

imaging+foto ¹⁻² 2016 contact

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

Der photokina-Kongress Trends für die Branche Trends für den Fotohandel

2. – 3. März 2016, Congress-Centrum Nord, Koelnmesse

BUSINESS
FORUM
IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
world of imaging

„Memories, dynamics, innovations“

www.bfi-photokina.de

**Neue Geschäftsmodelle
durch Innovationen**

Bilder-Boom 4.0

Der Imaging Konsument

**Mit Apps
Fotoprodukte verkaufen**

Fotofachhandel 2016

**So treiben Software
und 4K das Fotogeschäft**

**Die Zukunft des lokalen
Einzelhandels**

**Anmeldeformular
auf Seite 7**

Die Fujifilm Neuheiten für die X-Serie Topmodell zum 5. Geburtstag

Mit der neuen X-Pro2 startet Fujifilm ins Jahr 2016. Es steht für den japanischen Hersteller im Zeichen des fünfjährigen Jubiläums der erfolgreichen X-Serie, des 80. Geburtstags des Unternehmens und natürlich der photokina. **S. 16**

Neuer Vorstand Vertrieb bei Cewe Rückblick und Ausblick

Nach 19 ereignisreichen Jahren bei Cewe trat der langjährige Vertriebsvorstand Harald H. Pirwitz zum 31.12.2015 in den Ruhestand. Gemeinsam mit seinem Nachfolger, Dr. Christan Friege, sprach er mit imaging+foto-contact. **S. 22**

Was die CES 2016 zu bieten hatte Wenig Foto, viel Imaging

Nicht nur Foto, sondern auch die klassische Domäne Consumer Electronics geriet bei der CES 2016 gegenüber den boomenden Technologien für vernetzte Autos, das smarte Zuhause und vernetzte Gesundheit ins Hintertreffen. **S. 30**

2. – 3. März 2016, Congress-Centrum Nord, Koelnmesse

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**

„Memories, dynamics, innovations“

Jetzt anmelden!

Der photokina Trendkongress

Der Foto- und Imagingmarkt wird größer

Wachstum durch Innovationen

„Memories, dynamics, innovations“ – mit diesem Titel stellt das Business Forum Imaging Cologne 2016 am 2. und 3. März die Weichen in die Zukunft. Denn der Foto- und Imagingmarkt wird nicht kleiner, sondern größer. Durch digitale Netzwerke und das Internet der Dinge erobert das Bild immer neue Lebensbereiche. Erfahren Sie im Vorfeld der photokina 2016 aus erster Hand, wie Fachhändler, Bilddienstleister, Profifotografen, Videoproduzenten und Hersteller von diesem Wachstum profitieren können.

Deshalb müssen Sie dabei sein:

Vortragsprogramm: Am ersten Tag geht es vor allem um die Frage, welche Innovationen das Wachstum in der Imagingbranche treiben und wie man diese Chancen nutzen kann. Dabei stellen Wissenschaftler, Top-Manager der Imaging-Branche und Analysten ihre Erkenntnisse und Ideen zur Diskussion. Es werden nicht nur neue Produkte thematisiert, sondern auch Lösungen, bei denen die Software der entscheidende Faktor für die Kundenzufriedenheit ist.

Am zweiten Tag liegt der Schwerpunkt auf den Herausforderungen im praktischen Geschäft. Dabei werden auch Konzepte eine Rolle spielen, mit denen der inhabergeführte Fotohandel im Wettbewerb mit Großflächen auf Märkten auf der einen und Online-Anbietern auf der anderen Seite bestehen kann. Auch hier ist besonders wichtig, was die Kunden von ihrem Fotohändler erwarten.

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

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

Networking: Am 2. März lädt die photokina zu einer Abendveranstaltung ein, bei der sich die Teilnehmer bei gutem Essen und gepflegten Getränken mit den Referenten, Kolleginnen und Kollegen austauschen sowie wichtige Lieferanten und Experten treffen können.

Gold-Sponsoren

Canon

cewe
BEST IN PRINT

FUJIFILM

Silber-Sponsoren

di support

ECCE TERRAM
CREATIVE PHOTO CLUB

HPiX
CREATIVE PHOTO CLUB

io is
ImagingSolutions

Kodak alaris

**MITSUBISHI
ELECTRIC**
Changes for the Better

NORITSU

YUNEEK
ELECTRIC AVIATION

1. Tag, Mittwoch, 2. März 2016



Eröffnungsvortrag: Professor Dr. Christiane Hipp

Brandenburgische Technische Universität Cottbus-Senftenberg

Dynamische Unternehmen: Neue Geschäftsmodelle durch Innovationen

Professor Christiane Hipp ist Vizepräsidentin für Forschung der Brandenburgischen Technischen Universität Cottbus-Senftenberg. Als Lehrstuhlinhaberin am Institut für Wirtschaftswissenschaften hat sie sich intensiv mit Innovationsmanagement als Teil zeitgemäßer Unternehmensführung beschäftigt und dabei auch die Einflüsse der digitalen Konnektivität sowie der zunehmenden Bedeutung von Dienstleistung und Individualisierung erforscht. In ihrem Vortrag wird Christiane Hipp durch Beispiele aus anderen Branchen zeigen, wie Innovationen nicht nur herkömmliche Geschäftsmodelle in Frage stellen, sondern auch neue Chancen für zukunftsorientierte Unternehmen eröffnen können, wenn man dynamisch darauf reagiert.



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

Imaging Bestseller – Dynamik durch Innovationen

Alle Welt redet vom Rückgang ganzer Segmente des Kameramarktes – von positiven Entwicklungen wird dagegen weniger gesprochen. Dabei gibt es Marktsegmente, die wachsen, weil sie von Innovationen getrieben werden. Dazu gehören nicht nur Premium-Kompakte und spiegellose Systemkameras, sondern auch ganz neue Produktkategorien wie Multikopter. Auch die Verbindung von Fotografie und Videofilmen bringt den Konsumenten neue Möglichkeiten und kann neue Kunden in die Fotogeschäfte locken. Heribert Tippenhauer wird anhand der neuesten Marktzahlen zeigen, welche Produkt-Kategorien sich gut verkaufen und welche nicht und welche Innovationen für neue Dynamik im Fotomarkt sorgen können.



Jörg Schamuhn, COO Yuneec Europe GmbH

Fliegende Imaging-Innovationen

Yuneec, der Spezialist für Elektro-Fluggeräte, ist in kurzer Zeit auch einer der führenden Anbieter für Foto/Video Multikopter geworden. Die Dynamik dieser neuen Produktkategorie entsteht nicht nur durch die richtige Kombination von Flug- und Imaging-Technologien, sondern auch durch innovative Software. Nachdem Intel 60 Millionen US-\$ in Yuneec International investiert hat, ist das Unternehmen perfekt darauf vorbereitet, neue Anwendungen für seine smarten Multikopter zu entwickeln. In seiner Präsentation wird Jörg Schamuhn zeigen, wie Fotografen und Fotohändler vom wachsenden Multikopter-Geschäft profitieren können. Er wird rechtliche Aspekte ansprechen und Zukunftsperspektiven für neue Höhenflüge mit Imaging-Innovationen aufzeigen.



Sebastian Vögel, CEO/Managing Director, ip.labs GmbH (Division of Fujifilm Group)

Bilder-Boom 4.0: Chancen für den personalisierten Fotoservice

Während die Nutzung digitaler Fotos explodiert, schlägt sich das gesteigerte Bildvolumen nicht im Absatz personalisierter Fotoprodukte nieder. Sebastian Vögel zeigt neue Wege für Fotodienstleister, die anhaltenden Trends zu monetarisieren, und er erläutert Möglichkeiten zur Kundengewinnung aufgrund des geänderten Nutzungsverhaltens. Dabei geht er auch auf wichtige technische Entwicklungen im Markt ein, wie den Wegfall von Flash, mit denen die gesamte Branche konfrontiert wird. Am Ende stehen schließlich Lösungsszenarien, mit denen Händler Umsatzwachstum erzeugen und sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können.



Lee Boniface, EMEA Marketing Director Consumer Imaging, Canon Europe

Der Imaging Konsument

Mehr als 150 Jahre lang wurde die Fotografie von der Technik vorangetrieben. Im Digitalzeitalter haben allerdings die Konsumenten das Kommando übernommen: Sie entscheiden selbst, welche Produkte verkauft werden und welche in den Regalen liegen bleiben, weil sie ihren Bedürfnissen in der veränderten Imaging-Welt nicht gerecht werden. Lee Boniface wird diese Trends beleuchten und Ideen präsentieren, wie die Hersteller und die ganze Fotobranche die richtigen Angebote für diese Konsumenten entwickeln und sie dafür begeistern können.



Holger May, Geschäftsführer On-site Finishing, Cewe

Dynamische Fotogeschäfte: Erweiterte Zielgruppen durch Sofortdruck

Cewe steht für Freude am Foto und ist Europas führender Fotodienstleister sowie verlässlicher Online Druckpartner. Zum Fotofinishing Portfolio gehören auch Cewe Sofortfotos, die im Handel eine hohe Wertschöpfung über die Cewe Fotostation generieren. Sie wird nicht nur von klassischen Fotokunden genutzt, sondern bietet zudem attraktive Services für Smartphone-Fotografen jedes Alters. Durch innovative Bestellmöglichkeiten, wie Order@Home und Mobile Cewe Apps, verbindet sie darüber hinaus Kunden bequem und direkt mit dem Shop. Holger May stellt anhand von Trends und Beispielen dar, wie Händler die Freude am Foto mit Sofortdruck Services und der Cewe Fotostation kundenorientiert einsetzen können.



Hans Hartman, Präsident, Suite 48 Analytics

Live demonstriert: Die Dynamik innovativer Foto- und Video-Apps

Nach der europäischen Premiere auf dem Business Forum Imaging Cologne 2015 präsentiert Hans Hartman wieder innovative Foto- und Video-Apps auf besonders spannende Weise. Der Gründer und Leiter der Mobile Photo Connect Konferenz in San Francisco bringt rund zehn App-Entwickler auf die Bühne. Sie haben jeweils nur vier Minuten Zeit, um ihre Anwendungen und deren Vorteile zu demonstrieren und die Geschäftsmodelle zu erklären. In ein oder zwei weiteren Minuten stellen sie sich dann den präzisen Fragen von Hans Hartman. Erleben Sie eine ebenso unterhaltsame wie spannende Präsentation der neuesten Foto- und Video-Apps.



Rainer Bauer, CEO, Imaging Solutions AG

Mit Apps Fotoprodukte erfolgreich verkaufen

Als Hersteller von Systemen für die industrielle Fertigung von Bildprodukten beobachtet Imaging Solutions die Entwicklung des Marktes genau. Rainer Bauer stellt Beispiele vor, wie Bilddienstleister mit Apps nicht nur Fotoprodukte erfolgreich verkaufen, sondern auch neue, junge Kunden erreichen können. Dabei kann weniger auch mehr sein: Entscheidend ist, in einer App genau die Produkte anzubieten, die zur jeweiligen Zielgruppe passen.

2. Tag, Donnerstag, 3. März 2016



**Michael Krisch, Geschäftsführer MichaelundAlbert,
Lehrbeauftragter für Marketing, Kommunikation und Kreativität**

So werden Sie einzigartig! Marketing ist keine Zauberei – oder doch?

Jedes Unternehmen steht im Wettbewerb, denn andere tun Ähnliches oder sogar das Gleiche. Erfolg hängt darum von den Details ab, die ein Unternehmen einzigartig machen. Was machen Sie anders? Warum sollten Menschen sich für Ihr Angebot interessieren? Nur wer auf diese Fragen klare Antworten hat, kann sinnvoll in Marketing investieren. Glücklicherweise ist das keine Zauberei – oder doch? In seinem interaktiven Vortrag zeigt der Berater für Kommunikation und Marketing, Dozent, Fachbuchautor und aktive Zauberer Michael Krisch, wie es gelingt, Menschen nachhaltig zu erreichen und sich gegenüber dem Wettbewerb erfolgreich abzuheben.

2. Tag, Donnerstag, 3. März 2016



Lee Palmer, General Manager of Imaging EAMER, Kodak Alaris

Fast 12 Milliarden verlorene Bilder

Jeden Tag werden Milliarden Fotos aufgenommen und geteilt. Lee Palmer wird die Ergebnisse einer aktuellen Studie präsentieren, die in Großbritannien und Deutschland durchgeführt wurde und teilweise zu überraschenden Ergebnissen geführt hat. Zudem wird Palmer erläutern, wie Fotohändler mit der neuen Kodak Moments App und der Vernetzung von Cloud- und Internet-Diensten mit Kiosks ihren Kunden helfen können, Bildprodukte zu gestalten und ihre Kodak Moments zu bewahren, um sie immer wieder neu erleben zu können.



Martin Krolop, Krolop & Gerst Photography

Die Dynamik der neuen Bilder

Martin Krolop ist leidenschaftlicher Fotograf und erfolgreicher Trainer. In jüngster Zeit hat er sich nicht nur mit der Aufnahme erstklassiger Fotos, sondern auch mit der Produktion von 4K Videos beschäftigt. Denn die Filme in einer Auflösung von 8 MP pro Bild lassen den Betrachter nicht nur in die Atmosphäre eines Ereignisses eintauchen; sie können auch in Fotoprodukte verwandelt werden, die genau den richtigen Moment und den schönsten Gesichtsausdruck wiedergeben. Erfahren Sie aus erster Hand, welche neuen Möglichkeiten sich dadurch für Fotografen und Fotohändler ergeben.



Thomas Görner, Geschäftsführer, Foto Koch

Fotofachhandel 2016: „Die Gerüchte über meinen Tod sind stark übertrieben.“

Als einer der führenden inhabergeführten Fotohändler Deutschlands steht Foto Koch im Zentrum des Wettbewerbs mit Fachmärkten auf der einen und Online-Anbietern auf der anderen Seite. Foto Koch hat darauf mit unternehmerischem Mut zur Investition geantwortet: Im vergangenen Jahr wurden die Geschäftsräume komplett neu gestaltet, ein neues Corporate Design entwickelt und ein neues Konzept für den Webshop auf den Weg gebracht. Thomas Görner erklärt, welche Strategie hinter den Maßnahmen steht und wie sie erfolgreich umgesetzt wurden.



Dr. Markus Preißner, Wissenschaftlicher Leiter, IFH, Köln

So hat der lokale Einzelhandel eine Zukunft

Das IFH, Köln, beobachtet mit seinen Experten für Handel im digitalen Zeitalter nicht nur die Entwicklung der Handelslandschaft, sondern erforscht auch, was die Konsumenten von ihrem Einzelhändler erwarten. Auf der Basis verschiedener aktueller Studien stellt Dr. Markus Preißner dar, wie lokale Einzelhändler erfolgreich bestehen können, indem sie sich spürbar von anderen Vertriebskanälen differenzieren. Entscheidend ist, die Kunden mit positiven Einkaufserlebnissen und dem richtigen Sortiment zu motivieren, stationäre Geschäfte aufzusuchen.



