

imaging + foto 11 2014

contact

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

Die Systemkamera-Innovation



Samsung NX1

28 MP BSI-CMOS Sensor • 15 Bilder/s • 4K Video

photokina: 185.000 Besucher Die Branche ohne Grenzen

Mit 185.000 Besuchern aus über 160 Ländern unterstrich die photokina 2014 ihre Position als wichtigster Innovations- und Handelsplatz der Imaging-Branche. Dabei wurde der rasante Wandel des Marktes deutlich.

S. 8

Die photokina Neuheiten von Cewe Für alle Plattformen

Cewe stellte auf der photokina zahlreiche neue Bildprodukte und innovative Software-Lösungen vor. Mit dem neuartigen Cloud-Service Cewe MyPhotos können die Nutzer überall auf ihre Bilder zugreifen.

S. 16

Hoher Werbedruck und Cashback-Aktion Der heiße Nikon Winter

Nikon will mit der Fortsetzung der I AM Kampagne dafür sorgen, dass die Konsumenten für ihre Weihnachtseinkäufe die Fachgeschäfte des Fotohandels ansteuern. Dazu kommt eine umfassende Cashback-Aktion.

S. 24

Jetzt anmelden!

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

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
world of imaging

„Memories and markets in motion“

Was man von der photokina lernen kann

Selfies reichen nicht

185.000 Besucher, 1.074 Aussteller – wenn es nach den Zahlen geht, war auf der photokina 2014 alles so wie immer. Aber dieser Eindruck trügt. Noch nie hat eine photokina die rasante Veränderung unserer Branche so deutlich gezeigt, und zwar nicht nur, weil jeder sechste Aussteller zum ersten Mal dabei war. Auch das Publikum ist deutlich jünger geworden, und diese jungen Menschen konnten an den Ständen viele Neuheiten entdecken, die genau ihrem Lebensstil entsprechen, der sich weniger in Selfies, als vielmehr in Action, Netzwerk-Kommunikation und Kreativität ausdrückt.



Thomas Blömer, Verleger

Das Selfie dagegen erwies sich als Markenzeichen der etablierten Kamera-Industrie. Denn besonders die zwei großen Marktführer präsentierten auf ihren Ständen in erster Linie sich selbst. Das taten sie mit, ohne Zweifel, großartigen Kameras, die noch schneller noch bessere Bilder machen, aber in erster Linie die bekannten Gesichter ihrer legendären Marken zeigen. Was die neuen Trends betrifft, so hat Nikon seine D750 immerhin mit WiFi ausgestattet. Canon dagegen rüstet zwar die

PowerShot G7 X mit der Fähigkeit zur drahtlosen Bildübertragung auf die eigene Cloud-Plattform *irista.com* aus, aber mit der Canon 7D Mark II ein echtes Kuriosum abgeliefert. Diese lang erwartete Kamera hat nämlich kein WiFi. Wer trotzdem auf die drahtlose Bildkommunikation nicht verzichten möchte, kann aber mit der Canon DSLR die neuen Eye-Fi Karten nutzen – und die laden die Bilder zunächst einmal automatisch in die Eye-Fi Cloud. Dass man sie von dort aus auch wieder herunterladen kann, um sie dann zu der Canon Plattform *irista* zu schicken, ist ohne Zweifel originelle Interpretation dessen, was „Netzwerken mit Bildern“ bedeuten kann.

Wie man auch konventionelle Kamera-Konzepte in die digitalen Welten integrieren kann, machten auf der photokina glücklicherweise mit Panasonic, Samsung und Sony auch etablierte Partner des Fotohandels deutlich. Und wer vor allem Action, Networking und Kreativität suchte, der wurde bei den Anbietern ganz neuer Kamera-Konzepte fündig, von GoPro über 360Fly bis zu Lytro, Polaroid und Rolleiflex.

Richtig innovativ zeigten sich auch die Bilddienstleister. Cewe treibt das mobile Bildergeschäft mit immer besseren Apps voran; auch Kodak Alaris setzt auf digitale Brücken vom Smartphone zum Fotohandel, um seine Kiosks zu füttern, und Fujifilm zeigte ebenfalls zahlreiche neue Wege, die Bilderflut aus dem Netz in verkaufbare Dienstleistungen und Fotoprodukte zu verwandeln. Dabei haben die Bilddienstleister bereits im Blick, dass man auch aus 4K Video-Dateien tolle Fotoprodukte herstellen kann und wie man den Kunden hilft, ihre auf zahlreichen Plattformen verteilten Bilder zu organisieren. Hier stellte Cewe mit der neuen Cloud Plattform *Cewe MyPhotos* ein wegweisendes Konzept vor.

Was bedeutet all das für den Fotohandel? Die photokina hat gezeigt, dass es über die klassischen Kunden hinaus neue Zielgruppen gibt, die sich dafür interessieren, bessere Bilder zu machen und damit mehr zu tun, als sie auf Displays zu beäugen oder auf Facebook hochzuladen. Diesen Menschen muss man aber die richtigen Wege dazu zeigen und ihnen originelle, spannende Produkte anbieten. Ein Fachgeschäft alter Prägung wird dazu nicht ausreichen. Ohne Action bei Foto und Video, ohne Netzwerk und ohne Kreativität könnte es zu einem Selfie werden, das vielleicht seinem Nutzer gefällt, aber nicht den (neuen) Kunden.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Die Samsung NX1 ist mehr als ein Flaggschiff –
Konzentrierte Innovationen. 12

Internationale Messen

185.000 Besucher auf der photokina –
Die Branche ohne Grenzen 8

Editorial

Was man von der photokina lernen kann –
Selfies reichen nicht aus 3

Wichtiges aus foto-contact.de 6, 23, 35

Bilddienstleistungen

Cewe mit zahlreichen photokina Neuheiten –
Für alle Plattformen 16

Neue Fotoprodukte –
Lifestyle mit Fujifilm 46

Handel

europafoto startet Online-Shop –
Auf neuen Wegen 22

Hoher Werbedruck und Cashback-Aktion –
Der heiße Nikon Winter 24

Gute Stimmung auf der Ringfoto Herbstmesse –
Besser als der Markt 32

Gute Stimmung auf der Ringfoto Herbstmesse – Besser als der Markt

Das Geschäft mit Fotoprodukten ist zur Zeit wirklich nicht einfach. Wer aber die Ringfoto Herbstmesse in Erlangen besuchte, konnte den Eindruck gewinnen, auf die Lage im Fotohandel treffe Mark Twains berühmtes Bonmot über die Musik von Richard Wagner zu: „Sie ist nicht so schlecht, wie sie sich anhört.“ Tatsächlich haben die Ringfoto Mitglieder in diesem Jahr bisher deutlich besser abgeschnitten als der Markt und erwarten auch ein gutes Weihnachtsgeschäft. Neue Initiativen von der Zentrale sollen zusätzliche Impulse setzen. **Seite 32**



HANDEL

Samsung NX1 ist mehr als ein Flaggschiff Konzentrierte Innovationen



Die Samsung NX1 war eine der wenigen neuen Kameras auf der photokina, die das Prädikat „Innovation“ verdienen. Tatsächlich hat Samsung sein neues Spitzenmodell komplett neu konstruiert: Vom Sensor über den Bildprozessor bis zum Autofokus-System steckt das staub- und spritzwassergeschützte Magnesiumgehäuse voller neuer Technologien. Damit ist die NX1 für Samsung mehr als ein Renommier-Produkt: Sie steht für die Kombination kompromissloser fotografischer Leistung mit zeitgemäßer Vernetzung – und damit für die Zukunft des Kamera-Geschäftes. **imaging+foto-contact** hat mit Andreas Wahlich, Head of Marketing im Bereich Digital Imaging von Samsung, darüber gesprochen, was das für den Fotohandel bedeutet. **Seite 12**

Neue Version der Olympus OM-D E-M1 Neue Funktionen

Olympus hat auf der photokina eine neue, silberfarbene Version der Systemkamera OM-D E-M1 vorgestellt, die dank der neuen Firmware 2.0 mehr Funktionen bietet, darunter USB-Tethering, eine Digital-Shift-Funktion und Live-Composite. Die existierenden E-M1 Kameras können per Download kostenlos aufgerüstet werden. **Seite 31**



Neue Objektive, neuer Service Sony für Profis



Nach der Vorstellung der neuen SmartShot Kameras auf der IFA nahm Sony auf der photokina vor allem Profis und Enthusiasten ins Visier: zum einen mit lichtstarken Vollformat-Objektiven, zum anderen mit einem neuen Service für Profifotografen. Besitzer von Alpha Kameras und Objektiven können ab Frühjahr 2015 den neuen „Sony Imaging Pro Support“ nutzen, der Anfang des Jahres bereits in Japan, Südkorea, Hong Kong und Taiwan eingeführt wurde. Deutschland ist das erste Land in Europa, in dem der Premium-Service angeboten wird. **Seite 40**

Die photokina Neuheiten von Metz Licht für gute Bilder

Als bisher kleinstes Systemblitzgerät von Metz erreicht der mecablitz 26 AF-1 digital die Leitzahl 26 bei ISO 100/21° und 85 mm Brennweite und ist als lichtstarke Ergänzung für die eingebauten Blitzgeräte spiegelloser Systemkameras geeignet. Trotz seiner kompakten Bauweise ist er mit einer integrierten Weitwinkel-Streuscheibe (24 mm), einer LED-Leuchte für Videoaufnahmen und einem hochwertigen Metallfuß ausgestattet. **Seite 48**



ZUM TITELBILD

NEUHEITEN

Interview mit Andreas Middeke, General Manager DACH Ricoh Imaging



Mit der innovativen SLR Pentax K-S1 in außergewöhnlichem Design und der attraktiven Actioncam Ricoh WG-M1 stellte Ricoh Imaging auf der photokina je eine wichtige Neuheit für seine beiden Marken vor. Nach den durchgreifenden Veränderungen der letzten Jahre sieht sich das Unternehmen gut gerüstet, um dem Fachhandel mit einem umfassenden Sortiment interessante Alternativen im hart umkämpften Kamera-Geschäft anzubieten. **imaging+foto-contact** hat mit Andreas Middeke, General Manager Deutschland/Österreich/Schweiz bei der Ricoh Imaging Deutschland GmbH, über die Positionierung der Marken Pentax und Ricoh sowie seine Ideen für die Zusammenarbeit mit dem Fotohandel gesprochen. **Seite 36**

men gut gerüstet, um dem Fachhandel mit einem umfassenden Sortiment interessante Alternativen im hart umkämpften Kamera-Geschäft anzubieten. **imaging+foto-contact** hat mit Andreas Middeke, General Manager Deutschland/Österreich/Schweiz bei der Ricoh Imaging Deutschland GmbH, über die Positionierung der Marken Pentax und Ricoh sowie seine Ideen für die Zusammenarbeit mit dem Fotohandel gesprochen. **Seite 36**

Cewe: zahlreiche photokina Neuheiten Für alle Plattformen



Mit einem markanten photokina Auftritt setzte Cewe in Köln wichtige Akzente für das Weihnachtsgeschäft. Das Messe-Motto „Freude am Foto“ betraf dabei nicht nur zahlreiche neue Bildprodukte, sondern auch innovative Software-Lösungen, mit denen die Qualität gedruckter Fotos mit der mobilen Welt verbunden wird. Mit dem neuartigen Cloud-Service Cewe MyPhotos können die Nutzer jederzeit, überall und von jedem Endgerät aus auf ihre Bilder zugreifen, um sie zu organisieren, zu teilen und in gedruckte Bildprodukte zu verwandeln. Davon kann auch der Fotohandel profitieren. **Seite 16**

Neue Fotoprodukte Lifestyle mit Fujifilm



Fujifilm machte auf der photokina mit zahlreichen Innovationen deutlich, wie neue Bildprodukte lifestyle-orientierte Kunden ansprechen können. Neben hochwertigen Papieren, einem praktischen Fototagebuch und individualisierten Adventskalendern stellte das Unternehmen neuartige Fotogeschenke vor, die mit audiovisuellem Content ergänzt werden können und so die Brücke zu den allgegenwärtigen Smartphones schlagen. Die neuen Fujifilm Fotoprodukte sind rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft im vierten Quartal erhältlich. **Seite 46**

INTERVIEWS

Mehr Umsatz mit der Fujifilm X-Serie –
Cashback und Zubehör 45

Interview

Ricoh Imaging: Kompetenz als Vollsortimenter –
Zwei starke Marken 36

Neuheiten

Zubehör von S+M Rehberg –
Renditebringer 30

Neue Version der Olympus OM-D E-M1 –
Neue Funktionen 31

Neue spectra jet Sortimente von Tetenal –
Im neuen Look. 39

Neue Objektive, neuer Service –
Sony für Profis. 40

Canon bringt EOS 7D Mark II –
Schnelles Update 42

Zwei neue Taschenserien bei DGH Großhandel –
Nicht zum Klauen 44

Die photokina Neuheiten von Metz –
Licht für gute Bilder 48

Drei neue Action-Cams von GoPro –
Tempo in 4K. 50

Impressum 51

Klein- und Personalanzeigen 51

BILDDIENSTLEISTUNGEN

Immer aktuell:



www.foto-contact.de

Personelle Veränderungen im Varta Management

Varta Consumer Batteries hat personelle Veränderungen im Management bekanntgegeben. Zum 1. Oktober hat Matthias Schiller (51) die Funktion des Managing Director Europe übernommen und damit die strategische Unternehmensleitung für alle Spectrum Brands Kategorien in Europa, zu denen Varta, Rayovac, Remington, Russell Hobbs und Tetra zählen.

Peter Werner (51), ehemaliger General Manager DACH & International Marketing Batteries, übernahm zum 1. Oktober 2014 die Führung des europäischen Batteriegeschäfts von Matthias Schiller.

Die Nachfolge des 51jährigen Werner für die Leitung des deutschsprachigen Marktes trat Roland Rösch (48) als General Manager Sales & Trade Marketing Consumer Batteries DACH an.

Fotowettbewerb der Olympus Community

Olympus und die Erlebniswelt Fotografie Zingst laden OM-D und PEN Fotografen zur Teilnahme am großen Fotowettbewerb „Magic Moments“ ein. Der Wettbewerb läuft bis zum 15. Januar 2015.



Wie in den vergangenen Jahren wählt eine hochkarätige Jury aus allen Einsendungen die 40 besten Aufnahmen für die alljährliche Ausstellung während des Fotofestivals aus. Ein besonderes Highlight erwartet die fünf Finalisten: Sie werden bereits Ende März 2015 zur Foto Convention nach Zingst eingeladen, um im Rahmen eines Workshops mit Profifotograf Patrick Ludolph eine weitere Aufgabenstellung fotografisch umzusetzen. Die Sieger des Wettbewerbs eröffnen dann gemeinsam mit Olympus auf dem Umweltfotofestival Horizonte Zingst die Ausstellung im

Verstärkung für Jury des Felix Schoeller Photo Awards

Die Felix Schoeller Group hat zwei weitere renommierte Vertreter aus unterschiedlichen Bereichen der professionellen Fotografie für die Jury des Felix Schoeller Photo Award 2015 gewonnen. Norbert Waning und Gérard A. Goodrow komplettieren das Gremium, dem neben dem international renommierten



Porträtfotografen Michael Dannemann als Jury-Vorsitzendem auch Ellen Dietrich, Ressort-Leiterin Foto der Wochenzeitung Die Zeit, und Thomas Gerwers, Chefredakteur und Mit-Herausgeber von ProfiFoto, angehören. Norbert Waning fungierte von 1987 bis 2014 als Geschäftsführer des BFF, Berufsverband Freie Fotografen und Filmgestalter e.V., einer der renommiertesten Fotografenverbände Europas. Er war für mehr als 120 Fotowettbewerbe verantwortlich oder als Juror tätig und hat mehr als 200 Ausstellungen im In- und Ausland organisiert. Diese Erfahrung bringt er nun in den Felix Schoeller Photo Award ein. Ebenso wie Gérard A. Goodrow, der in den vergangenen 25 Jahren über 50 Kunst- und Fotoausstellungen im In- und Ausland organisierte. Der freie Kurator und Autor arbeitete unter anderem für das Auktionshaus Christie's in London sowie die Kunstmesse Art Cologne. Seit 2007 ist er Dozent am CIAM – Zentrum für Internationales Kunstmanagement in Köln und Düsseldorf.

Gérard A. Goodrow (l.) und Norbert Waning gehören jetzt der Jury des Felix Schoeller Photo Awards an.

Der Felix Schoeller Photo Award ist einer der höchstdotierten Fotowettbewerbe für professionelle Fotografie im deutschsprachigen Raum. Als Hersteller von Spezialpapieren für hochwertige Fotoreproduktionen unterstützt die Felix Schoeller Group Profi-Fotografen, die die Leidenschaft für kompromisslos gute Bilder teilen. Der Preis wird alle zwei Jahre vergeben. Bei der erfolgreichen Premiere 2013 wurden rund 1.300 Arbeiten eingereicht.

Steigenberger Strandhotel. Olympus Deutschland ist seit 2010 Partner – und seit 2012 sogar Premium-Partner – der Erlebniswelt Fotografie und des Umweltfotofestivals Horizonte in Zingst. Seit 2011 ist eine Ausstellung der Olympus Community fester Bestandteil des Festivals.

Die Teilnahme an dem Wettbewerb ist einfach: unter <http://www.olympus.de/s/magicmoments> anmelden und die Beiträge hochladen.

60 Jahre Leica Mess-Suchersystem

Zum Jubiläum der Kameralegende präsentiert die Leica Galerie Wetzlar zwei neue Ausstellungen: „Magic Moments - 60 Jahre Leica M“ ist eine Auswahl an hochkarätigen Aufnahmen verschiedener Leica Fotografen aus den vergangenen sechs Jahr-

zehnten. Ergänzend dazu stellt das zweite Projekt „100 Fotografen - 100 Porträts“ der amerikanischen Fotografin Claire Yaffa die Fotografenpersönlichkeiten hinter der Kamera vor. Beide Ausstellungen sind bis zum 4. Januar 2015 zu sehen.

Darüber hinaus zeigt die Leica Camera AG aus dem Fundus des Werksmuseums im Leica Erlebnisbereich besondere Exponate aus 60 Jahren Leica M. Neben seltenen Prototypen und Versuchsmodellen wird auch die erste Ausführung der Leica M3 von 1954 sowie die Jubiläumsedition Leica M Edition 60, vorgestellt auf der diesjährigen photokina, ausgestellt. Hinzu kommen Kameras, die an berühmte Persönlichkeiten wie Emil Schulthess, Dwight D. Eisenhower und Queen Elisabeth II. vergeben wurden. Die Leica Galerie und der Leica Erlebnisbereich (im Leitz-Park 5 in 35578 Wetzlar) sind von Montag bis Freitag zwischen 10 und 20 Uhr sowie samstags und sonntags von 10 bis 18 Uhr geöffnet. Der Eintritt ist frei.

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

Mein
persönliches
Geschenk

ab **7,95 €***



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

Mein
cewe fotobuch
Mein Leben

www.cewe.de

 **cewe**
BEST IN PRINT

185.000 Besucher auf der photokina



Die Branche ohne Grenzen

Mit 185.000 Besuchern aus 160 Ländern stellte die photokina 2014 ihre Position als wichtigster Innovations- und Handelsplatz der Imaging-Branche unter Beweis. Und sie zeigte, wie dramatisch sich diese Branche verändert: Fast jeder sechste der 1.074 Aussteller war zum ersten Mal dabei. Das Publikum ist deutlich jünger geworden, und Bilddienstleister, Seiteneinsteiger und Start-ups zeigten deutlich mehr originelle Neuheiten als die klassischen Kamerahersteller.

Action- und Lifestyle-Cams, Wearables, Fotodronen und mehr oder weniger verrückte Aufnahme-Gadgets prägten in beeindruckender Weise das Bild der Messe. Dagegen war die Zahl der Kamera-Innovationen von den klassischen Herstellern überschaubar: Die Neuheiten von Panasonic (mit dem Lumix CM1 Kamera/Smartphone Zwitter), Nikon (mit der D750), Sony (mit den SmartShot Smartphone Kameras), Fujifilm (mit neuen X Modellen), Olympus (mit der PEN E-PL7), Samsung

gestellt. In diesem Heft kommen die EOS 7D und zwei PowerShot-Neuheiten von Canon dazu.

Aufnahme-Gadgets der neuen Art

Fast unübersehbar waren dagegen neuartige Kameras, die man vor wenigen Jahren äußerlich nicht als solche hätte erkennen können.

Die Traditionsmarke Polaroid feierte mit der originellen Lifestyle-Kamera Cube und der Socialmatic, die das Sofortbild mit Netzwerk-

funktionen verbindet, ein bemerkenswertes Comeback. Beide Produkte werden in Deutschland von Hapa-Team vertrieben. Die Echinger verkaufen auch die innovative Action-Cam 360Fly, die Videos rundum in 360 Grad horizontal und 240 Grad verti-



Die Lifestyle Action-Cam Polaroid Cube kann mit dem eingebauten Magneten ganz einfach an Metallgegenstände „angeklebt“ werden – zusätzlich gibt es umfassendes Zubehör für die Befestigung.

(mit der revolutionären NX1) und Ricoh Imaging (mit der Pentax K-S1) haben wir bereits in der Messe-Ausgabe vor-

kal aufzeichnet. Der Clou: Aus der Videodatei kann man sich genau die Perspektive herausuchen, die das Ereignis am besten wiedergibt – selbst wenn das Wichtigste hinter der Kamera passiert ist.

Witzig ist auch die Relonch Kamera mit APS-C Sensor und einem lichtstarken (F2) Objektiv mit unbekannter (fester) Brennweite, in die man das iPhone einfach hineinsteckt und dann, so der Hersteller, „Fotos in Magazin-Qualität“ aufnehmen und sofort mit den Freunden teilen kann. Auf Einstellmöglichkeiten wird verzichtet, und auf den Markt kommen soll das Foto-Gadget erst Ende nächsten Jahres. Wer es nicht abwarten kann, kann die Relonch Kamera bereits jetzt für 499 US-\$ auf www.relonch.com vorbestellen.

Eher traditionell wirken dagegen die Objektive, die Globell Deutschland unter der wiederbelebten Marke Meyer-Optik Görlitz auf den Markt bringen will. Sie sollen vor allem das besondere Bokeh, das die Produkte dieser Marke auszeichnete, mit dem 1,4/85 mm Somnium und einem 1,8/80 mm Figmentum für 999 bzw. 849 Euro zugänglich machen. Liefertermin: Anfang 2015.

