

imaging+foto 12 2012

contact

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

Nikon baut das Nikon 1 System weiter aus

Tempo mit der Nikon 1 V2



**Starker
Werbeauftritt,
neue Objektive**



**BFI — „Memories are more ... SMART“
Smarte Imaging-Ideen für den Fotohandel**

Am 27. und 28.2.2013 präsentiert die photokina unter dem Titel „Memories are more ... SMART“ wieder das Business Forum Imaging Cologne. Seit dem Start im Jahr 2009 hat sich der jährliche Kongress als Trendforum für die europäische Imagingbranche etabliert. **S. 8**

**boot — Die „Water Pixel World“
Foto und Video auf der boot 2013**

Auf der boot 2013 werden Foto- und Videoprodukte für den Einsatz im und am Wasser vorgestellt. Wir sprachen mit Goetz-Ulf Jungmichel, Director der boot Düsseldorf, was die internationale Leitmesse dem Fotohandel zu bieten hat. **S. 18**

**Cewe — 20 Millionen Cewe Fotobücher
dm Kundin bestellte Jubiläums-Exemplar**

Am 15. November wurde im dm Markt auf der Düsseldorfer Friedrichstraße ein Jubiläum gefeiert: Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender von Cewe, und Christoph Werner, Geschäftsführer von dm-drogerie markt, übergaben einen Reisegutschein im Wert von 4.000,- €. **S. 22**

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

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

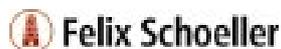
presented by **photokina**
world of imaging

„Memories are more ... SMART“

Gold-Sponsoren



Silber-Sponsoren



Organisatoren: INTERNATIONAL CONTACT · Photo Imaging News

Partner: Photoindustrie-Verband e.V. · GfK Retail and Technology

Informationen: www.bfi-photokina.de · E-Mail: bfi@photokina.de · Fax: +49 221 821-3995



Gute Aussichten fürs Weihnachtsgeschäft

Fotohändler? Glück gehabt!

Auf der diesjährigen Ringfoto Herbstmesse setzte „Digiguru“ Martin Wagner seine Präsentation unter das Motto „Fotohändler? Glück gehabt!“ Der Mann hatte offensichtlich Recht: Die jüngsten Marktzahlen der GfK zeigen, dass es der Fotobranche im Vergleich zu anderen Sektoren geradezu blendend geht. Das ist doch einmal eine Nachricht, die man als Verleger gerne weitergibt.



Thomas Blömer, Verleger

Die Kollegen von der klassischen Unterhaltungselektronik dagegen kann der Fotohandel – aber bitte ohne Schadenfreude! – nur bedauern. Diese Branche ächzt unter sinkenden Preisen und stagnierender, wenn nicht sogar zurückgehender Nachfrage; allein im dritten Quartal war ein Umsatzminus von 9,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen. Zwar werden große und internetfähige Fernsehgeräte immer beliebter, aber das kann die sinkenden Preise und die schwache Nachfrage nicht ausgleichen. Hinzu kommt, dass wichtige Frequenz- und Umsatzbringer für den CE-Handel, zum Beispiel mobile Audio-Geräte, zunehmend von Smartphones verdrängt werden.

Solche negativen Smartphone-Effekte kennt der Fotohandel natürlich auch: Die Umsätze mit Kompaktkameras gehen spürbar zurück, und schon melden sich Experten zu Wort, die einen richtiggehenden Zusammenbruch des weltweiten Kompaktkamera-Marktes vorhersagen. Anders als bei den Kollegen von der Braunen Ware gleicht die Fotobranche aber den Umsatzeinbruch in den billigen Klassen durch einen regelrechten Boom bei hochwertigen Modellen aus. Dazu tragen neben den Spiegelreflexkameras zur Zeit vor allem die kompakten Systemkameras bei. Das Resultat: Die GfK bilanzierte für das dritte Quartal trotz spürbar zurückgehender Stückzahlen für den Fotomarkt ein Umsatzplus um 6,6 Prozent. Und da der qualifizierte Fotohandel seinen Anteil am Kameramarkt zu Lasten der Fachmärkte zur Zeit stetig steigert, profitiert er erfreulicherweise überproportional von dieser positiven Entwicklung.

Seinem Amt entsprechend hat der Vorsitzende des Photoindustrie-Verbandes, Christoph Thomas, in einer Presseerklärung verständlicherweise die faszinierenden Produkte unserer Branche und die Innovationskraft der Hersteller als wichtige Gründe für das erfreuliche Wachstum ausgemacht. Überraschenderweise betonte Thomas aber auch die positive Rolle von

Smartphone-Herstellern wie, halten Sie sich fest, Apple. Denn dieses Unternehmen, so stellte der Verbandsvorsitzende fest, habe das Verbraucherverhalten positiv beeinflusst, indem es die Konsumenten für hochpreisige Produkte sensibilisiert habe. Und das stimmt! Wer 679 Euro für ein iPhone 5 auf den Tisch legt, der zuckt auch nicht, wenn die neue Kamera mindestens genauso viel kostet. Zudem hat die Mobilfunkbranche die Kunden daran gewöhnt, dass auch ein noch so schönes Gerät nach zwei Jahren alt ist und ersetzt werden muss. Genau dieses Verhalten übertragen viele Menschen inzwischen auch auf andere Technik-Produkte wie Kameras. Und weil man sich bekanntlich bei einer Neuanschaffung nicht verschlechtern möchte, wächst die Nachfrage nach hochwertigen Modellen überproportional.

Natürlich sollten vorsichtige Kaufleute die Frage stellen, wie lange diese schöne Entwicklung weitergehen kann und womit der Fotohandel in einigen Jahren sein Geld verdienen soll. Aber das hat wirklich Zeit bis zum neuen Jahr, das ja schon bald vor der Tür steht. Jetzt sollten Sie erst einmal mit Freude und Begeisterung verkaufen – und dann geruhsam Weihnachten feiern. Wir wünschen Ihnen schöne Festtage und für das neue Jahr nicht nur gute Ideen, sondern auch den Unternehmergeist, den man braucht, um die zukünftigen Herausforderungen genauso gut zu bewältigen wie die in der Vergangenheit.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Nikon 1 bleibt zu Weihnachten in der Erfolgsspur – Tempo in der Pole Position. 12

Editorial

Gute Aussichten fürs Weihnachtsgeschäft: Fotohändler? Glück gehabt! 3

Wichtiges aus foto-contact.de . . . 6, 10

Internationale Messen

Business Forum Imaging Cologne – „Memories are more ... SMART“ 8

Neuheiten 21, 25, 29

Die neue Nikon DSLR D5200 – Mittelklasse 16

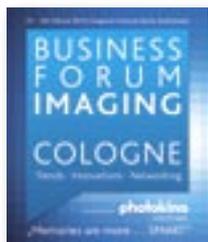
Handel

Nikon 1 bleibt zu Weihnachten in der Erfolgsspur – Tempo in der Pole Position. 12

Fernoptik und Präzisionsprodukte für Astronomie – Bilora vertreibt Vixen 28

Aktionsprodukte plus Uhr als Gratis-Zugabe – Winterpromotion von Manfrotto 32

Business Forum Imaging Cologne – „Memories are more ... SMART“



Am 27. und 28. Februar 2013 präsentiert die photokina unter dem Titel „Memories are more... SMART“ wieder das Business Forum Imaging Cologne. Seit dem Start im Jahr 2009 hat dieser jährliche Kongress sich als Trendforum für die europäische Imagingbranche etabliert. Auch im kommenden

Jahr werden Top-Manager der Industrie und unabhängige Experten wieder zahlreiche Ideen für das Imaging-Geschäft der Zukunft präsentieren, darunter auch neue Konzepte für den Fotohandel. Seite 8

INTERNATIONALE MESSEN

Nikon 1 bleibt zu Weihnachten in der Erfolgsspur – Tempo in der Pole Position



Mit den zwei neuen Modellen Nikon 1 J2 und Nikon 1 V2, massivem Werbedruck und attraktiver PoS-Präsenz gibt Nikon auch im Weihnachtsgeschäft bei den kompakten Nikon 1 Systemkameras weiter Gas. In nur einem Jahr hat der Hersteller

in diesem Segment die Marktführerschaft errungen und will seine Spitzenposition auch in der umsatzstärksten Zeit des Jahres behaupten. Seite 12

dm Kundin bestellte Jubiläums-Exemplar – 20 Millionen Cewe Fotobücher



Am 15. November wurde im dm Markt in der Düsseldorfer Friedrichstraße ein Jubiläum gefeiert:

Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender von Cewe, und Christoph Werner, Geschäftsführer

von dm-drogerie markt, übergaben einen Reisegutschein im Wert von 4.000 Euro an die dm Kundin Annika Schwoll. Sie hatte das 20-millionste Cewe Fotobuch in Auftrag gegeben. Seite 22

Die Weihnachtspromotions von DNP – Sofortdruck besonders günstig

Zur Weihnachtszeit will DNP mit attraktiven Angeboten für den Fotohandel für festliche Stimmung beim Sofortfotoservice sorgen. Das betrifft nicht nur Softwarelösungen, mit denen Betreiber von DNP Sofortdruck-Systemen personalisierte Weihnachtskarten und neue Kalender herstellen können. Seite 24



Foto Hauschildt setzt auf das Fujifilm Frontier LP 5700R



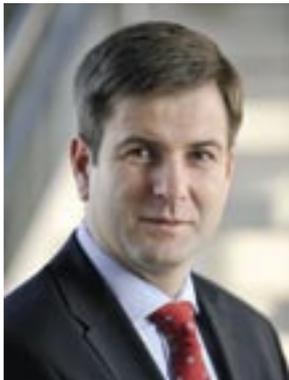
Drylabs sind bei der Bildproduktion im Geschäft ein aktueller Trend, aber auch für den Einsatz eines „klassischen“ Minilabs gibt es gute Gründe. Das gilt vor allem, wenn die Kunden einen besonders schnellen Service erwarten und die Qualitätsanmutung eines „echten“

Fotos zu schätzen wissen. Deshalb hat sich Christian Hauschildt, in dritter Generation Chef von Foto Hauschildt in Darmstadt, ganz bewusst für das „nasse“ Minilab Fujifilm Frontier LP 5700R entschieden. Seite 26

ZUM TITELBILD

BILDDIENSTLEISTUNGEN

Interview mit Goetz-Ulf Jungmichel, boot Direktor



In einem speziellen Ausstellungsbereich präsentiert die boot 2013, die vom 19.–27. Januar in Düsseldorf stattfindet, Foto- und Videoprodukte, die besonders für den Einsatz im Wasser und rund um das feuchte Element geeignet sind.

Nach den erfolgreichen ersten Schritten mit der „Underwater Pixel World“ auf den boot Messen 2011 und 2012 wird das Angebot in der Messehalle 4 im kommenden Jahr deutlich ausgeweitet: Im Rahmen der „Water Pixel World“ geht es mit einem breiten Produktangebot um das Thema (Unter-)Wasser- und Outdoorfotografie. **Seite 18**

Fernoptik und Präzisionsprodukte für Astronomie – Bilora vertreibt Vixen



Ab 1. November hat Bilora den Exklusiv-Vertrieb der Präzisionsoptiken von Vixen für den deutschen Fotofachhandel übernommen. Vixen fertigt seit 1949 ausschließlich in eigenen Produktionsstätten; der gleichbleibend hohe Qualitätsstandard in der Fernglas- und Teleskop-Fertigung wurde von der Verbraucherorganisation „Japanese Consumers Association“ mit dem „Grade A“-Gütesiegel für höchste Qualität ausgezeichnet. **Seite 28**

Die neue Sigma Markenstrategie – Qualität in drei Kategorien



Mit einem neuen Markendesign will Sigma seine traditionellen Markenwerte und das Gütesiegel „Made in Japan“ stärker in den Vordergrund stellen. Zudem wird die umfangreiche Objektiv-Palette ab sofort in drei Anwendungskategorien klassifiziert, die es dem Fotohandel einfach machen sollen, den Kunden das jeweils passende Produkt anzubieten.

Mit diesen Maßnahmen will das japanische Unternehmen die Marke Sigma als Maßstab für Qualität und Spitzentechnologie positionieren und dabei sowohl Profi- als auch Hobbyfotografen ansprechen. **Seite 30**

INTERVIEW

HANDEL

UNTERNEHMEN

Interview

Foto und Video auf der boot 2013 –
Die „Water Pixel World“ **18**

Bilddienstleistungen

dem Kundin bestellte Jubiläums-Exemplar:
20 Millionen Cewe Fotobücher **22**

Die Weihnachtspromotions von DNP –
Sofortdruck besonders günstig **24**

Foto Hauschildt setzt auf das
Fujifilm Frontier LP 5700R – Keine
Angst vor „nassen“ Bildern **26**

Unternehmen

Die neue Sigma Markenstrategie –
Qualität in drei Kategorien **30**

Literatur **32**

Klein- und Personalanzeigen **33**

Impressum **34**



Immer aktuell:

www.foto-contact.de

Cewe strebt weiterhin Rekordumsatz an

Angesichts der Ergebnisse des dritten Quartals hat der Vorstand der Cewe Color Holding AG die Ziele für das Geschäftsjahr 2012 bestätigt. Zum ersten Mal in der mehr als 51-jährigen Geschichte des Unternehmens soll der Umsatz auf über 500 Millionen Euro steigen.



In den ersten neun Monaten dieses Jahres stieg der Umsatz von Cewe Color um 6 Prozent auf 326,5 Millionen Euro; dazu trug vor allem das neue Geschäftsfeld Online Druck mit einem Umsatz von 28,6 Millionen Euro (+ 27,7 Millionen Euro) bei. Der Umsatz im Bereich Fotofinishing betrug 223,4 Millionen Euro (-1,1 Prozent); die Umsätze im Einzelhandel gingen um 8,3 Prozent auf 74,5 Millionen Euro zurück. Bei einer im dritten Quartal von 9,5 auf 9,9 Prozent gestiegenen EBIT-Marge trug das etablierte Segment Fotofinishing im dritten Quartal 8,5 Millionen Euro zum operativen Ergebnis bei. Auch der Einzelhandel (0,4 Millionen Euro) schnitt positiv ab; im Online Druck entstand durch hohe Anfangsinvestitionen ein operativer Verlust von 1,8 Millionen Euro. Insgesamt erzielte Cewe damit im dritten Quartal ein operatives Ergebnis (EBIT) von 7,1 Millionen Euro (-20 Prozent) und glich damit den saisontypischen Verlust der ersten beiden Quartale nahezu aus. In den ersten neun Monaten dieses Jahres verarbeitete Cewe im Fotofinishing insgesamt 1,552 Milliarden Digitalfotos (+1,2 Prozent); der Absatz des Cewe Fotobuchs stieg um 7,4 Prozent auf 3,48 Millionen Stück. „Mit dem dritten Quartal bestätigen wir den Trend der vergangenen Jahre und sind voll auf Kurs, den höchsten Umsatz der Unternehmensgeschichte und einen operativen Gewinn in einer Bandbreite von 27 bis 33 Millionen Euro zu erwirtschaften“, kommentierte Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzen-

der der Cewe Color Holding AG. Um diese Ziele zu erreichen, müsste Cewe im vierten Quartal ein operatives Ergebnis (EBIT) in der Spanne zwischen 27,2 und 33,2 Millionen Euro erzielen. Diese entspreche genau dem Trend der vergangenen Jahre, erklärte das Unternehmen.

