

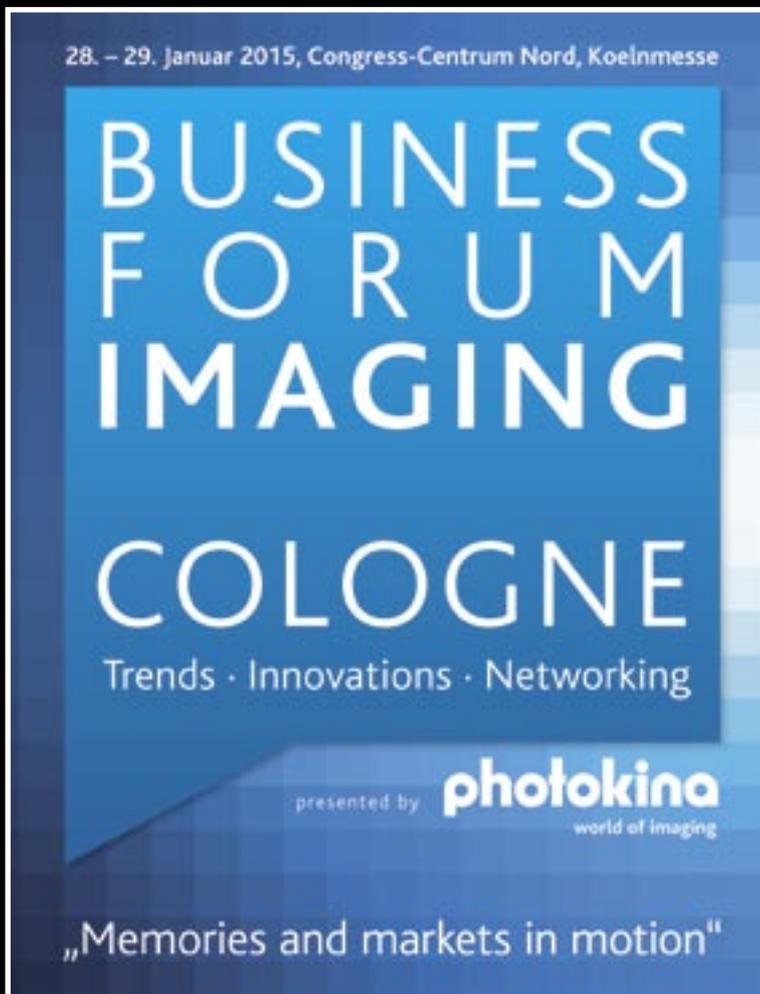
# imaging + foto 12 2014

# contact

Fachzeitschrift für die Fotobranche • [www.foto-contact.de](http://www.foto-contact.de)

## Der photokina Trend-Kongress

**Darum sollten Sie dabei sein:**



[www.bfi-photokina.de](http://www.bfi-photokina.de)

**Welche Chancen bringt der Wandel?**

**Wie Profis Fotogeschichten der Art erzählen**

**Wie 4K Video das Bildergeschäft belebt**

**Welche Rolle Bilder im 21. Jahrhundert spielen**

**Der Kameramarkt nach den goldenen Zeiten**

**Von der Bilderflut zum Premium-Produkt**

**Fotohandel: Alles Internet oder was?**

**Shopping 2020: virtuelle und reale Einkaufswelten**

**Anmeldeformular auf Seite 7**

### **Mit Fünf-Achsen-Bildstabilisator Die Alpha 7 II von Sony**

Sony bringt im Januar das erste Modell einer neuen Generation der Alpha 7 Vollformatkameras auf den Markt. Die neue Alpha 7 II ist die erste Vollformatkamera mit interner Fünf-Achsen-Bildstabilisierung. **S. 22**

### **Foto und Video wachsen zusammen Bilder in Bewegung**

Fast jede Kamera besitzt auch eine Videofunktion, von Smartphones und Actioncams gar nicht zu reden. Viele Fachhändler konzentrieren sich jedoch vorwiegend auf das Fotografieren. Heiner Hennings fragt: Warum eigentlich? **S. 30**

### **Macht das Kartellamt den Fachhandel wettbewerbsunfähig?**

Interview mit Rainer Th. Schorch über die Politik des Bundeskartellamtes und die Notwendigkeit selektiver Vertriebssysteme, mit denen der mittelständische Fachhandel gegen aggressive Onlineanbieter bestehen kann. **S. 32**

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“

Jetzt anmelden!

## Der photokina Trendkongress

# Welche Chancen bringt der Wandel? Die Branche in Bewegung

Die photokina 2014 hat die dramatischen Veränderungen auf dem Foto- und Imagingmarkt deutlich gezeigt. Was das für den Fotohandel, die Bilddienstleister und die ganze Branche bedeutet, werden hochkarätige Referenten am 28. und 29. Januar 2015 auf dem Business Forum Imaging Cologne 2015 im Congress-Centrum Nord der Koelnmesse diskutieren. „Memories and markets in motion“ – passender könnte das Motto dieses photokina Kongresses kaum sein. Denn nicht nur innovative Technologien bringen die Branche in Bewegung, sondern auch die Veränderungen der Handelsstrukturen.

### Deshalb müssen Sie dabei sein:

**Vortragsprogramm:** Am ersten Tag geht es vor allem darum, wie die Imagingbranche Innovationen in Umsatz verwandeln kann. Die Kunden nutzen Kameras, Smartphones, Tablets, Actioncams und ganz neue Aufnahmegерäte, um praktisch überall und zu jeder Zeit zu fotografieren und zu filmen. Nie zuvor war die Vielfalt der Aufnahmegерäte so groß, nie zuvor waren die Fotografen so jung. Dabei kommen die Bilder im wahrsten Sinne des Wortes in Bewegung: denn noch nie konnte so schnell mit Fotos und bewegten Bildern kommuniziert werden. Internationale Experten, Meinungsforscher und Anwender werden zeigen, mit welchen Geschäftsmodellen die Imagingbranche von dieser Entwicklung profitieren kann.

Am zweiten Tag liegt der Schwerpunkt auf den Herausforderungen für den Einzelhandel. Mobile und E-Commerce stellen dabei nicht unbedingt eine Bedrohung für den klassischen Einzelhandel dar – die intelligente Kombination digitaler und stationärer Vertriebswege bietet auch neue Möglichkeiten, die Rolle des qualifizierten Fotohandels neu zu definieren.

Die Vorträge werden auf Englisch oder Deutsch mit entsprechender Simultanübersetzung gehalten.

**Sponsorenpräsentation:** In der Lobby des Congress-Centrums Nord der Koelnmesse werden die Sponsoren innovative Imaging-Produkte und Dienstleistungen präsentieren.

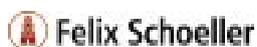
**Networking:** Am 28. Januar lädt die photokina zu einer Abendveranstaltung ein, bei der sich die Teilnehmer bei gutem Essen und gepflegten Getränken mit den Referenten, Kolleginnen und Kollegen austauschen sowie wichtige Lieferanten und Experten treffen können.

Gold-Sponsoren



**Kodak alaris**

Silber-Sponsoren



**FUJIFILM**



**LYTRO**



1. Tag, Mittwoch, 28. Januar 2015



**Eröffnungsvortrag: Charles und Jennifer Maring, Maring Visuals, Manhattan, Connecticut, Palm Beach und weltweit**

## Profis in Bewegung: Fotogeschichten der neuen Art

Charles und Jennifer Maring haben bereits 2001 zum ersten Mal den Großen Preis bei den International Photography Awards gewonnen. Anschließend stiegen sie unter ihrer Marke „Maring Visuals“ in die Weltspitze der Hochzeitsfotografen auf: Ihre Fotos von prominenten Hochzeiten zierten die Titelseiten zahlreicher internationaler Magazine. Vor Innovationen, die das Alte in Frage stellen, haben die Marings keine Angst. Im Gegenteil: Sie nutzen die neuen Wege, Bilder aufzunehmen, zu verarbeiten und zu teilen, um auf innovative Art Geschichten zu erzählen. Dabei mixen sie Fotos, Videos und interaktive Bilder, um einzigartige Fotoprodukte mit Hollywood-Appeal zu gestalten. In einer spannenden Präsentation wird das kreative Paar demonstrieren, wie Profis und Amateure mit Innovationen wie Zeitraffer, 4K Video, Lichtfeldfotografie und Netzwerk-Technologien Fotogeschichten einer ganz neuen Art gestalten können – und wie in Zukunft Erinnerungen auf atemberaubende Weise in Bewegung kommen können.



**Marcel Gonska, Founder/CEO of WLC**

## 4K Video: neue Bilder in Bewegung

Mit großem Know-how für die bestmögliche Wiedergabe von Videos und Filmen auf Bildschirmen und Displays aller Art ist WLC eine führende Beratungsgesellschaft für die AV-Industrie. Inzwischen unterstützt das Unternehmen nicht nur internationale Hersteller und Handelsunternehmen dabei, erstklassige Produkte zu entwickeln, gute Testergebnisse zu erzielen und Wachstum zu generieren, sondern ist auch in die Produktion von nativen 4K Inhalten eingestiegen. Erfahren Sie, wie man beim 4K-Filmen beste Ergebnisse erzielen kann und welche Fehler man dabei vermeiden muss, was man beim Bearbeiten und Übertragen der riesigen 4K Dateien beachten sollte – und vor allem: wie diese spannende Technologie es Bilddienstleistern und Fotohändlern möglich macht, neue virtuelle und physische Bildprodukte anzubieten.



**James Soames, Chief Marketing Officer, Kodak Alaris**

## Future Image: Die Bilder des 21. Jahrhunderts

Rund um die Welt hilft Kodak Alaris den Menschen dabei, ihre Bilder und Erinnerungen auf ganz neue Art und Weise zu erleben. In seinem Vortrag wird James Soames, Chief Marketing Officer des Unternehmens, seine Ideen präsentieren, welche Rolle Bilder im 21. Jahrhundert spielen können. Er zeigt, wie innovative Technologien neue Möglichkeiten dafür schaffen, was Menschen mit ihren Bildern tun, und stellt die wichtigsten Trends vor, die unsere Branche neu definieren.



**Heribert Tippenhauer, Global Director, Photo, Office and Stationery, Consumer Choices, GfK Retail and Technology**

## Imaging Bestseller – ein Markt in Bewegung

Die goldenen Zeiten im klassischen Kameramarkt sind vorbei: Während so viel fotografiert wird wie nie zuvor, geht inzwischen nicht nur der Absatz von Kompaktkameras, sondern auch von DSLRs deutlich zurück. Die wachsende Nachfrage nach spiegellosen Systemkameras und hochwertigen Kompaktmodellen kann diesen Umsatzverlust nicht kompensieren. Aber jede Krise birgt auch Chancen: neue Aufnahmegерäte, oft von Herstellern, die neu in die Branche einsteigen, können auch neue Kunden ins Geschäft locken. Heribert Tippenhauer wird nicht nur anhand der neuesten Marktzahlen zeigen, welche Produkt-Kategorien sich gut verkaufen und welche Features besonders beliebt sind, sondern auch aktuelle Ergebnisse der GfK Konsumentenforschung vorstellen. In jedem Fall gilt: der Markt ist in Bewegung.



**Michael Shamiyeh, Professor und Leiter des Design Organization Media (DOM)  
Research Lab, Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung, Linz, Österreich**

## Wer sich nicht bewegt, verliert: disruptive Innovationen

Das Design Organization Media (DOM) Research Lab ist ein international angesehenes Forschungs- und Beratungszentrum. Es hilft Organisationen beim gemeinsamen Aufspüren, Entwickeln und Implementieren von Neuem sowie dabei, aus eigener Kraft innovativer zu werden. In seinem Vortrag wird Professor Shamiyeh erklären, was disruptive Innovationen sind, warum immer wieder Firmen, besonders die Marktführer, daran scheitern und wie Unternehmen auf durchgreifende Veränderungen richtig reagieren können.



**Hans Hartman, Präsident, Suite 48 Analytics**

## Neue Foto-Apps live demonstriert

Im Markt für Foto-Apps ist Hans Hartman eine Institution: der Gründer der Mobile Photo Connect Konferenz in San Francisco und GigaOm PR Analyst wurde von AlwaysOn als „Power Player in Mobile“ nominiert. Auf dem Business Forum Imaging Cologne 2015 präsentiert Hartman innovative Foto-Apps auf besonders spannende Weise: rund zehn App-Entwickler werden ihre Anwendungen demonstrieren, ihre Vorteile und die Geschäftsmodelle erklären – dafür haben sie jeweils genau vier Minuten Zeit. In ein oder zwei weiteren Minuten stellen sie sich dann den präzisen Fragen von Hans Hartman. Erleben Sie eine ebenso unterhaltsame wie spannende Präsentation der neuesten Foto-Apps.



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

## Von der Bilderflut zum Premium-Bildprodukt

Mit der Image Organizer Technologie macht es Fujifilm den Kunden möglich, auf einfache Weise ihre Bilder zu verwalten, zu organisieren, mit anderen Menschen zu teilen und natürlich auch drucken zu lassen. Dabei sucht die Software sogar die besten Fotos aus Tausenden von Schnappschüssen automatisch heraus und gestaltet damit innovative Bildprodukte, zum Beispiel das neue Fototagebuch. Um solche Bildprodukte in Premium-Qualität zu realisieren, entwickelt Fujifilm seine klassischen Fotopapiere weiter, zum Beispiel durch die Einführung von Alumpapieren sowie Medien mit strukturierten und samtartigen Oberflächen. Neue Verarbeitungssysteme machen es möglich, auch in Minilab-Umgebungen Fotobücher auf echtem Fotopapier herzustellen und sich damit von anderen Anbietern zu unterscheiden.

2. Tag, Donnerstag, 29. Januar 2015



**Ulrich Eggert, Ulrich Eggert Consulting, Köln**

## Alles Internet oder was? Wie kommt der Fotohandel in Bewegung?

Die Digitalisierung gilt inzwischen als die vierte industrielle Revolution. Das bekommt auch der Einzelhandel zu spüren, denn E-Commerce führt zu dramatischen Veränderungen und Verschiebungen von Marktanteilen. Dabei sind die Kunden dem Handel und anderen Akteuren oftmals weit voraus. Ulrich Eggert nutzt seine Erfahrung aus 32 Jahren bei der BBE Unternehmensberatung GmbH, Köln, davon 13 Jahre als Geschäftsführer, um Strategien zu entwickeln, mit denen der Einzelhandel seine Zukunft sichern kann. Dabei kommt es darauf an, die eigene Marke zu stärken und die Kraft der Verbundgruppen zu nutzen, um die Kunden auf allen Wegen anzusprechen.

2. Tag, Donnerstag, 29. Januar 2015



**Christian Rößler, Head of Connected Retail, Serviceplan, München**

## Shopping 2020: virtuelle und reale Einkaufswelten verknüpfen

Mit Connected Retail hat Serviceplan Sales, die verkaufsfördernde Produktions- und Umsetzungsagentur der Serviceplan Gruppe, eine Business Unit etabliert, die sich auf die Vernetzung der digitalen und stationären Kanäle im Einzelhandel und die Verschmelzung von virtuellen und realen Welten fokussiert. Christian Rößler stellt ein neues Rollenverständnis für den stationären Handel vor und zeigt Beispiele, wie Internethandel und Angebote im Geschäft vor Ort intelligent kombiniert werden können. Denn Omni-Channel heißt, digitale Technologien und die individuelle Konsumentenansprache strategisch zu verbinden, um ein Einkaufserlebnis zu gestalten, das die Kunden begeistert.



**Stephan Stein, Geschäftsführer, Japan Photo Holding Norway AS**

## Fotohandel in Bewegung

Japan Photo, die führende Foto-Fachhandelskette in Norwegen und Schweden, hat es verstanden, das Schreckgespenst Smartphone in einen guten Freund zu verwandeln. Stephan Stein wird darstellen, wie man im Fotohandel mobile und Online-Plattformen, Apps und neue Dienstleistungen kombinieren kann, um zusätzliche Umsätze zu erzielen und neue Zielgruppen anzusprechen. Dazu gehört auch, das Verkaufspersonal für die neuen Wege zu begeistern und die Botschaft mit innovativen Shop-Konzepten zu den Kunden zu bringen.

**Podiumsdiskussion:**

## Hat der Fachhandel eine Zukunft? Und wenn ja, welche?

Die Referenten Ulrich Eggert und Christian Rößler stellen ihre Thesen im Gespräch mit profilierten Vertretern des Fotohandels auf den Prüfstand. Ist Omni-Channel wirklich ein Modell für den Fachhandel? Welche Aufgabe haben die Kooperationen? Wie sieht das Fachgeschäft der Zukunft aus, und wie kann es nicht nur überleben, sondern den Markt mitgestalten und das entscheidende Bindeglied zwischen Herstellern und Konsumenten werden?



**Rainer Bauer, CEO, Imaging Solutions AG**

## „Beautiful Products“ eröffnen neue Märkte

Während Marketingexperten und Strategen mit viel Gehirnschmalz komplexe Konzepte entwickeln, um die Kunden zum Drucken ihrer Fotos zu bewegen, bevorzugt Rainer Bauer einen pragmatischen Ansatz. Denn er ist davon überzeugt, dass Premium Qualität den Markt für Bildprodukte besser stimulieren kann als Rabatte und Billigangebote. Dabei ist es heute einfacher denn je, echte Premium Produkte auch in der Auflage „Eins“ herzustellen. Das ist die Chance für Print-Dienstleister, neue Produktsegmente zu erschließen und die Verbraucher zu gewinnen.



**Zoltán Diószeghy, CEO, HPIX KFD., Budaörs, Ungarn**

## Bildergeschäft ohne Grenzen: die Cloud für Fotohändler

Auf der Grundlage seiner profunden Erfahrung im Minilab-Geschäft hat HPIX die Creative Photo Cloud entwickelt, um es dem Fotohandel zu ermöglichen, den Kunden eine praktisch unbegrenzte Zahl von personalisierten Bildprodukten anzubieten – im Internet über PCs oder mobile Geräte und natürlich im Geschäft. Dabei stellt die Lösung, die in Ungarn den Eurocloud Award 2014 gewonnen hat, die eigene Marke des Händlers in den Vordergrund. Da alle Produkte und Funktionen in der Cloud angesiedelt sind, ist es besonders einfach, neue Angebote oder Werbeaktionen schnell umzusetzen und weitere Inhalte, z.B. professionelle oder private Fotos, hinzuzufügen und diese öffentlich, einer definierten Gruppe oder Einzelnen zugänglich zu machen. Mit einem umfassenden Geschäftsmodell soll die Creative Photo Cloud ähnlich wie ein Franchise-System zum Herzstück eines Netzwerks von Foto-Dienstleistern werden.