Apropos Tradition: Leica brannte in



Flugobjekt: Fotodronen zogen auf der photokina viele Blicke auf sich.

Köln ein regelrechtes Feuerwerk mit neuen Kameras und faszinierenden Bildausstellungen ab. Für Einsteiger in



Die Polaroid Socialmatic verbindet das Sofortbild mit Netzwerkfunktionen.

die Nobelmarke gibt es die Leica D-Lux mit 1:1,7-2,8 24-75 mm (KB) Leica DC Vario-Summilux Objektiv, Four-Thirds-Sensor und WiFi – ein Ergebnis der

Zusammenarbeit mit Panasonic. Mit 15.000 Euro weitaus teurer ist die noble Leica M Edition 60, mit der das Unternehmen das 60jährige Jubiläum des Messsucher-Systems zelebriert. Die Auflage ist auf weltweit 600 Stück limitiert. Etwas günstiger ist das neue Profi-Messsuchermodell Leica M-P, denn das klassische rote Leica Logo fehlt – laut Pressemitteilung aus Gründen der Diskretion. Stattdessen ziert ein dezenter Leica Schriftzug die Oberseite der Kamera.

Eine Kompaktkamera „Made in Germany“ bringt Leica mit der X-E mit Elmarit 1:2,8/35 mm ASPH. (KB äquivalent) zum Preis von 1.490 Euro auf den Markt. Als Sondermodell Leica X „Edition Moncler“ ist sie mit tricolorfarbener Belederung ausschließlich in den Leica Stores und Boutiquen sowie

Kann bunt, kann grau.

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-direct.de

Internationale Messen



Die Action-Cam 360Fly nimmt die Videos rundum in 360 Grad horizontal und 240 Grad vertikal auf.

den Flaship-Stores der französischen Nobelmarke für 2.450 Euro erhältlich.

Nicht vergessen darf man die neue analoge Leica M-A. Sie kommt ohne Motor, ohne Sensoren, ohne Batterie und ohne den roten Leica Punkt aus und ist in Silber und Schwarz zu haben. Im Preis von 3.850 Euro (UVP) ist ein S/W Film Kodak TRI-X 400 enthalten, der ebenso wie das Messucher-System in diesem Jahr seinen 60. Geburtstag feiert.

Von der Bilderflut zum Bildprodukt

Wirklich innovativ war die photokina in Sachen Bilddienstleistungen. Die Anbieter von Fotoprodukten und Software-Entwickler haben erkannt, dass die Konsumenten Hilfe dabei brauchen, ihre Fotos zu verwalten und in Fotobücher, Kalender, Wanddekorationen und unzählige Bildprodukte zu verwandeln. Cewe zeigte deshalb nicht nur viele Neuheiten, sondern stellte mit Cewe MyPhotos eine wegweisende Cloud-Plattform vor (siehe ausführlichen Bericht in dieser Ausgabe). Auch Fujifilm kümmert sich intensiv

darum, was die Menschen mit ihren Bildern tun, zum einen mit neuen Bildprodukten (siehe Bericht in dieser Ausgabe), zum anderen mit innovativer Software. Sie basiert vorwiegend auf dem von Fujifilm entwickelten Image Organizer, der Gesichter und andere Motive erkennt und so nicht nur die Bilder bestimmten Ereignissen und Themen zuordnen, sondern auch die besten Schnapshots herausfiltern kann. Diese Technologie will Fujifilm in Zukunft weiter entwickeln, um auch aus 4K UHD Videos Fotobücher zu gestalten oder den Kunden mit der Wonder Photo Box sozusagen die Foto-Cloud zu Hause anzubieten.

Canon stellte Erweiterungen für die Cloud-Plattform irista vor (siehe Bericht in dieser Ausgabe), und eine weitere Online-Plattform kommt von (Hätten Sie es gedacht?) Leica. Auf www.leica-fotopark.com können Enthusiasten ab Ende dieses Jahres ihre Bilder organisieren, austauschen, gestalten und gedruckte Bildprodukte bestellen. Die Vorregistrierung ist jetzt schon möglich.

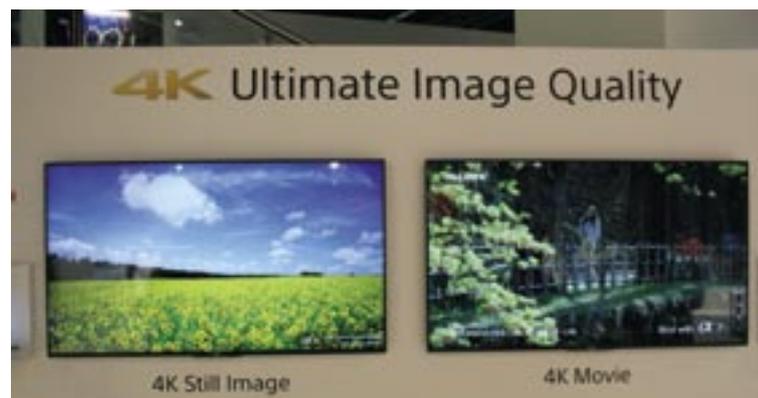
Zufriedene Gesichter

Am Ende der photokina zeigten sich alle Beteiligten zufrieden. Dazu trug auch die hohe Internationalität der Fachbesucher bei. Ihr Anteil lag bei 47,7 Prozent, davon kamen 44,3 Prozent aus



Soll das iPhone zur richtigen Kamera mit APS-C Sensor machen: die Relonch Kamera.

dem Ausland. Vor allem aus den USA, Asien und Ozeanien reisten mehr Besucher nach Köln als in den Vorjahren. Darüber freuten sich nicht nur die Aussteller, sondern auch die Organisatoren. „Köln ist für die Foto- und Imaging-Industrie der Place to be“, kom-



Sony zeigte, wie brillant die neuen UHD Fernseher Fotos und Videos wiedergeben können.



Globell zeigte hinter Glas die ersten Objektive der wiederbelebten Marke Meyer-Optik Görlitz.

mentierte Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse. Geschäftsführerin Katharina C. Hamma lobte vor allem die neuen Bereiche: „Die Branche profitiert jetzt davon, dass die photokina kontinuierlich Trendthemen aufgegriffen und Angebotsbereiche ausgebaut hat, um so immer die aktuelle Marktsituation abzubilden.“ Das bestätigte auch

Christoph Thomas als Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes. „Die photokina hat eindrucksvoll gezeigt, dass es heute nahezu keinen Lebensbereich mehr gibt, in dem die visuelle Information und Kommunikation nicht eine wesentliche Rolle spielt. Alle Unternehmen haben mit neuen und frischen Ideen, innovativen Produkten und faszinierenden technischen Entwicklungen gezeigt, dass die Foto- und Imaging-Industrie das Ohr am Puls der Zeit hat und bestens für die Zukunft gerüstet ist.“ Wie diese Zukunft aussieht, kann man in zwei Jahren in Köln sehen: Dann findet die photokina World of Imaging 2016 vom 20. bis 25. September statt.



Eine Auswahl aus den vielen Leica Neuheiten: Die neue Leica M-P, die „Made in Germany“ Kompaktkamera Leica XE und die analoge Leica M-A.

Ausdrucksstark.

spectra™
INK JET PAPER jet



NEUE PAPIERE –
NEUES DESIGN!

Die Samsung NX1 ist mehr als ein Konzentrierte Innovation

Die Samsung NX1 war eine der wenigen neuen Kameras auf der photokina, die das Prädikat „Innovation“ verdienen. Tatsächlich hat Samsung sein neues Spitzenmodell komplett neu konstruiert: Vom Sensor über den Bildprozessor bis zum Autofokus-System steckt das staub- und spritzwassergeschützte Magnesiumgehäuse voller neuer Technologien. Damit ist die NX1 für Samsung mehr als ein Renommier-Produkt: Sie steht für die Kombination kompromissloser fotografischer Leistung mit zeitgemäßer Vernetzung – und damit für die Zukunft des Kamera-Geschäftes.

imaging+foto-contact hat mit Andreas Wahlich, Head of Marketing im Bereich Digital Imaging von Samsung, darüber gesprochen, was das für den Fotohandel bedeutet.



Im staub- und spritzwassergeschützten Magnesiumgehäuse der Samsung NX1 stecken zahlreiche neue Technologien.

imaging+foto-contact: Herr Wahlich, die Samsung NX1 wartet mit beeindruckenden Leistungsmerkmalen auf. Für welche Zielgruppe wurde diese Kamera entwickelt?

Andreas Wahlich: Die Samsung NX1 richtet sich an echte Enthusiasten, die bei der Bildqualität, beim Handling und natürlich auch bei der Vernetzung keine Kompromisse machen wollen. Um das zu erreichen, hat Samsung das Konzept Systemkamera praktisch von Grund auf neu entwickelt und dabei die ganze Forschungs- und Entwicklungskompetenz genutzt, die diesen Technologiekonzern auszeichnet. Ich gebe zu, dass wir auf das Ergebnis



Andreas Wahlich, Head of Marketing im Bereich Digital Imaging von Samsung: „Samsung ist mit seiner über- ragenden technologischen Kom- petenz bei den Themen Vernetzung, Bildverarbeitung und Kommunikation der einzige Hersteller, der den Fotohandel in allen Facetten der digitalen Bildkommunikation umfassend unterstützen kann.“

Flaggschiff

wirklich stolz sind: Praktisch jedes relevante Bauteil, das in dieser einzigartigen Kamera steckt, stellt in seiner Klasse Bestwerte auf, die weit über dem liegen, was bisher im Kamerabau möglich war.

imaging+foto-contact: Können Sie dafür Beispiele nennen?

Andreas Wahlich: Bereits der völlig neu entwickelte Sensor setzt Maßstäbe für das APS-C Format. Die Rekordauflösung von 28,8 Megapixeln geht nämlich nicht zu Lasten der Lichtstärke und des Rauschverhaltens, weil wir erstmalig in diesem Sensorformat die BSI-Technologie mit Rückseitenbelichtung einsetzen. Zudem wurde die Lichtausbeute pro Pixel durch eine ganz neue Anordnung der Mikrolinsen deutlich erhöht. Auch bei der Auslesefrequenz von 15 Bildern pro Sekunde bei voller Auflösung stellen wir einen Rekord auf, der umso eindrucksvoller ist, weil der Sensor dabei die 14 Bit-Ausgabe unterstützt. Nur so wurde es möglich, die außerordentliche Bildqualität der NX1 mit ihrer ebenso außerordentlichen Schnelligkeit zu verbinden. Weitere wichtige Voraussetzungen dafür sind die hohe Rechenleistung des neuen DRIMe V Bildprozessors und natürlich das geradezu sensationell innovative Autofokus-System.

imaging+foto-contact: Was zeichnet dieses Autofokus-System aus?

Andreas Wahlich: Hier ist es Samsung gelungen, das bekannte Konzept der automatischen Scharfeinstellung mit innovativen Technologien neu zu definieren: Die NX1 arbeitet mit 205 Phasenerkennungs-Messfeldern, davon 153 besonders präzise Kreuzsensoren, so dass 90 Prozent der Bildfläche horizontal und vertikal abgedeckt werden.

Dazu kommen 209 Kontrast-Sensoren. Damit stellt die NX1 mit einer Geschwindigkeit von nur 55 Millisekunden bis in die Ecken des Bildes scharf. Zudem haben wir für die Schärfenachführung bei Serienbildern einen neuen Algorithmus entwickelt, mit dem die Kamera die Bewegung sehr schneller Motive im Voraus berechnet, um sie genau im Fokus zu halten. Das funktioniert nicht nur beim Fotografieren, sondern auch beim Videofilmen.

imaging+foto-contact: Nun sind imposante Zahlen und Messwerte das eine, das andere ist der praktische Nutzen. Welche Vorteile bieten denn die neuen Technologien beim praktischen Einsatz der Kamera?

Andreas Wahlich: Natürlich ist die Technik kein Selbstzweck, sondern es geht bei einer Kamera in erster Linie um gute Bilder. Und genau da setzt die Samsung NX1 in ihrer Klasse Maßstäbe: zum einen mit den klassischen Parametern wie hoher Schärfe, fein abgestufter Gradation und einem weiten Belichtungsspielraum. Der große Empfindlichkeitsbereich von ISO 100 bis 25.600 stellt sicher, dass diese Ergebnisse praktisch unter allen Lichtbedingungen erzielt werden können. Zum anderen nützt die beste Bildqualität wenig, wenn man das Motiv verpasst. Und deshalb ist die überragende Schnelligkeit der Samsung NX1 so wichtig: Mit 15 Bildern pro

Sekunde bei voller Auflösung und präziser Schärfenachführung ist sie das perfekte Werkzeug, um den entscheidenden Moment festzuhalten – als Foto, oder als Video, und zwar in der derzeit besten Qualität: nämlich dem Cinema Modus 4K (2.160 x 4.096 Pixel) und dem Fernsehformat UHD (2.160 x 3.840 Pixel). Die Videosignale werden nach dem neuem H264 Standard mit einer Datenrate von 40 Mbit/s verarbeitet oder unkomprimiert über den HDMI 1.4 Anschluss ausgegeben. Da wir bei Samsung als Marktführer im TV-Geschäft genau wissen, wie rasant die Nachfrage nach UHD-Fernsehern steigt, sind wir sicher, dass 4K UHD Video schon bald für immer mehr Menschen ein wichtiges Kaufkriterium für eine hochwertige Kamera wird. Hinzu kommt, dass die Samsung NX1 über die HDMI Schnittstelle auch den Einsatz externer Rekorder und professioneller Codes wie ProRes, Kino DNG oder Avid DNx HD unterstützt.

imaging+foto-contact: Warum haben Sie eigentlich bisher die Konnektivität mit den Smart Camera Funktionen fast nicht erwähnt?

Andreas Wahlich: Weil sich die umfassende Netzwerkfähigkeit bei Samsung seit mehreren Kamera-Generationen praktisch von selbst versteht. Und das wird immer wichtiger: Die Bil-



Die Bedienungselemente der Samsung NX1 sind ergonomisch angeordnet.

Interview

derflut, die sich von den allgegenwärtigen Smartphones aus über die Netzwerke verbreitet, zeigt ja deutlich, wie viel Freude die Menschen daran haben, mit ihren Bildern zu kommunizieren und sie mit anderen zu teilen. Diese Freude wird noch größer, wenn es sich dabei um wirklich gute Fotos und Videos handelt. Deshalb haben wir in die Samsung NX1 den neuesten WiFi-Standard 802.11ac eingebaut, dessen Geschwindigkeit mit 80 Mbps viermal so hoch ist wie bei herkömmlichen 802.11n WiFi Systemen. Dazu kommt – ebenfalls eine Weltpremiere bei Systemkameras – die Datenübertragung per Bluetooth



Das zusätzliche monochrome LCD auf der Oberseite informiert auf einen Blick über aktuelle Werte und Einstellungen.

802.11n, die von vielen Konsumenten wegen ihrer Unkompliziertheit und hohen Sicherheit geschätzt wird.

imaging+foto-contact: *Kann man aus all dem schließen, dass Sie von der Samsung NX1 eine wesentliche Stärkung der Position von Samsung im Fotohandel erwarten?*

Andreas Wahlich: Wir erwarten tatsächlich von dieser Kamera eine Stärkung unserer Position im Fotohandel, denn sie richtet sich mit ihrem wegweisenden Leistungsprofil an anspruchsvolle Konsumenten, die zur

klassischen Kundenklientel des beratenden Fachhandels gehören. Der Kamera-Markt verändert sich zur Zeit ja bekanntlich rasant: Während einfach ausgestattete Kameras durch die Smartphones ersetzt werden, steigt zum einen die Nachfrage nach hochwertigen Kameras, die sichtbar bessere Bilder machen, und zum anderen möchten die Kunden netzwerkfähige Modelle, mit denen das Teilen der Fotos und Videos besonders einfach, schnell und komfortabel funktioniert. Genau diese Wachstumssegmente adressiert Samsung mit seinen Innovationen – und zwar nicht erst mit der NX1. Ich erinnere Sie daran, dass die weltweit erste Systemkamera mit APS-C Sensor, nämlich die NX10, bereits vor über vier Jahren von Samsung auf den Markt gebracht wurde. Und beim Thema Vernetzung sind wir inzwischen bereits bei der dritten Generation unserer Smart Cameras.

imaging+foto-contact: *Ist der Fotohandel denn für diese Themen wirklich gerüstet?*

Andreas Wahlich: Immer mehr Fotohändler erkennen, dass sie nur mit wirklich innovativen Kamera-Modellen Erfolg haben können. Denn die Marktzahlen beweisen ja, dass die Nachfrage nach Kameras zurückgeht, die nicht den neuen Bedürfnissen der Konsumenten in der digitalen Welt entsprechen. Die photokina hat zudem das Bestreben der Branche gezeigt, die Chancen zu nutzen, die sich durch die allgegenwärtigen Smartphones und ihre Fotofunktionen bieten. Auch der Fotohandel – ich erinnere an die aktuelle Ringfoto Initiative, die wir unterstützen – erkennt zunehmend, dass dieser Trend keine Bedrohung ist, sondern neue Möglichkeiten bietet. Samsung ist mit seiner überragenden technologischen Kompetenz bei den Themen Vernetzung, Bildverarbeitung und Kommu-

nikation der einzige Hersteller, der den Fotohandel in allen Facetten der digitalen Bildkommunikation umfassend unterstützen kann – mit marktführenden Smartphones, Tablets, Smart TVs und einem umfassenden Kamera-Sortiment, zu dem jetzt auch die beste Systemkamera der Welt gehört.

imaging+foto-contact: *Zu einer Systemkamera braucht man auch Objektive. Hält Ihr aktuelles Sortiment mit dem Anspruch der Samsung NX1 Schritt?*

Andreas Wahlich: Ja, denn die Palette der NX Objektive umfasst inzwischen 17 Modelle. Auf der photokina haben wir zwei weitere lichtstarke Premium S-Objektive angekündigt, ein F2,8 50-150 mm und ein F2,0-2,8 16-50 mm. Als Prototyp war auf unserem Stand zudem ein F2,8 300 mm Objektiv zu sehen, das unseren Anspruch unterstreicht, auch im Bereich Optik höchste Ansprüche zu erfüllen.

imaging+foto-contact: *Bei Samsung Digital Imaging hat es in den letzten Monaten mehrere personelle Veränderungen im Vertrieb gegeben. Mit welchen Ansprechpartnern und Konzepten kann der Fotohandel im Kamera-Geschäft rechnen?*

Andreas Wahlich: Die vertriebliche Integration des Samsung Kamerageschäftes in den Bereich IM (IT & Mobile Communication) wird bis Januar 2015 abgeschlossen sein. Die neue Vertriebsstruktur bedeutet eine spezialisierte Betreuung des Fotofachhandels und eine qualifizierte Ansprache aller relevanten Marktteilnehmer. Die Handelspartner können sich auf eine noch intensivere Unterstützung durch Trainings- und Promotionmaßnahmen freuen, die helfen, den hohen qualitativen Anspruch der Produkte zu vermarkten.

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

DS80-DX

Beidseitig drucken für dreifache Wertschöpfung

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

€ Fotomehrwert-Produkte
vor Ort



Hohe
Fotoqualität



Platzsparendes
Gerät



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

www.dnpphoto.eu
sales@dnpphoto.eu

DNP
Photo Imaging

Cewe mit zahlreichen photokina Neuheiten



Für alle Plattformen

Mit einem markanten photokina Auftritt setzte Cewe in Köln wichtige Akzente für das Weihnachtsgeschäft. Das Messe-Motto „Freude am Foto“ betraf dabei nicht nur zahlreiche neue Bildprodukte, sondern auch innovative Software-Lösungen, mit denen die Qualität gedruckter Fotos mit der mobilen Welt verbunden wird. Mit dem neuartigen Cloud-Service Cewe MyPhotos können die Nutzer jederzeit, überall und von jedem Endgerät aus auf ihre Bilder zugreifen, um sie zu organisieren, zu teilen und in gedruckte Bildprodukte zu verwandeln. Davon kann auch der Fotohandel profitieren.

In diesem Jahr setzte Cewe erstmals ein neues Konzept für den photokina Stand um. Zum einen konnten die Standbesucher die zahlreichen Bildprodukte zum Anfassen erleben, die Software ausprobieren und sich von fachkundigen Mitarbeitern beraten lassen. Zum anderen zeigte Cewe in liebevoll dekorierten Wohnwelten, wie man mit Cewe Wandbildern, Cewe Kalendern und trendigen Fotoprodukten das eigene Heim gestalten und

Freude am Foto im Alltag erleben kann. Passend dazu wurde die Bestell-Software rechtzeitig zur photokina neu gestaltet. Sie bietet jetzt eine bewusst emotional gestaltete Oberfläche, die dazu einlädt, durch die Angebote zu stöbern, um Produkte zu finden, die man mit den eigenen Fotos kreativ gestalten kann.

Cewe Fotobuch: neue Varianten

Das Flaggschiff-Produkt Cewe Fotobuch gibt es in neuen Varianten. So ist die Ausführung Premium-Matt jetzt in den Formaten XXL (28 x 36 cm) und XXL Panorama (38 x 29 cm) erhältlich. Das Cewe Fotobuch Compact Panorama (19 x 15 cm) gibt es auch mit glänzendem Fotopapier in Lay-Flat- ➔

In liebevoll dekorierten Wohnwelten zeigte Cewe, wie man mit Fotoprodukten das eigene Heim gestalten kann.





Cewe Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander: „Ein toller Erfolg“

Auf dem Cewe Stand herrschte praktisch während der gesamten photokina lebhafter Betrieb. *imaging+foto-contact* hat den Cewe Vorstandsvorsitzenden Dr. Rolf Hollander nach seiner Einschätzung der Messe gefragt.

imaging+foto-contact: Herr Dr. Hollander, Cewe hat auf der photokina mit einem großem Stand und hohem Aufwand seine Position als führender Fotodienstleister in Europa unterstrichen. Sind Sie mit dem Resultat zufrieden?

