

imaging+foto ⁵ 2012 contact

Fachzeitschrift für die Fotobranche • www.worldofphoto.de



30 Jahre

30 Jahre DGH Großhandel
Der Vollsortimenter für den Fachhandel

Neuheit zum Jubiläum:

**Die Canon
PowerShot SX260**

Die Reisekamera
mit 20-fach-Zoomobjektiv,
Full-HD-Video und GPS.



In dieser Ausgabe:

Samsung Smart Camera Special **S. 17-24**

Die Zukunft ist smart • Die NX-Modelle im Detail • So kann der Fotohandel von WiFi profitieren

Ihre Aufnahmen sind es wert!



40%*
auf alle Fotoprodukte

Gutscheincode am Ende
Ihrer Bestellung eingeben:

678951

Professionelle Software zum farbverbindlichen Bestellen von Fotoprodukten

Mit Hilfe der kostenlosen Bestellsoftware FUJIFILM Fotoservice pro erhalten Sie – nicht zuletzt wegen der automatischen Softproof-Funktion – Fotoprodukte, wie z.B. Fotos, Fotobücher, Kalender und Leinwände von unserem Labor genauso, wie Sie die Aufnahmen am Bildschirm gesehen bzw. bearbeitet haben.

Features

- vollständiges Farbmanagement und automatischer Softproof
- akzeptierte Dateiformate: PDF, JPEG, TIFF, PSD, PNG, BMP, GIF und JPEG 2000
- unterstützte Farbmodelle: RGB, CMYK, Graustufen – 8 und 16 Bit pro Kanal

Software unter www.fujifilm-fotoservicepro.de herunterladen und testen.



* Gültig bis 31. Mai 2012 exkl. Bearbeitungsgebühr und Versandkosten. Pro Besteller bis zu 10 mal einlösbar.

FUJIFILM

Was wir von Facebook und Instagram lernen können

Das Milliarden-Spiel

Wir leben schon in einer verrückten Zeit. Während Kodak versucht, sich nach seinem Insolvenzantrag neu aufzustellen, übernimmt Facebook Instagram, eine Firma mit elf oder zwölf Mitarbeitern, die keinen Umsatz macht, für eine Milliarde Dollar. Stimmt hier was nicht?



Thomas Blömer, Verleger

Instagram ist eine kostenlose App für das iPhone und neuerdings auch für Android-Smartphones, mit der man Fotos so bearbeiten kann, dass sie aussehen, als wären sie auf einem (schlechten und/oder alten) Film aufgenommen. Und – das ist die wichtigste Funktion – man kann diese Fotos dann sofort über soziale Netzwerke – darunter natürlich Facebook und auch Instagrams eigene Plattform – mit anderen Menschen teilen. Mehr als 30 Millionen Nutzer haben sich diese App bislang heruntergeladen, und das war Facebook die berühmte Milliarde Dollar wert. Ich bin ja lange genug in der Branche, um noch Polaroid dafür bewundert zu haben, für schlechte Bilder ungefähr 2 DM pro Stück zu nehmen. Aber

eine Milliarde Dollar für schlechte Bilder, die man nicht einmal verkaufen kann, das ist wirklich ein tolles Ding.

Mein erster Gedanke war, Mark Zuckerberg die Übernahme von imaging+foto-contact anzubieten. Zugegebenerweise haben wir keine 30 Millionen Nutzer, sondern nur ein paar tausend, aber wir haben nicht nur Nutzer, wir haben auch Kunden, die sogar ihre Rechnungen bezahlen. Das sollte eigentlich nicht nur eine Milliarde Dollar wert sein, sondern zwei!

Spaß beiseite: Man darf den Kaufpreis für übertrieben halten und an die Internet-Blase vor zehn Jahren denken. Dennoch setzt Facebook mit dem Milliarden-Deal ein wichtiges Signal, das auch die Fotobranche nicht überhören sollte. Denn das Netzwerk, das selbst mehr als 850 Millionen Nutzer hat, legt für 30 Millionen fotobegeisterte App-Anwender eine enorme Stange Geld auf den Tisch. Ein deutlicheres Signal dafür, dass Bilder in sozialen Netzwerken etwas wert sind, kann man sich eigentlich nicht vorstellen. Da scheint auch Kodak mit seiner Strategie, seine Picture Kioske mit

Facebook zu verbinden (siehe Seite 10 dieser Ausgabe), auf dem richtigen Weg zu sein. Dasselbe gilt für Samsung, denn die Koreaner machen jetzt nach den Kompaktkameras auch ihre gesamte Systemkamera-Palette netzwerkfähig. Das ist schon deshalb eine gute Idee, damit nicht nur verpixelte Instagramme, sondern auch richtig gute Fotos schnell in die Facebook-Alben hochgeladen werden können. Denn gute Fotos, das darf man mit Recht vermuten, werden häufiger gedruckt und für Bildprodukte genutzt als schummerige Spaßbildchen.

Man muss soziale Netzwerke nicht lieben, aber man darf sie nicht ignorieren, wenn man keine Chance verpassen will. Denn da, wo die Fotos sind, liegt der Schlüssel zum Bildergeschäft, auch und gerade für den Fotohandel. Und natürlich auch für Großlabors und Bilddienstleister, die aus den 200 Millionen Bildern, die täglich bei Facebook hochgeladen werden, Fotoprodukte machen und über den Fotohandel verkaufen wollen. Es lohnt sich also für alle Beteiligten, zu investieren, auch wenn es nicht gleich eine Milliarde Dollar sein muss.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Zahlreiche Jubiläumsangebote für den Fachhandel: 30 Jahre DGH 14

Editorial

Was wir von Facebook und Instagram lernen können: Das Milliarden-Spiel 3

Wichtiges aus worldofphoto.de . . . 6, 25, 35

Neuheiten 7, 13

Neue Einsteiger DSLR Nikon D3200: Auf Wunsch vernetzt 26

Neue Systemkamera Lumix GF5 von Panasonic – Lichtstarker Sensor 34

Neue Lino-Bekleidungskollektion von Manfrotto: Gut angezogen 37

Samsung Smart Camera Special 17

Hans Wienands: „Die Zukunft ist smart“ 18

Was die neuen WiFi-Systemkameras können – Die NX-Modelle im Detail 19

Andreas Wahlich: „So kann der Fotohandel von WiFi profitieren“ 22

Frühjahrs-Einkaufsmesse bei europa-foto – Neues fürs Bildergeschäft



Positive Zahlen und jede Menge Neuheiten hat die europa-foto-Zentrale den Mitgliedern auf der traditionellen Frühjahrs-Einkaufsmesse in Wiesbaden präsentiert. Im Mittelpunkt stand dabei die Einführung der neuen sPrint 2.0 Terminals in Verbindung mit dem weiterentwickelten Bilderarbeiten-Konzept. Und auch die Marketingabteilung konnte einiges Neues berichten. **Seite 8**

Positive Zahlen und jede Menge Neuheiten hat die europa-foto-Zentrale den Mitgliedern auf der traditionellen Frühjahrs-Einkaufsmesse

HANDEL

Zahlreiche Jubiläumsangebote für den Fachhandel: 30 Jahre DGH



DGH Großhandel in Würzburg feiert in diesem Jahr sein 30-jähriges Bestehen: 1982 wurden die ersten Pakete von der neu gegründeten Großhandelsabteilung von Foto Duttenhofer in Würzburg an die Kunden versandt. Als Dankeschön für die gute Zusammenarbeit bietet DGH seinen gut 6.000 Handelspartnern während des gesamten Jubiläumsjahres zahlreiche Aktionen und Sonderangebote. **Seite 14**

Neue Einsteiger DSLR Nikon D3200: Auf Wunsch vernetzt



Mit der neuen D3200 bringt Nikon eine besonders leicht zu bedienende digitale Spiegelreflexkamera für Einsteiger auf den Markt. Sie ist mit einem neuen Guide-Modus und einem 24,2 Megapixel CMOS-Bildsensor im DX-Format (APS-C) ausgestattet und bietet eine Full-HD-Videofunktion mit Autofokus. Mit dem optionalen Funkadapter WU-1a kann sie auch für Netzwerkfunktionen ausgerüstet werden. **Seite 26**

Neue Systemkamera Lumix GF5 von Panasonic – Lichtstarker Sensor



Panasonic bringt ab Mitte Mai die neue Systemkamera Lumix GF5 in den Fotohandel. Das Micro Four Thirds Modell ist gegenüber dem Vorgänger noch schneller geworden, bietet zusätzliche digitale Effekte und zeichnet sich durch höhere Lichtempfindlichkeit und verbessertes Rauschverhalten aus. **Seite 34**

Panzer Shopconcept realisiert neuen Ringfoto Flagshipstore bei Wöhrstein

In der zweiten Jahreshälfte 2011 beauftragte Ringfoto Wöhrstein, Singen, das bekannte Ladenbau-Unternehmen Panzer Shopconcept mit der Entwicklung eines völlig neuen Ladentyps. Er sollte die Zukunftsorientierung des alteingesessenen Fotohandels-Unternehmens deutlich machen und sich als attraktives Ziel für die Kunden präsentieren. Der fertige Ringfoto Flagshipstore zeigt nun, wie gut das gelungen ist. **Seite 36**

ZUM TITELBILD

NEUHEITEN

HANDEL

Darren Johnson, Regional Director und Vice President CDG EAMER Retail Printing & Film Products, Kodak



In der Vereinbarung mit dm drogerie markt sieht Kodak einen wichtigen Schritt für die gesamte Branche, um das Geschäft mit digitalen Bild-dienstleistungen auf eine Basis zu stellen. imaging+foto-contact hat mit Darren Johnson, Regional Director und Vice President CDG EAMER Retail Printing & Film Products

bei Kodak, darüber gesprochen, was das für den Fotohandel bedeutet. **Seite 11**

Neue Lino-Bekleidungskollektion von Manfrotto: Gut angezogen



Mit der Einführung der ersten Manfrotto Bekleidungsline für die Frau geht der italienische Zubehörspezialist neue Wege: Die neue Lino-Bekleidungskollektion für die foto- und video-begeisterte Frau vereint moderne Schnitte, innovative Materialien und italienisches Design mit Sicherheit für Körper und Ausrüstung. **Seite 37**

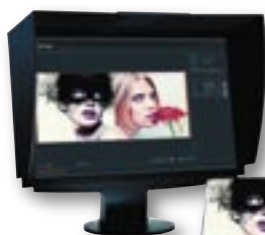
Kodak und dm-drogerie etablieren neues Angebot



Kodak und dm-drogerie markt wollen bis Ende 2012 Kodak Fotobücher und personalisierbare Grußkarten bundesweit in nahezu allen dm-Märkten für den Sofortdruck verfügbar machen.

Dadurch soll es für Konsumenten flächendeckend möglich werden, am Kiosk oder am heimischen PC Fotopremiumprodukte zu erstellen, die direkt im Geschäft ausgedruckt werden können. **Seite 10**

Verbindliche Farben mit Fujifilm Fotoservice Pro – Bildprodukte in Profi-Qualität



Mit Fujifilm Fotoservice Pro können Fotohändler und Studiofotografen ihren Kunden jetzt farbverbindliche Fotoprodukte anbieten. Denn die neue Bestellsoftware arbeitet mit integriertem

Farbmanagement. Auch Fotohändler, die noch nicht mit Fujifilm zusammenarbeiten, können die Bestellsoftware jetzt zu attraktiven Konditionen testen. **Seite 30**

INTERVIEW

Interview

Darren Johnson, Kodak:
„Wir schaffen einen neuen Markt“ **11**

Internationale Messen

IFA 2012 sieht sich auf Rekordkurs –
Smarte Vernetzung **28**

Bilddienstleistungen

Kodak und dm-drogerie etablieren neues Angebot – Kodak Fotobücher deutschlandweit . . . **10**

Verbindliche Farben mit Fujifilm Fotoservice Pro – Bildprodukte in Profi-Qualität **30**

Handel

Frühjahrs-Einkaufsmesse bei europa-foto:
Neues fürs Bildergeschäft **8**

Zahlreiche Jubiläumsangebote für den
Fachhandel: 30 Jahre DGH **14**

Mehr Mitglieder bei der Optimal Foto
Gruppe – Neue Dienstleistungen **32**

Panzer Shopconcept realisiert neuen Ringfoto
Flagshipstore bei Wöhrstein **36**

Literatur **35**

Klein- und Personalanzeigen **38**

Impressum **38**

NEUHEITEN

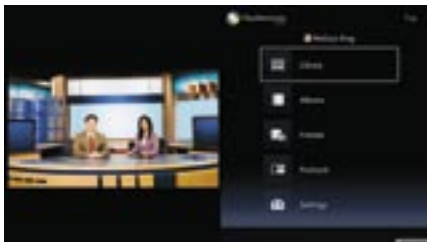
BILDDIENSTLEISTUNGEN



Immer aktuell:
www.worldofphoto.de

Sony Cloud Service „PlayMemories Online“ freigeschaltet

Sony hat die neue Plattform PlayMemories Online freigeschaltet. Der cloud-basierte Service ermöglicht nicht nur das schnelle und bequeme Organisieren von Fotos und Videos, sondern auch das Teilen mit Verwandten und Freunden über Smartphones, Tablets und demnächst auch Bravia Smart TVs.



Mit PlayMemories Online können demnächst Fotos und Videos aus der Cloud in hoher Auflösung auf Sony Bravia TVs angesehen werden.

Die intelligente Software konvertiert Fotos und Videos je nach Bedarf selbstständig. So kann zum Beispiel ein und dasselbe Full-HD-Video mit hoher Auflösung verlustfrei auf dem großen Fernseher im Wohnzimmer und in handlicher Auflösung auf einem kleineren Tablet Bildschirm dargestellt werden. Jeder Nutzer kann zudem selbst entscheiden, wer seine Fotos anschauen darf und wer nicht. Neben der automatischen Konvertierung je nach Abspielgerät ermöglicht „PlayMemories Online“ zudem die intuitive Nutzung über Smartphone, PlayStation3 und demnächst auch via Bravia LCD-Fernseher oder die digitalen S-Frame Bilderrahmen von Sony.

Alle registrierten Nutzer im „Sony Entertainment Network“ sind automatisch auch für „PlayMemories Online“ freigeschaltet. Fünf Gigabyte Speicherplatz sind inklusive – und zwar kostenlos. Wer noch keinen „Sony Entertainment Network“ Account besitzt, kann unter www.sonyentertainmentnetwork.com ein Konto erstellen. Weitere Informationen zu „PlayMemories Online“ gibt es im Internet unter www.playmemoriesonline.com.

Neuer President & CEO für Canon Europa

Rokus van Iperen führt ab sofort als neuer President & CEO Canon in Europa, dem Nahen Osten und Afrika (EMEA). Als erster Europäer, der die Geschäfte von Canon in dieser Region führen wird, löst er Ryoichi Bamba ab, der nach vier Jahren in dieser Position und 40 Jahren bei Canon in den Ruhestand geht.

Van Iperen übernimmt mit Canon Europa eine Organisation, die den größten regionalen Anteil am Gesamtumsatz der Canon Inc. erwirtschaftet. Der neue President & CEO kommt aus der Canon Gruppe. Er war seit 1999 Chairman & CEO von Océ N.V., einem Unternehmen, das im März 2010 von Canon Inc. gekauft wurde.



Rokus van Iperen

„Ich fühle mich geehrt, als erster Europäer die Führung von Canon in der EMEA-Region übernehmen zu dürfen“, kommentierte der neue Canon Europachef. „Ich habe Canon immer wegen seiner erstklassigen Innovationen und erfolgreichen Geschäftsentwicklung bewundert. Nach der engen Zusammenarbeit mit Canon in den letzten Jahren freue ich mich auf die Betreuung der Integration von Canon und Océ in EMEA und darauf, das kontinuierliche Wachstum von Canon in der gesamten Region weiter voranzutreiben.“

Van Iperen kam im Jahr 1978 zu Océ. Nach mehreren Positionen in der Forschung und Entwicklung wurde er 1989 verantwortlich für den Bereich Printing Systems. Ab 1992 war van Iperen Geschäftsführer der Océ-Belgium N.V., 1995 wurde er in den Vorstand der Océ N.V. berufen. Zu den wichtigsten Erfolgen van Iperens bei Océ N.V. zählen die Akquisition und die anschließende Überführung der Siemens Nixdorf Printing Division München und der Imagistic Inc. in die Océ Organisation.

Fujifilm kündigt deutliche Erhöhung der Filmpreise an

Die Fujifilm Corporation, Tokio, hat einen deutlichen Anstieg der Preise für fotografische Filme angekündigt. Die Maßnahme, die weltweit im Mai umgesetzt werden soll, sei durch das zurückgegangene Volumen bei gleichzeitig gestiegenen Kosten für Rohmaterialien und Energie notwendig geworden, erklärte das Unternehmen.

Obwohl die genaue Höhe der Preisänderungen je nach Produkt und Region unterschiedlich ausfallen könne, sei mit zweistelligen Steigerungen zu rechnen, fügte Fujifilm hinzu. Betroffen sind sowohl Farbnegativ- und Umkehrfilme als auch Schwarzweiß-Material und die Einwegkamera QuickSnap.