Ron Kubara, Director Worldwide Strategic Sales & Planning, Noritsu Works

Mit Software den Fotodruck im Geschäft vorantreiben

Am 26. Februar 2016 wird die Übernahme des Imaging-Geschäfts von Noritsu durch die Investmentfirma Japan Lifestyle Limited Partnership abgeschlossen sein. Ron Kubara wird erläutern, wie Noritsu sich unter dem neuen Eigentümer aufstellt, und er wird Weltneuheiten und innovative Strategien vorstellen. Fotofinishing ist jetzt ein Software-getriebenes Geschäft. Kubara wird an Hand von Beispielen zeigen, wie es Noritsu gemeinsam mit anderen Software-Entwicklern möglich macht, die Bildqualität zu verbessern und neue Kunden für den Fotohandel zu gewinnen. Zudem wird er erklären, wie wichtig spezielle Inkjet Medien für die Druckqualität sind.

Bitte senden Sie dieses Formular per

Fax an: +49 221 821-3995, z. Hd. Barbara Klomps

E-Mail an: bfi@photokina.de

Anmeldung

1. Dauerkarte · Beide Konferenztage 02. + 03.03.2016

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

2. Tageskarte · 02.03.2016 (inkl. Abendveranstaltung)

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

3. Tageskarte · 03.03.2016 (inkl. Abendveranstaltung am 02.03.2016)

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

4. Tageskarte · nur 03.03.2016

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

Alle Preise zzgl. 19 % MwSt.

Hiermit melde ich mich/melden wir uns verbindlich an.

Name: _____

Funktion im Unternehmen: _____

Firma: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

Telefax: _____

E-Mail: _____

Unterschrift: _____

Zahlungsweise: ☐ Visa ☐ MasterCard

Kartenummer: _____ Gültig bis: _____

Karteninhaber: _____

Unterschrift: _____

☐ Bitte senden Sie eine Rechnung

Leistungen: Jede Eintrittskarte berechtigt zum Besuch aller Vorträge und der Sponsorenpräsentationen, schließt Kaffeepausen und Mittagessen ein sowie die Teilnahme an der Abendveranstaltung am 02.03.2016 (außer Tageskarte 03.03.2016). Ebenfalls im Preis eingeschlossen sind die Dateien der Präsentationen, die nach der Veranstaltung versandt werden. Kosten für Hotelzimmer und Anreise gehen zu Lasten des Teilnehmers.

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

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

Rücktritt: Ein kostenloser Rücktritt von der Anmeldung ist bis zum 30.12.2015 möglich. Eventuell bereits bezahlte Beträge werden erstattet. Ersatzteilnehmer können jederzeit benannt werden.

Hotel-Reservierung

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

☐ Radisson Blu Hotel ★★★★★ Superior

Messe Kreisel 3, 50679 Köln

Einzelzimmer inkl. Frühstück: **160,00 EUR/Nacht**

Doppelzimmer inkl. Frühstück: **180,00 EUR/Nacht**

(inkl. zur Zeit gültiger MwSt.)

☐ Ibis Köln City Messe Arena ★★

Brügelmannstr. 1, 50679 Köln

01.03.–03.03.2016

Einzelzimmer inkl. Frühstück: **82,00 EUR*/Nacht**

Doppelzimmer inkl. Frühstück: **93,00 EUR*/Nacht**

*(71,00 EUR zzgl. 11,00 EUR Frühstück pro Person)

03.03.–04.03.2016

Einzelzimmer inkl. Frühstück: **89,00 EUR*/Nacht**

Doppelzimmer inkl. Frühstück: **100,00 EUR*/Nacht**

*(78,00 EUR zzgl. 11,00 EUR Frühstück pro Person)

(inkl. zur Zeit gültiger MwSt.)

Bitte sofort reservieren – begrenztes Kontingent!

Bitte reservieren Sie mir:

Einzelzimmer: _____ Doppelzimmer: _____

Ankunft: _____ Abreise: _____

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

Zahlungsweise: ☐ Amex ☐ Diners ☐ Visa ☐ MasterCard

Kartenummer: _____ Gültig bis: _____

Karteninhaber: _____

Unterschrift: _____

Weitere Hotel-Reservierungen können Sie auch einfach und bequem online vornehmen: www.bfi-photokina.de → **Anreise & Aufenthalt** → **Partner-Hotels**

Inhalt

Zum Titelbild

Jetzt Anmelden!

Business Forum Imaging Cologne 2016 ... 2-7

Editorial

Wie sich die Fotografie verändert

Das Auge des Betrachters ... 11

Wichtiges aus foto-contact.de ... 12

Neuheiten ... 15, 27

Drei wegweisende CES Neuheiten

Die neue Nikon Ära ... 13

Die Fujifilm Neuheiten für die X-Serie

Topmodell zum 5. Geburtstag ... 16

Die neue Olympus PEN-F

Milord, Ihre Kamera ... 21

Yuneec Typhoon H mit Kollisionsschutz

Intel inside ... 26

Panasonic: 4K Funktionen in Lumix TZ-Serie

Gute Reise ... 28

Handel

Neue Struktur soll Zukunft sichern

Hama ist Stiftungskonzern ... 34

Die Fujifilm Neuheiten für die X-Serie Topmodell zum 5. Geburtstag

Mit spannenden Produkten, die dem Fotohandel ausgezeichnete Umsatzchancen versprechen, startet Fujifilm ins Jahr 2016. Es steht für den japanischen Hersteller im Zeichen des fünfjährigen Jubiläums der erfolgreichen X-Serie,



des 80. Geburtstags des Unternehmens und natürlich der photokina. Mit drei neuen Kameras setzt Fujifilm weiterhin auf die Wachstumssegmente im System- und Premiumbereich und stellt mit der lange erwarteten X-Pro 2 ein neues Flaggschiff vor.

Seite 16

NEUHEITEN

Der photokina Trendkongress Business Forum Imaging Cologne 2016



„Memories, dynamics, innovations“ – mit diesem Titel stellt das Business Forum Imaging Cologne 2016 am 2. und 3. März im Congress-Centrum Nord der Koelnmesse die Weichen in die Zukunft. Erfahren Sie im Vorfeld der photokina 2016 aus erster Hand, wie Fachhändler, Bilddienstleister, Profifotografen und Videoproduzenten und Hersteller von innovativen Imaging-Technologien und Anwendungen profitieren können. Wissenschaftler, Top-Manager der Imaging-Branche und Analysten stellen ihre Erkenntnisse und Ideen zur Diskussion. Seite 2

Drei wegweisende CES Neuheiten Die neue Nikon Ära

Eigentlich erwartet man von einem japanischen Kamerahersteller wichtige Neuheiten eher auf der CP+ in Yokohama als auf



der CES. Dass Nikon sich entschieden hat, den neuen Profi-Boliden D5, die Netzwerk-SLR D500 und die Key-Mission 360 als erste Action Kamera in Las Vegas vorzustellen, hat gute Gründe: Die CES versteht sich als Messe für Innovationen in allen Lebensbereichen – und Innovation ist 2016 auch für Nikon das Schlüsselwort. Seite 13

Panasonic: 4K Funktionen in Lumix TZ-Serie Gute Reise



Panasonic hat auf der CES zwei neue Lumix TZ-Modelle angekündigt, die mit den von den Systemkameras bekannten innovativen 4K Funktionen ausgestattet sind. Beide sind sehr kompakt, mit je einem Leica Objektiv ausgestattet und bestens als Reisekamera geeignet. Die neue Lumix TZ101 verfügt zudem über einen 1 Zoll großen 20,1 MOS-Sensor und ein lichtstarkes Leica F2,8-5,9 10fach-Zoom-Objektiv (25-250mm KB) mit 5-Achsen-Bildstabilisierung. Erstmals wurde auch der schnelle Hybrid-Kontrast-Autofokus in ein TZ-Modell integriert. Seite 28

ZUM TITELBILD

NEUHEITEN

Interview mit Christopher Brawley, Geschäftsführer Fujifilm Electronic Imaging Europe



Christopher Brawley

Mit der X-Serie hat Fujifilm in den letzten fünf Jahren eine bemerkenswerte Erfolgsgeschichte in einem Segment geschrieben, in dem das Unternehmen früher praktisch nicht vertreten war.

Heiner Henniges hat für imaging+foto contact mit

Christopher Brawley, Geschäftsführer Fujifilm Electronic Imaging Europe, darüber gesprochen, wie sich die X-Serie positioniert hat und welche Zukunftsperspektiven Fujifilm für den Kameramarkt sieht. Seite 19

Interview mit Harald H. Pirwitz und Dr. Christian Friege, Cewe



Harald H. Pirwitz

Nach 19 ereignisreichen Jahren bei Cewe trat der langjährige Vertriebsvorstand Harald H. Pirwitz am 31. Dezember 2015 in den Ruhestand, bleibt dem Unternehmen aber weiter als Berater verbunden. Seine Nachfolge hat mit Dr. Christian Friege ein erfahrener Manager angetreten, der sich mit

der Vermark-

tung von Dienstleistungen und den Herausforderungen des Mehrkanal-Vertriebs bestens auskennt. imaging+foto-contact hat mit dem alten und dem neuen Vertriebsvorstand darüber gesprochen, was der Wechsel für den Fotohandel bedeutet. Seite 22



Dr. Christian Friege

Was die CES 2016 zu bieten hatte Wenig Foto, viel Imaging



Eine Fotomesse ist die CES nie gewesen, aber in diesem Jahr geriet sogar die klassische Domäne Consumer Electronics gegenüber den boomenden Technologien für vernetzte Autos, das smarte Zuhause und den Wachstumsbereich Gesundheit ins Hintertreffen. Zwar kommt kaum eine dieser Wachstumsbranchen ohne Imaging-Technologien aus; der klassische Fotosektor profitiert davon aber herzlich wenig. Seite 30

INTERVIEWS

INTERNATIONALE MESSEN

Interview

Christopher Brawley, Geschäftsführer Fujifilm:
„Den Erfolgskurs fortsetzen. 19

Neuer Vorstand Vertrieb bei Cewe
Rückblick und Ausblick 22

Internationale Messen

Was die CES 2016 zu bieten hatte
Wenig Foto, viel Imaging 30

Impressum 35

Klein- und Personalanzeigen 35



Immer aktuell:



www.foto-contact.de

Täglich frisch:

Aktuelle Neuheiten und Branchen-News auf www.foto-contact.de



imaging foto contact

Abonnieren Sie unseren kostenlosen Newsletter und erhalten Sie die neuesten Informationen über die Branche der Fotografie und des Drucks.

Name (Vor- und Nachname): _____

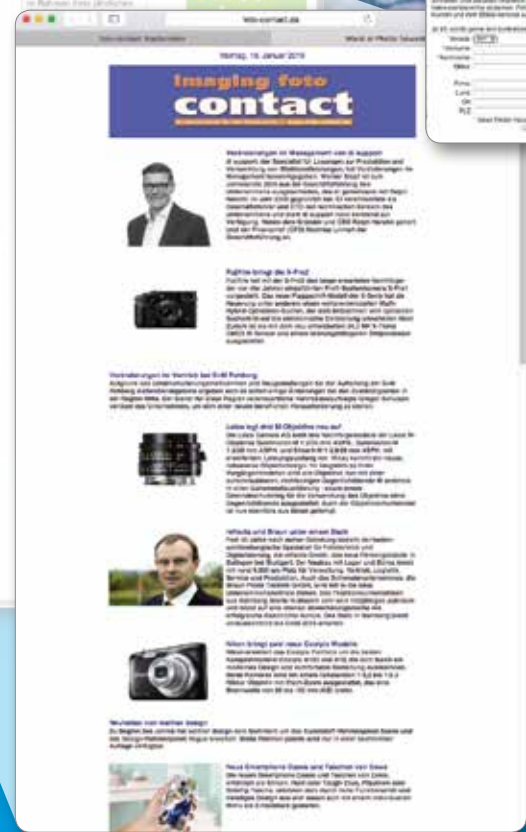
E-Mail-Adresse: _____

Telefon (optional): _____

PLZ: _____

Ort: _____

Unter Ihrer E-Mail-Adresse befindet sich ein Link zum Aktivieren Ihres Abonnements.



Jetzt kostenlosen Newsletter abonnieren!
newsletter@worldofphoto.de

Wie sich die Fotografie verändert

Das Auge des Betrachters

Seit mehr als 150 Jahren bestimmt der Fotograf, was auf einem Bild zu sehen ist. Auch die Digitalfotografie hat daran zunächst nichts geändert. Das muss aber nicht so bleiben. Obwohl die CES in Sachen Foto wenig zu bieten hatte, zeigte sich in Las Vegas: Immer mehr Bilder entstehen im Auge des Betrachters.



Thomas Blömer, Verleger

Im Englischen spricht man bei Neuheiten, die bisherige Gewohnheiten grundlegend verändern können, von „Game Changing Products“, also von Innovationen, die die Spielregeln verändern. Ein solches Produkt könnte zum Beispiel die neue KeyMission 360 von Nikon sein: Diese Action Kamera nimmt in 4K die gesamte Umgebung des Filmers im Umkreis von 360 Grad auf. Mit Hilfe der Software kann jeder, der das Video sieht,

selbst entscheiden, ob er das Geschehen vor oder hinter dem Filmer oder rechts oder links von ihm verfolgen möchte. Fotografen, die gerne ihre Sicht von der Wirklichkeit abbilden möchten, mögen das bedauern. Für den Betrachter bietet diese neue Spielregel allerdings ganz neue Freiheiten: Er kann selbst bestimmen, was er sehen möchte.

Mit der Keymission 360, die als erstes Modell einer ganzen Familie innovativer Kameras angekündigt wurde, setzt Nikon einen Trend fort, der nicht ganz neu ist. So macht Panasonic es zum Beispiel mit der 4K Fotofunktion und der Post Focus-Funktion möglich, dass der Betrachter sich aus einem Film genau das Bild herauspicken kann, das er selbst für wichtig hält. Allerdings bleibt hier der Fotograf dafür verantwortlich, welche Szene aus welcher Perspektive aufgenommen wird. Die immer rasanter werdenden Serienbildfunktionen von Systemkameras und die bevorstehende Einführung von 8K werden noch mehr Möglichkeiten

schaffen, das eigentliche Bild nicht bei der Aufnahme, sondern erst danach zu erzeugen.

Die Veränderungen der Spielregeln beim Fotografieren passen zu einem noch größeren Trend: Die digitale vernetzte Technologie stärkt die Macht der Konsumenten, die heute ihre Erwartungen an die Anbieter in sozialen Netzwerken artikulieren oder ihre Produkte im Rahmen des Megatrends Personalisierung gleich selbst gestalten können.