Dr. Rolf Hollander: Wir sind mit der photokina sehr zufrieden, denn die Messe war für uns nicht nur ein voller, sondern ein geradezu toller Erfolg. Unser Stand war sehr gut besucht, und wir haben es genossen, den Konsumenten und dem Fotohandel die ganze Vielfalt unserer Bildprodukte und unsere innovativen Apps und Software-Lösungen zu präsentieren. Es ist beeindruckend, wie viele Menschen mit großer Liebe ihre persönlichen Bildprodukte gestalten und die Gelegenheit nutzen, sich mit uns darüber auszutauschen. Dadurch erhalten wir auch wertvolle Anregungen, die wir wiederum in neue Produkte umsetzen können. Diese Konsumenten sind für uns zudem wichtige Multiplikatoren, denn es handelt sich um echte Enthusiasten, die großen Einfluss auf ihre Familien und ihre Freunde haben. Das ist einer der Gründe, warum die photokina hervorragende Effekte auf unsere Markenbildung hat, und zwar nach außen und nach innen.

imaging+foto-contact: Was meinen Sie mit Effekten nach innen?

Dr. Rolf Hollander: Mit unserem gelungenen photokina Auftritt motivieren wir auch unsere Mitarbeiter. Deshalb besetzen wir unseren Stand, mit Ausnah-

me einiger Promotoren, grundsätzlich mit eigenem Personal. In diesem Jahr haben wir in mehreren Schichten 400 Mitarbeiter eingesetzt. Dazu kommen noch fast 500 Mitarbeiter, denen wir mit Tagestouren mit Bussen von allen Betrieben aus Gelegenheit zum Besuch der photokina gegeben haben. Denn für uns ist es wichtig, dass unsere Mitarbeiter selbst erleben, wie sich Cewe auf dieser Weltmesse präsentiert, auf der die gesamte Imaging-Branche ihre Vielfalt und Leistungsfähigkeit unter Beweis stellt.

imaging+foto-contact: Sind Sie auch mit Ihren Messekontakten zum Fotohandel zufrieden?

Dr. Rolf Hollander: Ja, was ich über unsere Kontakte mit den Konsumenten gesagt habe, gilt auch für unsere Handelspartner. Die Qualität der Fachbesucher ist auf der photokina ausgezeichnet, und immer mehr Fotohändler erkennen, dass sie mit der starken Marke und der Innovationskraft von Cewe ihr Bildergeschäft erfolgreich gestalten können. Unsere wegweisenden mobilen Lösungen machen es dabei möglich, auch von der Smartphone-Bilderflut zu profitieren.

imaging+foto-contact: Der Smartphone-Effekt ist also für Sie positiv?

Dr. Rolf Hollander: Auf jeden Fall, denn wir haben Smartphones und mobile Geräte komplett in unsere Cewe Fotowelt integriert, so dass heute bereits 14 Prozent aller Fotos, die wir in unseren Betrieben verarbeiten, mit mobilen Geräten aufgenommen worden sind. Mit

unserer neuen Cloud-Plattform Cewe MyPhotos werden wir es noch einfacher machen, jederzeit und von überall aus auf Bilder zuzugreifen, um damit ganz persönliche Cewe Fotobücher, Cewe Kalender, Cewe Wandbilder und Cewe Cards zu gestalten. Unser Messe-Motto „Freude am Foto“ gilt deshalb nicht nur für die Konsumenten, sondern auch für unsere Handelspartner und auch für uns.

imaging+foto-contact: Welche Maßnahmen haben Sie geplant, um die Effekte der photokina in das Weihnachtsgeschäft zu übertragen?

Dr. Rolf Hollander: Wir werden die Nachfrage zu Weihnachten wieder mit massiven Werbeaktivitäten ankurbeln. Denn es gibt ja kein schöneres Weihnachtsgeschenk als ein Cewe Fotobuch oder ein anderes Cewe Bildprodukt. Ich kann mir jedenfalls kein anderes Geschenk vorstellen, das dem Empfänger eine höhere Wertschätzung signalisiert: Es ist individuell, es ist ganz persönlich, und es ist selbstgemacht. Diese Botschaft werden wir vor Weihnachten über Online-Medien, unsere Newsletter und zahlreiche TV-Spots verbreiten. Die Fernsehwerbung beginnt schon in Kürze, und in der heißen Phase im Dezember werden wir täglich eine Minute vor der Tagesschau die Kunden ansprechen.

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

Bilddienstleistungen

Bindung. Die Software bietet mit über 1.000 neuen Designs, Hintergründen und Stilen jetzt noch mehr Gestaltungsmöglichkeiten für das Cewe Fotobuch. Eine gute Idee für mehr Wertschöpfung ist die neue Geschenkbox, denn gerade, aber nicht nur zu Weihnachten ist das Cewe Fotobuch ein beliebtes Präsent. Mit einer Inneneinlage in Samtopik und einem Magnetverschluss unterstreicht die Geschenkbox, die in den Formaten Groß, Groß Panorama, XL, XXL und XXL Panorama erhältlich ist, die hohe Qualität und den emotionalen Wert des Cewe Fotobuchs.

Neue Cewe Wandbilder

Das große Sortiment der Cewe Wandbilder wurde zur photokina um Premium Poster auf Fotopapier erweitert. Sie sind in 12 Formaten von quadratisch (20 x 20 cm) bis zu Panorama (20 x 100 cm und 30 x 90 cm) mit glänzender, matter oder Perlmutter-Oberfläche erhältlich. Zu den Postern gibt es neue Galerie-Rahmen, die in vier Passepartout-Farben und in 18 Stilen die Motive besonders wirkungsvoll zur Geltung bringen.

Eine pfiffige Idee ist der neue Familienplaner hinter Acrylglas, auf dem sich die wichtigsten Termine optisch ansprechend festhalten lassen. Auch hier stehen verschiedene Gestaltungslayouts und Designs zur Wahl.

Mit dem neuen Wohnraumdesigner für Cewe Wandbilder kann man schon vor der Bestellung sehen, wie die fertige Dekoration in realistischer Umgebung aussieht. Dazu werden die gestalteten Produkte in den Umfeldern Wohnzimmer, Schlafzimmer oder Flur und in den Stilen Klassik, Modern und Landhaus ansprechend inszeniert. Dabei können Wohnraumelemente nach Wunsch verschoben und die

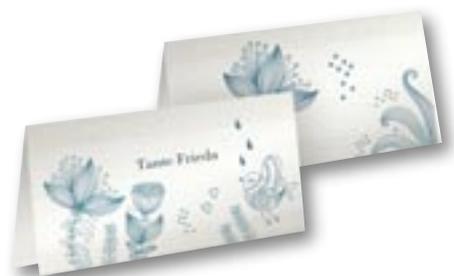


Das Cewe Fotobuch Premium-Matt ist jetzt auch in den Formaten XXL (28 x 36 cm) und XXL Panorama (38 x 29 cm) erhältlich.

Wandbreite und -höhe selbst festgelegt werden.

Kalender und Grußkarten

Das besonders zu Weihnachten aktuelle Cewe Kalender Sortiment wurde um den Tischkalender Quadratisch im Format 14 x 14 cm erweitert. Für die



Die neuen Cewe Tischkarten sind als 10er-Sets erhältlich.

Gestaltung der 12 Kalenderseiten und des Deckblatts gibt es eine große Auswahl von Hintergrundfarben, Cliparts und Layouts.

Die beliebten Cewe Cards können aus über 1.600 Designvorlagen individuell gestaltet werden. Bei den im 10er Set erhältlichen Tischkarten ist es jetzt bereits während der Gestaltung möglich, die ein-



Macht das Cewe Fotobuch als Präsent noch wertvoller: die neue Geschenkbox.

zelnen Namen einzugeben. Und für den Versand der Cewe Cards als Klappkarten in den Formaten Klassik und XL gibt es jetzt Umschläge in den Farben Creme, Rosa, Rot, Hell- oder Dunkelblau.

Fotos in Retro-Optik

Mit den neuen Polaroid-Style Prints reagiert Cewe auf den aktuellen Retro-Trend. Sie bieten die Optik von klassischen Polaroids im Format 10,2 x 12,7 cm; das Foto selbst wird in der Größe 9 x 9 cm abgebildet und kann mit verschiedenen Farbfiltern, Rahmen und Effekten nostalgisch gestaltet werden. Für persönliche Texte gibt es Platz auf dem Rahmen und der Rückseite. Die



Im Retro-Trends: die neuen „Polaroids“ von Cewe.



Die neuen Smartphone Premium Cases aus robustem Kunststoff werden bis über die Kanten bedruckt.

im beidseitigen Druckverfahren auf 300 g starkem, matten Papier als 16er, 24er und 32er Sets erhältlich. Fotos werden in einer wertigen Schmuckverpackung geliefert. Auch klassische Printabzüge lassen sich mit dem neuen Angebot Kreativ Fotos jetzt individuell bearbeiten und auch im quadratischen (ab 10 x 10 cm) oder im 16:9-Format, dem Standard bei vielen neuen Smartphones, bestellen.

Cewe is mobile

Bereits vor zwei Jahren nahm Cewe auf der photokina den Smartphone-Trend auf und führte Apps zur Bestellung



30 Millionen Cewe Fotobücher

Nur knapp zwei Jahre, nachdem die Marke von 20 Millionen Cewe Fotobüchern erreicht wurde, lieferte Europas führender Fotodienstleister das 30-millionste Exemplar seines Bestsellers aus. Es wurde von dm-Kundin Birgit Hansen aus Hamburg in Auftrag gegeben. Damit gewann sie einen Reisegutschein im Wert von 5.000 Euro, der ihr im Haus der Photographie in den Deichtorhallen Hamburg von Christoph Werner, Geschäftsführer von dm-drogerie markt, Dr. Christine Hawighorst (2. v. li.), verantwortlich für Presse- und Nachhaltigkeitsarbeit bei Cewe, und Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender von Cewe, überreicht wurde.



Das 30-millionste Cewe Fotobuch wurde von der Hamburger dm-Kundin Birgit Hansen (2. v. re.) in Auftrag gegeben. Dafür überreichten ihr Christoph Werner (li.), Geschäftsführer von dm-drogerie markt, Dr. Christine Hawighorst (2. v. li.), verantwortlich für Presse- und Nachhaltigkeitsarbeit bei Cewe, und Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender von Cewe, einen Reisegutschein im Wert von 5.000 Euro.

Jedes Cewe Fotobuch enthält eine ganz persönliche Geschichte. Für die dm-Kundin Birgit Hansen waren es die Erlebnisse eines Jahres mit ihrer vierjährigen Tochter: „Gleich nach der Geburt unserer Tochter habe ich damit begonnen, die vielen großen und kleinen Ereignisse in Bildern und Worten festzuhalten“, berichtete die Gewinnerin. „Jedes Jahr gestalte ich aus meinen Tagebuchaufzeichnungen und unseren schönsten Fotos eine persönliche Erinnerung: ein Cewe Fotobuch. Für die nächsten Jahre sind 14 weitere Jahresrückblicke als Cewe Fotobuch geplant. So können wir unserer Tochter mit den liebevoll aufbereiteten Kindheitserinnerungen einen echten Schatz zu ihrem 18. Geburtstag schenken.“ Mit dem überreichten TUI-Reisegutschein kann Birgit Hansen mit ihrer Familie neue einzigartige Momente genießen und die schönsten Motive für das fünfte Cewe Fotobuch einfangen. Dafür hat sie mit Cewe und dm-drogeriemarkt zuverlässige Lieferanten: Gerade bestätigte der Kundenmonitor Deutschland 2014 beiden Partnern Bestwerte bei Kundenzufriedenheit, Servicequalität und Produktvielfalt.

READY FOR EVERYTHING

CPS – Camera Protection System

Das Zentrum einer Kameratasche ist die wertvollste Stelle. Das Kameraschutz-System von Manfrotto (CPS) besteht aus einer dicken Schicht von stoßdämpfenden Inneneinteilern, die rund um den Taschenkern liegen und die Ausrüstung optimal umschließen.

Exo-Tough Construction

Die Außenfläche der Professional-Taschen verfügt über eine starre mehrschichtige Struktur, die starke Stöße abfängt und schwächt, indem sie diese über die Oberfläche verteilt.



Exo-Tough Construction

Camera Protection System



Professional Bags

Die Professional-Kollektion umfasst alle wesentlichen Taschenarten (in verschiedenen Größen) für den professionellen Fotografen. Mehr mobiles Büro als Tasche mit hohem Tragekomfort und Schnellzugriff auf Ihre Ausrüstung.



Manfrotto
Imagine More

Bilddienstleistungen

lung von Bildprodukten ein. Hieß es damals noch „Cewe goes mobile“, so zeigte die photokina 2014: Cewe ist mobile. Das fängt schon mit passenden Fotogeschenken an. Die neuen Smartphone Premium Cases aus robustem Kunststoff beeindrucken durch besonders brillante Farben. Der vollflächige Druck erstreckt sich bis über die Kanten, um das Motiv bestmöglich wiederzugeben. Die Premium Cases, die jetzt auch in Matt erhältlich sind, können auch mit der Cewe Fotowelt App bestellt werden. Die Funktionen dieser erfolgreichen Anwendung werden stetig erweitert, so dass sich verschiedene Varianten des Cewe Fotobuchs, Cewe Kalender, Postkarten und Kreativ Fotos direkt auf dem Smartphone oder Tablet gestalten und bestellen lassen. Wie bei der Desktop-Software werden die Produkte entweder direkt nach Hause geschickt oder über das Geschäft eines Handelspartners ausgeliefert.

Neben der Cewe Fotowelt App gibt es inzwischen weitere Anwendungen für mehr Freude am Foto mit mobilen Geräten. Cewe Optimize verbessert vollautomatisch die Bildqualität, indem



Jetzt noch vielseitiger: die Cewe Fotowelt App.

mit wenigen Klicks Farbe, Helligkeit, Schärfe oder Kontrast bearbeitet werden. Die Spaßbild-App Cewe Booth erzeugt wie in einer Fotokabine gleich vier Fotos, die mit peppigen Designs gestaltet werden können. Cewe Happy Faces ergänzt das fotografierte Gesicht humorvoll mit Masken, Brillen und Hüten.

Eine besondere Erfolgsgeschichte in der Cewe Fotowelt ist die Cewe Postcard, die man direkt aus dem Urlaub verschicken kann. Die mit eigenen Fotos gestaltete, mit einem persönlichen Text, der Unterschrift sowie der Adresse versehene Postkarte wird online an Cewe geschickt, dort gedruckt und per Post an den Empfänger versandt. Dabei kann sogar die Briefmarke mit einem eigenen Foto personalisiert werden.

Neuer Cloud-Service Cewe MyPhotos

Die wohl spektakulärste photokina Neuheit von Cewe ist der neue Cloud-Service Cewe MyPhotos. Mit diesem innovativen Dienst macht Cewe es den Konsumenten möglich, alle ihre Fotos (von

Ein Hit in den Betrieben und auf der photokina: die Cewe Postcard.

der Digitalkamera, dem Smartphone, dem Tablet oder dem PC) auf einer zentralen Plattform zu speichern, um sie dort zu organisieren, zu bearbeiten, zu teilen und natürlich Fotoprodukte zu gestalten und zu bestellen. So wird es möglich, auf die Fotos jederzeit und von überall aus zuzugreifen – das funktioniert mit jedem Betriebssystem (Windows, MacOS, Linux, Android, iOS oder Windows Mobile). Auch für Sicherheit ist gesorgt: Die Bilder werden auf hochsicheren Servern (TÜV Level 3) in Deutschland gespeichert. Auf Cewe MyPhotos können die Bilder nach vielen unterschiedlichen Kriteri-



Der neue Cloud-Service Cewe MyPhotos macht es möglich, alle Fotos (von der Digitalkamera, dem Smartphone, dem Tablet oder dem PC) auf einer zentralen Plattform zu speichern, auf die man von überall aus zugreifen kann, um die Bilder zu organisieren, zu bearbeiten, zu teilen und natürlich Fotoprodukte zu gestalten und zu bestellen.

en organisiert und anschließend leicht gefunden werden – dabei hilft ein Bewertungssystem, das es einfach macht, die Favoriten herauszufiltern. Geteilt werden können die Bilder nicht nur über die einschlägigen Online-Plattformen oder soziale Netzwerke, sondern auch über Smart TVs. Sehr praktisch ist die „Private Sharing“ Funktion, mit der Fotos nur ausgewählten Personen zugänglich gemacht werden können. Mit einem Beta-Test will Cewe die Erfahrungen und Wünsche der Konsumenten ab November noch intensiver ermitteln – im ersten Quartal 2015 soll Cewe MyPhotos dann allgemein verfügbar sein.





Dr. Reiner Fageth zu Cewe MyPhotos

Mit dem neuen Service Cewe MyPhotos kündigte Cewe auf der photokina ein besonders innovatives Dienstleistungskonzept an. *imaging+foto-contact* hat mit Dr. Reiner Fageth, Cewe Vorstand, verantwortlich für Technik, Forschung und Entwicklung, über die Hintergründe gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Dr. Fageth, es gibt ja bereits eine Menge Möglichkeiten, Fotos auf Internetplattformen zu speichern. Was ist das Besondere an Cewe MyPhotos?

Dr. Reiner Fageth: Mit Cewe MyPhotos lösen wir ein Problem, das viele Kunden haben: Ihre Fotos sind auf vielen verschiedenen Geräten und Plattformen wie Smartphones, Tablets, Kameras, Internetalben, Festplatten usw. verstreut und deshalb oft nicht verfügbar, wenn man sie gerade sehen oder zeigen möchte.

Cewe MyPhotos macht es einfach, alle Bilder an einem Ort zu konzentrieren und sie dort zu ordnen, zu bewerten, zu teilen, zu bearbeiten und natürlich Fotos und Bildprodukte zu gestalten und zu bestellen. Dabei begleiten wir die Nutzer von der Sicherung ihrer Bilddateien bis zur Veredelung der Lieblingsmotive mit einem innovativen Service, der so mobil ist wie seine Nutzer.

imaging+foto-contact: Wie muss man sich diese Mobilität vorstellen?

Dr. Reiner Fageth: Sie können alle Funktionen von Cewe MyPhotos auf allen Plattformen nutzen – mit der Desktop-Software auf dem Computer, im Internet-Browser oder mit der App auf Smartphones und Tablets. Dabei ist es völlig egal, welches Betriebssystem sie nutzen. Das bedeutet: Mit Cewe MyPhotos haben sie ihre Bilder immer und überall dabei.

imaging+foto-contact: Wie haben die photokina Besucher auf das Konzept reagiert?

Dr. Reiner Fageth: Ich übertreibe nicht, wenn ich von teilweise enthusiastischen Reaktionen spreche. Besonders positiv wurde zum Beispiel die Private Sharing Funktion aufgenommen, mit der sie ihre Fotos nur ausgewählten Personen zugänglich machen. Auch das Bewertungssystem kam hervorragend an, denn so können sie die wichtigsten Bilder im Handumdrehen wiederfinden und z. B. aus diesen wichtigen Bildern vollautomatisch einen Jahreskalender als Vorschlag erstellen, der natürlich bearbeitet werden kann. Das ist nicht nur für die Gestaltung von Fotoprodukten nützlich, sondern auch, wenn sie ihre Urlaubsfotos auf einem Smart TV präsentieren wollen. Denn dann brauchen sie nicht durch alle ihre Bilder klicken, sondern können gleich die besten präsentieren.

Nicht zuletzt waren die Besucher davon begeistert, dass dieser Dienst von einer Marke angeboten wird, der sie vertrauen und von der sie mit Recht die Erfüllung höchster Sicherheitskriterien erwarten können. Alle Fotos werden auf hochsicheren Servern in Deutschland gespeichert.

imaging+foto-contact: Wie kann der Fotohandel von dieser Plattform profitieren?

Dr. Reiner Fageth: Ganz einfach: durch mehr Umsatz, denn auch die Bestellungen über Cewe MyPhotos laufen nicht an unseren Handelspartnern vorbei. So wird zum Beispiel ein Kunde, der die Bilder für ein Cewe Fotobuch auf Cewe MyPhotos hochlädt, automatisch mit dem Händler ver-



knüpft, über den er das Cewe Fotobuch bestellt hat. Wer über das Internet auf Cewe MyPhotos stößt, wählt spätestens dann seinen bevorzugten Handelspartner aus, wenn er die ersten Fotos oder Bildprodukte über die Plattform bestellt.

imaging+foto-contact: Wann geht Cewe MyPhotos an den Start?

Dr. Reiner Fageth: Wir beginnen im November mit dem Beta-Test, für den man sich bereits jetzt im Internet registrieren kann. Die Erfahrungen dieser Testkunden, die wir regelmäßig befragen, fließen dann in die Weiterentwicklung von Cewe MyPhotos ein, bevor die Plattform Ende des ersten Quartals 2015 live geschaltet wird.

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

europafoto startet Online-Shop

Ein umfassendes neues Online-Angebot, mit dem europafoto zur photokina an den Start ging, sorgte sofort für große Aufmerksamkeit in der Branche: Auf www.europafoto.de können Endkunden erstmals zahlreiche Markenartikel über das Internet direkt bei einer Fotokooperation bestellen. Die Auslieferung erfolgt entweder direkt zum Konsumenten oder zu dessen bevorzugten europafoto Händler vor Ort.



Der Hardware-Shop auf europafoto.de wird durch eine Community und einen Imageshop ergänzt.

Auf neuen Wegen

Betrieben wird der Hardware-Shop von der neu gegründeten europafoto eCommerce GmbH, einer 100prozentigen Tochtergesellschaft der Fotoco Fotohandelsgesellschaft mbH & Co. KG. Als Geschäftsführer fungiert in Personalunion europafoto Geschäftsführer Robby Kreft. Die neue Gesellschaft ist Vertragspartner der einkaufenden

Kunden und der teilnehmenden Fachhändler. Rund 5.500 hochwertige Markenprodukte sollen in dem neuen Hardware-Shop zu aktuellen Internetpreisen angeboten werden – europafoto will sich dabei leicht über dem Niveau von Amazon (ohne Marketplace) positionieren.

Die teilnehmenden europafoto Händ-

ler können Artikel, die bei ihnen vorrätig sind, als sofort verfügbar kennzeichnen und auf diese Weise die interessierten Kunden direkt in ihr Geschäft führen. Dabei besteht die Möglichkeit, eine Preisuntergrenze zu definieren, bei deren Unterschreiten das Produkt nicht mehr bei dem betreffenden Händler als sofort verfügbar angezeigt wird. Die normale Lieferzeit bei Direktversand beträgt 2 bis 3 Tage.