Erweiterung des Vertriebs-teams bei Rollei

Die in Hamburg ansässige Firma RCP-Technik GmbH hat eine Erweiterung ihres Vertriebsteams um zwei neue Mitarbeiter bekanntgegeben. Klaus-Peter Adams besetzt seit September 2012 die Stelle des Gebietsverkaufsleiters für die Regionen Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein und Niedersachsen.



Klaus-Peter Adams

Carsten Jahn wird ab Januar 2013 als Gebietsverkaufsleiter in Berlin, Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Mecklenburg Vorpommern, Thüringen und Teilen Bayerns tätig sein.



Carsten Jahn

„Nach erfolgreicher Marktpositionierung und positiver Geschäftsentwicklung bauen wir nun unser Vertriebsnetz weiter aus“, so Thomas Güttler, Geschäftsführer der RCP Technik GmbH.

Olympus: Gewinnwarnung wegen Verlusten im Kamera-Geschäft

Die Olympus Corporation hat das Ergebnis für das laufende Geschäftsjahr deutlich reduziert. Dabei wurden die

Vorhersagen für Umsatz und operativen Gewinn signifikant zurückgenommen. Einer der wichtigsten Gründe für die Korrektur liege in der sinkenden Nachfrage nach digitalen Kompaktkameras, erklärte das Unternehmen. Im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres (1. April bis 30. September 2012) ging der Umsatz von Olympus um 2,1 Prozent auf 405,8 Milliarden Yen (4,02 Milliarden Euro) zurück. Der operative Gewinn stieg um 2,9 Prozent auf 18,04 Milliarden Yen (179 Millionen Euro), verfehlte aber deutlich das vom Management gesetzte Ziel von 22 Milliarden Yen (218 Millionen Euro). Aufgrund der Trennung vom Geschäftsbereich „Information & Communication“ entstand ein außerordentlicher Gewinn, der das Netto-Ergebnis auf 8,02 Milliarden Yen (81 Millionen Euro) erhöhte, nachdem in der Vorjahresperiode ein Verlust in Höhe von 32,3 Milliarden Yen (320 Millionen Euro) angefallen war. Für das Gesamtjahr reduzierte Olympus seine Umsatzerwartung von 920 Milliarden Yen (9,1 Milliarden Euro) auf 757 Milliarden Yen (7,5 Milliarden Euro). Das würde im Vergleich zum Vorjahr einen Umsatzrückgang um 10,8 Prozent bedeuten. Der operative Gewinn soll 16 Milliarden Yen (158 Millionen Euro) erreichen, nachdem das Management zuvor von einem Volumen von 21 Milliarden Yen (208 Millionen Euro) ausgegangen war. Aufgrund des Verkaufs des Geschäftsbereichs rechnet Olympus mit einem Nettogewinn von 8 Milliarden Yen (79 Millionen Euro) für das laufende Geschäftsjahr. Im Vorjahr war nach dem Bilanzskandal ein Verlust in Höhe von 49 Milliarden Yen (485 Millionen Euro) entstanden.

Im Kamera-Geschäft rechnet Olympus nunmehr anstelle eines Gewinns von 1 Milliarde Yen (9,9 Millionen Euro) mit einem operativen Verlust in Höhe von 8 Milliarden Yen (79 Millionen Euro) aufgrund des Nachfrage-Rückgangs bei digitalen Kompaktkameras. Im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres ist der Umsatz im Geschäftsbereich Imaging Systems um 21,3 Prozent auf 55,9 Milliarden Yen (535 Millionen Euro) zurückgegangen. Das operative Ergebnis sank um 38,1 Prozent auf 1,7 Milliarden Yen (16,8 Millionen Euro).

Nichts bleibt, wie es ist.



Fast nichts.

FUJIFILM ist und bleibt erste Wahl als Ihr Minilab-Partner – egal ob bei Chemielabs oder Drylabs.

Setzen Sie auf führende Technologien und intelligente Komplettlösungen aus einer Hand.

**FUJIFILM Frontier Minilabs:
Immer die richtige Lösung.**

Business Forum Imaging Cologne 2013

Smarte Imaging-Ideen

Am 27. und 28. Februar 2013 präsentiert die photokina unter dem Titel „Memories are more ... SMART“ wieder das Business Forum Imaging Cologne. Seit dem Start im Jahr 2009 hat dieser jährliche Kongress sich als Trendforum für die europäische Imagingbranche etabliert. Auch im kommenden Jahr werden Top-Manager der Industrie und unabhängige Experten wieder zahlreiche Ideen für das Imaging-Geschäft der Zukunft präsentieren, darunter auch neue Konzepte für den Fotohandel.

Die photokina 2012 hat es eindrucksvoll bewiesen: Fotografieren und Filmen ist smart. Netzwerkfähige Kameras, darunter einige mit der von den Smartphones bekannten Android-Plattform, machen es den Konsumenten möglich, mit Bildern einfach und unkompliziert in digitalen und mobilen Netzwerken zu kommunizieren. Das bietet neue Umsatz-Perspektiven für den Fotohandel und für Bilddienstleister. Bildprodukte können nicht nur am PC oder Notebook zu Hause und am Kiosk im Fotohandel, sondern auch immer häufiger direkt von Facebook-Plattformen oder vom Smartphone oder Tablet aus gestaltet und bestellt werden. Die Fotobranche steht dabei vor der Herausforderung, die Konsumenten gezielt anzusprechen und ihnen die richtigen Imaging-Produkte für ihren Geschmack und die gewünschte Anwendung anzubieten. Auch diese Fragen werden auf dem Business Forum diskutiert.

Smarte Themen

Die zweitägige Konferenz bietet ein interessantes Vortragsprogramm,

bei dem hochkarätige Referenten den Imaging-Markt beleuchten und neue Geschäftsmodelle präsentieren. Dabei werden nicht nur Top-Manager der Gold-Sponsoren Cewe, HP und Samsung innovative Ideen für das smarte Imaging-Geschäft der Zukunft präsentieren. Auch unabhängige Experten zeigen auf, welche Produkte heute und in Zukunft besonders gefragt sind und mit welchen Konzepten man sie am besten verkaufen kann. Dabei kommen sowohl internationale Stimmen als auch Experten aus Deutschland zu Wort.

So stellt der amerikanische Analyst Hans Hartman, Inhaber des Marktforschungsunternehmens Suite48 Analytics, eine neue Studie vor, die zeigt, wie die Kunden Apps nutzen, um wertschöpfungsstarke Bildprodukte auf ihren Smartphones und Tablets zu gestalten und zu bestellen. Dazu hat Hartman 982 amerikanische und 515 europäische Nutzer solcher Apps ausführlich befragt. Und er hat unter-

sucht, welche Apps besonders interessante Möglichkeiten bieten und welche weniger gut funktionieren.

Unter dem Titel „Der smarte Imaging-Markt“ wird der deutsche Experte Heino Hilbig (Mayflower Concepts) die Frage stellen: „Wie weit sind wir noch vom Ziel entfernt?“ Dabei geht es um die richtigen Strategien, um neue Kunden für das Thema Fotografie zu begeistern und das Angebot der Imaging-Branche für die vernetzten Verbraucher attraktiv zu machen. Über reichhaltige Erfahrung mit digitalen Medien und sozialen Netzwerken verfügt zum Beispiel Till Haunschild (Onepastfive GmbH). Mit seinem Facebook-Projekt Pic Scatter, das es in kurzer Zeit auf mehr als 6 Millionen Nutzer brachte und auch von Großunternehmen wie RCR Records, Nike und Projectc eingesetzt wird, erlangte er weltweite Repu-





Der amerikanische Experte Hans Hartman stellt auf dem Business Forum Imaging Cologne 2013 neue Erkenntnisse darüber vor, wie Konsumenten auf Apps zur Gestaltung und Bestellung von Bildprodukten reagieren.



Heino Hilbig (Mayflower Concepts) beleuchtet Strategien, um neue Kunden für das Thema Fotografie im smarten Imaging-Markt zu gewinnen.



Till Haunschild ist der Erfinder der Facebook-Anwendung Pic Scatter mit mehr als 6 Mio. Nutzern. Er stellt auf dem Business Forum Imaging Cologne 2013 eine neue Plattform zum Organisieren und Teilen von Bildern vor.

tation. Auf dem Business Forum Imaging Cologne 2013 stellt Haunschild ein neues Konzept zur Navigation durch die Bilderflut der digitalen Welt vor. Dabei geht es darum, wie die steigende Zahl von Konsumenten, die praktisch jeden Moment ihres Lebens mit Fotos und Videos dokumentieren, diese Bilder effizient organisieren können, um andere Menschen daran teilhaben zu lassen.

Chancen für den Fotohandel

Mit Marius Hamer wird auf dem Business Forum Imaging Cologne 2013 auch ein Insider aus dem deutschen Fotohandel interessante Konzepte präsentieren. Der Geschäftsführer von mycamera.de wird aufzeigen, wie Fotohändler zusätzliche Umsätze erzielen, neue Zielgruppen ansprechen und die Kundenbindung intensivieren können, indem sie attraktive Events für ihre Kunden organisieren. Das komplette Programm wird in Kürze auf der Internetseite www.bfi-photokina.de zur Verfügung stehen. Interessenten, die es gerne zugesandt haben möchten, schicken einfach eine E-Mail an bfi@photokina.de.

Das Business Forum Imaging Cologne

Der photokina-Event für Hersteller, Bilddienstleister und Fotohändler findet am 27. und 28. Februar 2013 im Kongress Zentrum Nord der Koelnmesse statt. Das zweitägige Konferenz-Programm in den Sprachen Deutsch und Englisch (jeweils mit Simultanübersetzung) wird durch eine Abendveranstaltung am 27. Februar ergänzt, bei der die Gelegenheit zum informellen Austausch zwischen Besuchern, Sponsoren und Referenten besteht.

Während der Veranstaltung präsentieren die Sponsoren des Business Forums Imaging Cologne in der Lobby des Kongress Zentrums Nord der Koelnmesse ihre Innovationen und Dienstleistungen. Als Gold-Sponsoren werden Cewe Color, HP und Samsung auftreten, als Silber-Sponsoren di-support, DNP, Ecceteram, Felix Schoeller, Manfrotto und Tetenal (Stand: 26. November 2012).

Diese Themenbereiche stehen auf dem Business Forum Imaging Cologne im Mittelpunkt:

1. Smart Imaging: Welche Kameras, Zubehör-Artikel und Bilddienstleistungen sind derzeit gefragt? Wie kann die Imaging-Branche smarte mobile Geräte, Apps, soziale Netzwerke und die Cloud nutzen, um neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln?
2. Smart Branding: Wie können Hersteller, Bilddienstleister und der Fotohandel ihre Markenbotschaft über die verschiedenen Kanäle (online, soziale und mobile Netzwerke sowie traditionelle Medien) kommunizieren, um die Konsumenten zu jeder Zeit an jedem Ort zu erreichen?
3. Smart Connectivity: Smartphones und Tablet Computer werden zunehmend für neue Anwendungen genutzt. Wie können Apps, soziale Netzwerke und die Cloud als Grundlage für neue Imaging-Produkte und Dienstleistungen dienen?
4. Smarter Einzelhandel: Wie kann der Fotohandel digitale, mobile und soziale Netzwerke am besten nutzen, um Umsätze im Geschäft zu generieren?

Anmeldeformulare und weitere Informationen gibt es im Internet unter www.bfi-photokina.de. Auch eine Anforderung per E-Mail unter der Adresse bfi@photokina.de ist möglich.

Metz: „Qualitätsmarke 2012“ in der Kategorie Blitzgeräte



Während der photokina in Köln im September 2012 konnte Metz die Auszeichnung „Qualitätsmarke 2012“ in der Kategorie Blitzgeräte entgegennehmen.

Mit dieser Auszeichnung würdigt Testberichte.de die herausragende Qualität und Leistung von Blitzgeräten aus dem Hause Metz.

Testberichte.de überprüft die Marken- und Qualitätsversprechen der Hersteller anhand der Warentests aus über 650 Fach- und Testmagazinen. Insgesamt wurden ca. 80.000 Produktbewertungen der letzten 24 Monate ausgewertet. Auf Grundlage dieser einmaligen Testsammlung konnte das Portal jene Hersteller identifizieren, die ein hochwertiges Produkt-Portfolio mit überdurchschnittlich guten Bewertungen aufweisen. Damit werden sie den Bedürfnissen der Konsumenten in besonderem Maße gerecht. In 15 Tests wurden Metz Blitzgeräte in den vergangenen 24 Monaten bewertet und erhielten im Schnitt die Note „Gut“ (1,7).

Fotobücher zu Weihnachten besonders beliebt

Individuell erstellte Fotobücher gehören auch weiterhin zu den Bestsellern im Bildergeschäft. So erwartet der Photoindustrie-Verband für dieses Jahr ein Wachstum von 4,7 Prozent auf 6,7 Millionen Exemplare. Besonders viele Fotobücher werden in den Wochen und Monaten vor Weihnachten produziert, denn selbstgestaltete Bildbände sind beliebte und sehr persönliche Weihnachtsgeschenke.

Auf der photokina wurden neue Möglichkeiten vorgestellt, Fotobücher noch

Samsung Electronics wird Partner der Berlinale

Samsung Electronics Deutschland wird neuer Dritt-Partner der 63. Internationalen Filmfestspiele Berlin. Das Unternehmen wird anlässlich der Berlinale-Partnerschaft sein Engagement für den kreativen Nachwuchs im Bereich Film erweitern und den „Samsung Smartfilm Award“ ins Leben rufen.



„Den Film in seiner Vielfalt zu fördern und das Publikum dafür zu begeistern, ist ein zentrales Anliegen der Berlinale. Wir freuen uns, mit Samsung einen starken Partner an unserer Seite zu haben, der uns bei diesem Ziel engagiert unterstützt“, kommentierte Festival-Direktor Dieter Kosslick.