Fujifilm will auch weiterhin die Verfügbarkeit hochwertiger Fotoprodukte in hoher Qualität sicherstellen.

Neuer EVA Lehrgang am Photo+Medienforum Kiel

Der 30-monatige Vollzeitlehrgang teilt sich auf in acht Monate fachtheoretische Übungen, zwei Monate fachpraktische Übungen, ein zweiwöchiges Management-Intensivtraining und eine zweiwöchige Projektarbeit. In ausgewählten Praktikumsbetrieben außerhalb Schleswig-Holsteins wird das Gelernte dann in die Praxis umgesetzt. Ein Wechsel des Praktikumsbetriebs wird dabei ausdrücklich empfohlen, um möglichst viele unterschiedliche Bereiche der Fotografie in den entsprechend spezialisierten Unternehmen kennenzulernen. Die Prüfung wird dann vor der Fotografeninnung Schleswig-Holstein abgelegt, und bei Erfolg erhält der Teilnehmer den Gesellenbrief. Für EVA-Entschlossene läuft der Anmeldeschluss für den diesjährigen EVA-Lehrgang am 31. Mai aus. Bis dahin haben Interessenten noch Zeit, die umfangreichen Bewerbungsunterlagen zu erstellen und beim Kieler Forum einzureichen. Start des Lehrgangs ist am 13. August 2012 in Kiel.

Neuheiten

Rollei Fotopro CT-5A



Das Aluminiumstativ besteht wie alle Rollei Fotopro Stativ aus T6 Aluminium und wiegt bei einer maximalen Arbeitshöhe von 1,57 m gerade einmal 1,7 kg inkl. Stativkopf. Das Stativ ist zudem mit 8 kg ausreichend für eine mittlere Fotoausrüstung belastbar.

Durch den 180° Beinwinkelmechanismus hat das kompakte Stativ ein Packmaß von nur 43 cm und lässt sich dank Zubehör ganz einfach zum Einbeinstativ umbauen. Alle drei Stativbeine verfügen über ein entspre-

chendes Gewinde, wodurch sie abgeschraubt und durch kurze, extrem stabile Rohre, die sich im Zubehör befinden, ersetzt werden können. So bietet sich ein Höchstmaß an Stabilität als Tischstativ, für Nachtaufnahmen oder im Makro-Bereich an. Alle sechs Stativbeine sind im obersten Segment mit Schaumstoff ummantelt, so dass auch bei Kälte gut gearbeitet werden kann.

Selbstverständlich ist die Mittelsäule teilbar, so dass eine minimale Arbeitshöhe von 11 cm inkl. Stativkopf erreicht werden kann. Wie alle Fotopro-Stativ hat auch das CT-5A einen Kugelkopf mit 3 Nivellierlibellen und einer Schnellwechselplatte, die über die gesamte Breite arretiert wird und so sehr fest sitzt. Das Stativ ist in elegantem Schwarz mit metallicblauen Beinverschluss- und Mittelsäulenumrandungen gehalten. Im Lieferumfang des CT-5A sind neben einer gepolsterten Tasche 4 kleine Beinsegmente, Haken (3/8" Schraube in der Mittelsäule versenkbar), ein gepolsterter Tragegurt extra, Einbeinhalterung, Werkzeug und sogar ein Stativköcher enthalten. Das Rollei Fotopro CT-5A ist ab sofort zu einem UVP von 249,95 Euro erhältlich.

Lowepro stellt Urban Photo Sling Serie vor



Die neue Serie bietet Fotografen einen schnellen und leichten Zugriff auf die Kameraausrüstung. Praktisch ist das integrierte Tablet-PC Fach, da geschossene Fotos sofort über den mitgebrachten Tablet-PC weitergeleitet und bearbeitet werden können.

Für das Verstauen und Organisieren der Ausrüstung bietet die Urban Photo Sling unterschiedliche Möglichkeiten an: entweder von oben im

Toploader-Style für einfachen Zugriff oder von vorne, da die Tasche auf der Vorderseite für einen vollen Zugriff geöffnet werden kann. Je nach Umfang der Kameraausrüstung kann die Inneneinteilung mit Klettverschlüssen individuell angepasst und verstellt werden.

Die Urban Photo Sling 150 bietet Platz für eine DSLR mit angesetztem Objektiv (55–200 mm), ein zusätzliches Objektiv 18–55 mm oder Blitz und einen Tablet-PC oder alternativ eine Systemkamera mit angesetztem Objektiv, 2-3 zusätzliche Objektive oder Blitzgeräte und einen Tablet-PC. Das größere Modell 250 bietet Platz für eine professionelle DSLR ohne Batteriegriff mit angesetztem Objektiv (70–200 mm), zwei weitere Objektive oder Blitzgeräte, einen Tablet-PC und eine Getränkeflasche oder ein kleines Stativ in der Seitentasche. Beide Modelle fassen außerdem Zubehör und persönliche Dinge in der verdeckten Fronttasche. Für das Plus an Tragekomfort sorgt die weiche Polsterung auf der Rückseite der Tasche. Die UVPs für die Urban Photo Sling Modelle 150 und 250 sind 74,90 und 84,90 Euro. Erhältlich sind sie ab sofort in der Farbe Schwarz.

THE GLOBAL STAGE FOR...

- ...RETAILERS & BUYERS
- ...PRODUCT INNOVATIONS
- ...LEADING BRANDS & EXPERTS
- ...PRESS & MEDIA

Get in touch

BERLIN, GERMANY

ifa-berlin.com

Nutzen Sie die IFA 2012 als wichtigsten Handelstreffpunkt und treffen Sie den Vertrieb der international führenden Marken. Sichern Sie sich mit den Innovationen des Jahres Ihren Geschäftserfolg.



The global innovations show.

Frühjahrs-Einkaufsmesse bei europa-foto Neues fürs Bildergeschäft

Positive Zahlen und jede Menge Neuheiten hat die europa-foto-Zentrale den Mitgliedern auf der traditionellen Frühjahrs-Einkaufsmesse in Wiesbaden präsentiert. Im Mittelpunkt stand dabei die Einführung der neuen sPrint 2.0 Terminals in Verbindung mit dem weiterentwickelten Bilderarbeiten-Konzept. Und auch die Marketingabteilung konnte einiges Neues berichten.

Nachdem bei den vergangenen europa-foto-Messen immer mal wieder der ein oder andere namhafte Industriepartner gefehlt hatte, konnte



europa-foto-Geschäftsführer Robby Kreft

europa-foto-Geschäftsführer Robby Kreft Ende März auf ein volles Haus verweisen. „Alles, was im Fachhandel wichtig ist, ist hier zu finden“, meinte Kreft im Rahmen eines Presse-



Die Biometrie-Garantie ist eine von mehreren Marketingaktionen, die die europa-foto-Zentrale für die Mitglieder entwickelt hat.

gesprächs. „Und wer diesmal die Chance nicht genutzt hat, nach Wiesbaden zu kommen, der hat wirklich etwas verpasst“.

Diese Aussage bezog sich nicht nur auf die Fülle der anwesenden Produkt- und Dienstleistungsanbieter, sondern auch auf eine erstmals durchgeführte Rabatt-Aktion: An den Ständen hielten die Aussteller jeweils ein besonderes Angebot für die Händler bereit. Dies konnte aber nur wahrgenommen werden, wenn der Händler persönlich den Stand besuchte. Zur Freude der Aussteller konnte dadurch die Besucherfrequenz auf den einzelnen Ständen im Vergleich zu vorausgegangenen Einkaufsmessen deutlich gesteigert werden.

Verpasst hatten die Nicht-Anwesenden zudem die Möglichkeit, vor Ort regionale Weine zu verkosten und zu bestellen. „Viele Mitglieder nutzen die Einkaufsmessen, um in der Region Wein einzukaufen,“ erläuterte Kreft.

„Denen wollten wir eine einfache Möglichkeit bieten, Messebesuch und Weinkauf gleichzeitig erledigen zu können.“ Mit dem Weingut Lergenmüller aus Hainfeld in der Pfalz hatte man einen Partner gefunden, der seit dem 16. Jahrhundert Weine herstellt und heute ein attraktives Angebot hochwertiger Weiß-, Rosé- und Rotweine sowie Sekte anbietet.

„Biometrie-Garantie“

Die Umstellung der Krankenkassenkarten auf die neue Variante mit Passbild beschert den Händlern, die auch im Passbildgeschäft aktiv sind, derzeit hohen Zulauf; zudem wird vor der Urlaubssaison traditionell eine Vielzahl von Neuanträgen für Ausweise und Reisepässe gestellt. Speziell für dieses Geschäft hat die Marketingabteilung der europa-foto-Zentrale die Aktion „Biometrie-Garantie“ entwickelt. „Mit dieser Aktion garantiert der Händler seinem Kunden, bio-

metrische Passbilder, die von der Krankenkasse oder der Ausweisbehörde nicht akzeptiert werden, kostenlos neu anzufertigen“, sagte europa-foto-Marketingleiterin Sonja Steuer. Da die Mitglieder ohnehin schon mit aktueller Biometrie-Software arbeiteten, sei dies ein relativ risikoloses Angebot, das aber auf das Sicherheitsbedürfnis vieler Kunden abziele. Steuer: „Das Wort Garantie wirkt beim Verkaufen nach wie vor wie ein Magnet.“ Unterstützt wird diese Aktion mit PoS-Materialien, auf denen jeweils ein Mann oder eine Frau als Motiv dargestellt sind.

Servicepaket

Als weitere Marketingaktion stellte Steuer das europa-foto-Servicepaket vor. Dieses enthält drei Bestandteile: eine Speicherkarte, eine genialdigital-Gutscheinkarte und verschiedene Dienstleistungen, die neben einer Kameraversicherung und Garantieverlängerung auch Services wie Kameracheck, Sensorleistung oder



europa-foto-Marketingleiterin Sonja Steuer

Datenrettung enthalten kann. Angeboten werden drei verschiedene Varianten für Kompaktkameras, Einstieger-SLRs und hochwertige SLR-Modelle. „Das hochwertigste Paket repräsentiert Leistungen im Wert von 420 Euro“, so Steuer. „Wenn der Händler mutig genug ist, das Servicepaket zu einem hohen Preis zu verkaufen, hat er die Chance, richtig viel



Action-Cams gehören derzeit zu den Trendprodukten im Fotohandel. Auf der europa-foto-Einkaufsmesse präsentierten unter anderem Sebastian Frey (l.) und Christopher Görden von der Grofa GmbH aus Bad Camberg Actioncams der Marke GoPro.

Geld zu verdienen.“ Außerdem handelt es sich bei diesem Angebot um ein Exklusivprodukt, das für europa-foto-Mitglieder ein Alleinstellungsmerkmal sei und sie aus der Vergleichbarkeit herausnehme.

Neues Bilderkonzept

Ebenfalls auf der Messe vorgestellt wurden die neuen sPrint Terminals und das neue sPrint-Bilderkonzept. „Mit seinem weißen Gehäuse ist das neue 19-Zoll-Terminal ein echter ‚Hingucker‘, der sicherlich auf große Beachtung im Laden stoßen wird“, meinte Kreft.

Doch nicht nur die Optik hat sich geändert, auch die Möglichkeiten und Services wurden ausgebaut. So können die zum System gehörenden neuen Drucker beispielsweise jetzt die drei Formate 10 x 15 cm, 15 x 20 cm und 13 x 18 cm verarbeiten, und in der größten der vier angebotenen Terminal-Varianten lässt sich zudem noch ein A4-Drucker anschließen. Darüber hinaus werden Updates jetzt ohne Zutun des Händlers automatisch auf das Gerät gespielt (sofern es nicht

mit einem Minilab verbunden ist), und mit einer Zusatzsoftware können Händler ab sofort auch Profibestellungen für farbverbindliche Aufträge annehmen. Und schließlich wurde mit der sPrint Version 2.0 auch eine neue App für Smartphones vorgestellt. Diese war zur Einkaufsmesse bereits für Android-Geräte erhältlich, die Freigabe für Apples mobiles iOS Betriebssystem stand zum Zeitpunkt der Einkaufsmesse noch aus.

Leichtes Plus

Trotz der großen Krisen hat die europa-foto-Zentrale laut Kreft das Geschäftsjahr 2011 positiv abgeschlossen. „Obwohl natürlich das ein oder andere Produkt einmal gefehlt hat, konnten wir unsere Mitglieder dank der hervorragenden Unterstützung durch die Industrie so gut mit Ware versorgen, dass mancher Händler gefühlt keine Krise erlebt hat“, so Kreft. Alles in allem habe man den Umsatz um ein Prozent erhöhen und das Geschäftsjahr 2011 damit mit einem leichten Plus abschließen können.

Kodak und dm-drogerie etablieren neues Angebot

Kodak Fotobücher deutschlandweit

Kodak und dm-drogerie markt wollen bis Ende 2012 Kodak Fotobücher und personalisierbare Grußkarten bundesweit in nahezu allen dm-Märkten für den Sofortdruck verfügbar machen. Dadurch soll es für Konsumenten flächendeckend möglich werden, am Kiosk oder am heimischen PC Foto-Premiumprodukte zu erstellen, die direkt im Geschäft ausgedruckt werden können.

Mit dem neuen Angebot bauen Kodak, mit 105.000 installierten Kodak Picture Kiosken weltweiter Marktführer für Fotodrucksysteme im Einzelhandel, und dm, der größte europäische Einzelhändler für Bilddienstleistungen und Fotoprodukte, ihre jahrelange Zusammenarbeit bei Bilddienstleistungen direkt im Geschäft aus. Gefördert wird diese Entwicklung durch die kürzlich eingeführte Kodak Create@Home-Software, die es den Kunden möglich macht, personalisierte Fotoprodukte zu Hause anzufertigen und dann in einem entsprechend ausgerüsteten Einzelhandelsgeschäft auszudrucken.

Dafür bietet dm eine deutschlandweite Infrastruktur, denn bereits 1.200 dm-Filialen sind mit insgesamt 4.000 Kodak Picture Kiosken ausgestattet. Zudem begann dm schon 2008 damit, Kodak Adaptive Picture Exchange (APEX) Trockenlaborsysteme in ausgewählten Drogeriemärkten zu installieren und Bilddienstleistungen mit persönlicher Bedienung anzubieten. Bis Jahresende will die Drogeriemarktkette die Zahl der APEX

Trockenlaborsysteme in ihren Filialen auf 150 erhöhen.

„Wir sind stolz auf die Fortführung unserer erfolgreichen Partnerschaft mit dm-drogerie markt, die bereits 2005 mit einem Testmarkt in Deutschland begann“, kommentierte Larry Trevarthen, Kodak Marketing Director Global, Retail Systems Solutions, und Vice President Consumer. „Gemeinsam mit dm haben wir ein neues Konzept entwickelt, um den Verbrauchern ein umfangreicheres Angebot an hochwertigen Fotoprodukten anzubieten. Wir geben ihnen die Möglichkeit, kreative personalisierte Fotoprodukte einfach und bequem direkt vor Ort zu erstellen und sofort mitzunehmen.“

Das Kodak Sofort Fotobuch ist in verschiedenen Formaten erhältlich und kann in wenigen Minuten gestaltet und gedruckt werden. Außerdem haben Konsumenten die Möglichkeit, persönliche Grußkarten zu gestalten. Dazu bietet Kodak an den Kiosken und in der Create@Home-Software eine große Auswahl an Templates an, die auch die Vorlagen beliebter

Designer wie Bonnie Marcus beinhalten.

Für die Erstellung der Bildprodukte können die Kunden auch auf Fotos zurückgreifen, die in Internetalben oder sozialen Netzwerken gespeichert sind. Denn bis Jahresende will dm praktisch alle Kodak Picture Kioske in seinen Filialen mit dem Internet verbinden, um es den Konsumenten zu ermöglichen, ihre Fotos auf Facebook, Picasa und der Kodak Gallery für Fotobücher, Prints und andere Bildprodukte zu nutzen.

„Wir investieren in das neue Kodak Digital Foto Center, um unseren Kunden eine große Auswahl an kreativen Fotoprodukten anzubieten. Die Kunden können ihre Fotoprodukte einfach und bequem selbst gestalten und dann sofort mitnehmen. Kodak ist dabei ein vertrauensvoller Partner für qualitativ hochwertige Produkte und Drucklösungen, die unser Sortiment optimal ergänzen“, so Christoph Werner, Geschäftsführer von dm-drogerie markt in Deutschland. „Durch die Fortsetzung unserer Partnerschaft mit Kodak stärken wir unsere Position als führender Anbieter von Sofortdruckerzeugnissen in Westeuropa. Wir freuen uns weiterhin, unseren Kunden innovative Fotoprodukte und herausragenden Service anzubieten.“





Darren Johnson: „Eine gute Nachricht für die ganze Fotobranche.“

Darren Johnson,
Regional Director und Vice President CDG EAMER
Retail Printing & Film Products, Kodak

„Wir schaffen einen neuen Markt“

In der Vereinbarung mit dem drogerie-markt sieht Kodak einen wichtigen Schritt für die gesamte Branche, um das Geschäft mit digitalen Bilddienstleistungen auf eine Basis zu stellen. imaging+foto-contact hat mit Darren Johnson, Regional Director und Vice President CDG EAMER Retail Printing & Film Products bei Kodak, darüber gesprochen, was das für den Fotohandel bedeutet.

imaging+foto-contact:

Kodak verbindet sich mit einer Drogeriemarkt-Kette, um deutschlandweit Fotobücher und andere Bildprodukte anzubieten, die direkt im Geschäft ausgedruckt werden. Warum haben Sie sich für diese Partnerschaft entschieden?

