg?*

Christian Schnagl: posterXXL ist von Grund auf ein digitales Unternehmen. Wir haben keinen Wasserkopf und keine analogen Altlasten. Die Mitarbeiter sind in der digitalen Welt groß geworden. Das waren die Voraussetzungen dafür, dass wir den großen Trend des Digitalzeitalters, nämlich die Personalisierung, frühzeitig erkannt und unsere Produktpalette konsequent ausgebaut haben. Nach dem Start als Poster-Drucker sind wir nun zum Foto-Vollsortimenter geworden. Wir haben inzwischen mehr als 6.000 personalisierte Fotoartikel im Programm – vom Foto, Poster, Leinwand, Bilderrahmen über Fotobücher, Kalender bis hin zu Grußkarten und weiteren Druckprodukten. Dabei sind wir überzeugt davon, dass dieser Trend zur Personalisierung erst am Anfang steht. Mit der Anleihe schaffen wir auch die finanziellen Voraus-

setzungen dafür, unsere Geschäftstätigkeit deutlich auszuweiten.

imaging+foto-contact: *Ist denn auf dem Bildermarkt tatsächlich mit so großem Wachstum zu rechnen? Immerhin gibt es ja bereits starke Anbieter, die teilweise eine dominante Position im digitalen Bildergeschäft besitzen.*

Christian Schnagl: Wir kennen den Markt und beobachten natürlich auch unsere größeren Wettbewerber, und zwar mit gebotenen Respekt. Heute fressen nicht mehr die Großen die Kleinen, sondern die Schnellen überholen die Langsamen. Deshalb ist es längst nicht mehr selbstverständlich, dass eine Nummer 1 im Markt diese Position für alle Zeiten innehat.





Christian Schnagl, Alleinvorstand der posterXXL AG: „Wir machen es dem Fotohandel möglich, eine große Palette personalisierter Produkte unter eigenem Namen anzubieten.“

imaging+foto-contact: Woher nehmen Sie das Selbstbewusstsein, dass Sie zu den Schnellen gehören, und reicht Schnelligkeit wirklich aus? Der Markt für Bildprodukte wächst zwar, aber die Verkaufszahlen explodieren nicht.

Christian Schnagl: Das erste Foto wurde bereits 1826 gemacht. Wir sind also nicht die ersten gewesen. Unsere Erfolgsgeschichte zeigt aber, dass man mit Innovation und Schnelligkeit sehr weit kommen kann. Wir haben kein Venture Capital – alles, was wir aufgebaut haben, wurde in Eigenleistung geschafft. Neue Produkte bekommen wir in wenigen Stunden online. Auch auf

kurzfristige Trends können wir also sehr schnell reagieren.

Als Direktanbieter haben wir dabei einen besonders engen Kontakt zu unseren Kunden und wissen sehr gut, welche Produkte und Maßnahmen funktionieren und welche nicht – denn natürlich haben wir auch den einen oder anderen Misserfolg produziert. Wichtig ist, dass man aus seinen Fehlern lernt. Unsere Fachhandelspartner profitieren dadurch enorm. Wir bieten ausschließlich Top-Seller an und haben den Verkaufsprozess optimiert. Höhere Warenkörbe und höhere Margen sind die Folge. So profitiert der Kunde durch eine einfach zu bedienende Website, der Händler durch hohe Marge, und für uns ist es auch gut. Eine Win-Win-Win-Situation!

imaging+foto-contact: Nun ist posterXXL vorwiegend als Direktanbieter bekannt, der Bildprodukte über einen eigenen Online-Shop an die Konsumenten verkauft. Warum soll der Fotohandel ausgerechnet mit einem Wettbewerber kooperieren?

Christian Schnagl: Die Kooperation mit Wettbewerbern ist in der digitalen Welt nichts Ungewöhnliches. Denken Sie bitte daran, dass Cewe dies ebenfalls macht, z. B. auf onlinefotoservice.de, cewe-print.de,