Hans Wienands, Senior Vice President Samsung Electronics, sieht in der Partnerschaft eine große Chance für die Marke Samsung: „Die Internationalen Filmfestspiele Berlin ziehen jedes Jahr Hunderttausende von kreativen Menschen in ihren Bann. Dieser Kreativität, Inspiration und Vielfalt Ausdruck geben zu können, dafür steht unsere

Marke mit ihren smarten Technologien. Die Partnerschaft mit der Berlinale bietet uns die Chance, bei einem der größten Filmfestspiele der Welt Präsenz zu zeigen.“

Georg R. Rötzer, Director Corporate Marketing Samsung Electronics, fügte hinzu: „Mit seinen Technologien berührt und verbindet Samsung mehr Menschen auf der Welt als jedes andere Unternehmen. Wir staunen jeden Tag, wie sie unsere Technik nutzen, dabei Neues erleben und sich medial ausdrücken. Unser Ziel ist es, mit unseren smarten Produkten die Menschen zum Entdecken ihrer Möglichkeiten zu animieren.“

kreativer zu gestalten, z. B. durch die Einbindung von 3D-Bildern und Videosequenzen. Marktuntersuchungen zeigen zudem, dass der anhaltende Boom bei Systemkameras mit Wechseloptik auch die Nachfrage nach Fotobüchern positiv beeinflusst. Ambitionierten Fotografinnen und Fotografen reiche es nicht aus, ihre Aufnahmen auf Festplatten und Co. zu speichern und auf dem Bildschirm zu betrachten, erklärte der Photoindustrie-Verband.

Wertgarantie mit Weihnachtsaktion

Noch bis zum 24. Dezember erhalten die Fachhandelspartner von Wertgarantie zusätzlich zu ihrem Beratungshonorar weihnachtliche Extra-Provisio-

nen: Vom Komplettschutz über die Laufzeitprodukte Geräteschutz Komfort, Geräteschutz Basis, 2Plus3 bis hin zur Kamera-Garantie und zum CamBook-Schutzbrief können sich die Fachhandelspartner über ein Extra von bis zu 6 Euro pro Vertrag freuen. Freuen dürfen sich alle Wertgarantie-Partner außerdem schon auf das kommende Jahr, denn dann feiert der Garantie-Dienstleister seinen 50. Geburtstag.



Bieten Sie Ihren Kunden einen Sofortbildservice

Qualität - Zuverlässigkeit - Profit



DS40



DS80

Mit den Thermosublimations-Fotodruckern von **DNP** schaffen Sie ein effizientes, zuverlässiges und dabei kostengünstiges Fotoangebot von tadelloser Qualität.

DNP - die intelligente Wahl für Ihr Geschäft!



DNP PHOTO IMAGING EUROPE - PARIS NORD II - 22, AVENUE DES NATIONS
CS 51077 - 95948 ROISSY CDG CEDEX - FRANKREICH - TEL : +33 (0)1 49 38 65 50
www.dnpphoto.eu - sales@dnpphoto.eu

DNP

Nikon 1 bleibt zu Weihnachten in der Erfolgsspur

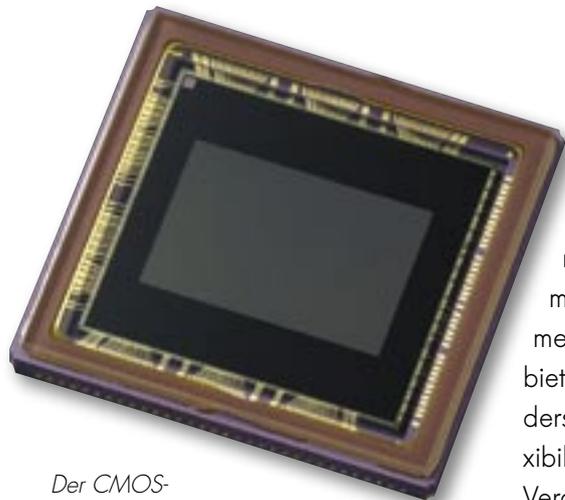
Kompakt und schnell: die Nikon 1 V2 schießt bis zu 15 Bilder pro Sekunde mit voller Auflösung und Autofokus-Nachführung.



Tempo in der Pole Position

Mit den zwei neuen Modellen Nikon 1 J2 und Nikon 1 V2, massivem Werbedruck und attraktiver PoS-Präsenz gibt Nikon auch im Weihnachtsgeschäft bei den kompakten Nikon 1 Systemkameras weiter Gas. In nur einem Jahr hat der Hersteller in diesem Segment die Marktführerschaft errungen und will seine Spitzenposition auch in der umsatzstärksten Zeit des Jahres behaupten.

Als Nikon im September 2011 bei der Einführung des Nikon 1 Systems den „Beginn einer neuen Ära“ ankündigte, klang das nicht gerade bescheiden. Inzwischen zeigen die Marktzahlen, dass das Konzept aufgeht: Nikon war laut GfK in diesem Jahr in Deutschland drei Monate in Folge (Juli, August, September) mit einem Anteil von ca. 25 Prozent (Menge) Marktführer im Segment der kompakten Systemkameras; die Nikon 1 Kameras waren zudem die meistverkauften



Der CMOS-Sensor im CX-Format ist ca. viermal größer als die in den meisten Kompaktkameras eingesetzten Sensoren.

kompakten Systemkameras in Europa. Immer wieder landete die Nikon 1 J1 in den regelmäßig erhobenen GfK Hitlisten auf dem ersten Platz. Für den Fotohandel bieten sich dadurch besondere Umsatzchancen, denn die Nachfrage nach kompakten Systemkameras wächst rasant: Allein im Oktober dieses Jahres nahm die Nachfrage in diesem Segment gegenüber dem Vorjahr in Deutschland um ca. 80 Prozent zu, vornehmlich durch Aufsteiger aus der Kompaktkamera-Klasse. Hier bietet das Nikon 1 System dem Fotohandel gute Verkaufsargumente: Die Kameras sind durch das von Nikon entwickelte

CX-Format ausgesprochen kompakt, das Sensorformat ist aber mit Abmessungen von 13,2 x 8,8 mm ca. viermal größer als das der meisten Kompaktkameras. Dabei bieten die Nikon 1 Kameras besonders in Sachen Schnelligkeit und Flexibilität Leistungsdaten, die keinen Vergleich mit sehr viel größeren und teureren Modellen zu scheuen brauchen, und zwar bei Foto und Video. Während die Nikon 1 J2 mit Farbvielfalt und erstklassigem Design die aktuellen Lifestyle-Trends aufgreift, richten sich die Nikon 1 V Modelle mit ihrem hochauflösenden Sucher und anspruchsvollen Funktionen nicht nur an Aufsteiger, sondern auch an ambitionierte Fotografen, die eine kompakte Zweitkamera zu schätzen wissen. In dem Fall gilt: Durch den kontinuierlichen Ausbau der Objektiv- und Zubehörpalette erweitert Nikon konsequent die Möglichkeiten in diesem Segment.

Rasanten Flaggschiff

Rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft kommt die Ende Oktober angekündigte Nikon 1 V2 (siehe *imaging+foto-contact* 11/2012, S. 33/34) in den Fotohandel. Der von Nikon für das neue Modell entwickelte Slogan „I AM the fast camera“ und dem Subclaim „Für alles, was nur einmal geschieht“ ist Programm.



Das PoS-Material mit dem „I AM the fast camera“ macht auf die Schnelligkeit der Nikon 1 V2 aufmerksam.



Mit dem Funkadapter WU-1b ist die Nikon 1 V2 netzwerkfähig.

Denn das neue Flaggschiff der Nikon 1 Familie wartet vor allem mit Geschwindigkeitsrekorden auf: Der ultraschnelle Hybrid-AF ermöglicht mit seiner Kombination von Phasen- und Kontrasterkennung in Zusammenarbeit mit dem neu entwickelten Expeed 3A Bildprozessor eine maximale Aufnahmegeschwindigkeit von 15 Bildern pro Sekunde mit voller Auflösung und Autofokus-Nachführung. Zudem ist die neue Kamera im Vergleich zur Nikon 1 V1 noch lichtempfindlicher und bietet einen ISO-Bereich von 160 bis 6.400.

In die Entwicklung der Nikon 1 V2 sind auch Anregungen eingeflossen, mit denen Konsumenten auf die Nikon 1 V1 reagiert haben. Zu den Verbesserungen gehören ein integrierter Blitz, der direkte Zugriff auf die PSAM-Modi, eine intuitivere Menüführung, die neue Anordnung der Bedientas-



Handel



ten für bessere Zweihand-Bedienung und (mit Hilfe des Funkadapters WU-1b) die Netzwerkfähigkeit zur drahtlosen Übertragung der Bilder. Die Auflösung des CMOS-Sensors wurde auf 14,2 Megapixel gesteigert. Full-HD-Videofunktionalität und die Möglichkeit zur Abspeicherung von RAW-Daten im Nikon NEF-Format runden das anspruchsvolle Kamera-Konzept ab.

Verbessert bzw. erweitert wurden bei der Nikon 1 V2 auch die kreativen Funktionen. So werden im „Bewegter Schnappschuss“-Modus ein Foto und eine Zeitlupensequenz gemeinsam aufgenommen und gespeichert, und zwar anders als bei der V1 in einer einzigen Datei. Der bewährte „Smart Photo Selector“ wird durch die neue „Live Zeitlupe“ ergänzt. Während die Kamera beim Smart Photo Selector aus rund 20 Belichtungen automatisch das beste Bild auswählt und vier weitere Alternativen speichert, puffert die Kamera bei „Live Zeitlupe“ 40 Serienaufnahmen und spielt diese als Zeitlupenschleife auf dem Monitor oder im Sucher ab. So kann der Anwender in Ruhe den perfekten Moment aussuchen und mit einfachem Drücken des Auslösers bestätigen.

Zum Start ist die Nikon 1 V2 in zwei Kits verfügbar: mit dem VR 10–30 mm 1 Nikkor Objektiv für 899

Euro (UVP) oder mit den VR 10–30 mm und 30–110 mm 1 Nikkor Objektiven für 1.079 Euro (UVP).

„I AM Your Special Deal“

Auch nach der Einführung der Nikon 1 V2 bleibt die Nikon 1 V1 im Programm. Mit jüngst nach unten angepassten Preispunkten ist sie vor allem für SLR-Fotografen, die eine kompakte Zweitkamera suchen, ein attraktives Angebot. Hier sollte beim Verkauf auch der FT-1 Bajonett-Adapter angeboten werden, der die Verwendung praktisch jedes Nikkor Objektivs ermöglicht.

Farbenfroh

Liebe zum Detail macht die Nikon 1 J2 zu einem echten Designschmuckstück, das sich als Angebot besonders für die Weihnachtszeit empfiehlt. Die unterschiedlichen Farbvarianten ergän-

zen das puristische Design ideal, und ausgewählte Modelle bieten zudem strukturierte Oberflächen. Die kompakte Systemkamera gibt es in Schwarz, Weiß, Silber, Rot, Pink und einem besonders auffallenden Orange.

Massiver Werbedruck

Von Anfang an hat Nikon den Abverkauf des Nikon 1 Systems mit massiven Werbeaufträgen unterstützt. Das Unternehmen zeigte in diesem Jahr die meisten TV-Spots und war damit im Vergleich mit allen anderen Kameraherstellern auch beim Werbedruck die Nummer eins. Diese offensive Strategie setzt Nikon auch zum Jahresende fort: TV-Spots für die Nikon J2, zusätzliche Präsenz für die Nikon 1 V1 sowie umfassende Online- und Printmaßnahmen werden für starke Nachfrage im Fotohandel sorgen. Dabei sprechen die Werbeaussagen gezielt die unter-

Als „Special Deal“ bietet die Nikon 1 V1 jetzt ein besonders attraktives Preis-/Leistungsverhältnis.





Farbenfroh: Die Nikon 1 J2 Kameras und das PoS-Material setzen am PoS bunte Akzente.

schiedlichen Zielgruppen für die verschiedenen Modelle an. Bei der Nikon 1 J2 geht es mit dem Claim „I AM 1 Click Ahead“ bzw. „Für alles, was nur einmal geschieht“ um die Argumente: einfach, schnell, scharf. Bei der Nikon 1 V2 steht unter dem Motto „I AM the fast camera“ vor allem die Aufnahmegeschwindigkeit von bis zu 15 Bildern mit Autofokus-Nachführung im Blickpunkt. Die Nikon 1 V1 reüssiert mit dem Slogan „I AM Your Special Deal“ nicht nur mit ihrem besonders guten Preis-/Leistungsverhältnis, sondern auch mit dem Testsieger-Siegel, das

die Stiftung Warentest dieser Kamera im Frühjahr verliehen hat.

Für alle drei Modelle stellt Nikon dem Fotohandel attraktive PoS-Materialien zur Verfügung, die die Motive der Werbekampagne aufgreifen und so für Wiedererkennung im Geschäft sorgen. Dazu gibt es Flyer (mit passendem Dispenser), Regal-Wobbler, Präsentationswürfel und Backboard-Displays für die Erst- und Zweitplatzierung.

„Unsere jüngsten Produkteinführungen und Ankündigungen sowie der massive Werbeauftritt zeigen, dass

Nikon sich nicht auf den Erfolgen der letzten Monate ausruht“, erklärte Markus Hillebrand, Manager Communications/PR bei der Nikon GmbH.

„Wir bleiben im Gegenteil weiter am Drücker und verfolgen konsequent unser Ziel, die nachhaltige Nummer eins zu sein – und zwar nicht nur im Segment der kompakten Systemkameras, sondern in allen Kategorien.“



Systemausbau mit neuen Objektiven

Mit drei neuen 1 Nikkor Objektiven baut Nikon das Nikon 1 System weiter aus und vergrößert die fotografischen Möglichkeiten der kompakten Kameras. In den nächsten Monaten kann der Fotohandel mit interessanten Neuheiten rechnen, zum Beispiel mit einem Porträt-Teleobjektiv mit 32 mm Festbrennweite (86,4 mm KB) und einer hohen Lichtstärke von F1:1,2. Mit seinem besonders natürlichen Bokeh ist es hervorragend geeignet, um das Motiv vom unscharfen Hintergrund abzuheben.

Als zweiter Neuzugang erweitert ein Ultraweit-

winkel-Zoom mit einer Brennweite von 6,7–13 mm (18–35 KB) die 1 Nikkor Objektiv-Palette. Bei einer Lichtstärke von 1:3,5–5,6 bietet es als erstes Objektiv für das Nikon 1 System einen Bildwinkel von 100°; es ist mit dem VR Bildstabilisator ausgestattet.

Abgerundet wird das Neuheiten-Trio von einem kompakten und leichten Universal-Objektiv mit 10–100 mm Brennweite (27–270 mm KB) und einer Lichtstärke von 1:4–5,6. Mit diesen drei neuen Objektiven werden insgesamt neun Objektive für die Nikon 1 Systeme zur Verfügung stehen. Die Einführungsdaten, Preisempfehlungen und genauen Spezifikationen wird Nikon zu einem späteren Zeitpunkt bekanntgeben.