Die Marge der verkauften Produkte wird (abzüglich einer Provision zur Deckung der Kosten der Internetplattform) den Händlern gutgeschrieben, bei denen die Kunden die Ware abholen. Bei Direktversand partizipiert in gleicher Weise der vom Kunden angegebene europafoto Händler. Wenn bei einer Aktion ausnahmsweise keine oder gar eine negative Marge anfällt, wird der Händler nicht belastet. Wird vom Kunden kein Händler angegeben, geht



europafoto Geschäftsführer Robby Kreft: „Wir sind sicher, mit dem Hardware-Shop einen zukunftsweisenden Weg gefunden zu haben, um die Wettbewerbsfähigkeit unserer Mitglieder nicht nur zu erhalten, sondern nachhaltig zu verbessern.“

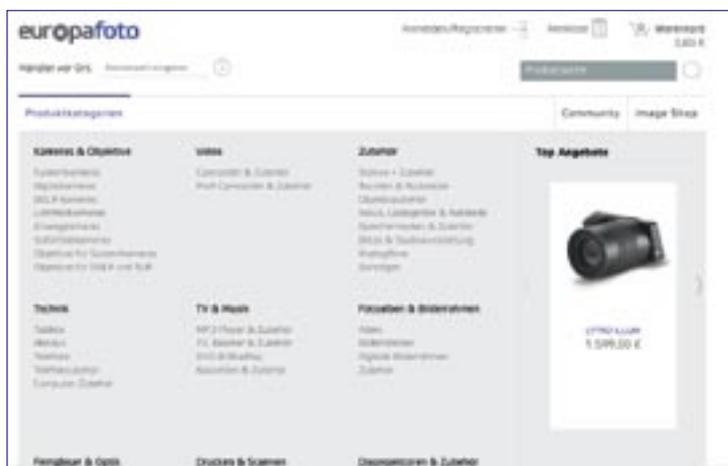
die Spanne an die europafoto eCommerce GmbH. „Von diesen Erträgen profitieren dann alle europafoto Mitglieder“, betonte Robby Kreft im Gespräch mit imaging+foto-contact. „Denn die Gewinne werden an die Kooperation abgeführt und vollständig ausgeschüttet.“

„Den Fachhandel stärken“

Mit dem Online-Shop will europafoto die steigenden Umsätze im Internet in die Kassen des Fachhandels umleiten. „Es ist eine Tatsache, dass immer mehr Konsumenten online einkaufen“, erklärte Robby Kreft. „Davon profitieren zur Zeit neben Amazon große Mitbewerber wie Media Saturn oder Redcoon. Vor dieser Entwicklung dürfen wir nicht die Augen verschließen, sondern müssen mit eigenen Aktivitäten reagieren. Das ist die einzige Möglichkeit, im Wettbewerb zu bestehen, indem wir den Kunden Fachhandelskompetenz zu

können sich Foto-Enthusiasten miteinander austauschen, ihre Bilder hochladen, diskutieren und bewerten und ihre eigenen Fotos in einem Imageshop verkaufen oder dort attraktive Motive erwerben. Diese Möglichkeit steht natürlich auch den europafoto Mitgliedern offen. Innerhalb bestimmter Grenzen können die Teilnehmer den Preis für ihre Fotos selber festlegen und erhalten von jedem Verkauf 70 Prozent des Ertrages. Auch attraktive Wanddekorationen können von den Motiven im Imageshop bestellt werden – diese Dienstleistung bietet europafoto in Kooperation mit Fujifilm an. Robby Kreft machte im Gespräch mit imaging+foto-contact keinen Hehl daraus, dass die Realisierung des neuen Konzeptes ein ausgesprochener Kraftakt war und ist. „Wir haben vom Beschluss des Verwaltungsrates bis zur Live-Schaltung genau fünf Monate Zeit gehabt“, erklärte der europafoto Geschäftsführer. „In dieser Zeit haben wir die technischen Vorausset-

Rund 5.500 Artikel will europafoto über das Internet anbieten.



guten Preisen zugänglich machen und uns als Alternative zu reinen Online-Anbietern positionieren.“ Um das zu erreichen, will europafoto die Konsumenten mit eigener Endkundenwerbung ansprechen, um die Nachfrage auf europafoto.de und in den Fachgeschäften der Mitglieder zu steigern. Zudem setzt der neue Online-Auftritt auf ein interaktives Konzept zur Kundenbindung: In einer Community

zungen geschaffen, unsere Datenbank angepasst sowie intensive Gespräche mit unseren Industrie-Partnern geführt und sie trotz anfänglicher Skepsis von unserem Konzept überzeugt. Wir sind sicher, dass wir damit einen zukunftsweisenden Weg gefunden haben, um die Wettbewerbsfähigkeit unserer Mitglieder im hart umkämpften Fotomarkt nicht nur zu erhalten, sondern nachhaltig zu verbessern.“

Whitewall eröffnet Store in Berlin am Hackeschen Markt

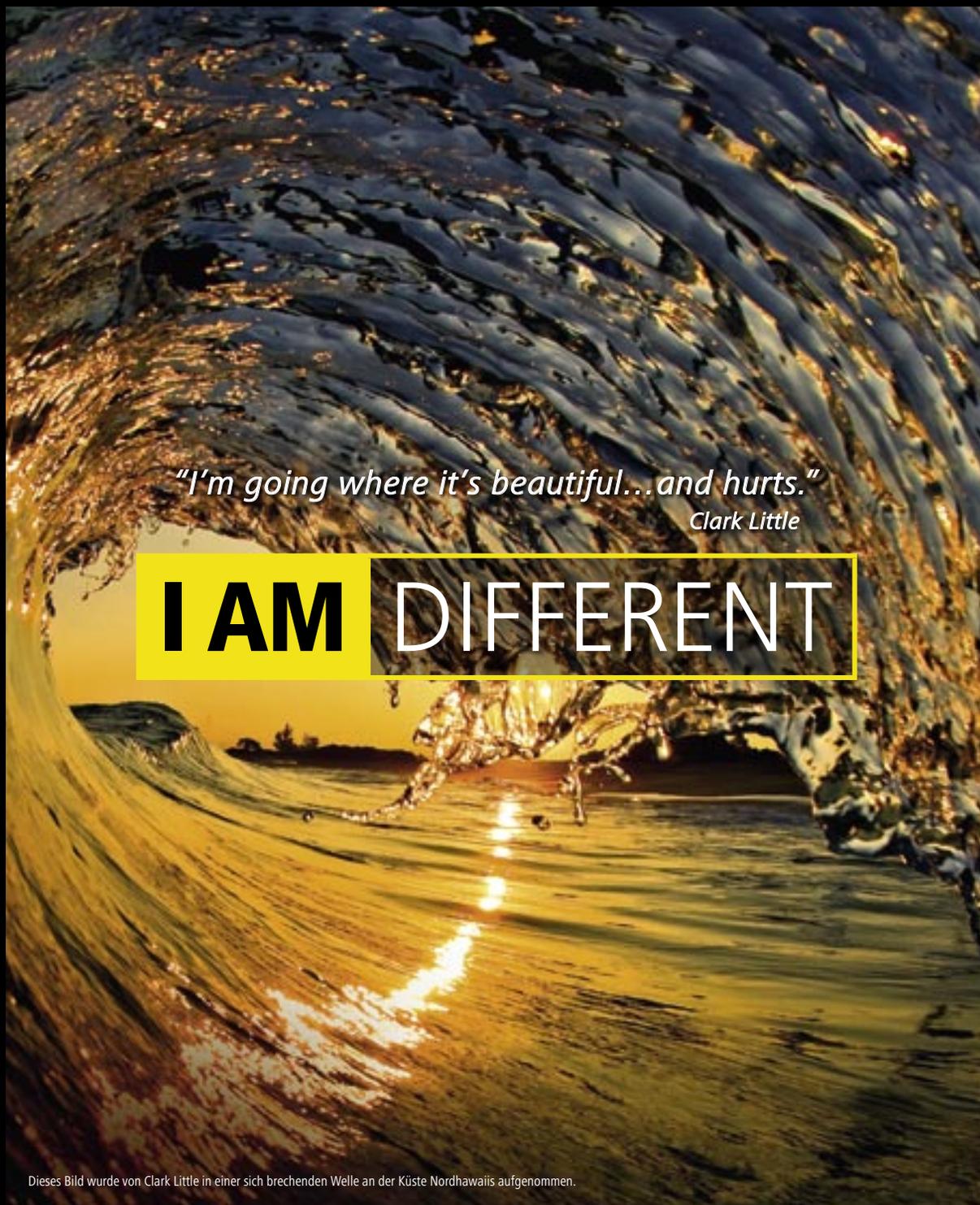
Das Online-Fotolabor Whitewall hat am Hackeschen Markt in Berlin ein eigenes Geschäft eröffnet. Dort wird die umfangreiche Produktpalette des Unternehmens den Kunden präsentiert. Nach dem erfolgreichen Whitewall Store in Düsseldorf ist der Shop in Berlin der zweite lokale Standort des international ausgezeichneten Fotolabors.

Whitewall bietet auf seiner Internetseite whitewall.de seit sieben Jahren mehr als 1.000 Bildprodukte an. Die Dienstleistungspalette reicht von der Kaschierung hinter Acrylglas über edle Echtfotobücher bis hin zu Fine Art Prints in handgefertigten Rahmen.

„Unsere Kunden haben hohe Qualitätsansprüche an unser Portfolio“, erklärte Whitewall Geschäftsführer Michael Stephan. „Mit einem weiteren Store können sie sich vor Ort von der Hochwertigkeit unserer Arbeit überzeugen und wertvolle Beratung einholen. Die Verknüpfung aus Online- und Offline-Geschäft ist daher ein konsequenter Schritt und differenziert uns von anderen Online-Fotodienstleistern.“

Kunden können die Bildprodukte direkt im Store bestellen und dorthin oder nach Hause liefern lassen. Erstmals stellte Whitewall sein Produkt-Portfolio auch auf der PhotoPlus Expo in New York vom 30. Oktober bis 1. November vor. Der Schwerpunkt lag auf dem vielfältigen Rahmensortiment, das mittlerweile über 140 handgefertigte Varianten umfasst. Nicht nur den 25 mm starke Acrylblock, der nach Angaben von Whitewall in Europa bereits zu den Bestsellern gehört, sondern auch den HD Metal Print, der mit spektakulärer Farbbrillanz in Kombination mit extremer Widerstandsfähigkeit im September die photokina Besucher begeisterte, zeigt das Online-Fotolabor ebenfalls auf der New Yorker Messe.

So unterstützt Nikon



"I'm going where it's beautiful...and hurts."

Clark Little

I AM DIFFERENT

Dieses Bild wurde von Clark Little in einer sich brechenden Welle an der Küste Nordhawaii aufgenommen.



Verwandeln Sie Ihre Ideen in atemberaubende Aufnahmen. Die neue Nikon D750 ist voll ausgestattet, um jede kreative Herausforderung zu meistern: 6,5 Bilder pro Sekunde, 24,3 Megapixel im Vollformat, 51 AF-Messfelder, eingebautes Blitzgerät, integriertes Wi-Fi und ein neigbarer Monitor. Die Full-HD-Videofunktion mit einer Bildrate von bis zu 60p sowie umfangreichem Einstellungs Menü ermöglicht beeindruckende Filme mit Kino-Look. Mehr Infos auf nikon.de/D750



At the heart of the image

Martin Broderick, Head of Strategy and Marketing der Nikon GmbH

„Nah am Fachhandel“

Nikon bindet mit umfassendem PoS-Material und massiver Verkaufsunterstützung den Fotohandel in seine Winter-Kampagne ein und setzt mit der Cashback-Aktion zusätzliche Kaufimpulse. *imaging+foto-contact* hat mit Martin Broderick, Head of Strategy and Marketing der Nikon GmbH, darüber gesprochen, was er vom Weihnachtsgeschäft erwartet.

imaging+foto-contact: Herr Broderick, Nikon investiert zum Jahresende nochmals massiv in den Kamera-Markt. Kann man daraus schließen, dass Sie – den aktuellen Trends zum Trotz – ein gutes Weihnachtsgeschäft erwarten?

Martin Broderick: Bereits der „Nikon Summer of Inspiration“ hat in diesem Jahr gezeigt, dass es sich lohnt, auf die Kunden zuzugehen, um sie zu inspirieren, bessere Bilder zu machen. Es ist darum ein logischer Schritt, dass wir zu Weihnachten, der umsatzstärksten Zeit des Jahres, unsere Präsenz nochmals verstärken, indem wir die mittlerweile weltweit erfolgreiche „I AM Different“ Kampagne auf breiter Front fortsetzen. Mit dieser Kampagne haben wir die Marke Nikon erfolgreich mitten in das Leben der Menschen gestellt. Mit den anstehenden umfangreichen Werbe-Investitionen gehen wir nun den nächsten Schritt, um Nachfrage zu erzeugen und die Kunden in die Geschäfte unserer Handelspartner zu bringen. Natürlich erwarten wir ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft, denn wir haben nicht nur eine tolle Kampagne, sondern auch genau die richtigen Produkte im Portfolio.

imaging+foto-contact: Avantgardistische Neuheiten für die Generation Smartphone haben Sie auf der photokina aber nicht gezeigt.

Martin Broderick: Mit Produkten, die kaum von einem Smartphone zu unterscheiden sind, wird man den Kamera-Markt auch nicht beleben können. Nikons Aufgabe

besteht darin, die Hobbyisten gemeinsam mit unseren Handelspartnern emotional abzuholen und nachhaltig für das Fotografieren mit Nikon zu begeistern. Unsere Kampagne spricht mit ihren inspirierenden Bildern und spannenden fotografischen Perspektiven aber auch sehr gezielt die Menschen an, die Tag für Tag mit ihrem Smartphone fotografieren. Hier möchten wir einfach Lust auf „mehr“ machen. Das Aufzeigen neuer, spannender Perspektiven, das Entdecken unkonventioneller Blickwinkel und das Ausleben der eigenen, individuellen Kreativität, einfach „anders“ sein und begeistern! Das ist die Botschaft, die wir mit „I AM Different“ vermitteln möchten. Und um das „mehr“ und das „anders“ sein realisieren zu können, bieten wir für alle fotoaffinen Zielgruppen die passgenauen Kameras.

imaging+foto-contact: Auf welchen Wegen wollen Sie diese Zielgruppen mit der Kampagne ansprechen?

Martin Broderick: Wir sprechen unsere Zielgruppen bewusst auf allen relevanten Kanälen an, von TV und Radio über Print, Online bis zu Out-of-Home Werbung und natürlich einer starken Präsenz am PoS. So stark waren wir schon lange nicht mehr unterwegs, denn wir setzen ein millionenschweres Budget ein, um eine hohe Kundennachfrage nach Nikon Produkten im Fotohandel zu erzeugen.

imaging+foto-contact: Braucht man dafür unbedingt eine Cashback-Aktion, die am Ende doch wieder den Rabatt in den Fokus rückt?



Martin Broderick, Head of Strategy and Marketing der Nikon GmbH: „Unsere Kampagne spricht mit ihren inspirierenden Bildern und spannenden fotografischen Perspektiven aber auch sehr gezielt die Menschen an, die Tag für Tag mit ihrem Smartphone fotografieren. Hier möchten wir einfach Lust auf „mehr“ machen.“

Martin Broderick: Gerade eine Cashback-Aktion kann dazu beitragen, Rabatt-Diskussionen zu vermeiden, denn den Kunden wird ja ein echter monetärer Vorteil beim Kauf geboten. Deshalb haben wir ein attraktives Sortiment von Aktionsprodukten zusammengestellt, das es unseren Handelspartnern einfach macht, ganz unterschiedliche Konsumenten-Typen für Nikon zu begeistern und ihnen Kameras anzubieten, die genau zu ihren Bedürfnissen passen. Zudem haben wir nicht ohne Grund zahlreiche Objektivs in die Winter Cashback-Aktion aufgenommen. Denn damit geben wir unseren Handelspartnern die Möglichkeit, auch Kunden, die bereits eine hochwertige Nikon Kamera besitzen, erneut in ihre Geschäfte einzuladen, damit sie ihre Ausrüstung zu attraktiven Konditionen erweitern können. Deshalb wird die Cashback-Aktion auch in die TV-, Radio- und Online-Auftritte der „I AM Different“ Kampagne eingebunden. Unser umfassendes Angebot von PoS-Materialien macht es einfach, die richtigen Produkte im Geschäft und im Schaufenster in den Vordergrund zu rücken und von dem massiven Werbedruck zu profitieren.

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

Hoher Werbedruck und Cashback-Aktion

Der heiße N

Zur umsatzstärksten Zeit des Jahres sorgt Nikon mit massivem Werbedruck dafür, dass die Konsumenten für ihre Weihnachtseinkäufe die Fachgeschäfte des Fotohandels ansteuern. Dafür startet im November die nächste Phase der erfolgreichen I AM Kampagne, die auf allen relevanten Kanälen große Aufmerksamkeit für die Marke Nikon erzeugen wird. Dazu kommt eine umfassende Cashback-Aktion, die mit Rückzahlungen von bis zu 200 Euro die Kaufbereitschaft der Kunden verstärkt.

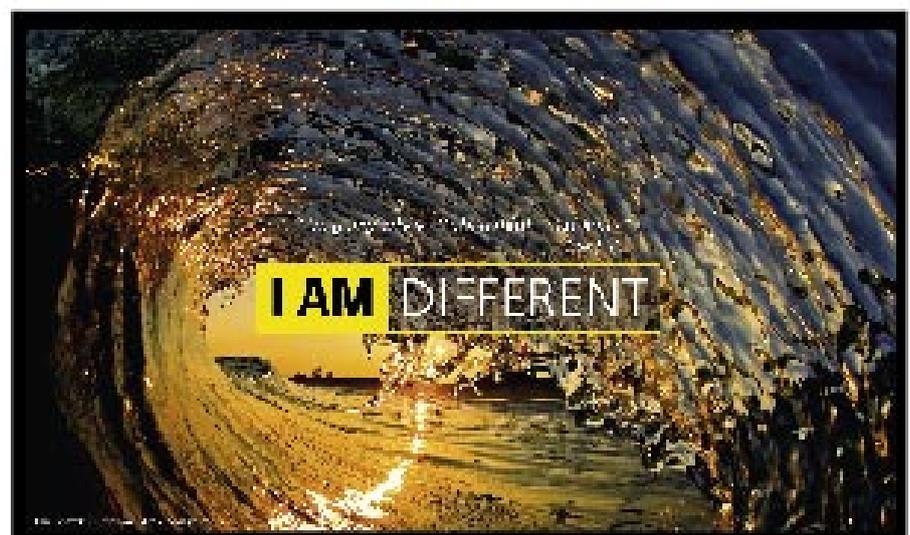
Die neue Markenkampagne „I AM Different“ wird Hobbyfotografen wieder mit spektakulären Fotomotiven dazu inspirieren, ihre eigenen Bildideen mit Nikon Kameras kreativ umzusetzen. Zum Start werden die faszinierenden Wellenmotive des prominenten Fotografen Clark Little in allen relevanten Medien und in den Fachgeschäften der Nikon Handelspartner die Blicke

auf sich ziehen. Der Profisurfer jagte jahrelang die Monsterwellen rund um Hawaii, bevor er sich dafür entschied, sie mit Nikon Kameras einzufangen. Inzwischen genießen die einzigartigen Aufnahmen des Fotografen weltweit Kultstatus, denn Little hat in den vergangenen acht Jahren kontinuierlich an seiner Fototechnik gearbeitet und ein sicheres Auge für einzigartige

oder in diesen Wochen konsequent die Augen und Ohren schließen. Denn die Kampagne wird in allen relevanten Kanälen massiv für Aufmerksamkeit sorgen: im Fernsehen und im Radio, auf Out-of-Home Plakaten, mit markanten Anzeigen in Fotomagazinen und anderen zielgruppen-affinen Titeln, auf Social Media Plattformen und auf unzähligen Internetseiten,



Auch Flyer stehen dem Fotohandel zur Verfügung.



Perspektiven entwickelt, die den Kampagnen-Slogan „I AM Different“ visuell unterstreichen.

Auf allen Kanälen

Wer zwischen Anfang November und Weihnachten der „I AM Different“ Kampagne von Nikon entgehen will, sollte entweder Deutschland verlassen



ikon Winter

wo Nikon kontinuierlich Advertorials und Bannerwerbung platzieren wird.

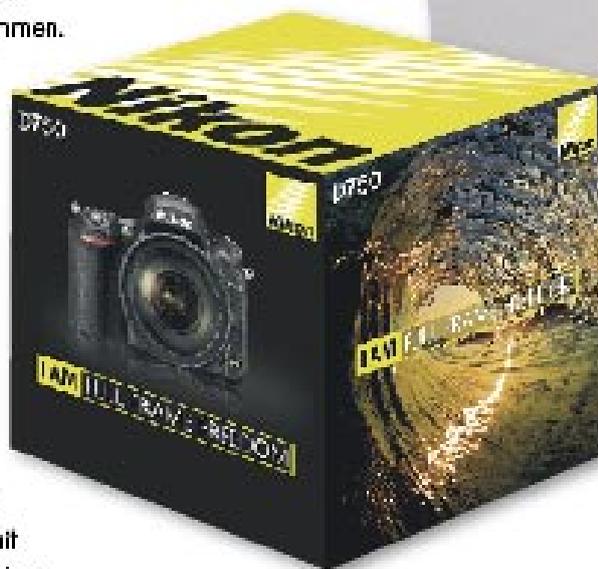
„Mit unübersehbarer fotografischer Inspiration wird die „I AM Different“ Kampagne besonders das Interesse von Hobbyfotografen wecken“, erklärte Martin Broderick, Head of Strategy and Marketing der Nikon GmbH. „Diese Zielgruppe kauft bevorzugt im qualifizierten Fotofachhandel und wird deshalb bei unseren Partnern für ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft sorgen.“

Mit einem umfassenden Sortiment von PoS-Materialien kann der Fotohandel die Kampagnen-Motive im eigenen Geschäft aufnehmen.

Dabei steht die auf der photokina vorgestellte Vollformat-DSLR Nikon D750 im Mittelpunkt. Dieses komplett neu entwickelte Modell bietet mit seiner großen Schnelligkeit und Agilität, einem neigbaren Monitor, professionellen Video-funktionen, umfassender Netzwerkfunktionalität mit WiFi und dem leichten, aber robusten Gehäuse dem Fotohandel besonders gute Verkaufsargumente für anspruchsvolle und kreative Kunden.