Bitte senden Sie dieses Formular per

Fax an: +49 221 821-3995, z. Hd. Barbara Klomps  
E-Mail an: bfi@photokina.de

## Anmeldung

### 1. Dauerkarte · Beide Konferenztage 28.+29.01.2015

- Regulärer Preis **850,00 EUR**
- Ermäßigter Preis **650,00 EUR**
- Ermäßigter Preis deutscher Handel **395,00 EUR**
- Sonderpreis Ringfoto-Mitglieder **325,00 EUR**

### 2. Tageskarte · 28.01.2015 (inkl. Abendveranstaltung)

- Regulärer Preis **500,00 EUR**
- Ermäßigter Preis **375,00 EUR**
- Ermäßigter Preis deutscher Handel **295,00 EUR**
- Sonderpreis Ringfoto-Mitglieder **265,00 EUR**

### 3. Tageskarte · 29.01.2015 (inkl. Abendveranstaltung am 28.01.2015)

- Regulärer Preis **500,00 EUR**
- Ermäßigter Preis **375,00 EUR**
- Ermäßigter Preis deutscher Handel **205,00 EUR**
- Sonderpreis Ringfoto-Mitglieder **175,00 EUR**

### 4. Tageskarte · nur 29.01.2015

- Regulärer Preis **400,00 EUR**
- Ermäßigter Preis **275,00 EUR**
- Ermäßigter Preis deutscher Handel **105,00 EUR**
- Sonderpreis Ringfoto-Mitglieder **75,00 EUR**

Alle Preise zzgl. 19 % MwSt.

### Hiermit melde ich mich/melden wir uns verbindlich an.

Name: \_\_\_\_\_

Funktion im Unternehmen: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ/Ort: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

Telefax: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Unterschrift: \_\_\_\_\_

Zahlungsweise:  Visa  MasterCard

Kartenummer: \_\_\_\_\_ Gültig bis: \_\_\_\_\_

Karteninhaber: \_\_\_\_\_

Unterschrift: \_\_\_\_\_

Bitte senden Sie eine Rechnung

**Leistungen:** Jede Eintrittskarte berechtigt zum Besuch aller Vorträge und der Sponsorenpräsentationen, schließt Kaffeepausen und Mittagessen ein sowie die Teilnahme an der Abendveranstaltung am 28.01.2015 (außer Tageskarte 29.01.2015). Ebenfalls im Preis eingeschlossen sind die Dateien der Präsentationen, die nach der Veranstaltung versandt werden. Kosten für Hotelzimmer und Anreise gehen zu Lasten des Teilnehmers.

**Ermäßigungen:** Die ermäßigten Preise gelten für Aussteller der photokina 2014, Mitglieder des Photoindustrie-Verbandes, Kunden der GfK (ID Code bitte angeben) und Mehrfach-Anmeldungen von derselben Firma. Mitglieder von Ringfoto erhalten einen speziellen Sonderpreis.

**Pressekarten:** Eine begrenzte Anzahl von kostenlosen Pressekarten steht interessierten Journalisten zur Verfügung. Weitere Informationen: bfi@photokina.de

**Rücktritt:** Ein kostenloser Rücktritt von der Anmeldung ist bis zum 30.12.2014 möglich. Eventuell bereits bezahlte Beträge werden erstattet. Ersatzteilnehmer können jederzeit benannt werden.

## Hotel-Reservierung

Es steht eine begrenzte Anzahl von Zimmern in drei Hotels in unmittelbarer Nähe des Koelnmesse Congress-Centrums Nord zur Verfügung. Buchungen erfolgen in der Reihenfolge des Eingangs. Ein Rechtsanspruch auf eine Buchung kann über das vereinbarte Kontingent hinaus nicht eingeräumt werden.

- Radisson Blu Hotel ★★★★★ Superior**  
**Messe Kreisel 3, 50679 Köln**  
Einzelzimmer inkl. Frühstück: **155,00 EUR/Nacht**  
Doppelzimmer inkl. Frühstück: **185,00 EUR/Nacht**  
(inkl. zur Zeit gültiger MwSt.)

- Ibis Köln City Messe Arena ★★**  
**Brügelmannstr. 1, 50679 Köln**  
Einzelzimmer inkl. Frühstück: **85,00 EUR/Nacht**  
(inkl. zur Zeit gültiger MwSt.)

- Dorint Hotel an der Messe ★★★★★ Superior**  
**Deutz-Mülheimer-Str. 22-24, 50679 Köln**  
Einzelzimmer inkl. Frühstück: **134,00 EUR/Nacht**  
Doppelzimmer inkl. Frühstück: **154,00 EUR/Nacht**  
(inkl. zur Zeit gültiger MwSt.)

## Bitte sofort reservieren – begrenztes Kontingent!

### Bitte reservieren Sie mir:

Einzelzimmer: \_\_\_\_\_ Doppelzimmer: \_\_\_\_\_

Ankunft: \_\_\_\_\_ Abreise: \_\_\_\_\_

Für eine Zimmerreservierung mit Kreditkartenzahlung ist eine gültige E-Mail Adresse notwendig. Bitte belasten Sie folgende Kreditkarte (wenn abweichend von o.a. Kreditkarte):

Zahlungsweise:  Amex  Diners  Visa  MasterCard

Kartenummer: \_\_\_\_\_ Gültig bis: \_\_\_\_\_

Karteninhaber: \_\_\_\_\_

Unterschrift: \_\_\_\_\_

# Inhalt

## Zum Titelbild

Business Forum Imaging Cologne –  
„Memories and markets in motion“ . . . . . 3

## Editorial

Der Wunschzettel für 2015 –  
Bewegung auf allen Seiten . . . . . 11

**Wichtiges aus foto-contact.de** . . . 12, 17, 21, 28

## Unternehmen

Jim Rakete und die Samsung NX1 –  
Sehen, wie Hamburg klingt. . . . . 16

Cewe setzt auf Vereinbarkeit von  
Familie und Beruf –  
Bitte recht elternfreundlich. . . . . 36

## Handel

Vanguard mit neuen Konzepten für den  
Fotohandel – Die Fünf-Sterne-Marge . . . . 14

Mit dem weShop besser kaufen und  
verkaufen? Das Shopping 2020 Modell. . . 18

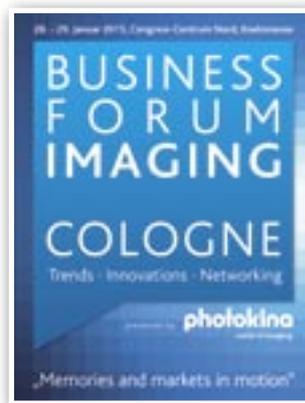
## Cewe setzt auf Vereinbarkeit von Familie und Beruf – Bitte recht elternfreundlich



Gleich mit zwei Zertifikaten wurde Cewe in diesem Jahr besondere Familienfreundlichkeit bestätigt. Sowohl der TÜV als auch die Hertie-Stiftung bescheinigten Europas führendem

Bilddienstleister hohes Familienbewusstsein in der Unternehmenskultur. Diese Personalpolitik dient allen Beteiligten: Die Mitarbeiter profitieren von zahlreichen Modellen, mit denen sie ihre Arbeit mit den Bedürfnissen ihrer Familien in Einklang bringen können. Umgekehrt wissen die Verantwortlichen bei Cewe: Zufriedene, motivierte Mitarbeiter sind eine wichtige Grundlage für nachhaltigen Unternehmenserfolg. **Seite 36**

UNTERNEHMEN



## Business Forum Imaging Cologne

„Memories and markets in motion“ – das Motto des Business Forums Imaging Cologne beschreibt die Lage des Foto- und Imagingmarktes mehr als treffend. Während das untere Segment des Kompaktkamera-Marktes praktisch von Smartphones & Co. ersetzt wird, kommen ganz neue Aufnahmegерäte auf den Markt, die oft Foto und Video kombinieren. Auch Konzepte, wie der Einzelhandel in einer Welt des E- und Mobile-Commerce seine Zukunft sichern kann, werden in Köln von Experten diskutiert. **Seite 3**

ZUM TITELBILD

## Mit Fünf-Achsen-Bildstabilisator Die Alpha 7 II von Sony



Sony bringt im Januar das erste Modell einer neuen Generation der Alpha 7 Vollformatkameras auf den Markt. Die neue Alpha 7 II ist die erste Vollformatkamera mit interner Fünf-Achsen-Bildstabilisierung. Zudem arbeitet das Autofokus-System deutlich schneller als beim Vorgängermodell Alpha 7. Auch im Video-Bereich hat die Kamera kräftig zugelegt. **Seite 22**

## Sofortbildkameras von Fujifilm – Bunter Zuwachs für die instax mini

Die Sofortbildkameras instax mini 8 und instax mini 90 Neo Classic sind in neuen Farbvarianten erhältlich. Die instax mini 8 gibt es jetzt auch in Himbeerrot und Lila, die instax mini 90 Neo Classic in elegantem Braun. Damit stellt sich der Hersteller auf die wachsende Nachfrage nach den originellen Kameras ein, die dem Fotohandel gute Umsatzmöglichkeiten und ein attraktives Folgegeschäft mit Filmen bieten. **Seite 24**



NEUHEITEN

## Objektivneuheiten der photokina 2014 Reif für den Wechsel



Die zurückgehende Nachfrage bei den Kompakt- und Spiegelreflexkameras lässt sich nur schwer durch das Wachstum im Bereich der Systemkameras auffangen. Einen Hoffnungsschimmer für den Fotohandel bieten aber zahlreiche neue Objektive, die von „Fremdherstellern“ auf der photokina vorgestellt wurden. Denn einige von ihnen bieten weit mehr als zusätzliche Brennweiten und machen richtig Lust auf kreative Bildgestaltung. Heiner Henniges hat die wichtigsten Produkte zusammengestellt. **Seite 26**

## Interview mit Rainer Th. Schorcht, Foto Schorcht, Gütersloh

Für viele Fachhändler ist Andreas Mundt, der Präsident des Bundeskartellamts, inzwischen ein rotes Tuch. Der oberste Wettbewerbshüter der Republik hat sich offensichtlich auf die Fahne geschrieben, selektive Vertriebsysteme, die qualifizierte Handelsformen gegen aggressive Internetanbieter schützen sollen, soweit wie möglich zu verhindern. Theoretisch soll das dem Schutz der Konsumenten vor zu hohen Preisen dienen; in der Praxis sehen vor allem mittelständische Fachhändler ihre Existenz bedroht, weil man mit Online-Spannen weder Ladenlokale noch qualifiziertes Verkaufspersonal finanzieren kann. Inzwischen regt sich deshalb Widerstand gegen diese Auslegung des Kartellrechts. **imaging+foto-contact** hat mit Rainer Th. Schorcht, Foto Schorcht, Gütersloh, darüber gesprochen, warum das notwendig ist. **Seite 32**



Rainer Th. Schorcht

## Mit dem weShop besser kaufen und verkaufen? Das Shopping 2020 Modell



Die Diskussion darüber, dass im Einzelhandel alles neu und besser werden müsse, ist nicht neu. Auch der stationäre Fotohandel weiß inzwischen, dass er sich in Zeiten von Internet-Shopping neue Konzepte überlegen muss, um zu überleben. Nun hat die Agentur Serviceplan im Rahmen ihres Shopping 2020 Projekts gemeinsam mit dem Einrichtungsspezialisten VitraShop unter dem Namen weShop in München einen innovativen Vorschlag für den POS der Zukunft vorgestellt. Heiner Henniges hat sich für **imaging+foto-contact** das innovative Geschäft angesehen. **Seite 18**

## Foto und Video wachsen zusammen Bilder in Bewegung



Die Fotowelt kommt mehr und mehr in Bewegung. Fast jede Kamera, die heute verkauft wird, besitzt auch eine Videofunktion, von Smartphones und Actioncams gar nicht zu reden. Dennoch scheinen sich viele Fotofachhändler vorwiegend auf das Fotografieren zu konzentrieren. Heiner Henniges fragt: Warum eigentlich? Video Plattformen wie YouTube sind heute genauso populär wie flickr und Co. für Fotos. Mit praktisch jeder Kamera und jedem Smartphone entstehen die Kunden heute auch ein Gerät zum Filmen, dessen Qualität oft sogar die Ansprüche von Fernsehsendern erfüllen könnte. **Seite 30**

INTERVIEW

BILDDIENSTLEISTUNGEN

Panasonic mit Cashback-Aktion – Auch für Lumix G Kameras . . . . .	29
Foto und Video wachsen zusammen – Bilder in Bewegung . . . . .	30
Das neue Manfrotto Distribution Partner Programm – Die Wert-Marke . . . . .	35
<b>Neuheiten</b> . . . . .	25, 34
Mit Fünf-Achsen-Bildstabilisator – Die Alpha 7 II von Sony . . . . .	22
Neue Farben für Sofortbildkameras von Fujifilm – Bunter Zuwachs für die instax mini . . . . .	24
Objektivneuheiten der photokina 2014 – Reif für den Wechsel . . . . .	26

Helle Neuheiten von Knog bei Consutec – Smartes Licht . . . . .	28
-----------------------------------------------------------------	----

<b>Interview</b>	
Macht das Kartellamt den Fachhandel wettbewerbsunfähig? „Wir wollen faire Bedingungen“ . . . . .	32

<b>Impressum</b> . . . . .	39
----------------------------	----

<b>Klein- und Personalanzeigen</b> . . . . .	39
----------------------------------------------	----

## Immer aktuell:



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](http://www.cewe.de)

 **cewe**  
BEST IN PRINT

## Der Wunschzettel für 2015

# Bewegung auf allen Seiten

2014 war wirklich kein einfaches Jahr für die Fotobranche – für die Hersteller nicht und für den Fotohandel schon gar nicht. Das lag natürlich am zurückgehenden, nein, am zusammenbrechenden Kameramarkt, aber dazu kamen noch andere unerfreuliche Faktoren. Der Strukturwandel im Einzelhandel setzt den Markt zusätzlich unter Druck, und beide Problemfelder sind nur positiv zu bearbeiten, wenn wir von lieb gewordenen Gewohnheiten Abschied nehmen.



Thomas Blömer, Verleger

Vor einem Jahr lautete an dieser Stelle die Überschrift: Ideen gesucht. Hier hat sich nicht viel geändert, oder doch? Viele neue Ideen sind durchaus da, aber sie werden leider noch nicht in dem Maße umgesetzt, wie es notwendig wäre, um die Fotobranche aus der Krise zu führen.

Die photokina hat wie nie zuvor deutlich gemacht, dass die Foto- und Imagingbranche vor einem neuen Paradigmenwechsel steht. Während wirklich interessante neue Kameras Seltenheits-

wert hatten, begeisterten Action- und Lifestylecams, Wearables, Foto-Drohnen und viele andere mehr oder weniger verrückte Aufnahme-Gadgets die Besucher und die Medien. Dazu kommt das Thema Video, das wir nicht ohne Grund in dieser Ausgabe behandeln. Denn mit dem hochauflösenden Standard 4K bzw. UHD verfließen die traditionellen Grenzen zwischen Bewegtbild und Foto, und diese Entwicklung wird sich in den nächsten Jahren deutlich beschleunigen. Zum einen wird es in Kürze viel mehr 4K Aufnahmegeräte geben, zum anderen stehen noch bessere Standards wie 6K oder gar 8K bereits in den Startlöchern. Warum soll ein Fotograf dann noch auf den richtigen Moment warten, wenn er den perfekten Schuss aus einem Video-Stream herausnehmen kann?

Die Fototechnik ist in Bewegung, und die Einzelhandelslandschaft ist es auch. Das haben viele Fotohändler und ihre Lieferanten bereits erkannt, aber nicht alles liegt in ihren Händen. Denn das Kartellamt scheint ausschließlich den niedrigsten Preis als wichtigstes Ergeb-

nis von Wettbewerb zu sehen – qualifizierte Beratung und ein gutes Einkaufserlebnis scheinen in den Augen der Behörde für die Konsumenten keinen Wert zu haben. Auch zu diesem Thema können Sie in dieser imaging+foto-contact Ausgabe Interessantes aus berufenem Munde lesen.

Nicht ohne Grund haben die Organisatoren des Business Forums Imaging Cologne 2015, das am 28. und 29. Januar 2015 im Congress-Centrum Nord der Koelnmesse stattfindet, das Motto „Memories and markets in motion“ (Erinnerungen und Märkte in Bewegung) gewählt. Denn dieser Kongress wird nicht nur thematisieren, wie in Zukunft fotografiert wird und welche Geräte und Bildprodukte sie verkaufen können, sondern auch, mit welchen Konzepten der Einzelhandel seine Zukunft sichern kann. Diese inspirierende Veranstaltung sollten Sie sich nicht entgehen lassen – das Anmeldeformular finden Sie auf Seite 7. Für den Fotohandel gibt es besonders günstige Eintrittspreise.

Die Redaktion imaging+foto-contact wünscht Ihnen nach einem hoffentlich guten Weihnachtsgeschäft entspannte Feiertage und für das kommende Jahr Energie, Erfolg und frischen Unternehmertum.

Thomas Blömer

### Leica Fotopark jetzt online

Der Leica Fotopark ([www.leica-fotopark.com](http://www.leica-fotopark.com)) – ein digitaler Premium-Service zur sicheren Speicherung, Bearbeitung und Verwaltung von Bildern – steht ab sofort online zur Verfügung. Mit der hochwertigen Webplattform will Leica Camera Kunden mit hohen Ansprüchen vom Amateur über den ambitionierten Hobby-Fotografen bis hin zum Profi ansprechen. Zum Angebot gehört auch ein Premium Print Service. Auch eine Community, die den Fotografen als virtueller Treffpunkt für Inspiration und Austausch über die Fotografie dient, ist wesentlicher Bestandteil. Die Registrierung unter [www.leica-fotopark.com](http://www.leica-fotopark.com) ist kostenlos, ebenso die Nutzung der Plattform bis zu einem Datenvolumen von 10 Gigabyte. Die auf der photokina angekündigte Webplattform wurde bereits vor dem Startschuss im Rahmen des Wettbewerbs „Best in Cloud 2014“ in der Kategorie „Cloud Enabling Infrastructure“ ausgezeichnet. Dabei wurde vor allem die bedienerfreundliche Funktionalität, die Schnelligkeit und die Sicherheit des Leica Fotoparks gewürdigt. Leica hat die Foto-Plattform in kurzer Zeit zusammen mit der Berliner Digital-Schmiede Neofonie entwickelt. Die Multi-Webapp-Architektur von Neofonie bietet eine leistungsfähige Infrastructure und ermöglicht so eine hervorragende Performance auch bei großen Datenmengen. Die Anwendung läuft auf dem iPad und auf allen gängigen Browsern. Möglich wird dies durch die Umsetzung der Bildbearbeitung in HTML5.