Die drei neuen 1 Nikkor Objektive mit den Brennweiten 32 mm (86,4 mm KB), 6,7–13 mm (18–35 KB) und 10–100 mm (27–270 mm KB) erweitern die fotografischen Möglichkeiten des Nikon 1 Systems.

Die neue Nikon DSLR D5200



Die neue Nikon D5200, hier in Bronze, ist auch in den Farben Schwarz und Rot lieferbar.

Mittelklasse

Mit der D5200 stellt Nikon eine neue Spiegelreflexkamera in der Mittelklasse vor. Sie ist mit einem 24,1 Megapixel CMOS-Bildsensor im DX-Format (APS-C) sowie einem 7,5 cm (3 Zoll) großen schwenk- und drehbaren Monitor ausgestattet und ermöglicht mit dem optional erhältlichen Funkadapter WU-1a die drahtlose Übertragung der Bilddateien.

Als dritte Kamera dieser Serie, im Anschluss an die D5000 und die D5100, bietet die Nikon D5200 mit dem neuen Bildprozessor Expeed 3 eine schnelle Datenverarbeitung, eine ausgezeichnete Farbwiedergabe sowie verbesserte Filmaufnahmen im Full-HD-Format. Die Lichtempfindlichkeit umfasst den Bereich von 100–

6.400 ISO und ist bis auf 25.600 ISO erweiterbar.

Das AF-Mess-System arbeitet mit 39 Messfeldern und neun Kreuzsensoren, um das Motiv an fast jeder Position präzise zu erfassen. Mit 2.016 RGB-Pixeln ermöglicht der Belichtungsmesser eine detaillierte Motivanalyse. Diese Daten werden auch für die automatische AF-Messfeldsteuerung und den Weißabgleich genutzt und machen es der Nikon D5200 möglich, die Schärfe schnell zu erfassen und automatisch nachzuführen.

Der schwenk- und drehbare 7,5 cm (3 Zoll) große LCD-Monitor der Nikon D5200 bietet hohe Gestaltungsfreiheit und Flexibilität, um auch aus ungewöhnlichen Perspektiven zu fotografieren. Mit dem optionalen Funkadapter WU-1a ist eine drahtlose Übertragung der Bilddaten zum PC und auf Smart-Geräte mit iOS oder Android Betriebssystem möglich. So können Fotos ganz einfach für soziale Netzwerke freigegeben oder per E-Mail weitergeleitet werden. Zudem können die verbundenen mobilen Geräte auch für die Fernauslösung genutzt werden.

Full-HD-Video

Die D5200 ermöglicht den schnellen Wechsel zwischen Foto- und Full-HD-Videoaufnahmen, die mit einer Bildrate von bis zu 60i oder 30p aufgezeichnet werden können. Der permanente Autofokus (AF-F) und die Schärfenachführung stellen sicher, dass bewegte Motive auch beim Filmen stets scharf bleiben. Für den guten Ton sorgt das integrierte Stereo-Mikrofon. Filmszenen können direkt in der Kamera bearbeitet werden, indem z. B. der Start- und Endpunkt gewählt oder einzelne Phasenbilder als Fotos gespeichert werden.

Eine Auswahl an sieben speziellen Effekten (Selektive Farbe, Miniatureffekt, High Key, Low Key, Silhouette, Farbzeichnung und Nachtsicht) ermöglicht außergewöhnliche Bilder. Die Filter funktionieren bei Foto- und Videoaufnahmen und werden im Live-View-Modus in Echtzeit auf dem Monitor dargestellt, so dass die Effekte bereits vor der Aufnahme beurteilt werden können. Darüber hinaus erzeugen der integrierte HDR-Modus (High Dynamic Range; hoher Dynamikumfang) und die Funktion Active D-Lighting besonders detailreiche Aufnahmen von kontrastreichen Motiven. Für die automatische Belichtungssteuerung stehen 16 verschiedene Motivprogramme zur Verfügung. Die Nikon D5200 ist voraussichtlich ab Anfang Dezember 2012 in den Farben Schwarz, Rot und Bronze lieferbar. Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten 809 Euro für das Gehäuse, 919 Euro im Kit (Schwarz) mit AF-S DX Nikkor 18–55 mm 1:3,5–5,6G VR, 899 Euro im Kit (Schwarz) mit AF-S DX Nikkor 18–55 mm 1:3,5–5,6G II und 1.029 Euro im Kit (Schwarz) mit AF-S DX Nikkor 18–105 mm 1:3,5–5,6G ED VR.

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.

Mein
cewe fotobuch
Mein Leben

www.cewe.de

 **cewe**
BEST IN PRINT

Foto und Video auf der boot 2013

Die „Water Pixel World“



In einem speziellen Ausstellungsbereich präsentiert die boot 2013, die vom 19.–27. Januar in Düsseldorf stattfindet, Foto- und Videoprodukte, die besonders für den Einsatz im Wasser und rund um das feuchte Element geeignet sind. Nach den erfolgreichen ersten Schritten mit der „Underwater Pixel World“ auf den boot Messen 2011 und 2012 wird das Angebot in der Messehalle 4 im kommenden Jahr deutlich ausgeweitet: Im Rahmen der „Water Pixel World“ geht es mit einem breiten Produktangebot um das Thema (Unter-)Wasser- und Outdoorfotografie.

So werden die Aussteller u. a. wassersporttaugliche Kameras, Zubehör, Befestigungen, Schutzhüllen, Objektive, Gehäuse, Beleuchtung, Ferngläser und Bildbearbeitungssoftware präsentieren. Dabei geht es auch um „Action“: Viele dieser Produkte können von den Besuchern direkt auf der Messe ausprobiert werden. Zudem gibt es die Möglichkeit, bestimmte Themen in Workshops zu vertiefen. Im Rahmen einer ideellen Partnerschaft wird der Industrieverband Spectaris auf der „Water Pixel World“ im Ausstellungsbereich „Watersports photo and video center“ Endkunden und Fachbesucher ansprechen und zusätzliche Informationen rund um die Unterwasser-, Freizeit- und Wassersportfotografie vermitteln. imaging+foto-contact hat mit Goetz-Ulf Jungmichel, Director der boot Düsseldorf, darüber gesprochen, was die internationale Leitmesse für den Fotohandel zu bieten hat.

imaging+foto-contact: Herr Jungmichel, die boot ist als Großmesse für Freizeitaktivitäten rund ums Wasser bekannt. Welche Aktivitäten können die Besucher in der Water Pixel World erwarten?

Goetz-Ulf Jungmichel: Die Water Pixel World ist als lebendiger



boot Direktor Goetz-Ulf Jungmichel: „Bei der boot findet man ein foto- und filmaffines Publikum, das nicht unbedingt eine Fachmesse der Branche besucht.“

Treffpunkt für die gesamte Community der Fotografen, Hersteller und Händler konzipiert. Innovative Foto- und Videoprodukte werden vorgestellt, können vor Ort ausprobiert und selbstverständlich bei der boot als Endverbrauchermesse auch gekauft werden.

Wichtig ist, dass wir nicht nur Hardware zeigen, sondern in Kooperation mit Ausstellern, Fachverbänden und renommierten Fotografen auch ein sehr umfangreiches Informationsprogramm mit kurzen, prägnanten Vor-

trägen für Profis, ambitionierte Hobbyfotografen und Einsteiger bieten. Und das an allen Messtagen von 10.00 bis 18.00 Uhr. Dafür stehen in der Messehalle 4 eine große Bühne und Räumlichkeiten, in denen Workshops durchgeführt werden können, zur Verfügung. Es geht dabei sowohl um die Präsentation und Anwendung von Technik, aber auch um Reiseberichte und Fotoexpeditionen, um die Weitergabe von Know-how zu Themen wie Bildbearbeitung, Filmdramaturgie, Umgang mit unterschiedlichen Motivwelten und um Fragen der Aus- und Weiterbildung. Wer sich intensiver mit einem Thema befassen möchte, hat dazu in den Workshops Gelegenheit.

Der Branchenverband Spectaris für Imaging + Phototechnik als unser ideeller Partner präsentiert sich darüber hinaus mit dem „Watersports photo and video center“ dem Publikum und steht für Fachfragen zur Verfügung.

imaging+foto-contact: Welche Zielgruppen möchten Sie damit ansprechen?

Goetz-Ulf Jungmichel: Zum einen unser vielfältiges Messepublikum, das segelt, surft, angelt, taucht und noch viele andere Wassersportarten betreibt. Wir haben das

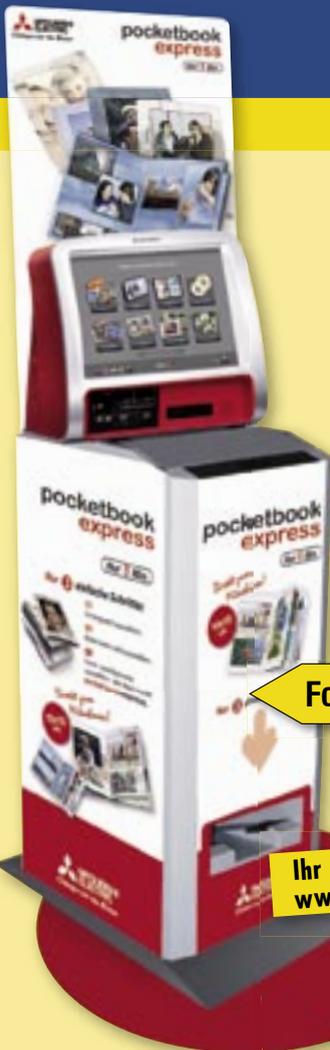
Ihr DGH. DER Kioskspezialist!

Sie wollen Ihr Kundenangebot erweitern?
Rufen Sie uns an, wir beraten Sie
gerne! Bei DGH erhalten Sie außerdem
Verbrauchsmaterial und Zubehör für
Ihr Kiosksystem über Nacht!* Klicken Sie
rein unter www.DGH.de/kiosksysteme

Heute bestellt. Morgen schon da!

Bei Bestellungen bis 13.00 Uhr
(freitags bis 12.00 Uhr) liefern wir
alle verfügbaren Artikel innerhalb
von 24 Stunden.*

*Vorausgesetzt die
Lieferung erfolgt als DHL
Standardpaket und Sie
sind im Nachsprung
durch DHL erreichbar.)



Warten auf das Fotobuch war gestern.
Pocket Book Express ist heute!



Fotobuch in 5 Minuten

Ihr HEK unter
www.DGH.de

**Mitsubishi
Pocket Book Express**

Kiosksystem

In nur 5 Minuten können Ihre Kunden das Mitsubishi Pocket Book
erstellen und ausdrucken. Ganz einfach und komfortabel.

Bestellnr. 513072 Mitsubishi Pocket Book Express inkl. Terminal



Interview

Angebot rund um Film und Foto vor zwei Jahren zunächst speziell auf die Tauchbranche zugeschnitten, aber sehr schnell festgestellt, dass nicht nur Taucher begeisterte Fotografen und Filmher sind, sondern auch die Besucher der anderen Angebotssegmente der boot: die Boots- und Yachteigner, die Charterer, die Surfer und Kiter. Und deshalb wird bei der boot 2013 aus der Underwater Pixel World nun die Water Pixel World.

Gerade die junge, trendbewusste Zielgruppe wird sehr von Outdoor-Fotografie und -film und vor allem von den Actioncams angezogen, die auch bei uns gezeigt werden.

Bei der boot findet man insgesamt ein foto- und filmaffines Publikum, das aber nicht unbedingt eine Fachmesse der Branche besucht. Wir möchten einerseits dieses Potenzial noch stärker ausschöpfen, aber auch neue Aussteller und Besucher gewinnen, die sich an der Schnittstelle Wassersport/Outdooraktivitäten und Fotografie/Film aufgehoben fühlen.

imaging+foto-contact: *Wie reagieren die Anbieter von Foto- und Video-Produkten auf dieses Messe-Angebot? Welche Aussteller haben Sie gewonnen?*

Goetz-Ulf Jungmichel: Unsere Aussteller bestätigen uns, dass

das boot-Publikum ihre Angebote sehr positiv aufgenommen hat und sind von der Messe als Plattform für Fotografie und Film überzeugt. Die boot bietet eine Fülle an Inspirationen für dieses Hobby und seine Produkte. Gerade Spiegelreflex- und Systemkameras, die wasserdicht und spritzwassergeschützt sind, treffen bei uns auf eine Fülle von potenziellen Anwendern.

Wir rechnen im kommenden Jahr mit rund 25 Ausstellern und Marken aus der Foto- und Unterwasserfoto-Industrie in der Water Pixel World, darunter Gopro, Minox, Olympus, Rolleiflex, Aqua-Fototeam, Digital Dive, Hydronalin, Sealux und Underwater Kinetics.

imaging+foto-contact: *Gibt es im Rahmen des neuen Ausstellungsbereiches auch spezielle Angebote für den Foto- und CE-Fachhandel?*

Goetz-Ulf Jungmichel: Nein, bis jetzt nicht. Wir sind ja auch in erster Linie eine Endverbrauchermesse, und wir stehen noch am Anfang, müssen also noch Entwicklungsarbeit leisten. Wir sind aber für Ideen stets offen und begrüßen Anregungen aus der Fachwelt.

imaging+foto-contact: *Danke für dieses Interview.*



Weltgrößte Yacht- und Wassersportmesse

Mit ihrem umfassenden Angebot zu allen Bereichen des Wassersports in 17 Hallen hat die boot Düsseldorf eine weltweit einmalige Position in ihrer Branche. Für die kommende Veranstaltung erwartet die Messe Düsseldorf 1.650 Aussteller aus mehr als 50 Ländern. In diesem Jahr verzeichnete die Messe 246.700 Besucher, davon rund 50.000 aus dem Ausland. Unter dem Motto „360° Wassersport erleben“ warten auf die boot-Besucher im kommenden Januar wieder 16 Erlebnis- und Themenwelten, die unterschiedliche Zielgruppen wie Angler, Surfer, Kiter, Taucher, Segler, Paddler oder Charterer ansprechen.

Die boot 2013 ist vom 19. bis 27. Januar täglich von 10.00 bis 18.00 Uhr geöffnet. Eintrittskarten sind im Online-Verkauf unter www.boot.de besonders günstig: Als Tageskarte kostet das eTicket für Erwachsene 14,00 Euro, vier Euro weniger als an den Tageskassen. Das Ticket für zwei Tage ist für 23,00 Euro erhältlich; Schüler und Studenten zahlen online 10,00 Euro. Die Karten können direkt nach dem Online-Kauf ausgedruckt und zur kostenlosen Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln des Verkehrsverbundes Rhein-Ruhr (VRR) in der Preisstufe D, Region Süd, genutzt werden.