Darren Johnson: Kodak arbeitet seit Jahren erfolgreich daran, den Konsumenten hochwertige Bildprodukte wie Fotobücher oder Grußkarten auf einfache Weise zugänglich zu machen. Mit unseren Kodak Picture Kiosks haben wir den Sofortdruck von digitalen Bildern direkt im Geschäft sozusagen erfunden und dieses Konzept mit unseren APEX Dry Labs weiter ausgebaut. Damit ist es möglich, ein großes Sortiment wertschöpfungsstarker Bildprodukte direkt im Geschäft zu produzieren. Gleichzeitig werden immer mehr Fotos in digitale Netzwerke und Internet-Alben hochgeladen. Deshalb ist es ein logischer Schritt, unsere Kodak Picture Kiosks mit diesen Netzwerken zu verbinden und es so den Konsumenten zu ermöglichen, direkt im Geschäft auf

diese Bilder zuzugreifen, um damit hochwertige Fotobücher, Grußkarten oder Kalender zu gestalten. Die Partnerschaft mit dem drogerie-markt macht es uns möglich, diese Produkte im Sofortdruck deutschlandweit anzubieten. Damit ändern wir grundlegend die Spielregeln des Bildermarktes. Das ist eine gute Nachricht für die ganze Fotobranche.

imaging+foto-contact: Dass es eine gute Nachricht für Kodak und dm ist, versteht man sofort. Aber warum für die ganze Branche?

Darren Johnson: Die Digitalfotografie hat die Spielregeln geändert: Anstelle preiswerter Prints werden immer mehr hochwertige Bildprodukte bestellt. Unsere Marktforscher haben herausgefunden,



Darren Johnson, Regional Business Manager and Vice President, Retail Systems Solutions EAMER Eastman Kodak Company (links), und Wolfgang Venzl, Sales Director Consumer DACH, zeigen die sofort gedruckten Kodak Fotobücher in einem dm Markt in Düsseldorf.

Interview

dass 70 Prozent der Konsumenten es begrüßen würden, auf Fotobücher nicht tagelang warten zu müssen, sondern diese sofort im Geschäft mitzunehmen. Das ist mit Kodak Picture Kiosks und unseren APEX Dry Labs möglich, und die stehen ja nicht nur bei dm drogerie markt, sondern auch bei vielen Fotohändlern. Durch die Partnerschaft mit dm können wir Kodak Fotobücher und andere Bildprodukte jetzt bundesweit anbieten und damit auf breiter Front Nachfrage erzeugen. Davon kann jeder Betreiber eines Kodak Picture Kiosks oder APEX Dry Labs profitieren. Am besten geht das, wenn diese Geräte direkt mit dem Internet verbunden sind und damit auch den Zugriff auf Bilder bei Facebook, Picasa oder in der Kodak Gallery ermöglichen.

imaging+foto-contact: *Warum ist diese Vernetzung so wichtig?*

Darren Johnson: Weil sie die Voraussetzung dafür ist, in der hypervernetzten Welt auf intelligente Weise Bilddienstleistungen anzubieten, mit denen die Menschen ihre Geschichten nicht nur über Netzwerke miteinander teilen, sondern auch ausdrucken können. Und das werden sie besonders häufig tun, wenn sie diese Bildprodukte auf einfache Weise schnell und an möglichst vielen Orten gestalten und ausdrucken können. Genau das macht Kodak jetzt flächendeckend möglich.

imaging+foto-contact: *Ist es nicht ein Widerspruch, dass Sie einerseits auf die Gestaltung der Bildprodukte am Kiosk setzen, andererseits aber gerade die Kodak Create@Home-Software herausgebracht haben, mit der die Kunden dies zu Hause tun können?*



dm will die Zahl der Märkte, in denen mit Hilfe des Kodak APEX Systems Bildprodukte mit Bedienung angeboten werden, bis Ende dieses Jahres auf 150 erhöhen.

Darren Johnson: Nein. Denn das eine ergänzt das andere. Am Kiosk ist es möglich, schnell und einfach ein Fotobuch zu gestalten. Wer aber vorher noch Bilder aussuchen und vielleicht ein ganz persönliches Layout gestalten will, der kann das jetzt ganz einfach zu Hause tun. In jedem Fall aber können die Fotobücher, die Grußkarten oder die Kalender anschließend sofort im Geschäft gedruckt werden, ohne dass die Kunden lange darauf warten müssen.



Viele Kodak Picture Kioske in den dm Märkten sind bereits mit Facebook verbunden.

imaging+foto-contact: *Um die Frage kommen Sie nicht herum: Welche Auswirkungen könnte das Insolvenzverfahren der Eastman Kodak Company, das derzeit in den USA durchgeführt wird, auf diese neue Aktivität in Deutschland haben?*

Darren Johnson: Das Verfahren nach Chapter 11 des amerikanischen Insolvenzgesetzes betrifft die Eastman Kodak Company in den USA. Die außeramerikanischen Tochtergesellschaften wie Kodak Europa und die Kodak GmbH in Stuttgart sind davon nicht betroffen. Grundsätzlich gilt: Ein Verfahren nach Chapter 11 gibt dem betroffenen Unternehmen die Möglichkeit, sich neu aufzustellen. Und was die Kodak Sofortdruck-Systeme wie den Kodak Picture Kiosk und das APEX Dry Lab angeht: Das ist ein wachsendes und vor allem profitables Geschäft für Kodak – und für unsere Kunden im Einzelhandel.

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

Canon: EOS 60Da für Astrofotografie



Canon stellt mit der EOS 60Da eine hochauflösende DSLR-Kamera vor, die speziell für

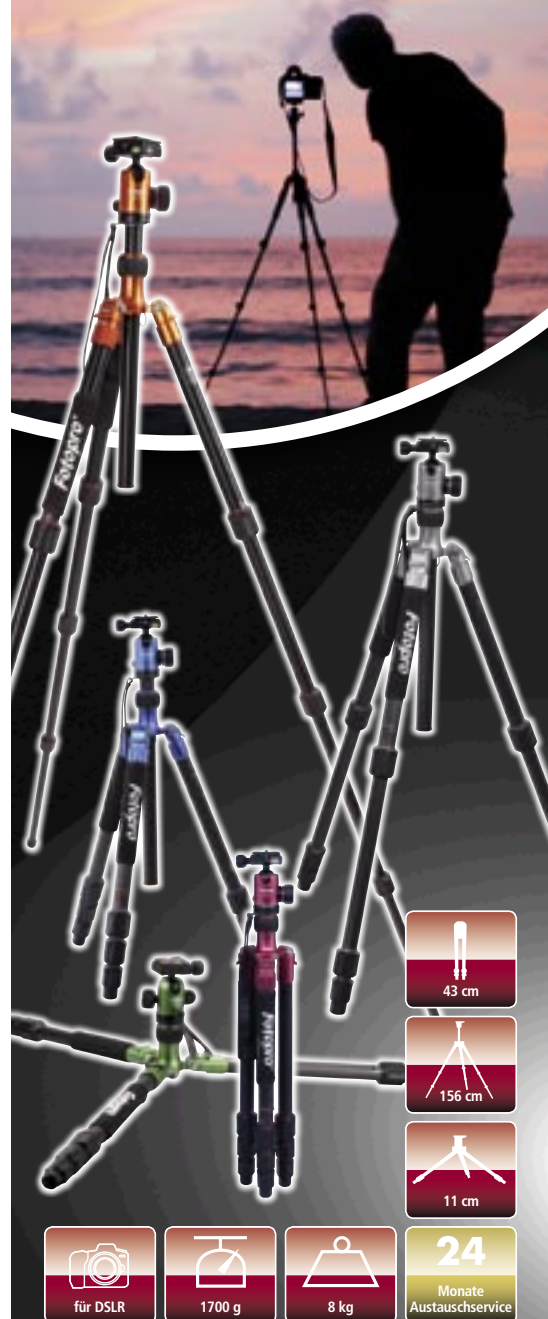
Astrofotografen konstruiert wurde. Basierend auf den technischen Spezifikationen der EOS 60D ermöglicht die EOS 60Da das Fotografieren von Infrarotphänomenen wie beispielsweise diffusen Nebel. Dank des modifizierten Tiefpassfilters wird auch langwelliges H-Licht (hydrogen-alpha) erfasst. In einer Standard DSLR begrenzt der Infrarotfilter (IR) den Einfall des H-Lichtes auf den Kamerasensor und reduziert die Aufnahme von roten Lichtanteilen, um unerwünschte Farbartefakte im finalen Bild zu verhindern. Die EOS 60Da arbeitet mit einem neuen modifizierten optischen Tiefpassfilter, der gegenüber Standardmodellen für eine dreifach höhere Durchlässigkeit des langwelligen H-Lichtes sorgt. Die Kombination mit dem 18 Megapixel CMOS-Sensor, der DIGIC 4 Prozessor-technologie und einem hohen ISO-Bereich von bis zu ISO 6.400 (erweiterbar auf bis zu ISO 12.800) ist die Voraussetzung für scharfe und klare Aufnahmen von rot gefärbtem diffusen Nebel und anderen astronomischen Motiven. Wie die EOS 60D bietet die EOS 60Da einen besonders hohen Anwenderkomfort und umfangreiche individuelle Konfigurationsmöglichkeiten. In der Anordnung der Bedientasten sind bestimmte Steuerfunktionen der Kamera für eine leichtere Anwendung zueinander gruppiert. Die Steuerelemente lassen sich einfach konfigurieren und an die individuellen Gewohnheiten und Anforderungen des Fotografen anpassen. Über eine spezielle Quick-Control-Taste ist der umgehende und bequeme Zugang zu nahezu allen Kamera-Einstellungen während der Aufnahme möglich. Die EOS 60Da ist mit einem dreh- und schwenkbaren 7,7 Zentimeter (3,0 Zoll) LC-Display mit Livebildkontrolle und einer Auflösung von zirka 1.040.000 Bildpunkten ausgestattet. Zum Lieferumfang gehört der Fernauslöse-Adapter RA-E3, der mit dem optional erhältlichen programmierbaren Kabelfernauslöser mit Timer-Funktion TC-80N3 kompatibel ist. So ist die Anpassung der Einstellungen möglich, ohne die Kameraposition zu verändern. Über den TC-80N3 kann mit den für die Astrofotografie

typischen langen Belichtungszeiten fotografiert oder die Aufnahme von Bildern in selbst definierten Intervallen gesteuert werden. Der mitgelieferte Netzadapter ACK-E6 AC sorgt für die ununterbrochene Stromversorgung der Kamera bei langen Belichtungsserien. Die Kamera lässt sich für die Bildwiedergabe auf einem Computer-Monitor über einen USB-Anschluss mit einem PC oder Mac verbinden. Die EOS 60Da ist Teil des EOS Systems und daher kompatibel mit einer umfassenden Auswahl von Wechselobjektiven mit Brennweiten von 8 bis 800 Millimetern. Sie ist seit Ende April 2012 zum Preis von 1.399 Euro (UVP) im Fachhandel erhältlich.

Tamrac Evolution Speed Roller Backpack

Der neue Tamrac Evolution Speed Roller Backpack lässt sich sowohl als komfortabler Fotorucksack als auch als vielseitiger Fotorollkoffer einsetzen. Zwei DSLR-Kameras, jeweils mit angesetztem Objektiv, lassen sich transportieren und sind blitzschnell zur Hand. Der Innenraum des Tamrac Evolution Speed Roller Backpack ist in zwei Segmente geteilt. Im unteren Hauptfach findet eine DSLR mit angesetztem Objektiv bis zu einer Größe von 70–200mm f/2.8 Platz. In diesem durch Schaumstofftrenner frei einteilbaren Bereich können auch weitere Objektive und ein Blitzgerät sicher untergebracht werden. Die Kamera wird dabei zusätzlich von einem Gurt in Position gehalten und kann nicht verrutschen. Das obere Fach ist ebenfalls mit herausnehmbaren schaumstoffgepolsterten Innenteilern ausgestattet und bietet Platz für eine zweite Kamera mit angesetztem Objektiv bis 15,2 cm Länge sowie für zwei kleinere Zusatzobjektive. Auf der Innenseite der Front-Deckel für das obere und untere Hauptfach befinden sich Windowpane-Mesh-Zubehörfächer aus durchsichtigem Kunststoff. Diese können zum Verstauen von Filtern und anderem kleineren Zubehör genutzt werden. Ein Laptop kann sicher und komfortabel in dem speziell dafür vorgesehenen Fach verstaut und geschützt transportiert werden. Dieses gut gepolsterte Fach bietet Geräten bis zu 15 Zoll einen sicheren Platz. Um den Evolution als Rollkoffer zu benutzen, wurde ein hochwertiger und stabiler Teleskopgriff aus einer Aluminiumlegierung integriert, der bei Nichtgebrauch voll versenkbar ist. Der Tamrac Evolution Speed Roller Backpack ist ab Anfang Mai erhältlich.

Rollei
since 1920



Fotopro exklusiv für Rollei:

Stativ C5i

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



www.rollei.com



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

Zahlreiche Jubiläumsangebote für den Fachhandel

30 Jahre DGH

DGH Großhandel in Würzburg feiert in diesem Jahr sein 30-jähriges Bestehen: 1982 wurden die ersten Pakete von der neu gegründeten Großhandelsabteilung von Foto Duttonhofer in Würzburg an die Kunden versandt. Als Dankeschön für die gute Zusammenarbeit bietet DGH seinen gut 6.000 Handelspartnern während des gesamten Jubiläumsjahres zahlreiche Aktionen und Sonderangebote.

Mit dem Konzept, schnelle Warenverfügbarkeit mit kompetenter Kundenbetreuung zu verbinden, hat DGH in den vergangenen drei Jahrzehnten eine beeindruckende Erfolgsgeschichte geschrieben. „Als DGH gegründet wurde, gab es hierzulande gut ein Dutzend Fotogrossisten“, erklärte DGH Vertriebsleiter Walter Dürr. „Dass wir nicht nur als einer der wenigen übrig geblieben sind, sondern in den vergangenen 30 Jahren auch zum größten Vollsortiment-Großhändler für den Foto- und CE-Fachhandel in Deutschland wurden, beweist, dass wir einen guten Job gemacht haben.“

20.000 Artikel am Lager

Fachhändler finden heute bei DGH ein riesiges Angebot mit Produkten von 380 Marken. Rund 20.000 Artikel sind ständig im Lager verfügbar. Das Sortiment umfasst nicht nur alle gängigen Foto- und Videoprodukte vom Objektivpinsel bis zur Profi-Spiegelreflexkamera, sondern auch ein Sortiment von Haushaltsgeräten

und Unterhaltungselektronik, zu dem Kühlschränke, Präsentationstechnik und TV-Geräte ebenso gehören wie Elektro-Werkzeuge und Produkte aus dem Gesundheits-, Wellness- und Fitnessbereich.

Die sofortige Warenverfügbarkeit gilt nicht nur für schnelldrehende Standardprodukte. Eine wichtige Rolle spielt das Zubehörsortiment der Original-Hersteller und Zubehörspezialisten, das von DGH seit vielen Jahren systematisch ausgebaut wird. „Unser außergewöhnlich breites und tiefes Zubehörsortiment bietet dem Händler den Vorteil, dass er verschiedenste Artikel auch in Kleinstmengen einkaufen und bei einer Adresse seinen kompletten Zubehörbedarf decken kann, ohne die einzelnen Hersteller und Lieferanten ‚abklappern‘ zu müssen“, so Dürr. „Das spart ihm Zeit, die er am PoS sinnvoller einsetzen kann.“

Möglich wird die schnelle Lieferung individuell zusammengestellter Sortimente nicht zuletzt durch das im Jahr 2000 eingeweihte und 2006 auf 10.000 Quadratmeter



Der im April erschienene, 260 Seiten starke DGH Jubiläumskatalog enthält viele Sonderangebote. Zum Jubiläum steht die Canon Neuheit PowerShot SX260 im Mittelpunkt. Die Reisekamera bietet ein 20-fach-Zoomobjektiv, Full-HD-Video und GPS.



vergrößerte Lager: Im Mainfrankenpark vor den Toren Würzburgs stehen 8.000 Paletten- und 33.000 Kommissionierplätze zur Verfügung. Rund 90 Mitarbeiter sorgen mit einem ausgeklügelten Logistiksystem dafür, dass bestellte Ware bereits am nächsten Werktag beim Handel eintrifft. „Unser Motto heißt: Wir sind Ihr Lager“, stellte Dürr fest. „Damit sorgen wir dafür, dass der Händler seinen Kunden alle 20.000 Produkte unseres Sortiments anbie-

ten kann, ohne selbst Kosten für ein eigenes Lager zu haben.“

Dieses Konzept hat sich immer wieder bei Lieferengpässen der Hersteller und damit einhergehenden Preiserhöhungen bewährt, zuletzt im vorigen Jahr nach den Naturkatastrophen in Japan und Thailand. „Während viele Hersteller bereits ausverkauft waren, konnten unsere Handelspartner immer noch Produkte in ausreichender Menge aus unserem Lager beziehen, und dies zum alten Preis“, betonte Dürr.