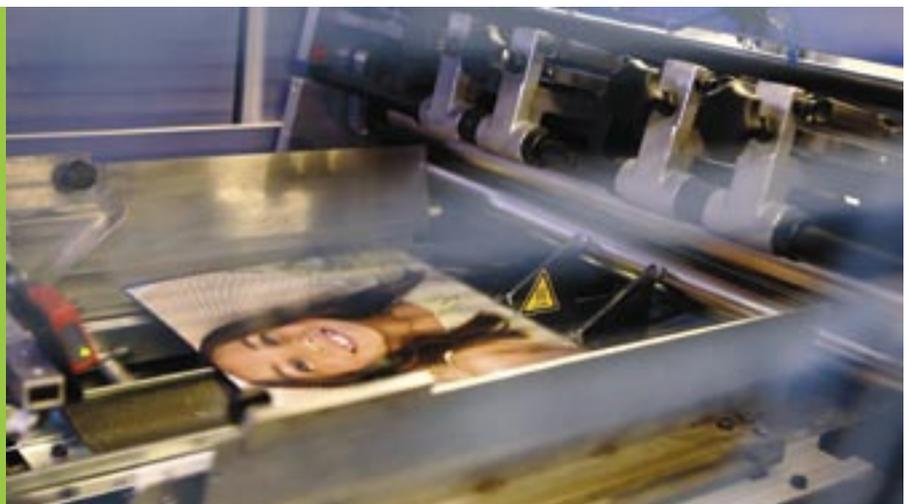
etc...), ohne dass dies einen Kanal-konflikt darstellen würde. Im Gegensatz dazu ist für den Fotohandel die Zusammenarbeit mit posterXXL deshalb so interessant, weil er damit zum einen von der Kompetenz eines erfolgreichen Anbieters profitiert, dies aber zum anderen unter eigenem Namen tun kann. Er muss also nicht damit rechnen, dass der Drogeriemarkt um die Ecke oder der Online-Versender aus dem Internet denselben Artikel unter derselben Marke anbietet. Vielmehr stellen wir mit unserem Konzept „macht-ihr-foto.de“ sicher, dass alle Dienstleistungen eines Online-Bildshops unter der Marke und dem Namen des entsprechenden Fotohändlers erbracht werden.

imaging+foto-contact: Können Sie das Konzept „macht-ihr-foto.de“ bitte beschreiben?

Christian Schnagl: Gern. Unter der Internetadresse „fotohaendler.macht-ihr-foto.de“ stellen wir unseren Kunden eine komplette, leicht zu bedienende Internetplattform unter ihrem eigenen Namen und mit ihrem Logo zur Verfügung, unter der sie die gesamte Produktpalette von posterXXL anbieten können. Dass wir als Dienstleister dahinterstehen, ist für Außenstehende nicht erkennbar. Selbst im Impressum steht der Name des Foto-



In der größten freitragenden Industriehalle Deutschlands in München hat posterXXL moderne Produktionskapazitäten für digitale Bildprodukte aufgebaut.



Interview

händlers. Auf der Verpackung – auch bei Direktversand zum Kunden nach Hause – ebenfalls. Die Rechnung, die wir auf Wunsch erstellen und versenden, läuft ebenfalls unter dem Namen des Partners.

Dieses Konzept, die hohe Produktqualität, die leicht zu bedienende, browserbasierte Software und die Zuverlässigkeit unserer Auslieferung haben dazu geführt, dass sich seit Einführung von „macht-ihr-foto.de“ vor etwa anderthalb Jahren bereits zahlreiche Fotohändler für dieses Modell entschieden haben.

imaging+foto-contact: *Kann der Fotohandel über diese Dienstleistungen hinaus mit weiteren Unterstützungsmaßnahmen rechnen?*

Christian Schnagl: Ja, wir stellen unseren Partnern im Fotohandel auch Material für die Werbung am PoS zur Verfügung – natürlich in personalisierter Form. Das geht über Flyer und Gutscheine bis zu unserem brandneuen Katalog, in dem das gesamte Angebot von posterXXL umfassend und attraktiv dargestellt wird.

imaging+foto-contact: *Ein gedruckter Katalog für Online-Dienstleistungen? Wie passt das zum digitalen Geschäftsmodell?*

Christian Schnagl: Das passt hervorragend, denn die Vielfalt der personalisierten Fotoprodukte kann man im Internet zwar bequem gestalten und bestellen, aber es ist schwierig, in der riesigen Auswahl den richtigen Artikel zu finden. Dafür ist der gedruckte Katalog ein hervorragendes Instrument. Der Katalog selbst ist zudem ein „Druckmuster“, denn den haben wir auch selbst hergestellt.

imaging+foto-contact: *Welche Neuheiten können wir von posterXXL auf der photokina erwarten?*



Personalisierung liegt im Lifestyle-Trend: Auch individuelle iPhone-Cover mit eigenem Foto sind bei posterXXL zu haben.

