

imaging+foto 5 2015

contact

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

Das neue Konzept für das Objektiv-Geschäft



Contemporary (C)



Art (A)



Sports (S)

Sigma Global Vision

Die neue Olympus Stylus 1s Noch mehr Premium

Olympus rüstet die erfolgreiche Premium-Kompaktkamera Stylus 1 für noch mehr Leistung auf. Die neue Stylus 1s bietet größere Flexibilität, liegt besser in der Hand und ist einfacher zu bedienen. **S. 8**

Vanguard Produkte für den Fachhandel Die Vee Welt

Mit der neuen Produktlinie Vee bringt Vanguard ein Zubehör-Sortiment auf den Markt, das speziell auf die Bedürfnisse des Fachhandels abgestimmt wurde. Den Anfang machen verschiedene Taschen und Stative. **S. 14**

Investoren übernehmen den Geschäftsbetrieb von Metz

Das Insolvenzverfahren bei Metz nimmt ein gutes Ende. Wie Insolvenzverwalter Joachim Exner kurz vor Redaktionsschluss mitteilte, hat er den Geschäftsbetrieb des Unternehmens an zwei Investoren verkauft. **S. 27**

Täglich frisch:

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



Jetzt kostenlosen Newsletter abonnieren!
newsletter@worldofphoto.de

Wann kommt die erste Digitalkamera?

Analog ist überholt

Wenn Sie sich angesichts der Überschrift fragen, ob Sie aus Versehen eine 15 Jahre alte Ausgabe von *imaging+foto-contact* in die Hand genommen haben, darf ich Sie beruhigen: Sie lesen gerade das Editorial der Ausgabe 5/2015. Die, zugegeben, provokante Überschrift spiegelt dabei leider die Realität wider, wenn auch in überspitzter Form. Denn 15 Jahre nach Beginn des technologischen Umbruchs wird auch heute noch, selbst mit Digitalkameras, analog fotografiert.



Thomas Blömer, Verleger

Die Fotobranche hat auf die Smartphone-Fotografie eine prägnante Antwort: Für spontane Schnappschüsse sind die Mobilgeräte ganz gut geeignet, aber wer seine Bilder gestalten und überhaupt mehr mit ihnen tun will, der braucht eine Kamera – möglichst mit Wechselobjektiv. Stimmt das eigentlich? Die wachsende Beliebtheit von Apps, mit denen man Smartphone-Bilder manipulieren, retuschieren und verbessern kann, zeigt, dass es immer mehr Menschen gibt, die tatsächlich mehr mit ihren Aufnahmen tun wollen, als auf den Auslöser zu drücken und

die Fotos via Facebook oder WhatsApp mit anderen zu teilen. Die Bedienung dieser Apps ist normalerweise kinderleicht. Da streicht man mit dem Finger über das Foto oder virtuelle Regler, sieht sofort, was man damit bewirkt hat und speichert das Ergebnis mit einem Fingertipp ab. Was man dazu nicht braucht: irgendwelche Kenntnisse darüber, wie Fotografieren überhaupt funktioniert.

Wenn die Menschen, die daran Spass haben, sich für eine richtige Kamera interessieren, müssen sie erst einmal etwas lernen, z. B. was eine Blende und eine Verschlusszeit ist. Sie müssen Begriffe wie Tiefenschärfe, Über- und Unterbelichtung verstehen, die samt und sonders aus der analogen Fotografie stammen. Damals musste man wegen der technischen Eigenschaften des Films leider tatsächlich über manches Bescheid wissen, was einem in der digitalen Welt am rückwärtigen Körperteil vorbei gehen könnte, wenn sich die Kamerahersteller endlich entschließen würden, wirklich digitale Geräte zu bauen. Stattdessen rechnen wir im Jahr 2015 sogar immer noch die Objektivbrennweite von Kameras, in denen winzige

Sensoren sitzen, auf das Kleinbildformat um, von dem selbst alte Hasen oft nicht mehr wissen, warum es überhaupt Kleinbild heisst.