„I AM Your Winter Cashback“

Ergänzt wird die umfassende Nikon Werbekampagne durch eine breit angelegte Cashback-Aktion, die vom 1.11.2014 bis 31.1.2015 läuft und damit den gesamten Zeitraum des Vor- und Nachweihnachtsgeschäfts abdeckt. Umfangreiches PoS-Material sorgt auch hier beim Fotohandel für hohen Wiedererkennungswert und große Aufmerksamkeit bei den Kunden – und zwar bei praktisch jeder Zielgruppe. Denn Nikon hat ein besonders viel-



Mit attraktivem PoS-Material kann der Fotohandel die Motive der I AM Different Kampagne in seinen Geschäften aufnehmen und für den Abverkauf nutzen.

fältiges Sortiment von Cashback-Produkten zusammengestellt. Es umfasst im DSLR-Bereich die Kamera-Modelle

Nikon D8300, D5300 und D7100 (jeweils in allen Kits) sowie vier Objektive für das DX- und neun Objektive für das FX-Format. Dazu kommen die Systemkamera Nikon 1 J4 im Kit mit 1 Nikkor VR 10-30 mm, vier 1 Nikkor Objektive und ein



200€ CASHBACK
VOM 1.12.2014 BIS 31.1.2015

I AM YOUR WINTER CASHBACK

SPIEGELREFLEXKAMERAS:

- 50€ CASHBACK: NIKON D3100 (18-55mm)
- 50€ CASHBACK: NIKON D3200 (18-55mm)
- 70€ CASHBACK: NIKON D5100 (18-55mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON D5200 (18-55mm)

OBJEKTIVE FÜR DAS 35mm FORMAT:

- 100€ CASHBACK: NIKON AF-S 50mm f/1.8G
- 200€ CASHBACK: NIKON AF-S 85mm f/1.8G
- 200€ CASHBACK: NIKON AF-S 135mm f/1.8G
- 200€ CASHBACK: NIKON AF-S 200mm f/1.8G
- 200€ CASHBACK: NIKON AF-S 300mm f/2.8G
- 200€ CASHBACK: NIKON AF-S 400mm f/2.8G

OBJEKTIVE FÜR DAS APS-C FORMAT:

- 300€ CASHBACK: NIKON AF-S 18-200mm f/3.5-6.3G ED VR
- 300€ CASHBACK: NIKON AF-S 18-270mm f/3.5-6.3G ED VR
- 300€ CASHBACK: NIKON AF-S 55-200mm f/4-5.6G VR
- 300€ CASHBACK: NIKON AF-S 70-300mm f/4-5.6G VR
- 300€ CASHBACK: NIKON AF-S 70-300mm f/4-5.6G VR II
- 300€ CASHBACK: NIKON AF-S 70-300mm f/4-5.6G VR II ED

NIKON WINTER 200€ CASHBACK
VOM 1.12.2014 BIS 31.1.2015

Nikon
At the heart of the image

NIKON 1 SYSTEMKAMERA, OBJEKTIVE UND ZUBEHÖR:

- 50€ CASHBACK: NIKON 1 J1 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J2 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J3 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J4 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J5 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J6 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J7 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J8 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J9 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J10 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J11 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J12 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J13 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J14 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J15 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J16 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J17 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J18 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J19 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J20 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J21 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J22 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J23 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J24 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J25 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J26 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J27 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J28 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J29 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J30 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J31 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J32 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J33 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J34 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J35 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J36 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J37 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J38 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J39 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J40 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J41 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J42 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J43 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J44 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J45 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J46 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J47 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J48 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J49 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J50 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J51 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J52 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J53 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J54 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J55 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J56 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J57 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J58 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J59 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J60 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J61 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J62 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J63 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J64 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J65 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J66 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J67 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J68 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J69 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J70 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J71 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J72 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J73 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J74 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J75 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J76 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J77 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J78 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J79 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J80 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J81 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J82 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J83 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J84 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J85 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J86 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J87 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J88 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J89 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J90 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J91 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J92 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J93 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J94 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J95 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J96 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J97 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J98 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J99 (18-200mm)
- 100€ CASHBACK: NIKON 1 J100 (18-200mm)

ICOMPHOTOKAMERAS:

- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1000
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1010
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1020
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1030
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1040
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1050
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1060
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1070
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1080
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1090
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1100
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1110
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1120
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1130
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1140
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1150
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1160
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1170
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1180
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1190
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1200
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1210
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1220
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1230
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1240
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1250
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1260
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1270
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1280
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1290
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1300
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1310
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1320
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1330
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1340
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1350
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1360
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1370
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1380
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1390
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1400
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1410
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1420
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1430
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1440
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1450
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1460
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1470
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1480
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1490
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1500
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1510
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1520
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1530
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1540
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1550
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1560
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1570
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1580
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1590
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1600
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1610
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1620
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1630
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1640
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1650
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1660
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1670
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1680
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1690
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1700
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1710
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1720
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1730
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1740
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1750
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1760
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1770
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1780
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1790
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1800
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1810
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1820
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1830
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1840
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1850
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1860
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1870
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1880
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1890
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1900
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1910
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1920
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1930
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1940
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1950
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1960
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1970
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1980
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S1990
- 30€ CASHBACK: NIKON COOLPIX S2000

Bajonett-Adapter sowie fünf Coolpix Modelle in allen Farbvarianten.

Die Abwicklung der Nikon Winter Cashback-Aktion erfolgt wieder ohne jede Belastung der Handelspartner. Die Kunden registrieren ihre bis zum 31.1.2015 gekauften Aktionsprodukte auf www.nikon.de/cashback und erhalten dann per Email ein Aktionsformular, das sie vollständig ausgefüllt mit einer Kopie der Garantiekarte des Cashback-Produktes sowie einer Kopie des Kaufbelegs an die durchführende Agentur Marken Mehrwert einsenden. Der Cashback-Betrag wird dann in der Regel innerhalb von vier Wochen überwiesen.

Informativ: Dieser Aufsteller zeigt alle Nikon Cashback-Produkte auf einen Blick.

Mit umfassendem PoS-Material ist es leicht, die Kunden auf die Cashback-Aktion aufmerksam zu machen. Mini-Aufsteller informieren am besten direkt beim Produkt über den Cashback-Betrag.



Ihr Weihnachtsgeschäft



*Auf ausgesuchte Nikon-Kameras und -Objektive.



I AM YOUR WINTER CASHBACK

nikon.de/cashback



At the heart of the image

Zubehör von S+M Rehberg

Renditebringer



Der Hamburger Zubehörspezialist S+M Rehberg hat sein Sortiment um zahlreiche innovative Produkte erweitert, mit denen sich nicht nur neue Kundengruppen generieren lassen, sondern die dem Handel eine sehr gute Rendite ermöglichen.

Selfiemaker

Selfies haben die Fotografie – speziell mit dem Smartphone – im Sturm erobert. Spätestens seit der erfolgreichen WM und den Bildern von und mit Lukas Podolski sind die lustigen Momentaufnahmen in aller Munde. Jetzt stellt die S+M Rehberg GmbH den praktischen Selfiemaker vor, der Selbstportraits oder ein witziges Gruppenbild noch einfacher macht. Der Selfiemaker ist ein Teleskoparm mit 6-fachem Auszug, der sich von 22 cm auf 109 cm verlängern lässt. Den Selfiemaker gibt es in den Ausführungen „Foto“ für kompakte Kameras sowie „Smart“ mit Smartphone-Halter. Die UVPs betragen 12,99 Euro (Foto) bzw. 16,99 Euro (Smart). Er ist lieferbar in den Farben Schwarz, Orange, Pink, Gelb, Blau und Purpur.

Zubehör für GoPro Kameras

Actioncams boomen wie kaum eine andere Kameraklasse. Ab sofort hat S+M Rehberg den exklusiven Vertrieb von PolarPro Zubehör für GoPro Kameras übernommen. Zu den angebotenen Produkten gehören: Polarisations-, ND-, Rot- und Magenta-Filter

sowie Macro-Linsen. Die Filter sind einzeln oder als preisgünstige Sets erhältlich und lassen sich bei Bedarf einfach vor das Objektiv schwenken.



Smartphone-Halter von PolarPro

Des weiteren befinden sich im Angebot ein Stereo-Mikrofon sowie ein Smartphone-Halter, mit dem das Smartphone zum Monitor wird und sowohl vor als auch hinter der Kamera benutzt werden kann.

Domke Next Generation

Als exklusiver Distributor der Domke Fototaschen hat S+M Rehberg jetzt auch die neue Taschenlinie Next Generation des amerikanischen Herstellers im Programm. Die moderne Taschenreihe besteht aus vier Serien mit insgesamt acht Modellen. Allen gemein sind die hochwertigen Materialien, die aufwändige Verarbeitung, das zeitlose Design sowie die gut durchdachten Details, die die Domke Taschen so begehrenswert machen. Je nach Modell sind die Taschen aus

Canvas, Cordura-Nylon und/oder Ruggedwear gefertigt und in unterschiedlichen Farbvarianten erhältlich. Die Next Generation Taschen kosten zwischen 159,90 Euro und 374 Euro (UVP).

digiCOVER Hybrid Glas

Die Displayschutzfolien digiCOVER zählen seit vielen Jahren zu den Bestsellern im Produktportfolio und erfreuen sich bei den Anwendern großer Beliebtheit. Sie sind passgenau für nahezu alle Digitalkameras sowie Smartphones lieferbar. Jetzt rundet das Unternehmen sein Sortiment mit dem digiCOVER Hybrid Glas nach oben hin ab.

Wie die Folien ist auch das neue digiCOVER Hybrid Glas für alle gängigen Digitalkameras und Smartphones erhältlich, und zwar konfektioniert in den gängigen Zollgrößen, passgenau für die wichtigsten Modelle oder als Ordergutschein für das Wunschmodell.

Das digiCOVER Hybrid Glas überzeugt durch eine einfache, blasenfreie



Montage und ist resistent gegen Kratzer (Bleistift-härte acht!) und Schmutz. Zudem ist das superdünne

Material Touchscreen fähig und auch für Klappmonitore geeignet. Der UVP beträgt 19,90 Euro.

Neue Version der Olympus OM-D E-M1



Olympus hat auf der photokina eine neue, silberfarbene Version der Systemkamera OM-D E-M1 vorgestellt, die dank der neuen Firmware 2.0 mehr Funktionen bietet, darunter USB-Tethering, eine Digital-Shift-Funktion und Live-Composite. Die existierenden E-M1 Kameras können per Download kostenlos aufgerüstet werden.

Dank der neuen Firmware 2.0 bietet die silberfarbene Version der Systemkamera OM-D E-M1 zusätzliche Funktionen.

Das in die neue Firmware integrierte USB-Tethering ermöglicht die vollständige Integration der Kamera in Studio-Workflows. Wird die E-M1 mit einem USB-Kabel an einen Computer angeschlossen, überträgt die kostenfreie Olympus Capture-Software das Live-Bild auf dem Monitor. Auch wichtige Kamera-Einstellungen können über den Computer gesteuert werden.

Neue Funktionen

Eine weitere Neuerung ist die integrierte Digital-Shift-Funktion. Über zwei Einstellräder lassen sich die konvergierenden Linien der Trapezverzerrung direkt auf dem Display korrigieren – und zwar unabhängig vom verwendeten Objektiv. Damit eignet sich die OM-D E-M1 noch besser für professionelle Architek-

tur-Fotografie. Weitere Funktionen der neuen Firmware sind Live-Composite, zwei neue, kreative Art Filter und eine weiter reduzierte Sucherverzögerung (von 29 ms auf 16 ms). Im Live-Composite-Modus ist es möglich, besondere Lichtstimmungen einzufangen, z. B. einen Sternenhimmel, ein Feuerwerk oder den Straßenverkehr bei Nacht.

Ein OI.Share-Software-Upgrade mit verbesserten Funktionen für die Fernsteuerung via WiFi rundet das Paket für die E-M1 ab; es steht auch für alle anderen WiFi-fähigen Olympus Kameras zur Verfügung. Zusätzlich zu den bekannten Funktionen wie Fernauslösen, Live View und P-, A-, S-, M-Steuerung kann der Selbstauslöser für Sequenz- und Intervall-Aufnahmen nun direkt über das Smartphone-Display aktiviert werden.

Die silberfarbene Olympus OM-D E-M1 mit der neuen Firmware ist ab sofort für 1.299 Euro (UVP Gehäuse) erhältlich. Im Kit mit dem M.Zuiko Digital ED 12-40 mm 1:2.8 PRO Objektiv kostet die Kamera 1.999 Euro (UVP), mit dem bewährten 12-50-mm-Objektiv 1.499 Euro (UVP).

Neue Objektive

Als zweites PRO-Objektiv der Zuiko-Serie ist das M.Zuiko Digital ED 40-150 mm 1:2.8 PRO (80-300 mm KB) wie die OM-D E-M1 staub- und spritzwassergeschützt sowie frostsicher bis -10° C. Zwei Dual-Linear Motoren treiben beim Fokussieren die Linsen an und machen das Objektiv mit einer durchgehenden Lichtstärke von 1:2.8 besonders schnell. Die Brennweite kann mit dem witterungsbeständigen Telekonverter MC-14 auf 420 mm (KB) verlängert werden. Das M.Zuiko Digital ED 40-150 mm 1:2.8 PRO und der Telekonverter sind ab November für 1.399 bzw. 349 Euro (UVP) lieferbar; zusammen im Set kosten sie 1.599 Euro (UVP). Neu bei Olympus ist auch das schwarze M.Zuiko Digital ED 12 mm 1:2.0 (24 mm KB) mit Metallgehäuse und Schnappschuss-Fokusmechanismus. Es ist ab sofort für 839 Euro erhältlich.



Wie die OM-D E-M1 ist das neue M.Zuiko Digital ED 40-150 mm 1:2.8 PRO staub- und spritzwassergeschützt sowie frostsicher.

Gute Stimmung auf der Ringfoto Herbstmesse

Besser als der Markt

Das Geschäft mit Fotoprodukten ist zur Zeit wirklich nicht einfach. Wer aber die Ringfoto Herbstmesse in Erlangen besuchte, konnte den Eindruck gewinnen, auf die Lage im Fotohandel treffe Mark Twains berühmtes Bonmot über die Musik von Richard Wagner zu: „Sie ist nicht so schlecht, wie sie sich anhört.“ Tatsächlich haben die Ringfoto Mitglieder in diesem Jahr bisher deutlich besser abgeschnitten als der Markt und erwarten auch ein gutes Weihnachtsgeschäft. Neue Initiativen von der Zentrale sollen zusätzliche Impulse setzen.



Während der Kamera-Markt in den ersten acht Monaten 2014 um 23,5 Prozent zurückging, kam Ringfoto mit einem Minus von 16,5 Prozent deutlich besser weg. Das ist vor allem dem Absatz von spiegellosen Systemkameras zu verdanken, der um 120 Prozent zulegen (Markt: +31,6 Prozent). Bei Kompaktkameras war zwar ein Minus von 10 Prozent zu verzeichnen; dem Gesamtmarkt ging es mit einem Rückgang um 25,3 Prozent aber deutlich schlechter. Hier wirkte sich die immer noch gute Nachfrage nach hochwertigen Modellen aus, die bekanntlich besonders gerne im Fachhandel gekauft werden. Auch bei Wechselobjektiven stemmte sich Ringfoto mit einem Plus von 19 Prozent dem allgemeinen Markttrend (-10,8 Prozent) erfolgreich entgegen. Diese Ergebnisse waren für Ringfoto Geschäftsführer Michael Gleich Grund genug, sich



Ringfoto Marketingleiterin Claudia Endres war bei der Neuentwicklung der Ringfoto-Webseite federführend.

ausdrücklich bei den Mitgliedern und den Lieferanten zu bedanken.

Neuer Online-Auftritt

Wenige Tage vor der Messe ging die komplett neu gestaltete Ringfoto Webseite ans Netz. Der gesamte Auf-

bau, die Navigation und die Seitengestaltung wurden komplett überarbeitet, um die Leistungen der Ringfoto Mitglieder deutlich herauszustellen und die Kunden emotional anzusprechen. Das Erscheinungsbild wird automatisch auf das jeweils benutzte Endgerät abgestimmt, so dass auch Smartphone- und Tablet-Nutzer leicht durch den Ringfoto Auftritt navigieren können.

Neu ist die erweiterte Händlersuche, mit der man nicht nur Ringfoto-Fachgeschäfte in der Nähe finden kann, sondern diese auch gezielt nach ihren Leistungen und den angebotenen Warengruppen filtern kann. Denn immer mehr Mitglieder richten ihre Angebote auf bestimmte Schwerpunkte aus; mit der neuen Funktion ist sichergestellt, dass die Endkunden genau die Geschäfte finden, die ihre Bedürfnisse auch tatsächlich erfüllen können.

Ein weiterer wichtiger Baustein der Ringfoto Webseite sind zahlreiche Tipps und Anregungen rund um das Thema Fotografie, die den Kunden die hohe Kompetenz des Fachhandels vermitteln und ihnen gleichzeitig helfen, mit ihren Kameras bessere Bilder zu machen.

Auf einen Online-Shop für Fotoprodukte hat Ringfoto auch bei der neu gestalteten Webseite bewusst verzichtet. „Wir wollen im Internet kein Eigengeschäft der Zentrale betreiben, bei dem den Mitgliedern bestenfalls nur die Funktion einer beratenden Produktausgabestelle zukommt“, erklärte Michael Gleich. „Unsere Aufgabe besteht vielmehr darin, die Ringfoto Mitglieder bei ihren eigenen Verkaufstätigkeiten bestmöglich zu unterstützen. Der Kunde und die Marge gehören ausschließlich unserem Fachhändler!“ Deshalb werden die Kunden von der Ringfoto Webseite direkt zu den Webshops der Händler geführt. Für deren Gestaltung wiederum bietet die Zentrale zahlreiche Bausteine und redaktionelle Inhalte bis zum kompletten Online-Auftritt.

Erfolgreicher Start der Smartphone-Offensive

Die im Sommer angekündigte Ringfoto Smartphone-Offensive fand bei den Mitgliedern noch mehr Resonanz als geplant. Mit Unterstützung der Zentrale begannen Anfang September 11 Pilothändler mit dem Verkauf von Smartphones und Tablets. Dafür hat die Kooperation ein Rundum-Sorglos-Paket zusammengestellt.

Ein zentraler Baustein sind die WiFi-Ladenbaumodule, die bei allen Pilothändlern installiert wurden und die bestmögliche Demonstration der Vernetzung von Kameras, Smartphones und Tablets ermöglichen. Alle Smartphone-Piloten wurden vor dem Beginn



Ringfoto Geschäftsführer Michael Gleich: „Wir wollen im Internet kein Eigengeschäft der Zentrale betreiben, bei dem den Mitgliedern bestenfalls nur die Funktion einer beratenden Produktausgabestelle zukommt.“

der Aktion intensiv geschult und mit einem Warenpaket ausgestattet. Dazu gehören neben aktuellen Smartphones von Samsung, Sony und Apple auch zahlreiche Zubehör-Produkte von Hama und eine Geräte-Versicherung der Allianz, die den Händlern eine wesentliche Zusatzmarge ermöglicht. Ein umfassendes Werbepaket hilft dabei, den Kunden den Einstieg in den neuen Sortimentsbereich zu vermitteln. Dazu gehören Schaufenster-Dekorationen, Warenplakate, Vorlagen für Pressemitteilungen und Anzeigen, Bildertaschen-Beileger und ein Smartphone-Folder, in dem den Konsumenten erklärt wird, wie sie mit Smartphones jede Menge Fotospaß haben können.

Zum Projektstart wurde auch die Ringfoto App „Smartload“ überarbeitet. Sie ermöglicht jetzt die Übertragung von Handyfotos auf die Kioskstationen nicht nur direkt im Geschäft, sondern auch von zu Hause aus. Die Kunden können also in Ruhe ihre Bilder aussuchen, diese per „Smartload“ auf die Druckstation ihres Händlers senden und die Prints kurz darauf im Geschäft abholen.

Die ersten Erfahrungen der Pilot-Händler sind rundweg positiv – die Smartphones sorgen nicht nur für Umsatz und Rendite, sondern locken auch ganz neue Kundenkreise ins Geschäft. „Es ist begeisternd, wie unsere Kunden die mögliche Verbindung von Kamera, Smartphone und Tablet sowie die Print-Möglichkeit echter Fotos von ihren mobilen Geräten aufnehmen“, kommentierte zum Beispiel Kersten Kursch von Foto Brinke in Forchheim. Jens Bartmann (Ringfoto Bartmann, Kornwestheim) fügte hinzu: „Ich hätte nie gedacht, dass der Verkauf von Smartphones so unkompliziert ist und so viele neue Kunden anspricht. Wir haben plötzlich Kunden bei uns im Laden, die wir ohne dieses neue Sortiment nie bei uns gesehen hätten.“ Das bestätigte auch Ringfoto Verwaltungsratsvorsitzender Rainer Schorcht, der ebenfalls zu den Pilot-Händlern gehört. „Immer mehr Kunden fragen nach Smartphones ohne Vertrag, und die können sie bei uns bekommen. Neben dem



Ein zentraler Baustein der Smartphone-Offensive ist das eigens entwickelte WiFi-Ladenbaumodul (hier bei Vico, Kiel), das die bestmögliche Demonstration der Vernetzung von Kameras, Smartphones und Tablets ermöglicht.

Handel

Umsatz gibt es noch einen weiteren Vorteil: Mit Smartphones demonstrieren wir unsere Kompetenz als Spezialist für Vernetzung, die ja durch das Zusammenspiel von Smartphone, Kamera, PC bis zum Fernseher immer wichtiger wird.“

Wenn sich der Erfolg der Smartphone-Offensive als nachhaltig erweist, woran bei Ringfoto eigentlich niemand mehr zweifelt, will die Kooperation das Thema im Jahr 2015 auf breiter Front ausrollen und zu einem wesentlichen strategischen Unternehmensfaktor entwickeln.

Peter Hadley überzeugt

Der Erfolgskurs der Ringfoto Eigenmarke Peter Hadley setzt sich fort. Im laufenden Jahr haben bereits rund 1.000 Mitglieder Zubehör dieser Marke verkauft; von Januar bis September stieg der Umsatz mit Peter Hadley Produkten um 49,5 Prozent. Besonders gut laufen die Sortimentsbereiche Energie und Stative. Inzwischen sind auch alle Größen der neu eingeführten Peter Hadley Filter (bis auf 37 mm) lieferbar, und zur Herbstmesse wurden die ersten Speicherkarten der Marke vorgestellt. Sie werden in den Ausführungen Standard und Professional angeboten und sollen noch in diesem Jahr ausgeliefert werden.



Die neuen Peter Hadley Taschen sind besonders für spiegellose Systemkameras mit Zubehör geeignet.