Christian Schnagl: posterXXL hat die Standfläche im Vergleich zu 2010 verdoppelt, und wir werden natürlich auch zahlreiche neue personalisierte Bildprodukte vorstellen. Einzelheiten möchte ich Ihnen noch nicht verraten. Wir blicken aber weit über den klassischen Foto-Bereich hinaus hin zu Individualisierungs-Dienstleistungen. Daneben zeigen wir noch Apps, mit denen man von iPhone, iPad und Android-Geräten viele Produkte wie z. B. eine echte Postkarte bestellen kann. Diese Apps gibt es übrigens bei posterXXL in „Custom Label/White Label“-Versionen, die mit der Marke des Handelspartners individualisiert werden können. Damit ermöglichen wir es dem Fotohandel, ohne Investition mit einer eigenen App am Megatrend Mobile Imaging teilzunehmen.

imaging+foto-contact: *Welche Trends haben Sie noch im Auge?*

Christian Schnagl: Die Cloud wird alle Fotodienstleister zum erneuten Umdenken zwingen. Bilder werden künftig direkt von der Kamera ins Internet übertragen oder synchronisiert. Der typische Bestellweg von der Kamera über den PC ins Internet wird schon bald nicht mehr der dominante sein. Wenn Bilder bereits online sind, dann braucht man keine Bestellsoftware und keinen Uploader. Bei posterXXL sind wir an dieser Ent-

wicklung dran und sichern auch dem Fachhandel zu, hiervon zeitig zu profitieren. Die nächste Revolution findet also bereits statt.

imaging+foto-contact: *Stellen Sie alle Bildprodukte selber her?*

Christian Schnagl: Ja, wir stellen praktisch alle Bildprodukte, die wir anbieten, auch selber her. Dafür haben wir viel investiert und in München umfassende Produktionskapazitäten für digitale Bildprodukte aller Art aufgebaut. Dazu gehören entsprechende Produktionskapazitäten im Großformat- und Digitaldruck, professionelle Buchbinde-Anlagen, Foto-Kalender-Maschinen und auch handwerkliche Verfahren, zum Beispiel für die Rahmung hochwertiger Großbilder für die Wand-Dekoration. Alles individuell „Made in Germany“ – jeden Tag kommen 20–30 neue Produkte hinzu.

imaging+foto-contact: *Abschließende Frage: Wo sehen Sie posterXXL in einigen Jahren – die Rückzahlung der Anleihe ist ja für den 26. Juli 2017 terminiert.*

Christian Schnagl: Unser Ziel ist es, in den nächsten fünf Jahren sowohl durch organisches Wachstum als auch durch Zukäufe zu einem führenden Anbieter personalisierter Produkte in Europa zu werden. Wir möchten die Antworten auf den permanenten Wandel geben und einen Höchstgrad an Innovation liefern. posterXXL tritt nicht „gegen andere“ an, sondern für posterXXL Werte. Diese sind Innovationskraft, Schnelligkeit und Transparenz. Kunden wollen sensationelle Produkte, Händler möchten Geld damit verdienen. Wir können beide Seiten glücklich machen und uns damit auch.

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

Kleinanzeigen/Personalanzeigen

Gebrauchte Kiosk-Komplett-Systeme
 Neupreis über 4.600,- **499,-**
 Selbstabholer-Preis inkl. Einweisung

www.foto-systeme.de

 **MITSUBISHI ELECTRIC**
 powered by  **NORDFOTO Versand**

Sie sind Journalist?

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

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

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

Anzeigenschluss für Kleinanzeigen
in der photokina-Messe-Ausgabe 11/2012
ist der 10. Oktober 2012.

Senden Sie uns einfach ein Fax an: 0 21 02/20 27 90
 oder per e-Mail an: r.gruna@cat-verlag.de

Inserenten-Verzeichnis

Bilora	10	Noritsu	4. U.
Business Forum Imaging	8	Promaxx	57
Cewe	17	RCP	37
DGH Duttonhofer	3. U.	Sihl	45
DNP	31	TIS	55
Dörr	49	WertGarantie	51
Fujifilm Electronic Imaging .	15	Kleinanzeigen	63 – 64
Kodak	25		

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

Deu Zert
 Deutsche Zertifizierung
 DIN EN ISO 9001:2008


 Lichtensteinstraße 75
 72770 Reutlingen-Gönnigen
 Telefon 0 70 72/ 92 97-0
 Telefax 0 70 72/ 2069
 E-mail: Info@Geissler-Service.de
www.geissler-service.de

Autorisierte Vertragswerkstatt

 **BRAUN** PHOTO TECHNIK

Canon
CPS.
 Canon Professional Services



Panasonic
 Service-Center
 Reutlingen

Pioneer

reflecta

 **Saeco**
 Kaffeeautomaten

 **SAMSUNG**
 Cameras

SONY
 Authorized Service Center

TAMRON

Digital-Foto-Drucker COLOR STREAM CS2
für hochwertige Thermodrucke bis 15x20



- schnell
- kompakt
- preiswert

 **SINFONIA (vormals SHINKO)**
 unter www.thermodrucker-kaufen.de

IMPRESSUM
imaging+foto-contact

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

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

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

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

Neuheitenredaktion:
 Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:
 Hans Joseph Blömer

Anzeigen:
 Thomas Blömer (verantwortlich)
 Ralf Gruna
 Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
 Nr. 39 v. 1. Januar 2012

Layout und Herstellung:
 Susanne Blum, Detlef Gruss, Albert Willmann

Vertrieb:
 Barbara Klomps

Satz- und Repro:
 C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:
 D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Haftung übernommen. Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
 Ratingen
 Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.
 Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
 Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

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

ISSN: 1430-1121



5.688 zahlende Abonnenten (IVW 2/2012)

lesen Monat für Monat imaging+foto-contact mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige.