Dass diese neuen Entwicklungen auch Folgen für den Fotohandel haben, liegt auf der Hand. Welche das sind und mit welchen Strategien man in dem veränderten Umfeld erfolgreich sein kann, erfahren Sie auf dem Business Forum Imaging Cologne 2016, das am 2. und 3. März in Köln stattfindet. Hier wird es unter dem Titel „Memories, dynamics, innovations“ darum gehen, wie unsere Branche auch mit den neuen Spielregeln ihre Zukunft gestalten kann. Seien Sie dabei!

Thomas Blömer

Neuer Geschäftsführer bei Schneider-Kreuznach

Seit dem 1. Januar 2016 ist Dr. Thomas Kessler neuer Geschäftsführer der Jos. Schneider Optische Werke GmbH und zeichnet für die Bereiche Entwicklung, Vertrieb sowie Risikomanagement verantwortlich.

Wolfgang Selzer, als zweiter Geschäftsführer des Optikspezialisten zuständig für Produktion, Verwaltung und Supply Chain Management, geht zum 31. März 2016 in den Ruhestand, steht dem Unter-

nehmen aber anschließend für sechs Monate beratend zur Seite. Ab April 2016 wird Dr. Kessler dann alleiniger Geschäftsführer des Unternehmens sein. Von



Dr. Thomas Kessler

1999 bis 2008 war Dr. Kessler bei der Schott AG beschäftigt, zuletzt als Director Product Management & Sales. 2009 wechselte er zu Edmund Optics und war dort seit 2011 Executive Vice President Global Sales.

reflecta und Braun unter einem Dach

Fast 50 Jahre nach seiner Gründung bezieht der baden-württembergische Spezialist für Fototechnik und Digitalisierung, die reflecta GmbH, das neue Firmengebäude in Eutingen bei Stuttgart. Der Neubau mit Lager und Büros bietet mit rund 6.000 qm Platz für Verwaltung, Vertrieb, Logistik, Service und Produktion. Auch das Schwesterunternehmen, die Braun Photo Technik GmbH, wird mit in die neue Unternehmenszentrale ziehen. Das Traditionsunternehmen aus Nürnberg feierte in diesem Jahr sein 100jähriges Jubiläum und blickt auf eine ebenso abwechslungsreiche wie erfolgreiche Geschichte zurück. Das Büro in Nürnberg bleibt voraussichtlich bis Ende 2016 erhalten. In einer Pressemitteilung erklärte der

Geschäftsführer beider Unternehmen, Dieter Schock, „Qualität und zeitgemäße Produkte zu marktgerechten Preisen sind Grundlage und Erfolgsgeheimnis für die heutigen, her-

vorragenden Positionen sowohl von reflecta wie auch von Braun im Markt der Fototechnikanbieter in Deutschland“,



Dieter Schock

und ergänzte, „Qualitätsbewusstsein, hohes Innovationspotential, eine klare und konsequent umgesetzte Produktstrategie, transparente und verlässliche Produktzyklen sowie ein leistungsfähiger Service, der kurze Lieferzeiten und schnellen Reparaturservice garantiert, machen reflecta und Braun zu flexiblen und geschätzten Partnern für unsere Kunden. Diesen Ansprüchen können wir mit unserem neuen Firmengebäude künftig noch effektiver gerecht werden.“

Die neue Adresse lautet: Merkurstr. 8, 72184 Eutingen. Die Telefonnummern bleiben unverändert.

Veränderungen im Management von di support

di support, der Spezialist für Lösungen zur Produktion und Vermarktung von Bilddienstleistungen, hat Veränderungen im Management bekanntgegeben. Werner Stapf ist zum Jahresende 2015 aus der Geschäftsführung des Unternehmens ausgeschieden, das er gemeinsam mit Ralph Naruhn im Jahr 2000 gegründet hat. Er verantwortete als Geschäftsführer und CTO den technischen Bereich des Unternehmens und steht di support noch beratend zur Verfügung. Neben dem Gründer und CEO Ralph Naruhn gehört jetzt der Finanzchef (CFO) Matthias Linhart der Geschäftsführung an.



Ralph Naruhn

Linhart ist seit 2009 bei der di support GmbH beschäftigt und war zuvor ein knappes Jahrzehnt im Bereich der internationalen Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung tätig. Um das nationale und internationale Wachstum des Unternehmens weiter zu fördern, wird ein Team von IT Experten die Bereiche Softwareentwicklung und IT Support von Werner Stapf übernehmen.

Bereits seit dem 1. Juli 2015 ist Dr. Adam Czaika wieder verantwortlich für die Softwareentwicklung. Vor seiner Rückkehr zu di support war er in verschiedenen leitenden akademischen Positionen tätig. So war er Mentor des IBM Global Entrepreneur Programms sowie Dekan des Fachbereichs „Computer Science“ und Leiter des Innovations- und Entwicklungszentrums der Universität of Human Arts zu Poznan. Czaika gilt als maßgeblicher Entwickler der Erfolgsprodukte Kiosk Software und Order Manager Software, welche heute bereits in ihrer sechsten Generation Einsatz auf den beliebten di support Kiosk Lösungen finden.

Künftig wird er bei der Softwarearchitektur unterstützt von Tim Wollersheim, der vor allem für die Bereiche App und Web zuständig ist. Wollersheim war zuvor bei zwei führenden internationalen Unternehmensberatungen im IT Sektor tätig und hat dort Web-Projekte bei Großkunden aus verschiedenen Industrien verantwortet.

Die Leitung des IT Supports übernimmt Peter Hoursch, der in der Imaging Branche durch seine langjährige Tätigkeit im nationalen und internationalen Service von Noritsu bekannt ist und in den letzten fünf Jahren Operations Manager bei Veritek war. Durch diese Positionen auf Kunden- als auch auf Dienstleisterseite arbeitet er schon knapp ein Jahrzehnt mit di support zusammen und ist daher mit den Produkten der Eschborner gut vertraut.

Drei wegweisende CES Neuheiten

Die neue Nikon Ära

Mit ihrer hohen Lichtstärke und außerordentlichen Schnelligkeit ist die Nikon D5 vor allem für Sport-, Reportage- und Naturfotografie geeignet.

Eigentlich erwartet man von einem japanischen Kamerahersteller wichtige Neuheiten eher auf der CP+ in Yokohama als auf der CES. Dass Nikon sich entschieden hat, den neuen Profi-Boliden D5, die Netzwerk-SLR D500 und die KeyMission 360 als erste Action Kamera in Las Vegas vorzustellen, hat gute Gründe: Die CES versteht sich als Messe für Innovationen in allen Lebensbereichen – und Innovation ist 2016 auch für Nikon das Schlüsselwort.

Da ist die Nikon D5 als klassische Profikamera ein fast konservatives Produkt. Allerdings hat Nikon auch hier die Leistung deutlich nach oben getrieben. Mit dem 21,8 Megapixel CMOS Bildsensor im FX-Format setzt der Hersteller nicht auf extrem hohe Auflösung, aber dafür auf Lichtstärke und rasante Schnelligkeit. Und das mit Präzision: Das komplett neue AF-System arbeitet mit 153 Messfeldern und 99 Kreuzsensoren, und zwar auch bei wenig Licht bis -4 LW. Verarbeitet werden die Daten von einer AF-ASIC-Einheit, die vom Hauptprozessor unabhängig ist und so jederzeit die maximale Rechenleistung für das Fokussieren bereitstellt. Der ebenfalls neue Expeed 5-Bild-

prozessor ermöglicht im Zusammenspiel mit dem lichtempfindlichen Sensor einen ISO Bereich von 100 bis 102.400, der auf sage und schreibe ISO 3.280.000 (Hi 5) erweitert werden kann. Die Belichtungsmessung über den neuen 980.000 Pixel RGB-Sensor arbeitet bei der Verfolgung von Motiven, die sich schnell bewegen, präzise mit dem Autofokus zusammen. Das Ergebnis ist ein Serienbild-Tempo von bis zu 12 Bildern pro Sekunde mit Belichtungsmessung und AF-Verfolgung; bei hochgeklapp-

tem Spiegel erreicht die Nikon D5 sogar 14 Bilder pro Sekunde. Verbesserungen bei Geschwindigkeit und Dämpfung des Spiegels führen zu einer spürbar besseren Sicht durch den Sucher, die das Verfolgen unberechenbarer Motive deutlich erleich-



Die Bedienelemente sind ergonomisch platziert und können auf Wunsch beleuchtet werden; der 8 cm/3,2" große berührungsempfindliche Monitor hat 2,359 Millionen Bildpunkte.

Neuheiten

tert. Ein neuer Pufferspeicher macht es dabei möglich, bis zu 200 NEF-(RAW-) oder große JPEG-Bilder hintereinander aufzunehmen. So kann man einen kompletten 100-Meter-Sprint fotografieren, ohne einmal den Finger vom Auslöser nehmen zu müssen.

Auch für den Trend zu bewegten Bildern ist die Nikon D5 professionell gerüstet: Die Kamera nimmt 4K Videos mit Bildraten von 30p, 25p oder 24p sowie Full-HD Filme (1080/50p oder 60p) auf. Mit dem neuen doppelten XQD-Speicherkartenfach, einem USB 3.0 Anschluss sowie schnelleren Wireless- und Ethernet-Verbindungen ist sie auch für die schnelle Übertragung großer Datenmengen geeignet. In Verbindung mit dem optional erhältlichen Funkmodul WT6 wird die Kamera auch drahtlos netzwerkfähig. Die Nikon D5 kommt im März zum Preis von 6.989 Euro (UVP) auf den Markt.

Neues DX-Format Top-Modell: Nikon D500

In das neue Top-Modell der DX Klasse, die D500, hat Nikon die neuen Technologien aus der D5 integriert. Mit der neuen SnapBridge Technologie setzt Nikon zudem auf Netzwerk-Innovation: Denn damit kann die Kamera permanent mit Smartphones oder Tablets verbunden werden, um die Bilder in Echtzeit über soziale Netzwerke oder Cloud-Dienste zu teilen. Auch WiFi und 4K Video sind an Bord.

Der Empfindlichkeitsbereich reicht bei der Nikon D500 von ISO 100 bis 51.200 und kann auf ISO 1.640.000 erweitert werden. Serienbilder nimmt



Die neue Nikon D500 kombiniert zahlreiche Technologien der D5 mit überragenden Netzwerkfähigkeiten.

die Kamera mit AF-Verfolgung und Belichtungsmessung mit einem Tempo von 10 Bildern pro Sekunde auf – und zwar wie die D5 bis zu 200 Aufnahmen in Folge (RAW 14 Bit, verlustfrei komprimiert). Auch die 4K Videoleistung entspricht der der D5.

Mit der von Nikon entwickelten SnapBridge Technologie kann die D500 dauerhaft mit einem Mobilgerät verbunden werden, ohne dass der Akku zu stark belastet wird. Denn SnapBridge basiert auf dem Bluetooth Low Energy Standard und bietet zudem hohen Komfort. Denn nach der einmaligen Paarung von Kamera und Mobilgerät wird die Verbindung automatisch aufgebaut, um die Bilder zu übertragen und praktisch in Echtzeit über

das Smartphone oder Tablet auf Internetplattformen zu senden. Dabei können die Internet-Funktionen des Smartgerätes weiter genutzt werden, um Webseiten zu besuchen, Emails zu lesen oder auf soziale Medien zuzugreifen. Da die SnapBridge Software automatisch die Kamera-Informationen mit denen des Mobilgerätes synchronisiert, werden bei einer

Auslandsreise zum Beispiel Datum und Standort automatisch übernommen. Die Bilder können im JPEG-Format in Full-HD Auflösung (2 Megapixel) oder als Original-JPEGs übertragen werden – auf Wunsch auch mit integrierten Urhebernachweisen. Zudem kann die Kamera auch vom Mobilgerät aus gesteuert werden.

Zur Ausstattung der Nikon D500 gehört auch ein neigbarer, hochauflösender 8 cm/3,2" großer Monitor mit 2,359 Millionen Bildpunkten. Die Kamera ist ab März zum Preis von 2.329 Euro (UVP Body) bzw. 3.329 Euro (UVP im Kit mit dem AF-SDX Nikkor 16-80 mm 1:2,8-4E ED VR) erhältlich.

Die erste Action Kamera

Die Vorstellung der ersten Nikon Action Kamera war eine echte Über-



Die neue Action Kamera Nikon KeyMission 360 nimmt mit zwei Aufnahmemodulen 360 Grad Videos in 4K auf.

raschung auf der CES. Die KeyMission 360 soll dabei den Anfang einer ganzen Serie markieren, mit der das japanische Traditionsunternehmen seinen Anspruch als Innovator unterstreichen will. Die kompakte Action Kamera nimmt 360 Grad Videos in 4K UHD auf. Dazu ist sie mit zwei gegenüber liegenden Kameramodulen, ausgestattet, die jeweils ein eigenes Objektiv und einen Bildsensor enthalten und deren Aufnahmen in der Kamera zu einem 360 Grad Bild zusammengerechnet werden. Details zur technischen Ausstattung will Nikon erst später bekanntgeben. In jedem Fall ist die Kamera ohne zusätzliches Schutzgehäuse bis zu 30 m Tiefe wasserdicht und zudem unempfindlich gegenüber Staub,

Stößen und Frost. Verwacklungen werden durch einen elektronischen Bildstabilisator reduziert, der nach der Wiedergabe über die Software zugeschaltet wird.

Die KeyMission 360 wurde speziell für robuste Outdoor-Anwendungen konstruiert. Der Reiz der 360 Grad Aufnahme liegt vor allem darin, dass der Zuschauer mit einem Fingertipp oder einer Mausbewegung selbst entscheiden kann, ob er das Geschehen vor oder hinter der Kamera bzw. rechts oder links von ihr verfolgen möchte. Die KeyMission 360 soll zusammen mit verschiedenen Zubehörartikeln zur Befestigung in diesem Frühjahr auf den Markt kommen. Zum Preis gibt es noch keine Aussage.

Neues Blitzgerät SB-5000

Passend zu den beiden neuen Spiegelreflex-Modellen stellte Nikon das funkgesteuerte Blitzgerät SB-5000 vor. Es ist der weltweit erste Aufsteckblitz mit integriertem Kühlsystem. Das Nikon SB-5000 ist hervorragend für komplexe Zusammenstellungen verschiedener Lichtquellen geeignet, denn durch die kabellose Fernsteuerung ist keine Sichtverbindung zwischen Master- und Slave-Gerät erforderlich. Auch Aufnahmen in hellem Sonnenlicht gelingen zuverlässig. Das neue Kühlsystem macht es möglich, 100 Fotos in schneller Folge bei voller Blitzleistung aufzunehmen. Das SB-5000 kann über das Kamera-Menü oder einen Computer (mit Camera Control Pro 2) gesteuert werden und hat eine Leitzahl von 34,5. Der FX-Format-Zoombereich reicht von 24 bis 200 mm (mit Weitwinkel-Streuscheibe bis 14 mm); drei Ausleuchtungsprofile stehen zur Wahl. Der Blitzreflektor kann bis zu 7° nach unten und bis zu 90° nach oben geneigt und um 180° nach links und rechts gedreht werden. Das SB-5000 ist ab März 2016 zum Preis von 659 Euro (UVP) lieferbar.