Szenenwechsel: Ein großer Kamerahersteller präsentiert der Fachpresse seine neue Systemkamera. Und dabei wird fast beiläufig erwähnt, dass es in den Tiefen des Menüs ein Anfängerprogramm gibt, mit dem das Einstellen der Aufnahmeparameter ohne Kenntnisse der Wirkungen von Blende oder Verschlusszeit möglich ist. Da gibt es tatsächlich Schieberegler, mit denen man den Schärfepunkt beeinflussen, das Bild heller oder dunkler machen oder Bewegungsunschärfen verringern kann – genau wie in einer Smartphone-App. Der Witz: Diesen Menüpunkt gab es sogar schon im Vorgängermodell, es hat nur niemand gewusst.

Natürlich werden Profis und engagierte Amateure auch in Zukunft weiter mit Blende und Verschlusszeiten spielen wollen. Wenn wir unsere Zielgruppen ansprechen wollen, dann geht es ja darum, den Aufstieg vom Smartphone zur Kamera so einfach wie möglich zu machen. Selbst Waschmaschinenhersteller statten ihre Geräte inzwischen mit Bedienungsoberflächen aus, die der von Smartphones und Apps gleichen wie ein Ei dem anderen. Nur bei Kameras gilt weiterhin: Sonne lacht, Blende acht.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Neues Konzept für das Objektiv-Geschäft
Sigma Global Vision 18

Editorial

Wann kommt die erste Digitalkamera?
Analog ist überholt 3

Wichtiges aus foto-contact.de 6, 7, 17

Neuheiten 28, 30

Die neue Olympus Stylus 1s
Noch mehr Premium 8

Ricoh Imaging bringt Pentax K-3 II
Flaggschiff aufgewertet. 12

Sony: Neue Objektive für A-Mount
Präzision fürs Vollformat 13

Vanguard Produkte für den Fachhandel
Die Veo Welt 14

Industrie

Das Olympus Service Center in Prag
Im Dialog mit dem Kunden 10

Das Olympus Service Center in Prag Im Dialog mit dem Kunden



Die Europazentrale von Olympus befindet sich bekanntlich in Hamburg, Service und Support für Imaging-Produkte hat das Unternehmen aber für Europa in einem

modernen Servicecenter in Prag konzentriert. Hinter dieser Maßnahme steht ein klares Ziel: Mit Servicequalität auf Premium-Niveau will Olympus die Kundenzufriedenheit weiter erhöhen und auf diese Weise zur Wertschöpfung beitragen. **Seite 10**

INDUSTRIE

Neues Konzept für das Objektiv-Geschäft Sigma Global Vision



Alle reden von Kameras, aber der wichtigste Faktor für die Bildqualität ist das Objektiv. Mit der Gruppierung des gesamten Sortiments in drei Produktlinien macht es Sigma dem Fotohandel einfach, das richtige Objektiv für die gewünschte Anwendung zu empfehlen. Hinter dem Konzept mit dem Namen Sigma Global Vision steht allerdings mehr als ein bloßes Ordnungsprinzip: Denn jedes Produkt wird speziell für die jeweilige Anwendung entwickelt und im einzigartigen Produktionssystem in Japan in handwerklicher Qualität gefertigt. **Seite 18**

Die neue Olympus Stylus 1s Noch mehr Premium



Olympus rüstet die erfolgreiche Premium-Kompaktkamera Stylus 1 mit zahlreichen Verbesserungen für noch mehr Leistung auf. Die neue Stylus 1s bietet größere Flexibilität, liegt besser in der Hand und ist einfacher zu bedienen. **Seite 8**