Fachhandelskonzepte

Die hohe Logistikkompetenz hat dazu beigetragen, dass viele führende Markenhersteller DGH mit der Umsetzung ihrer Fachhandelskonzepte beauftragt haben. So setzt DGH unter anderem die Fachhandelskonzepte und selektiven Vertriebsbindungsverträge von Sony, Panasonic oder Samsung um und bietet zusätzlich markenspezifische Lagerbonusvereinbarungen, zum Beispiel für Panasonic oder Sigma. Sowohl der Außendienst als auch die Mitarbeiter am Telefon kennen sich mit den verschiedenen Konzepten sehr gut aus und können den Händler unterstützen. „Ein Händler

kann heutzutage ohne Fachhandelskonzepte nicht mehr erfolgreich am Markt agieren“, betont Dürr. „Die Konzepte bieten durchweg Vorteile für den Fachhändler. Zwar ist der bürokratische Aufwand teilweise erheblich, aber die Preis- und Liefervorteile machen das schnell wett.“

Individuelle Kundenbetreuung

Ein wesentlicher Baustein für den Erfolg von DGH ist das gut ausgebildete Fachpersonal, das die Kunden persönlich betreut. „Jeder Händler wird individuell beraten und sein Sortiment auf seine Anforderungen zugeschnitten“, erläutert Dürr. Dafür zuständig sind unter anderem auch vier erfahrene Außendienstmitarbeiter, die die Händler regelmäßig besuchen und sie vor Ort beraten. „Dieser Service kommt bei unseren Kunden extrem gut an“, führte der DGH Vertriebsleiter aus. „Denn Besuche von Vertretern der Hersteller sind selten geworden.“

Die Kompetenz der Mitarbeiter wurde darüber hinaus in den vergangenen Jahren immer wieder für besondere Aktionen genutzt: Im Rahmen von „Expertentagen“ konnten Fachhändler sich einen ganzen Tag lang von DGH Experten telefonisch zu verschiedenen Fragen beraten lassen. Hier standen unter anderem die Themen Drucken, Digitalfotografie oder Arbeiten mit dem Camcorder im Mittelpunkt.

Informationen für Händler

Ergänzt wird die persönliche Betreuung der Kunden durch umfassende und vor allem aktuelle Informationen im Internet. So können Händler



DGH Vertriebsleiter Walter Dürr: „Unser Motto heißt: Wir sind Ihr Lager.“

wichtige Produkt- und Marktinformationen bei DGH online in einer einzigartigen Produktdatenbank abrufen. Gleich mehrere Mitarbeiter in der DGH Zentrale in Würzburg sorgen dafür, dass Neuheiten schnell aufgenommen werden. So stehen alle relevanten Daten direkt nach Bekanntwerden für das Verkaufsgespräch am PoS zur Verfügung. Besonderen Anklang finden bei vielen Händlern der Zubehörfinder und die umfangreichen Cross-Selling-Informationen für das gesamte Sortiment.

Mit Hilfe des DGH Produktberaters, einem Online-Beratungstool mit einfacher Bedienung, können DGH Kunden die Produktinformationen auch mühelos in den Verkaufsraum bringen und den Endkunden präsentieren. „Hier wirkt sich die Größe unseres Sortiments positiv auf den Umsatz unserer Kunden aus“, stellte Dürr fest. „Denn mit einem einzigen Terminal am PoS können sie ihr Ange-

bot um bis zu 20.000 Produkte ohne eigene Lagerhaltung erweitern.“ Zur Informationspolitik gegenüber dem Handel gehören auch die Veranstaltung von und die Beteiligung an Messen. So war die in den eigenen Räumen veranstaltete DGH Hausmesse in der Vergangenheit ein beliebter Termin bei zahlreichen Kunden. Inzwischen wurde diese Hausmesse zum Optimal Event weiterentwickelt, der in diesem Jahr zum zweiten Mal in Würzburg stattfand (siehe S. 32 in dieser Ausgabe). Darüber hinaus informiert DGH den Fachhandel seit vielen Jahren regelmäßig mit eigenen Ständen auf der IFA in Berlin und der photokina in Köln.

Exklusivmarken

Zu einem weiteren Erfolgsfaktor für DGH und den Fachhandel haben sich die Exklusivmarken des Unternehmens entwickelt. Mit Eneride Akkus, Canubo Taschen, Difox Filtern und Camgloss Reinigungsequipment steht ein Sortiment zur Verfügung, das Händlern attraktive Margen bieten kann. Die Produktpalette wird ständig angepasst,

so dass es auch für die neuesten Kameramodelle ertragsstarke Alternativen zum Originalzubehör gibt.

Zahlreiche Jubiläumsangebote

Seinen 30. Geburtstag feiert DGH Großhandel das ganze Jahr hindurch mit besonders attraktiven

Angeboten für die Kunden: Den Auftakt bildete der im April erschienene, 260 Seiten starke Jubiläumskatalog, in dem bereits zahlreiche Sonderangebote zu finden sind. Im Mai startet ein Jubiläums-Gewinnspiel, bei dem jeder DGH Kunde durch verschiedene Aktivitäten Lose sammeln kann. Je mehr Lose er sammelt, desto größere Chancen auf einen Gewinn hat er.

Für den Sommer ist eine weitere Jubiläumsbeilage geplant. Zudem sollen regelmäßig Newsletter mit saisonalen Aktionsangeboten erscheinen. Auch die Branchenmes sen IFA und photokina werden bei DGH ganz im Zeichen des Jubiläums stehen. Und zum Weihnachtsgeschäft wird das Jubiläum durch einen weiteren Angebotsschwerpunkt beendet.

Das 2006 auf 10.000 Quadratmeter vergrößerte Lager ist die Voraussetzung für die schnelle Verfügbarkeit von 20.000 verschiedenen Artikeln.



imaging+foto ⁵ 2012 contact

Fachzeitschrift für die Fotobranche • www.worldofphoto.de

Die neuen Samsung NX-Modelle mit integriertem WiFi



Das smarte System

**Hans
Wienands:**
„Die Zukunft
ist smart“ S. 18



**Was die neuen WiFi-System-
kameras können —**
Die NX-Modelle
im Detail S. 19



**Andreas
Wahlich:**
„So kann der Fotohandel
von WiFi profitieren“ S. 22



Hans Wienands, Senior Vice President der Samsung Electronics GmbH

„Die Zukunft ist smart“

Mit der neuen Produkt-Generation unserer Kompakt- und Systemkameras integrieren wir bei Samsung auch Fotos und Videos in das Konzept des Smart Life, mit dem wir die Unterhaltungselektronik auf ein neues Niveau heben. Dahinter steht die gesamte Kraft des Technologie-Konzerns Samsung Electronics, mit der wir in allen wichtigen Märkten die Gunst der Verbraucher erobert haben.

Smart Life bedeutet, dass digitale Inhalte jederzeit und von jedem Ort aus auf unterschiedlichen Geräten wie Fernsehern, Notebooks, Smartphones und Tablet Computern zugänglich sind. Zu diesen Inhalten gehören auch und vor allem Fotos und Videos, denn sie haben für die Konsumenten eine große emotionale Bedeutung. Deshalb schaffen wir mit unseren WiFi-fähigen Kameras die Voraussetzung dafür, dass erstklassige Fotos und Videos einfach ins Netz und auf vielfältige Plattformen übertragen werden können. Denn genau das wird durch die Samsung Smart Cameras möglich, deren Spitzenmodell, unsere neue Samsung NX20, sogar professionellen Ansprüchen gerecht wird.

Jetzt können die Konsumenten auch ihre besten Bilder kabellos austauschen und mit anderen Menschen teilen – zu jeder Zeit und praktisch von jedem Ort aus. Mit der WiFi Direct Funktion ist dazu nicht einmal ein WLAN-Netz nötig, sondern die Daten werden direkt zu einem kompatiblen Smartphone, Notebook, Tablet oder Smart TV übertragen.

Wir laden unsere Partner im Fotohandel herzlich ein, die faszinierende Welt des Samsung Smart Life zu entdecken und ihre Kunden dafür zu begeistern. So werden wir gemeinsam durch Innovationen Nachfrage schaffen und ein neues Kapitel der faszinierenden Geschichte der Fotografie schreiben.

Herzlichst Ihr

Hans Wienands



Samsung bringt drei neue NX-Modelle mit integriertem WiFi



Die System-Netzwerker

Mit der Vorstellung von drei neuen NX-Modellen mit eingebauter Netzwerk-Funktionalität bringt Samsung sein Smart Kamera Konzept jetzt auch in die Systemkamera-Klasse. Die drei neuen Modelle der NX-Serie machen mit Wi-Fi Technologie das kabellose Übertragen von Bildern und Videos auf andere Geräte und das Hochladen in soziale Netzwerke wie Facebook besonders einfach.

Die Samsung NX20 und die NX210 kommen bereits im Mai auf den Markt; im Juni folgt die besonders kompakte NX1000.

Damit stattet Samsung als erster Hersteller weltweit seine Systemkameras mit der Möglichkeit für die drahtlose Übertragung im heimischen Netzwerk, über öffentliche Hotspots und



Mit ihrem schwenkbaren Super-Amoled Display ist die neue Samsung NX20 auch für Aufnahmen aus ungewöhnlichen Perspektiven geeignet.

– in Verbindung mit kompatiblen Smartphones oder entsprechend ausgerüsteten Tablet Computern – auch über das Mobilfunknetz aus. Zudem können kompatible Smartphones mit der Samsung App „Remote Viewfinder“ drahtlos mit der Kamera verbunden werden. Über WiFi Streaming dient das Display des Smartphones dann nicht nur als Sucher, sondern

auch als Auslöser für die Kamera. Ein weiterer Vorteil der WiFi Technologie ist die Möglichkeit, mit Auto-Backup wertvolle Aufnahmen automatisch auf der heimischen Festplatte oder in der Cloud abzuspeichern. Das funktioniert nicht nur im heimischen Netzwerk, sondern überall dort, wo eine Verbindung zur Verfügung steht. Mit Hilfe von Samsung AllShare Play ist die Übertragung der Daten auf kompatible Smartphones, PCs oder Smart TVs besonders komfortabel. Mit Browser Log-in können auch öffentliche Hotspots genutzt werden, und mit WiFi Direct werden WLAN

Netzwerke und Hotspots sogar überflüssig, denn die Kamera kann sich damit direkt mit anderen WiFi Direct Geräten verbinden.

Gute Ausstattung

Alle drei Modelle sind mit dem Samsung 20,3 Megapixel CMOS Sensor im APS-C Format ausgestattet, bieten Full HD Videofunktion (1.080p) mit Stereoaufnahme, eine hohe Lichtempfindlichkeit bis zu ISO 12.800 und eine Serienbildfunktion mit bis zu acht Bildern pro Sekunde in voller Auflösung. Das Spitzenmodell Samsung NX20 und die NX210 sind mit einem 7,6 cm (3 Zoll) großen Super-Amoled Display ausgestattet, das sich durch eine besonders klare Bildwiedergabe mit leuchtenden Farben auszeichnet und auch bei starker Lichteinstrahlung gut ablesbar ist. Bei der NX20 ist es dreh- und schwenkbar und ermöglicht so Überkopf-Aufnahmen über Menschenmengen hinweg oder das Fotografieren aus der Froschperspektive. Das ebenfalls 7,6 cm (3 Zoll) große



Die Samsung NX210 (hier mit Aufsteckblitz) vermittelt durch das Metall-Design des Gehäuses einen besonders hochwertigen Eindruck.

Display der NX1000 basiert auf TFT-LCD Technologie. Auf den Displays sorgt das von Samsung entwickelte Smart Panel Konzept, das alle erweiterten Funktionen übersichtlich aufführt, für eine besonders bequeme Handhabung.

Die Samsung NX20 bietet zusätzlich einen elektronischen Sucher mit SVGA Auflösung (480.000 Pixel). Mit ihrer umfassenden fotografischen

Ausstattung, einem besonders schnellen Autofokus und einer kürzesten Verschlusszeit von 1/8.000 Sekunde wird sie praktisch jeder fotografischen Aufgabe gerecht. Vielfältige Möglichkeiten zeichnen auch die NX210 aus, deren hochwertiger Eindruck durch das Metall-Design des Gehäuses unterstrichen wird. Bei der Samsung NX1000 sind einfache Bedienung und die ausge-



Für die neue Samsung NX1000 wurde das 20–25 mm II OSL i-Function Objektiv überarbeitet. Es schließt in gerader Linie mit der Kamera ab und ist in Schwarz oder Weiß erhältlich.

sprochen kompakte Bauweise die wichtigsten Verkaufsargumente. Zudem ist sie mit einer praktischen Schnellaste für die WiFi-Übertragung der Bilddaten ausgestattet, so dass das Hochladen in soziale Netzwerke in Sekundenschnelle funktioniert. Mit einem Gewicht von nur 222 Gramm (nur Gehäuse) ist sie die leichteste APS-C Systemkamera der Welt.

Für das NX-System bietet Samsung neun hochwertige Wechselobjektive mit der einzigartigen Samsung i-Function 2.0 an. Damit lassen sich wichtige Kamera-Funktionen wie Blende und Verschlusszeit bequem am Einstellring des Objektivs festlegen.

Die Samsung NX20 (UVP: 1.099 Euro) und die NX210 (UVP: 899 Euro) sind ab Mai im Kit mit 18–45 mm III OIS i-Function Objektiv und Capture One Express Software erhältlich. Bei der NX210 gehört auch ein Aufsteck-

blitz zum Lieferumfang; die NX20 ist mit einem eingebauten Blitzgerät ausgestattet.

Die Samsung NX1000 folgt im Juni zum UVP von 699 Euro inklusive Aufsteckblitz und 20–25 mm II OIS i-Function Objektiv, das für die Kombination mit der neuen Kamera über-

arbeitet wurde. Im neuen, besonders geradlinigen Design passt das 20–50 Millimeter Objektiv perfekt auf die Samsung NX1000 und schließt in einer geraden Linie mit der Kamera ab. Es ist in Weiß und Schwarz erhältlich. Der Einzelpreis beträgt 249 Euro (UVP)

Neues 18–55 Millimeter i-Function Objektiv

Pünktlich zur Einführung der weltweit ersten Systemkameras mit integriertem Wi-Fi bringt Samsung Digital Imaging das neue Standardzoom 18–55 mm III OIS i-Function Objektiv mit einer Lichtstärke von F3.5 bis F5.6 und optischer Bildstabilisation auf den Markt. Es ist für vielfältige Einsatzmöglichkeiten vom Porträt bis zur Landschaftsaufnahme geeignet.



Das neue Standardzoom 18–55 mm F3.5–5.6 III OIS i-Function Objektiv (hier an der NX210) ist mit optischem Bildstabilisator ausgestattet.

Es ist mit einem soliden, aus Metall gefertigten Objektivanschluss ausgestattet. Besonders präzise konzipierte Zoom- und Fokusringe ermöglichen im Vergleich zum Vorgängermodell, das 18–55 mm II F3.5–5.6 Objektiv, das 2011 den EISA Award gewann, noch sensiblere Einstellungen und höhere Abbildungsleistungen. Die Bildqualität wurde besonders an den Rändern und Motivsäumen verbessert.

Der Allrounder bietet eine Lichtstärke von F3.5 bis F5.6, einen optischen Bildstabilisator und die Samsung i-Function. Damit werden Einstellungen wie Blende, Verschlusszeit, ISO sowie Szeneprogramme über den i-Function-Knopf direkt am Objektiv ausgewählt und nach Bedarf am Objektiv feinjustiert. Auch der Wechsel zwischen Autofocus und manueller Scharfstellung erfolgt schnell und sicher unmittelbar am Objektiv.

Die neuen WiFi-Systemkameras NX20 sowie die NX210 werden mit dem neuen Objektiv ausgestattet, das einzeln ab Mai zum Preis von 299 Euro (unverbindliche Preisempfehlung) lieferbar ist.



Samsung Smart Cameras für den Fotohandel

„Die Kunden bege

Mit der Einführung der neuen NX-Systemkamera-Generation setzt Samsung praktisch in der gesamten Kamera-Produktpalette auf Netzwerkfähigkeit. Das Samsung Smart Camera Konzept soll deutlich machen, dass es sich bei Wi-Fi nicht nur um ein weiteres Feature handelt, sondern um eine neue Qualität, Fotos und Videofilme zu erleben. *imaging+foto-contact* hat mit Andreas Wahlich, Senior Manager Marketing Samsung Digital Imaging, darüber gesprochen, wie der Fotohandel davon profitieren kann.