Das erstmals in einen Aufsteckblitz integrierte Kühlsystem des Nikon SB-5000 macht es möglich, 100 Fotos in schneller Folge bei voller Blitzleistung aufzunehmen.

Kodak Alaris: Neue Europa-Park Fotobuch App



Kodak Alaris und der Europa-Park, Deutschlands größter Freizeitpark, bringen eine neue App heraus.

Mit der Europa-Park Fotobuch App können Besucher ein Fotobuch mit ihren schönsten Fotos gestalten, die Bestellung online senden und in einem teilnehmenden dm-drogerie markt sofort ausdrucken.

Neben Spaß und Abenteuer gibt es im Europa-Park viele spannende und außergewöhnliche Fotomotive. Diese Fotos können nun sofort als Fotobuch gestaltet werden – und zwar mit einem ganz besonderem Hingucker: Das Fotobuch ist im Europa-Park-Design gehalten. Die eigenen Fotos werden so auf einem Hintergrund aus Motiven des Europa-Parks gezeigt. Passend zu jeder Jahreszeit gibt es ein neu gestaltetes Layout, so dass sich bei regelmäßigen Besuchen eine Sammlung an unterschiedlichen Fotobüchern anlegen lässt.

Die Erstellung des Fotobuchs funktioniert einfach und in wenigen Schritten: In der App werden die Bilder in die Platzhalter auf den einzelnen Seiten eingesetzt; anschließend wird ein dm-drogerie markt zur Abholung ausgewählt und die Bestellung online gesendet. Vor Ort kann man dann das Fotobuch an der Kodak SofortBild Station ausdrucken und sofort mitnehmen.

Wolfgang Venzl, Geschäftsführer von Kodak Alaris Germany GmbH, erklärte: „Wir freuen uns sehr über die Synergien, die diese Partnerschaft mit sich bringt. Der Europa-Park bietet seinen Besuchern nicht nur spannende Attraktionen und tolle Motive, sondern ist, als der zum „Besten Freizeitpark der Welt“ ausgezeichnete Park, ein sehr geschätzter Partner für uns. Durch die App und unser Netzwerk an Kodak SofortBild Stationen bei unserem Handelspartner dm-drogerie markt haben die Parkbesucher die Möglichkeit, ihre besten Motive gleich vor Ort als Fotobuch zu bestellen.“

Die Fujifilm Neuheiten für die X-Serie

Topmodell zum 5. Geb

Mit spannenden Produkten, die dem Fotohandel ausgezeichnete Umsatzchancen versprechen, startet Fujifilm ins Jahr 2016. Es steht für den japanischen Hersteller im Zeichen des fünfjährigen Jubiläums der erfolgreichen X-Serie, des 80. Geburtstags des Unternehmens und natürlich der photokina. Mit drei neuen Kameras setzt Fujifilm weiterhin auf die Wachstumssegmente im System- und Premiumbereich und stellt mit der lange erwarteten X-Pro2 ein neues Flaggschiff vor.



Die neue Profi-Kamera Fujifilm X-Pro2 bietet die beste Bildqualität der X-Serie.



Das Multi-Hybrid-Suchersystem von Fujifilm ist weltweit einzigartig.

Eine der wichtigsten Neuerungen bei der X-Pro2 ist der weiterentwickelte Multi-Hybrid-Sucher, der sich blitzschnell vom optischen Sucherbild auf die elektronische Darstellung umschalten lässt. Zudem ist die Kamera mit dem neu entwickelten 24,3 MP X-Trans CMOS III Sensor und einem leistungsfähigeren Bildprozessor ausgestattet. Der neue Sensor besitzt eine einzigartige Farbfilterstruktur, die Moirés und Farbfehler minimiert. Das funktioniert ohne Tiefpassfilter, was der Auflösungsleistung deutlich zugutekommt. Das Fujifilm-typische Angebot von Filmsimulationen wurde um den neuen Schwarz-Weiß-Modus „Acros“ erweitert. Mit dem neuen Effekt „Filmkorn“ lässt sich den Aufnahmen ein typischer Analogfilm-Charakter verleihen, der seine Wirkung vor allem bei gedruckten Fotos entfaltet. Die Bilder erinnern dann an alte Abzüge. Der neue X Prozessor Pro trägt wesentlich zu den schnellen Reaktionszeiten

urtstag

der X-Pro2 bei. Die Einschaltzeit beträgt nur noch 0,4 Sekunden. Zudem bietet die Kamera eine praktisch nicht wahrnehmbare Auslöseverzögerung von 0,05 Sekunden und ein Aufnahmeintervall von lediglich 0,25 Sekunden; der Autofokus stellt in nur 0,06 Sekunden scharf. Serienfotos können mit einer Geschwindigkeit von bis 8 Bildern/s (Maximal 83 JPEG Fotos oder 27 unkomprimierte RAW Dateien) oder bis zu 3 Bildern/s (bis die Speicherkarte voll ist) aufgenommen werden. Der Fujifilm-exklusive Multi-Hybrid-Sucher vereint die Vorteile von elektronischen und optischen Suchersystemen. Der elektronische Sucher basiert auf einem LC-Display mit 2,36 Millionen Bildpunkten. Die Wiederholungsrate wurde gegenüber dem Vorgängermodell von 54 Bildern pro Sekunde auf 85 Bilder pro Sekunde verbessert. Beim Verfolgen von sich schnell bewegenden Motiven ist dadurch keine störende Verzögerung des Sucherbildes mehr wahrnehmbar. Auch das beim Auslösen zwangsläufig auftretende Schwarzbild ist mit einer sehr kurzen Dauer von nur 150 Millisekunden kaum noch zu sehen. Das optische Suchersystem bietet eine Dioptrienkorrektur und einen Augenpunkt von 16 mm. Der Tele-Leuchtrahmen wurde von bisher 60 mm auf nun 140 mm (KB) erweitert. Die X-Pro2 ist mit dem von der X100T bekannten elektronischen Messsuchersystem ausgestattet. Beim Fotografieren im optischen Suchermodus wird dabei über das optische Bild ein kleines elektronisches Sucherbild eingeblendet, mit dessen Hilfe der Fotograf den Fokus, den Bildausschnitt,

die Belichtung und den Weißabgleich in Echtzeit überprüfen kann. Der neue mechanische Schlitzverschluss bietet jetzt Verschlusszeiten bis 1/8.000s. Das neue Autofokus-System, bei dem die Phasendetektionsfelder auf etwa 40 Prozent der Bildfläche platziert sind, ist das schnellste der X-Serie. Über den neuen Fokus-Hebel lässt sich der gewünschte Schärfepunkt intuitiv und sehr schnell auswählen. Videos nimmt die Kamera in Full-HD (1.920 x 1.080, bis zu 60p) auf. Die X-Pro2 ist mit einer WiFi-Funktion ausgestattet; über die App „Fujifilm Camera Remote“ lassen sich viele Kameraeinstellungen per Smartphone oder Tablet fernsteuern. Das neue Fujifilm Spitzenmodell kommt im Februar zum Preis von 1.799 Euro (UVP Gehäuse) auf den Markt.

Fujifilm X-E2S mit Echtzeit-Sucher

Die kompakte und leichte neue Systemkamera X-E2S hat einen elektro-



Die Fujifilm X-E2S ist leicht und kompakt.

nischen Echtzeit-Sucher mit 0,62-facher Vergrößerung und einer Reaktionszeit von nur 0,005 Sekunden. Die Nachfolgerin der X-E2 ist mit einem 16,3 MP APS-C X-Trans CMOS II Sensor ausgestattet, die maximale Empfindlichkeit liegt bei ISO 51.200. Besonders stolz ist man bei Fujifilm auf das neue AF-System der Kamera, die durch den im Sensoraufbau integrierten Phasenauffokus in nur 0,06 Sekunden scharf stellt. Im Standard-Modus werden 49 Fokuspunkte eingesetzt, für die neuen AF-Modi „AF Zone“ und „AF Weit/Verfolgung“ stehen sogar 77 Messfelder zur Verfügung stehen. Die Empfindlichkeit der Pixel für die

Neue Finepix für draußen

Mit der FinePix XP90 stellt Fujifilm eine neue robuste, WiFi-fähige Outdoor Kamera vor, die gegen Feuchtigkeit, Staub, Kälte und Stöße gut geschützt ist. Die Bedienelemente sind groß genug, um sie mit Handschuhen bedienen zu können.



Die wetterfeste FinePix XP90 ist WiFi-fähig.

Für gute Fotos und Videos (Full-HD) sorgen ein 16,4 MP BSI CMOS Sensor und ein Fujinon 5-fach-Zoom mit einem Brennweitenbereich von 28 bis 140 mm (KB). In der Serienbildfunktion schafft die Kamera 10 Bilder pro Sekunde, im Ultra-High-Speed-Modus mit reduzierter Auflösung sogar bis zu 60 Bilder in der Sekunde. Ebenfalls mit reduzierter Auflösung sind mit der XP90 auch Zeitrafferaufnahmen von zehn und fünf Minuten sowie sechzig, dreißig oder 15 Sekunden möglich. Auch dafür wird die Auflösung reduziert. Praktisch ist die einfache Aktivierung der Serienbildfunktion über eine spezielle Taste.

Die Fujifilm FinePix XP90 ist ab Mitte Februar in den Farben Blau, Gelb und Schwarz/Grün zum Preis von 219 Euro (UVP) erhältlich.

Neuheiten

Phasendetektion wurde von 2,5 EV auf 0,5 EV erhöht, um den Einsatz des AF-Systems auch bei wenig Licht zu ermöglichen. Ein weiterentwickelter Fokus-Algorithmus macht die automatische Scharfstellung bei Videoaufnahmen flüssiger und sanfter.

Die Fujifilm X-E2S bietet 11 Filmsimulationen, darunter der neue Modus „Classic Chrome“, und acht Kreativ-Filter. Erwähnenswert ist der geräuschlose elektronische Verschluss der Kamera für ultrakurze Belichtungszeiten von 1/32.000 Sekunde. Weitere Ausstattungsmerkmale sind Funktionen für Doppelbelichtungen, Intervallaufnahmen, ein digitaler Schnittbildindikator und eine Fokus-Peaking Anzeige. Videos werden in Full-HD mit einer maximalen Bildrate von 60 Bildern/s aufgenommen. Ein integriertes WiFi-Modul ermöglicht die Kommunikation mit mobilen Geräten oder mit einem Desktop-Computer.

Auch die X-E2S soll im Februar auf den Markt kommen, der UVP liegt bei 699 Euro.

Neues Zubehör

Auch die Zubehörpalette für das X-System baut Fujifilm weiter aus, z. B. mit einem neuen Telezoom und einem Profi-Blitz. Das neue Fujinon XF100-400 mm (152-609 mm KB) F4.5-5.6 R LM OIS WR Super-Telezoom ist aus 21 Linsen in 14 Gruppen aufgebaut und enthält 5 ED-Elemente und eine Super ED-Linse. Die Bildstabilisation kompensiert bis zu fünf Blendestufen. Mit dem Fujifilm X-T1-Telekonverter kann der Brennweitenbereich auf 213-853 mm (KB) verlängert werden. Den AF-Antrieb übernimmt ein



Unterstreicht die Professionalität der Fujifilm X-Linie: Das neue Fujinon XF100-400mm F4.5-5.6 R LM OIS WR.

leiser und sehr schneller Twin-Linear-motor. Um die Scharfstellung zu beschleunigen, kann der Fokusbereich begrenzt werden. Dreizehn Dichtungen sorgen für einen Schutz vor Staub und Feuchtigkeit. Eine spezielle Fluorvergütung der Frontlinse lässt Wasser abperlen und erleichtert die Reinigung. Das neue Fujinon XF100-400 mm F4.5-5.6 R LM OIS WR soll Mitte Februar zum Preis von 1.899 Euro (UVP) auf den Markt kommen.

Noch in der Entwicklung ist der neue Systemblitz EF-X500 mit Leitzahl 50 (ISO 100), der noch in diesem Jahr erhältlich sein soll. Das Gerät, das Funktionen wie die High-Speed-Synchronisation und den Stroboskopblitz mit der TTL Blitzsteuerung verknüpft, ist spritzwasser- und staubgeschützt sowie kälteresistent und in Technik und Design auf die Kameras der X-Serie abgestimmt. Der Zoomreflektor lässt sich um 10° nach unten oder um 90° nach oben neigen und kann um 135° nach links oder um 180° nach rechts gedreht werden. Der Blitz kann für die kabellose Steuerung von ein bis vier Blitzgerätegruppen eingesetzt werden.



Der EF-X500 Systemblitz ist noch in der Entwicklung.

Edelkompakte Fujifilm X70

Das kleinste Modell der Fujifilm X-Serie ist die neue Premium-Kompaktkamera Fujifilm X70 mit 16,3 Mega-

pixel APS-C X-Trans CMOS II Sensor, EXR Prozessor II und einem 18,5 mm F2.8 Weitwinkelobjektiv (28 mm KB). Phasendetektionspixel auf dem Bildsensor sorgen für eine hohe AF-Geschwindigkeit von nur 0,1 Sekunden, die maximale Lichtempfindlichkeit liegt bei ISO 51.200. Die Kamera ist mit einem schwenkbaren 3 Zoll Touchscreen ausgestattet, besitzt eine inte-



Die Fujifilm X70 hat einen X-Trans CMOS II Sensor im APS-C Format und ein klappbares, berührungsempfindliches Display.

grierte WiFi-Schnittstelle und nimmt Full-HD Videos mit 60, 50, 30, 25 oder 24 Bildern pro Sekunde auf.

Die optische Konstruktion des Objektivs soll mit sieben Linsen (darunter zwei asphärische Elemente) in fünf Gruppen hochauflösende Bilder mit minimaler Aberration, hoher Schärfe und ansprechender Farbwiedergabe liefern. Die kurze Mindestdistanz von nur etwa 10 Zentimeter ermöglicht eindrucksvolle Nahaufnahmen.

Die Kombination aus Touchscreen-Navigation und Direkteinstellung über Einstellräder oder den Objektivring vereinfacht die Bedienung der Kamera. Über eine Auto-Modus-Taste lässt sie sich schnell auf die Vollautomatik umschalten. Sie bietet die Voraussetzung, dass mit dieser Kamera auch bei wenig Licht ansprechende Bilder gelingen. Die Kamera wird es ab Mitte Februar in Schwarz und Schwarz/Silber für 699 Euro (UVP) geben.