### Walser wieder mit eigenem Webshop

Die Walser GmbH & Co. KG bietet auf [www.foto-walser.de](http://www.foto-walser.de) in einem neuen Webshop wieder ein umfassendes Produktsortiment (mit Ausnahme ausgewählter Fachhandelsprodukte) direkt für Endkunden an. Der neue Internetauftritt soll zudem als Informationsportal mit ausführlichem Anschauungsmaterial dienen und einen Überblick über die Walser Produktpalette mit den Marken walimex pro und mantona bieten. Walser will

### Metz meldet Insolvenz an – Betrieb geht weiter

Am 19. November hat das fränkische Traditionsunternehmen Metz beim Amtsgericht Fürth Insolvenz angemeldet. Bereits wenige Stunden später stand fest: Der Geschäftsbetrieb einschließlich Produktion und Service läuft ohne Einschränkungen weiter, auch alle Garantieleistungen werden wie gewohnt erbracht.



Das gelte unabhängig davon, ob die Geräte vor oder nach dem Insolvenzantrag gekauft worden seien, bestätigte Christoph Möller, der Sprecher des Insolvenzverwalters.

Die vorläufige Insolvenzverwaltung hat mit Joachim Exner (Kanzlei Dr. Beck und Partner, Nürnberg) ein ausgewiesener Kenner des TV-Geschäfts übernommen. Er war bereits an dem Verfahren von Grundig beteiligt und zuletzt verantwortlich für die Überführung von Loewe in die Hände eines Investors. „Ziel ist es, den Geschäftsbetrieb und möglichst viele Arbeitsplätze zu erhalten“, betonte Exner am Unternehmenssitz in Zirndorf. „Die Chancen dafür stehen gut: Metz verfügt über eine renommierte Marke, eine wettbewerbsfähige Technologie und hochqualifizierte Mitarbeiter!“ Er habe in einem ganz schwierigen Marktumfeld ein intaktes Unternehmen vorgefunden, dessen Management bereits vor einem Jahr mit der Neuausrichtung begonnen habe, indem weitere Vertriebswege erschlossen und die Produktpalette rundum erneuert wurde, erklärte Exner vor Medienvertretern. Auch die Suche nach einem Investor habe bereits vor dem Insolvenzantrag begonnen. Darauf, mit einer Investorenlösung den Fortbestand des Unternehmens zu sichern, hoffen der Insolvenzverwalter und die Geschäftsführung gemeinsam.

Metz hatte in jüngster Zeit vor allem wegen der schwachen Nachfrage und des rapiden Preisverfalls auf dem TV-Markt mit Schwierigkeiten zu kämpfen. 2013 ging der Umsatz um rund 25% zurück. Mit einem wertmäßigen Marktanteil von ca. 16% im Oktober 2014 hat sich die Marke Metz nach Angaben des Unternehmens im Handel nach den Rückgängen der letzten Jahre wieder stabilisiert. Die dafür nötigen Investitionen hätten jedoch an der Substanz des Unternehmens gezehrt, hieß es in der Pressemitteilung. Um das Unternehmen zu retten, hatten die 550 Mitarbeiter auf Lohnerhöhungen und Gratifikationen verzichtet. Auf der diesjährigen IFA hatte Metz ein komplett neues TV-Sortiment in modernem Design präsentiert, das in einem Kraftakt innerhalb weniger Monate entwickelt worden war. Auch auf der photokina stellte Metz noch zahlreiche neue Lichtlösungen und Blitzgeräte vor.

den Webshop als zusätzlichen Weg neben dem Fachhandel nutzen, um sein Portfolio aus mehr als 3.500 Artikeln zu vermarkten. Ab sofort können Endkunden die gesamte Produktpalette aus den Bereichen Objektive, Studio, Video sowie Taschen und Stative für Endkunden auf [www.foto-walser.de](http://www.foto-walser.de) kaufen. Davon ausgenommen ist das Fachhandelsortiment, das aus den Objektiven mit den Anschlüssen Canon EOS, Nikon F, MFT und Sony E sowie den Studiosets „Artist“ und „Master“ besteht.

Walser will mit dem Webshop eine zentrale Plattform anbieten, die das komplette Sortiment mit ausführlichen Pro-

duktinformationen und Anschauungsmaterial, zum Beispiel Anwendungsvideos, in gebündelter Form abbildet. Damit liefert Walser ein Beratungsangebot rund um seine Produkte, das auf den Ladenflächen des Fachhandels nicht möglich sei, erklärte das Unternehmen. Vor allem in den Bereichen Studio und Video präsentiere der Fachhandel bisher das Walser Sortiment nicht in adäquatem Umfang, so dass Endkunden keine ausreichende Möglichkeit hätten, sich im Detail mit den Produkten zu befassen. Die Produkte im Webshop werden zu den empfohlenen Verkaufspreisen angeboten. Damit habe auch der Fachhandel die Möglichkeit, von den Inhalten des neuen Portals zu profitieren, betonte Walser.

**Täglich neue Branchen-Nachrichten: [www.foto-contact.de](http://www.foto-contact.de)**

## Vollformat. Ultrakompakt.

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

Die  $\alpha 7$  Serie von Sony.



### $\alpha 7R$

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

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



### $\alpha 7$

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

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



### $\alpha 7S$

**Extra lichtempfindlich.  
Professionell diskret.**

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



[www.sony.de/a7-series](http://www.sony.de/a7-series)

\* Stand Juli 2014: Im Vergleich zu anderen Systemkameras mit einem 35 mm Vollformat-Sensor.

\*\* Standard ISO 100-102.400 (200-102.499 bei Videos) vergrößerbare auf ISO 50-409.600 (200-409.600 bei Videos).

# Vanguard mit neuen Konzepten für den Fotohandel

# Die Fünf-Sterne-Marge

Nach dem erfolgreichen Start in diesem Jahr will Vanguard Deutschland das Five Star Partner Programm für den qualifizierten Fotohandel 2015 ausbauen. Dazu wird die Unterstützung der Fachhandelspartner im Zubehör-Geschäft weiter verstärkt. Zusätzlich soll das ganz neue Vanguard Starter Programm jedem Händler den Einstieg in die Vanguard Markenwelt in den Bereichen Optics, Hunting und Photo/Video leicht machen.



*Vanguard Taschen und Rucksäcke (hier ein Modell aus der Sedona-Serie) bieten praxisingerechte Ausstattung und hohe Sicherheit.*

„Mit dem Five Star Partner Programm 2.0 wollen wir die Marke Vanguard beim Fotohandel noch deutlicher im Premium-Bereich positionieren“, erklärte Andreas Steffens, Geschäftsführer der Vanguard Deutschland GmbH, im Gespräch mit *imaging+foto-contact*. „Denn genau dort gehört sie hin. Vanguard ist ein echter Global Player, der seit über 25 Jahren Fotografen aus aller Welt mit qualitativ hochwertigen Stativen, innovativen Befestigungslösungen, Taschen, Koffern, Optiken und weiterem Zubehör ausstattet. Dabei unterscheiden wir uns deutlich von anderen Anbietern, die ihr Sortiment ganz oder teilweise von Subunternehmern produzieren oder sogar entwickeln lassen. Dagegen setzt Vanguard auf eigene Kompetenz bei Forschung, Design und Herstellung. Das Unterneh-

men besitzt mehrere Hundert Designpatente und stellt seine Produkte in eigenen Fabriken her, die nach den Qualitätsstandards ISO 9001 und 9002 und dem Umweltstandard 14001 zertifiziert sind. Dieses ganzheitliche Konzept gewährleistet nicht nur die hohe Qualität unserer Produkte, sondern auch das typische Design, das sich wie ein roter Faden durch die verschiedenen Sortimente zieht. Unsere Partner im Fachhandel profitieren zudem davon, dass wir durch die eigene Herstellung flexibel genug sind, um spezielle Produktlinien für verschiedene Vertriebskanäle zu entwickeln.“



*Dank flexibler Zugriffsmöglichkeiten (hier bei einem Reno-Modell) ist die Kamera schnell zur Hand.*



*Andreas Steffens, Geschäftsführer der Vanguard Deutschland GmbH: „Unsere Partner im Fachhandel profitieren zudem davon, dass wir durch die eigene Herstellung flexibel genug sind, um spezielle Produktlinien für verschiedene Vertriebskanäle zu entwickeln.“*

### Five Star Partner Programm 2.0

Mit dem Ausbau des Five Star Partner Programms will Vanguard die Unterstützung für den Fotohandel weiter verstärken. Teilnehmende Händler können von attraktiven Konditionen, Rücknahme-Garantien für bestimmte Produkte, Muster-Rabatten und erweiterten Maßnahmen profitieren. Zertifikate und Aufkleber machen die Kompetenz des Geschäfts bereits nach außen sichtbar. Instore-Schulungen sorgen für die Qualifikation des Verkaufspersonals. In Richtung Endkunden unterstreicht ein Qualitätsversprechen mit erweiterter Garantie den Premium-Anspruch der Marke.

Um diese Vorteile dem Fotohandel im

wahrsten Sinne des Wortes nahe zu bringen, hat Vanguard Deutschland in diesem Jahr den Außendienst deutlich erweitert und die Besuchsfrequenz bei den Partnern erhöht. „Es ist uns bereits gelungen, ein flächendeckendes, zertifiziertes Fachhandelsnetz aufzubauen“, erklärte Steffens. „Im kommenden Jahr wollen wir weitere Partner gewinnen, um die Sichtbarkeit unserer Marke zu erhöhen und die Konsumenten über qualifizierte Vertriebswege noch besser zu erreichen.“

## Umfassendes Sortiment

Die Vanguard Produktpalette umfasst zahlreiche Artikel in den klassischen Zubehör-Segmenten für Foto und Video. Bei den Taschen umfasst das Angebot



*Dual Panning Technologie für exakte 360 Grad Panoramafotografie und ruhige Videoschwenks.*

eine breite Auswahl von Rucksäcken, Sling Bags, Zoom-, Schulter- und Kompaktaschen mit herausragenden Ausstattungsmerkmalen. Dazu gehören unter anderem mehrere Möglichkeiten für den schnellen Zugriff, rutschfeste Trageriemen, strapazierfähige Reißverschluss-Systeme und hohe Sicherheit durch verstärkte Polsterung.

Auch im Vanguard Stativsortiment stecken 25 Jahre Erfahrung. Um ein praxisgerechtes Design sicherzustellen, arbeitet Vanguard seit vielen Jahren mit einem Netzwerk von professionellen Fotografen zusammen. So kann man z. B. bei den Modellen der

Alta Pro Serie aus leichter Kohlefaser oder Aluminium-Legierung mit dem Multiwinkel-System die Mittelsäule auf beliebige Winkel zwischen 0 und 180 Grad einstellen. Ein umfassendes Sortiment von Stativköpfen und Neigern bietet passende Lösungen für zahlreiche Anwendungen. So ist die professionelle BBH-Serie mit Schnell-Nivelliersystem und zwei Wasserwaagen für exakte 360 Grad Panoramafotografie ebenso geeignet wie für ruhige, ruckfreie Videoschwenks. Die Präzisionskugelhöpfe der SBH-Serie zeichnen sich zusätzlich durch besonders hohe Belastbarkeit aus.

Für das 1. Quartal 2015 hat Vanguard weitere wichtige Neuheiten geplant, darunter die Oslo-Serie mit Sling-Schulter- und Zoomtaschen. Sie zeichnet sich durch neue Farben und die einzigartige 5-Lagen-Anti-Shock-Struktur, die noch einen besseren Schutz der Kamera gewährleistet, aus. Weitere Details sind ein Regencover und viele Zubehörtaschen zur perfekten Organisation der Ausrüstung. Diese Taschenserie wendet sich an Fotoenthusiasten und Beginner und wird die 2GO-Serie ersetzen.

## Leichter Einstieg

Mit dem neuen Starter Programm will Vanguard es jedem Fotohändler leicht machen, produktbezogen in das Premium-Sortiment einzusteigen. Dafür stehen nicht nur zahlreiche Artikel aus den Bereichen Photo/Video, Optics und Hunting zu attraktiven Konditionen zur Verfügung, sondern auch ein Werbekostenzuschuss, um das Ange-



*Auch Optikprodukte wie die Endeavor Spektive von Vanguard können zusätzliche Umsätze bringen.*

## Vanguard mit eigenem Marketing in DACH

Im Zuge der Neuausrichtung der Vanguard Gruppe wurden jetzt das Marketing und die Unternehmenskommunikation in die Hände der jeweiligen Ländergesellschaften gelegt. Damit liegt die Verantwortung für die Länder Deutsch-

*Katrin Rachen ist für Marketing und PR bei Vanguard Deutschland verantwortlich.*



land, Österreich und Schweiz nun bei der Vanguard Deutschland GmbH in Neuss. Dort hat Katrin Rachen die Position des Marketing Managers D/A/CH übernommen. In dieser Funktion ist sie kategorienübergreifend für Marketing und PR verantwortlich. Branchenerfahrung sammelte Katrin Rachen bei der Daymen Deutschland GmbH und in unterschiedlichen Positionen in Werbeagenturen. In ihrer neuen Funktion berichtet sie direkt an den Vanguard Deutschland Geschäftsführer Andreas Steffens.

bot regional zu positionieren. „Auch im kommenden Jahr wird die Zahl der verkauften Kameras weiter zurückgehen“, betonte Steffens. „Um diese Verluste auszugleichen, ist es für den Fotohandel entscheidend, dem Zubehörgeschäft mehr Beachtung zu schenken. Das gilt nicht nur für die klassischen Ergänzungen zur Kamera wie Stativ und Taschen, sondern auch für zusätzliche Artikel, zum Beispiel unsere hochwertigen Ferngläser und Spektive. Mit dem Starter Programm machen wir es dem Fotohandel leicht, auch in diesen Segmenten neue Kunden zu gewinnen und die Frequenz im Geschäft zu erhöhen.“



Jim Rakete machte sich mit der Samsung NX1 auf Fototour durch die Hamburger Musikszene.

Samsung hat Jim Rakete dafür gewonnen, die Möglichkeiten des neuen Systemkamera-Flaggschiffs NX1 zu testen. Das ist keine Selbstverständlichkeit, denn der prominente Fotograf ist nicht gerade als Fan der Digitalfotografie bekannt. Jetzt hat er mit der NX1 eindrucksvolle Gesichter und Geschichten in Hamburgs Musikszene eingefangen. Die Ergebnisse präsentiert Samsung in der Ausstellung „The NX Scene – Jim Rakete und die Musik-Szene der Hansestadt“ vom 13. bis zum 20. Dezember 2014 in der „NX Pop-up Gallery“ im stilwerk Hamburg.

Auf seinem Weg durch die Hamburger Musikwelt hat sich Rakete auf die Suche nach dem charakteristischen Sound der Stadt gemacht. Die Bilder der Ausstellung „The NX Scene – Jim Rakete und die Musikszene der Hansestadt“ veranschaulichen eindrucksvoll den

## Jim Rakete und die Samsung NX1

# Sehen, wie Hamburg klingt

unverkennbaren Stil des Fotografen, der sich vor allem durch ausdrucksstarke Portraits von Prominenten einen Namen machte. Sein fotografisches Interesse gilt den Personen, die die Musikszene Hamburgs prägen: Musiker, Clubbetreiber und Plattenladenbesitzer. Mit den Fotos lädt Rakete Musik- und Fotografie-Fans gleichermaßen dazu ein, die Menschen und Orte kennenzulernen, die Hamburg zu einer der aufregendsten Musikmetropolen Europas machen.

Die inspirierenden Portraits, die Jim Rakete mit der Samsung NX1 fotografiert hat, sind in der Ausstellung „The NX Scene“ von Samstag, 13. Dezember, bis Samstag, 20. Dezember, täglich von 10 bis 20 Uhr im stilwerk in der Großen Elbstraße 68 in Hamburg zu

sehen. Der Eintritt ist frei. Wer sich im Internet über die Ausstellung informieren möchte, findet Bilder, Hintergrundgeschichten und weitere Informationen zu Jim Rakete und der Samsung NX1 unter [www.samsung.de/nx-scene](http://www.samsung.de/nx-scene).

Jim Rakete ist in der Musik- und Filmwelt praktisch zu Hause. Als einer der renommiertesten Portrait- und Reportagefotografen hatte er bereits verschiedene Stars vor der Kamera, darunter auch Legenden wie David Bowie, Mick Jagger und Jimi Hendrix. Die vielfältige Musikszene Hamburgs in den Sucher zu nehmen, lag für Rakete deshalb nahe. Dabei spielte die Samsung NX1 ihre Stärken wie den Hochleistungs-Autofokus, den lichtempfindlichen und rauscharmen Sensors und das wetterfeste Gehäuse aus.

### Samsung NX1 jetzt verfügbar

Die Samsung NX1 ist ab sofort in Deutschland erhältlich. Das Spitzenmodell des koreanischen Herstellers wird für hohe Qualitätsansprüche konzipiert und ist mit einem neuen 28-Megapixel-BSI-APS-C-Sensor, einem Hochleistungs-Hybrid-Autofokus und 4K UHD Videofunktionen ausgestattet. Das wetterfeste Metallgehäuse mit LC-Display auf der Oberseite und der optional erhältliche vertikale Batteriegriff bieten zusätzlichen Bedienkomfort, auch unter herausfordernden Bedingungen. Den schnellen drahtlosen Datentransport ermöglichen Bluetooth und WLAN.

Die Samsung NX1 ist im Kit mit dem 16-50 mm F3.5-5.6 Power Zoom-Objektiv für 1.699 Euro (UVP) verfügbar. Auch der Batteriegriff ED-VGNX01 für 249 Euro (UVP) und das neue lichtstarke Teleobjektiv 50-150 mm F2.8 S ED OIS für 1.599 Euro (UVP) sind jetzt lieferbar.