Bereits auf den boot Messen 2011 und 2012 wurden Foto und Video in der „Underwater Pixel World“ erfolgreich präsentiert. Im kommenden Jahr wird dieser Sektor als „Water Pixel World“ ausgeweitet.

Braun stellt Kamera-Mikrofon TopMic120 vor

Braun Photo Technik stellt mit dem TopMic120 ein kompaktes und schlankes Kamera-Mikrofon vor, das speziell für Videoaufnahmen mit DSLR-Kameras entwickelt wurde. Nach Angaben des Herstellers verfügt das TopMic120 über eine Blitzschuhbefestigung und kann an allen Kameras mit externem Mikrofon-Eingang schnell und einfach angeschlossen werden.

Das TopMic120 wird über einen Ein-/Aus-Schalter bedient und mit zwei SR626W Knopfzellen betrieben; die Betriebsdauer liegt Unternehmensanga-



ben zufolge bei ca. 100 Stunden. Darüber hinaus verfügt das Gerät über eine Schwinghalterung für wirksame Geräuscherdrückung. Die Empfindlichkeit des Mikrofons wird über einen Schalter für lange bzw. kurze Distanzen und laute Umgebung geregelt.

Das Braun TopMic120 ist ab sofort verfügbar; der UVP liegt bei 99,90 Euro.

Jetzt verfügbar: Sihl Masterclass

Die Inkjet-Papiere Sihl Masterclass mit den Produktgruppen Glossy, Silk & Satin, Black & White und Creative Art sind jetzt verfügbar. Produkt-Highlights sind das Metallic Pearl High Gloss Photo Paper 290 mit einem faszinierenden Perlmutt-Schimmer sowie zwei matte Baumwollpapiere mit einer sehr homogenen und einer leicht strukturierten Oberfläche (Smooth Matt Cotton Paper 320 und Textured Matt Cotton Paper 320). Alle Medien sind in verschiedenen Blattformaten von A4 bis A2 sowie als Rollenware erhältlich.

Die Produkte der Masterclass Glossy Serie zeichnen sich durch einen besonderen Glanz und ihre homogene Oberfläche aus. Spitzenprodukt ist das Metal-

lic Pearl High Gloss Photo Paper 290, das in der Mode-, Hochzeits- oder Porträtfotografie mit Perlmutter-Effekten den Motiven eine besondere Leichtigkeit und Tiefenwirkung verleiht. Das hochglänzende High Gloss Photo Paper 330 zeichnet sich durch einen besonderen Glanz, hervorragende Kontraste und exzellente Farbwiedergabe aus.

Die Masterclass Silk & Satin Fotopapiere sind unempfindlich gegenüber Fingerabdrücken und besitzen eine hochwertige, seidenglänzende Oberfläche. Das Lustre Photo Paper 300 und das Lustre Photo Paper Duo 330 sind mit einer speziellen mikroporösen Beschichtung versehen und besonders für ambitionierte Amateure und Hochzeitsfotografen geeignet. Für Alben gibt es auch eine doppelseitig bedruckbare Variante. Spezialpapiere für hochwertige S/W-Drucke finden sich in der Masterclass Black & White Serie. Das Satin Baryta Paper 290 soll die Haptik, die Authentizität und die Haltbarkeit traditioneller Baryt-Papiere mit modernster Technik verbinden.

Luxuriös matte Oberflächen mit edler Anmutung sind die Kennzeichen der Masterclass Creative Art Produkte. Ein Vertreter dieser Gruppe ist das 400 g/m² schwere Matt Photo Canvas 400. Die spezielle Beschichtung des 2:1 Polyester-Baumwoll-Gewebes erzielt ausgezeichnete Ergebnisse in den Bereichen Farbwiedergabe, Schärfe, Kontrast und Lichtbeständigkeit.

Zwei neue Sihl Masterclass Papiere bestehen zu hundert Prozent aus Baumwollfasern. Während das Smooth Matt



Cotton Paper 320 eine sehr homogene Oberfläche besitzt, ist das Textured Matt Cotton Paper 320 leicht strukturiert. Beide Neuheiten bestehen aus säurefreiem Kunstdruckpapier und sind für Farb- und Schwarzweißdrucke gedacht, die eine lange Haltbarkeit (je

Photobücher in 10 Minuten!

Startklar ab €450,00

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



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

PROMAXX

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

nach Tinte bis zu 200 Jahre) und Archivierfähigkeit vorweisen sollen.

walimex mit lichtstarkem 85/1,5 Porträt-Objektiv

Das neue walimex 85/1,5 Objektiv für VDSLRs verbindet eine Festbrennweite von 85 Millimetern mit der hohen Lichtstärke von 1:1,5. Weitere Highlights sind einer Pressemitteilung zufolge die stufenlose Blendeneinstellung von 1,5 bis 22 sowie ein integrierter Zahnkranz mit Fokusring zur Anbringung von Schärfelochvorrichtungen.



Das walimex pro 85/1,5 Objektiv VDSLR wurde speziell für das Filmen mit DSLR-Kameras entwickelt. Es bietet eine rein manuelle Fokussierung, und die Blende lässt sich stufenlos von 1,5 bis 22 regulieren. Blendens- und Fokusring sind mit einem Zahnkranz versehen und können mit einem Follow-Focus-System genutzt werden. Zur besseren Lesbarkeit während des Filmens sind Entfernung- und Blendenskala seitlich angeordnet.

Ab sofort bietet walimex pro das Objektiv inklusive Objektivdeckel, Gegenlichtblende und Aufbewahrungstasche zu einem UVP von 359,99 Euro an. Es ist für Kameramodelle von Canon, Nikon, Olympus (Four Thirds), Samsung und Sony (Alpha und E-Mount) erhältlich.

dm Kundin bestellte Jubiläums-Exemplar

20 Millionen Cewe Fotobücher

Am 15. November wurde im dm-Markt in der Düsseldorfer Friedrichstraße ein Jubiläum gefeiert: Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender von Cewe, und Christoph Werner, Geschäftsführer von dm-drogerie markt, übergaben einen Reisegutschein im Wert von 4.000 Euro an die dm Kundin Annika Schvoll. Sie hatte das 20millionste Cewe Fotobuch in Auftrag gegeben.

Erst vor gut zwei Jahren hatte Cewe die Produktion des 10millionsten Exemplars seines Bestsellers bekanntgegeben. Seither verzeichnete das 2005 eingeführte Erfolgsprodukt weitere Wachstumsraten; allein im letzten Jahr wurden über 5 Millionen Cewe Fotobücher verkauft. „Die 20-Millionen-Marke ist ein Grund zum Feiern“, erklärte Dr. Rolf Hollander. „Es freut uns sehr, dass wir seit der Einführung des Cewe Fotobuchs als Markenartikel im Jahr 2005 so viele Kunden von diesem Produkt überzeugen konnten.“

Das Cewe Fotobuch als Hobby

Die „Jubiläums-Kundin“ Annika Schvoll hat überdurchschnittlich dazu beigetragen, dass Europas Bilddienstleister und dm so schnell die Bestellung des 20millionsten Cewe Fotobuchs feiern konnten. Denn die Düsseldorfer Mutter von zwei Kindern ist von diesem Bildprodukt wirklich begeistert. Bereits die Gestaltung des ersten Cewe Fotobuchs mit Bildern von ihrer Hochzeit machte ihr so viel Freude, dass daraus in der Folgezeit ein regelrechtes Hobby wur-

de. So erhalten die zwei Söhne der Familie jedes Jahr ein umfangreiches Cewe Fotobuch mit zahlreichen Bildern von den schönen und wichtigen Anlässen des Jahres. Bis zu 30 Stunden investiert Annika Schvoll in die liebevolle Gestaltung dieser Bildbände. Das beginnt mit dem Aussuchen der schönsten Fotos; dann denkt sich Annika Schvoll ein regelrechtes Konzept für das Cewe Fotobuch aus und beginnt mit der Realisierung. Dabei weiß sie die Vorteile der Cewe Bestellsoftware zu schätzen. „Mit seinen Automatikfunktionen hilft das Programm gut dabei, die Fotos auf die Seiten zu bringen“, erzählte sie den anwesenden Journalisten. „Und es bietet viele Möglichkeiten, die eigenen kreativen Ideen zu realisieren.“ Das macht der dm Kun-

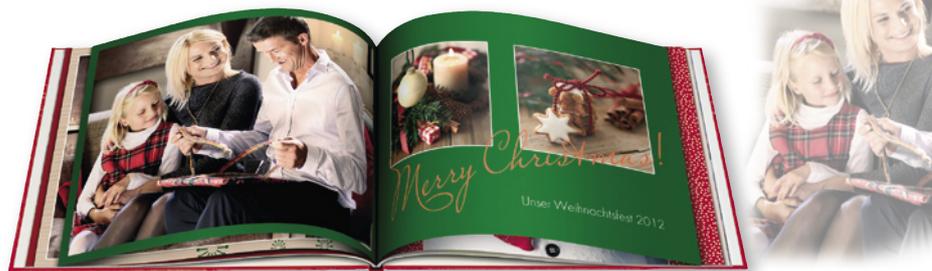
din so viel Spaß, dass sie auch die Erinnerungen an Urlaubsreisen, Wochenenden mit Freunden und schöne Ausflüge in einem Cewe Fotobuch festhält. Denn Bilder auf der Festplatte oder der Speicherkarte sind ihr einfach nicht genug. „Man muss Fotos anfassen können“, betonte Annika Schvoll.

Erfolgreiche Allianz

Dass das 20millionste Cewe Fotobuch bei dm in Auftrag gegeben wurde, ist kein Zufall: Das Unternehmen ist Europas führender Anbieter von Fotoprodukten. Seit dem Einstieg in das Fotofinishing-Geschäft im Jahr 1987 arbeitet dm mit Cewe zusammen. „dm hat dieses Geschäft mit Liebe aufgebaut und durch intensive Schulung der Mitarbeiter immer einen guten Service



Christoph Werner, Geschäftsführer von dm-drogerie markt (links), und Cewe Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander überreichen der Jubiläums-Kundin Annika Schvoll und ihrem Sohn Konstantin einen Reisegutschein im Wert von 4.000 Euro.



Die Weihnachtszeit ist inzwischen die mit Abstand wichtigste Saison für personalisierte Bildprodukte wie das Cewe Fotobuch, hier im Format Groß Panorama.

für die Kunden sichergestellt“, betonte Hollander, der als damaliger Geschäftsführer des Cewe Labors in Mönchengladbach die Zusammenarbeit mit dm von Anfang an miterlebt hat. „Wir sind sehr froh, dass wir diese erfolgreiche Geschichte als Dienstleister begleiten konnten.“ Auch das Potenzial des 2005 eingeführten Markenartikels Cewe Fotobuch haben die Verantwortlichen von dm-drogerie markt von Anfang an erkannt. „Als ich damals den Gründer von dm-drogerie markt, Götz Werner, anrief, um ihn



Auch für Cewe Wandkalender und personalisierte Cewe Weihnachtskarten ist jetzt Hochsaison.



Beispiel faszinierende Bildprodukte wie Fotobücher bestellen, dann tun sie das nicht nur einmal, sondern finden langfristig Gefallen daran.“ Das sei aber nur zu erreichen, wenn man diese Fotoprodukte im Geschäft attraktiv präsentiere und die Mitarbeiter die Kunden bei der Gestaltung unterstützen und ihre Fragen beantworten, betonte der dm-Geschäftsführer. In allen dm-Märkten nimmt der attraktiv gestaltete Fotobereich mit zahlreichen Bestell- und Sofortdruck-Terminals deshalb einen prominenten Platz ein und ist häufig bereits beim Betreten des Geschäftes zu sehen. Musterexemplare der Cewe Fotobücher werden auf den passenden Präsentern nach Themen geordnet präsentiert. Die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in den Filialen kennen sich mit der Bestellsoftware aus, denn sie haben in der Regel bereits selbst Fotobücher gestaltet.

über unser Konzept zu informieren, sagte er spontan „Da müssen wir dabei sein“, erinnerte sich Hollander.

Christoph Werner, Geschäftsführer von dm-drogerie markt, machte anlässlich des Jubiläums die Bedeutung der Bilddienstleistungen für das Unternehmen deutlich: „Das Fotogeschäft ist nicht nur zur Abrundung unseres drogistischen Sortiments wichtig, sondern auch, weil die dm-Kunden unsere Kompetenz im Bereich Foto schätzen und hohe Erwartungen haben. Das gilt auch angesichts der Veränderungen, die die digitale Fotografie mit sich gebracht hat. Die Zahl der Fotoarbeiten ist zwar durch die Digitalfotografie zurückgegangen, aber der Schein trügt: Wenn die Kunden erst einmal wissen, was sie alles mit ihren digitalen Fotos tun können, zum

Allein in diesem Jahr hat dm-drogerie markt 23 Millionen Euro in die Präsentation der Bilddienstleistungen in den rund 1.350 deutschen dm-Märkten investiert. Dass sich dieser Einsatz lohnt, zeigt sich daran, dass das Unternehmen in seinen europaweit 2.700 Märkten jährlich mehr als 31 Millionen Fotoaufträge bearbeitet. Und Werner sieht noch weiteres Wachstumspotential. „Der Markt für personalisierte Bildprodukte ist nur durch die Bereitschaft der Fotobranche begrenzt, in Marketing-Aktivitäten zu investieren“, erklärte der dm-Geschäftsführer. Deshalb hält Werner auch viel von der alten Kaufmannsweisheit „Konkurrenz belebt das Geschäft“: „Wir freuen uns über jedes Unternehmen, das in die Vermarktung personalisierter Bildprodukte investiert und damit die Nachfrage unterstützt.“

Deutschlands beliebtester Drogeriemarkt

Der Kundenmonitor Deutschland 2012, eine große Verbraucherstudie der Münchener Service Barometer AG, hat dm-drogerie markt als klare Nummer eins der überregionalen Drogeriemärkte in Deutschland bestätigt. Mit einer Bestnote von 1,93 schnitt das Unternehmen bei der Kundenzufriedenheit so gut ab wie nie zuvor seit der ersten Befragung im Jahr 1993. Dabei verbesserte dm sein Ergebnis bei allen fünf Kernkriterien: Zufriedenheit, Preis-/Leistungsverhältnis, Wettbewerbsvorteile, Wiederwahlabsicht und Weiterempfehlungsabsicht. Auch in 18 der weiteren 20 abgefragten Kategorien wie Freundlichkeit der Mitarbeiter, Auswahl und Angebotsvielfalt an Bioprodukten und Eigenmarken gaben die 2.040 im Rahmen der Studie interviewten dm-Kunden ihrem Drogeriemarkt zum Teil deutlich bessere Noten als zuvor.