Ricoh Imaging bringt Pentax K-3 II Flaggschiff aufgewertet



Mit der neuen Pentax K-3 II hat Ricoh Imaging sein mehrfach ausgezeichnetes DSLR-Flaggschiff mit interessanten Details aufgewertet. So bringt die Kamera mit der neu entwickelten Pixel Shift Resolution die volle Auflösung des 24-MP APS-C CMOS Sensors auf die Straße bzw. in die Bilddatei. Verbessert wurden auch die Leistung des Autofokus-Systems und die Wirkung des Bildstabilisators. Mit dem eingebauten GPS-Modul ist die K-3 II für Tour Tracking und die Astrotracer-Funktion ausgerüstet. **Seite 12**

Vanguard Produkte für den Fachhandel Die Veo Welt

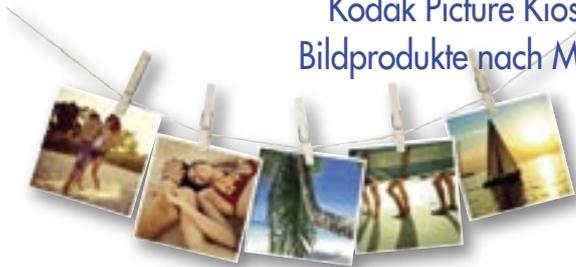
Mit der neuen Produktlinie Veo bringt Vanguard ein Zubehör-Sortiment auf den Markt, das speziell auf die Bedürfnisse des Fachhandels abgestimmt wurde. Den Anfang machen verschiedene Taschen und Stative, die nicht nur durch ihr Design gut zusammen passen, sondern sich auch durch ihre Funktionalität perfekt ergänzen. Die Handelspartner werden bei der Vermarktung mit attraktivem PoS-Material und zielgerichteten Werbeaktivitäten unterstützt. **Seite 14**



ZUM TITELBILD

NEUHEITEN

Kodak Picture Kiosks: Bildprodukte nach Maß



Dass man mit den Kodak Picture Kiosken Prints, Kalender und Fotobücher sofort drucken und verkaufen kann, ist bekannt. Die smarten Stationen können aber noch mehr: Apps für Mobilgeräte und soziale Netzwerke, die Anbindung auf den Kodak Marktplatz und die Integration von Anwendungen unabhängiger Entwickler machen den Kodak Picture Kiosk zum Mittelpunkt eines umfassenden Geschäftsmodells, mit dem der Fotohandel den Megatrend „Personalisierung“ für zusätzliche Erträge nutzen kann. **Seite 22**

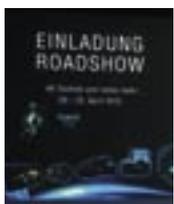
Nikon D750-Händler-Fotowettbewerb: Leidenschaft für gute Bilder



Nikon hat den am 10. November vorigen Jahres gestarteten Händler-Fotowettbewerb mit der Preisübergabe in der Deutschlandzentrale in

Düsseldorf abgeschlossen. Bis zum 31. Januar 2015 waren Fotofachhändler aufgefordert, sich mit der neuen Nikon D750 dem Thema „kreative Fotografie“ zu widmen und die erstellten Fotos auf eine eigens eingerichtete Plattform hochzuladen. Rund 300 zum größten Teil hochkarätige Bilder wurden zur Beurteilung durch eine Nikon-Jury eingereicht. **Seite 24**

Ringfoto Roadshow war ein voller Erfolg 4K und andere Innovationen



Zu einem vollen Erfolg wurde die Ringfoto Roadshow, die im April in Hannover, Velbert, Schwäbisch Hall und Aschheim Station machte. Zahlreiche Mitglieder nutzten die Gelegenheit, sich in Theorie und Praxis über 4K

Video und andere Innovationen zu informieren. **Seite 29**

Symposium der DGPh in Hannover „Wie Bilder Geschichten erzählen“



Am 12. Juni veranstaltet die Sektion Wissenschaft & Technik der Deutschen Gesellschaft für Photographie (DGPh) zusammen mit dem Studiengang „Fotojournalismus und Dokumentarfotografie“ der Hochschule Hannover ein Symposium zum Thema „Wie Bilder Geschichten erzählen“. Dank der Unterstützung durch HP, Chip Foto-Video und Cewe ist die Teilnahme an dem umfangreichen Programm kostenfrei. **Seite 26**