Im Kit mit dem 16-50 mm F3.5-5.6 Power Zoom-Objektiv kostet die Samsung NX1 (hier mit dem S 50-150 mm F2.8 S ED OIS) 1.699 Euro; das Telezoom ist für 1.599 Euro (UVP) erhältlich.

## USA weiterhin wichtiger Markt für deutsche Fotoindustrie

Nach Angaben des Deutschen Industrieverbandes für optische, medizinische und mechatronische Technologien e.V., Spectaris, sind die USA nach wie vor ein wichtiger Markt für die deutsche Fotoindustrie, obwohl im Jahr 2013 das Exportgeschäft in die USA um 0,4 Prozent zurückging.

2013 waren die US-Einfuhren der Produktgruppe Fernsehkameras, Digitalkameras und Videokameraaufnahmegeräte weiter rückläufig. Zurückzuführen seien die schlechten Ergebnisse Branchenexperten zufolge vor allem auf den Siegeszug des Smartphones. Dennoch, so Thorsten Kortemeier, Vorsitzender der Fachgruppe Fototechnik bei Spectaris, sind die USA für Firmen der Fotobranche nicht nur als Absatzmarkt interessant, sondern auch wegen der Trends, die dort entstehen. Trends werden vor allem in der San Francisco Bay Area, zu der auch das Silicon Valley gehört, gesetzt. Dazu zählen Lichtfeldkameras, die es erlauben, beliebige Bereiche eines Fotos erst nach der Aufnahme scharf zu stellen sowie die immer stärker an Bedeutung gewinnende 3D-Fotografie.

Insgesamt neun deutsche Aussteller und Unteraussteller waren auf dem Deutschen Gemeinschaftsstand auf der Photo Plus Expo East Anfang November vertreten. Mit mehr als 22.000 Besuchern und über 220 Ausstellern gilt die Messe in New York als eine der wichtigsten internationalen Messen für die Fototechnik.

Auch für das Jahr 2015 ermöglicht der Industrieverband Spectaris durch die Beantragung der Gemeinschaftsbeteiligung auf der „PhotoPlus International Conference + Expo“ beim Ausstellungsmesseausschuss der Deutschen Wirtschaft (AUMA) und beim Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) den Unternehmen, sich in den USA zu präsentieren. Im nächsten Jahr wird die Photo Plus Expo vom 22. Oktober bis zum 24. Oktober 2015 wieder mit einem Deutschen Gemeinschaftsstand stattfinden.

## Meyer-Optik-Görlitz Objektiv auf Deutschland-Tour

Die neuen Objektiv der Marke Meyer-Optik-Görlitz, die im September 2014 auf der photokina vorgestellt wurden, werden mit den Serien Figmentum und Somnium bis Ende Dezember 2014 auf einer Deutschland-Tour im Fotofachhandel präsentiert.

Zu den auf der Tour vorgestellten „Made in Germany“ Objektiven gehören das Somnium f1,5/85 mm – Objektiv für den besonderen künstlerischen Anspruch, mit kreisrundem Bokeh (UVP: 999 Euro), das Figmentum f2.0/85mm, ein lichtstarkes manuelles Portrait-Objektiv mit starker Abbildungsleistung (UVP: 599 Euro) sowie das Figmentum f2.0/35mm – leichtes Weitwinkel-Objektiv (UVP: 599 Euro).

Während der Fachhandels-Tour haben Interessenten Gelegenheit, direkt vor Ort die neuen Meyer-Optik-Görlitz Objektiv ausprobieren und sich über die einzelnen Besonderheiten der Modelle zu informieren. Für alle Fragen rund um die neuen Objektiv der Marke Meyer-Optik -Görlitz stehen fachkundige Mitarbeiter von Globell Deutschland vor Ort zur Verfügung.

Auf der Webseite [www.meyer-optik-goerlitz.de](http://www.meyer-optik-goerlitz.de) finden sich detaillierte Informationen zu den Tour-Daten.

## metabones® Der Adapter- spezialist!



Mit 35 verschiedenen  
Anschlüssen erhältlich

## Der Objektiv-Adapter für mehr Lichtstärke!

### Metabones Speed Booster Canon FD an MFT

- Verbessert die reale Lichtstärke um einen Blendwert
- Elektronische Blendensteuerung
- Image Stabilizer (IS) und AF wird unterstützt
- Erif Daten werden übertragen
- Verkürzt die Brennweite um 0,71x

Bestellnr. 830872

Empf. VK\* 499,-

\*Empf. VK = von DGH empfohlener Verkaufspreis inkl. MwSt. Alle Preise in Euro. Preis Stand 17.11.2014



**Jetzt bei DGH!**

**Mehr als 70 verschiedene Metabones  
Adapter unter [www.DGH.de](http://www.DGH.de)**

## Mit dem weShop besser kaufen



Nur mit intelligenter Verknüpfung von Online-Angeboten und stationärem Handel möglich: ein großes Angebot auf 50 Quadratmetern im Münchener weShop.

# Das Shopping 2020 Modell

Apple Stores und moderne Sportgeschäfte haben sich schon längst darauf eingestellt, in ihren Läden nicht nur Ware bereitzuhalten; sie bedienen



Der Beratungstisch: Ist das Produkt nicht vorrätig, kann es gleich online bestellt und auf Wunsch direkt zum Kunden geliefert werden.

auch die Emotionen ihrer Kunden. Damit haben sie es geschafft, auch das begehrte junge Publikum anzulocken. Die Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation GmbH, die Vitrashop Gruppe sowie die Technologiepartner Cisco und Cancom wollen nun mit ihrem weShop das Ei des Kolumbus für den Einzelhandel gefunden haben. Wer das in München vorgestellte Mustergeschäft gesehen hat, ist sogar geneigt, dies zu glauben.

### Verknüpfung von realer und virtueller Welt

Beim weShop handelt sich um einen intelligenten Verkaufsraum, der auf einer Fläche von rund 50 Quadratme-

tern die reale und die virtuelle Welt auf innovative Art und Weise miteinander verknüpft und so erstmals zeigt, welche Möglichkeiten der Entwicklung der stationäre Handel hat. Bemerkenswert ist schon allein die bescheidene Größe, die vor allem in Großstädten und 1a Lagen viel Geld sparen hilft. Vorgestellt wurde der Shop im Haus der Kommunikation in München von einem, der den meisten in der Fotobranche noch wohl bekannt sein dürfte: Hanns-Peter Cohn, ehemals Vorstandschef von Leica und heute Head of Shop Segment der Vitrashop Gruppe. Das Unternehmen Vitra in Weil am Rhein unweit von Basel steht für funktionale und inspirierende Einrichtungs-

## und verkaufen?

konzepte in hoher Qualität und hervorragendem Design – unter anderem auch für den Ladenbau. In welchen exquisiten Sphären man sich dort bewegt, unterstreicht unter anderem das dortige eVitra Design Museum, das von dem Stararchitekten Frank Gehry entworfen wurde und zu den weltweit führenden seiner Art zählt. Die perfekte und ansprechende Gestaltung des Ladenlokals aus der Vitra Design-Schmiede verwundert also nicht. Aber der weShop kann mehr als gut aussehen.

### Intelligenter Verkaufsraum

Der von Serviceplan entwickelte und von Vitra realisierte intelligente Verkaufsraum soll deutlich machen, wie die Vorteile von Online und Offline zusammengebracht werden können, um einen zukunftsfähigen Point of Sale zu schaffen. Damit will Serviceplan der Entwicklung entgegenwirken, dass die Kundenfrequenz in vielen Bereichen des deutschen stationären Handels zurück geht, während das Online-Shopping boomt.

Wer trotzdem Erfolge verzeichnet, sind Omni-Channel Händler, die den Internethandel mit stationären Geschäften kombinieren. Dabei reicht es jedoch nicht, nur einen Webshop zu installieren – erforderlich ist vielmehr eine Änderung des Geschäftsmodells, die eine intelligente Verzahnung von Online und Offline vorsieht. Genau das soll der weShop ermöglichen. Ronald Focken, Geschäftsführer der Serviceplan Gruppe, erklärt: „Wir wollen nicht nur davon sprechen, sondern tatsächlich zeigen, wie der stationäre Handel auf die Konkurrenz durch den E-Commerce antworten kann.“



Ronald Focken, Geschäftsführer der Serviceplan Gruppe (rechts), und Hanns-Peter Cohn, ehemals Vorstandschef von Leica und heute Head of Shop Segment der Vitra Group, stellen den zukunftsweisenden weShop in München vor.

### Referenz-Shop in München

Der Münchner Referenz-Shop steht im Zeichen des Sport-Modelabels Bogner. Beeindruckend ist im Showroom das Zusammenspiel verschiedener Elemente – z. B. die individualisierbare Kundenansprache mit Beacon-Technologie, die Beratung per Videokonferenz und paralleles Online-Einkaufen von nicht im Laden vorrätigen Produkten mit eigenen Shop-Tablets. Die persönliche Ansprache des Käufers kann zum Beispiel durch digitale Kundenkarten erfolgen. Damit erkennt



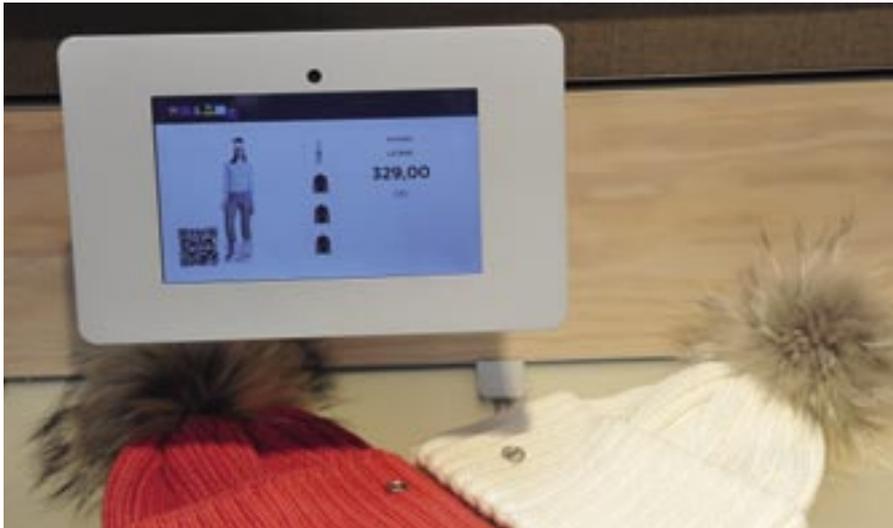
Der Spiegel in der Umkleidekabine zeigt z. B. zu der anprobieren Hose automatisch auch die passende Jacke an.

ein digitales Preisschild Stammkunden schon beim Blick ins Schaufenster und kann ihnen ein besonders gutes Angebot machen. Beim nächsten (kartenlosen) Schaufensterbummler schaltet es blitzschnell wieder auf den Normalpreis zurück.

Über ein Videokonferenz-System steht im weShop jederzeit Fachpersonal zur Verfügung, um die Fragen der Kunden kompetent zu beantworten. Dieses Feature spart vor Ort Personal, ohne die Beratungsqualität zu vermindern, die gerade im Fotofachhandel besonders wichtig ist.

Faszinierend ist auch die Umkleidekabine im Bogner-Shop. Dort zeigt der Spiegel dem Kunden zu der anprobieren Hose automatisch die dazu passende Jacke an – oder umgekehrt.

Welche Bedeutung Licht auf die Stimmung von Menschen hat, ist schon lange bekannt. Beim weShop lässt sich das Licht der jeweils gewünschten Atmosphäre anpassen. Die Vitra Group, Visplay, Ansong und Vizona sind Experten in den Bereichen Ladenbau und Lichttechnik und realisierten mit dem Münchener weShop einen



Eigene Shop-Tablets geben zusätzliche Informationen und ermöglichen das parallele Online-Einkufen von nicht im Laden vorrätigen Produkten.

Verkaufsraum mit elektrifizierten modularen Warenträger- und drahtlos steuerbaren Beleuchtungssystemen, die Grundlage für einen digitalisierten POS sind. Die im weShop angewandten Technologien wurden von Cancom, Cisco, Apple und NEC Display Solutions Europe verantwortet.

„Die Integration von Online-Medien in stationäre Ladengeschäfte beschäftigt alle Branchen und sorgt zunehmend für die Verwendung von digitalen Elementen als Gestaltungs- und Beratungsinstrument.

Die Unternehmen der VitraShop Gruppe haben in den letzten Jahren auf

diese Veränderungen reagiert und mit die Grundlage für einen digitalisierten POS geschaffen“, erklärt Hanns-Peter Cohn, der demnächst einen weiteren Referenz-Laden auf dem Vitra Campus errichten will. Der weShop in München kann nach Absprache zu Live-Präsentationen besichtigt werden.

Auf dem Vitra Campus in Weil am Rhein sind auf kleinem Raum Zweckbauten versammelt, die sich durch ihre Qualität zu einem Anziehungspunkt für Architekturliebhaber aus der ganzen Welt entwickelt haben. Im Frühjahr 2015 wird ein Verkaufsraum nach dem Modell des Münchener weShops auf dem Areal der VitraShop Gruppe in Weil am Rhein gebaut werden. Vielleicht lässt sich auch der Fotohandel von dem Konzept Shopping 2020 begeistern und schafft es, diese Anregungen für eine erfolgreiche Zukunft umzusetzen.

## Satellite-Modul für Messen und Veranstaltungen

Serviceplan Design hat außerdem den Satellite vorgestellt, eine innovative Kombination von Pop-up-Store, mobilem Messestand, Eventlocation und klassischem Kiosk. Der Satellite besteht aus bis zu neun Modulen und ermöglicht es, Marken oder Produkte auf ungewöhnliche Art zu präsentieren. Dies gelingt unter anderem durch die integrierten Bildschirme an den Wänden, die individuell mit digitalen Inhalten bespielt werden können.



Der Satellite ist eine innovative Kombination aus Pop-up-Store, mobilem Messestand, Eventlocation und klassischem Kiosk.

Auf rund 20 Quadratmetern kann der Kunde das Produktportfolio, die Geschichte, Herstellung oder die An-

wendungsmöglichkeiten von Marken erleben.

Philipp Steinle, Geschäftsleiter von Serviceplan Design, gibt für die Grundausstattung einen Preis um die 10.000 Euro an.

Der Prototyp soll potenzielle Kunden aus verschiedenen Bereichen dazu anregen, den Satellite nach ihren Bedürfnissen zu gestalten.

## Kieler Schüler mit Heinz-Neumüller-Preis ausgezeichnet

Am 4. November zeichnete Cewe die besten Absolventinnen und Absolventen der Landesberufsschule Photo+Medien Kiel mit dem Heinz-Neumüller-Preis aus. Im Rahmen der Feierlichkeiten überreichte Harald H. Pirwitz, Vorstand für nationalen und internationalen Vertrieb bei Cewe, der Fotoschule Kiel einen Scheck in Höhe von 10.000 Euro, um die Aus- und Weiterbildungsinstitution in ihrer Arbeit weiter zu unterstützen. Jährlich verleiht Cewe den Heinz-Neumüller-Preis an die besten Absolventinnen und Absolventen der Landesberufsschule. 2014 wurden insgesamt fünf Schüler, die durch herausragende Leistungen und hohe soziale Kompetenz aufgefallen sind, ausgezeichnet. Im Fachbereich Fotomedienlaboranten entschied sich das Kollegium der Berufsschule 2013 für Evelyn Wnuk, Brieke Das Fachfotozentrum & Visuelle Kommunikations GmbH aus Frankfurt am Main. Bei den Fotografen erhielt Julia Küchler von Weyer & Grill Studios aus Hamburg den Preis für das Jahr 2013 und Samuel Pipke von der Otto GmbH & Co KG aus Hamburg jenen für 2014. Bei den Fotomedienfachleuten wurde für 2013 Niklas Pit Wolter von 7/11 rent Service GmbH aus Hamburg ausgezeichnet und für 2014 Niko Kopp von Vico aus Kiel. Harald H. Pirwitz, Vorstand für nationalen und internationalen Vertrieb bei Cewe, überreichte den Absolventinnen und Absolventen der Landesberufsschule die Urkunden, die als hochwertige Cewe Wandbilder auf Hartschaum aufbereitet wurden. Zusätzlich erhielten die Preisträger für ihre besonderen Leistun-

gen jeweils einen Scheck über 500 Euro als Starthilfe für den Berufsbeginn.

## GfK Temax: Foto weiter schwach

Licht und Schatten bei der Nachfrage nach Technikprodukten zeigt der GfK Temax Deutschland für das dritte Quartal 2014. Zwar bot der deutsche Technikmarkt mit einem Umsatzzuwachs von 7,1 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf knapp 13,5 Milliarden Euro ein positives Bild. Fotoprodukte und klassische Unterhaltungselektronik schnitten aber deutlich schlechter ab als im Vorjahr.

Die stärkste Entwicklung aller im GfK Temax Deutschland Index zum Markt der technischen Gebrauchsgüter beobachteten Sektoren erzielte abermals der Bereich Informationstechnologie. Auch die Nachfrage nach Elektrogeräten und Telekommunikation legte deutlich zu.

Bei den Foto-Warengruppen konnte der Branchen-Großevent photokina im dritten Quartal noch keine entscheidenden Wachstumsimpulse setzen. Mit 446 Millionen Euro ging der Umsatz im Vorjahresvergleich um 16,2 Prozent zurück. Dabei zeigte sich die Nachfrage nach spiegellosen Systemkameras, passenden Objektiven und Stativen jedoch weiterhin stark. Die Markteinführung hochwertiger Modelle in den letzten Monaten habe dieses Segment für Hobbyfotografen noch attraktiver gemacht, weil die Geräte zu einer ernsthaften Alternative zu Spiegelreflexkameras würden, erklärte die GfK. Trotz stabiler Preise war deshalb das Geschäft mit Spiegelreflexkameras rückläufig.

Die Erwartungen der GfK für das Schlussquartal 2014 werden durch das abgeschwächte Konsumklima getrübt. Sowohl die Konjunktur als auch die Einkommens-

## Layflat-Photobooks Startklar ab € 450,00



- Prints aus Ihrem Minilab
- Seiten verdoppeln
- Bindelochungen anbringen
- Seiten einfügen - Fertig!

- Auch Kalender!
- Neue Software, mit Ihrem Logo kostenfrei für Ihre Kunden!