Auf die Frage nach ihrem favorisierten Drogeriemarkt hat sich eine klare Mehrheit für dm entschieden. Im Gesamtbild bevorzugten mehr als 40 Prozent (2011: 38 Prozent) der Befragten einen der 1.300 dm-Märkte in Deutschland bei ihrem Einkauf. Die anderen beiden nationalen Anbieter Rossmann und Müller werden von 28 bzw. 9 Prozent der befragten Kunden bevorzugt.

Erstmals wurde in diesem Jahr auch das Fotoservice-Geschäft in den Kundenmonitor Deutschland aufgenommen. Das Fotoparadies von dm wurde dabei mit der Note 1,79 auf Anhieb auf den ersten Platz gewählt. Auf Platz 2 folgt der Fotoservice von Rossmann (1,91); der Online-Anbieter Snapfish (2,05) belegt den dritten Platz. Auch beim Preis-/Leistungsverhältnis (1,99), Weiterempfehlungsabsicht (1,77) und Wettbewerbsvorteilen gegenüber anderen Anbietern (2,35) erzielte der dm-Fotoservice die Branchen-Bestmarke.

Die Weihnachtspromotions von DNP

Sofortdruck besonders günstig

Zur Weihnachtszeit will DNP mit attraktiven Angeboten für den Fotohandel für festliche Stimmung beim Sofort-Fotoservice sorgen. Das betrifft nicht nur Software-Lösungen, mit denen Betreiber von DNP Sofortdruck-Systemen personalisierte Weihnachtskarten und neue Kalender herstellen können.

Teilnehmende DNP-Distributionspartner bieten zudem die Drucklösungen DS40, DS-RX1 und das DS-SL20 SnapLab sowie das DS-ID400 Passbildsystem zu attraktiven Sonderpreisen an.

Bis zum neuen Jahr soll sich für den Fotohandel der Umstieg auf DNP Systeme besonders lohnen. Wer eine vergleichbare Drucklösung anderer Hersteller in Zahlung gibt, erhält zusätzlich zu den Sonderkonditionen weitere Fotomedien gratis. Beim Kauf eines DS40 Thermosublimationsdruckers gibt es beispielsweise kostenloses Material für 1.600 Bilder 10 x 15 cm oder 800 Fotos im Format 15 x 20 cm. Der DS40 druckt ein Bild im Format 10 x 15 cm innerhalb von ca. 8 Sekunden, bietet aber auch die Möglichkeit zur Herstellung von Prints bis zu 15 x 20 cm. Auf demselben Fotopapier können Ausdrücke wahlweise in Hochglanz oder Matt hergestellt werden.

Beim Kauf eines 6-Zoll-Fotodruckers DS-RX1 gibt es beim Eintausch eines Altgerätes Medien für 2.800 Bilder im Format 10 x 15 cm oder 1.400 Fotos im Format 15 x 20 cm dazu. Der Drucker ist für die Formate 10 x 15 cm, 13 x 18 cm und 15 x 20 cm (Hochglanz oder Matt) in Auflösungen von 300 x 300 dpi und 300 x 600 dpi geeignet. Eine

Medienkassette reicht für 700 Bilder im Format 10 x 15 cm, so dass selten gewechselt werden muss.

Ebenfalls Material für 2.800 Bilder 10 x 15 cm oder 1.400 Ausdrücke 15 x 20 cm gibt es für das Altgerät beim Kauf eines SnapLab DS-SL20 Fotokiosks. Das kompakte Gerät benötigt nur wenig Stellfläche und druckt ein 10 x 15 cm Foto in 8,1 Sekunden.



Auch der Sofortdrucker DNP DS40 wird in der Weihnachtszeit zu Sonderkonditionen angeboten.

Günstige Konditionen bietet DNP auch bei der Passbild-Lösung DS-ID400 an. Das Komplettsystem aus Kamera und Drucker ist von der Aufnahme über die Voransicht bis zum Druck sehr einfach zu bedienen. Das Bild wird kabellos von der Kamera direkt zum Drucker gesendet, ohne dass ein PC notwendig ist. Die neue Firmware V2.1 hat nicht nur die Druckschärfe und die Zuverlässigkeit der Kabellos-Funktion verbessert, sondern ermöglicht auch neue profitable Op-



Beim Eintausch eines vergleichbaren Altgerätes gibt es beim Kauf eines DNP SnapLab DS-SL20 Fotokiosks Medien für 2.800 Bilder im Format 10 x 15 cm gratis.

tionen: So können spezifische Vorlagen und Druckpakete erstellt, die Zahl der Bilder pro Kunde erhöht und anpassbare Rahmenbereiche, Schnittmarkierungen und individuelle Drucklayouts generiert werden. Das Einfügen von Logos und Text sowie der Ausdruck von Porträtbildern ist ebenfalls möglich. DNP bietet das Passbild-System DS-ID400 im Komplettpaket mit Medien für 600 Bilder im Format 9 x 10 cm an. Damit können die Betreiber nach Angaben von DNP Gewinne erwirtschaften, die über der Investition für das Gerät liegen.



Zum Lieferumfang des Passbild-Systems DS-ID400 von DNP gehört Material für 600 Bilder im Format 9 x 10 cm.

Neuheiten



Die neue LED-Weihnachtskugel kann mit einem persönlichen Foto versehen werden und in verschiedenen Farben leuchten.

posterXXL Weihnachtsshop

Im Online-Weihnachtsshop von posterXXL stehen ab sofort neben beliebten Klassikern auch Geschenke-Neuheiten zur Auswahl. Bei Fotokalendern mit eigenen Motiven reicht das Angebot dabei vom Tischkalender auf dem Schreibtisch bis zum zwei Meter langen Panorama-Kalender XL. Individuelle Adventskalender, eigene Motive auf Weihnachtskarten und originelle Geschenkideen können im Weihnachtsshop schnell und unkompliziert erstellt werden. Christbaumkugeln und Smartphone-Cases lassen sich ebenso kreativ gestalten wie Schneekugeln und kuschelige Weihnachtselfe. Extra groß zum Befüllen sind die Weihnachtsstrümpfe mit Bär- oder Nikolausmotiv und je einem eigenen Bild. Alle Produkte aus dem Weihnachtsshop, die bis zum 16.12.2012 mit Weihnachtsgarantie bestellt werden, liegen sicher unterm Baum, heißt es in einer Pressemitteilung.

Canon erweitert EF Objektiv-Portfolio

Canon hat sein EF Objektiv-Portfolio um die beiden Objektiv EF 24-70 mm 1:4L IS USM und EF 35 mm 1:2 IS USM erweitert. Sie sind besonders für die kreative Bildgestaltung in der Reportage-, Landschafts-, Porträt- und Reisefotografie geeignet.

Die neuen Objektiv bieten sich insbesondere für den Einsatz mit Canon DSLRs wie beispielsweise der neuen EOS 6D an. Asphärische Linsen und eine für jedes Linsenelement angepasste Super Spectra Vergütung, die Canon Bildstabilisator-Technologie und ein Ultraschallmotor für extrem schnelle automatische Scharfstellung (AF) sollen in beiden Modellen eine exzellente optische Leistung gewährleisten. Das EF 24-70 mm 1:4L IS USM ist zudem das neueste Canon Objektiv mit Hybrid IS für verwacklungsarme Fotos über den gesamten Aufnahmebereich.

Das mit zwei asphärischen Linsen ausgestattete EF 24-70 mm 1:4L IS USM eignet sich besonders für die Reportage- und

Hochzeitsfotografie und kombiniert einen wichtigen Standard-Brennweitenbereich mit der hohen Konstruktions-Qualität der L Serie. Eine neue Makro-Funktion ermöglicht eine maximale Vergrößerung von 0,7. Die verbesserte Super Spectra Vergütung reduziert chromatische Aberrationen, Farbfehler und Streulicht. Eine konstante Lichtstärke von 1:4 über den gesamten Brennweitenbereich gibt Fotografen viele Möglichkeiten zur kreativen Bildgestaltung für Aufnahmen mit attraktiver Hintergrundunschärfe. Das Äußere des Objektivs zeichnet sich durch eine Lederstruktur-Oberfläche und eine überarbeitete Form mit besser platziertem Fokus- und Zoomring aus. Das vor Staub und Spritzwasser geschützte Objektiv ist robust, eine Lock-Funktion schützt die Linsen beim Transport vor Erschütterungen. Die Fluorbeschichtung an Front- und Hinterlinse verringert die Ablagerung von Staub, Schmutz und Fingerabdrücken.

Das neue EF 35 mm 1:2 IS USM mit einer asphärischen Linse ist Canons erstes 35-mm-Festbrennweiten-Objektiv mit optischem Bildstabilisator. Die hohe Lichtstärke von 1:2 ermöglicht eine gezielte Steuerung der Schärfentiefe. Der optische Bildstabilisator ermöglicht nach Angaben von Canon bis zu vier Stufen längere Belichtungszeiten beim Fotografieren aus freier Hand. Eine intelligente Erkennung von Kameraschwenks unterstützt den IS-Modus Kameraschwenk, wobei der Bildstabilisator automatisch angepasst wird, um Bewegung mit noch größerer Präzision festzuhalten.

Zum Lieferumfang beider Objektiv gehören neu konzipierte Mark II Objektivdeckel mit einem mittig auf der Abdeckung im Gegensatz zum seitlich positionierten Arretier-Mechanismus. Ein einfacher Druck auf die Arretierung erlaubt schnelles Entfernen und Anbringen der Objektivdeckel. Die überarbeiteten Objektivdeckel werden ab Januar 2013 mit allen neu verkauften Objektiv des gesamten Canon EF Objektiv-Portfolios ausgeliefert.

Das EF 24-70 mm 1:4L IS USM ist für 1.459 Euro (UVP) und das EF 35 mm 1:2 IS USM für 849 Euro (UVP) erhältlich. Beide Objektiv sind voraussichtlich ab Dezember 2012 verfügbar.



Canon EF 24-70 mm 1:4L IS USM

Rollei

SINCE 1920

CHIP
Gesamtbewertung 87,7%,
Testurteil gut
„Als Reisetativ empfiehlt sich das kompakte Rollei Fotopro C5-i mit seiner tollen Performance und Platz zwei auf dem Siebertreppen.“
CHIP FOTO-VIDEO
Ausgabe 08/2012

43 cm
156 cm
11 cm

für DSLR
1700 g
8 kg
24 Monate Austauschservice

Fotopro exklusiv für Rollei:

Stativ C5i

- Kompaktes, 4-fach ausziehbares 4-in-1-Stativ, Umbau zum Einbeinstativ möglich
- Drehbare Mittelsäule für Makrofotografie (Retrostellung)
- Mit Schnellwechselflatte, Säulenbremse, handlichen Schnellklammern und rutschfesten Schaumstoffgriffen an den Stativbeinen
- Inkl. 3D-Kugelkopf für professionelle Anwendungen – mit Wasserwaagen zur vertikalen und horizontalen Ausrichtung sowie Stativtasche



www.rollei.com



Jede Woche neu!
Großes Gewinnspiel – auf
facebook.com/rollei

Foto Hauschildt setzt auf das Fujifilm Frontier LP 5700R

Keine Angst vor „nassen“ Bildern



Drylabs sind bei der Bildproduktion im Geschäft ein aktueller Trend, aber auch für den Einsatz eines „klassischen“ Minilabs gibt es gute Gründe. Das gilt vor allem, wenn die Kunden einen besonders schnellen Service erwarten und die Qualitätsanmutung eines „echten“ Fotos zu schätzen wissen. Deshalb hat sich Christian Hauschildt, in dritter Generation Chef von Foto Hauschildt in Darmstadt, ganz bewusst für das „nasse“ Minilab Fujifilm Frontier LP 5700R entschieden.

Das 1945 gegründete Fotohaus, das heute in zentraler Lage in der Darmstädter Fußgängerzone auf rund 160 Quadratmetern Verkaufsfläche ein Vollsortiment für Foto und Video präsentiert, ist seit dem Einstieg in die eigene Bildproduktion im Geschäft Fujifilm-Partner. Dem ersten Frontier 370, das 2001 gekauft wurde, folgte ein Frontier LP 5500, das im Frühjahr dieses Jahres durch ein Frontier LP 5700R abgelöst wurde. „Wir haben uns diese Maschine nach sorgfältigem Abwägen des Für und Wider und intensiven Diskussionen mit Kollegen angeschafft, weil wir übereinstimmend der Meinung sind, dass es unsere Ansprüche besser erfüllen kann als eines der aktuellen Drylabs“, sagte Hauschildt im Gespräch mit *imaging+foto-contact*.

Das wichtigste Argument für das klassische Gerät ist seine Schnelligkeit: Bis zu 2.040 Bilder im Format 10 x 15 cm lassen sich mit dem Minilab produzieren. „Diese rechnerische Kapazität brauchen wir natürlich in der täglichen Arbeit nicht, aber dank der Verarbeitungszeit von weniger als 1,5 Minuten für eine Aufnahme ist beispielsweise ein Auftrag mit 24 Bildern

im Format 10 x 15 cm in etwa zwei Minuten und 30 Sekunden fertig, und selbst auf Aufträge mit 100 und mehr Fotos kann der Kunde warten, wenn er es eilig hat“, so Hauschildt. Geschätzt wird die Zeitersparnis vor allem von den zahlreichen Fotoprofis, die Foto Hauschildt zu seinen Kunden zählt, denn das Unternehmen ist Nikon Professional Partner. Auch die vielen Gewerbekunden aus Industrie, Forschung, Stadtverwaltung und dem nur wenige Minuten Fußweg entfernten Staatstheater haben es häufig eilig, wenn es um ihre Bilder geht.

Echte Fotoqualität

Neben dem hohen Bearbeitungstempo spielt gerade für die anspruchs-

volle gewerbliche und professionelle Kundschaft auch die Qualität der produzierten Fotos eine wichtige Rolle. „Meiner Meinung nach, und ich weiß, dass auch die meisten unserer Kunden so denken, ist ein klassisches Foto auf echtem Fotopapier haptisch angenehmer. Fotos auf echtem Fotopapier fühlen sich einfach besser an“, erklärte Hauschildt. Und er fügte hinzu, dass diese Meinung immer wieder von (Neu-)Kunden bestätigt werde, die mit den Bildern von einem Fotokiosk in einem Drogeriemarkt oder dem benachbarten Elektronikmarkt nicht zufrieden seien.

Produziert werden bei Foto Hauschildt alle mit dem Frontier LP 5700R möglichen Formate zwischen 9 x 13 cm und



Das Fachgeschäft in der Darmstädter Fußgängerzone bietet auf rund 160 Quadratmetern Verkaufsfläche ein Vollsortiment für Foto und Video an.