BILDDIENSTLEISTUNGEN

Internationale Messen

Photo+Adventure geht in die 2. Runde
Action in Duisburg 16

Handel

Samsung startet NX1 Try & By-Aktion
Kostenlos ausleihen und testen 21
Nikon D750-Händler-Fotowettbewerb
Leidenschaft für gute Bilder 24
Ringfoto Roadshow war ein voller Erfolg
4K und andere Innovationen 29

Bilddienstleistungen

Kodak Picture Kiosks: Mehr als nur Drucker
Bildprodukte nach Maß 22

Verbände

Symposium der DGPh in Hannover
„Wie Bilder Geschichten erzählen“ 26

Impressum 31

Klein- und Personalanzeigen 31

HANDEL

VERBAND

Immer aktuell:



www.foto-contact.de

Einreichungsschluss Felix Schoeller Photo Award am 31.5.2015

Der Einreichungsschluss für den internationalen Felix Schoeller Photo Award 2015 ist der 31.05.2015. Die Frist wird nicht verlängert. Unter www.felix-schoeller-photoaward.com können die Konzeptarbeiten hochgeladen werden. Seit dem 1. Januar 2015 sind Einreichungen aus 40 Ländern registriert worden.



Mit der Gesamtgewinnsumme von ca. 38.000 Euro zählt der Award nach Angaben von Felix Schoeller zu den höchstdotierten im deutschsprachigen Raum. Sieger gibt es in fünf Kategorien und im Bereich Nachwuchs. Die Kategorie-Sieger erhalten jeweils 2.000 Euro, der Nachwuchspreis hat einen Wert von ca. 18.000 Euro und wird in Form eines Equipment-Verleihs des Kameraherstellers Phase One eingebracht. Der Photo Award in Gold wird unter den Kategorie-Siegern ermittelt und ist zusätzlich mit 10.000 Euro dotiert. Die fünf Kategorien heißen Portrait, Landschaft/Natur, Architektur/Industrie, Fotjournalismus/Editorial, Freie/Konzeptionelle Fotografie. Anfang Oktober wird mit der Siegerehrung gleichzeitig die Ausstellung der Siegerarbeiten im Kulturgeschichtlichen Museum Osnabrück eröffnet.

Nikon: Veränderungen in der Sales-Organisation

Bereits mit Wirkung zum 1. April 2015 wurden im Vertriebsbereich der Nikon GmbH organisatorische Veränderungen vorgenommen. Damit verfolgt das Unternehmen das Ziel, die Marktanteile und die Profitabilität weiter zu steigern. Die bisherige Trennung der Vertriebskanäle in Fotofachhandel, Technical Superstores (Media-Saturn Group)



Uwe Keuchel

Die Nikon Pro Dealer werden nach wie vor von Rima Lerm-Gaidosch als Key Account Managerin betreut. Aufgrund der hohen Bedeutung dieser Fachhändler für das Profi-Geschäft wird diese Position nun direkt dem Nikon Sales Manager Michael

Ende einer Ära: Aus für Praktica

Die Dresdner Pentacon GmbH stellt zum 30.6.2015 ihr Handelsgeschäft mit Praktica Fotoprodukten ein. Das Unternehmen erklärte in einer Pressemitteilung, das operative Geschäft bis dahin ordnungsgemäß weiterzuführen. Danach ist die einstmalige große deutsche Kameramarke Geschichte. In Zukunft will sich Pentacon auf das Industrie- und Automotivegeschäft konzentrieren und weiter in neue Technologien investieren.