Interview mit Andreas Wahlich, Senior Marketing Manager Samsung Digital Imaging

imaging+foto-contact: Herr Wahlich, Smart TV ist in aller Munde. Jetzt setzt Samsung auf breiter Front auch auf Smart Cameras. Nun ist das Wi-Fi-Feature nicht neu – es gab auch von Samsung bereits früher netzwerkfähige Modelle, deren Verkaufszahlen nicht gerade in den Himmel geschossen sind. Warum sollte sich das ausgerechnet jetzt ändern?

Andreas Wahlich: Weil die Zeit reif ist. Wi-Fi-Modelle waren bisher vor allem für technikbegeisterte Kunden interessant. Denn sie boten die Möglichkeit, Bilder drahtlos auf den PC und das Smart TV zu übertragen. Darüber hinaus gab es aber wenige Anwendungen, diese Technik sinnvoll zu nutzen. Das hat sich jetzt

geändert. Als Marktführer im TV-Segment verkauft zum Beispiel Samsung jetzt mehrheitlich netzwerkfähige Geräte. Die Verkaufszahlen von Smartphones und Tablets explodieren, das transportable Notebook ersetzt immer häufiger den PC. Und vor allem: Die Menschen haben sich daran gewöhnt, immer und von jedem Ort aus über das Internet nicht nur auf ihre Inhalte zuzugreifen, sondern auch selbst Texte, Bilder und Videos auf entsprechende Plattformen hochzuladen und mit ihren Freunden und Bekannten zu teilen.

imaging+foto-contact: Dafür werden aber meistens Smartphones oder Tablet Computer genutzt.

Andreas Wahlich: Natürlich, denn bis jetzt gab es ja nur wenige netzwerkfähige Kameras. Das ändern wir durch unsere neuen Kompakt- und Systemkameras und heben so das Teilen von Bildern und Videos auf ein neues Qualitätsniveau. Jetzt kommen endlich die wirklich guten Bilder ins Netz oder auf das Fernsehgerät. Das bedeutet für die Konsumenten, eine völlig neue Qualität zu erleben: Sie können jetzt nicht nur Schnappschüsse miteinander teilen, sondern ihren Freunden und Bekannten zeigen, wie gut sie fotografieren können. Und sie freuen sich darüber, wenn sie nicht nur gesagt bekommen, „Das war ein lustiger Moment“, sondern auch „Das ist ein tolles Foto.“

Das ist die erste wichtige Botschaft an den Fotohandel: Denn wo es um wirklich gute Bilder geht, da ist der

istern“

Fachhändler der richtige Ansprechpartner.

imaging+foto-contact: Ist das Einloggen in Netzwerke nicht selbst mit WiFi immer noch so kompliziert, dass es den meisten Konsumenten einfach zu umständlich ist?

Andreas Wahlich: Nein, denn die Samsung Smart Cameras sind so einfach zu bedienen wie ein Smartphone und machen mit ihrer innovativen Technik das Einloggen in Netzwerke sogar überflüssig. Mit WiFi Direct kann die Kamera auch ganz ohne Netzwerk drahtlos mit kompatiblen Geräten wie Smartphones, Tablets, Notebooks, Smart TVs und sogar Druckern kommunizieren. Das bedeutet zum Beispiel, dass man in Sekundenschnelle ein Foto zu einem Smartphone schicken kann. Wie man es dann über das Mobilfunknetz in soziale Netzwerke wie Facebook oder Internet-Fotoalben wie flickr schickt, haben viele Konsumenten bereits gelernt. Jeder Facebook-Nutzer weiß, wie schnell sich seine eigenen und die Alben seiner Freunde mit Fotos füllen.

imaging+foto-contact: Smart Cameras sind also das richtige Instrument, den stagnierenden Kamera-Markt wieder zu beleben?

Andreas Wahlich: Unbedingt, denn die Vergangenheit hat immer gezeigt, dass es ohne Innovationen kein Wachstum gibt. Deshalb geht ja besonders im Kompaktkamera-Segment die Nachfrage bereits zurück, und das nicht etwa, weil die

Kameras schlecht wären – im Gegenteil: Sie machen immer bessere Bilder und bieten immer bessere Ausstattung. Aber trotzdem sind sie langweilig geworden. Denn sie können im Grunde nichts anderes als ihre Vorgänger, nämlich Fotos und Videos aufnehmen.

Das allein ist in der digitalen Welt nicht mehr sexy. Samsung Smart Cameras dagegen machen es möglich, mit den Bildern etwas ganz Neues zu tun. Das ist genau die Glocke, die der Fotohandel läuten kann, um Nachfrage zu erzeugen. Denn jetzt gibt es wirklich einen Grund, sich eine neue Kamera zu kaufen.

imaging+foto-contact: Und dieser Grund wird auch anspruchsvolle Fotografen überzeugen, die Sie ja mit Ihren neuen Systemkameras ansprechen.

Andreas Wahlich: Dieser Grund wird besonders anspruchsvolle Fotografen überzeugen, denn diese investieren ja viel Geld in ihre Ausrüstung, um wirklich gute Bilder zu machen und vor allem, um diese anderen Menschen zu zeigen. Genau das ist mit den Samsung Smart Came-

ras so komfortabel, schnell und einfach wie nie zuvor.

imaging+foto-contact: Ist denn Samsung als Kamera-Marke stark genug, um solche innovativen Ansätze gerade im oberen Marktsegment durchzusetzen?

Andreas Wahlich: Wir haben in den vergangenen Jahren kontinuierlich Marktanteile gewonnen, im Dezember letzten Jahres die 10-Prozent-Marke überwunden und damit die Marktpresenz hergestellt, die wir als wichtiger Anbieter von Kameras brauchen. Das gilt auch für die Qualität: Es hat seinen Grund, dass unsere Systemkamera NX200 bei der Stiftung Warentest im Bereich Bildqualität mit der Note gut (1,6) alle Wettbewerber auf die Plätze verwiesen hat. Auf dieser Stärke bauen unsere neuen Produkte mit innovativer Technik auf. Wir sind sicher, dass die Konsumenten und der Fotohandel dies honorieren werden.

imaging+foto-contact: Nun ist der Fotohandel aber auch am Bilder-geschäft interessiert. Kann das Hochladen auf Facebook oder die einfache Übertragung zum Smart TV die Kunden



denn motivieren, Bilder und Bildprodukte zu bestellen?

Andreas Wahlich: Selbstverständlich, je mehr Menschen ein gutes Foto sehen können, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass es gedruckt oder für ein wertschöpfungsstarkes Bildprodukt wie ein Fotobuch oder eine Wanddekoration genutzt wird. Wir erleben ja gerade in unserer Branche, dass Kiosk-Lieferanten und Bilddienstleister spezielle Anwendungen für Facebook entwickeln, um das Bestellen von Fotoprodukten besonders einfach zu machen. Solche Anwendungen gibt es sogar schon für den Fotohandel. Gerade die Kooperationen des Fachhandels haben die Chance, entsprechende Anwendungen zu entwickeln und damit ihre

Mitglieder dabei zu unterstützen, sich auch beim „smarten“ Fotografieren als kompetenter Ansprechpartner zu profilieren.

imaging+foto-contact: *Wie unterstützt denn Samsung den Fotohandel dabei, von den netzwerkfähigen Kameras zu profitieren?*

Andreas Wahlich: Zum einen, indem wir die persönliche Betreuung des Fotohandels verstärken. So stellen wir unseren Mitarbeitern im Außendienst ab 1. Juni 2012 vier Spezialisten mit Fokus auf das Systemkamera-Geschäft zur Seite, die den Fachhandel und das Verkaufspersonal bei der Vermarktung der neuen NX-Modelle unterstützen. Zudem haben wir eine breite Palette

an unterschiedlichen PoS-Materialien entwickelt, die es dem Fotohandel ermöglichen, die Netzwerkfunktionalitäten der Samsung Smart Cameras im Geschäft zu demonstrieren. Dazu gehört zum Beispiel unser Verkaufsdisplay für die WB150F, an dem man mit Hilfe eines Samsung Galaxy Tabs 10.1 live erleben kann, wie einfach es ist, Bilder drahtlos mit anderen Menschen zu teilen. Für sortimentsstarke Fachhändler haben wir sogar spezielle Connectivity-Displays entwickelt, die es möglich machen, die gesamte Samsung Smart World mit Smart TVs, Smartphones, Tablet Computern, Notebooks und Kameras im Geschäft live zu demonstrieren. In jedem Fall gilt: Mit Samsung kann der Fotohandel Kompetenz beweisen und deutlich machen, dass er für die Technologien von morgen bereits heute aufgestellt ist.

imaging+foto-contact: *Bleibt die Frage nach der Zukunft: Wann dürfen wir mit der ersten Samsung Smart Camera rechnen, die es mit einem Android-Betriebssystem möglich macht, die zahlreichen Foto-Apps auch in einer Kamera zu nutzen?*

Andreas Wahlich: Diese Frage stellt sich angesichts unserer spannenden aktuellen Produktpalette derzeit nicht. Eines kann ich allerdings sagen: Samsung setzt auf das Smart Camera Konzept, und es wird – vielleicht mit Ausnahme der ausgesprochenen Einstiegsklasse – keine Kamera mehr ohne dieses Label geben. „Smart Life“ steht noch am Anfang und wird von unserem Konzern mit Hochdruck weiter entwickelt. Da versteht es sich, dass der Fotohandel auch mit weiteren bahnbrechenden Kamera-Innovationen rechnen kann.

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

Samsung MultiView Kamera MV800 gewinnt TIPA Award

Die Samsung MultiView Kamera MV800 hat den begehrten TIPA Award als „Best General Compact Camera 2012“ erhalten. Die Technical Image Press Association, kurz TIPA, würdigt mit ihrer Auszeichnung die trendsetzende Funktionalität der Kamera mit flexiblem, ausklappbarem Display. Laut Jury setzt die Kompaktkamera mit ihrer hochwertigen, innovativen Ausstattung, schneller Elektronik, raschem Ansprechverhalten und hoher Bildqualität zukunftsweisende Akzente für die Generation neuer Smart Kompaktkameras.

„Trendsetzend“ nennt die Jury der TIPA, Europas größter Vereinigung unabhängiger Foto- und Imaging-Magazine, die Samsung MultiView Kamera MV800. Mit ihrem beweglichen, bis zu 180 Grad ausklappbaren, 7,6 Zentimeter (3 Zoll) großen Touchscreen-Display schafft die innovative Kompaktkamera ausgezeichnete Voraussetzungen für gelungene Selbstporträts und flexible Aufnahmen auch aus extremen Positionen. Der 16 Megapixel Schneider Kreuznach Sensor mit 5-fach Zoom und die schnelle Elektronik sorgen für hohe Bildqualität. Zahlreiche Funktionen und Effekte ermöglichen kreative Bildgestaltungen.

Die Samsung MV800 ist in Schwarz, Weiß und Rosa zum Preis von 279 Euro (unverbindliche Preisempfehlung) im Handel verfügbar.



Carl Zeiss: Neues Markenkonzept für den Handel

Auch in Zeiten von Online-Shops und E-Commerce sieht Carl Zeiss den Fachhandel als besonders wichtigen Teil der Vermarktungskette. Mit der Einführung eines neuen Markenkonzepts will der Optik-Spezialist jetzt seine Partner besonders unterstützen. Im ersten Schritt wurden erfolgreiche Fotofachgeschäfte in Deutschland, Österreich und der Schweiz ausgewählt und zu Carl Zeiss Premium-Händlern ernannt.

Diese Premium Händler stattet Carl Zeiss mit modernen Kommunikations- und Marketingmitteln aus, um den Kunden einen noch besseren Service zu bieten. Erstes Erkennungszeichen für einen Premium-Händler ist ein LED-beleuchtetes Zeiss Logo.

„Die außergewöhnliche Qualität der Zeiss Produkte passt bestens zu unserem Anspruch, Fotografen hervorragendes Arbeitsmaterial bereitzustellen“, sagt Geschäftsführer Christian Dinkel von Foto Dinkel in München. Das renommierte Fachgeschäft feiert in diesem Jahr sein 100-jähriges Jubiläum. „Wir freuen uns auf viele weitere Jahre der Zusammenarbeit mit Carl Zeiss und sind uns sicher, unsere Kunden im Rahmen dieser neuen Initiative noch besser beraten zu können.“ Davon ist auch Michael Schiehlen, Vertriebsleiter des Geschäftsbereichs Photoobjektive der Carl Zeiss AG, überzeugt: „Ziel des neuen Markenkonzepts ist es, unseren Händlern Mehrwerte zu bieten und sie optimal im Verkauf zu unterstützen. Die Besucher eines Premium-Händlers werden von einem Experten vorzüglich beraten und finden viele Zeiss Produkte auch verfügbar vor.“

Der Carl Zeiss Premium Händler soll für den Käufer als Hauptansprechpartner für Objektive des Traditionsherstellers deutlich sichtbar sein. Um stets auf dem neuesten Stand

der Objektiventwicklung zu sein, wird der Experte mindestens einmal jährlich bei Carl Zeiss geschult und mit Hilfsmitteln gut ausgestattet.

Zum Angebot der Premium-Händler zählt das gesamte Angebot von Carl Zeiss SLR- und Messsucherobjektiven sowie Carl Zeiss T* POL und T* UV Filter. Die Händler kommen in den Genuss einer 24h-Belieferung bei Verfügbarkeit der Ware. Ein Mengenzuschlag bei Bestellung einzelner Produkte entfällt; über den Zugriff auf die Zeiss Datenbank stehen exklusive Informationen, technische Daten, Produktfotos und Videos zur Verfügung. Damit sich die Experten sowohl untereinander als auch mit den Carl Zeiss Produktmanagern vernetzen können, sind künftig regionale Informationsveranstaltungen geplant. Weitere Angebote für die teilnehmenden Händler sollen in naher Zukunft folgen.

Wertgarantie-Akademie startet Online-Training für den Fotofachhandel

Deutschlands Fotofachhändlern steht mit dem Online-Training „Die (Mehr)Wertgarantie im Fotofachhandel“ ab sofort ein neues Instrument für die erfolgreiche Vermarktung der Kamera-Garantie zur Verfügung. Im E-Learning-Portal des Garantie-Dienstleisters lässt sich trainieren, wie aus Kunden zufriedene Stammkunden werden und wie einfach und schnell der Antrag ge-



meinsam mit dem Kunden ausgefüllt werden kann. Vom Vertragsbeginn bis zur Schadenregulierung werden alle Einzelheiten zur Kamera-Garantie leicht verständlich erläutert – die Wertgarantie-Akademie macht sattelfest für den erfolgreichen Verkauf des Ertragsbringers und Kundenbindungsinstruments Kamera-Garantie. Die Wertgarantie-Fachhandelspartner werden in Kürze per E-Mail zur Teilnahme an dem Online-Training eingeladen. Zum Start des neuen Tools verlost Wertgarantie unter allen Aktivpartnern, die das Online-Training bis zum 31.05.2012 erfolgreich absolvieren, drei iPads der neuesten Generation. Darüber hinaus erhält jeder Teilnehmer nach einem abschließenden Wissenstest sein persönliches Zertifikat.



Die attraktive Präsentation der Produkte von Carl Zeiss unterstützt die Carl Zeiss Premium-Händler (hier: Ralf Vielberth von Foto Dinkel in München) bei der Beratung.



panzer
shopconcept



Moderne,
erfolgreiche
Fotofachgeschäfte

...nur mit uns



Wir informieren Sie gerne.

Panzer Shopconcept GmbH & Co. KG
Plärrmühlweg 2
D-92681 Erbandorf

Fon +49 (0) 9682 18 80
info@panzer-shopconcept.de
panzer-shopconcept.com

Mehr Erfolgs-Konzepte sehen Sie unter:
panzer-shopconcept.com

Neue Einsteiger DSLR Nikon D3200

Auf Wunsch vernetzt



Die neue Nikon D3200 ist besonders leicht zu bedienen.

Mit der neuen D3200 bringt Nikon eine besonders leicht zu bedienende digitale Spiegelreflexkamera für Einsteiger auf den Markt. Sie ist mit einem neuen Guide-Modus und einem 24,2 Megapixel CMOS-Bildsensor im DX-Format (APS-C) ausgestattet und bietet eine Full-HD-Videofunktion mit Autofokus. Mit dem optionalen Funkadapter WU-1a kann sie auch für Netzwerkfunktionen ausgerüstet werden.

ven im Gegenlicht, passt die Nikon-Funktion „Active D-Lighting“ die Einstellungen so an, dass sowohl in den dunklen als auch den hellen Bereichen des Motivs die Details erhalten bleiben.