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

Film abspielen

erwartung sowie Anschaffungsneigung seien zuletzt zurückgegangen, erklärte die GfK. Damit scheine die anhaltend angespannte geopolitische Lage nun auch in den Köpfen der deutschen Verbraucher tiefere Spuren hinterlassen zu haben. Neue Modelle und attraktive Angebote können dennoch für ein gutes Weihnachtsgeschäft und einen erfolgreichen Jahresausklang im Non-Food-Markt sorgen. Bei Foto lasse vor allem der sowohl bei Zubehör als auch bei der Hardware zu beobachtende Trend zur besseren Ausrüstung für das bevorstehende Weihnachtsgeschäft hoffen, erklärte die GfK.

## Walther mit neuem Verkaufsgebietsleiter

Der Nettetaler Alben- und Rahmenspezialist walther design hat die Ernennung von Christian van der Wal als Gebietsleiter Niederlande zum 1. 11. 2014



Christian van der Wal

bekanntgegeben. Van der Wal folgt auf Angelo Doprolis, der das Unternehmen Ende Oktober verlassen hat. In einer Pressemitteilung betont walther design, dass van der Wal, aufgrund seines Werdegangs, langjährige Kenntnisse in der Kundenbetreuung und -akquise mitbringt, um eine umfassende Betreuung der Kunden sicherzustellen.



Harald H. Pirwitz (7.v.l.), Vorstand für nationalen und internationalen Vertrieb bei Cewe, überreichte neben den Urkunden an die besten Absolventinnen und Absolventen auch einen Scheck in Höhe von 10.000 Euro an die Fotoschule Kiel.

## Mit Fünf-Achsen-Bildstabilisator

# Die Alpha 7 II von Sony



Die neue Sony Alpha 7 II kommt im Januar 2015 auf den Markt.



Der große Vollformat-Bildsensor ist in einen Fünf-Achsen-Bildstabilisator eingebettet.

Der 24,3 Megapixel Exmor CMOS Vollformat-Sensor der Alpha 7 II ist in einen Fünf-Achsen-Bildstabilisator eingebettet. Die neue Technologie, die sozusagen Vibrationen in alle Richtungen kompensiert, ermöglicht nach Angaben von Sony um bis zu 4,5 EV längere Verschlusszeiten – und zwar auch bei Objektiven, die per Adapter an die Kamera angeschlossen werden und bei Modellen mit eigenem Bildstabilisator, z. B. den E-Mount Objektiven mit Optical SteadyShot (OSS).

### Neuer Fast Hybrid Autofokus

Das neue Fast Hybrid Autofokus-System arbeitet mit 117 Phasen- und 25 Kontrast-Messpunkten, die praktisch über den ganzen Sensor verteilt sind. Mit einem verbesserten Algorithmus zur Schärferechnung stellt die Kamera um etwa 30 Prozent schneller scharf als der Vorgänger. Auch die Nachführung von Schärfe und Belichtung wurde deutlich beschleunigt, und die Einschaltzeit der Kamera ist 40 Prozent

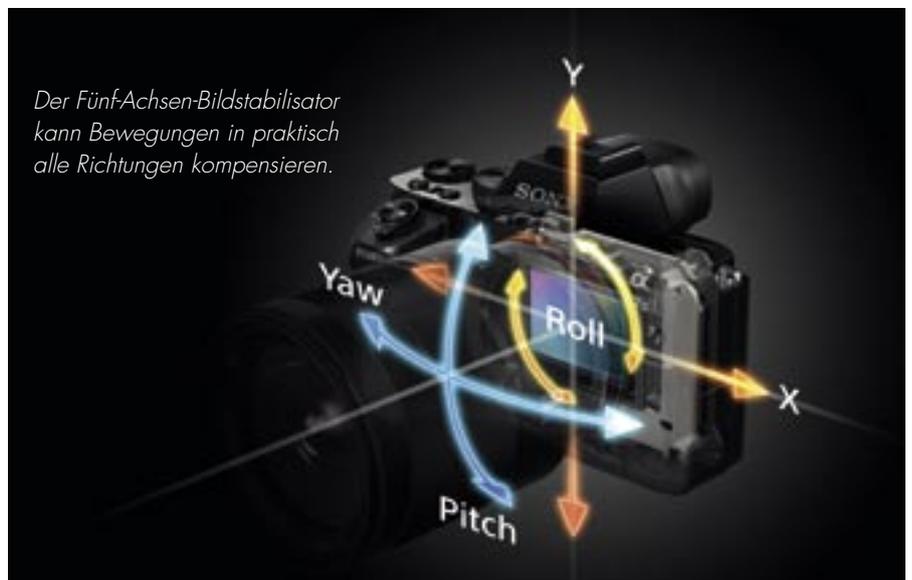
kürzer als bei der Alpha 7. Serienaufnahmen nimmt die Kamera mit einer Geschwindigkeit von bis zu 5 Bildern/s auf, der Lichtempfindlichkeitsbereich Foto und Video reicht von ISO 100 - 25.600.

Das 3 Zoll/7,5cm White Magic LC-Display mit 1.228.800 Bildpunkten ist nach oben (107°) und unten (41°) schwenkbar. Der XGA OLED Sucher bietet ein kontrastreiches Bild mit 2,36 Millionen Punkten, zeigt auf Wunsch

den exakten Fokuspunkt in der Lupenfunktion und hebt die Schärfe-Ebene farblich hervor („Fokus Peaking“). Auch wenn APS-C Objektive genutzt werden, wird das Motiv im gesamten Sucher gezeigt.

Beim Videofilmen zeigt sich die neue Sony Systemkamera flexibel: Zusätzlich zu Full HD Aufnahmen in AVCHD Ver. 2.0 (1920x1080) 60p, (150p)/60i oder (150i)/24p beherrscht sie auch das XAVC-S Format, die kleine Schwes-

Der Fünf-Achsen-Bildstabilisator kann Bewegungen in praktisch alle Richtungen kompensieren.



### Neues A-Mount Objektiv

Für die A-Mount Kameras bringt Sony Ende März 2015 ein neues Telezoom auf den Markt. Das SAL-70300G2 deckt den Brennweitenbereich von 70 bis 300 Millimetern ab (Blendenöffnungen F 4,5-5,6) und hat eine Naheinstellgrenze von nur 1,2 Metern. Um Blendenflecken bei Gegenlicht und unerwünschte Schatten zu vermeiden, sind die wichtigsten Linsen mit der Nano AR Beschichtung vergütet. Der Autofokus arbeitet nach Angaben von Sony rund viermal schneller als beim SAL-70300G. Das neue Objektiv ist gegen Staub und Feuchtigkeit geschützt und soll 1.199 Euro (UVP) kosten.



*Das SAL-70300G2 hat eine Naheinstellgrenze von nur 1,2 Metern.*

### di support mit German Design Award 2015 ausgezeichnet

Für hervorragendes Produktdesign des Multitouch G6 Kiosks wurde di support jetzt mit dem German Design Award 2015 in der Kategorie Computer und Entertainment ausgezeichnet.

Seit der offiziellen Vorstellung auf der photokina 2014 ist der G6 Kiosk ein weiteres Erfolgsmodell des Eschborner Unternehmens. Es wurden bereits internationale OEM Partner sowie mehrere Filialisten im In- und Ausland für das System gewonnen. Zahlreiche Erweiterungen des G6 Kiosks sind außerdem schon für 2015 angekündigt. di support bekräftigt sein Ziel, mit dem neuen G6 Kiosk weiterhin Marktanteile in Deutschland – aber auch immer stärker international – auszubauen.



Ralph Naruhn, CEO von di support, freut sich über die Auszeichnung: „Der Gewinn des German Design Awards ist eine große Ehre für das gesamte Team und erfüllt uns mit Stolz. Seit Jahren verfolgen wir eine Produktentwicklung, welche durch Innovationen, Bedienerfreundlichkeit und Design geprägt ist. Das Konsumentenprodukt 'Foto' ist kaum wie ein anderes mit der Thematik Ästhetik und Emotionen verbunden.“

ter des professionellen XAVC Formats. So werden Bitraten von bis zu 50 Megabit pro Sekunde möglich. Zudem erzeugt die Kamera die komprimierten Videoformate wie MPEG-4 und AVC/H.264.

Mit Hilfe verschiedener Bildprofile können Anwender ihren Videos bereits in der Kamera den gewünschten Look geben. Zudem unterstützt die Alpha 7 II S-Log2 und erzeugt einen um 1.300 Prozent höheren Kontrastumfang für eine weiche Gradation und bessere Reproduktion von Lichtern und Schatten.

### Gut zu handhaben

In Sachen Ergonomie weist die Alpha 7 II ebenfalls Verbesserungen auf: Durch den größeren Hanggriff liegt sie auch beim Einsatz langer Tele-Objektive gut in der Hand. Der leicht vergrößerte Auslöser ist in Richtung Kamera-Vorderseite gewandert, zehn Bedientasten können individuell mit je einer von 56 Funktionen belegt werden. Oberseite, Front und innerer Aufbau des Gehäuses sind aus Magnesium, auch das Bajonett ist stabil und auch für große Tele-Objektive geeignet. Gegen Staub und Feuchtigkeit sind

Drehräder und Funktionsknöpfe versiegelt und sensible Punkte wie der Speicherkarten-Slot besonders geschützt.

### Vernetzung mit WiFi/NFC

Für die Kommunikation mit Smartphones und Tablets ist die Alpha 7 II mit WiFi und NFC ausgestattet. Zudem bietet sie den Zugang zu PlayMemories Camera Apps, die das Leistungsprofil der Kamera erweitern. Die „Lens Compensation App“ zum Beispiel speichert Objektiv-Informationen in den Exif Daten ab, korrigiert Objektivfehler auch bei aufgenommenen Videos und exportiert beziehungsweise importiert Werte zur Anpassung verschiedener Objektive.

Passend zum neuen Body bietet Sony den neuen Hochformatgriff VG-C2EM an, in dessen Inneren zwei NP-FW50 Akkus Platz finden. Außerdem gibt es die Augenmuschel FDA-EP15 und die neue Ledertasche LCS-ELCB, die NFC und USB Schnittstelle frei lässt.

Die Sony Alpha 7 II kommt im Januar 2015 zum Preis von 1.799 Euro (UVP Gehäuse) bzw. 2.099 Euro (UVP für Kit mit SEL-2870) auf den Markt.

## Neuheiten

# Neue Farben für Sofortbildkameras von Fujifilm



Die Sofortbildkameras instax mini 8 und instax mini 90 Neo Classic sind in neuen Farbvarianten erhältlich. Die instax mini 8 gibt es jetzt auch in Himbeerrot und Lila, die instax mini 90 Neo Classic in elegantem Braun. Damit stellt sich der Hersteller auf die wachsende Nachfrage nach den originellen Kameras ein, die dem Fotohandel gute Umsatzmöglichkeiten und ein attraktives Folgegeschäft mit Filmen bieten.

Die instax mini 8 von Fujifilm gibt es nun auch in Himbeerrot und Lila.



## Bunter Zuwachs für die instax mini

12 x 12 cm ist die instax mini 8 sehr kompakt und mit einem Preis von 79 Euro (UVP) auch günstig.

### Eleganz mit der instax mini 90 Neo Classic

Das Retro-Modell instax mini 90 Neo Classic ist jetzt in einem eleganten Brauntönen erhältlich, der an eine klassische Ledereinbindung erinnert. Nach dem großen Erfolg der schwarzen mini 90 sollen mit dieser Farberweiterung Kunden angesprochen werden, die einerseits Spaß an instax-Sofortbildern

Das Retro-Modell instax mini 90 Neo Classic im eleganten braunen Lederlook.



haben, andererseits auch Wert auf ein elegantes, hochwertiges Design legen. Die Kamera bietet fünf Motivprogramme (Party, Kinder, Landschaft, Doppel- und Langzeitbelichtung), verfügt über ein Stativgewinde und kostet 149 Euro (UVP).

Sofortbildkameras liegen derzeit nicht ohne Grund im Trend: Sie halten das Fotografierte einmalig und völlig authentisch fest – ohne Möglichkeit zur digitalen Nachbearbeitung oder Vervielfältigung. Mit persönlicher Widmung versehen sind die analogen Sofortbilder echte Unikate, die man überall hin mitnehmen und mit der Familie und Freunden teilen kann – als echte Originale zum Anfassen, mit dem typisch weißen Rahmen und im authentischen Retro-Look.

### instax mini 8 in Pop-Farben

Die Palette für das Einstiegsmodell instax mini 8 wurde um die strahlenden Farbtöne Himbeerrot und Lila erweitert, die besonders bei Anwendern in Europa und den USA beliebt sind. Sie erzeugen Sofortbilder im praktischen Kreditkartenformat 62 mm x 46 mm und ermöglichen durch die High-Key-Belichtungsfunktion eine besonders helle, weiche Farbwiedergabe. Mit Abmessungen von nur

### Fujifilm bringt Fotobuch brillant mit HD-Videomonitor

Das neue Fujifilm Fotobuch brillant Video ist mit einem integrierten Videomonitor ausgestattet, mit dem bis zu 30 Minuten Videomaterial in HD-Auflösung einfach und komfortabel wiedergegeben werden kann.

Dazu verfügt das Fotobuch brillant Video über einen 1 GB-Speicherchip mit offenem Datenport, auf dem sich bis zu 30 Minuten Videomaterial in den Dateiformaten MPEG4 oder AVI aufspielen lässt. Der nahtlos im Cover verbaute sieben Zoll große Bildschirm ist mit einem Touchscreen ausgestattet, über den einzelne Videosequenzen ausgewählt oder angehalten werden können und der zudem die Akkuladung anzeigt. Zwei unsichtbar verbaute Stereo-Lautsprecher sorgen für einen harmonischen Sound der Audio-

spur. Das Fotobuch brillant Video verfügt über einen wahlweise Milchkafe-braunen oder schwarzen Ledereinband und ist in den Formaten 20 x 30 cm und 30 x 30 cm ab 138 Euro exklusiv unter der Profi-Plattform Fujifilm Fotosevice pro [www.ffspro.de](http://www.ffspro.de) erhältlich.



## Studioalben direkt im Geschäft

Promaxx hat sein Clixx'Pixx Fotobuch-Produktionssystem mit neuen Entwicklungen verbessert und das Angebot passender Cover um die Variante Art Digi4 30x30 ergänzt. So können Fotografen und Minilab-Betreiber in wenigen Minuten selbst hochwertige Studioalben herstellen. Auch für Bilder aus dem Fotokiosk ist das System gut geeignet. Das Clixx'Pixx Studio Album System, das lediglich eine Investition von rund 600 Euro erfordert, besteht im wesentlichen aus zwei kompakten Tischmaschinen, mit denen sich Alben in den Formaten 10x15 bis 30x40 cm herstellen lassen. Dazu werden die Bilder aus dem Minilab oder Kiosk zuerst im „DoublePageMaker“ zu flexiblen Doppelseiten verklebt. Bei Minilabs, die doppelseitig bedruckte Seiten ausgeben, entfällt dieser Arbeitsgang. Der gesamte Stapel für das Buch kommt in den „DrillPunch“, mit dem ähnlich wie mit einem Papierbohrer präzise Bindelungen

gestanzt werden. Die fertigen Seiten werden paarweise in die Cover eingesetzt. Das funktioniert schnell und einfach: Wenn der Umschlag um 350 Grad nach hinten umgeschlagen wird, öffnen sich die fest mit dem Rücken verbundenen Bänder von allein. So können Seiten auch jederzeit hinzugefügt oder ausgetauscht werden. Passend zum Clixx'Pixx Studio Album System bietet Promaxx eine intuitiv zu bedienende Design-Software zum Preis von rund 400 Euro an, die in den vergangenen Jahren bereits über 2.500 Mal verkauft wurde. Eingeschlossen ist eine freie Lizenz, die es dem Fotohändler erlaubt, beliebig viele Kopien an seine Kunden weiterzugeben. Eine Verschlüsselung der Daten, die auf CD, USB Stick oder via Internet ins Geschäft kommen, stellt sicher, dass nur der ausgebende Händler die Dateien öffnen und ausdrucken kann. Promaxx bietet für das Clixx'Pixx System eine breite Palette von Covern in den gängigen Minilab-Papierformaten an – von 10x15,



*Der offene Bänderring, der bereits fest mit dem Rücken des Covers verbunden ist, macht die Herstellung von Studioalben mit dem Clixx'Pixx Photobuch System schnell und einfach.*



13x18, 15x20, 15x23, 20x20, 20x25 und 20x30 cm bis zu 30x30, 30x40 cm sowie A4 hoch und quer. Die Cover sind in diversen Materialien von Kunststoff bis zu hochwertigen, handgefertigten Event-Umschlägen erhältlich.



for a greener tomorrow 



## Der **NEUE** CP – D80DW

**Thermosublimations-Fotodrucker**

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

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

**Jetzt mit verlängerter 24-monatiger Garantie.**



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

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

# Objektivneuheiten der photokina 2014



*Ungewöhnlicher  
Anblick: das Petzval  
Objektiv mit  
Blenden-Einschieben  
an einer Canon  
EOS Kamera.*

## Reif für den Wechsel

Bokeh ist in aller Munde – und zwar schon lange: Das von Lomography und Zenit neu aufgelegte Petzval-Objektiv wurde bereits 1840 von dem deutsch-ungarischen Mathematiker Josef Maximilian Petzval berechnet. Das Porträtobjektiv erlaubt die Steuerung des Unschärfebereichs durch individuell geformte Lochblenden. Es ist mit Anschlüssen für Canon und Nikon Kameras erhältlich, kann aber über Adapter auch mit Systemkameras verwendet werden.

Auch Globell beruft sich bei der wiederbelebten Traditionsmarke Meyer-Optik-Görlitz auf die besonders sanft

verlaufende Hintergrundunschärfe der zunächst drei neuen Objektivs. Das Somnium f1.5/85mm mit kreisrundem Bokeh sowie die Figmentum Objektivs f2.0/85mm und f2.0/35mm werden in Deutschland hergestellt und sollen mit hoher optischer Abbildungsleistung, solider mechanischer Qualität und handwerklicher Verarbeitung höchste Ansprüche erfüllen. Das unterstreicht auch die Garantie von fünf Jahren. Um die Traditionsmarke dem Fachhandel und seinen Kunden näher zu bringen, unternimmt Globell noch bis Mitte Dezember eine Fachhandels-Tour, auf der man die Objektivs ausprobie-

Die zurückgehende Nachfrage bei den Kompakt- und Spiegelreflexkameras lässt sich nur schwer durch das Wachstum im Bereich der Systemkameras auffangen. Einen Hoffnungsschimmer für den Fotohandel bieten aber zahlreiche neue Objektivs, die von „Fremdherstellern“ auf photokina vorgestellt wurden. Denn einige von ihnen bieten weit mehr als zusätzliche Brennweiten und machen richtig Lust auf kreative Bildgestaltung. Heiner Henniges hat die wichtigsten Produkte zusammengestellt.