Drei neue Peter Hadley Taschenserien sind besonders für die Unterbringung der immer populärer werdenden spiegellosen Systemkameras mit Zubehör geeignet.

Ausbau des VFBF-Konzepts

Das auf der diesjährigen Frühjahrsmesse vorgestellte Ringfoto Fachhandelskonzept mit dem „Vertrag zur Förderung des beratenden Fotofachhandels (VFBF)“ wird weiter entwickelt. Ziel dieses Konzeptes ist es, den teilnehmenden Mitgliedern ihre Beratungsleistung im Geschäft durch eine angemessene Pauschale zu vergüten. Bisher haben in Deutschland 256 Ringfoto Mitglieder den entsprechenden Vertrag unterzeichnet, der sich aktuell auf 26 Produkte aus allen wesentlichen Warengruppen bezieht. Dieses Sortiment soll stetig mit Produkten ausgebaut werden, die sich sowohl durch Preisstabilität als auch durch eine überdurchschnittliche Spanne auszeichnen. Was das bedeuten kann, zeigt zur Zeit die „End-of-Life“-Vermarktung der Olympus OMD E-M5 mit einem Kickback von 161 Euro.

E-Passfoto marktreif

Nach einer intensiven Testphase ist das Projekt E-Passfoto jetzt marktreif. Das Verfahren zur elektronischen Übertragung von Passbildern wurde gemeinsam von den drei Verbundgruppen europafoto, Optimal Foto und Ringfoto entwickelt und in Zusammenarbeit mit den drei Softwareanbietern Silverlab, Imacro/di-support



Speicherkarten sind jetzt neu im Peter Hadley Sortiment.

und VST realisiert. Tests in Göttingen und Köln liefen reibungslos und wurden auch von den beteiligten Ämtern positiv bewertet. Nun liegt es an jedem einzelnen Händler, sein zuständiges Amt und dann auch seine Kunden von den Vorteilen des E-Passfoto Verfahrens zu überzeugen. Ringfoto unterstützt seine Mitglieder dabei durch Argumentationshilfen und Werbemittel.

Auch die Anmeldung für das De-Mail Verfahren wird von der Kooperationszentrale übernommen.

Positiver Ausblick

Nach dem bisher zufriedenstellenden Verlauf des Jahres 2014 erwartet Ringfoto Geschäftsführer Michael Gleich für das Gesamtjahr (flächenbereinigt) einen Umsatz auf Vorjahresniveau. Und für das Jahr 2015 stehen die Zeichen auf Optimismus: Denn dann wird Ringfoto 50 Jahre alt. Die Frühjahrsmesse (13. bis 15. März 2015) soll den Startschuss für zahlreiche Jubiläumsaktionen geben, mit denen Ringfoto das ganze Jahr hindurch für Aufmerksamkeit sorgen will.

Hama stellt neuen Gebiets-Verkaufsleiter vor



Björn Kroll

Nach mehr als 40 Jahren Zusammenarbeit zwischen Hama und der Handelsagentur Lehnig wechselt Helmut Lehnig zum Jahresende in den wohlverdienten Ruhestand. Sein Sohn Frank Lehnig führt die Agentur weiter, wird sich jedoch auf den Raum Berlin und Brandenburg konzentrieren. Kunden aus den Gebieten Hamburg, Schleswig-Holstein und Bremen werden an den Hama-eigenen Vertrieb übergeben, die

entsprechenden Mitarbeiter von Hama übernommen.

Als neuer Hama Verkaufsleiter ist ab sofort Björn Kroll für die Gebiete Hamburg, Schleswig-Holstein und Bremen zuständig. Der 36-jährige blickt bereits auf eine langjährige Vertriebs- und Führungserfahrung im Elektrofacheinzelhandel zurück.

Phase One bringt 5-Jahres-Kamerasystem-Garantie

Phase One hat das neue 5-Jahre-Garantieprogramm sowie eine 5-Jahres-Leihgeräte-Garantie für ausgewählte Kamerasysteme vorgestellt. So erhalten Kunden, die ein neues Phase One IQ2 Kamerasystem erwerben, eine kostenlose 5-Jahres-Garantie auf alle Schlüsselkomponenten des Kamerasystems. Dazu gehören: Kamerabody, Objektiv(e) und Digitalbacks. Sollten Kamera, Objektiv(e) oder Digitalback(s), den Garantiebedingungen entsprechend, repariert werden, greift jetzt außerdem die ergänzende Leihgeräte-Garantie. Die 5-Jahres-Garantie sowie die Leihgeräte-Garantie sind seit dem 16. September 2014 wirksam und ersetzen die Value-Added Warranty für die IQ2 Kamerasysteme. Die Classic Garantie von Phase One ist weiterhin bei den anderen entsprechenden Produkten und Systemen in Kraft. „Unsere neue 5-Jahres-Garantie und die Leihgeräte-Garantie für alle Neukäufe von IQ2 Kamerasystemen sind für die anspruchsvollen Fotografen, die in das absolut beste Kamerasystem investieren, wie maßgeschneidert“, sagt Franck Roussel Rasmussen, Director Product Management bei Phase One.

Neuer Customer Care-Leiter bei femory

Patrick Nevermann ist ab sofort neuer Customer Care-Leiter des Münchner Foto-App-Entwicklers femory. Der 39-jährige bringt über 10 Jahre Berufserfahrung in Vertrieb und Kundenservice aus den Branchen Touristik, Hotellerie und Gastronomie mit. Unter anderem war er Vertriebsleiter beim Online-Start-up Jollydays.



Patrick Nevermann

„Das Feedback unserer Kunden ist für uns Dreh- und Angelpunkt für Neu- und Weiterentwicklungen. Wir sind froh, mit Patrick Nevermann einen sehr kompetenten Mitarbeiter an Bord zu haben, der mit seinem Team optimal auf die Nutzer und ihre Wünsche eingeht und hilft, unsere Produkte stetig zu verbessern“, freut sich femory-Geschäftsführerin Regina Wagner.



Anti-Diebstahl Technologie

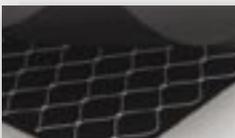


camsafe® Z15 Kamera- Schultertasche

Bestellnr. 835758

Weitere Farbe Green:

Sicherheitsfeatures:



eXomesh® slashguards

Ein flexibles und stabiles Edelstahl-Drahtnetz, das optimalen Schutz für die Fotoausrüstung bietet.



Carrysafe® slashguards straps

Das Durchschneiden des Gurtes wird durch Edelstahl-Drahtkabel nahezu unmöglich.



Smart Zipper security

Die blockierbaren Reißverschlüsse erschweren Taschendieben, diese zu öffnen.

**DGH IST
OFFIZIELLER
DISTRIBUTOR**

pacsafe®
smart travel gear



Jetzt bei DGH!

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

Ricoh Imaging zeigt Kompetenz als Vollsortimenter

Zwei starke Marken

Mit der innovativen SLR Pentax K-S1 in außergewöhnlichem Design und der attraktiven Actioncam Ricoh WG-M1 stellte Ricoh Imaging auf der photokina je eine wichtige Neuheit für seine beiden Marken vor. Nach den durchgreifenden Veränderungen der letzten Jahre sieht sich das Unternehmen gut gerüstet, um dem Fachhandel mit einem umfassenden Sortiment interessante Alternativen im hart umkämpften Kamera-Geschäft anzubieten. **imaging+foto-contact** hat mit Andreas Middeke, General Manager Deutschland/Österreich/Schweiz bei der Ricoh Imaging Deutschland GmbH, über die Positionierung der Marken Pentax und Ricoh sowie seine Ideen für die Zusammenarbeit mit dem Fotohandel gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Middeke, Ricoh Imaging hat in diesem Jahr zahlreiche Neuheiten unter den Marken Pentax und Ricoh eingeführt. Worin unterscheiden sich die beiden Marken?

Andreas Middeke: Bevor ich über die Unterschiede spreche, würde ich gerne betonen, was diese Marken gemeinsam haben: nämlich die ganze Innovationskraft des Technologiekonzerns Ricoh, der über 100.000 Menschen beschäftigt und im vergangenen Geschäftsjahr einen Umsatz von umgerechnet 16 Mrd. Euro erzielte. Diese



Andreas Middeke, General Manager Deutschland/Österreich/Schweiz bei Ricoh Imaging Deutschland: „Hinter den beiden Marken Pentax und Ricoh steckt die ganze Innovationskraft des Technologiekonzerns Ricoh.“

überragende Kompetenz in Forschung und Entwicklung ist gerade jetzt, wo die zunehmende Konnektivität von Geräten im Internet der Dinge die Grenzen zwischen klassischen Produktkategorien aufhebt, eine wichtige Voraussetzung für einen erfolgreichen Weg in die Zukunft. Und diese Kompetenz hat uns, wie die Neuheiten dieses Jahres zeigen, bereits dabei geholfen, uns im schrumpfenden Kamera-Markt zu behaupten.

imaging+foto-contact: Wäre es da nicht folgerichtig, allein auf die Marke Ricoh zu setzen?

Andreas Middeke: Nein, denn die Marke Pentax hat ein ausgezeichnetes Image für klassische Kamera-Produkte und Sport Optics höchster Qualität, nimmt aber auch neue Technologien auf. Deshalb hat sich diese Marke in den letzten Jahren weiter entwickelt und steht im Bereich der Systemkameras für echte Alleinstellungsmerkmale, die dem Fotohandel gute Verkaufsargumente bieten.



Innovatives Design, reichhaltige Ausstattung: Die neue Pentax K-S1 bietet ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis.

imaging+foto-contact:

Welche Alleinstellungsmerkmale sind das?

Andreas Middeke:

Ich denke zum einen an die wetterfeste Bauweise unserer Kameras, mit denen wir unseren Kunden die Möglichkeit bieten, unter Bedingungen zu fotografieren, wo andere

Kameras zum Schutz besser eingepackt werden sollten. Zum anderen stecken in unseren neuen Modellen exklusive Technologien, zum Beispiel der innovative Anti-Aliasing-Simulator. Damit sind wir in der Lage, den Vorteil der höheren Schärfe von Bildsensoren ohne Tiefpass-Filter zu nutzen und gleichzeitig bei kritischen Motiven Moiré-Effekte zuverlässig zu vermeiden. Das kann kein anderer Kamerahersteller versprechen. Es hat ja seine Gründe, dass die Pentax K-3 in diesem Jahr sowohl mit dem TIPA-Award als



Auf die Auszeichnung der Pentax K-3 mit dem TIPA-Award antwortete Ricoh Imaging mit der edlen Prestige Edition in limitierter Auflage.

beste Spiegelreflex in der Kategorie „Expert“ und mit dem EISA Award in der Kategorie „Advanced DSLR“ ausgezeichnet wurde.

imaging+foto-contact: Was zeichnet demgegenüber die Marke Ricoh im Kamera-Geschäft aus?

Andreas Middeke: Ricoh steht für technologische Innovationen, die über klassische Kamera-Eigenschaften hinausgehen und gleichzeitig das Segment Lifestyle-Produkte adressieren. Ein gutes Beispiel ist unsere neue Actioncam Ricoh WG-M1: Sie verbindet die außergewöhnliche Bildqualität

eines 14-Megapixel CMOS Sensors mit der Robustheit einer klassischen Actioncam, hat aber auch ein eingebautes Farbdisplay mit Live-View und bietet umfassende Vernetzungsmöglichkeiten mit WLAN und HDMI. Es gibt einen Trend für Geräte mit Bildaufnahme-Funktion, die nicht zur klassischen Kategorie Kamera gehören und in Zukunft an Bedeutung gewinnen werden. Das können zum Beispiel mobile Geräte in Smartphone-Umgebungen oder Wearables sein, aber auch Innovationen wie die einzigartige sphärische Panorama-Kamera Ricoh Theta, die nicht nur Amateure begeistert, die ganz ungewöhnliche Bilder aufnehmen wollen, sondern auch gewerbliche Anwender wie z. B. Makler begeistert, die Innenräume auf ganz neue Art darstellen können. Für solche Marktsegmente ist eine lifestyle-orientierte Technologiemarkte wie Ricoh die perfekte Ergänzung zur klassischen Kamera-Marke Pentax.

imaging+foto-contact: Nun ist der Kamera-Markt angesichts rückläufiger Stückzahlen hart umkämpft, und viele Fotohändler straffen ihr Sortiment und konzentrieren sich auf weniger Marken als früher. Welche Argumente sprechen in diesem Umfeld für die Zusammenarbeit mit Ricoh Imaging und die Marken Pentax und Ricoh?

Andreas Middeke: Ein wichtiger Vorteil für unsere Partner im Fotohandel besteht darin, dass unsere Produkte nicht in der ersten Reihe des Preiskampfes mit Internet-Anbietern und der Großfläche liegen, gleichzeitig aber alle wichtigen Zielgruppen mit Modellen ansprechen, die keinen Vergleich mit den großen Marken zu scheuen brauchen. Unsere neue Pentax K-S1 besticht durch ein innovatives, ungewöhnliches Design und bietet ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis,



Netzwerkfähig, robust und mit eingebautem Display: die neue Actioncam Ricoh WG-M1.

nimmt aber mit der optionalen Pentax WLAN Flu Card auch den Trend zur Vernetzung auf und gibt mit ihren zahlreichen Farbvarianten eine eindrucksvolle Antwort auf das Bedürfnis vieler Kunden, ein individuelles Produkt zu erwerben. Die Pentax K-3 ist eine leistungsfähige Spiegelreflex für anspruchsvolle Amateure, und die wetterfeste Mittelformatkamera Pentax 645Z bietet echten Experten und Profis ein besonders attraktives Preis-/Leistungsverhältnis in wetterfester Bauweise. Bei unserer Q-Serie konzentrieren wir uns auf den wichtigsten Produktvorteil spiegelloser Systemkameras, nämlich das kompakte Gehäuse. Die lifestyle-orientierten Ricoh Kompakt-Modelle und die Actioncam geben dem Fotohandel zusätzliche Möglichkeiten, ganz neue Zielgruppen anzusprechen.

imaging+foto-contact: Mit welcher Unterstützung kann der Fotohandel dabei rechnen?

Andreas Middeke: Auch was die Unterstützung unserer Partner im Fotohandel angeht, braucht Ricoh Imaging keinen Vergleich mit größeren Wettbewerbern zu scheuen. Besonders intensiv betreuen wir unsere Premium-Fachhändler, und zwar weit über das Thema Konditionen hinaus. Mit Verkäufer-Prämien, einem umfassenden Angebot von Werbemitteln und der Möglichkeit, Testkameras auszuleihen,

Interview

bieten wir gerade diesen Partnern alle Voraussetzungen dafür, unsere Produkte kompetent zu vermarkten und eine hohe Wertschöpfung zu erzielen.

imaging+foto-contact: *Wie wecken Sie Nachfrage bei den Konsumenten?*

Andreas Middeke: Da wir naturgemäß nicht über die Budgets der großen Anbieter verfügen, lassen wir uns hier, wie bei der Produktentwicklung, besonders intelligente Lösungen einfallen, um die Kunden über das Internet, soziale Medien und virale Marketing-Kampagnen anzusprechen. Ein besonders innovativer Ansatz ist unsere neue iBook-Serie Ricoh Imaging Photography, mit der wir ganz unterschiedlichen Fotografen eine Plattform bieten, um

ihre Bilder – von der Dokumentation bis zur freien künstlerischen Arbeit – darzustellen und dabei natürlich auch die überragende Bildqualität unserer Kameras zu beweisen. Denn in jedem Buch steht jeweils ein Kamera-System im Mittelpunkt; bei den bisher erschienenen Titeln sind das die Pentax 645, die Pentax K-Serie und die Ricoh GR. Diese Buchserie wird in Zukunft weiter entwickelt und steht allen Fotografen offen, die ihre Bilder auf diese Weise veröffentlichen möchten.

imaging+foto-contact: *Wie wird Ihre Produkt-Palette weiter entwickelt?*

Andreas Middeke: Wir haben ja in diesem Jahr durch zahlreiche Neuheiten gezeigt, dass wir auch im Kamera- und Sport Optics Geschäft die Zukunft

im Visier haben. Konkrete Produkte kann ich jetzt natürlich noch nicht nennen, aber auf unserem photokina Stand konnten Sie zum Beispiel drei neue Objektive sehen, die sich derzeit in der Entwicklung befinden. Darunter ist ein hochinteressantes Zoomobjektiv im Bereich 70-200 mm mit der durchgehenden Lichtstärke von 2,8 und ein weiteres Zoom im Bereich 100-400 mm. Die optische Konstruktion dieser Objektive deutet darauf hin, dass wir uns einen weiteren Qualitätssprung im Spiegelreflex-Segment vorstellen können, der über unsere derzeitigen Modelle mit APS-C Sensor noch hinausgeht.

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

Breites Einsatzspektrum: Die neue Ricoh WG-30

Ricoh Imaging hat eine weitere robuste Outdoor-Kamera mit umfassender Ausstattung angekündigt: Die neue Ricoh WG-30 (mit WiFi-Funktionalität: WG-30W) hat ein f3,5-5,5 5fach-Zoom-Objektiv (28-140 mm KB), einen rückseitenbelichteten 16 MP BSI CMOS Sensor, ist wasserdicht bis zu einer Tauchtiefe von 12 m, kälteresistent bis -10°C, stoßfest bis zu einer Fallhöhe von 1,5 m und bruchfest bis zu einem Druck von 100 kg.

Die Videofunktion liefert nicht nur Filme in Full-HD Auflösung mit 30 Bildern pro Sekunde, sondern kann auch in Zeitlupe oder Intervallen aufnehmen. Zur Ausstattung gehören über 20 Motivprogramme; im Porträtmodus erkennt die Kamera innerhalb von 0,03 Sekunden bis zu 32 Gesichter

und nimmt die Scharfstellung entsprechend vor, und wenn die Kamera ein lächelndes Gesicht erkennt, löst sie automatisch aus. Sechs Makro LED-Lichter, die rund um das Objektiv angeordnet sind, sorgen für gutes Licht bei ganz kurzen Aufnahmedistanzen (ab 1cm). Im Selfie-Modus signalisieren sie die Gesichtserkennung und die korrekte Ausrichtung der Kamera.

Die Ricoh WG-30 ist ab November in den Farben Schwarz und Rot zum UVP von 249 Euro erhältlich. Die WiFi-Variante WG-30W kommt im Dezember in den Farben Grau und Orange zum UVP von 279 Euro auf den Markt. Zur WG Serie bietet Ricoh Imaging reichhaltiges Zubehör wie Befestigungslösungen, Gurte und eine Fernbedienung an.



Die Ricoh WG-30 ist in den Farben Schwarz und Rot, die WG-30W (mit WiFi) in Grau und Orange erhältlich.

Neue spectra jet Sortimente von Tetenal

18 Jahre nach dem Start der Marke spectra jet verpasste Tetenal seinen Inkjet-Medien auf der photokina einen komplett neuen Auftritt. Das gilt nicht nur für die Verpackungen, deren Design den Premium-Anspruch der Marke auf den ersten Blick sichtbar macht, sondern auch für den Inhalt. Neue Papiere für den Fotodruck zu Hause, beim Fotofachhandel und im Profi-Studio bieten eine noch höhere Bildqualität.

Das neue spectra jet Sortiment wird mit Grammatoren von 130 bis 310 Gramm praktisch allen Ansprüchen gerecht. Die drei Produktlinien Office, Photo und Premium signalisieren deutlich den passenden Einsatzbereich. Premium Materialien wie das spectra jet Glossy 310 oder das Pearl 310 sind jetzt auch in Aktionspackungen mit 25+10 Blatt (A4) erhältlich. Ganz neu im spectra jet Sortiment ist das 310 Gramm schwere Baryta Papier, das mit einer echten Bariumsulfatschicht versehen ist und sich vor allem für hochwertige Fine Art Drucke mit hoher Schärfe und fein abgestimmten Grautönen anbietet. Das faserbasierte Papier mit der seidig glatten Oberfläche ist 100prozent säurefrei und mit einer Haltbarkeit von bis



Das neue 310 Gramm schwere Baryta Papier mit einer echten Bariumsulfatschicht ist vor allem für hochwertige Fine Art Drucke geeignet.



Tetenal hat das Sortiment von spectra jet Inkjet-Medien deutlich erweitert.

Im neuen Look

zu 100 Jahren auch gut für Archivierungszwecke geeignet.

Neues Verpackungsdesign

Das neue Design der spectra jet Verpackungen vermittelt einen hochwertigen Eindruck und macht den Premium-Anspruch der Marke deutlich. Die wichtigsten Fakten über das enthaltene Material sind auf den ersten Blick erkennbar. Besonders praktisch: Durch einfaches Abziehen des Aufklebers verwandelt sich die Verpackung in eine ansehnliche Archivbox, die in dem vorgesehenen Feld leicht beschriftet werden kann.

Neue Rollenware

Im Segment der Rollenpapiere für Fotostudios und professionelle Dienstleister ist Tetenal bereits sehr erfolgreich und legt nicht nur auf die Qualität der Medien, sondern auf guten Service besonderen Wert.

Unter den Neuheiten ist besonders das spectra jet Premium Lustre 310 g hervorzuheben. Dieses seidenmatte Premium-Material ist vor allem für hochwertige Portraits geeignet. Auch die Produkteigenschaften des Glossy 272 g und des Semi Matt Papers 240 g wurden verbessert. Mit ihrer hohen Kratz-

festigkeit, schneller Trocknung und dem sehr guten Druckbild sind sie für viele Anwendungen geeignet. Neue ICC-Profile und Mirage Medien Pakete stehen zum Download zur Verfügung.



Durch einfaches Abziehen des Aufklebers verwandelt sich die neue

Verpackung in eine ansehnliche Archivbox,

die beschriftet werden kann.

Zusätzliche Umsatzmöglichkeiten im Large Format Bereich bieten die spectra jet Medien für Spezialanwendungen. So nimmt die Vliestapete Wallpaper 170 den Trend zur individuellen Wohnraumgestaltung auf. Das ebenfalls auf Vliesbasis hergestellte Deko Print 80 wirkt wie ein Japanpapier und ist für zahlreiche Anwendungen im Innenbereich wie Wandverkleidungen, Raumteiler sowie Dekorationen im Messe- und Theaterbau geeignet. Verschiedene Folien, Stoffe, Planen und Plakatpapiere runden das professionelle spectra jet Sortiment ab.