Stefan Schmitt, Product Manager SLR-System bei Nikon, kommentierte: „Die neue D3200 ergänzt das Nikon Angebot für Einsteiger oberhalb der sehr beliebten D3100 – Europas meistverkaufte digitaler Spiegelreflexkamera. Eine echte Besonderheit ist der weiter verbesserte Guide-Modus, der den Einstieg in die digitale Spiegelreflex-Fotografie und das Aufnehmen eindrucksvoller Bilder ganz einfach macht.“

Der Guide-Modus zeigt mit Beispielbildern auf dem 7,5 cm großen Monitor mit 921.000 Bildpunkten, wie sich die gewählten Einstellungen (z. B. Blende oder Belichtungszeit) auf das Bildergebnis auswirken.

Mit dem automatischen Motiverkennungssystem von Nikon analysiert die D3200 das Aufnahmemotiv und stellt Fokus, Belichtung

und Weißabgleich automatisch ein. Dabei stehen verschiedene Automatikfunktionen wie die Motivautomatik in Live-View sowie mehrere direkt anwählbare Motivprogramme zur Wahl.

Die mit dem äußerst hochauflösenden 24,2-Megapixel-Bildsensor der D3200 aufgenommenen Bilddaten werden mit dem Expeed 3 Prozessor besonders schnell verarbeitet. Das ermöglicht u. a. die Aufnahme von bis zu vier Serienbildern pro Sekunde. Der ISO-Empfindlichkeitsspielraum beträgt standardmäßig ISO 100 bis 6.400 und lässt sich bis auf ISO 12.800 erweitern. Das Autofokussystem stellt mit Hilfe von elf Messfeldern die Schärfe automatisch ein, auch wenn das Motiv sich außerhalb der Bildmitte befindet oder in Bewegung ist.

Bei sehr kontrastreichen Aufnahmebedingungen, beispielsweise Moti-

HD-Videofunktion verbessert

Mit Hilfe der praktischen Filmaufnahmetaste nimmt die Nikon D3200 Full-HD-Videos (1.080p – 30 Bilder/s) mit permanentem Autofokus auf. Das integrierte Mikrofon kann durch ein optionales externes Stereo-Mikrofon, wie zum Beispiel das



Mit dem optionalen Funkadapter WU-1a können Bilder von der D3200 auf ein Smartphone oder einen Tablet-PC übertragen werden.

Nikon ME-1, ergänzt werden. Filmszenen können direkt in der Kamera bearbeitet werden, indem Start- und Endpunkt gewählt oder einzelne Phasenbilder als Fotos gespeichert werden.

Drahtlos ins Netz

Der optionale Funkadapter WU-1a macht die drahtlose Übertragung von Bildern aus der D3200 auf ein Smartphone oder einen Tablet-PC möglich, ohne dass ein WiFi-Hotspot benötigt wird. So können Fotos auch für soziale Netzwerke freigegeben, per E-Mail weitergeleitet oder als Sicherheitskopie gespeichert werden. Die D3200 ist kompatibel mit Smartphones und Tablet-PCs mit Android-Betriebssystem. Mit schwarzem Gehäuse ist die Nikon D3200 ab Mitte Mai erhältlich;



Der verbesserte Guide-Modus macht den Einstieg in die digitale Spiegelreflex-Fotografie einfach.

lich; im Frühsommer soll eine rote Version folgen. Der Funkadapter WU-1a wird voraussichtlich ab Ende Mai 2012 lieferbar sein.

Unverbindliche Preisempfehlungen:
D3200 Kameragehäuse (schwarz): 599 Euro

D3200 Kit (schwarz oder rot) mit AF-S DX Nikkor 18–55 mm/3,5–5,6G VR: 699 Euro

D3200 Kit (schwarz) mit AF-S DX Nikkor 18–105 mm/3,5–5,6G ED VR: 799 Euro

Funkadapter WU-1a: 59 Euro

FX Weitwinkel AF-S Nikkor 28 mm 1:1,8G

Nikon bringt mit dem lichtstarken AF-S Nikkor 28 mm 1:1,8G Weitwinkel-Festbrennweite ein neues Weitwinkel-Objektiv für das FX-Format auf den Markt. Seine neue optische Konstruktion mit hoher Lichtstärke (1:1,8) ermöglicht schärfere Freihandaufnahmen bei wenig Licht und den Einsatz selektiver Schärfe bei sanftem Bokeh.

Zwei asphärische Linsen tragen deutlich zur Korrektur von Abbildungsfehlern bei und reduzieren die Verzeichnung, die bei großen Bildwinkeln auftreten kann. Die exklusive Nanokristallvergütung von Nikon mindert Geisterbilder und Streulicht, und der Silent-Wave-Motor (SWM) sorgt für diskreten, schnellen Autofokus.

Mit seinem Bajonettanschluss mit Gummimanschette und einem Gewicht von nur 330 g ist das AF-S Nikkor 28 mm 1:1,8G ein robustes, leichtes und kompaktes Objektiv, das für digitale Nikon-Spiegelreflexkameras mit FX-Format oder DX-Format konzipiert ist. Mit letzterem entspricht die Brennweite 42 mm im Kleinbildformat. Auch mit digitalen Spiegelreflexkameras der Einstiegsklasse, die über keinen integrierten Autofokusmotor verfügen, ist dieses Objektiv vollständig kompatibel. Im Lieferumfang sind die Bajonett-Gegenlichtblende HB-64 und der Objektivbeutel CL-0915 enthalten. Das Objektiv ist ab Ende Mai lieferbar; der empfohlene Verkaufspreis beträgt 719 Euro.



IFA 2012 sieht sich auf Rekordkurs



Miss IFA begrüßte auf der globalen Pressekonferenz in Dubrovnik 300 Journalisten aus aller Welt.

Auf der IFA 2012, die vom 31. August bis 5. September in Berlin stattfindet, sind wichtige Impulse für die Wachstumsbereiche „smarte“ Unterhaltungselektronik und energiesparende Haushaltsgeräte zu erwarten. Das gaben Vertreter der Organisatoren, Messe Berlin und gfu, auf einer globalen Pressekonferenz in Dubrovnik bekannt. Obwohl sich einige Fotounternehmen in diesem Jahr auf die photokina konzentrieren werden, stößt das Berliner Messegelände aufgrund der starken Nachfrage nach Ausstellungsfläche an seine Grenzen.

Smarte Vernetzung



Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu, sieht die IFA als gute Gelegenheit, die Zerstörung von Werten durch Niedrigpreise zu beenden.

Der Weltmarkt für digitale Konsumprodukte verändert sich dramatisch. Zwar überstieg der weltweite Branchenumsatz im Jahr 2011 erstmals die Marke von einer Billion US-\$ (+ 11 Prozent); nennenswertes Wachstum findet aber vor allem in den aufstrebenden Märkten Südamerikas und

Asiens statt. In den traditionell dominierenden Regionen Europa und Nordamerika ist der Umsatz dagegen stabil oder geht leicht zurück. Vor diesem Hintergrund erwartet Jürgen Boyny, Global Director Consumer Electronics bei GfK Retail and Technology, für das laufende Jahr nur noch ein weltweites Umsatzwachstum (nach Einzelhandelspreisen) von zwei Prozent.

Auch im Gesamtmarkt für digitale Konsumprodukte gibt es massive Verschiebungen. Smartphones und Tablet Computer entwickeln sich rasant zu besonders wichtigen Umsatzträgern. Bereits im vergangenen Jahr machten die internetfähigen Mobiltelefone 17 Prozent des weltweiten Gesamtumsatzes mit digitalen Konsumprodukten aus. Das bedeutet: Jeder sechste Dollar im weltweiten Digitalgeschäft wurde für Smartphones ausgegeben. In diesem Jahr wird nach Einschätzung der GfK der Umsatzanteil von Smartphones auf 23 Prozent steigen – und der Absatz

auf 700 Millionen Stück. Der Anteil der jungen Kategorie der Tablet PCs am Gesamtmarkt wird in 2012 von vier Prozent im Vorjahr auf sechs Prozent steigen. Hier rechnen die Marktforscher mit 106 Millionen verkauften Einheiten. Digitalkameras spielen bei der weltweiten Hightech-Show eher eine Nebenrolle: Ihr Anteil am Gesamtumsatz lag 2011 bei vier Prozent und soll in diesem Jahr auf drei Prozent zurückgehen.

Auch das weltweite TV-Geschäft verliert an Dynamik. Nach einem Wachstum um zwei Prozent auf 260 Millionen Geräte im Jahr 2011 erwartet die GfK für dieses Jahr nur noch ein Mengenwachstum von einem Prozent. Erfreulich entwickelt sich dagegen der Absatz von Smart TVs, der in diesem Jahr um 56 Prozent zulegen soll. Das würde bedeuten, dass 40 Prozent aller weltweit verkauften Fernsehgeräte internetfähig sein werden, in Europa und Deutschland voraussichtlich noch deutlich mehr.

Werte schaffen statt vernichten

„Wachstum, innovative Technologien und spannende Produktrends schaffen ein positives Umfeld für die IFA 2012“, erklärte Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu. „Eines der wichtigsten Ziele für Hersteller und Einzelhandel ist in diesem Jahr, die Zerstörung von Werten zu beenden und sich stattdessen an der Wertschöpfung zu orientieren. Als führender Marktplatz und Treffpunkt für die globale Industrie kann die IFA einen signifikanten Beitrag dazu leisten, wieder den Wert der Produkte über den Niedrigpreis zu stellen.“

Nach Ansicht von Dr. Christian Göke, Chief Operating Officer der Messe Berlin, ist die IFA dafür gut aufgestellt: „Die IFA 2012 ist auf einem großartigen Kurs“, erklärte er vor der Presse. „Als einzigartig erfolgreiches Weltereignis ist die IFA für internationale Hersteller eine unersetzliche Gelegenheit, um ihre wichtigen neuen Produkte vorzustellen. Das zeigt sich daran, dass die IFA 2012 bereits überbucht ist.“



Dr. Christian Göke, COO der Messe Berlin, erwartet, dass die Zahl der Fachbesucher auch in diesem Jahr weiter steigt.



Den Fragen der internationalen Presse stellten sich in Dubrovnik (von links) Jürgen Boyny (GfK), Dr. Rainer Hecker (gfu), Dr. Reinhard Zinkann (ZVEI), Dr. Christian Göke (Messe Berlin) und IFA Geschäftsführer Jens Heithecker.

Nachdem bereits im letzten Jahr mit mehr als 140.000 Quadratmetern verkaufter Ausstellungsfläche ein neues Rekordniveau erreicht wurde, begrenzt die Kapazität des Berliner Messegeländes weiteres Wachstum. „Die verkaufte Ausstellungsfläche ist der wichtigste Indikator für die globale Relevanz der IFA“, betonte Dr. Göke. „Denn wichtige Hersteller, die bekanntlich vor großen Herausforderungen stehen, zeigen durch ihre großen Investitionen in die IFA deutlich das Vertrauen zu unserer Messe. Wir tun unser Bestes, um allen Nachfragen nach Ausstellungsfläche gerecht zu werden.“

Fachbesucher im Fokus

Eine wesentliche Steigerung der Ausstellungsfläche oder der Zahl der Aussteller ist jedenfalls in Berlin nicht vor 2014 zu erwarten. Dann nämlich wird die neue zweistöckige Messehalle auf dem Platz der früheren Deutschlandhalle fertig sein. Dagegen gab sich Dr. Göke optimistisch, dass der positive Trend bei der Zahl der Fachbesucher anhält. Sie hatte im vergangenen Jahr mit 38.569, einem Plus von 10.000 gegenüber 2010, ein

neues Rekordniveau erreicht. Auch in diesem Jahr wird das Angebot der Aussteller auf der IFA durch ein umfassendes Rahmenprogramm ergänzt. Für Fachbesucher sind vor allem die zahlreichen Vorträge, Sonderschauen und Konferenzen interessant. So sollen bei den IFA International Keynotes wieder Top-Manager großer Hersteller auftreten, und auf der Sonderfläche IFA TecWatch werden die Technologien von morgen gezeigt. In diesem Jahr werden wichtige Themen wie neue 3D-Technologien, Super HD, die Kombination der virtuellen mit der wirklichen Welt (Augmented Reality) sowie cloudbasierte Angebote und Dienstleistungen im Mittelpunkt stehen. Positive Effekte erwartet die Messe Berlin auch vom neuen internationalen Flughafen Berlin-Brandenburg, der im Juni eröffnet. Dadurch wird es sofort 76 zusätzliche internationale Non-Stop-Verbindungen nach Berlin geben. Vom neuen Flughafen aus bringt eine Expressbahn die Passagiere alle 15 Minuten zum Berliner Hauptbahnhof. Während der IFA wird es auch direkte Shuttles zum Messegelände geben.

Verbindliche Farben mit Fujifilm Fotoservice Pro



Bildprodukte in Profi-Qualität

Mit Fujifilm Fotoservice Pro können Fotohändler und Studiofotografen ihren Kunden jetzt farbverbindliche Fotoprodukte anbieten. Denn die neue Bestellsoftware arbeitet mit integriertem Farbmanagement. Auch Fotohändler, die noch nicht mit Fujifilm zusammenarbeiten, können die Bestellsoftware jetzt zu attraktiven Konditionen testen.

Der farbverbindliche Workflow macht es möglich, Fotos, Fotobücher und Kalender, aber auch Fotoleinwände und XXL-Bilder mit konsistenter Farbwiedergabe zu erzeugen, und das mit maximaler Flexibilität: Denn die Fujifilm Fotoservice Pro Software arbeitet mit allen gängigen, pixelorientierten Dateiformaten wie JPEG, Tiff, PSD, PNG, BMP, Gif, JPEG2000 und PDF.

Als reine Bestellsoftware ohne zusätzliche Werkzeuge für die Bildbearbeitung erlaubt sie den Nutzern die Arbeit

Die neue Bestellsoftware Fujifilm Fotoservice Pro ermöglicht es, verschiedene hochwertige Bildprodukte mit verbindlicher Farbwiedergabe zu erzeugen.

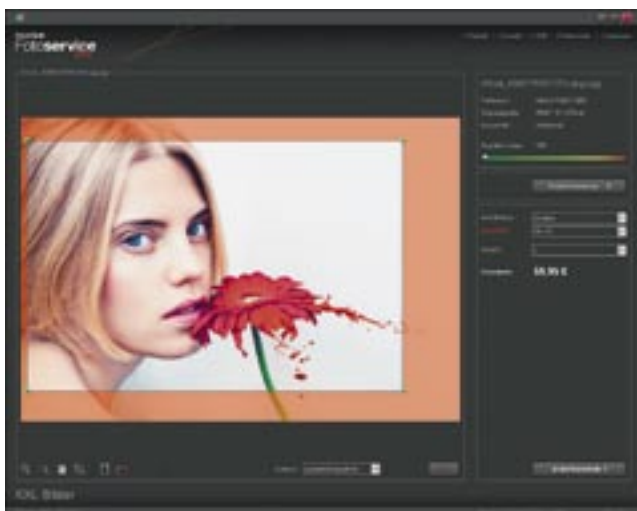
mit ihrem gewohnten Layout-Programm. So können Fotografen für den Bildband von einer Hochzeit zum Beispiel das Layout einer populären Boulevard-Zeitschrift exakt nachbauen oder das Fotobuch vom Kicker-Turnier der Kinder im Stil einer echten Fußballzeitschrift fertigen.

„Da Fotoservice Pro außer der Bemalung keinerlei Beschränkungen vorgibt, können unsere Kunden ihrer Krea-

tivität freien Lauf lassen“, erklärte Peter Fladung, Vertriebsleiter Field Sales bei Fujifilm Imaging Germany. „Sie können mit ihrer gewohnten Gestaltungssoftware arbeiten und eigene Hintergründe oder ausgefallene Schriften in jeder beliebigen Farbschattierung problemlos verwenden.“ Zusätzlich stellt Fujifilm auf der Internetseite von Fotoservice Pro Templates für Kalender und Fotobücher zur Verfügung, die den Nutzern das Anlegen der Dateien oder die aufwendige Erstellung von Kalendern ersparen und trotzdem gestalterische Freiheit erlauben.

Farbverbindlicher Workflow

Voraussetzung für die Gestaltung farbverbindlicher Fotoprodukte ist ein kalibrierter Monitor. Auf Wunsch bietet Fujifilm eine Kalibrierungssoftware und ein Monitor-Densitometer von X-Rite



Der Nutzer kann am Bildschirm verbindliche Farbprofile festlegen.

an, das per USB an den Computer angeschlossen wird. Auch die Verwendung anderer Densitometer ist möglich. Auf dem kalibrierten Bildschirm können die Farben der Aufnahmen den speziellen Anforderungen des Nutzers in seinem gewohnten Bildbearbeitungsprogramm angepasst werden. Die eingebetteten Farbprofile werden von der Fotoservice Pro Software beim Import der Dateien automatisch gespeichert. Vor dem Abschluss des Auftrags können die Ergebnisse mit der integrierten Softproof-Funktion kontrolliert werden. Dabei wird das ausgewählte Bild nach einem Doppelklick auf die Datei groß auf dem Bildschirm angezeigt. Verschiedene Werkzeuge am unteren Bildschirmrand erlauben noch kleine Formatänderungen wie die Umstellung auf Hoch- oder Querformat.