Christopher Brawley, Geschäftsführer Fujifilm Electronic Imaging Europe

„Den Erfolgskurs fortsetzen“

Mit der X-Serie hat Fujifilm in den letzten fünf Jahren eine bemerkenswerte Erfolgsgeschichte in einem Segment geschrieben, in dem das Unternehmen früher praktisch nicht vertreten war. Heiner Henniges hat für *imaging+foto contact* mit Christopher Brawley, Geschäftsführer Fujifilm Electronic Imaging Europe, darüber gesprochen, wie sich die X-Serie positioniert hat und welche Zukunftsperspektiven Fujifilm für den Kameramarkt sieht.

imaging+foto contact: Herr Brawley, anders als manche Kollegen wirken Sie äußerst zufrieden und entspannt. Ist Fujifilm nicht in den Sog des drastischen Einbruchs des Kameramarktes geraten?

Christopher Brawley: 2015 war für uns in der Tat kein schlechtes Jahr, und in diesem Jahr können wir unser fünfjähriges Jubiläum der X-Serie feiern. Seit wir damals mit der X100 wieder in das Premium Segment eingestiegen sind, konnten wir uns mit der X-Serie sehr gut positionieren. Wir haben jetzt in dieser Systemkamera-Reihe gleich mehrere erfolgreiche Modelle am Markt, die sich gut verkaufen, darunter die X-T1 und ihr klei-

ne Schwester, die X-T10. Zudem können wir – zählt man den Telekonverter dazu – ein Objektivangebot von 21 Wechselobjektiven vorweisen.

Wir haben zu Beginn des Jahres mit der X-Pro2, unserem lang erwarteten, neuen Flaggschiffmodell, sowie der X-E2S und der X70 und weiteren Produkten einige hochinteressante Neuheiten vorgestellt.

imaging+foto contact: Nun haben aber auch andere Mütter schöne Töchter, nur an den Produkten allein kann es ja nicht gelegen haben, dass Fujifilm mit seinen Kameras die Krise gemeistert zu haben scheint?

Christopher Brawley: Natürlich müssen auch wir mit dem schwierigen Marktumfeld kämpfen. Aber wir haben bereits vor fünf Jahren die drohende Krise frühzeitig erkannt und auf internationaler Ebene nach Lösungen gesucht. Wir hatten einen intensiven Meinungsaustausch mit unseren japanischen Kollegen und dabei gemeinsam die Idee einer anspruchsvollen Kameraserie geboren, die das Zeug dazu haben sollte, dem Siegeszug des Smartphones eine Alternative entgegenzusetzen oder vielmehr zur Seite zu stellen.

imaging+foto contact: Aber auch Fujifilm konnte vor fünf Jahren wohl kaum voraussagen, ob dieses Konzept aufgehen würde?

Christopher Brawley: Nein, natürlich nicht. Aber wir wussten, dass wir



Christopher Brawley: „Der Handel hat tatsächlich Spaß daran, unsere Produkte zu verkaufen.“

mit unserem bisherigen Konzept auf Dauer nicht bestehen würden. Insofern war es auf jeden Fall nötig und richtig, den Hebel umzulegen.

imaging+foto contact: Auch die beste Kamera ist heute kein Selbstläufer mehr. Welche Anstrengungen sind erforderlich, um eine Kamera erfolgreich im Markt zu platzieren?

Christopher Brawley: Aufgrund der Gegebenheiten müssen wir uns sehr genau überlegen, in welche Maßnahmen wir am intelligentesten investieren, um den maximalen Erfolg herauszuholen. Dazu gehört eine sehr enge und starke Kooperation mit dem Fotofachhandel. Wir freuen uns natürlich darüber, dass der Handel tatsäch-



Interview

lich auch Spaß daran hat, unsere Produkte zu verkaufen.

imaging+foto contact: *Was macht denn dem Handel so viel Spaß an den Fujifilm Produkten?*

Christopher Brawley: Durch die Positionierung am Markt ermöglichen wir eine hohe Preisstabilität und Werthaltigkeit der Produkte. Dass Händler und Konsumenten Spaß an unseren Produkten haben, hängt jedoch auch mit einigen unserer Alleinstellungsmerkmale zusammen. Bei der X-Pro2 ist das zum Beispiel der „Multi-Hybrid-Optische-Sucher“. Auch das spezielle „look and feel“, das wir bieten, haben andere Hersteller so nicht vorzuweisen. Unsere Objektive sind äußerst hochwertig, und so kommen momentan viele Punkte zusammen, die die Fujifilm X-Serie besonders attraktiv erscheinen lassen.

imaging+foto contact: *Gerade das Topmodell, die neue X-Pro2, erinnert ja wie auch schon ihre Vorgängerin eher an analoge Kameras vergangener Zeiten als an eine hochmoderne Digitalkamera der Spitzenklasse, die sie ja ist. Denken Kamerakäufer in Bezug auf Design eher konservativ?*

Christopher Brawley: Es gibt ja kaum noch Einsteiger in die Fotografie. Die meisten Kamerakäufer haben bereits mit ihrem Smartphone Erfahrungen gesammelt. Andere wiederum, gerade auch im höheren Preissegment, kennen die an analoge Kameras angelehnte, klassische Art der Kamerabedienung und sind mit ihr vertraut.

Bei der Bedienung über Hebel und Einstellräder sehen sie sofort, was sie eingestellt haben und laufen nicht Gefahr, sich in Menüs zu verlieren. Das spielt natürlich auch eine Rolle bei der Kaufentscheidung. Vom Innenleben her sind unsere Kameras allerdings

absolute High-Tech-Produkte. Diese Kombination hatte schon immer einen besonderen Charme und eine besondere Anziehungskraft auf die Käufer.

imaging+foto contact: *Profitiert Fujifilm hier von einer Retrowelle bei den Konsumenten?*

Christopher Brawley: Obwohl dies oft behauptet wird, bin ich da ganz anderer Meinung. Es war auch nicht unsere Intention, die Kameras in einem Retro-Look zu gestalten. Es geht einfach um ein bewährtes Konzept, das auch vor sechzig Jahren schon chic war und es immer noch ist.

imaging+foto contact: *Fujifilm hat schon immer versucht, im professionellen Kamerasegment Fuß zu fassen, allerdings nie mit durchschlagendem Erfolg. Warum ist das mit der X-Serie gelungen?*

Christopher Brawley: Ich glaube, das hat damit zu tun, dass sich auch die Profis verändert haben. Natürlich haben wir eine Technik geliefert, die auch professionellen Ansprüchen mehr als gerecht wird: Die Bildqualität ist top und auf dem Niveau vom Vollformat. Unsere Kameras sind verhältnismäßig klein, und viele Profis wollen nicht viel Gewicht und Volumen mitschleppen. Teilweise wollen oder müssen sie auch unauffällig fotografieren können, ohne dabei auf eine Topqualität verzichten zu müssen. Die Profis haben einerseits erkannt, dass wir mit unserem APS-C großen Sensor die Abbildungsleistung von Vollformatkameras erreichen und dass wir zweitens bei der Autofokusgeschwindigkeit kräftig nachgelegt haben, so dass wir keinen Vergleich mehr scheuen müssen. Die professionellen Anwender haben erkannt, dass die Kombination aus Bildqualität und Objektivvielfalt, schnellem Autofokus verbunden mit

einem wesentlich kleineren Gehäuse und ebenfalls kleineren Objektiven mit weniger Gewicht für sie die beste Lösung ist.

imaging+foto contact: *Nun sind Berufsfotografen häufig eher konservativ und verharren oftmals länger bei dem, was sie kennen und gelernt haben, bevor sie neue Technologien für sich akzeptieren.*

Christopher Brawley: Genau, deshalb hat es ja zunächst etwas länger gedauert. Um professionelle Fotografen von der Eignung unserer Produkte für ihre Aufgaben zu überzeugen, haben wir das „X-Photographer“-Programm entwickelt. Dazu gehören herausragende internationale Fotografen, die mit unserem Equipment arbeiten und deren Ergebnisse beispielhaft unterstreichen, welche technische Qualität und welches kreative Potenzial unsere Kameras bieten.

imaging+foto contact: *Fujifilm hat abweichend von der allgemeinen Entwicklung des Marktes das vergangene Jahr zufriedenstellend hinter sich gebracht. Wie sind ihre Prognosen für die Zukunft?*

Christopher Brawley: Wir gehen davon aus, unseren Erfolgskurs auch 2016 fortsetzen zu können. Das lassen schon die neuen Produkte erwarten, die wir gerade vorgestellt haben.

Zusätzliche Impulse werden zudem von den Aktionen anlässlich des fünfjährigen Jubiläums der X-Serie und später im Jahr auch von unserem Auftritt auf der photokina ausgehen. Wir sehen für uns und unsere Partner für 2016 sehr gute Chancen.

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

Die neue Olympus PEN-F

Milord, Ihre Kamera



Kurz vor dem Druck dieser Ausgabe stellte Olympus die PEN-F vor. Das neue Spitzenmodell der PEN-Familie nimmt das legendäre Design der gleichnamigen Kamera aus den Sechziger Jahren auf und kombiniert es mit High-Tech-Features wie dem 5-Achsen-Bildstabilisator und der High-Resolution-Shot-Funktion aus der OM-D E-M5 Mark II, einem elektronischen Sucher sowie einem brandneuen 20-Megapixel-Live-MOS-Sensor. Das Ergebnis ist ein eleganter Wertgegenstand, der es auch seiner Lordschaft erlaubt, der Lichtkunst zu frönen.

„Craftmanship meets Imaging“ (Handwerkskunst trifft Imaging) hat Olympus als Motto für die PEN-F ausgegeben. Tatsächlich verbreitet diese Kamera mit ihrem in das edle Metallgehäuse eingravierten Schriftzug, der schraffierten Oberfläche der Einstellräder und der sorgfältigen Verarbeitung einen Hauch von Luxus. Als erste PEN hat sie einen elektronischen Sucher, der mit einem 2,36 MP OLED-Display, Fokus-Peaking und Vergrößerungsfaktor 0,62 wenig

Wünsche offen lässt. Das trifft auch für die Bildqualität zu: Mit dem besten 5-Achsen-Bildstabilisator von Olympus, dem neuen 20-Megapixel-Live-MOS-Sensor ohne Tiefpassfilter und dem schnellen Autofokus mit Augen-Detektion und Touch-Panel-Zugriff für punktgenaues Fokussieren gelingen Fotos und Full-HD Videos auch bei schlechter Beleuchtung. Die Spot-Messung wurde mit dem AF-Punkt verknüpft, Serienaufnahmen können mit bis zu 10 Bildern pro Sekunde (5 Bilder/s mit nachgeführter Schärfe) geschossen werden. Einschaltzeit und Auslöseverzögerung sind laut Olympus die schnellsten in der Systemkamera-Klasse. Wie die OM-D E-M5 Mark II kann die PEN-F mit dem Pixel-Shift-Verfahren besonders hoch aufgelöste Fotos aufnehmen, aufgrund des neuen Sensors sogar mit 50 MP. Dabei wird der Sensor zwischen acht Aufnahmen jeweils in 0,5-Pixelschritten bewegt, anschließend werden die Belichtungen zu einem Bild zusammengefügt.

Die vielen Räder und Knöpfe der PEN-F bieten schnellen Zugriff auf die Funktionen: Mit dem Creative Dial auf der Vorderseite können neue Kreativ-Modi direkt angewählt werden. Dafür gibt es vier Einstellungen, von denen Monochrome und Farb-Profilsteuerung mit Gradationskurve erstmals in einer PEN zu finden sind. Bei Monochrome

können Filmkörnigkeit, Schatten-Justierung sowie Schwarz-Weiß-Filter-Effekte mit drei Voreinstellungen festgelegt werden. Bei der Farb-Profilsteuerung lässt sich die Sättigung von 12 Farben in 11 Stufen ebenfalls mit drei Voreinstellungen justieren. Ein auf der Rückseite angebrachter Schalter ermöglicht den einfachen Wechsel zwischen den verschiedenen Modi.

Integriertes WLAN zum Teilen der Bilder mit der Olympus OI.Share App rundet die Ausstattung ab. Die Olympus PEN-F kommt Ende Februar 2016 in schwarz oder silber für 1.199 Euro (UVP Gehäuse) bzw. 1.399 Euro (UVP mit dem M.Zuiko Digital ED 14-42 mm 1:3.5-5.6 EZ Pancake) oder 1.499 (UVP mit M.Zuiko Digital 17 mm 1:1.8) auf den Markt. Passend zur Kamera gibt es elegantes Zubehör, z. B. Trageriemen, Wickeltuch und Tasche in echtem Leder.



In der Olympus PEN-F stecken viele Funktionen aus der OM-D E-M5 Mark II und ein ganz neuer 20 MP-Sensor.

Neuer Vorstand Vertrieb bei Cewe

Rückblick und Ausblick

Nach 19 ereignisreichen Jahren bei Cewe trat der langjährige Vertriebsvorstand Harald H. Pirwitz am 31. Dezember 2015 in den Ruhestand, bleibt dem Unternehmen aber weiter als Berater verbunden. Seine Nachfolge hat mit Dr. Christian Friege ein erfahrener Manager angetreten, der sich mit der Vermarktung von Dienstleistungen und den Herausforderungen des Mehrkanal-Vertriebs bestens auskennt. **imaging+foto-contact** hat mit dem alten und dem neuen Vertriebsvorstand darüber gesprochen, was der Wechsel für den Fotohandel bedeutet.



Harald H. Pirwitz hat in seinen 19 Jahren bei Cewe die Vertriebsstrategien des Unternehmens geprägt und die Entwicklung der Marke gefördert.

imaging+foto-contact: Herr Pirwitz, als Vertriebsvorstand waren Sie viele Jahre lang die entscheidende Schnittstelle zwischen Cewe und seinen Handelspartnern. Mit welchen Gefühlen geben Sie nun diese Aufgabe in neue Hände?

Harald H. Pirwitz: Mit dem guten Gefühl, etwas dazu beigetragen zu haben, dass Cewe die dramatischen Veränderungen der letzten beiden Jahrzehnte so erfolgreich bewältigt hat. Dabei ging es ja nicht nur um den technologischen Wandel von analog zu digital, sondern auch um die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, die dem veränderten Kundenverhalten und dem Entstehen neuer Vertriebswege über das Internet und mobile Netzwerke gerecht werden. Das war und ist eine komplexe Herausforderung. In der analogen Welt hatte Cewe ein vergleichsweise einfaches Geschäftsmodell: Wir mussten möglichst effizient produzieren, um dem Vertrieb die Akquisition von Kunden zu ermöglichen. Für den Absatz der Produkte selbst hofften wir auf ein starkes Marketing der Filmindustrie, während unsere eigenen Aktivitäten fast ausschließlich der Unterstützung unserer Handelspartner dienten. Bereits kurz nach meinem Einstieg veränderte sich die Situation: Nachdem auf der photokina 1996 APS und Digitalkameras die wichtigsten Themen waren, ging es ab 1998 fast nur noch um Digitalfotografie, obwohl der Filmabsatz seine Spitze erst im Jahr 2002 erreichte. Wir

imaging+foto-contact: Herr Dr. Friege, willkommen in der Fotobranche! Möchten Sie sich bei unseren Lesern vorstellen?