*Wiederbelebt:  
Die Figmentum Objektivs der Marke Meyer-Optik-Görlitz werden in Deutschland hergestellt.*

ren und sich über ihre Besonderheiten informieren kann.

### Feines von Zeiss

In der ersten Qualitätsliga spielt das jüngste Objektiv der Zeiss Otus Reihe für Vollformatkameras. Das Otus 1.4/85 mag aufgrund seiner Brennweite und

Lichtstärke als klassisches Portrait-Objektiv erscheinen, erweist sich aber in der Praxis als vielseitiges Allround-Objektiv mit hervorragender Detailzeichnung, das auch im Studio sowie in der Fashion-, Werbe-, Produkt- oder Architekturfotografie seine Stärken ausspielen kann. Ebenfalls auf höchste Abbildungsleistung fokussiert waren die Entwickler bei der Konstruktion der Objektive der neuen Loxia Objektivreihe von Zeiss. Die für Kameras mit Sony E-Mount konzipierten Loxia 2/35 und 2/50 Objektive werden manuell scharfgestellt. Sie besitzen eine abschaltbare Blendenrastung, so dass beispielsweise beim Filmen das Klicken beim Verstellen der Blende vermieden werden kann. Die Objektivdaten werden über elektronische Kontakte an die Kamera übertragen, um z. B. die Lupenfunktion beim manuellen Scharfstellen automatisch zu aktivieren. Die sehr hohe Lichtstärke dieser Objektive ermöglicht eine effektvolle Bildgestaltung mit selektiver Schärfe. Spezielle Dichtungen am Bajonett schützen die Schnittstelle zwischen Kamera und Objektiv vor Spritzwasser.

### Zum Zoomen

Ende September hat Tamron die Marke von 5 Millionen produzierten Mega-zoom-Objektiven überschritten. Seit der Einführung des AF-28-300mm im Jahr 1992 gilt das Unternehmen als Pionier im Segment mit mindestens



Für Vollformatkameras: die Zeiss Otus Objektive mit 85mm und 55mm Brennweite.

7facher Brennweitemspanne. Hier hat Tamron 2014 drei neue Modelle für Kameras mit Vollformat, APS-C- und MFT-Sensoren herausgebracht: Das 16-300mm F/3.5-6.3 Di II VC PZD MACRO ist das erste Zoom mit einem 18,8fachen Brennweitenbereich. Für Spiegelreflexkameras mit Vollformatsensor bietet Tamron aktuell das 28-300mm F/3.5-6.3 Di VC PZD Zoom, und für Kameras mit MFT-Bajonett gibt es das 14-150 mm F/3.5-5.8 Di III Zoom, dessen Brennweitenbereich dem eines 28 bis 300 mm im Kleinbildformat entspricht.

Als Standardzoom deklariert Sigma sein jetzt in der vierten Generation neu aufgelegtes 18-200mm F3.5-6.3 DC Macro OS HSM Zoomobjektiv, das es auch in der Variante 18-200mm F3.5-6.3 DC Macro HSM gibt. Das in der Contemporary Reihe angesiedelte, kompakte und leichte Zoom, dessen erste Version im Jahr 2005 auf den Markt kam, eignet sich für viele Motiv-

situationen und kann z. B. auf Reisen eine ganze Reihe von Festbrennweiten ersetzen.

### Zum Telezoomen

An Sport- und Naturfotografen wendet sich Sigma mit seinen beiden neuen 150-600 mm Super-Telezooms, die es in den Ausführungen Contemporary (für Canon, Nikon, Sigma und Sony) und Sport (für Canon, Nikon und Sigma) gibt. Die Contemporary Variante liefert laut Sigma eine hohe Bildqualität bei kompakter Bauweise, das Sigma 150-600mm F5-6,3 DG OS HSM der Sports-Linie (UVP: 2.099 Euro) ist als langlebiges High-End Modell positioniert. Beide Objektive sind kompatibel mit den neu entwickelten Sigma Telekonvertern.

### Schneider für's Vollformat

Schneider-Kreuznach hat auf der photokina drei neu gerechnete Objektive für Vollformat-SLRs vorgestellt. Sie sind die ersten Vertreter einer neuen Objektivreihe und bieten eine elektronische Schnittstelle zur Kamera. Das neue Xenon 1,6/35 und das Xenon 1,4/50 sind zudem mit einer mechanischen Springblende für Nikon ausgestattet. Das dritte Objektiv ist das Makro-Symmar mit einer Brennweite von 85 mm bei einer Lichtstärke von 1:2,4. Dieses Objektiv besitzt eine motorisch gesteuerte Blende und eine elektronische Schnittstelle für Kameras des Canon-EOS-Systems. Alle drei Objektive werden für das Canon EOS- und das Nikon-F-System angeboten.



Das Xenon 1,6/35 von Schneider Kreuznach für Vollformatkameras.



Das Sigma 150-600mm F5-6,3 DG OS HSM Sports.

# Helle Neuheiten von Knog bei Consutec

## Smartes Licht

Consutec hat Zubehörartikel der australischen Marke Knog ins Sortiment aufgenommen. Dieses weltweit tätige Unternehmen legt bei seinen Produkten viel Wert auf die Verbindung von Design und smarten Funktionen – und das zu erschwinglichen Preisen. Zwei interessante Leuchten für die Wachstumssegmente Smartphones und Actioncams können auch beim Fotohandel für zusätzliche Erträge sorgen.

So sorgt die robuste [qudos] Leuchte im Zusammenspiel mit Actioncams wie der GoPro2 und der Hero3/Hero3+ für brillante Aufnahmen im Dunkeln und arbeitet auch mit der Sony Actioncam oder anderen Modellen mit GoPro Anschluss zusammen. Obwohl sie wasserfest bis 40 m Tauchtiefe, frostsicher und sehr robust ist, wiegt die Leuchte nur 150 g; mit drei Cree LEDs erreicht sie eine Helligkeit von 40 Lumen. Die [qudos] Leuchte ist in Silber oder Schwarz für 99,90 Euro (UVP) erhältlich.

### Licht fürs iPhone

Die [expose] Smart von Knog ist eine winzige Leuchte aus neun LEDs, die dem iPhone beim Fotografieren und Filmen im wahrsten Sinne des Wortes ein Licht aufgehen lässt. Denn mit 120



Das Action-Videolicht [qudos] von Knog erweitert das Einsatzspektrum von GoPro-kompatiblen Actioncams erheblich.

Lumen übertrifft die [expose] Smart das im iPhone eingebaute Licht bei weitem. Der kleine Akku reicht für eine Stunde Beleuchtung und kann über USB wiederaufgeladen werden. Mit einem Gewicht von nur 16 g, Anschlüssen für iPhone Gehäuse und einem Trageband kann die kleine Leuchte problemlos überall dabei sein. Gesteuert wird sie über eine spezielle App, die den Anwendern volle Kontrolle über Helligkeit, Blitzmodus und Weißabgleich gibt. Das Design wurde auf die Ästhetik des iPhones abgestimmt. Die [expose] Smart kostet 49 Euro (UVP).



Das Design des [expose] Smart Lights (auch in Weiß erhältlich) passt ausgezeichnet zum iPhone.

## Photobox übernimmt Hofmann

Die PhotoBox-Gruppe hat den spanischen Online-Bilddienstleister Hofmann übernommen, der in Deutschland vor allem als Eigentümer des Münchner Unternehmens posterjack bekannt ist. Die Übernahme des spanischen Traditionsunternehmens sei ein weiterer wichtiger Meilenstein beim Ausbau des europäischen Geschäfts und werde die Marktposition in zwei wichtigen europäischen Märkten – Spanien und Deutschland – verbessern, erklärte PhotoBox in einer Pressemitteilung. Die Transaktion wurde bereits durch die spanische Kartellbehörde CNMC genehmigt. Hofmann wurde 1923 in Valencia gegründet und hat sich vor allem bei individuellen Online-Druckprodukten erfolgreich positioniert. In Spanien, Europas fünftgrößtem Fotobuchmarkt, ist Hofmann mit einem Anteil von 48 Prozent (2012) Marktführer. In Deutschland, Österreich und der Schweiz ist das Unternehmen mit seiner Marke „Posterjack“ aktiv. Für dieses Jahr erwartet Hofmann einen Gesamtumsatz in Höhe von 40 Millionen Euro. Die in Großbritannien beheimatete PhotoBox Gruppe ist mit den Marken PhotoBox, Moonpig.com, Sticky9 und Paper-Shaker.com in 22 Ländern tätig und bietet eine umfassende Sortiment von Bildprodukten an. Die Unternehmensgruppe beschäftigt europaweit 750 Mitarbeiter und verzeichnete im vorigen Geschäftsjahr (Ende April 2014) einen Umsatz von 208,8 Millionen Euro. PhotoBox wird von internationalen Investmentgesellschaften finanziert. Nach der Übernahme soll die Marke Hofmann in Spanien bestehen bleiben; das Sortiment wird um die Produktpalette von PhotoBox Apps erweitert. Mit den PhotoBox Apps wird dort auch die Bestellung von Bildprodukten über Mobilgeräte möglich.

# Panasonic mit Cashback-Aktion

## Auch für Lumix G Kameras

Mit einer breit angelegten Cashback-Aktion will Panasonic bis 5.1.2015 die Nachfrage beim Fachhandel steigern. Im Mittelpunkt der Promotion stehen zwar die Viera TVs, bei deren Kauf es bis zu 1.000 Euro zurück gibt. In diesem Jahr sind aber auch 47 Modelle und Varianten von Lumix G Kameras mit bis zu 100 Euro Cashback in die Aktion einbezogen.



Cashback-Aktionen hätten sich in den vergangenen Jahren stets als großer Erfolg für den Fachhandel und das Unternehmen erwiesen, betonte das Unternehmen in einer Pressemitteilung. „Wir gehen zuversichtlich ins Weihnachtsgeschäft und freuen uns auf die gemeinsame Kampagne mit unseren Handelspartnern“, sagt Christian Sokcevic, Managing Director bei Panasonic Deutschland. „Die Aktion stößt regelmäßig auf enormes Interesse, und wir freuen uns, dass wir damit auch den Fachhandel unterstützen können. Unsere Partner im Handel leisten dabei einen unersetzlichen Bei-

trag zur Kundenbindung und zum Absatz.“

Während des gesamten Zeitraums unterstützt Panasonic den Fachhandel mit einem umfassenden PoS-Paket wie etwa Aufstellern mit Aktionskarten, Kartonstickern und Postern. Zu den begleitenden Werbemaßnahmen gehört neben der klassischen Pressearbeit eine reichweitenstarke crossmediale Werbekampagne mit Printanzeigen, umfangreichen Online-Aktivitäten und Radiospots in den wichtigsten Sendern in allen Bundesländern. Die Hörfunk-Platzierungen sind dabei nach Angaben von

Für den Fachhandel gibt es im Rahmen der Cashback-Aktion umfangreiches PoS-Material.

Panasonic ein besonders wichtiger Mechanismus, um kurzfristig hohe Reichweiten für die Handelsaktion zu generieren. So sollen die potenziellen Kunden gezielt in den qualifizierten Fachhandel geführt werden.

Für den Fachhandel bedeutet die Cashback-Aktion keine Mehrarbeit: Die Kunden registrieren die im Aktionszeitraum gekauften Aktionsprodukte auf der Website [www.panasonic.de/mein-geschenk](http://www.panasonic.de/mein-geschenk). Nachdem das dort bereitgestellte Formular ausgefüllt wurde, erhalten sie das Aktionsdatenblatt via E-Mail. Dieses wird dann unterschrieben und zusammen mit einer Kopie des Kaufbelegs bis spätestens zum 18. Januar 2015 (Datum des Poststempels zählt) an die angegebene Adresse geschickt. Der Cashback-Betrag wird dann auf das vom Kunden angegebene Konto überwiesen.

Eine Liste aller Aktionsprodukte gibt es auf [www.panasonic.de/mein-geschenk](http://www.panasonic.de/mein-geschenk).



Die Lumix Smart Camera CM1 kostet 899 Euro (UVP).

### Lumix Smart Camera jetzt erhältlich

Die Lumix CM1 Smart Camera von Panasonic ist jetzt bei ausgewählten Handelspartnern erhältlich. Mit ihrem F2,8 28mm (KB) Leica-Objektiv, dem 1 Zoll großen 20 MP Bildsensor, einem 2,3GHz Quad-Core Prozessor, 4,7 Zoll Full-HD-Display und dem Android 4.4 (KitKat) Betriebssystem ist sie eine einzigartige Kombination aus Premium-Kompaktkamera und Smartphone. Über den manuellen Objektivring lassen sich Einstellungen wie Verschlusszeit, Blende, ISO-Werte und Fokus schnell und komfortabel anpassen. Die Fotos können auch als RAW-Dateien gespeichert werden. Neben LTE sind alle weiteren Standard-Drahtlosverbindungen wie Bluetooth, WLAN oder NFC an Bord.

## Foto und Video wachsen zusammen

Die Fotowelt kommt mehr und mehr in Bewegung. Fast jede Kamera, die heute verkauft wird, besitzt auch eine Videofunktion, von Smartphones und Actioncams gar nicht zu reden. Dennoch scheinen sich viele Fotofachhändler vorwiegend auf das Fotografieren zu konzentrieren. Heiner Henniges fragt: Warum eigentlich?

# Bilder in Bewegung

Video Plattformen wie YouTube sind heute genauso populär wie flickr und Co. für Fotos. Mit praktisch jeder Kamera und jedem Smartphone entstehen die Kunden heute auch ein Gerät zum Filmen, dessen Qualität oft sogar die Ansprüche von Fernsehsendern erfüllen könnte. Doch häufig wird dieses attraktive Feature nur als nette Nebensache abgehakt, anstatt es als Umsatzbringer zu fördern. Dabei bieten vor allem Systemkameras sehr gute Videofunktionen, mit deren Nutzung auch die Möglichkeiten zum Verkauf von Zubehör steigen. Das Angebot praktischer Produk-

te, die das Filmen leichter machen, ist fast unüberschaubar. Es reicht vom geeigneten Stativkopf über Riggs, Auslegerstative und speziellen Halterungen bis hin zu Mikrofonen, externen Monitoren, Spezialobjektiven, Leuchten oder Lichtformern. Diese Entwick-

*Die Videofunktion von DSLR- und Systemkameras erschließt ein großes Potential für den Verkauf von Spezialzubehör, z. B. das Cage-System Aptaris von walimex pro.*

lung scheint sich im Fotofachhandel bisher nur begrenzt widerzuspiegeln. Foto Walser, einer der auszog, den Fachhandel mit Produkten für das Filmen zu beglücken und ihm dabei sogar Exklusivität einräumte, hat inzwischen seinen Glauben an diesen Vertriebskanal zumindest relativiert und seinen zu Gunsten des Einzelhandels geschlossenen Webshop für Endkunden wiedereröffnet.



*Die Lumix GH4 von Panasonic war die erste Systemkamera mit 4K UHD Videofunktion.*



## Viel Potential

Dabei birgt Video ein großes Wachstumspotenzial für die Fotobranche, denn bereits heute kann kaum eine Kamera-Innovation auf die Videofunktion verzichten. Allein das wird dazu führen, dass immer mehr Menschen fotografieren und filmen – und zwar mit ein und demselben Gerät.

Der neue Video- und Fernsehstandard 4K UHD macht es sogar möglich, nicht nur abwechselnd, sondern gleichzeitig zu filmen und zu fotografieren. Gerade hat Sony einen neuen 21-Megapixel CMOS Sensor für Smartphones angekündigt, der im Frühjahr 2015 auf den Markt kommen soll. Mit integrierter Highspeed-AF-Steuerung und HDR-Funktion für Foto und Video kann er auch Filme in 4K UHD aufzeichnen. Systemkameras wie die Lumix GH4 von Panasonic, die Alpha 7S von Sony mit Vollformatsensor und die neue Samsung NX1 können bereits in diesem neuen Standard filmen, dessen Einzelaufklärung von 8MP für Fotobücher, Prints



*Auch die Vollformat-Systemkamera Alpha 7S von Sony kann 4K UHD.*

gewinnen. Während leider noch wenige Fotografen in die Videoproduktion einsteigen, greifen immer mehr Filmern zu den vergleichsweise preiswerten DSLM- oder DSLR-Digitalkameras und stellen dafür ihre schweren Profi-Camcorder in die Ecke. Davon profitieren Objektivhersteller, die vor allem lichtstarke Prime-Objektive, also Festbrennweiten, entwickeln, um den besonderen Ansprüchen für die motorischen Zoom-, Blenden und Entfernungseinstellungen (z. B. Follow-Fokus) gerecht zu werden. Zu diesen Anbietern gehören nicht nur Premium Hersteller wie Leica, Schneider-Kreuznach

che die Verknüpfung von Videofilmen und Fotografieren nach vorn. So zeigte auf der photokina der amerikanische Hersteller Red ein System, das simultan 6K Movies und 19 MP Fotos aufnehmen kann. Auf der diesjährigen NAB Show, der wichtigsten Messe für Film- und Fernsehtechnik in den USA, stellte der deutsche Hersteller Arri die Alexa65 mit dem größten Sensor vor, der je in einer Videokamera verbaut wurde. Der 6K-Aufnahmechip dieser Kamera ist dreimal so groß wie das



*Zum Video gehört der gute Ton. Dafür bietet Azden, vertrieben vom HapaTeam, verschiedene Mikrofone – hier ein Richtmikrofon.*

Kleinbild-Vollformat und hat eine Auflösung von  $6.560 \times 3.102$  Pixeln = 20,3 MP. Das verspricht professionelle Bildqualität für Filme und Stehbilder, also Fotos. Kein Wunder, dass in die Gerüchteküche bereits über eine kombinierte Profi-Foto- und Videokamera von Arri spekuliert wird.