Herzstück der Softproof-Funktion ist die Wahl des Rendering Intent Verfahrens, das die Methode bestimmt, mit der das Bild vom Monitor-Farbraum in den Farbraum des Fotolabors umgerechnet wird. Dafür stehen die Möglichkeiten perzeptiv (auch: fotografisch), farbmetrisch, relativ farbmetrisch oder sRGB-Optimierung zur Verfügung. Nach Auswahl des Verfahrens kann der Nutzer den Einfluss der Umrechnung auf seinem Monitorbild prüfen und bei Nichtgefallen eine Alternativmethode wählen. Wenn alles passt, wird der Auftrag online ans Labor übertragen.

Sichere Übertragung

Auch die Sicherheit der übertragenen Daten entspricht professionellen Ansprüchen. Die Bilddaten und die für die Abwicklung benötigten Kundendaten werden in einer Datei zusammengefasst, die nach dem Advanced Encryption Standard (AES) mit einer Schlüsselbreite von 256 Bit verschlüsselt wird.

Da das Entpacken des Datenpakets nur mit dem privaten Zugangsschlüssel von Fujifilm möglich ist, sind auf diese Weise die Bild- und Auftragsdaten vor unbefugten Zugriffen zuverlässig geschützt.

Breite Produktpalette

Mit der Fujifilm Fotoservice Pro Software ist es möglich, zahlreiche verschiedene Bildprodukte in farbverbindlicher Qualität zu bestellen. Das Angebot umfasst folgende Produkte:

- Fotos und Poster auf Fujifilm Fotopapier Glanz und Raster in Breiten von 9 bis 50 cm
- das Fujifilm Fotobuch brillant auf glänzendem oder mattem Fotopapier in den Formaten A3 Panorama, 30 x 30 cm, A4 Panorama, 20 x 20 cm mit 24, 40, 56 oder 72 Seiten
- das Fujifilm Fotobuch brillant glanz mit Filz oder Real 3D Cover in 30 x 30 cm mit 24, 40, 56 oder 72 Seiten
- Fotokalender auf Fujifilm Fotopapier Glanz in den Formaten 20 x 30 cm, 30 x 30 cm, 30 x 45 cm, 30 x 60 cm und 50 x 70 cm
- Fotoleinwände in den Formaten 20 x 30 bis 70 x 100 cm mit oder ohne Schattenfugenrahmen und Panoramaformate auf Keilrahmen
- XXL-Bilder auf Aluminium, Acrylglas oder Hartschaum in den Formaten 20 x 30 bis 100 x 100 cm

Fujifilm Fotoservice Pro jetzt testen

Leser von **imaging+foto-contact** haben jetzt die Möglichkeit, die Fujifilm Fotoservice Pro Software zu besonders attraktiven Konditionen zu testen. Dafür wird die Bestellsoftware kostenlos von der Internetseite www.fujifilm-fotoservicepro.de heruntergeladen. Für Bestellungen, bei denen der Gutschein-Code 678951 eingegeben wird, gibt es 40 Prozent Rabatt auf alle Foto-Produkte (exklusive Bearbeitungsgebühr und Versandkosten). Das Angebot ist bis zum 31. Mai 2012 gültig. Der Gutschein-Code kann pro Besteller bis zu 10 Mal eingesetzt werden. Über die Konditionen einer dauerhaften Zusammenarbeit informiert der Fujifilm Kundendienst; email: ffspro@fujifilm-imaging.de.

„Mit der Fujifilm Fotoservice Pro Software bieten wir nicht nur Studiofotografen und Fotohändlern, die professionelle Kundschaft beliefern, eine breite Palette farbverbindlicher Bildprodukte an“, resümierte Peter Fladung. „Mit diesem hochwertigen Angebot kann der Fotohandel zudem besonders anspruchsvolle Konsumenten ansprechen, die auf professionelle Bildqualität und verbindliche Farbwiedergabe Wert legen, und sich so als kompetenter Ansprechpartner profilieren.“



Auch das neue Fujifilm Fotobuch brillant glanz mit Filz-Cover kann mit der neuen Software bestellt werden.

Mehr Mitglieder bei der Optimal Foto Gruppe

Neue Dienstleistungen

Deutlich steigende Mitgliederzahlen, zehn neue Streckenlieferanten und eine spürbar gesteigerte Akzeptanz auf Seiten der Industrie – das waren nur drei der positiven Botschaften, die Ralf Wegwerth, Geschäftsführer der Optimal Foto Gruppe, den Mitgliedern im Rahmen des zweiten Optimal Events in Würzburg überbringen konnte.

Darüber hinaus präsentierte die Gruppe, die seit Herbst 2010 zur Duttenhofer Group gehört, den Besuchern der Hausmesse im Vogel Convention Center eine Reihe neuer



Ralf Wegwerth, Geschäftsführer Optimal Foto Gruppe

Dienstleistungsangebote. Im Mittelpunkt stand hier das Bildergeschäft. Premiere feierte in Würzburg zum Beispiel der Optimal Foto Kiosk print&go, der in Zusammenarbeit mit di-support (FotoToGo) entwickelt wurde. Er produziert Bilder im 10er, 13er und 15er Format mit einer Druckgeschwindigkeit



Der in Zusammenarbeit mit di support (FotoToGo) entwickelte Fotokiosk print&go stieß bei den Besuchern des Optimal Events auf großes Interesse.

von ca. zwölf Sekunden pro 10er-Bild. Außerdem bietet er bis 2.000 Fotoartikel zum Bestellen an. 90 Prozent der angebotenen Artikel sind versandkostenfrei.

Der Kiosk hat einen 19" großen Touchscreenmonitor und einen 50 mm Bondrucker. Bilddaten werden entweder über ein Kartenlesegerät für alle gängigen Speicherkarten, eine USB-Schnittstelle oder drahtlos per Bluetooth an den print&go Kiosk übertragen. Darüber hinaus unterstützt die Software Apple Iphone, Ipad und facebook. Der Fotokiosk kann gekauft oder gemietet werden.

Online-Bilderportal

Als zweite Neuerung stellte Optimal Foto das Online-Portal www.optimal-fotoservice.de vor, das ab sofort allen Mitgliedern zur Verfügung steht. Endkunden können hier per Browser, wie am print&go Kiosk, mehr als 2.000 Fotoartikel bestellen und entweder

nach Hause oder zu einer der 500 Abholstellen der Gruppe schicken lassen. Der Online-Bestellservice ermöglicht den vollen Zugriff auf webbasierte Fotoalben und Onlinegalerien und die Vorschau eines gestalteten Fotogeschenkes in 3 D. Es werden nur sichere Zahlungsverfahren wie PayPal, Sofortüberweisung und Kreditkarte angeboten. Die Implementierung ist kostenlos und sehr einfach, da das System vollständig browserbasiert ist und unter allen gängigen Windows-, Macintosh- und Linux-Betriebssystemen läuft.

VIP Print System

Für die Mitglieder ebenfalls neu ist das VIP Print System. Dieses bietet Optimal Foto Mitgliedern Zugang zu einer Onlinedruckerei, in deren System verschiedene Werbe- und PoS-Materialien hinterlegt sind. Das Spektrum reicht von Briefhüllen und Visitenkarten bis zu A1 Plakat und

diversen Flyern. Viele dieser Druckobjekte können vom Händler mit seinem eigenen Logo individualisiert werden. Außerdem kann er seine persönlichen Dateien und Aufträge hinterlegen, so dass Nachbestellungen schnell per einfachem Knopfdruck vonstatten gehen können.

„Erfreuliche Resonanz“

Als besonders erfreulich bezeichnete Wegwerth in einem Pressegespräch am Rande des Optimal Events die Resonanz der Industrie. „Dass unser Ansehen dort in den vergangenen Monaten gestiegen ist und wir inzwischen als dritte Kooperation in der Fotobranche wahrgenommen werden, zeigt sich vor allem in der Tatsache, dass die Hersteller uns als Partner für ihre Fachhandelskonzepte sehen.“ Zudem habe man in den vergangenen zwölf Monaten mit zehn weiteren Industriepartnern eine Vereinbarung über die Zentralregulierung mit der Duttenhofer Gruppe geschlossen. „Auch dies beweist, dass Optimal Foto für Hersteller und Lieferanten zu einem immer wichtigeren Partner wird“, so Wegwerth.



Im Rahmen des Optimal Events zeigten verschiedene Industriepartner in einem moderierten Workshop den gesamten Workflow in einem professionellen Fotostudio.

Positiv entwickelt hat sich laut Wegwerth auch das Konzept der Fokuslieferanten. Neben Olympus, dem ersten Fokuslieferanten der Optimal Foto Gruppe, konnte inzwischen Panasonic als weiterer Fokuslieferant gewonnen werden. Grundlage der Zusammenarbeit ist der Fokusvertrag. Er regelt mit dem Händler einen Demorabatt, einen Lagerwertausgleich, einen Jahresbonus und kostenloses PoS-Material. Der Händler verpflichtet sich im

Gegenzug dazu, das Fokussortiment stets vorrätig zu haben, die Kameras in Laden, Schaufenster und Werbung besonders hervorzuheben und den Vertriebsvertrag abzuschließen.

Neue Mitglieder

Die Aktivitäten der Gruppe haben sich positiv auf die Entwicklung der Mitgliederzahlen ausgewirkt: Zählte Optimal Foto im März 2011, unmittelbar vor dem ersten Optimal Event in Würzburg, 397 Mitglieder, so waren es in diesem März, wiederum unmittelbar vor der Neuauflage des Events, 477. Einige Fotohändler hatten sich bereits während der Hausmesse 2011 spontan für den Beitritt entschieden, 18 Neumitglieder wurden in den ersten drei Monaten 2012 begrüßt.

63 Aussteller

Auf der Hausmesse präsentierten sich in diesem Jahr 63 Aussteller auf rund 2.000 Quadratmetern. Darüber hinaus gab es im Rahmen des Events verschiedene Seminare zu aktuellen Themen und einen moderierten Workshop, der den kompletten Arbeitsablauf in einem Fotostudio abbildete.



Über das neue VIP Print System können Optimal Foto Mitglieder verschiedene (individualisierbare) Werbemittel – von der Visitenkarte bis zum A1 Plakat – bestellen.

Neue Systemkamera Lumix GF5 von Panasonic

Lichtstarker Sensor

Panasonic bringt ab Mitte Mai die neue Systemkamera Lumix GF5 in den Fotohandel. Das Micro Four Thirds Modell ist gegenüber dem Vorgänger noch schneller geworden, bietet zusätzliche digitale Effekte und zeichnet sich durch höhere Lichtempfindlichkeit und verbessertes Rauschverhalten aus.

Der neu entwickelte Live-MOS-Sensor der Lumix GF5 bietet eine gegenüber dem Vorgängermodell unveränderte Auflösung von 12,1 Megapixeln, ermöglicht aber jetzt Empfindlichkeiten bis zu ISO 12.800. Die Signalverarbeitung wurde beschleunigt; auch Sensor- und Ausleseschaltkreise wurden optimiert. Zusammen mit dem ebenfalls erneuerten Venus Engine Bildprozessor ergibt sich ein sichtbar verbessertes Rauschverhalten.

Mit einer minimalen Fokussierzeit von nur 0,09 Sekunden ist das Autofokus-System der Lumix GF5 besonders schnell. Die Touch AF-Funktion macht es möglich, die Schärfe mit einem Fingertip auf dem LCD-Monitor (7,5 cm; 920.000 Bildpunkte) auf jeden beliebigen Bildbereich zu legen. Im Zusammenspiel mit der Sucherlupen-Funktion erlaubt die 1-Punkt-AF-Funktion fast pixelgenaue Fokuspunkt-Bestimmung.

Auch die Lumix GF5 bietet AF-Tracking.

Mehr Digitalfilter

Die Zahl der Digitalfilter im Kreativ-Modus wurde gegenüber dem Vorgängermodell von 6 auf 14 erhöht. Neu hinzugekommen sind die Effekte Soft Focus (nur für Foto), Monochrom dynamisch, Impressiv, Selektivfarbe (Monochrom mit einer Farbe), Cross Process, Sternfilter, Low Key und Toy-Kamera. Die Wirkung der einzelnen Effekte kann über die neue Touchscreen-Menüführung variiert und in der Live-View-Vorschau kontrolliert werden. Beim Fotografieren mit intelligenter Automatik im iA- oder iA+-Modus schlägt die GF5 eine Auswahl Effekte vor, die am besten zum Motiv passen. Ein integrierter Motiv-Guide hilft Einsteigern, die wenig Erfahrung mit Systemkameras haben: Dabei kann der Nutzer aus 23 typischen Beispielfotos dasjenige auswählen, das seinem Motiv entspricht; die Kamera nimmt dann automatisch die besten Einstellungen vor. Dank einer neuen internen Grafiksteuerung sind alle Bilder, Bedienelemente und Symbole auf dem Monitor gut erkennbar, teilweise sogar animiert. Dabei kann der Nutzer ähnlich wie bei Handys auch ein eigenes Foto als Hintergrundbild definieren. Die Lumix GF5 nimmt Full-HD-Videos mit 1.920 x 1.080 Pixeln (50i) im platz-



Die Lumix GF5 ist gegenüber dem Vorgängermodell schneller und lichtstärker.

sparenden AVCHD-Format oder im MP4-Format auf. Letzteres erlaubt die Betrachtung der Videos ohne weitere Umwandlung auch auf Mobilgeräten wie Tablet PCs und Smartphones. Mit einem integrierten elektronischen Telekonverter lässt sich der Video-Zoomfaktor der GF5 auf bis zu 4,2x erweitern, ohne dass die Auflösung oder Bildqualität beeinträchtigt wird. In diesem Falle wird nicht der komplette Sensor, sondern nur der Bereich mit den für die Full-HD-Auflösung notwendigen 1.920 x 1.080 Pixeln genutzt.

Die Lumix GF5 bietet die bei den Lumix Systemkameras üblichen Ausstattungsmerkmale, darunter ein Staubschutz-System, und die Möglichkeit zu Serienbelichtungen in voller 12-Megapixel-Auflösung – in diesem Falle bis zu vier Bilder pro Sekunde. Trotz des eingebauten Blitzes ist die Kamera ausgesprochen kompakt; das Aluminium-Chassis und der Objektivträger mit Metallbajonett unterstreichen die hochwertige Anmutung.

Die Lumix GF5 wird ab Mitte Mai in der Gehäusefarbe Schwarz erhältlich sein. Im Kit mit dem Pancake-Powerzoom 3,5–5,6/14–42 mm stehen die Farben Schwarz, Chocolate, Rot und Perlmutter-Weiß zur Verfügung. Die Preise stehen noch nicht fest.



Der neu entwickelte Live-MOS-Sensor der Lumix GF5 ermöglicht Empfindlichkeiten bis zu ISO 12.800.

Olympus Hauptversammlung wählt neues Management



Hiroyuki Sasa

Die Hauptversammlung der Olympus Corp. ist dem bereits veröffentlichten Vorschlag des Unternehmens gefolgt und hat ein neues Management unter Führung von Hiroyuki Sasa (Präsident) und Yasuyuki Kimoto (Chairman) gewählt. Eine Minderheit der Aktionäre, darunter der im Oktober gefeuerte Präsident Michael Woodford, äußerte harte Kritik an der Neubesetzung, die das Unternehmen nach dem Bilanzskandal wieder in ruhigeres Fahrwasser bringen soll.

Woodford kritisierte vor allem Kimotos enge Verbindungen zu Olympus' größtem Kreditgeber, Sumitomo, und stellte Sasas Qualifikation in Frage, ein Unternehmen wie Olympus zu führen. Sasa bringt 30 Jahre Erfahrung im Medizintechnik-Geschäft des Unternehmens in seine neue Aufgabe ein; er gehörte zuletzt zum Top-Management dieses Geschäftsbereichs.

Die bisherigen Mitglieder des Vorstands und Beirats von Olympus hatten vor der Hauptversammlung ihre Ämter zur Verfügung gestellt.



Oliver Castendyk (Hrsg.): Fotorecht

Durch die Digitalisierung und das Internet hat sich die Fotografie, als Beruf oder auch Hobby betrieben, stark verändert. Die Bearbeitungs- und Verwertungsmöglichkeiten haben sich vervielfacht, ebenso die Verfügbarkeit, grenzenlose Konkurrenz

und die Möglichkeiten der unautorisierten Vervielfältigung. Entsprechend dieser Entwicklung wurde das deutsche Urheberrecht geändert, und für Fotografen haben Rechtsfragen, insbesondere bezüglich des Urheberrechts und des Presserechts, eine immer größere Bedeutung. In der heutigen Zeit können professionelle Fotografen ohne Grundkenntnisse ihrer Rechte ihren Beruf nicht mehr ausüben, wenn sie nicht gravierende Nachteile in Kauf nehmen möchten. Schon eine einzige Fotografie stellt eine rechtliche Gemengelage dar. In dem Buch von Rechtsanwalt Prof. Dr. Oliver Castendyk werden die für Fotografen wichtigen rechtlichen Grundlagen in anschaulicher Weise dargestellt. Thematisiert wird dabei das Verhältnis zwischen Fotografen und Bildverwertern, rechtliche Vorgaben für deren Zusammenarbeit, und zwar sowohl individuell als auch im Rahmen vorhandener kollektiver Strukturen durch Tarifverträge, Allgemeine Geschäftsbedingungen und Verwertungsgesellschaften.