Dr. Christian Friege: Gern. Ich bin 49 Jahre alt, Diplom-Kaufmann, verheiratet und habe drei Kinder. Nach Stationen bei Bertelsmann in den USA und Grossbritannien war ich Vorstand beim Mobilfunkdienstleister debitel, anschließend Vorstandsvorsitzender des Hamburger Energieunternehmens

Lichtblick AG und zuletzt selbständiger Unternehmensberater. Die Branchen Buchclub, Mobilfunk und Strom durch erneuerbare Energien sehen zwar auf den ersten Blick unterschiedlich aus, haben aber eine wichtige Gemeinsamkeit: Wachstum entsteht hier vor allem durch Kundenzufriedenheit und Innovationen. Deshalb freue ich mich besonders auf meine neue Aufgabe: Denn diese beiden Faktoren sind die DNA von Cewe.

haben den Wandel glücklicherweise rechtzeitig erkannt und schon früh die Transformation des gesamten Unternehmens eingeleitet.

imaging+foto-contact: Was waren dabei die wichtigsten Meilensteine?

Harald H. Pirwitz: Von Anfang an haben wir uns darauf konzentriert, das Neue zu gestalten, anstatt alte Geschäftsmodelle zu verteidigen. Uns war schnell bewusst: In der digitalen Welt müssen wir nicht nur möglichst viele Händler als Kunden gewinnen, sondern unsere Produkte auch aktiv an die Konsumenten verkaufen. Das war sozusagen die Geburt des Marketings für Endkunden bei Cewe. Zunächst geschah das vor allem durch Didaktik, indem wir die Konsumenten ansprachen, um ihnen die Möglichkeiten der Digitalfotografie zu erklären. Das erfolgte zum Beispiel durch Materialien in den Fototaschen, die CD vom Film, aber auch durch starke Präsenz bei unseren Handelspartnern. So haben wir bereits damals 25.000 digitale Order Terminals, die DigiFoto Maker, aufgestellt. Gleichzeitig haben wir die Unterstützung für den Fotohandel verstärkt, indem wir werbewirksame Shop-Elemente entwickelten. Die zweite und spektakulärste Transformationsstufe war 2005 die Einführung des Cewe Fotobuchs als Markenartikel. Darüber haben Sie ja aus Anlass des 10jährigen Jubiläums ausführlich berichtet. Als alter Markenartikler, der vor seinem Einstieg bei Cewe in Unternehmen wie Procter & Gamble, Pfanni, Erdal Rex und Wasa tätig war, habe ich mich für die Entwicklung der eigenen Marke natürlich mit besonderer Leidenschaft eingesetzt. Eine ebenso spannende Herausforderung war aber auch der Aufbau des Multichannel-Vertriebs, mit der wir uns und unsere Handelspartner auf die wachsen-

de Bedeutung des Internets und später der mobilen Netzwerke einstellten.

imaging+foto-contact: Was kann man sich darunter vorstellen?

Harald H. Pirwitz: Wir haben bereits Ende der 90er Jahre mit der Internetplattform photoworld.de den ersten Online-Auftritt geschaffen, der damals ausschließlich der Information der Konsumenten, nicht aber dem Verkauf diente. Später kamen gemeinschaftliche Seiten mit unseren Handelspartnern hinzu, dann folgte die Ausweitung der Vertriebskanäle über Internet-Anbieter und die Zusammenarbeit mit Systempartnern in der Industrie. Heute bietet Cewe allen Handelspartnern ein breites Portfolio von Lösungen an, das von kompletten Online-Shops für die Cewe Bildprodukte über hochwertige Displays für stationäre Geschäfte bis zu Apps reicht, mit denen die Kunden ihre Bildprodukte direkt auf dem Mobilgerät gestalten und bestellen können.

imaging+foto-contact: Wie hat sich in diesen Jahren die Bedeutung des Fachhandels für Cewe entwickelt?

Harald H. Pirwitz: Die Bedeutung des Fotohandels ist bei Cewe traditionell groß, denn die Wurzeln des Unternehmens liegen bekanntlich in einem Fachgeschäft. Der Fotohandel stand durch die digitale Revolution ja im Grunde vor derselben Herausforderung wie Cewe. Auch er musste eine Transformation bewältigen, die Kunden durch Beratung mit den Möglichkeiten der Digitalfotografie vertraut machen und sich auf neue Wettbewerber aus dem Internet einstellen. Bei der Beratung unterstützen wir unsere Partner bis heute mit einem breigefächerten Angebot, das von Hilfe bei Kunden-Seminaren und Workshops bis zur Bereitstellung von Online-Lösungen reicht. Für den qualifizieren



Der neue Vertriebsvorstand Dr. Christian Friege will die Zusammenarbeit mit dem Fotohandel fortsetzen.

Fotofachhandel ist die starke Marke Cewe ein besonderer Vorteil, denn unser Markenversprechen und unser umfassendes Sortiment von Premium-Produkten machen es unseren Handelspartnern möglich, nachhaltig eine hohe Wertschöpfung erzielen.

imaging+foto-contact: Herr Dr. Friege, werden Sie die Tradition des Fachhandelsvertriebs bei Cewe fortsetzen?

Dr. Christian Friege: Ja, aber Tradition allein ist sicher kein gutes Argument. Viel wichtiger ist, dass wir an einer langfristigen Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern interessiert sind, und zu denen gehört ohne Zweifel der qualifizierte Fotohandel. Ich sehe darum keinen Anlass, diese erfolgreiche Zusammenarbeit nicht fortzusetzen. Im Gegenteil: Ich kann mir gut vorstellen, dass aktive Fotohändler die Kompetenz von Cewe noch intensiver nutzen können, um ihr eigenes Online-Geschäft voranzubringen. Denn Einzelhandelsexperten sind sich einig: Auch inhabergeführte Fach-



geschäfte müssen heute alle Vertriebskanäle bespielen, um die Kunden dort zu erreichen, wo sie Informationen suchen und Kaufentscheidungen treffen. Hier kann ein Unternehmen wie Cewe geradezu zum Türöffner für den Multichannel-Vertrieb im Fotohandel werden. Denn wir stellen alle Werkzeuge zur Verfügung, um unsere erstklassige, umfassende Produktpalette im Geschäft, im Internet und über mobile Netzwerke zu vermarkten.

imaging+foto-contact: Reicht das für den Fotohandel aus, um gegen den harten Wettbewerb der Online-Spezialisten bestehen zu können?

Dr. Christian Friege: Gerade im Wettbewerb mit den aggressiven Online-Anbietern ist es für den Fachhandel wichtig, seine Stärken professionell auszuspielen. Denn nur in einem Fachgeschäft besteht die Möglichkeit, die ganze Breite unserer Produktpalette attraktiv darzustellen und mit persönlicher Beratung zu verbinden. Das ist das Alleinstellungsmerkmal des qualifizierten Fotohandels, das wir gemeinsam nutzen und weiterentwickeln wollen. So kann eine Win-Win-Situation entstehen, von der beide Seiten profitieren, um Fotofinishing wieder zum Frequenzbringer

für den Fachhandel zu machen und die Kundenbindung durch begleitende Angebote wie Seminare und Workshops zu verstärken.

imaging+foto-contact: Wir haben in unserer vorigen Ausgabe darüber berichtet, dass auf der Pressekonferenz des Bundesverbandes der Photo-Großlaboratorien (BGL) Marktforschungsergebnisse zitiert wurden, nach denen der Anteil von Online-Aufträgen, die im Geschäft abgeholt werden, deutlich sinkt. Steht das nicht Ihrer These vom Frequenzbringer Fotofinishing im Fotohandel entgegen?

Dr. Christian Friege: Die Zahlen des Marktforschungsunternehmens Futuresource sind in dieser Hinsicht nicht aussagekräftig, denn sie enthalten auch die Ergebnisse reiner Online-Anbieter, die gar keine Abholung im Shop anbieten können. Bei Cewe gilt nach wie vor, dass fast zwei Drittel der online bei unseren Handelspartnern bestellten Aufträge im Geschäft abgeholt werden. Dieser Anteil geht zwar ganz leicht zurück, aber die Abholung im Geschäft ist immer noch ein ganz wichtiges Argument: Der Kunde spart Versandkosten, und der Händler hat ihn im Geschäft und kann mit Beratung zusätzliche Umsätze generieren. Zum Thema Frequenzbringer Fotofinishing gehören übrigens auch unsere Cewe Fotostationen für den Sofortbild-Druck. Sie bieten nicht nur eine immer breitere Produktpalette wie zum Beispiel Sticker und Collagen, sondern werden auch besonders häufig von Smartphone-Fotografen genutzt und können so die Zielgruppe unserer Handelspartner spürbar erweitern.

imaging+foto-contact: Wir bedanken uns für dieses Gespräch und wünschen Ihnen, Herr Pirwitz, alles Gute im Ruhestand, und Ihnen, Herr Dr. Friege, viel Erfolg.

Individuelle Cases und Taschen für Smartphones

Cewe hat sein Angebot von Smartphone Cases deutlich ausgebaut. Zahlreiche Varianten aus Silikon oder hochwertigem Kunststoff können individuell bedruckt werden und stehen passend für über 200 Smartphone-Modelle zur Verfügung. Mit wenigen Klicks lässt sich ein Foto auf der Schutzhülle platzieren; der Druck wird genau auf das jeweilige Material abgestimmt, so dass Bilder und Texte auf Silikon, edle Lederoptik oder glatten Oberflächen gleichermaßen gut aussehen.

Das Silikon Case ist rutschfest und bietet sicheren Schutz vor Stößen. Mit nur einem Klick ist das Hard Case auf der Rückseite des Smartphones befestigt, passgenaue Aussparungen bieten leichten Zugriff auf alle Bedienelemente. Je nach Handymodell sind die Hard Cases in bis zu drei Farben – Schwarz, Weiß und Transparent – erhältlich.

Wer besondere Anforderungen an die Robustheit stellt, ist mit dem Tough Case gut bedient: Außen schützt eine harte Schale das Smartphone vor Stößen und Kratzern, innen dämpft ein Kern aus Silikon Erschütterungen.

Die neuen Taschen in edler Leder-Optik sind wahlweise als Downflip- oder Sideflip-Variante erhältlich. Ein stabiles Hard Case aus Kunststoff im Inneren gibt dem Smartphone sicheren Halt, der praktische Magnetverschluss ermöglicht ein schnelles Öffnen und Schließen. Das seitlich klappbare Etui bietet neben einem Rundum-Schutz auch noch Platz für Kreditkarten.

Diese Taschen können auf der Vorder- und Rückseite mit einem oder mehreren Motiven bedruckt werden.



Die neuen Cases und Taschen bieten Schutz für mehr als 200 Smartphone-Modelle.

Generationswechsel bei Cewe

Neben Harald H. Pirwitz haben Ende 2015 drei weitere Persönlichkeiten, die Cewe über Jahrzehnte geprägt haben, ihre Tätigkeiten für das Unternehmen beendet. Zu ihnen gehört nach 47 Jahren Betriebszugehörigkeit Hubert Rothärmel, der als ehemaliger Vorstandsvorsitzender, Aufsichtsratsvorsitzender und Kuratoriumsmitglied Cewe in besonderer Weise gestaltet und zum Erfolg geführt hat. Auch der langjährige Vorstand Andreas F.L. Heydemann trat in den Ruhestand.

Rothärmel trat 1968 als Assistent des Unternehmensgründers Heinz Neumüller bei Cewe Color ein und wurde bereits fünf Jahre später Geschäftsführer und Stellvertreter Neumüllers. Sein strategisches Geschick und sein unternehmerischer Weitblick schafften die Voraussetzungen dafür, dass sich das Unternehmen zu Europas führendem Fotoservice und innovativem Online Druckpartner entwickeln konnte. So trieb er in den 80er und 90er Jahren maßgeblich die Internationalisierung mit zahlreichen Firmenübernahmen und Betriebsneugründungen in Frankreich und Mittelosteuropa voran. Einen besonders markanten Meilenstein setzte Rothärmel, als er die Cewe Color Holding AG 1993 erfolgreich an die Börse brachte. Nachdem er



Ende einer Ära: Nach 47 Jahren hat Hubert Rothärmel seine Tätigkeit für Cewe beendet.

2004 seinem Nachfolger Dr. Rolf Hollander die operative Leitung als Vorstandsvorsitzender übergeben hatte, fungierte der gebürtige Schwabe als Vorsitzender des Aufsichtsrats der Cewe Color Holding AG und Kuratoriumsmitglied der Neumüller Cewe Color Stiftung.

Mit Vorstandsmitglied Andreas F.L. Heydemann verlässt nach 26 Jahren Betriebszugehörigkeit eines der Cewe-Urgesteine das Unternehmen, der mit großen Einsatz erfolgreich in Zuständigkeitsbereichen wie Finanzen, IT, Einkauf, Recht, Nachhaltigkeit und Controlling arbeitete. Mit seinem Wissen als ehemaliger IT-Berater steigerte er die Leistungsfähigkeit des firmeninternen IT-Bereichs und führte das SAP-System ein. Besondere Verdienste hat sich Andreas F.L. Heydemann zudem mit der Organisation und Publikation der Nachhaltigkeitsaktivitäten von Cewe erworben. Darüber hinaus

stand er seitens der Unternehmensleitung als Aufsichts- und Verwaltungsrat auch den ausländischen Fachkollegen bei ihren Leitungsaufgaben unterstützend zur Seite.

Verabschiedet wurde auch Maximilian Ardelt, der Cewe 14 Jahre als Kuratoriumsmitglied kontrollierend und beratend zur Seite gestanden hat. Als ehemaliger Chef von Viag Interkom war er einer der ersten, der Mobiltechnologie im Unternehmen zum Gesprächsthema gemacht hat.



Auch das Vorstandsmitglied Andreas F.L. Heydemann, der zuletzt vor allem bei der Entwicklung und Kommunikation der Nachhaltigkeitsstrategien von Cewe Akzente setzte, trat in den Ruhestand.

Wichtige Impulse gab er zudem bei der Diversifikation und Investitionen in Start-ups.

„Es sind die Menschen, die ein Unternehmen erfolgreich machen“, betonte Cewe Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander. „Mit ihrem Engagement und ihrer Loyalität stehen Rothärmel, Ardelt, Heydemann und Pirwitz für den Erfolg von Cewe. Wir sind ihnen dankbar für ihre Leistung.“

Yuneec Typhoon H mit Kollisionsschutz

Intel inside

Mit der neuen Typhoon H Plattform schafft der Multi-kopter-Spezialist Yuneec die Voraussetzungen für noch mehr Sicherheit und neue Automatikfunktionen bei elektrischen Fluggeräten. Während die 4K Kamera in Verbindung mit einem neuen Gimbal für brillante und stabile Bilder sorgt, dient das intelligente Anti-Kollision-System der automatischen Vermeidung von Hindernissen.