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 7.400 Exemplaren bundesweit (IVW 2/2012). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 7.400 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 8,- € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 39 v. 01.01.2012) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

**Kleinanzeige 1-spaltig
(40,5 mm breit) zum mm-Preis
von 1,50 € x 27 mm Höhe =
40,50 € zzgl. gesetzl. MwSt.**

Fotofachgeschäft
in einer norddeutschen Stadt
mit 70.000 Einwohnern, große
Industrieansiedlung, gute Lage,
aus persönlichen Gründen
zu verkaufen.
Tel. 0 00/00 00 00

Wir sind ein gut eingeführtes und erfolgreiches Paß- und Portraitstudio mit Fotofachgeschäft in der City von Bilderberg. Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir zum nächstmöglichen Termin eine/n

Fotografen/-in

Wenn Sie erfolgsorientiertes Arbeiten gewohnt sind und neben dem kreativen Aspekt auch kaufmännische Belange in Ihre Arbeit einbeziehen können, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Arbeitsproben an

Foto Studio • Mustermannstr. 70 • 70000 Bilderberg

**Kleinanzeige 2-spaltig (87 mm breit) zum mm-Preis von
3,00 € x 36 mm Höhe = 108,00 € zzgl.gesetzl. MwSt.**

**1/9 Seite
Kleinanzeige
(56 x 85 mm)
zum
mm-Preis von
2,00 € x 85 mm hoch
= 170,00 €
zzgl. gesetzl. MwSt.**



Auftrag

Klein- und Personalanzeigen

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

- einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
- in den Ausgaben

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

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

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

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

.....

ifc 10/2012

Einzugsermächtigung: Ich/wir ermächtige/n Sie, den Rechnungsbetrag von meinem/unserem Konto-Nr.:, Bankverbindung:, BLZ:, abzubuchen.

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

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift

Kassieren Sie 5% Lagerbonus

Panasonic

ideas for life

Das **Panasonic Partnerprogramm** macht für Sie den Unterschied! Werden Sie autorisierter Fachhandelspartner und sichern Sie Ihre Warenversorgung für ausgewählte Kompaktkameras und Camcorder aus dem Premium-Segment.



Weitere Partnervereinbarungen finden Sie unter:
www.DGH.de/vereinbarungen



photokina Köln 2012

18.09. - 23.09.2012 Halle 6, Stand F-018

Besuchen Sie DGH auf der photokina!

Exklusiv für autorisierte Händler!

5% Lagerbonus

Ihr HEK unter
www.DGH.de

Panasonic Lumix DMC-FZ200EG-K

Bridge-Kamera

F2,8 durchgängig lichtstarkes 25 mm Weitwinkel LEICA DC Objektiv.

Bestellnr. 624015

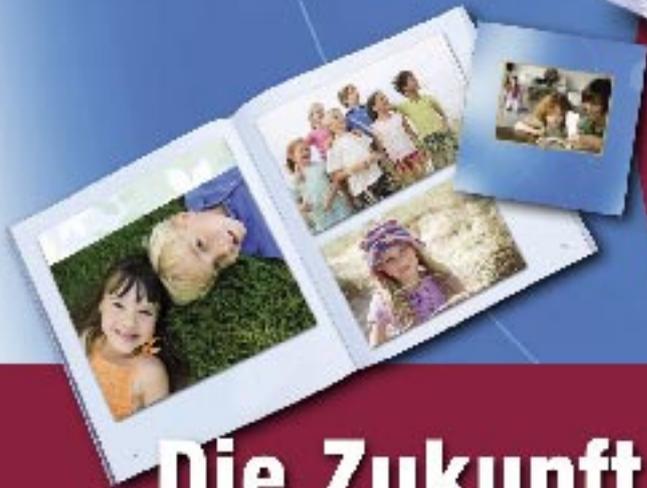
EVP* 599,-





Unsere Familie. Unser Fotobuch.

Noritsu
D1005 HR



Die Zukunft printet beidseitig
photokina Halle 6.1, Gang B15/C18