„Memories and markets in Motion“ (Erinnerungen und Märkte in Bewegung) heißt auch das Motto des kommenden Business Forum Imaging Cologne im Januar 2015. Zahlreiche Fachvorträge werden die Bedeutung des Wandels der Branche, aber auch das Verschmelzen der Medien Foto und Film beleuchten und daraus neue oder veränderte Geschäftsmodelle ableiten. Ein Muss für alle Fotohändler, die ihre Geschäfte mit Imaging Produkten zukunftssicher gestalten wollen. Einzelheiten: [www.bfi-photokina.de](http://www.bfi-photokina.de)



*Die Video-Kameras von Blackmagic Design haben ein professionelles Leistungsprofil und Anschlussmöglichkeiten auch für Foto-Objektive.*

und andere Bildprodukte locker ausreicht. Neue Algorithmen, die aus einer Video-Sequenz die besten Foto herausfinden, werden Video und Foto in Zukunft weiter verknüpfen und verändern. Fujifilm zeigte auf der photokina bereits einige Konzepte dafür.

## Neue Zielgruppen

Gerade im Bewegtbild steckt wichtiges Potenzial für den Fotohandel, um neue Zielgruppen für gute Kameras zu

und Zeiss, sondern auch Unternehmen wie Walser, dessen walimex pro Objektiv aus der Fertigung des taiwanesischen Optik-Spezialisten Samyang ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis bieten und manchen Foto-Enthusiasten motivieren können, die Video-Funktion seiner DSLR oder Systemkamera neu zu entdecken.

Nicht zuletzt bringen auch etablierte Hersteller aus der Film- und Kinobran-

# Macht das Kartellamt den Fachhandel wettb

Für viele Fachhändler ist Andreas Mundt, der Präsident des Bundeskartellamts, inzwischen ein rotes Tuch. Der oberste Wettbewerbschützer der Republik hat sich offensichtlich auf die Fahne geschrieben, selektive Vertriebssysteme, die qualifizierte Handelsformen gegen aggressive Internetanbieter schützen sollen, soweit wie möglich zu verhindern. Theoretisch soll das dem Schutz der Konsumenten vor zu hohen Preisen dienen; in der Praxis sehen vor allem mittelständische Fachhändler ihre Existenz bedroht, weil man mit Online-Spannen weder Ladenlokale noch qualifiziertes Verkaufspersonal finanzieren kann. Inzwischen regt sich deshalb Widerstand gegen diese Auslegung des Kartellrechts. **imaging+foto-contact** hat mit Rainer Th. Schorch, Foto Schorch, Gütersloh, darüber gesprochen, warum das notwendig ist.



*Rainer Th. Schorch: „Selektive Vertriebskonzepte verhindern nicht den Wettbewerb, sondern machen ihn erst wieder möglich, indem sie gleiche Chancen für alle Vertriebskanäle wieder herstellen.“*

## „Wir wollen faire Bedingungen“

Der profilierte Fotohändler engagiert sich bereits seit vielen Jahren als Vorsitzender des Ringfoto Verwaltungsrats, als Mitglied des Vorstands des Bundesverbandes Technik des Einzelhandels e.V. (BVT) und als stellvertretender Vorsitzender des Einzelhandelsverbandes Ostwestfalen-Lippe für die Belange seiner Kolleginnen und Kollegen. Seit mehr als einem Jahr gehört Schorch auch dem Präsidium des Handelsverbandes NRW an.

**imaging+foto-contact:** Herr Schorch, die Politik des Bundeskartellamts gegenüber selektiven Vertriebssystemen ruft bei immer mehr Fachhändlern Unmut hervor. Wo liegen die wichtigsten Kritikpunkte?

**Rainer Th. Schorch:** Das Bundeskartellamt hat in den letzten Jahren mehrfach selektive Vertriebssysteme in

Frage gestellt und Verfahren gegen Hersteller eingeleitet, die ihre Produkte oder bestimmte Sortimentsteile über den qualifizierten Fotohandel verkaufen wollen, um eine hohe Beratungs- und Vertriebsqualität sicherzustellen. Deshalb ist im Rahmen selektiver Vertriebskonzepte den teilnehmenden Einzelhändlern oft der Verkauf bestimmter Produkte über das Internet und Online-Marktplätze untersagt. Das schränkt nach Ansicht des Bundeskartellamts des Wettbewerb ein – in diesem Sommer sah sich deshalb zum Beispiel Adidas gezwungen, entsprechende Klauseln aus seinen Vertriebsverträgen zu entfernen, um ein Verfahren zu vermeiden. Wenn sich diese Auslegung durchsetzt, ist die Existenz des mittelständischen Fachhandels auf breiter Front gefährdet.

**imaging+foto-contact:** Aber Sie leben doch inzwischen schon viele Jahre mit der Konkurrenz aus dem Internet. Warum schätzen Sie die Lage gerade jetzt als so bedrohlich ein?

**Rainer Th. Schorch:** Weil der Internethandel in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsen ist. Das betrifft die Fotobranche in besonderem Maße, denn hier werden je nach Produktkategorie inzwischen bis zu 30 Prozent der Waren im Online-Handel abgesetzt. Gleichzeitig haben sich die Wettbewerbsbedingungen für den qualifizierten Fachhandel stetig verschlechtert: Während große Internet-Anbieter wie Amazon und Zalando Millionen-Subventionen kassieren, weil sie zum Beispiel ihre Auslieferungslager in strukturschwachen Gebieten

# ewerbsunfähig?

errichten, legt das Kartellamt den Herstellern Steine in den Weg, die in ihren Vertriebssystemen die Voraussetzung dafür schaffen wollen, dass die Beratungs- und Serviceleistungen des Fachhandels honoriert werden.

**imaging+foto-contact:** *Ist es denn nicht Aufgabe des Bundeskartellamts, gleiche Wettbewerbsbedingungen sicherzustellen und die Diskriminierung einzelner Vertriebskanäle durch Hersteller zu verhindern?*

**Rainer Th. Schorcht:** Richtig. Das Bundeskartellamt hat tatsächlich die Aufgabe, faire Wettbewerbsbedingungen herzustellen. Genau das geschieht mit der aktuellen Politik allerdings nicht. Ich brauche Ihnen und Ihren Lesern nicht zu erklären, dass im Internethandel praktisch keine Kosten für Service, Beratungs- und Reparaturleistungen anfallen und dass diese Anbieter deshalb mit weit geringeren Spannen auskommen können als der Fachhandel. Wenn das Kartellamt durch seine Politik Hersteller daran hindert, unsere Dienstleistungen zu honorieren, dann führt das nicht zu mehr, sondern zu weniger Wettbewerb; wir beobachten ja bereits jetzt, dass immer mehr Fachhändler in verschiedenen Branchen ihre Geschäfte schließen müssen. Damit ist nicht nur ein erheblicher Qualitätsnachteil für die Kunden verbunden, sondern auch eine steigende Marktmacht aggressiver Online-Anbieter. Dazu kommt der volkswirtschaftliche Schaden einer solchen Politik.

**imaging+foto-contact:** *Wie drückt sich dieser Schaden aus?*

**Rainer Th. Schorcht:** Zum Beispiel durch die Verödung der Innenstädte, durch den Verlust von Arbeits- und Ausbildungsplätzen und am Ende

natürlich auch durch den Verlust von Kaufkraft, denn arbeitslose Verkäuferinnen und Verkäufer sind nicht in der Lage, die Binnennachfrage zu beleben. Nicht zuletzt zahlt der Fachhandel auch fleißig Steuern, während internationale Online-Händler das bekanntlich erfolgreich vermeiden können.

**imaging+foto-contact:** *Entscheiden denn eigentlich nicht die Konsumenten selbst, wo sie am liebsten einkaufen?*

**Rainer Th. Schorcht:** Natürlich entscheiden das die Konsumenten, und damit sie das können, müssen sie auch eine Wahl haben. Die haben sie aber nur, wenn es Möglichkeiten gibt, mit einem stationären Fachgeschäft, mit qualifizierter Beratung und mit umfassenden Dienstleistungen wettbewerbsfähig zu sein. Dafür gibt es in vielen Branchen ohne selektive Vertriebssysteme keine Chance. Diese Vertriebskonzepte verhindern nicht – wie das Kartellamt behauptet – den Wettbewerb, sondern machen ihn erst wieder möglich, indem sie gleiche Chancen für alle Vertriebskanäle wieder herstellen.

**imaging+foto-contact:** *Ist das Kartellamt denn die richtige Adresse für Ihre Kritik? Schließlich setzt es ja nur die Vorgaben der Politik um. Welcher Politiker wird sich für Vertriebsstrukturen stark machen, die am Ende höhere Preise bedeuten könnten?*

**Rainer Th. Schorcht:** Für höhere Preise braucht sich in diesem Zusammenhang gar kein Politiker stark zu machen, denn die gegenwärtige Fixierung der Wettbewerbsbehörden auf den möglichst niedrigen Verbraucherpreis geht völlig an der Realität vorbei. Die umfassende Preistransparenz durch das Internet hat ja bereits dazu geführt, dass im statio-

nären Handel praktisch kaum höhere Preise verlangt werden können als in Online-Shops. Noch nie waren die Konsumenten so gut informiert wie heute, und sie nutzen diese Kenntnisse auch, um sich im Zweifelsfalle kostenlos im Geschäft beraten zu lassen und anschließend das Produkt im Internet zu erwerben, wenn der Ladenpreis zu weit über dem Online-Preis liegt. Deshalb honorieren intelligente Vertriebssysteme die konkrete Beratungsleistung und die Warenpräsentation durch den Fachhandel mit differenzierten Einkaufskonditionen. Das kann aber nur gelingen, wenn die entsprechenden Vertriebsvereinbarungen es allen autorisierten Händlern unmöglich machen, diese Einkaufskonditionen für billige Online-Angebote zu nutzen.

**imaging+foto-contact:** *Wo liegt denn Ihrer Meinung nach die Ursache dafür, dass diese Argumente bisher weder vom Kartellamt noch von großen Teilen der Politik berücksichtigt werden?*

**Rainer Th. Schorcht:** Eine wichtige Ursache dafür ist die professionelle und gekonnte Lobbyarbeit, mit der große Online-Anbieter in Berlin und Brüssel ihre Anliegen vorantreiben. Dem hatte der qualifizierte Einzelhandel lange nichts entgegenzusetzen. Inzwischen gibt es erfreulicherweise einige Initiativen, in denen ich mich auch engagiere.

Es ist aber besonders wichtig, dass Verbände und Interessenvertretungen dabei nicht allein gelassen werden. Jeder einzelne Fachhändler kann in seinem Umfeld dazu beitragen, das Bewusstsein bei Politikern und Wettbewerbsbehörden zu schärfen. Da sind wir alle gemeinsam gefordert!

Fortsetzung auf Seite 34

Fortsetzung von Seite 33

**imaging+foto-contact:** Was können Ihre Kolleginnen und Kollegen denn konkret tun?

**Rainer Th. Schorcht:** Zum einen Kontakt zu ihrem Bundestagsabgeordneten und – ganz wichtig – auch zu ihrem Abgeordneten im Europäischen Parlament aufnehmen, um diese für die Problematik zu sensibilisieren. Ebenso wichtig ist aber auch die lokale Öffentlichkeitsarbeit in regionalen Einzelhandelsverbänden und Werbegemeinschaften. Denn die Kunden vor Ort müssen auch verstehen, dass ihnen Lebensqualität in Form von qualifizierten Handelsleistungen und attraktiven Innenstädten verloren geht, wenn der Fachhandel die Tore schließt.

**imaging+foto-contact:** Klingt das nicht ein wenig so, als würde man um Almosen bitten, um das Geschäft weiterführen zu können?

**Rainer Th. Schorcht:** Nein, es geht keinesfalls um Almosen, denn wir wollen von den Kunden ja nichts geschenkt haben. Im Gegenteil: Wir möchten in der Lage sein, eine Leistung anzubieten, die immer noch von zahlreichen Konsumenten hoch geschätzt wird. Dafür fragen wir nicht, wie große Online-Anbieter, nach Subventionen, sondern nur nach fairen Wettbewerbsbedingungen, die es unseren Lieferanten ermöglichen, uns dafür zu bezahlen, dass wir ihre Produkte attraktiv promoten und durch unsere gut ausgebildeten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kompetent verkaufen. Wenn das gewährleistet ist, dann stellen wir uns gerne jeder Konkurrenz.

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

### Kein Staub und Schmutz mehr auf Dias, Scannern und Kameras



Um Staub und Schmutz auf Dias, Scannern und Kameras zu verhindern, bietet reflecta ab sofort drei neue Produkte an: spezielle Baumwollhandschuhe, ein Reinigungsset und das Druckluftspray „Dust Clean“. Die Baumwollhandschuhe sind aufgrund ihrer leichten Ausführung und ihres guten Tastgefühls flexibel einsetzbar. Sie werden in den Größen S und L zum UVP von 6,99 Euro das Paar angeboten. Dust Clean ist das sichere und ölfreie Druckluftspray zum Ausblasen von Staub und Schmutz. Dust Clean enthält ein reines, trockenes Druckgas und ist sehr ergiebig. Dust Clean ist zum UVP von 22,90 Euro erhältlich. Zudem bietet reflecta das dreiteilige Optik-Reinigungsset Dry Clean für Spiegelreflexkameras, Objektive, Filter, Dia- und Filmscanner aber auch Camcorder, Smartphones oder LCD Displays an. Das dreiteilige Optik-Reinigungsset Dry Clean hat einen UVP von 16,90 Euro.

### HookUpz Universal-Adapter für Smartphones

Digiphot, Freudenberg, hat mit dem HookUpz Universal-Adapter des amerikanischen Spezialisten Carson ein pfiffiges Zubehör für Smartphones ins Programm genommen. Damit ist es möglich, das Smartphone bzw. sein Objektiv mit wenigen Handgriffen mit praktisch jeder Optik zu verbinden, deren äußeres Objektiv den Durchmesser von 20 bis 58 mm nicht über- bzw. unterschreitet. So können Ferngläser und Spektive als extreme Teleobjektive genutzt oder winzige Strukturen durch das Mikroskop zu fotografiert werden. Die durchdachte Konstruktion macht die Verbindung schnell und einfach: Das Zubehör zentriert automatisch die Optik und das Objektiv, nachdem es einmal mit zwei verriegelbaren Justierknöpfen auf das Mobilgerät eingestellt wurde. Dann kann das Smartphone in Sekundenschnelle an der Optik angebracht und ebenso rasch wieder entfernt werden. Der HookUpz Universal-Adapter wird in einer praktischen Schutztasche mit Karabinerhaken geliefert und kostet 99 Euro (UVP).



### LensTrue System by Jobo

Jobo bringt mit dem LensTrue System ein interessantes Zubehör auf den Markt, das durch eine einzigartige Kombination von Hardware und Software das Problem der perspektivischen Verzeichnung löst, um Fotos in professioneller Qualität zu erzeugen. Das System ist mit verschiedenen Systemkameras und Objektiven kompatibel; eine Liste der passenden Modelle findet sich auf [www.jobo.com](http://www.jobo.com). Das LensTrue System besteht aus einem in Deutschland entwickelten und hergestellten elektronischen Neigungsmesser (LensTrue Meter), der die genaue Winkellage der Kamera misst und die Werte speichert. Mit der zugehörigen Korrektur-Software (LensTrue Final) werden diese Messdaten mit den RAW-Dateien zusammengeführt; anschließend werden die Bilder automatisch in beiden Ebenen entzerrt. Dabei berücksichtigt die Software auch die Verzeichnung des Objektivtyps. Selbst Aufnahmen, die keine Bezugslinien aufweisen und auch keine rechtwinkelig angelegten Objektive enthalten, werden automatisch proportionsgetreu korrigiert – auch bei nicht horizontal ausgerichtetem Horizont. Damit, so verspricht Jobo, mache LensTrue praktisch aus jedem kompatiblen Objektiv (Festbrennweite oder Zoom) ein Shift-Objektiv. LensTrue erlaubt eine Perspektivkorrektur von bis zu 35 Grad, während übliche TS-Objektive auf maximal 11 Grad beschränkt sind. Damit ist das System eine wirkungsvolle Unterstützung bei Architektur- und Industrie-Fotografie, eröffnet aber auch bei Fotos von Kunstobjekten, Stills, Fashion- und Beauty-Aufnahmen sowie im Portraitbereich ganz neue Möglichkeiten. Verfügbar: ab Ende Januar; UVP: 990 Euro.

## Das neue Manfrotto Distribution Partner Programm

# Die Wert-Marke

Mit einem neuen Partner Programm will Manfrotto Distribution dem Fachhandel die Möglichkeit zu verlässlichem Umsatz- und Margenwachstum geben. Dabei geht es nicht nur um attraktive Konditionen, sondern um ein umfassendes Konzept, das den Trend von Stückzahlen zu Werten widerspiegeln soll. Handelspartner, die in ihren Geschäften ein repräsentatives, breites Manfrotto Sortiment in entsprechender Qualität darstellen, werden mit zahlreichen Marketingmaßnahmen unterstützt.

„Der Markt für Zubehör wie Stative und Taschen wandelt sich derzeit von einem Stückzahlen- zu einem Wert-Markt,“ erklärte Martin Bongard, Geschäftsführer Manfrotto Distribution. „Das bezieht sich nicht nur auf die Verkaufspreise, sondern Fotografen und Video-Filmer legen auch immer mehr Wert auf die Faktoren Innovation, Qualität, Design – und Marke.“ Deshalb will Manfrotto mit dem Partner Programm seine Position als stärkste Stativ-Marke weiter ausbauen und diese Stärke auch auf andere Sortimente, zum Beispiel Fototaschen, übertragen.

Zu dem selektiven Vertriebsprogramm gehört ein umfangreiches Leistungspaket, das regelmäßige Schulungen durch Manfrotto-Mitarbeiter, Unterstützung bei Hausmessen, die unentgeltliche Bereitstellung hochwertiger PoS-Materialien, exklusive Werbemaßnahmen und die Teilnahme an bundesweiten Werbe- und Promotionkampagnen umfasst. Zusätzlich werden die Mitglieder des Manfrotto Distribution Partner Programms bei der Einführung ausgewählter neuer Produkte über einen bestimmten Zeitraum exklusiv beliefert, damit sie von der gesamten Dynamik bei der Vermark-

tung von Neuheiten profitieren können. Manfrotto will in diesem Zeitraum bei den Konsumenten mit zielgerichteten Werbe- und PR-Maßnahmen Nachfrage erzeugen.