Anders als die bisherigen Typhoon Quadrocopter von Yuneec ist der neue Typhoon H als Hexakopter (6 Arme mit 6 Motoren) konstruiert, kann aber auch mit 5 Motoren sicher fliegen. Da das „Fahrwerk“ eingezogen wird, hat die Kamera in der Luft ein ungestörtes Rundum-Sichtfeld von 360 Grad. Die Arme mit den Rotoren können für den Transport eingeklappt werden; die Luftschrauben sind mit einem Handgriff an- bzw. abmontiert. Bei voller Videofunktion bringt es der Typhoon H auf eine Flugzeit von etwa 22 Minuten mit einer Akkuladung.

Intel-Technologien

Die wichtigste Innovation der neuen Kopter-Plattform ist die Ausstattung mit der RealSense Technologie von Intel.



Die neue Typhoon H Plattform von Yuneec ist als Hexakopter ausgelegt; das „Fahrwerk“ wird nach dem Start eingeklappt, um ein ungestörtes Sichtfeld für die Kamera zu gewährleisten.

Der IT Gigant hatte im vergangenen Jahr 65 Millionen US-\$ in Yuneec International investiert. RealSense arbeitet mit Infrarot Lasertechnik und Ultraschall-Sensorik, um sowohl feste als auch sich bewegende Hindernisse zu erkennen und zu vermessen. Auf der Grundlage dieser Daten weicht der Typhoon H Hindernissen automatisch aus. Die ersten Demonstrationen auf der CES zeigten, dass dies mit so hoher Zuverlässigkeit und Schnelligkeit funktioniert, dass man mit dem Kopter wohl auch durch einen Wald fliegen kann. Die Vermeidung von Hindernissen ist eine wichtige Voraussetzung für eine reibungslos funktionierende Follow-Me Funktion, bei welcher der Kopter seinem Nutzer folgt, ohne dass dieser sich darüber Gedanken machen muss, ob etwas im Weg ist. Bis zu 100 m weit soll der Kopter

mit seinen Sensoren „sehen“ können. Die Intel-Technologien machen es zudem möglich, die bekannten automatischen Funktionen von Yuneec weiter auszubauen. Zum virtuellen Zaun (Geo-Fencing) und der automatischen Rückkehr entweder auf Wunsch oder bei entla-



Zum Lieferumfang gehört neben einem Rucksack zum Transport auch die Yuneec ST16 Bodenstation, über deren berührungsempfindliches 7" Farbdisplay alle Kamerafunktionen gesteuert sowie die Flug- und Telemetriedaten abgerufen werden können.

denem Akku sowie der Respektierung von Flugsicherheitszonen kommen deshalb weitere Leistungsmerkmale. So fliegt der Typhoon H mit der Cycle & Point of Interest Funktion auf Wunsch einen Vollkreis um den Piloten oder einen vorgegebenen Punkt und filmt dabei ständig den Mittelpunkt dieses Kreises. Die Curve Cable Cam macht es möglich, einen Flugweg aufzuzeichnen, damit der Kopter diesen gelernten Kurs später automatisch abfliegt, so dass sich der Anwender ganz auf die Kameraführung konzentrieren kann. Selfie-Freunde werden die Journey-Funktion zu schätzen wissen. Wenn sie aktiviert ist, fliegt der Typhoon H zunächst vom Piloten weg und richtet die Kamera auf dem Rückweg konsequent auf den Ausgangspunkt.

Gute Kamera

Der Typhoon H ist mit der Yuneec CGO3+ Gimbal Kamera mit Anti-vibrationssystem und 12,4 MP CMOS Sensor ausgestattet; das Objektiv stellt einen Bildwinkel von 115 Grad dar. 4K Videos werden auf einer Micro SD Karte gespeichert, Filme in 720p HD können über einen sicheren digitalen 5,8GHz Übertragungskanal auf die Kontrolleinheit übertragen werden. Auch die Aufnahme von Zeitlupenvideos mit einer Auflösung von 1080p und einer Geschwindigkeit von 120 Bildern/s ist möglich. Alle Kameraeinstellungen können mit der Yuneec ST16 Steuerstation vom Boden aus verändert werden. Während eine Videoaufzeichnung läuft, kann die Kamera auch Fotos aufnehmen und in den Formaten RAW (DNG) und JPEG abspeichern.

Der Typhoon H wird von der Münchener Consutec GmbH vertrieben und kommt im März zum Preis von 1.800 Euro (UVP) auf den Markt.

Sigma stellt Klarglas-Keramik-Schutzfilter für Objektivfrontlinsen vor



Der neue Sigma WR Ceramic Protector 67-105 mm aus Glas-keramik ist um bis zu 50 Prozent dünner und wiegt bis zu 30 Prozent weniger als frühere Sigma Filter. Sigma hat die Kompatibilität des Sigma WR Ceramic Protector mit allen Objektiven des Unternehmens bestätigt.

Auch die wasser- und ölabweisenden Eigenschaften sind nach Angaben von Sigma herausragend: Wassertropfen prallen ab, und Fingerabdrücke lassen sich einfach und schnell abwischen. Die Beschichtung verfügt auch über eine hohe Gleitfähigkeit und ergibt eine zehnmal höhere Kratzfestigkeit als die aktuelle Super-Multi-Layer-Vergütung. Darüber hinaus verhindert die Vickers-Härte von 700 HV Kratzer und Splitter, die zum Bruch des Filters führen können.

Zur Aufbewahrung des Filters hat Sigma ein Etui entwickelt, das aus einem speziellen Acryl gefertigt, stabiler und flexibler ist als konventionelle Materialien für Filteretuis. Die äußere Acrylhülle ist so geformt, dass sie die innere Elastomerhalterung integriert. Das Etui ist besonders haltbar und öffnet oder schließt sich beim Gebrauch nicht unbeabsichtigt.

Der Sigma WR Ceramic Protector ist ab Februar 2016 zu UVPs zwischen 99 Euro und 329 Euro erhältlich.

Leica SL Adapter von Novoflex

Bereits zur Markteinführung der Leica SL stellt Novoflex zahlreiche Objektivadapter vor, mit denen sich bereits vorhandene Objektive mit der neuen Leica SL verwenden lassen.

Die neuen Objektivadapter bieten einen objektivspezifischen, präzisen Ausgleich der Auflagemaßdifferenz und ermöglichen eine Fokussierung auf unendlich. Zudem sind die Versionen für Nikon (Ausnahme: E-Nikkore – Objektive mit elektronischer Blende), Minolta AF/Sony Alpha und Pentax K mit einer integrierten Blendensteuerung ausgestattet, die es ermöglicht, auch Objektive ohne eigenen Blendenring manuell abzublenzen.

Besonders interessant für Leica R-Fotografen ist der Adapter LET/LER, der einen direkten Anschluss der hochwertigen R-Objektive ermöglicht.

Die Leica SL Adapter sind ab sofort lieferbar und kosten je nach Anschluss zwischen 69,90 Euro und 169,00 Euro (jeweils UVP).



Neue Rollei Filtersysteme

Um professionellen Fotografen und ambitionierten Hobbyfotografen für Landschafts-, Architektur- und Reisefotografie eine ganz neue Qualität von Bildern zu ermöglichen, bringt Rollei Profi Filtersysteme in Breiten von 180 mm, 150 mm, 100 mm und 70 mm auf den Markt.

Die Basis bilden Filterhalter, die aus Luftfahrt-Aluminium gefertigt sind. Sie können bis zu drei Filter gleichzeitig aufnehmen. Zusätzlich sind für die 70 mm- und 100 mm-Systeme Polfilter bereits im Lieferumfang enthalten. Für das 150 mm-System ist ein Polfilter optional erhältlich. Neben drei verschiedenen Grauverlaufsfiltern (Soft GND, Hard GND und Reverse GND) umfasst das neue Sortiment auch Neutralsichtfilter (ND) und sehr dünne Polfilter (CPL) in den unterschiedlichen Ausführungen und Größen. Die Rollei Profi Filter sind ab 89,99 Euro, die Filterhaltersysteme ab 99,99 Euro (jeweils UVP) erhältlich.



Panasonic integriert 4K Funktionen in Lumix TZ-Serie

Gute Reise



Panasonic hat auf der CES zwei neue Lumix TZ-Modelle angekündigt, die mit den von den Systemkameras bekannten innovativen 4K Funktionen ausgestattet sind. Beide sind sehr kompakt, mit je einem Leica Objektiv ausgestattet und bestens als Reisekamera geeignet. Die neue Lumix TZ101 verfügt zudem über einen 1 Zoll großen 20,1 MOS-Sensor und ein lichtstarkes Leica F2,8-5,9 10fach-Zoom-Objektiv (25-250mm KB) mit 5-Achsen-Bildstabilisierung. Erstmals wurde auch der schnelle Hybrid-Kontrast-Autofokus in ein TZ-Modell integriert.

Die neue Lumix TZ101 ist mit ihrem 1-Zoll-Sensor und umfangreicher Ausstattung eine feine Reisekamera für anspruchsvolle Fotografen.

Dieses AF-System arbeitet mit DFD (Depth From Defocus)-Technologie und berechnet 240 Mal pro Sekunde die Entfernung zum Motiv, indem die unterschiedlichen Schärferebenen von zwei Fokussiervorgängen unter Berücksichtigung der Objektivdaten verglichen werden. So schafft die TZ101 eine superschnelle AF-Zeit von nur 0,1 Sekunden. Das funktioniert dank eines ISO-Bereichs von 80 bis 12.800 (Video: 125 bis 6.400), der auf ISO 25.600 erweitert werden kann, auch bei schlechten Lichtverhältnissen. Der 1,2-Megapixel-Sucher und das neue berührungsempfindliche Display

erlauben eine sichere Bildkontrolle sowie eine komfortable Bedienung. Mit umfassenden Einstellmöglichkeiten über Räder oder den Multifunktionsring am Objektiv, manueller Scharfstellung und der Option, Aufnahmen



Die Lumix TZ81 bietet einen Zoom-Bereich von 24 mm bis 720 mm (KB).

im RAW-Format zu speichern, bringt die TZ101 gute Voraussetzungen für kreatives Fotografieren mit. Sie kann über WiFi mit dem Smartphone gesteuert werden, das auch zum sofortigen Teilen der Bilder dient.

Innovative 4K Funktionen

Die Lumix TZ101 ermöglicht die Aufzeichnung von 4K-Videos und nutzt diese Technologie auch für gelungene Fotos. Mit der 4K-Foto-Funktion lässt sich ganz leicht das Foto des entscheidenden Moments aus den mit einer Geschwindigkeit von 30 B/s aufgenommenen 4K-Bildern auswählen.

Die neue Post-Focus-Funktion ermöglicht die Bestimmung des Schärfepunkts auch nach dem Auslösen. Auch hier ist die Auswahl des besten Bildes einfach und kann sofort in der Kamera vorgenommen werden: Beim Aufnehmen der 4K-Bilder durchfährt die Kamera bis zu 49 Schärfeebenen von nah bis fern. Im Anschluss tippt man auf dem Display einfach auf das Motivdetail, das scharf erscheinen soll, und speichert das Bild mit dem gewünschten Schärfepunkt als 8 Megapixel großes Foto (JPEG) ab. Zusätzlich können auch mehrere Fokusebenen ausgewählt und nachträglich durch (separat erhältliche) Software zu einem größeren Schärfebereich zusammengefügt werden (Focus Stacking). Die Lumix TZ101 mit hochwertigem, schwarzem Metallgehäuse ist ab März 2016 erhältlich. Der Preis steht noch nicht fest.

30x-Zoom: die Lumix TZ81

Ebenfalls mit der 4K-Foto-Funktion, Post Focus und Focus Stacking ausgestattet ist die neue Kompaktkamera Lumix TZ81, die mit einem Leica Vario-Elmar 30x-Zoom 3,3-6,4/4,3-129mm Objektiv

einen Brennweitenbereich von 24mm bis 720mm (KB) abdeckt. Der Fünf-Achsen-Bildstabilisator Hybrid-O.I.S.+ schützt dabei vor Verwacklungen. Für schnelles Scharfstellen sorgt auch hier das Hybrid-Kontrast-AF-System mit DFD. WiFi ist ebenfalls an Bord. In der TZ81 steckt ein hochempfind-

licher 18,1-Megapixel-MOS-Sensor; der Standard-ISO-Bereich reicht von ISO 80 bis 6.400. Auch diese Kamera erlaubt die Fotoaufzeichnung im RAW-Format. Die Kamera ist bereits ab Februar 2016 in Schwarz oder Silber-Schwarz erhältlich. Der Preis steht noch nicht fest.

Neue Leica Super-Tele

Mit dem staub- und spritzwassergeschützten Leica DG Vario-Elmar F4.0-6.3/100-400 mm (200-800 mm KB) erweitert Panasonic seine Objektivpalette für Micro-FourThirds. Das Tele ist auch gut für Makroaufnahmen geeignet.

Der optische Aufbau besteht aus über 20 Linsen in 13 Gruppen; dabei werden ein asphärisches ED-Element sowie zwei ED (Extra-low Dispersion)-Linsen und ein UED (Ultra Extralow Dispersion)-Element eingesetzt. Die verbesserte Anordnung der Linsen ermöglicht trotz der langen Telebrennweite von 800mm (KB) eine sehr kompakte Bauweise bei geringer Verzeichnung und chromatischer Aberration.

*Das neue
Leica DG
Vario-
Elmar ist
ab März
2016
erhältlich.
Der UVP
steht noch
nicht fest.*



Die hohe Abbildungsleistung über die gesamte Brennweite des Objektivs hinweg ermöglicht im Zusammenspiel mit dem Power O.I.S. Bildstabilisator eine besonders hohe Schärfe auch bei Aufnahmen aus der Hand. Zudem ist das Leica DG Vario-Elmar kompatibel mit der Dualen Bildstabilisierung von Panasonic, die durch das Zusammenspiel des optischen Stabilisators mit dem Gehäusebildstabilisator der Lumix GX8 eine noch effizientere Stabilisierung ermöglicht.

Ein Feststellring am Objektiv schützt vor ungewollten Änderungen der eingestellten Brennweite, mit dem beweglichen Stativadapter am Objektiv kann schnell zwischen Hoch- und Querformat gewechselt werden. Die Signalübertragungsrate von bis zu 240B/s unterstützt den schnellen und präzisen Hybrid-Kontrast-Autofokus aktueller Lumix G Kameras.



Was die CES 2016 zu bieten hatte

Wenig Foto, viel

Eine Fotomesse ist die CES nie gewesen, aber in diesem Jahr geriet sogar die klassische Domäne Consumer Electronics gegenüber den boomenden Technologien für vernetzte Autos, dem smarten Zuhause und dem Wachstumsbereich Gesundheit in den Hintergrund. Zwar kommt kaum eine dieser Wachstumsbranchen ohne Imaging-Technologien aus; der klassische Foto-sektor profitiert davon aber bisher wenig. Da ist es gut, dass wenigstens das große Thema Drohnen auch etwas mit Bildern zu tun hat.