Neue Objektive, neuer Service

Sony für Profis

Nach der Vorstellung der neuen SmartShot Kameras auf der IFA nahm Sony auf der photokina vor allem Profis und Enthusiasten ins Visier: zum einen mit lichtstarken Vollformat-Objektiven, zum anderen mit einem neuen Service für Profifotografen. Besitzer von Alpha Kameras und Objektiven können ab Frühjahr 2015 den neuen „Sony Imaging Pro Support“ nutzen, der Anfang des Jahres bereits in Japan, Südkorea, Hong Kong und Taiwan eingeführt wurde. Deutschland ist das erste Land in Europa, in dem der Premium-Service angeboten wird.

„Mit dem Sony Imaging Pro Support bieten wir professionellen Fotografen eine Betreuung an, die höchsten Ansprüchen gerecht wird“, sagte Thomas Nedder, Country Head bei Sony Deutschland. „Unsere Kameras werden für ambitionierte Anwender zunehmend interessanter, und wir sind sicher, dass der Profi-Service das Vertrauen in unser nachhaltiges Engagement im Fotobereich weiter stärken wird.“

Voraussetzung zur Teilnahme am Profi-Service ist der Besitz einer bestimmten Anzahl von Alpha 99, Alpha 7, Alpha 7R oder Alpha 7S Kameras sowie Sony G oder Zeiss Objektiven.

Folgende Dienstleistungen sollen zum Start angeboten werden: Experten von Sony werden telefonisch über eine separate Service-Nummer Fragen rund um Alpha Produkte und Objektive beantworten. Ist die Ausrüstung beschädigt, holt Sony die Kamera oder das Objektiv innerhalb Deutschlands kostenfrei ab und bringt das reparierte Produkt

schnellstmöglich wieder zurück. Für die Dauer der Reparatur stehen dem Anwender kostenfrei Ersatz-Geräte zur Verfügung. Je zwei kostenlose Sensorreinigungen und Firmware-Updates pro Jahr gehören ebenfalls zum „Sony Imaging Pro Support“.

Erstes Powerzoom für Vollformat

Sony hat zur photokina das erste Objektiv für Vollformat-Kameras ange-



Das neue Vario-Tessar T* FE 16-35 mm F4 ZA OSS schließt eine Lücke in der noch jungen Objektiv-Palette für das Vollformat.



Mit seinem leisen Motor und optischer Bildstabilisierung ist das neue SEL-P28135G von Sony besonders gut für Video-Aufnahmen geeignet.

kündigt, das mit einem Motor für die Zoomfunktion ausgestattet ist. Das neue SEL-P28135G deckt mit einer durchgängigen Lichtstärke von F4 den Brennweitenbereich von 28 bis 135 mm ab. Der leise „Super Sonic Wave (Autofokus) Motor“ (SSM), die optische Bildstabilisierung und das neue Objektiv-Design „Smooth Motion Optics“ machen es besonders für filmbegeisterte Systemkamera-Nutzer geeignet.

Das Objektiv ist mit allen Systemkameras und Camcordern mit E-Mount kompatibel. Bei Verwendung mit einem Sensor im APS-C Format verlängert sich die Brennweite auf 42 bis 202,5 mm (KB). Damit ist das lichtstarke Zoom auch für Nutzer der 5100, 6000, NEX-FS700 oder der PXW-FS7 attraktiv.

Das neue „Smooth Motion Optics“ (SMO) Designkonzept soll Lösungen für drei Probleme bieten, die beim Filmen mit Systemkameras auftreten: Bildwinkeländerungen beim Scharfstellen („Pumpen“) werden durch

einen präzisen, internen Fokusmechanismus deutlich reduziert. Kleine Verschiebungen der Schärfenebene, die beim Zoomen auftreten können, beseitigt das SEL-P28135G durch eine spezielle Nachführungskorrektur. Auch seitliche Bewegungen der optischen Achse, durch die sich die Perspektive beim Zoomen verändert, werden verhindert, denn die Länge des Objektivs bleibt bei allen Brennweiten konstant. So verändert sich die Perspektive beim Zoomen nicht.

Für die Unterdrückung chromatischer Aberrationen setzt Sony asphärische Linsen ein. Die spezielle Beschichtung der Gläser („Advanced Multi-Coating“) hebt die Kontraste und unterdrückt unerwünschte Blendeffekte – auch bei starkem Gegenlicht.

Am Gehäuse erlauben drei separate, leichtgängige Ringe dem Filmer, wesentliche Funktionen direkt zu kontrollieren: Ein Ring steuert die Blende, der zweite den Zoom, der dritte die Schärfe

Die Zoomfunktion ist dank des SSM Motors besonders leise, auch das Fokussieren erfolgt mit dem doppel-linearen AF-Motor geräuscharm. Das Premium-Objektiv mit dem Bildstabilisator „Optical SteadyShot“ von Sony ist gegen Staub und Feuchtigkeit abgedichtet. Es kommt im Dezember zum Preis von 2.499 Euro (UVP) auf den Markt.

Neues Vollformat-Weitwinkelzoom

Die Palette der Vollformat-Objektive mit E-Bajonett (E-Mount) wurde zur photokina um das neue Vario-Tessar T* FE 16-35 mm F4 ZA OSS erweitert. Das Objektiv mit optischer Bildstabilisierung, dessen Aufbau dem legendären Zeiss Design folgt, schließt eine Lücke im Weitwinkelbereich der noch jungen Objektiv-Familie für Alpha Vollformat-

kameras. Es ist besonders gut für Landschaftsaufnahmen und Architekturfotografie geeignet und kann auch mit allen anderen Kameras und Camcordern von Sony mit E-Bajonett eingesetzt werden.

Der Aufbau aus fünf asphärischen Linsen – darunter ein großes AA (advanced aspherical) Element und drei ED Glaselemente – sorgt für hohe Detailschärfe und Auflösung bis in die Bildränder; Verzerrungen und chromatische Aberration werden auf ein Minimum reduziert. Die spezielle T* Beschichtung verhindert effektiv Geisterbilder und hebt den Kontrast weiter an.

Die durchgehende Lichtstärke F4 erlaubt das großzügige Freistellen von Motiven, bei denen der Hintergrund in sanfter Unschärfe verschwimmt. Staub- und feuchtigkeitsabweisende Beschichtungen an den entscheidenden Nahtstellen wie Bajonett und Fokusring schützen das Innenleben. Das SEL-I635Z von Sony ist im November für 1.349 Euro (UVP) lieferbar.

Für das erste Quartal des kommenden Jahr hat Sony die Einführung von vier weiteren E-Mount Objektiven für das Vollformat angekündigt, darunter drei lichtstarke Festbrennweiten (28, 35 und 90 mm) und ein 24 - 240mm Zoom.

Zubehör für Kameras und Camcorder

Mit dem neuen Blitzgerät HVL-F32M und dem XLR Adapter Kit XLR-K2M bietet Sony dem Fotohandel zusätzliche Umsatzmöglichkeiten.

Der neue Kompaktblitz mit Leitzahl von 32 kann nach vorne, oben oder seitwärts ausgerichtet werden und so auch indirekt blitzen, um harte Schlagschatten zu vermeiden. Bei der Dosierung der Helligkeit wird dank ADI (Advanced Distance Integration) Blitzmessung auch die Entfernung zum Motiv berücksichtigt. Zudem beherrscht der Blitz die High-Speed Synchronisation bei kurzen Belichtungszeiten und den automatischen Weißabgleich. Bei Brennweiten unter 24 Millimetern sorgt eine Streuscheibe für gleichmäßige Lichtverteilung. Wer sein Motiv nur leicht aufhellen möchte, nutzt den ausziehbaren weißen Reflektor. Wie bei nahezu allen Alpha und Premium Cyber-shot Kameras sind die Bedienelemente des Blitzgeräts gegen Staub und Feuchtigkeit geschützt. Für guten Ton beim Videofilmen können Alpha Kameras jetzt mit dem neuen XLR-Adapter erweitert werden. Er wird einfach auf den Multi Interface Schuh aufgesteckt und überträgt die Signale von professionellen XLR-Mikrofonen auf die Speicherkarte. Ein ECM-XM1 Mikrofon gehört zum Lieferumfang und kann bei Bedarf über den Adapter auch mit Strom versorgt werden. Der Adapter ist mit der Alpha 99, der RX10, der Alpha 7-Serie, der FDR-AX100, der NEX-VG30, der HDR-CX900 und der NEX-VG900 kompatibel. Der Mikrofon-Halter wurde neu entwickelt, um störende Vibrationen zu unterdrücken. Zusätzlich können dank des „Low-cut“ Filters Wind- oder andere Geräusche separat für jeden Kanal sauber aus der Tonspur herausgefiltert werden.



Der neue Kompaktblitz HVL-F32M kann nach vorne, oben oder seitwärts ausgerichtet werden.



Der XLR-Adapter wird einfach auf den Multi Interface Schuh der Kamera gesteckt.

Canon bringt EOS 7D Mark II

Schnelles Update

Canon hat auf der photokina wie erwartet das Nachfolgemodell seines APS-C Flaggschiffs EOS 7D angekündigt. In die neue EOS 7D Mark II wurden Technologien aus der der EOS-1D X integriert. Zudem unterscheidet sich das neue Modell vom Vorgänger vor allem durch schnellere Bildfolgen von bis zu zehn Bildern pro Sekunde, höhere Lichtempfindlichkeit und ein neues Autofokus-System. WiFi gibt es auf Wunsch: Die Kamera ist mit den netzwerkfähigen Eye-Fi SD Karten kompatibel. Ein eingebautes GPS-Modul hält den Aufnahmeort fest.

In dem wettergeschützten, robusten Gehäuse aus einer Magnesiumlegierung steckt ein neuer 20,2 Megapixel CMOS-Sensor im APS-C-Format mit einem ISO-Bereich von 100 - 16.000, der auf bis zu ISO 51.200 erweitert werden kann. Erstmals bei einer EOS wertet der 150.000 Pixel Mess-Sensor auch Infrarotlichtquellen und flackerndes Licht aus.

Die schnelle Serienbildfunktion von 10 Aufnahmen pro Sekunde (unbegrenzt im JPG Format, bis zu 31 Bilder im RAW Format bei Verwendung einer UDMA7 Karte) wird durch den schnellen Digid 6 Prozessor, einen neu



Die Canon EOS 7D Mark II nimmt Serienfotos mit einer Geschwindigkeit von bis zu 10 Bildern pro Sekunde auf.

konstruierten Verschluss- und Spiegelmechanismus und das neue Autofokus-

System möglich. Es arbeitet mit 65 Messfeldern (ausschließlich Kreuz-

Zwei neue PowerShot-Modelle

Canon hat auf der photokina auch zwei neue PowerShot-Kompaktkameras vorgestellt, darunter die besonders kompakte PowerShot G7 X, die erstmals in dieser Familie mit einem rückseitenbelichteten 1,0-Zoll CMOS-Sensor ausgestattet ist. Er soll mit einer Auflösung von 20,2 Megapixeln Aufnahmen im DSLR-Stil möglich machen. Durch den neuen Sensor und ihr lichtstarkes f/1,8-2,8 4,2fach-Zoomobjektiv (Brennweitenbereich 24–101 mm KB) ist die Kamera auch für den Einsatz bei wenig Licht (maximale Empfindlichkeit ISO 12.800) geeignet.

Die Ausstattung der neuen PowerShot ist mit einer Canon DSLR vergleichbar: Zahlreiche manuelle Funktionen ermöglichen die komplette Kontrolle der Kamera, der praktische Objektiv-Steuerring kann mit wichtigen Funktionen wie Blende oder Verschlusszeit belegt werden. Das schnelle AF-System der Kamera arbeitet mit 31



Die neue PowerShot G7 X ist die erste Canon Kompaktkamera mit rückseitenbelichtetem 1,0-Zoll CMOS-Sensor.

Messfeldern. Dank des Digid 6 Bildprozessors sind Serienaufnahmen mit bis zu 6,5 Bildern pro Sekunde (bis zu 700 Aufnahmen hintereinander) möglich. Der 3"/7,5 cm große, aufklappbare Monitor ist berührungsempfindlich und ermöglicht die Festlegung des Fokuspunkts per Fingertipp, zahlreiche Motivprogramme bieten Spielraum für Kreativität. Die Bild-

sensoren). Das zentrale AF-Feld ist sogar ein Doppel-Kreuzsensor, der bei einem Blendenwert von 1:2,8 eine Empfindlichkeit von bis zu -3 LV (das entspricht Mondlicht) aufweist. Ähnlich wie bei der EOS-1D X lässt sich auch das AF-System der EOS 7D Mark II über ein Konfigurationsmenü in Bezug auf Fokus- und Nachführgeschwindigkeit an die Aufnahmesituation anpassen. Der neue AF-Bereich-Auswahlschalter ermöglicht ein spontanes Wechseln zwischen den verschiedenen AF-Bereichsmodi.

Professionelle Videofunktion

Die EOS 7D Mark II nimmt Videos in in Full-HD Qualität mit Bildraten von 24 bis zu 60 Bildern pro Sekunde auf. Sowohl die Geschwindigkeit des Movie Servo AF als auch AI Servo Reaktion lassen sich erstmals bei einer EOS Kamera einstellen – das

ermöglicht die Steuerung professionell wirkender Pull-Fokus Effekte bei Übergängen zwischen Motiven.

Dank des unkomprimierten (4:2:2) HDMI-Ausgangs für Aufzeichnung auf externe Recorder fügt sich die EOS 7D Mark II auch in professionelle Workflows ein.

Mit verbessertem Witterungsschutz und einem robustem Gehäuse aus Magnesiumlegierung ist die EOS 7D auch für den Einsatz unter robusten Bedingungen gut geeignet, die eingebaute GPS-Funktion mit Digitalkompass macht es einfach, die Reiseroute zu verfolgen.

Zum umfassenden Systemzubehör für die EOS 7D Mark II gehört auch ein neuer Akkugriff, der längere Betriebszeiten ermöglicht und dafür sorgt, dass die Kamera besonders stabil und sicher in der Hand liegt.

Die EOS 7D Mark II ist ab November 2014 zu einem Preis von 1.699 Euro (UVP Gehäuse) erhältlich.

daten können auch im RAW-Format abgespeichert werden.

Die PowerShot G7 X nimmt Videos im Full-HD Format mit bis zu 60 Bildern pro Sekunde auf. Im manuellen Movie-Modus können Blende, Belichtung und ISO-Empfindlichkeit während der Aufzeichnung gesteuert werden. Der fünfachsig Bildstabilisator des Objektivs soll nach Angaben von Canon selbst bei Aufnahmen aus dem fahrenden Auto oder im Gehen für ruhige Videos sorgen.

Canon hat die PowerShot G7 X mit WLAN und NFC für die einfache und schnelle Übertragung der Bilder in soziale Netzwerke oder auf die Canon Cloud-Plattform irista.com ausgerüstet. Das Smartphone kann auch als Fernbedienung für die Kamera eingesetzt werden. Die PowerShot G7 X ist ab sofort zum Preis von 649 Euro (UVP) erhältlich.

Super-Zoomer

Mit der PowerShot SX60 HS erweiterte



Das 65-fach Zoomobjektiv der PowerShot SX60 HS deckt einen Brennweitenbereich von 21–1.365 mm (KB) ab.

Canon auf der photokina sein Sortiment um eine Superzoom-Kompaktkamera, deren f/3.4-f/6.5 65-fach Zoomobjektiv einen Brennweitenbereich von 21 – 1.365 mm (KB) abdeckt. Ein Fünf-Achsen Bildstabilisator soll Verwacklungen weitgehend verhindern, Videos nimmt die Kamera in Full-HD mit bis zu 60 Bildern pro Sekunde auf.

Die PowerShot SX60 HS ist ab sofort zu einem Preis von 529 Euro (UVP) verfügbar.

Neue Funktionen auf irista.com

Zur photokina hat Canon den Cloud-basierten Bildmanagement-Dienst irista aktualisiert und um neue Funktionen erweitert.



Die Cloud-basierte Foto-Plattform irista bietet jetzt erweiterte Funktionen.

Das Update soll den Anwendern bei einfacher Bedienung eine noch konsequentere Vernetzung ermöglichen. Auch die Unterstützung unterschiedlicher Displaygrößen von Tablets wurde verbessert; zudem lassen sich eigene Fotoalben anlegen.

Bei Canon Kameras mit WiFi Funktion kann irista jetzt direkt als Upload-Ziel gewählt werden – die Bilder werden dann sofort auf die Plattform übertragen und können per Fingertipp von anderen kompatiblen Mobilgeräten abgerufen werden.

Durch die Integration der Adobe Lightroom Software können Fotos (inkl. XMP-Daten) jetzt direkt auf irista bearbeitet und gespeichert werden. Über diese Metadaten können Bilder gezielt gesucht und in der Editierphase von Lightroom synchronisiert werden.

Noch vor Weihnachten soll auf irista die Möglichkeit angeboten werden, aus der Bildersammlung individuelle Fotobücher zu erstellen und als Canon HD Fotobuch drucken zu lassen. Auch eine Option für den Druck von Bildern direkt aus der Plattform ist geplant.

Zwei innovative Taschenserien bei DGH Großhandel

Nicht zum Klauen

Mit den beiden Taschenserien Camsafe V und Camsafe Z nimmt DGH Großhandel als exklusiver Distributor für Deutschland innovative Produkte des australischen Herstellers Pacsafe ins Programm. Dieses Unternehmen konzentriert sich seit 1998 darauf, Dieben das Geschäft zu verderben. Deshalb verdienen die Taschen das Prädikat „zum Klauen“ wirklich nicht, denn sie schützen mit ihrer speziellen Ausstattung den Inhalt (und sogar Daten) zuverlässig vor Langfingern.

Dazu sind in die Außenhaut der Taschen und in die Tragegurte stabile Drahtkabel oder -netze unsichtbar eingenäht, um zu verhindern, dass Diebe den Gurt durchschneiden oder die Taschen aufschlitzen können. Die spezielle Konstruktion der (abschließbaren) Reißverschlüsse macht es zudem unmöglich, diese mit spitzem Gegenstand zu öffnen. Blockierbare Reißverschlüsse können an diskret verdeckte Clips gehakt werden, um mit speziellen Sicherheitshaken die Vorderklappen der Fronttaschen zu verriegeln. Zudem lassen sich die Reißverschlüsse in einem neu entwickelten Ankerschloss verstauen. Verschiedene Mechanismen, mit deren Hilfe sich die Taschen an einem festen Gegenstand anschließen lassen, verderben Dieben auch noch den Spaß, sich mit der ganzen Tasche aus dem Staub zu machen.

Blockierbare Reißverschlüsse können an diskret verdeckte Clips gehakt werden, um die Fronttaschen zu verriegeln.



Zwei Beispiele aus der Camsafe Z Serie. Die Sicherheitsnetze sind unsichtbar in den Bezug eingenäht.

Selbst Datendiebstahl, z. B. das Auslesen von RFID-Chips auf Kreditkarten, Pässen und Ausweisen mit RFID-Lesegeräten, wird durch das spezielle Schutzmaterial RFIDsafe verhindert. Die genannten Sicherheitsmerkmale gehören zur Ausstattung der Camsafe Z Serie aus robustem Canvas-Gewebe. Die Taschen haben ein gepolstertes Hauptfach, variable Klettverschluss-Einteilungen (außer beim Modell ZP), Fächer für Smartphones, andere elektronische Geräte und SD-Karten sowie ein eingearbeitetes Linsentuch (ebenfalls nicht beim Modell ZP). Ein besonderes Kennzeichen dieser Serie ist das Frontfach mit Reißverschluss und RFID-blockierender Tasche. Die Produktpalette reicht vom Modell Camsafe ZP für Kompaktkameras (13 x 9 x 6 cm, 150 g) bis zum Camsafe Z25 Kamera- und Notebook-Rucksack (42 x 29 x 18 cm, 1,7 kg), in dem eine DSLR-Ausrüstung

mit Kamera, vier Objektiven, Blitzgerät und Batteriepack Platz findet. Ein Notebook bis 15" lässt sich im oberen Schubfach sicher verstauen.

Bei der Camsafe V-Serie mit insgesamt zwölf Modellen ist das Außenmaterial aus 210D-Nylon gefertigt. Besondere Kennzeichen sind neben dem gepolsterten Hauptfach mit Reißverschluss die speziellen Anti-Diebstahl-Details, herausnehmbare, gepolsterte Klettverschluss-Inneneinteilungen (außer beim Modell VP), ein versteckt eingearbeiteter Regenschutz bei zehn Modellen sowie Fächer für Smartphone, SD-Karten und andere kleine Gegenstände. Hier reicht das Sortiment vom Camsafe VP (13 x 9 x 6 cm, 115 g) bis zum Kamerarucksack Camsafe V25 (51 x 30 x 22 cm, 1,06 kg), der u. a. eine DSLR mit angesetztem Objektiv, zwei Zusatzobjektive sowie ein Notebook bis zu 15" (in einem rückwärtigen Fach) aufnimmt.

Mehr Umsatz mit der Fujifilm X-Serie



Beim Kauf einer Fujifilm X-T1 (schwarz) gibt es 100 Euro Cashback; als nützliches Zubehör sollte z. B. der Handgriff angeboten werden.

Fujifilm unterstützt im Weihnachtsgeschäft den Abverkauf ausgewählter Kameras und Objektive der X-Serie mit einer Cashback-Aktion. Für den Fotohandel lohnt sich zudem ein Blick auf die interessanten Zubehör-Artikel, mit denen rund um die Systemkameras zusätzlicher Umsatz erzielt werden kann.

Die Cashback-Aktion für die X-Serie läuft bis zum 31. Dezember und gilt für die Gehäuse oder Kits der Kamera-Modelle X-Pro1 (125 Euro), X-E2 in schwarz und silber sowie X-T1 in

Cashback und Zubehör

schwarz (jeweils 100 Euro) sowie zehn Fujinon Objektive (je nach Modell 100 oder 150 Euro). Die Auszahlung des Cashback-Betrags erfolgt direkt durch den teilnehmenden Fachhändler, bei dem das Produkt erworben wurde. Der Betrag wird entweder direkt vom Kaufpreis abgezogen oder bis zum Ende des Aktionszeitraums erstattet. Fujifilm schreibt den teilnehmenden Händlern den Cashback-Betrag (Nettowert + 19% MwSt.) gut, nachdem Abrechnungsformular und Kopie des Verkaufsbelegs eingegangen sind.