### Zertifizierte Geschäfte

Die teilnehmenden Verkaufsstellen werden von Manfrotto mit Plaketten zertifiziert, die den Einkunden sofort signalisieren, dass sie in dem Geschäft auf einen gut ausgestatteten, fachkundigen Händler treffen, der die hochwertigen und in den meisten Fällen beratungsintensiven Produkte kompetent vermarktet. Die Voraussetzung dafür ist eine dem Qualitätsniveau der Marke entsprechende Warenpräsentation und der Einsatz von geschultem Fachpersonal. Um die autorisierten Partner vor den Folgen grauer Importe zu schützen, versieht Manfrotto die wichtigsten Produkte mit einem erweiterten QR-Code. Zusätzliche Wertvorteile, z. B. die Registrierung für Endverbraucher für eine erweiterte Garantie, komplettieren das neue Partner Programm.

„Wir wollen die guten partnerschaftlichen Beziehungen zu unseren Han-



Martin Bongard, Geschäftsführer Manfrotto Distribution: „Das neue Partner Programm ist eine gemeinsame Qualitäts-Offensive für produktgerechtes Marketing rund um die Marke Manfrotto.“

delspartnern mit diesem Programm weiter ausbauen, gemeinsam attraktive, innovative Neuheiten am PoS platzieren und sie mit guten Margen kompetent verkaufen“, betonte Bongard. „Das Manfrotto Distribution Partner Programm ist also nicht nur ein gelungenes Vertriebskonzept, sondern eine gemeinsame Qualitäts-Offensive für produktgerechtes Marketing rund um die Marke Manfrotto – mit unseren Partnern im Mittelpunkt. Auf der photokina hat Manfrotto zahlreiche Gespräche bezüglich des neuen Manfrotto Distribution Partner Programms geführt und von Handelsseite ein überaus positives Echo erhalten. Deshalb setzen wir das Partner Programm zeitnah bereits für das Weihnachtsgeschäft in die Praxis um.“

# Cewe setzt auf Vereinbarkeit von Fam

Gleich mit zwei Zertifikaten wurde Cewe in diesem Jahr besondere Familienfreundlichkeit bestätigt. Sowohl der TÜV als auch die Hertie-Stiftung bescheinigten Europas führendem Bilddienstleister hohes Familienbewusstsein in der Unternehmenskultur. Diese Personalpolitik dient allen Beteiligten: Die Mitarbeiter profitieren von zahlreichen Modellen, mit denen sie ihre Arbeit mit den Bedürfnissen ihrer Familien in Einklang bringen können. Umgekehrt wissen die Verantwortlichen bei Cewe: Zufriedene, motivierte Mitarbeiter sind eine wichtige Grundlage für nachhaltigen Unternehmenserfolg.

Unter Familie versteht man bei Cewe alle Konstellationen, in denen Menschen soziale Verantwortung für nahestehende Personen übernehmen, zum Beispiel durch die Betreuung von Kindern oder die Pflege von Angehörigen. Aber auch die Förderung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in ihrer Persönlichkeitsentwicklung und gesundheitsfördernde Maßnahmen vom Betriebssport bis zur Suchtprävention gehören zu diesem ganzheitlichen Konzept.

„In unserer Unternehmensphilosophie ist seit jeher ein hohes Bewusstsein für die Anliegen der Mitarbeiter verankert“, erklärte Andreas Kluge, Geschäftsführer von Cewe Oldenburg. „Dazu gehört, bestmögliche Lösungen für ver-



Die neue ganztägige Kinderbetreuung „cewelino“ auf dem Betriebsgelände in Oldenburg soll jungen Eltern den Wiedereinstieg in den Beruf erleichtern.

## Bitte recht elternfreundlich

schiedene Lebenslagen zu finden und so die Vereinbarkeit von Familie und Beruf kontinuierlich zu verbessern.“ Die Angebote für die Mitarbeiter umfassen deshalb flexible Arbeitszeiten und Teilzeitarbeit, wenn die Bedürfnisse der Familie das erfordern. Junge Eltern werden zudem durch die Möglichkeit zu Tätigkeiten während der Erziehungsfreistellung, Kontaktmöglichkeiten in der arbeitsfreien Zeit und Mitarbeiter-Gespräche auf dem Laufenden

gehalten. Ähnliche Angebote hält Cewe für Arbeitskräfte bereit, die sich bei der Pflege von Angehörigen engagieren.

### Anerkannte Zertifikate

Für diese Personalpolitik wurde Cewe Ende August von der gemeinnützigen Hertie-Stiftung mit dem Zertifikat „audit berufundfamilie“ ausgezeichnet. Dieses anerkannte Qualitätssiegel bestätigt nicht nur den hohen Standard der angebotenen Maßnahmen zur Balance von Beruf und Familie, sondern sorgt auch mit verbindlichen Zielvereinbarungen für die Zukunft dafür, dass dieses Familienbewusstsein nachhaltig in der Unternehmenskultur etabliert wird. Die praktische Umsetzung wird von der berufundfamilie GmbH ständig überprüft; nach drei Jahren können weiterführende Ziele vereinbart werden.

Andreas Kluge,  
Geschäftsführer  
von Cewe Oldenburg:

„Wir sehen es als Aufgabe, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf stetig zu verbessern und uns damit im Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiter als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren.“



# ilie und Beruf

Im Oktober erhielt Cewe zudem als eines der ersten Unternehmen das Zertifikat „Ausgezeichneter Arbeitgeber“ mit dem Zusatzmodul „Elternfreundlichkeit“ vom TÜV Rheinland, der in Kooperation mit den SOS-Kinderdörfern Unternehmen ausgewählt und geprüft hat. Dieses Gütesiegel bestätigt die Einhaltung der neuen Standards zur Vereinbarung von Familie und Beruf nach einem Zertifizierungsprozess, der von allen Teilbereichen des Cewe Personalmanagements erfolgreich absolviert wurde.



Der TÜV Rheinland zeichnete Cewe als eines der ersten Unternehmen mit dem Zertifikat „Ausgezeichneter Arbeitgeber“ und dem Zusatzmodul „Elternfreundlichkeit“ aus.

## Unterstützung für Eltern

Zu den Maßnahmen zur Unterstützung junger Familien gehört bei Cewe weit mehr als die Angebote flexibler Arbeitszeiten. Das Unternehmen investiert vielmehr gezielt in Maßnahmen vor Ort. So fand in Oldenburg in diesem Jahr bereits zum dritten Mal die Cewe Kinderbetreuung in den Sommerferien statt. Hier wurde auf dem Betriebsgelände von 38 Mitarbeiterkindern ein kompletter Jahrmarkt geplant, konstruiert und gebaut; am letzten Tag der Ferienbetreuung konnten dann Eltern und Mitarbeiter das bunte Treiben gemeinsam genießen. Zudem erhielten die 5- bis 14jährigen Teilnehmer die Möglichkeit, den Arbeitsplatz ihrer Eltern genauer kennenzulernen und eine Außenwand der am 1. August neu eröffneten ganztägigen Kinderbetreuung „cewelino“ farbig zu gestalten.

## Cewe erhöht finanzielles Engagement für SOS-Kinderdörfer

Mit einem großzügigen Beitrag von 250.000 Euro verstärkt Cewe seine Unterstützung für die SOS-Kinderdörfer. Ein großer Teil des Geldes ist für den Kampf gegen Ebola in Westafrika bestimmt. Weitere Mittel sollen für regionale Projekte eingesetzt werden, um Familien und Kindern in Notsituationen zu helfen.

50.000 Euro von der Gesamtsumme gehen als Soforthilfe in westafrikanische Gebiete, die von der Ebola-Seuche betroffen sind. In Liberia, Sierra Leone und Guinea kämpfen Mitarbeiter der SOS-Kinderdörfer gegen die weitere Ausbreitung und die katastrophalen Folgen der Epidemie. Der Beitrag von Cewe dient als Soforthilfe für die Versorgung der Ebola-Waisen in der Quarantäne-Zone in Kenema, bei der Aufrechterhaltung der medizinischen Versorgung in Liberia und der Ausstattung der Helfer mit Schutzanzügen.

Mit jeweils 20.000 Euro unterstützen die Produktionsstandorte Eschbach (Freiburg), Gemering (München) und Mönchengladbach regionale Projekte in ihrem Umfeld. Erstmals haben auch ausländische Cewe Standorte zu der imponierenden Gesamtsumme beigetragen. Ungarn, Frankreich, Belgien, Polen, Tschechien, Norwegen und Österreich lassen den Betrag mit jeweils 10.000 Euro auf 250.000 Euro anwachsen. „Zu unserer Unternehmenskultur gehört seit jeher die Unterstützung karitativer, kultureller und gesellschaftlicher Projekte“, erklärte Dr. Rolf Hollander, CEO von Cewe. „Dass wir eine solche Summe für Familien und Kinder in Notsituationen zur Verfügung stellen können, ist noch einmal Ausdruck unseres gelebten sozialen Engagements.“

Sabine Fuchs,  
Geschäftsführerin der  
SOS-Kinderdörfer  
Global Partner  
GmbH, und  
Cewe CEO  
Dr. Rolf Hollander  
unterzeichneten in  
Oldenburg den  
Vertrag über das  
verstärkte finanzielle  
Engagement  
von Cewe.



Die Inbetriebnahme dieser eigenen Großtagespflegestelle war ein weiterer wichtiger Schritt, um jungen Eltern den Wiedereinstieg in den Beruf zu erleichtern. Insgesamt zehn Kinder unter drei Jahren können hier unter der fachlichen Leitung zweier staatlich anerkannter Erzieherinnen von montags bis freitags ganztägig auf dem Oldenburger Betriebsgelände betreut werden. Die in freundlichen Farben gehaltene und kindgerecht ausgestat-

tete Einrichtung wurde in Partnerschaft mit dem Familienservice Weser-Ems e.V. konzipiert und umfasst auch einen schönen Außenbereich mit Spielgeräten und Bewegungsangeboten. „Mit cewelino bieten wir unseren Mitarbeitern die Chance, in der Familienphase baldmöglichst zurück in den Beruf zu kommen“, erklärte der Cewe Vorstandsvorsitzende Dr. Rolf Hollander. „Zugleich können sie sicher sein, dass ihre Kinder gut betreut werden.“

### Kodak Moments im TV

Am 19. Dezember wird auf Pro Sieben die Sendung Galileo Big Pictures 2014 ausgestrahlt. Dabei hat ein Teilnehmer der Aktion 15 Sec of Fame die Chance, mit seinem persönlichen Kodak Moment in einem 15 Sekunden langen Werbespot die Hauptrolle zu spielen.

Bis zum 11. Dezember 2014 können eigene Fotos zusammen mit der Geschichte dahinter auf der Website [www.kodakmoments.de](http://www.kodakmoments.de) hochgeladen werden. Der Spot wird im Anschluss mit dem Gewinner für die einmalige Ausstrahlung vor einem Millionenpublikum produziert. Kodak Alaris produziert hierfür eigens



einen 15 Sekunden langen TV-Spot, der nur ein einziges Mal im Fernsehen ausgestrahlt wird und vom persönlichen Kodak Moment der Person erzählt. Wer sich für die Aktion registrieren möchte, kann sein Bild samt dazugehöriger Geschichte bis zum 11. Dezember auf [www.kodakmoments.de](http://www.kodakmoments.de) hochladen. Unter allen Einreichungen wählt eine Jury des Unternehmens den Gewinner für den TV-Spot aus.

Der Spot wird um ca. 22:15 Uhr in der Werbeunterbrechung auf Pro Sieben zu sehen sein. Weitere Informationen zu 15 Sec of Fame gibt es auf [www.kodakmoments.de](http://www.kodakmoments.de).

„In jeder Sekunde werden heute hunderttausende Bilder geschossen. Doch es gibt unter ihnen immer welche, die für uns ganz besonders wertvoll sind. Meist steckt dann eine Geschichte dahinter, die uns persönlich bewegt. Genau darum geht es bei Kodak Moments“, erklärte Helena Babic, Head of Marketing DACH & Public Relations EAMER bei Kodak Alaris. „Interessante Geschichten wollen erzählt werden, und wir möchten mit 15 Sec of Fame eine wirklich einzigartige Bühne bieten. Für den Gewinner ist es die einmalige Möglichkeit, seinen Kodak Moment vor einem Millionenpublikum im Fernsehen zu zeigen.“

### Eyefi macht Canon Kameras WLAN-fähig

Eyefi, der Spezialist für WLAN Speicherkarten zur Verbindung von Kameras mit vernetzten Geräten, macht im Rahmen einer Kooperation mit Canon mehrere Kameramodelle netzwerkfähig. Ab sofort sind die Spiegelreflexkameras EOS 1200D, 700D und 100D im Paket mit einer 8 GB Eyefi Mobi SD Karte erhältlich. Im Rahmen dieser Kombipakete können die Kunden die Eyefi Cloud in vollem Umfang für drei Monate kostenlos nutzen, um ihre Bilder zu verwalten, zu bearbeiten und zu teilen. Zusätzlich sorgt der Eyefi Cloud-Service für die automatische Synchronisation der Daten aller angemeldeten Kameras mit allen vernetzten Endgeräten.

Das ist praktisch für Familien oder engagierte Amateure, die mehrere Kameras besitzen: Diese können das Nutzerkonto so in den Cloud-Service einbinden, dass alle Bilder automatisch in der Eyefi-Cloud gespeichert werden. Somit ist es möglich, mit praktisch jedem internetfähigen Mobilgerät oder PC von überall aus auf die Fotosammlung zuzugreifen. Nach drei Monaten kostet der Eyefi Cloud-Service mit unbegrenztem Speicherplatz 44,99 Euro pro Jahr. Zum Vergleich: Auf der Canon-eigenen Cloud-Plattform [irista.com](http://irista.com) sind 10 GB kostenlos, 50 GB kosten 49 Euro und 100 GB 109 Euro im Jahr.



*Drei Canon EOS SLRs sind jetzt im Paket mit einer Eyefi Mobi SD-Karte erhältlich und können so die Bilder direkt zum Smartphone, Tablet oder in die Eyefi-Cloud übertragen.*

Die Eyefi Mobi SD-Karte überträgt Bilder automatisch und ohne Kabel von der Kamera auf den Desktop oder Android- und iOS-Geräte. Dank eingebautem WLAN-Modul fungiert die Karte als Hotspot und ermöglicht so auch unterwegs den schnellen, drahtlosen Datentransfer zwischen der Kamera und mobilen Gerä-

ten. Zwar können Eyefi-Karten mit den meisten Digitalkameras eingesetzt werden, sie bieten aber laut Hersteller im Zusammenspiel mit den Canon Kameras eine besonders komfortable Nutzung. So erkennen die EOS-Modelle 1200D, 700D und 100D automatisch, wenn eine Eyefi Mobi Karte eingesteckt wird und schalten sich erst dann aus, wenn die Übertragung der Bilder abgeschlossen ist. Die Bedienung ist einfach: Auf dem Display zeigt ein Symbol den aktiven Transfer an; die Nutzer können zudem die Fotos und Videos einblenden, die bereits übertragen wurden. Über das Kameramenü lässt sich die WLAN-Funktion der Mobi Karte zudem ein- und ausschalten.

„Viele nutzen die Fotofunktion ihrer Smartphones einfach nur deshalb, weil sie ihre Bilder schnell und unkompliziert teilen wollen“, erklärte Matt DiMaria, CEO von Eyefi. „Aber anders als Digitalkameras sind Handykameras sehr limitiert, wenn es um Zoom, Belichtung oder High-Speed Aufnahmen geht. Foto-Enthusiasten nutzen aber genau diese Einstellungen ihrer Digitalkameras, um tolle Momente einzufangen. Gemeinsam können Canon und Eyefi hochwertige Bilder sofort zur Verfügung stellen. Fotografen haben die Bilder innerhalb kürzester Zeit auf dem Tablet, Smartphone oder auch Desktop und können sie jederzeit teilen.“

### Flexiphotos von clixxie jetzt im Poster-Format

Die selbsthaftenden Flexiphotos von clixxie, die einfach per iOS-App bestellt werden können, gibt es mit dem Update 1.1.9 in zwei neuen Poster-Formaten, „medium“ (27,2 x 21 cm) und „large“ (38,5 x 29,7 cm). Flexiphotos bestehen aus einer elektrostatischen Folie, die an allen glatten Flächen wie Wänden, Türen, Fenstern usw. haftet. Flexiphotos lassen sich rückstandslos wieder entfernen und neu platzieren. Die kleineren Formate wurden aufgrund der Postergrößen in „x-small“ und „small“ umbenannt. Zur Weihnachtszeit halten diese Varianten eine Überraschung bereit: Die Rückseite beider Flexiphotos ist wie eine Weihnachtskarte gestaltet, und jeder Bestellung, die ein XS- oder S-Format enthält, liegt ein goldener Geschenkschlag bei.

**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 1-2/2014  
ist der 20. Januar 2015.**

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

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

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

**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	Mitsubishi .....	25
Forum Imaging ..... 2. U.	Promaxx.....	21
Cewe .....	Sony .....	13
DGH .....	Kleinanzeigen .....	3. U.
Fujifilm .....		

**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 Klumps

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

**Gestaltung:** Susanne Blum

**Vertrieb:** Barbara Klumps

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

**Druck:**  
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

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

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

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

ISSN: 1430-1121

**NEU**  
Jetzt erhältlich

# Das Fotobuch der neuen Generation

FUJIFILM Fotobuch brillant Video

## USB-Anschluss

Zum Übertragen Ihrer Videodaten (MPEG4 und AVI) und zum Aufladen des integrierten Lithium-Akkus.



## 7" HD-Videomonitor

Mit multifunktionalem Touchscreen und HD-Auflösung von 1280 x 720 dpi. Der integrierte 1GB-Datenspeicher fasst bis zu 30 Minuten Videocontent.

## Fotobuch brillant Video

Mit Cover in Lederoptik in den Farben Milchkaffee oder Schwarz. Erhältlich in den Formaten 30 x 30 cm und Panorama A4.

## Stereo-Lautsprecher

Unsichtbar, aber leistungsstark – Stereo-Lautsprecher für perfekten Videosound.

Laden Sie die kostenlose Software zum Bestellen hier herunter: [www.ffspro.de](http://www.ffspro.de)

**FUJIFILM**  
Value from Innovation