Um der steigenden Bedeutung neuer Branchen gerecht zu werden, hat der ausrichtende Verband im vergangenen Jahr seinen Namen von CEA (Consumer Electronics Association) in CTA (Consumer Technology Association) geändert. Denn die CES versteht sich als weltgrößte Plattform für Innovationen in allen Consumer Technolo-

gien und unterstrich diesen Anspruch mit der Rekordzahl von mehr als 3.600 Ausstellern, einer Fläche von fast 225.000 Quadratmetern und rund 170.000 Besuchern. Neben dem Las Vegas Convention Center und den angrenzenden Hotels Renaissance und Westgate (früher Las Vegas Hilton) breitet sich die Messe in-

zwischen nicht nur im Venetian Sands Expo aus, sondern auch in den noblen Wynn und Encore at Wynn Hotels sowie im neuen City Center mit dem Aria Vdara und Cosmopolitan.

Trotz guter Absichten, das Chaos zu ordnen, blieb die CES recht unübersichtlich. Allein 500 Start-ups verschiedener Branchen suchten im Eureka Park nach Investoren. Die großen Namen der Autoindustrie zeigten in der North Hall ihre Konzepte für sensor- und kamerabasierte Assistenzsysteme bis zum autonomen Fahren. Dutzende von Ausstellern präsentierten 3D-Printing für verschiedene industrielle und Konsumenten-Anwendungen im Sands Expo. Die Wachstumsbereiche Fitness und Gesundheit sowie das allgegenwärtige

mer ology ation™

2016

Auch die digitale Innovationsmesse hat ihre anlagen Seiten: Zur Eröffnung begleitete die Country Sängerin Lexie Hayden ihren Song „When I am with you“ mit einer (elektrisch verstärkten) Akustik-Gitarre.

tige Smart Home belegten enorme Ausstellungsflächen. All das war ohne Zweifel beeindruckend, aber der Besucher fragte sich mehr als einmal, für wen diese Messe eigentlich konzipiert worden ist.

Die Branchen Unterhaltungselektronik und Hausgeräte waren mit fast allen wichtigen Unternehmen des Weltmarktes vertreten, aber neue Fernseher und Musikanlagen, vernetzte Waschmaschinen und intelligente Kühlschränke erregen im Konzert der Zukunftsinnovationen weniger Aufmerksamkeit als früher. Das gilt noch mehr für die Fotografie, die in Las Vegas mit einem sehr straffen Angebot vertreten war. Fujifilm, Olympus und Sigma stellten nicht mehr aus, Canon und Nikon präsentierten

sich wie gewohnt in der Central Hall des Las Vegas Convention Centers. Auch Ricoh Imaging war dort vertreten, konzentrierte sich aber ausschließlich auf die sphärische 360 Grad Kamera Theta. Dazu kamen GoPro, die Vollsortimenter Panasonic und Sony sowie einige Zubehör-lieferanten wie Tiffen. Ohne die spektakulären Neuheiten von Nikon (siehe Seite 13 bis 15 in dieser Ausgabe) wäre die klassische Fotografie auf der CES wohl kaum wahrgenommen worden.

Intelligente Drohnen

Multikopter und Drohnen waren in Las Vegas fast allgegenwärtig. Für „Unmanned Aircraft Vehicles“ gab es



Imaging



Autos im Blickpunkt: Ob das Konzept-Fahrzeug von Ford (links), dessen Sensoren auf dem Dach die Umgebung wahrnehmen, die neuen Lichttechnologien von Audi (oben) oder das vernetzte Elektrofahrzeug von Volkswagen (unten) – alle Großen der Autoindustrie präsentierten ihre Ideen.



Internationale Messen

in der South Hall einen eigenen Ausstellungsbereich, und dort drängten sich die Besucher um die fliegenden Wunderwerke.

Während selbstfahrende Autos weitgehend noch (realistische) Zukunftsvisionen sind, haben die Drohnen das autonome Fliegen schon heute in bemerkenswerter Weise perfektioniert. Dass die Dinge fliegen können, ist ja recht triviale Physik, aber dass sie von alleine eine vorher definierte Route abfliegen – auf Wunsch auf mehrfach –, dass sie auf Kommando zu ihrem Besitzer zurückkehren,



Der Kopter zum Mitfliegen: Das chinesische Unternehmen Ehang stellte eine „bemannte Drohne“ vor, die ihren Piloten automatisch ans Ziel bringt, das über eine App eingegeben wird. Rund 23 Minuten soll das von acht Motoren angetriebene Luftfahrzeug mit einer Batterieladung fliegen können. Der Pilot darf allerdings nicht mehr als 100 kg wiegen.



Die OLED Displays der Zukunft: Bei LG können sie eingerollt werden.

selbständig Hindernissen ausweichen und überhaupt die tollsten Kunststücke aufführen können, ist der raffinierten Kombination von leistungsfähigen Prozessoren und intelligenter Software zu verdanken. Einer der großen Treiber in diesem Segment ist Intel, die im vergangenen Jahr in den Multikopter-Spezialisten Yuneec investierten und Anfang des Jahres auch die deutsche Firma Assending Technologies übernahmen, die sich vor allem auf Technologien spezialisiert hat, die Zusammenstöße der Fluggeräte mit Hindernissen (oder anderen Koptern) verhindern.

Das neueste Modell von Yuneec, der Typhoon H, beherrscht diese Disziplin schon sehr gut, und Intel CEO Brian Krzanich ließ es sich nicht nehmen, bei seiner Keynote diese Fähigkeiten vorzuführen. Und er eröffnete sozusagen ein weiteres Computerzeitalter: Während die Welt noch vom Internet der Dinge redet, in dem verschiedene Geräte miteinander kommunizieren, spricht Intel bereits

Intel Chef Brian Krzanich stellte die neuen Sensortechnologien vor, die das Internet der Dinge nochmals erweitern sollen.



vom sensorgetriebenen Computing, das diesen Geräten Augen, Ohren und Tastsinn verleiht, damit sie ihre Umgebung dreidimensional wahrnehmen und entsprechend auf sie reagieren können – ein spannendes Thema.

4K bleibt aktuell

Ein spannendes Thema für unsere Branche bleibt 4K, das auf der CES vor allem, aber nicht nur, bei den TV-Herstellern eine Rolle spielte. Nikon hat seine neuen Kameras mit dieser Technologie ausgestattet; Panasonic bringt seine 4K Foto und Post Focus-Funktionen jetzt auch ins Kompaktkamera-Segment. Und das Unternehmen stellte die neuen 4K Camcorder HC-VXF999 und HC-VX989 mit 4K Fotofunktion vor, so

dass man auch damit leicht den richtigen Moment aus dem Video als 8 Megapixel Bild extrahieren kann. Sony bringt mit dem FDR-AX53 einen neuen 4K Camcorder auf den Markt, der sich von seinem Vorgänger AX33 vor allem durch den größeren (1/2,5 Zoll) Exmor R CMOS Sensor und eine

spürbar höhere Lichtempfindlichkeit unterscheidet.

Damit ist das Wesentliche über Foto und Imaging auf der CES 2016 gesagt. Im nächsten Jahr findet die Technologiemesse vom 5. bis 8. Januar in Las Vegas statt.

Kodak mit neuer Schmalfilmkamera

Nein, es ist nicht der 1. April: Kodak (nicht etwa Kodak Alaris, sondern die „alte“ Kodak in Rochester) stellte auf der CES eine neue Super-8 Kamera vor, um – so war in verschiedenen Presseberichten zu lesen – das Filmgeschäft zu stärken. Denn Kodak fertigt in Rochester immer noch alle Filme, die unter dieser Marke verkauft werden und beliefert auch Hollywood und Co. mit dem lichtempfindlichen Material.

Das neue Super 8-Prachtstück soll Konsumenten ansprechen, die den speziellen Charakter analoger Kameras zu schätzen wissen. Vertriebspartner werden noch gesucht, woraus man schließen kann, dass Kodak Alaris bereits dankend abgewunken hat.

Ganz ohne Digitaltechnik kommt die Kodak Filmkamera allerdings nicht aus: Zum einen hat sie keinen optischen Sucher, sondern einen ausklappbaren Monitor, und zum anderen sollen die Kunden nicht nur den entwickelten Film aus dem Labor zurückbekommen, sondern auch eine 4K Videodatei.

Ein originelles Detail ist zudem das aufsteckbare Mikrofon der Kamera: Der Ton zum Film wird auf einer SD-Karte gespeichert und kann anschließend mit Hilfe von Software in die 4K Videodatei integriert werden. Das ist hybrides Filmen einmal ganz anders.



So ganz hat sich Casio außerhalb Europas noch nicht vom Kameramarkt verabschiedet. Dieses Outdoor-Modell mit abtrennbarem Display wird über eine App mit einem Wearable gesteuert.



Neue Struktur soll Zukunft sichern **Hama ist Stiftungskonzern**

Der Zubehörspezialist Hama hat sich als Stiftungskonzern neu aufgestellt. Bereits mit Wirkung vom 30.9.2015 haben die Familien Thomas und Hanke, vertreten durch Christoph Thomas und Rudolph Hanke, ihre gesamten Kommanditanteile an der Holding der Hama Hamaphot Hanke & Thomas GmbH & Co KG in die Adolf und Christoph Thomas Stiftung bzw. in die Martin und Rudolph Hanke Stiftung eingebracht. Die Stiftungen, deren Namen an die großen Aufbauleistungen von Martin Hanke und Adolf Thomas erinnern sollen, sind jetzt die alleinigen Kommanditisten in der Holding.

Zu Stiftungsvorständen wurden Christoph Thomas und Rudolph Hanke berufen. Das Kommanditkapital der von der Regierung von Schwaben anerkannten Stiftungen mit Sitz in Monheim beträgt insgesamt 180 Millionen Euro. Die Unternehmensgruppe erwirtschaftet mit 16 Tochtergesellschaften im inner- und außereuropäischen Ausland einen Jahresumsatz in Höhe von circa 500 Millionen Euro mit 1.500 Mitarbeitern in Monheim. In den zurückliegenden fünf Jahren wurden circa 70 Millionen Euro in den Standort investiert, vor allem im Bereich Logistik.

Hama betonte in einer Pressemitteilung, steuerliche Überlegungen seien nicht maßgebend für die Stiftungsgründung gewesen. Die Stiftungen unterliegen der Körperschaftsteuer, bei Ausschüttungen an die Destinatäre ist Kapitalertragsteuer abzuführen. Alle 30 Jahre wird ein Erbfall fingiert, auf den Erbersatzsteuer anfällt. Dabei wird die Steuer erhoben, die anfallen würde, wenn das Vermögen auf zwei Personen der Steuerklasse I übergehen würde.

Motivation für die Gründung der Stiftungen sei die Überzeugung der Familien Hanke und Thomas, dass ein Unternehmen kein Eigentum, sondern eine Aufgabe sei, erklärte Hama. Mit den Stiftungen solle der Fortbestand der Hama-Gruppe langfristig gesichert werden, um die Arbeitsplätze generationenübergreifend zu erhalten. Zweck der Stiftungen sei weiter die laufende Unterstützung der Stifter und deren Familien (Destinatäre). Im Gegensatz zu anderen Unternehmensformen ist eine Stiftung die einzige Rechtsform, die keine Anteilseigner, Gesellschafter oder Mitglieder hat. Sie gehört vielmehr sich selbst.

Die Stifter haben den Stifterwillen in der jeweiligen Satzung auch für die nachfolgenden Generationen verbindlich festgelegt. Um die Hama-Gruppe und deren finanzielle Ausstattung nachhaltig zu fördern, wird den wirtschaftlichen Interessen der Gruppe stets der Vorrang vor den Interessen der Destinatäre eingeräumt. Hama wurde am 1.4.1923 von Martin



Die Führung von Hama liegt weiter in den Händen von Christoph Thomas (links) und Rudolph Hanke, die zu Stiftungsvorständen ernannt wurden.

Hanke in Dresden gegründet. Nach der Bombardierung der Stadt zog die Familie Hanke 1945 nach Monheim und begann mit dem Wiederaufbau des Unternehmens. Zum 1.11.1946 trat Adolf Thomas als zweiter Angestellter in die Firma ein. Martin Hanke starb am 28.10.1958. Adolf Thomas, der am 19.2.2002 starb, führte zusammen mit seinem Schwager, dem Gründersohn Rudolph Hanke, die Geschäfte weiter. Gemeinsam entwickelten die beiden Unternehmer Hama zu einem der größten Anbieter für Fotozubehör. 1987 wurde Christoph Thomas nach seinem Studium und Auslandsaufenthalt in den USA und Japan Mitglied der Geschäftsführung. Unter seiner Leitung wurden die Internationalisierung, die Expansion und die Erweiterung der Produktpalette in das Segment Multimedia erfolgreich vorangetrieben.

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

Suche gebrauchte Minilabs.

Wir machen günstige Laserreparaturen.

Tel.: 0048 604 283868 • MAIL: lowim@wp.pl

Sie sind Journalist?

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

Tel. 040 / 8 99 77 99

www.journalistenverbaende.de

Anzeigenschluss für Kleinanzeigen im imaging+foto-contact Ausgabe 3/2016 ist der 15. Februar 2016.

Senden Sie uns einfach ein
Fax an: 0 21 02/20 27 49
oder eine E-Mail an:
b.kloms@cat-verlag.de

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

Deu
Zert
Deutsche Zertifizierung
DIN EN ISO 9001:2008



Herbert Geissler GmbH
72770 Reutlingen-Gönningsen
Lichtensteinstraße 75
Telefon 0 70 72/92 97-0
Telefax 0 70 72/20 69
info@geissler-service.de
www.geissler-service.de

Autorisierte
Vertragswerkstatt



Canon

CPS.
Canon Professional Services



Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Pioneer

reflecta

SAMSUNG
Cameras

SONY
Authorized Service Center

TAMRON

TOSHIBA

Inserenten-Verzeichnis

Business Forum Imaging Cologne.....	2. U.
C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH	10
Cewe	4. U.
Kleinanzeigen.....	3. U.

IMPRESSUM imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und
Imagingbranche

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH
Am Potekamp 20, 40885 Ratingen
Telefon: 0 21 02/20 27-31
Fax: 0 21 02/20 27-49
Online: <http://www.foto-contact.de>

Herausgeber:

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

Redaktion:

Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klomps

Anzeigen:

Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klomps
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 45 v. 1. Januar 2016

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

Satz- und Repro:

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung
und Urhebervermerk.

Copyright by
C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen
für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

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

ISSN: 1430-1121

Europas
beliebtestes
Fotobuch

ab 7,95 €*



* Das abgebildete Produkt hat einen höheren Preis. Alle Preise verstehen sich inkl. MwSt. und zzgl. Versandkosten (ggf. auch bei Filialabholung anfallend) gemäß Preisliste. Weitere Informationen unter www.cele.de/preise

Mein cele fotobuch Mein Leben

www.cele.de

 **cele**
BEST IN PRINT



Stiftung Warentest:

CEWE FOTOBUCH Testsieger
Qualität, die Freude bereitet