Umsatz mit Systemzubehör

Mit dem umfangreichen Zubehör für die X-Serie kann die Wertschöpfung mit den Systemkameras noch gesteigert werden, und das nicht nur beim Neukauf. Denn die praktischen Ergänzungen sind auch ein perfektes Geschenk für alle, die schon eine Kamera aus der X-Serie besitzen. Das gilt zum Beispiel für die exklusive Leder-

tasche aus echtem Leder, die Fujifilm auf der photokina vorstellte. Sie bietet in einer Größe von 280 x 140 x 200 mm Platz für die Kamera, Objektive und Zubehör und ist aus hochwertigem, robustem Büffelleder gefertigt. Zur praxisgerechten Ausstattung gehören eine flexible Inneneinteilung und vier Außentaschen. Die Optik im Vin-



Weitwinkel- und Telekonverter machen Premiumkompaktkameras wie die neue Fujifilm X100T noch vielseitiger.

tage-Stil passt ausgezeichnet zum Retro-Design der X-Systemkameras von Fujifilm. Der für eine Tasche dieser Klasse günstige Preis von 149 Euro (UVP) macht das praktische Produkt zu einem perfekten Geschenk.

Zudem lohnt es sich, im Verkaufsgespräch an einen zusätzlichen Handgriff oder eine Gegenlichtblende für die Fujifilm X-Kameras zu denken oder ein Systemblitzgerät anzubieten. Auch Weitwinkel- und Telekonverter können die Flexibilität der Kamera deutlich erweitern, und ein externes Stereomikrofon ist die perfekte Ergänzung für aktive Videofilmer.



Die neue X-Series ist aus Büffelleder; der günstige Preis von 149 Euro (UVP) macht sie zum perfekten Geschenk.

Bilddienstleistungen

Fototassen gehören zu den Produkten, die Fujifilm mit einem AR-Marker versieht, der mit der Kamera von Smartphones und Tablets gescannt werden kann und dann auf dem Display audiovisuelle Inhalte wiedergibt.



Fujifilm machte auf der photokina mit zahlreichen Innovationen deutlich, wie neue Bildprodukte lifestyle-orientierte Kunden ansprechen können. Neben hochwertigen Papieren, einem praktischen Fototagebuch und individualisierten Adventskalendern stellte das Unternehmen neuartige Fotogeschenke vor, die mit audiovisuellem Content ergänzt werden können und so die Brücke zu den allgegenwärtigen Smartphones schlagen. Die neuen Fujifilm Foto-Produkte sind rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft im vierten Quartal erhältlich.

Augmented Reality (erweiterte Wirklichkeit) ist das Merkmal einer neuen, interaktiven Generation von Bildprodukten. Dabei werden Fototassen, Notizbücher und Grußkarten mit einem AR-Marker versehen, der mit der Kamera von Smartphones und Tablets gescannt werden kann und dann auf dem Display audiovisuelle Inhalte wiedergibt. So ergänzt Fujifilm die Foto-

tasse und das Notizbuch mit einem unterhaltsamen Spiel mit lustigen Fröschen, während bei der Foto-Weihnachtskarte ein Video hinterlegt ist, in dem ein digitaler Weihnachtsmann grüßt.

Die zum Auslesen der Marker benötigte App Fujifilm Fotoprodukte AR kann kostenlos im iTunes Store (für iOS) und bei Google Play (für Android) heruntergeladen werden. Die neuen AR-Inhalte verursachen keine Mehrkosten.

Attraktiver Wandschmuck

Mit dem neuen Fujifilm Poster Supreme bietet Fujifilm eine edle, aber preiswerte Alternative zum professionellen Galerieprint hinter Acrylglas: Es basiert auf einem lichtbeständigen Synthetikpapier, das auf eine 3 mm starke Alu-Dibond-Platte aufgezogen und anschließend mit hochglänzender Lichtschutzfolie versiegelt wird. Das Poster Supreme wird in die Online-Angebote von Fujifilm Fotoservice pro (www.ffspro.de) und PROline Bildergalerie integriert und bereits ab 29,95 Euro erhältlich sein.

Für's Vorweihnachtsgeschäft bietet Fujifilm in drei Größen einen Advents-

Augmented Reality, Fototagebuch, Fotogeschenke

Lifestyle mit Fujifilm

kalender mit 24 Würfeln an. Er wird in den Onlineshops ab 9,95 Euro erhältlich sein. Die Würfel lassen sich auf der Vorder- und Rückseite mit Fotos individualisieren, bestehen aus 350g dickem Karton und sind bereits vorgestanzt und bedruckt. Sie lassen sich auch ohne Klebestoff einfach zusammenstecken und mit Überraschungen füllen.

Fotobuch-Neuheiten

Der neue Service Fototagebuch macht es besonders einfach, aus den vielen Bildern eines längeren Zeitraums ein Fotobuch zu gestalten. Dazu analysiert die Software die gesamte Fotosammlung anhand von drei Kriterien (Speicherplatz, Zeitspanne und Seitenzahl des Fotobuchs) und stellt in wenigen Minuten aus den besten Bildern ein Fotobuch zusammen: Der Nutzer kann diesen Vorschlag nach eigenem



Das neue Fotobuch brillant Video ist mit einem eingebauten Display ausgestattet, auf dem Videos abgespielt werden können.

Geschmack ändern, das Layout korrigieren, Bilder austauschen und dann natürlich das Fototagebuch bestellen.

Für das Fujifilm Fotobuch brillant auf echtem Fotopapier gibt es sechs neue, besonders edle Cover-Varianten, für die Premium-Materialien wie durchgefärbtes Papier, griffiger Samt und exotisches Kunstleder im Echsenlook eingesetzt werden. Jedes Material ist in drei Farben erhältlich, so dass sich insgesamt 18 neue Kombinationsmöglichkeiten ergeben.

Für professionelle Anwender kündigte Fujifilm auf der photokina das Fotopapier Fujicolor Crystal Archive Professional Velvet Paper an, das durch seine tief-matte Oberflächenstruktur einen besonders edlen Eindruck vermittelt. Es kommt Anfang 2015 auf den Markt.

Swarovski und Video

Zwei weitere ausgefallene Einbände können die Formate 20 x 30 cm und 30 x 30 cm deutlich aufwerten. Das Fotobuch brillant Swarovski ist mit einem echten Leineneinband ausgestattet, der mit 4.524 (20 x 30 cm) oder 6.844 (30 x 30 cm) echten Swarovski-Kristallen besetzt ist. Durch den glamourösen Look der 3 mm großen Kristalle eignet sich dieses in Schwarz und Weiß erhältliche Fotobuch für Anlässe wie Hochzeiten, Jubiläen oder Weihnachten. Es wird ab 358 Euro erhältlich sein.

Beim Fotobuch brillant Video kann man den Fotos auch bewegte Bilder hinzufügen: Denn im Ledereinband befindet sich ein eingebautes, 7"/17,8 cm großes berührungsempfindliches Display, auf dem Videos (MPEG4 und AVI) mit einer HD-Auflösung von 1.280 x 720 dpi abgespielt werden können. Dafür ist ein 1 GB-Speicherchip mit offenem Datenport eingebaut,

der bis zu 30 Minuten Videofilm fasst. Eine wiederaufladbare Lithium-Batterie mit externem USB-Port sorgt für die Stromversorgung, zwei unsicht-

bar integrierte Stereo-Lautsprecher für harmonischen Sound. Das Fotobuch brillant Video ist ab 138 Euro bei Fujifilm Fotoservice pro erhältlich.

Neue Minilabsysteme

Für das im Frühjahr eingeführte Frontier-S Inkjet-System wurden auf der photokina zahlreiche Ergänzungen vorgestellt, die es dem Fotohandel ermöglichen, personalisierte Bildprodukte in hoher Qualität sofort im Geschäft herzustellen und dabei mit der neuen Fujifilm order-it mobile App auch von den vielen Bildern auf Smartphones und Tablets zu profitieren.

Der neue Frontier-S Kiosk bringt als Stand-alone-Komplettlösung die hohe Frontier-Bildqualität in den SB-Sofortdruck. Das Kompaktsystem ist in ein attraktives Möbel eingebaut und umfasst einen oder zwei Drucker sowie ein order-it Terminal. Vorhandene Systeme lassen sich mit einzelnen Druckern aktualisieren.

Für höhere Auftragsvolumen erfüllt die Frontier-S Printstation alle Aufgaben eines Minilabs. Die skalierbare Komplettlösung umfasst ein hochwertiges Rack, bis zu sechs Drucker, einen Controller-PC mit Flatscreen, einen CD-Brenner, Kartenleser sowie einen Scanner. Die Station ist wahlweise als Pro-Modell für die professionelle Bedienung oder als SB-Modell erhältlich, das direkt vom Kundenterminal aus angesteuert wird. Als optionale Erweiterungen können order-it Stationen, Large-Format-Printer und Photobook-Builder bzw. der Xerox Phaser Drucker für Fotobücher und faltgrußkarten angeschlossen werden.

Eine Sofortdruck-Lösung für Eventfotografen ist das mobiles Minilab Frontier-S Event. Das aus zwei Boxen bestehende transportable Möbel ist mit bis zu zwei Druckern, einem Laptop und der speziellen Eventfoto-Software eine professionelle Komplettlösung für den mobilen Einsatz.

Alle Frontier-S Drucksysteme können auch über die kostenlose order-it mobile App von Fujifilm angesteuert werden, um die Aufträge der Kunden kabellos, komfortabel und sicher verschlüsselt zu übertragen. Die App kann kostenlos im iTunes Store (für iOS) und bei Google Play (für Android) heruntergeladen werden. Eine App für Windows Phone soll in Kürze verfügbar sein.



Die Frontier-S Systempalette umfasst jetzt den neuen Frontier-S Kiosk, eine skalierbare Printstation und ein mobiles Minilab für Eventfotografen.

Die photokina Neuheiten von Metz

Licht für gute Bilder

Als bisher kleinstes Systemblitzgerät von Metz erreicht der mecablitz 26 AF-1 digital die Leitzahl 26 bei ISO 100/21° und 85 mm Brennweite und ist als lichtstarke Ergänzung für die eingebauten Blitzgeräte spiegelloser Systemkameras geeignet. Trotz seiner kompakten Bauweise ist er mit einer integrierten Weitwinkel-Streuscheibe (24 mm), einer LED-Leuchte für Videoaufnahmen und einem hochwertigen Metallfuß ausgestattet. Für indirektes Blitzen kann das Gerät geschwenkt werden; eine Telescheibe für die Ausleuchtung bis zu einer Brennweite von 85 mm gehört zum Lieferumfang. Der mecablitz 26 AF-1 digital ist auf die Kameras von Canon, Fujifilm, Nikon, Pentax, Olympus/Panasonic/Leica und Sony abgestimmt und kostet 99,90 Euro (UVP).

Zudem kündigte Metz weitere Varianten des bereits für Canon und Nikon eingeführten Spitzenmodells mecablitz 64 AF-1 digital an. Das Gerät steht in den nächsten Wochen auch für Kameras von Olympus/Panasonic/Leica, Pentax und Sony zur Verfügung. Im Studio-Segment von Metz markierte die photokina den Verkaufsstart der beiden mecastudio Top Line Modelle TL-600 (600 Wattsekunden) und TL-300 (300 Wattsekunden).

Mehr LED-Licht

Für Videofilmer bringt Metz mit der mecalight LED-960 eine neue Videoleuchte auf den Markt. Die Beleuchtungsstärke von bis 960 Lux kann über ein Dimmrad stufenlos dosiert werden;

zwei Ausführungen stehen zur Verfügung: die LED-960 DL (Daylight) für Tageslicht-Charakter und die LED-960



Zwei mecalight LED-960 Leuchten können mit einer separat erhältlichen Schiene miteinander verbunden und mittig auf der Kamera platziert werden.



Als bisher kleinstes Systemblitzgerät von Metz ist der neue mecablitz 26 AF-1 digital besonders für spiegellose Systemkameras geeignet.

BC (Bicolor). Dieses Modell ermöglicht die stufenlose Mischung des Lichts über ein Einstellrad an der Rückseite. Für noch höhere Lichtstärke können zwei mecalight LED-960 mit Hilfe einer separat erhältlichen Schiene miteinander verbunden und mittig auf der Kamera platziert werden. Zum Lieferumfang gehören je ein Kunstlicht- und Diffuserfilter. Die mecalight LED-960 sind zum Preis von 179,90 (UVP Daylight) bzw. 199,90 (UVP Bicolor) erhältlich.

Im Laufe des Jahres 2015 will Metz sein LED-Sortiment um zwei besonders lichtstarke Flächenleuchten erweitern.

Die drahtlos steuerbaren Modelle LED-2860-DL und LED-2860-BC (Bicolor) werden eine Lichtleistung von bis zu 2.860 Lux bieten und sowohl für den direkten Netzbetrieb als auch für den Einsatz mit einem V-Mound Akku geeignet sein.

Eine pfiffige Lichtlösung für Smartphones und Tablets ist die neue mecalight LED-72 smart. Sie wird einfach in die Kopfhörerbuchse des Mobilgerätes eingesteckt und sorgt mit bis zu 72 Lux für mehr Licht beim Selfie-Schießen oder Videofilmen. Das bedeutet gerade bei den winzigen Smartphone-Bildsensoren eine deutliche Verbesserung der Bildqualität. Über einen



Das Spitzenmodell mecablitz 64 AF-1 digital kommt auch in Versionen für Kameras von Olympus/Panasonic/Leica, Pentax und Sony auf den Markt.

Knopf an der Rückseite können die Anwender zwischen voller und reduzierter Leistung und einer Blinkfunktion wählen. Die LED-72 smart ist in den Farben Schwarz, Weiß, Pink, Grün und Blau zum Preis von 24,95 (UVP) erhältlich.



Pfiffige Lichtlösung für Smartphones und Tablets: die neue mecalight LED-72 smart.

Braun Phototechnik und reflecta auf der photokina Gemeinsamer Auftritt

Auf einem Gemeinschaftsstand auf der photokina stellten Braun Phototechnik und reflecta ihre Neuheiten vor. Neben neuen DigiFrame Bilderrahmen, Stativen, Scouting Cams und Kamerataschen präsentierte Braun Phototechnik die neuen Actioncam Modelle Jumper, Master II und Champion.



Zum Lieferumfang der Braun Master II gehört ein Unterwassergehäuse für Tauchtiefen bis zu 60 Metern.

Die neue Braun Champion mit WiFi-Funktionalität ist mit einem 5 Megapixel Sensor ausgestattet und nimmt Videos in Full HD (1.080p bei 30fps) oder in HD (720p bei 60fps) auf. Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen zählen ein Unterwassergehäuse bis zu 45 Meter, ein HD Objektiv f/2.9 mit 120° Weitwinkel, SD-Kartenslot bis zu 32GB und ein austauschbarer Lithium Akku. Die Actioncam kann per Smartphone App und Fernbedienung gesteuert sowie neben WiFi mit HDMI oder USB

vernetzt werden. Eine Car Cam und Web Cam Funktion sind ebenfalls vorhanden. Der UVP beträgt 119 Euro.

Für Actioncam-Einsteiger ist die Braun Jumper HD ausgelegt. Sie nimmt Videos mit 720p HD Auflösung auf, bietet ein 90° Weitwinkelobjektiv und wird inklusive Unterwassergehäuse bis 3 m Tiefe sowie weiterem Zubehör geliefert. Der UVP liegt bei 69 Euro.

Die neue Braun Master II ist mit einem Ambarella A7L Chipsatz ausgestattet, der nach Herstellerangaben nicht nur mit doppelter Geschwindigkeit arbeitet, sondern auch nur die Hälfte an Strom verbraucht. Zusätzlich bietet die Master II einen Panasonic Sensor mit 16 Megapixeln und ein Objektiv mit 170° Bildwinkel. Features wie Stereomikrofon, Zeitlupenaufnahmen mit bis zu 240fps, Bildstabilisierung, Steuerung per WiFi und ein integrierter Farbmonitor runden die Ausstattung ab. Zum Lieferumfang gehört auch ein Unterwassergehäuse für eine Tauchtiefe von bis zu 60 Metern sowie Befestigungsmaterial. Der UVP beträgt 349 Euro.

Damit auf den actionreichen Szenen keine Fingerabdrücke, Schmutz oder Fusseln zu sehen sind, bietet reflecta neue Reinigungshilfen an, unter anderem das dreiteilige Reinigungsset „Dry Clean“. Es besteht aus dem manuellen Blasebalg „Power Blower“, dem Reinigungspinsel „Multi Lens Pen“ und einem hochwertigen Mikrofasertuch. Das dreiteilige Set ist zum UPV von 16,90 Euro erhältlich.

Zum weiteren Sortiment von reflecta auf dem gemeinsamen Stand mit Braun Phototechnik zählte auch das Studioblitzset VisiLux StudiKit 130, das neben zwei kompakten Blitzleuchten 130 Ws auch zwei Leuchtenstative mit einer Höhe von je 190 cm, zwei octagonale Softboxen mit Ø 92cm sowie zwei Synchronkabel umfasst und sich besonders für Einsteiger- und Semiprofis eignet.



Mit dem Reinigungsset „Dry Clean“ von reflecta lassen sich Fingerabdrücke, Schmutz und Fusseln leicht beseitigen.

Darüber hinaus weckten auch die neuen Tablet-Halterungen Tabula Magnetic und Tabula Lock sowie die beiden neuen Wandhalterungen für große Bildschirme und TVs der Serie Plexo und Plano das Interesse der Messebesucher.

Drei neue Actioncams von GoPro

Tempo in 4K

Die Outdoorkameras GoPro sind bei Sportlern und aktiven Outdoor-Fotografen äußerst beliebt. Um kaum eine andere Kamera entstand in den letzten Monaten ein größerer Hype. Jetzt baut das Unternehmen sein Sortiment mit zwei neuen Spitzenmodellen, darunter eins mit 4K Auflösung, sowie eine Einsteigerkamera aus.

Neues Spitzenmodell ist die Hero4 Black. Sie ist erheblich leistungsstärker als das Vorgängermodell und ermöglicht Aufnahmen in Kino-Qualität von 4K mit 30 Bildern pro Sekunde, 2.7K Videos mit 50 fps und 1.080p mit 120 fps. Dabei reduziert sie den „Rolling-Shutter-Effekt“ und ermöglicht atemberaubende Slow-Motion-Aufnahmen.

Weitere Verbesserungen umfassen unter anderem die Bildqualität, besonders bei Aufnahmen bei schwachem Licht, sowie eine verbesserte Benutzeroberfläche, die eine leichtere Bedienung der wichtigsten Funktionen und Steuerungen ermöglicht. Die Hero4 Black soll 480 Euro (UVP) kosten.

Die Hero4 Silver bietet dieselbe Ausstattung wie die Hero4 Black, mit



Die Hero4 Silver ist die erste GoPro Kamera mit einem Touch-Screen.



Die Hero4 Black ist das neue Topmodell von GoPro.

Ausnahme der High-Performance Video-Modi 4K 30, 2.7K 50 und 1.080p 120. Die Kamera verfügt über ein eingebautes Touch-Display. Der UVP beträgt rund 380 Euro.

Die Hero4 Black und Silver verfügen außerdem über ein komplett überarbeitetes Audio-System, das den Stereo-Sound in einem doppelt so großen Dynamikbereich erfassen kann als die Vorgängermodelle. Des Weiteren wurden die Akkulaufzeit sowie die WiFi- und Bluetooth-Geschwindigkeit verbessert.

Neben der Hero4-Serie stellt GoPro außerdem ein Einsteigermodell mit einem UVP von 125 Euro vor. Auch dieses verfügt über ein robustes, wasserdichtes Gehäuse und nimmt Videos in Full-HD (1.080p/30 fps) oder HD (720p/6 fps) auf.

Neues Zubehör

Neben den Kameraneuheiten stellt GoPro auch weiteres Zubehör vor, mit dem sich die Einsatzbereiche der Kameras erweitern lassen:

- „Smart Remote“ ist eine tragbare, wasserfeste Fernbedienung. Sie ermöglicht die Steuerung der GoPro aus bis zu 183 Metern Entfernung. In Kombination mit der Hero4 Black oder Silver können besondere Momente auch mit dem Knopf für „Highlight Tags“ an der Fernbedienung markiert werden.
- Der „Handler“ ist ein kompakter schwimmender Griff. Er ist leicht, ergonomisch, robust und der optimale Begleiter für tolle Aufnahmen bei vielen Aktivitäten.
- Das verbesserte „Battery BacPac“ liefert fast die doppelte Akkulaufzeit, im Vergleich zum integrierten Akku.
- Mit dem neuen „LCD BacPac“ für die Hero4 Black können Nutzer Einstellungen vornehmen sowie Bilder und Videos direkt wiedergeben.



Auch das neue Einsteigermodell verfügt über ein robustes, wasserdichtes Gehäuse.

Außerdem kündigt GoPro Updates für die GoPro Studioediting-Software und die GoPro App an.

Die neuen GoPro Kameras sowie das Zubehör sind ab sofort erhältlich.

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

Sie sind Journalist?
Profitieren Sie von hervorragendem Service, Fachinformationen, qualifizierter Beratung, Presseausweis, wirksamem Engagement, Medienversorgung und zahlreichen weiteren Leistungen der Journalistenverbände.
Tel. 040 / 8 99 77 99
www.journalistenverbaende.de

**Anzeigenschluss
für Kleinanzeigen im
imaging+foto-contact
Ausgabe 12/2014
ist der 18. November 2014.**

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

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

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

GEISSLER

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

Autorisierte
Vertragswerkstatt

BRAUN
PHOTO TECHNIK

Canon

CPS.

Metz

Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Pioneer

reflecta

SAMSUNG
Cameras

SONY
Authorized Service Center

TAMRON

TOSHIBA

Inserenten-Verzeichnis

Business	Fujifilm	4. U.
Forum Imaging	Manfrotto	19
Cewe	Sihl	9
DGH	Tetenal.....	11
DNP.....	Kleinanzeigen	3. U.

IMPRESSUM
imaging+foto-contact
Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und Imagingbranche

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon: 0 21 02/20 27-0
Telefax: 0 21 02/20 27-90
Online: <http://www.foto-contact.de>

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

Redaktion:
Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klomps

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

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

Satz- und Repro:
C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Druck:
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

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

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

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

ISSN: 1430-1121

releasequality



X-T1



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

AKTION bis 31.12.2014*

Bis zu 150,- € Sofort-Cashback
Auf ausgewählte Produkte der X-Serie

www.fujifilm.de/cashback

* Nur bei teilnehmenden Fachhändlern. Teilnahmebedingungen im Handel.