30 x 45 cm in matt oder glänzend; für größere Formate stehen darüber hinaus zwei Epson Großformatdrucker im Netzwerk bereit. Der Löwenanteil entfällt auf 10 x 15 cm-Fotos, „aber das für uns neue Format 15 x 20 cm, das wir jetzt mit der neuen Maschine anbieten, ist mittlerweile zu einem Renner mit erfreulichen Margen geworden“, berichtete Hauschildt.

Wertschöpfung mit Fotobüchern

Die Kombination aus Schnelligkeit und hoher Qualität wirkt sich auch positiv auf die Umsätze mit Fotobüchern aus. Denn mit dem im Netzwerk integrierten Photobook Builder werden Fotobücher im Format 15 x 20 cm mit bis zu 26 Seiten und bis zu 62 Fotos in maximal einer Stunde weitgehend automatisch pro-

Mit einem Verkaufspreis von 30,99 Euro für die 26-Seiten-Variante tragen Fotobücher in erfreulichem Maß zur Wertschöpfung an der Bildertheke bei. Unterstützt wird das Fotobuchgeschäft durch Werbeaktivitäten in der Lokalpresse und am Point of Sale sowie durch Gutscheinkaktionen, die immer wieder neue Kunden ins Geschäft ziehen. Und natürlich gibt es auch ein Demo-Fotobuch, mit dem der Kunde sich vor Ort von der hohen



Starke Kombination: das Fujifilm Frontier LP 5700R und der photobook Builder für die schnelle Produktion von Fotobüchern.



Fünf Stationen stehen für die Annahme der Fotoaufträge bereit.



Christian Hauschildt zeigt ein Fotobuch, das mit dem Frontier Minilab und dem Photobook Builder produziert wurde. Für die Gestaltung gibt es ein separates Annahmeterminal.

Dabei werden bei Hauschildt nicht nur Digitalfotos, sondern nach wie vor auch Negative verarbeitet. „Da wir, inzwischen allerdings nur zweimal pro Woche, die Negativfilme noch selbst entwickeln, haben wir in diesem Bereich einen treuen Kundenstamm, der von ausschließlich digital arbeitenden Kollegen nicht mehr bedient werden kann“, stellt Hauschildt fest.

duziert. Für die Gestaltung steht neben den fünf normalen Annahmeterminals ein spezielles Fotobuch-Terminal bereit. „Dort können die Kunden ihr Fotobuch automatisch von der Software gestalten lassen, sie können aber auch eigene Wünsche verwirklichen; auch die Übertragung von zu Hause produzierten Daten für ihr Fotobuch ins System ist möglich“, erklärte Hauschildt.

Produktqualität überzeugen kann. „Ich freue mich schon jetzt auf das Weihnachtsgeschäft, wenn wieder viele Kunden auf den letzten Drücker kommen und Fotobücher haben wollen“, so Hauschildt. „Denn viele von ihnen werden von der Produktqualität und unserer hohen Serviceleistung so überzeugt sein, dass sie zu Stammkunden werden.“

Fernoptik und Präzisionsprodukte für Astronomie

Bilora vertreibt Vixen

Ab 1. November hat Bilora den Exklusiv-Vertrieb der Präzisionsoptiken von Vixen für den deutschen Fotofachhandel übernommen. Vixen fertigt seit 1949 ausschließlich in eigenen Produktionsstätten; der gleichbleibend hohe Qualitätsstandard in der Fernglas- und Teleskop-Fertigung wurde von der Verbraucherorganisation „Japanese Consumers Association“ mit dem „Grade A“- Gütesiegel für höchste Qualität ausgezeichnet.



Hochwertige Fernoptik gehört zum Kernsortiment von Vixen.

Das Produktsortiment umfasst astronomische Teleskope für den Einstieg bis hin zu Großteleskopen für den wissenschaftlichen Anwendungsbereich in Observatorien und Privatsternwarten. Auch das umfangreiche Fernoptik-Angebot mit Ferngläsern, Spektiven und Zieloptiken für die Jagd erfreut sich aufgrund der hohen Qualität und dem bezahlbaren Preis immer größerer Beliebtheit im Fachhandel. Die Ferngläser und Spektive sind wasserdicht, multivergütet und mit einer Stickstofffüllung versehen, zudem werden u. a. Abbe König-Prismen verwendet, um eine möglichst hohe Lichttransmission zu erreichen.

Innovation für die Astrofotografie

Das neueste Vixen Produkt, der Polarie Star Tracker, wurde speziell für den Fotofachhandel entwickelt, um auf einfache Weise faszinierende Aufnahmen des nächtlichen Sternenhimmels zu ermöglichen. Der nur 740 g leichte Tracker kann nicht nur die Sterne verfolgen und punktförmig abbilden, sondern ermöglicht auch Fotos von Landschaften mit einem scharf wiedergegebenen Sternenhimmel. Ohne Tracker werden die Himmelskörper nur unscharf abgebildet. Denn wer Sterne fotografieren möchte, muss

vielfach mehrere Minuten lang belichten. Da sich die Erde jedoch in dieser Zeit weiter um ihre eigene Achse dreht, bewegen sich auch die Gestirne weiter und werden so auf Aufnahmen zu langen Strichen. Mit der Entwicklung des Polarie Star Trackers hat Vixen das Problem der Sternwanderung beseitigt. Denn das Gerät führt die darauf befestigte Kamera entgegengesetzt der Erddrehung nach und ermöglicht so eine scharfe, punktförmige Abbildung des Sternenhimmels auch bei langen Belichtungszeiten. Der Polarie Star Tracker ist mit einem Einstellrad für Himmel und Landschaft, Mond, Sonne und Sternnachführung ausgestattet. Ein Pol-

höhenmesser dient zur schnellen Ausrichtung auf den Himmelspol, die externe Stromversorgung erfolgt über einen USB-Anschluss. Auch ein eingebauter Kompass zum schnellen Finden der Himmelsrichtung ist inklusive. Als Sonderzubehör steht u. a. ein Polsucherfernrohr zur exakten Ausrichtung auf den Himmelspol für Langzeitbelichtung bis in den Telebereich zur Verfügung.

Mehrere Fachzeitschriften, wie z. B. das Fotomagazin, berichteten mittlerweile über die Funktionalität dieses Fotozubehörs, das durch seine kompakte Bauweise und sein geringes Gewicht einzigartig ist.



Der speziell für den Fotofachhandel entwickelte Polarie Star Tracker macht es möglich, auch mit langen Belichtungszeiten Sterne scharf aufzunehmen, indem er die Drehung der Erde durch Nachführen der Kamera ausgleicht.

Stativserien Twister Neo und Travellux von Bilora jetzt verfügbar

Die beiden Stativserien Twister Neo und Travellux von Bilora sind ab sofort verfügbar. Die Stativserie Twister Neo mit integriertem Einbeinstativ zeichnet sich durch eine schlanke Form und ein verringertes Gewicht aus. Sowohl die schaumstoffummantelten Schenkel als auch die Mittelsäule sind verdrehsicher ausgeführt. Durch den bereits bewährten Klappmechanismus wurde das Transportmaß auf nur 38 cm verringert, so dass das Stativ bequem in der mitgelieferten gepolsterten Tragetasche mitgeführt werden kann.

Der stabile Kugelkopf bietet neben der Panoramafunktion eine komfortable Einknopf-Bedienung mit leichter Vorfriktion. Eine integrierte Wasserwaage und eine Libelle in der Kameragrundplatte sollen für eine präzise Ausrichtung sorgen. Eine Inbusmadenschraube dient der Verdrehsicherung des Kopfes. Die vergrößerte Kamera-Schnellwechsel-Platte ermöglicht eine flexiblere Positionierung der Kamera.

Die Mittelsäule ist mit einem integrierten, gefederten Lasthaken ausgestattet, die im Lieferumfang befindlichen Stahlspikes sorgen für festen Halt auf unebenen Untergründen. Für bodennahe Aufnahmen wird die Grundplatte mit dem Kugelkopf auf den mitgelieferten Montagekonverter montiert und erreicht damit eine minimale Aufnahmehöhe von 21 cm.

Die Stativserie Twister Neo in Blau oder Schwarz ist zu einem UVP von 199,90 Euro verfügbar. Als Zubehör werden



Die Stativserie Twister Neo ist auch in Schwarz verfügbar.

eine Polstertasche, Wechsel-Fußspikes und ein Montage-Konverter mitgeliefert. Das Reisestativ Travellux zeichnet sich durch um 180° klappbare Schenkelrohre und somit ein Transportmaß von nur 31 cm

aus. Der Kugelkopf besitzt eine kleinere Schraube zur Fixierung der Panoramafunktion sowie eine größere zur Fixierung der Kugelfunktion. Die wendbare Montageschraube bietet allen Köpfen – mit 1/4" oder 3/8" – eine sichere Aufnahme.

Zur Ausstattung gehören außerdem Kurzweg-Drehklemmen zur Auszugsjustierung, ein gefederter Lasthaken, eine Winkelverstellung in drei Positionen sowie Libelle und Tragetasche. Die wendbare Mittelsäule ermöglicht Reproaufnahmen oder bodennahe Fotos.

Der UVP für das in Schwarz verfügbare Travellux beträgt 129,90 Euro.

Jetzt auch Echtfotobücher von myphotobook

Der Bilddienstleister myphotobook.de erweitert sein Sortiment um Fotobücher aus echtem Fotopapier. Der Digital-

drucker betont in einer Pressemitteilung, dass sich mit dem fotochemischen Verfahren anders als beim Druck selbst feinste Farbabstufungen realisieren lassen. „Das Ergebnis sind gestochen scharfe Fotos in lebendigen und satten Farben. Auch der Kontrastumfang ist bei Ausbelichtung deutlich größer“, erklärte das Unternehmen.

Ausbelichtet wird das Echtfotobuch wahlweise auf seidenmattem oder hochglänzendem Fujicolor Crystal Archive Album Papier. Durch die extraflache LayFlat-Bindung kommen besonders gut Bilder zur Geltung, die sich über eine Doppelseite erstrecken. Das Echtfotobuch von myphotobook.de ist ab sofort in mehreren Formaten



Durch die LayFlat-Bindung kommen doppelseitige Fotos besonders gut zur Geltung.

erhältlich, von A5 bis A3 und auch quadratisch. Die Preise beginnen bei 20,95 Euro, geliefert wird, je nach gewähltem Versandmodell, innerhalb von fünf bis acht Werktagen. Das Echtfotobuch ergänzt das umfassende Produkt-Portfolio des Berliner Fotobuchanbieters, der bereits in 16 europäischen Ländern präsent ist und neben Fotobüchern, Kalendern, Postern, Leinwänden und einem klassischen Fotoservice auch Wanddekorationen auf Alu Dibond-Platte in Galeriequalität anbietet.

Kann hell, kann dunkel.

SIHL MASTERCLASS

DIE FEINE ART ZU DRUCKEN
THE FINE WAY TO PRINT

KONTRASTE SIND UNSERE SPEZIALITÄT

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

www.sihl-masterclass.de

Die neue Sigma Markenstrategie

Qualität in drei Kategorien

Mit einem neuen Markendesign will Sigma seine traditionellen Markenwerte und das Gütesiegel „Made in Japan“ stärker in den Vordergrund stellen. Zudem wird die umfangreiche Objektiv-Palette ab sofort in drei Anwendungskategorien klassifiziert, die es dem Fotohandel einfach machen sollen, den Kunden das jeweils passende Produkt anzubieten. Mit diesen Maßnahmen will das japanische Unternehmen die Marke Sigma als Maßstab für Qualität und Spitzentechnologie positionieren und dabei sowohl Profi- als auch Hobbyfotografen ansprechen.

Seit der Firmengründung durch den Anfang dieses Jahres verstorbenen Michihiro Yamaki basiert die Produktion der Sigma Objektive im japanischen Aizu auf drei Säulen: Neueste wissenschaftliche Erkenntnisse, präzise Fertigungsverfahren und sorgfältige Inspektion etablieren den hohen Leistungsanspruch, der sich im neuen Profil der Marke und der Neustrukturierung der Produktpalette ausdrückt.

Ein sichtbares Zeichen für die neue Strategie ist das Sigma Logo, das ab sofort nicht mehr in Rot, sondern in Schwarz (bei negativer Umsetzung in Weiß) erscheint. Dazu kommt die Neustrukturierung des Sortiments in die

SIGMA

Beim Logo hat Sigma das traditionelle Rot jetzt durch ein klassisches Schwarz ersetzt.

Produktlinien Contemporary (C), Art (A) und Sports (S), denen jeweils ein speziell definiertes Anwendungsprofil zugrunde liegt. Dadurch soll es besonders einfach werden, das richtige Sigma Objektiv für den geplanten Einsatz zu identifizieren. Zunächst bringt Sigma für jede Kategorie je ein Referenz-Objektiv auf den Markt; in den kommenden Jahren soll das gesamte Sortiment schrittweise umgestellt werden.

Eine Frage der Anwendung

In allen drei Kategorien verbinden die Objektive ein klares, hochwertiges Design mit Bedienerfreundlichkeit und hoher Bildqualität. Die Kategorie Contemporary steht für kompakte, leichte und dennoch leistungsstarke Allround-Objektive, die sowohl für Reise- und Familien-Schnappschüsse als auch für etwas kreativere Fotos geeignet sind. Als Referenzmodell wird Sigma das 17–70 mm F2.8–4 DC Macro OS HSM auf den Markt bringen, dessen Brennweitenbereich 25,5–105 mm im 35-

mm Format entspricht. Mit einer Nah-einstellgrenze von nur 22 cm über den gesamten Brennweitenbereich ermöglicht es den Abbildungsmaßstab 1:2,9 und ist auch für Makro-Aufnahmen geeignet. Der von Sigma entwickelte optische Bildstabilisator (OS) wirkt Verwacklungen entgegen. Drei asphärische Linsen sowie FLD-Linsen mit niedriger und SLD-Linsen mit besonders niedriger Dispersion korrigieren chromatische Aberrationen. Für das Objektiv-Gehäuse setzt Sigma das neue Material TSC ein, das sich bei unterschiedlichen Temperaturen nur



Das lichtstarke 35 mm F1.4 DG HSM gehört in die Kategorie Art (A) und soll noch in diesem Jahr auf den Markt kommen.



Als Referenz-Objektiv für die Kategorie Contemporary (C) kündigte Sigma auf der photokina das 17–70 mm F2.8–4 DC Macro OS HSM an.

minimal ausdehnt bzw. zusammenzieht und daher die Präzision des Objektivs unterstützt.