Zielgruppe des Buches sind Fotografen, Bildagenturen, Vermittler sowie Verwerter von Fotografien und Rechtsanwälte.

Prof. Dr. Oliver Castendyk (Hrsg.): Fotorecht. Recht der Aufnahme, Gestaltung und Verwertung von Bildern. 2., völlig neu bearbeitete Auflage, 389 Seiten, Erich Schmidt Verlag, Berlin 2012, ISBN 978 3 503 09353 3, 49,- Euro.

„Ich hab 'ne WERTGARANTIE, ...
... weil Reparaturkosten nur unnötig Nerven kosten.“

Schutz für Kamera und Zubehör
www.kamera-garantie.de

Wir gratulieren **Torsten Wilkening** zur guten Entscheidung, seine wertvolle Technik mit WERTGARANTIE zu schützen.
WERTGARANTIE bezahlt die Reparatur-Rechnungen Ihrer Kunden
– ein Angebot des qualifizierten Fachhandels.

www.wertgarantie.eu

WERTGARANTIE®

Martin Winkler neuer Country Head bei Sony Deutschland

Im Rahmen der am 12. April 2012 von der Sony Corporation in Tokio bekanntgegebenen Neuausrichtung des Unternehmens ergeben sich auch bei Sony Deutschland personelle Veränderungen: Martin Winkler verantwortet ab 1. Mai 2012 als Country Head Sony Deutschland das Consumer Geschäft der deutschen Sony Niederlassung. Rick Londema, der bisherige Geschäftsführer von Sony Deutschland, wechselt in die Europa-Organisation. Winkler fungierte seit Juni 2009 als Commercial Director und seit November 2009 als Mitglied der Geschäftsführung von Sony Deutschland. In dieser Position verantwortete er die Steuerung sämtlicher Sales- und Marketing-Aktivitäten des Consumer Business sowie die erfolgreiche Implementierung einer neuen Distributionsstrategie in der deutschen Handelslandschaft. Seine Karriere bei Sony Deutschland begann der 43-Jährige im Juli 2008 als Marketing Director, zuvor war er mehrere Jahre in verschiedenen Positionen bei Sony Mobile Communication AB tätig, zuletzt als Director Global Marketing.

Rick Londema (47), bisher Managing Director von Sony Deutschland, fungiert ab 1. Mai 2012 als European Head of Sales und verantwortet in seiner neuen Position die strategische und operative Steuerung sämtlicher europäischer Vertriebsaktivitäten des Consumer Business. Londema kam im Januar 2011 zu Sony Deutschland und forcierte in seiner Funktion als Managing Director gemeinsam mit Winkler die erfolgreiche Ausrichtung der deutschen Niederlassung zu einem kundenorientierten Unternehmen. Er verfügt über weitreichende Erfahrungen, die er in seiner über 20-jährigen Tätigkeit für Sony in diversen Positionen sammeln konnte, u. a. als Geschäftsführer von Sony Benelux sowie als Director der TV Business Group bei Sony Europe.



Martin Winkler

Panzer Shopconcept realisiert neuen Ringfoto Flagshipstore bei Wöhrstein

In der zweiten Jahreshälfte 2011 beauftragte Ringfoto Wöhrstein, Singen, das bekannte Ladenbau-Unternehmen Panzer Shopconcept mit der Entwicklung eines völlig neuen Ladentyps. Er sollte die Zukunftsorientierung des alteingesessenen Fotohandels-Unternehmens deutlich machen und sich als attraktives Ziel für die Kunden präsentieren. Der fertige Ringfoto Flagshipstore zeigt nun, wie gut das gelungen ist.

Das Ziel war, in den 200 qm Geschäftsräumen in Singens Fußgängerzone einen Ladentypus zu schaffen, der mit gestylten, hellen Gestaltungselementen die verschiedenen Geschäftsbereiche strukturiert und

Ausmaßen und Hightech-Ausstattung, vervollständigt durch ein digitales Passbildstudio und einen attraktiven Loungebereich.

Geplant wurden ebenfalls die nötigen Neben- und Servicräume in einer praxisgerechten Anordnung.

Im Dialog mit dem Auftraggeber Reiner Wöhrstein wurde innerhalb weniger Wochen das Konzept entwickelt und unter Beachtung des Plan-Budgets im Detail durchgeplant. Realitätsnahe Computer-Animationen gestatteten in allen Planungsphasen die Beurteilung des angestrebten Ergebnisses. Von der Shopdesign Planungs GmbH, der Kreativabteilung von Panzer Shopconcept, wurden zudem die Beleuchtungsplanung, Elektroplanung und Trockenbauplanung erstellt. Damit konnten zeit- und kostenraubende Umwege vermieden werden und eine Realisierung noch im November und Dezember 2011 ins Auge gefasst wer-



Die Wöhrstein Bilderwelt gleich rechts in der Eingangszone: Hier finden die Kunden Kioske für den Sofortdruck, Bildbearbeitungsstationen, Orderstationen und ein Abholungsterminal für Bestellungen. Das Fotobuchsortiment (ganz rechts) wird an prominenter Stelle präsentiert.

den. Denn die neuen Wöhrstein Verkaufsräume wurden von den Panzer Shopconcept Montageteams in nur zwölf Arbeitstagen neu gestaltet.

Die Beurteilung der Panzer Shopconcept Leistungen durch Reiner Wöhrstein war eindeutig: „Die hervorragende Planungsarbeit, perfekte Realisierung, Termintreue und nicht zuletzt die faire Preisgestaltung haben uns überzeugt. Nicht unerwähnt möchten wir die sehr gute Qualität der Einrichtungselemente lassen. Wir können das Unternehmen unseren Kollegen nur empfehlen, bei der Neugestaltung ihrer Geschäfte auf diesen kompetenten Partner zu setzen.“



Kleine Beratungstische bieten Kunden und Beratern in einer ruhigen Atmosphäre Gelegenheit für ein ungestörtes Verkaufsgespräch. Im Hintergrund sind die „verkaufsfördernden“ Schaufenster zu erkennen.

das umfassende Sortiment perfekt inszeniert. Dabei mussten die Planer drei Bereiche attraktiv darstellen:

- Die großangelegte Wöhrstein Bilderwelt mit Bildbe- und -verarbeitung im Bedien- und SB-Bereich sowie mit dem „Rund um's Bild“-Zubehörangebot.
- Die Weltmarken der Fotografie und das gesamte Waren- und Zubehörangebot in einer hochwertigen und informativen Präsentation inklusive ruhiger Beratungszonen und exklusivem Ambiente.
- Ein Fotostudio mit professionellen



Einladend: das fast 50 qm große Wöhrstein Profi-Fotostudio. Knallrote Sessel im Loungebereich erhöhen den Aufmerksamkeitsfaktor.

Neue Lino-Bekleidungskollektion von Manfrotto

Gut angezogen

Mit der Einführung der ersten Manfrotto Bekleidungsline für die Frau geht der italienische Zubehörspezialist neue Wege: Die neue Lino-Bekleidungskollektion für die foto- und videobegeisterte Frau vereint moderne Schnitte, innovative Materialien und italienisches Design mit Sicherheit für Körper und Ausrüstung.

Von der Pro Feldjacke über die Pro Foto Weste bis zur Pro Windjacke: Die Kollektion passt sich den verschiedenen Alltagslooks durch ihre Vielseitigkeit stilvoll an. Ab sofort ist die neue Lino-Kollektion auch preislich ein Gewinn:

Als weltweit erste professionelle Bekleidungsline für Video- und Fotografinnen umfasst sie vier speziell auf weibliche Fotofans zugeschnittene Jacken, deren Form aktuellen Modetrends entspricht und die darüber hinaus noch funktionellen Mehrwert bieten. So ist die Pro Feldjacke als ganzjähriger Begleiter für die Fotografin konzipiert: Gepolsterte Außentaschen können je nach Bedarf durch eine Trennwand individuell erweitert werden, so dass zwei Objektive mit bis zu 70 Millimetern Standardbrennweite sicher untergebracht werden können. Die Schulterklappen sorgen

Die Lino Pro Foto Weste bietet an wärmeren Tagen die gleiche Funktionalität wie die Feldjacke.



für einen sicheren Halt des Kameragurts. Bei schwerem Gerät erleichtern die Schulterpolster den Druck auf den Schultern und sorgen für angenehmen Tragekomfort; durch eine clevere Verbindung von Schulterbereich mit der Tasche wird das Gewicht der Kamera ergonomisch verteilt. Die Innentaschen können als Knieschutz verwendet werden, falls Makro-Aufnahmen den bodennahen Einsatz erfordern.

Die Alltagsweste Pro Foto ist mit den gleichen Eigenschaften wie die Pro Feldjacke ausgestattet – eignet sich aber mehr für die wärmeren Tage.

Für jedes Wetter

Das weiche Material der Pro Soft Shell Jacke hält warm, ist windresistent und gleichzeitig atmungsaktiv. So ist sie als Unterziehhacke oder einzelnes Kleidungsstück geeignet. Schutzstellen an Ellbogen und Schultern verhindern, dass die Kamera von der Schulter rutschen kann. In den seitlichen Taschen finden Mobiltelefon, Portemonnaie oder eine kleine Sucherkamera Platz. Eine besonders pfiffige Idee: Die verlängerten Ärmel haben eine Daumenöffnung und dienen so bei Bedarf auch als Handschuhe.

Für wirksamen Allwetterschutz während des Shootings wurde die Lino Pro Windjacke ausgelegt. Die wasser-



Als ganzjähriger Begleiter bietet die Lino Pro Feldjacke der Fotografin Schutz und Funktionalität.

resistente Jacke aus atmungsaktiven Materialien kann platzsparend im mitgelieferten Etui zum Anziehen bereitgehalten werden. Die beschichteten Reißverschlüsse schützen den Innenteil sicher vor Wasser; zwei integrierte Taschen erlauben den trockenen Transport von Zubehör. Die Kapuze mit verlängerter Kappe schützt bei

Für wirksamen Allwetterschutz wurde die Lino Pro Windjacke ausgelegt.



Shootings im Regen sowohl Gesicht als auch

Kamera. Soll die komplette Ausrüstung bei Wind und Wetter geschützt bleiben, ist der unisex Pro Poncho eine praktische Lösung; er sorgt selbst bei Dauerregen dafür, dass das gesamte Equipment trocken bleibt. Die empfohlenen Verkaufspreise für die Lino-Kollektion starten bei 159,90 Euro.

**DEUTSCHE
UNTERNEHMERBÖRSE**

Ein Partner von
Handelsblatt

25.000 Nachfolger suchen Firma

DER ONLINE-MARKTPLATZ FÜR UNTERNEHMER UND INVESTOREN – EINFACH, SICHER UND SCHNELL ZUM VERKAUFSERFOLG.

- 1 **EFFIZIENTE SUCHE:** Gemeinsam mit dem „Handelsblatt“ erreicht DUB bundesweit wöchentlich bis zu 1,2 Millionen potentielle Käufer.
- 2 **ZIELGENAUE ANSPRACHE:** Pro Inserat ergeben sich monatlich durchschnittlich acht hochwertige Kontakte.
- 3 **GERINGE KOSTEN:** Für monatlich 59 Euro sichert ein Verkaufsinserat auf DUB.de höchste Erfolgsaussichten – provisionsfrei, ohne weitere Kosten.

33%
RABATT

SERVICE FÜR „imaging+foto-contact“-LESER!

TESTEN SIE DUB ZUM SONDERPREIS: Schalten Sie einfach Ihr Drei-Monats-Verkaufsangebot auf DUB.de zum Preis von zwei Monaten. Sie sparen 59 Euro. Es fallen keine weiteren Kosten an.

UND SO GEHT'S: Schreiben Sie eine E-Mail mit dem Betreff „Deutsche Unternehmerbörse“ an r.gruna@cat-verlag.de oder rufen Sie an unter 040/468832-661. Sie erhalten dann umgehend Ihre Zugangsdaten.

WWW.DUB.DE

Der **Verband für Journalisten**

bietet Beratung, Fachinfos, Presseausweis, Medienversorgung und vieles mehr. Kostenlose Infos für hauptberufliche Journalisten & Pressesprecher:

DPV Deutscher Presse Verband e.V.
 Stresemannstr. 375 • D-22761 Hamburg
 Tel. 040/8 99 77 99 • Fax 040/8 99 77 79
info@dpv.org • www.dpv.org

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

Bilderservice gehört in den Fachhandel!

Hier gibt's die passenden Lösungen:

www.foto-systeme.de

powered by

Foto-Aktienkurse					
		20.04.2012	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	3.780	3.970	3.220	4.015
Casio	YEN	559	594	427	660
CeWe Color	EUR	31,68	33,97	24,50	35,98
Du Pont	USD	52,61	53,25	37,11	54,00
Eastman Kodak	USD	0,20	0,21	0,16	2,68
Fujifilm	YEN	1.761	2.062	1.659	2.549
Hewlett-Packard	USD	24,71	24,34	21,50	41,74
Hitachi	YEN	528	501	360	556
Imation	USD	5,87	6,22	5,40	11,97
Jenoptik	EUR	6,00	5,64	3,91	6,65
Leica	EUR	31,70	30,95	14,29	31,71
Metro	EUR	24,97	30,50	24,87	50,02
Olympus	YEN	1.209	1.354	424	2.835
Samsung	KRW	1.282.000	1.267.000	672.000	1.351.000
Seiko Epson	YEN	1.130	1.210	881	1.499
Sharp	YEN	503	510	467	788
Sony	YEN	1.376	1.832	1.253	2.525
Specter	EUR	0,26	0,30	0,25	0,86
Toshiba	YEN	338	379	289	458

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

Anzeigenschluss für Kleinanzeigen
 in der Ausgabe 6/2012 ist der 16. Mai 2012.

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

Inserenten-Verzeichnis

C.A.T.-Verlag	3. U.	Panzer Shopconcept	25
Cewe	4. U.	RCP	13
Fujifilm Imaging	2. U.	Wertgarantie	35
Messe Berlin	7	Kleinanzeigen	38

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

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

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

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

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

Neuheitenredaktion:
 Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:
 Hans Joseph Blömer

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

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

Vertrieb:
 Silke Gräfel

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

Druck:
 D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

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

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

ISSN: 1430-1121



Jetzt

Die Auflage ist erfahrungsgemäß schnell vergriffen.

bestellen!

Die große Werbeaktion zur Sommersaison.

Nutzen Sie die kostenlose Informations- und Werbebroschüre für Ihren Verkauf!

Informieren Sie Ihre Kunden über aktuelle Kameras und Zubehör für schöne Fotos.

Das attraktive Werbemittel für den Fotohandel – mit klarem Markenartikel-Konzept!



Bitte liefern Sie mir kostenlos frei Haus Exemplare (Verpackungseinheit 500 Stck.) der Broschüre:

FOTO-SOMMER 2012

Ab 1.000 Exemplaren besteht die Möglichkeit des individuellen Firmeneindrucks. Die Gebühr beträgt 38,50 € für die ersten 1.000 Exemplare und jeweils 14,50 € für weitere 1.000 Exemplare (zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer). Auf Wunsch kann zu Broschüren mit individuellem Firmeneindruck kostenlos eine individuelle Preisliste geliefert werden.

Wir wünschen einen Firmeneindruck. ☐

Wir wünschen eine eigene Preisliste. ☐

Absender/Firma:

Postfach/Straße: PLZ/Ort:

Name des Sachbearbeiters: Tel. Nr.:

Datum: Unterschrift:

Sehr wichtig! Bitte geben Sie unbedingt an, mit welchem Finisher Sie zusammenarbeiten:



allcop



CeWe Color



Fujicolor



andere, und zwar:

Zur Bearbeitung Ihres Auftrags werden Ihre Daten elektronisch gespeichert. Bitte kreuzen Sie dieses Feld nur an, wenn Sie nicht mit der Weitergabe Ihrer Adresse an die Fotoindustrie oder den Fotogroßhandel einverstanden sind: ☐

Sichern Sie sich
jetzt genügend Exemplare
dieser Broschüre!

FOTO-SOMMER 2012

Senden Sie den Bestellcoupon
einfach per Fax an:

0 21 02 - 20 27 90

oder per Post an:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
FOTO-SOMMER 2012

Postfach 1229
40832 Ratingen

ab
7,95 €*



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

Mein
CEWE FOTOBUCH
Ihre Fotos als echtes Buch!

- Europas beliebtestes Fotobuch ●
- Prämierte Qualität ●
- Einfachste Gestaltung ●
- Riesenauswahl ●

www.cele-fotobuch.de

 **cele**
einfach schöne Fotos