Die Produktkategorie Art soll vor allem ambitionierte Fotografen ansprechen, die Wert auf hohe optische Leistung und große Ausdrucksstärke der Fotos legen. Zu dieser Kategorie werden lichtstarke Festbrennweiten, Weitwinkel- und Ultraweitwinkel-Objektive ebenso gehören wie Spezial-Objektive für die Makrofotografie und Fisheye-Perspektiven. Den Anfang macht das 35 mm F1.4 DG HSM, das noch in die-

sem Jahr auf den Markt kommen soll. Mit seiner großen maximalen Blendenöffnung ist es nicht nur besonders lichtstark, sondern ermöglicht auch schöne Bokeh-Effekte, die das Motiv eindrucksvoll hervortreten lassen.

Bei den Sigma Objektiven der dritten Kategorie, Sports, geht es um Intelligenz und Schnelligkeit, um dynamische Action zu erfassen. Sie werden vor allem für die Sport- und Naturfotografie entwickelt und können mit Hilfe der mitgelieferten Software an die persönlichen Präferenzen des Anwenders angepasst werden. Zur Kategorie S werden vor allem Tele- und Supertele- sowie Zoomobjektive mit langen Brennweiten gehören. Auf der photokina kündigte Sigma als Referenz-Objektiv für diese Kategorie das 120–300 mm F2.8 DG OS HSM an, dessen durchgehend hohe Lichtstärke auch bei langen Brennweiten kurze Belichtungszeiten ermöglicht.

Neu entwickeltes USB Dock

Für die neuen Produktlinien hat Sigma die Software Optimization Pro entwickelt, mit der die Objektiv-Firmware aktualisiert werden kann. Bei den S-Objektiven ist auch die Anpassung des Fokussierbereichs möglich. Der Anschluss des Objektivs an den PC erfolgt mit Hilfe eines speziellen USB Docks; die weiteren Schritte werden mit Hilfe der einfach anzuwendenden Menüsteuerung durchgeführt.

Handwerkliche Qualität

Sigma ist eines der wenigen Foto-

unternehmen, die ihre Produkte ausschließlich in Japan herstellen. Bis auf einige wenige Prozesse ist die Produktion auf das Sigma Werk in Aizu konzentriert. Die integrierte Fertigung reicht vom Schleifen der Linsen, dem Formguss von Kunststoffteilen, der Lackierung, dem Einbau von Trägermaterialien und der Montage bis zur Herstellung von Schrauben, Kleinteilen und Formen. Dieses Prinzip gilt für alle Sigma Objektive, Kameras und Blitzgeräte. Die Fertigungsstraßen können dabei so flexibel angepasst werden, dass auch die Herstellung kleiner Serien problemlos möglich ist. Jedes Objektiv durchläuft in einem



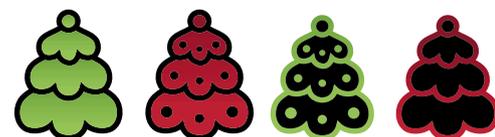
Mit einem speziellen USB Dock können die neuen Objektive an einen PC angeschlossen werden, um die Firmware zu aktualisieren.

speziell entwickelten Prüfverfahren AI einen Leistungstest, bei dem der Hersteller den 46 MP Foveon X3 Bildsensor einsetzt. In Kombination mit dem eigenen MTF-Mess-System können im Rahmen der Qualitätskontrolle jetzt Hochfrequenz-Details dargestellt werden, die früher nicht erkennbar waren. Auch dieser Aufwand ist Teil der neuen Markenstrategie, denn die traditionellen Werte, die Sigma in den Vordergrund stellen will, haben ihre Grundlage in der Fabrik in Aizu.



Als Referenz für die Kategorie Sports (S) zeichnet sich das 120–300 mm F2.8 DG OS HSM durch besonders hohe Lichtstärke über den gesamten Brennweitenbereich aus.

Wir wünschen
ein frohes
Weihnachtsfest



Aktionsprodukte plus Uhr als **Gratis-Zugabe** **Winterpromotion** **von Manfrotto**

Mit einer Winterpromotion will Manfrotto den Verkauf im Fotohandel unterstützen. Dafür gibt es ein spezielles Aktionspaket, das aus einem Manfrotto Stativ MK394-PQ, einem Pocket LED Midi ML 360 Foto- und Video-Licht und einer Kata Tasche KT DL 3N1-10 besteht. Als Gratis-Zugabe gibt es für jedes der Produkte eine originelle Uhr im Manfrotto Markendesign.

Beim Kauf eines Warenpakets kann der Händler zudem von zusätzlichen Margenvorteilen profitieren. Zur Präsentation der Produkte im Geschäft steht ein umfangreiches PoS-Paket mit aufmerksamkeitsstarkem Display zur Verfügung. Die Aktion läuft bis zum 31. Januar 2013.

Das Aluminium-Stativ MK394-PQ von Manfrotto ist das stabilste und am leichtesten zu bedienende Fotosystem der 390er-Produktfamilie. Mit einem integrierten Kugelkopf mit Schnellwechseleinrichtung ist es gut für die Aufnahme von schnellen Bewegungen und aus unterschiedlichen Perspektiven geeignet.

Das Foto- und Video-Licht Pocket LED Midi ML 360 lässt sich einfach auf den Blitzschuh stecken oder kann unabhängig von der Kamera individuell platziert werden. Als komfortable Tragelösung bietet die Kata Tasche KT DL 3N1-10 verschiedene Optionen in einer Tasche. Mit einfach zu lösenden Schnallen kann sie bequem der gewünschten Trageposition angepasst werden. Die Tasche bietet Raum für eine Spiegelreflexkamera mit aufgesetztem Objektiv sowie zusätzliche Objektive.

Für das Aktionspaket bietet Manfrotto auch umfassendes PoS-Material an.



Dank der Inneneinteiler mit Klettverschluss kann die Unterteilung im Hauptfach flexibel auf die Bedürfnisse des Anwenders und die mitgeführte Ausstattung angepasst werden. Abgerundet wird das Gesamtpaket durch eine schneeweiße Manfrotto Uhr im aktuellen Design der Powerbrand.

Die Geburtsstunde der Fotografie – Meilensteine der Gernsheim-Collection



Helmut Gernsheim (1913-1995) hat gemeinsam mit seiner Frau Alison seit Anfang der 1940er Jahre mit dem Aufbau ihrer weltweit größten privaten Fotosammlung begonnen. Für eine Ausstellung werden jetzt die beiden Teile der Aufnahmen aus Texas und Mannheim zusammengeführt. Darunter befindet sich auch die erste fotografische Außen-

aufnahme der Welt von Joseph Nicéphore Niépce aus dem Jahr 1826. Dies ist das erste erhaltene fotografische Werk und die „offizielle Geburtsstunde“ der Fotografie, für die bis dato mit der Erfindung der Daguerreotypie das Jahr 1939 galt.

Die Ausstellung und der begleitende Katalog mit insgesamt ca. 220 herausragenden Exponaten bieten einen bisher noch nie dagewesenen Einblick sowohl in die beispiellose Sammlungsgeschichte der Gernsheim-Collection als auch einen faszinierenden Überblick über die Geschichte der Fotografie.

Neben zahlreichen Meilensteinen des Bildjournalismus' werden bedeutende Protagonisten der Porträtkunst, die wichtigsten Fotografen der sogenannten Straight Photography/Neues Sehen sowie historische und zeitgenössische Positionen der künstlerischen, experimentellen und inszenierten Fotografie präsentiert.

The Birth of Photography, Highlights of the Gernsheim Collection, Hrsg.: Alfried Wiczorek, Claude W. Sui; Kehrer Verlag, Heidelberg 2012, Festeinband, 24 x 30 cm, 304 Seiten, 244 Farb- und S/W-Abb., Deutsch/Englisch, ISBN 978-3-86828-330-3, 39,90 Euro.

5.667 zahlende Abonnenten (IVW 3/2012)

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

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 7.400 Exemplaren bundesweit (IVW 3/2012). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 7.400 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 8,- € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 39 v. 01.01.2012) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

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

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

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

Fotografen/-in

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

Foto Studio • Mustermannstr. 70 • 70000 Bilderberg

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

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



Auftrag

Klein- und Personalanzeigen

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

- einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
- in den Ausgaben

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

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

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

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

.....

ifc 12/2012

Einzugsermächtigung: Ich/wir ermächtige/n Sie, den Rechnungsbetrag von meinem/unserem Konto-Nr.:, Bankverbindung:, BLZ:, abzubuchen.
 Für Bestellungen aus der Europäischen Union: Geben Sie hier bitte unbedingt Ihre Umsatzsteuer-Identifikations-Nr. an:

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift

Kleinanzeigen/Personalanzeigen

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

Aktionspreis
statt 898,- nur **798,-**



- schnell
- kompakt
- preiswert

SINFONIA (vormals SHINKO)
Online bestellen unter www.nordfoto.de

Sie sind Journalist?

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

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

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

Foto-Aktienkurse

		14.11.2012	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	23,76	25,55	23,33	36,48
Casio	YEN	5,32	5,44	4,13	6,07
Cewe Color	EUR	32,25	33,34	26,24	35,55
Du Pont	USD	42,91	49,73	42,41	53,98
Eastman Kodak	USD	0,17	0,17	0,11	1,02
Fujifilm	YEN	12,40	13,55	12,34	19,88
Hewlett-Packard	USD	13,14	14,64	13,07	30,00
Hitachi	YEN	3,92	4,17	3,83	5,04
Imation	USD	4,03	5,31	4,01	6,60
Jenoptik	EUR	7,37	6,84	4,41	7,80
Leica	EUR	33,49	37,40	16,32	33,49
Metro	EUR	21,11	21,88	19,52	37,35
Olympus	YEN	12,84	13,44	5,12	15,98
Samsung	KRW	1.355.000	1.315.000	921.000	1.418.000
Seiko Epson	YEN	441	497	431	1.241
Sharp	YEN	1,66	1,52	1,40	7,80
Sony	YEN	8,32	9,34	8,25	16,82
Spector	EUR	0,22	0,25	0,15	0,48
Toshiba	YEN	2,58	2,72	2,34	3,46

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

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

Deu Zert
Deutsche Zertifizierung
DIN EN ISO 9001:2008



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

Autorisierte Vertragswerkstatt

BRAUN PHOTO TECHNIK

Canon
CPS.
Canon Professional Services

Metz

Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Pioneer

reflecta

Saeco
Kaffeemaschinen

SAMSUNG
Cameras

SONY
Authorized Service Center

TAMRON

Anzeigenschluss für Kleinanzeigen
in der **imaging+foto-contact-Ausgabe 1-2/2013**
ist der **18. Januar 2013.**
Senden Sie uns einfach ein Fax an: 0 21 02/20 27 90
oder per e-Mail an: r.gruna@cat-verlag.de

Inserenten-Verzeichnis

Business Forum Imaging . 2. U.	Fujifilm Imaging 7
Casio 4. U.	PMA 3. U.
Cewe 17	Promaxx 21
DGH 19	RCP 25
di support 31	Sihl 29
DNP 11	Kleinanzeigen 33 – 34

IMPRESSUM
imaging+foto-contact

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

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

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

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

Neuheitenredaktion:
Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:
Hans Joseph Blömer

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

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

Vertrieb:
Barbara Klomps

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

Druck:
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

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

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

ISSN: 1430-1121





PMA@CES[®] International

Where the photo industry meets!

DIMA and PSPA/SPAA 2013 Conferences: January 6-7 | Bally's, Las Vegas

Exhibits & Conference Sessions: January 8-11 | LVH, Las Vegas

Register now at www.pmai.org/pma_ces

DIMA 2013 CONFERENCE



RON KUBARA



ERIN MANNING



GEORGIA McCABE



JANINE WARNER

The DIMA 2013 Conference is the premier educational event for digital imaging professionals. Topics and tracks include social media, retail strategy and marketing, photo publishing and custom photo products, professional tips and tricks, and all the new trends happening in photo presented by innovative industry professionals.

Foremost in education for school and sports photographers, the PSPA/SPAA 2013 Conference will be lead by energetic photographers sharing the latest tips and techniques and creative marketers who will show you ways to grow your business and assure profitability.

PSPA/SPAA 2013 CONFERENCE



THE ARTONA GROUP



WILL CROCKETT



ALEXIS CUAREZMA



embrace **ideas** • enrich **relationships** • explore **technology**

Are you interested in gaining access to imaging industry leaders? Contact Jeff Frazine for more information on exhibiting at PMA@CES or participating in the DIMA and PSPA/SPAA Conferences. jfrazine@pmai.org | +1 517-788-8100

CASIO®

DAS NEUE SCHNELL DIE EX-ZR1000



KEINEN MOMENT MEHR VERPASSEN!

Die ZR1000 ist die schnellste EXILIM aller Zeiten und setzt neue Standards bei der Einschaltzeit, einem kurzen Aufnahmeintervall zwischen den Fotos, der Auslöseverzögerung und bei der Autofokusgeschwindigkeit. Möglich wird dieses dank des „Dual Pipeline Processing“ der neuen EXILIM Engine HS 3.



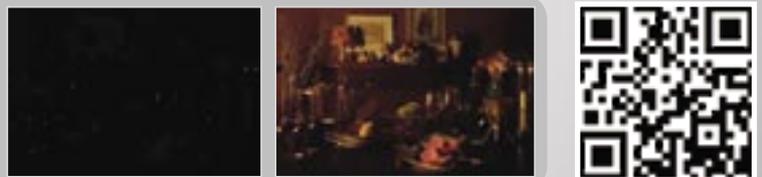
FÜR UNGEWÖHNLICHE PERSPEKTIVEN!

Die Integration des kippbaren Monitors ermöglicht vielfältige Aufnahmewinkel. Die Nutzer können aus ungewohnten Perspektiven fotografieren, die sich deutlich von den normalen Aufnahmeperspektiven unterscheiden und so für mehr Spaß am Bild sorgen.



TOLLE FOTOS AUCH BEI DUNKELHEIT!

Die High-Speed-Nachtaufnahme erlaubt Aufnahmen mit einer maximalen Empfindlichkeit bis zu ISO 25.600. Diese hochmoderne Bildverarbeitungstechnologie beseitigt sogar das niederfrequente Farbrauschen – das bisher praktisch als unvermeidbar galt – und erzeugt sogar bei extrem schlechten Lichtverhältnissen gute Aufnahmen.



Ca. 16,1 Megapixel | 24 mm* Weitwinkelobjektiv | 7,6 cm Kippbares LCD mit 460.800 Pixel | CMOS Shift-Stabilisierung | 12,5fach optischer Zoom | 25x Multi Frame SR Zoom | Premium AUTO PRO | HDR ART | ART Shot | Full HD Movie | Highspeed-Serienbildaufnahme | RAW-Format | AF-CS (Serienbildaufnahme mit Autofokus) | Funktionsring | Unscharfer Hintergrund | Bewegungsauslöser (Motion Shutter) | High-Speed-Nachtaufnahme

* entsprechend Kleinbild

EXILIM
www.exilim.de