Mit der Schließung des Handelsgeschäftes geht ein Stück deutsche Fotogeschichte zu Ende", erklärte Pentacon Geschäftsführer Michael Bledau. „Die Umbrüche der vergangenen Jahre im Fotogeschäft, die internationale Finanzkrise und das verstärkte Aufkommen von Smartphones und Spiegelreflexkameras sind an uns nicht vorüber gegangen.“ Nach 1990 hatte Pentacon den Bau von analogen Spiegelreflexkameras in Dresden aufgegeben und asiatische Kompaktkameras unter den Marken Praktica und Exakta vertrieben. Zu Spitzenzeiten erzielte die Traditionsmarke in Deutschland einen Marktanteil von acht Prozent und war auch in rund 40 Ländern weltweit vertreten.

sowie der sonstigen Elektro-Fachmärkten (Expert, Euronics und Medimax) ist aufgehoben. 15 neue Vertriebsbezirke werden jetzt von zwei Regionalvertriebsleitern geführt. Andreas Preuß, bisher Channelmanager Fotofachhandel, leitet die Nord-Bezirke, und Markus Reiners, bisher Channelmanager Technical Superstores, zeichnet verantwortlich für die Süd-Bezirke. Preuß koordiniert zusätzlich auf nationaler Ebene die Betreuung des Fotofachhandels und Markus Reiners die der Technical Superstores inkl. Buying Groups. Zusätzlich wird mit Thomas Ober ein neuer Key Account Manager zur Betreuung der Kunden Expert, Euronics und Medimax beitragen. Darüber hinaus wurde der neue Vertriebsbereich Mass Market & New Business geschaffen, der den bisherigen Vertriebs-Bereich E-Commerce und Teile des Bereichs Mass Market (Metro C&C, REAL, Conrad, Cyberport) umfasst. Dieses Vertriebssegment wird von Thomas Schäffer, der bisher schon für das Segment E-Commerce zuständig war, als Channelmanager verantwortet. Ihm steht Ralf Bieder, bisher verantwortlich für Einkaufszentralen aus dem UE-Bereich und dem Großhandel, als Key Account Manager zur Seite. Die Nikon Pro Dealer werden nach wie vor von Rima Lerm-Gaidosch als Key Account Managerin betreut. Aufgrund der hohen Bedeutung dieser Fachhändler für das Profi-Geschäft wird diese Position nun direkt dem Nikon Sales Manager Michael

Stahl zugeordnet. Als General Manager Sales & Customer Support zeichnet Uwe Keuchel nach wie vor verantwortlich für den gesamten Nikon Vertrieb.

Zwei neue Canon Sommer-Aktionen

Canon hat für den Zeitraum vom 1. Mai bis 31. Juli 2015 zwei Promotion-Aktionen angekündigt. Bei der CashBack Plus Aktion erhält der Kunde beim Kauf ausgewählter Canon Produkte einen Geldbetrag zurück. Bei der Zubehör Plus Aktion hingegen bekommt der Kunde ein Wacom-Tablet und ein Jahresabo Adobe Creative Cloud Photography Plan dazu. Das Plus an beiden Aktionen: Bei erfolgreicher Freundschaftswerbung erhält der Käufer ein kostenloses hdbook powered by Canon. Der Kauf eines zur Canon CashBack Plus Aktion gehörenden Produktes berechtigt zu einer Geldprämie von bis zu 200 Euro. Zur Aktion gehören neben der EOS 100D und EOS 700D auch ausgewählte Kompaktkameras, Camcorder und weiteres Foto-Zubehör wie Objektive, Blitze und Kompaktfotodrucker. Zu den Aktionsprodukten der Zubehör Plus Aktion zählen neben den Kameragehäusen auch die verschiedenen Kitvarianten der EOS 70D, EOS 6D, EOS 7D Mark II sowie der EOS 5D Mark III. Weitere Informationen und eine Registrierungsmöglichkeit gibt es auf www.canon.de/summer-cashback-2015.



Isarfoto: Fotoworkshop für Frauen

Isarfoto Bothe, Icking, veranstaltet vom 17. bis 19. Juli 2015 den Fotoworkshop „Women in Spa“, der von Frauen für Frauen unter



Kulisse für den Fotoworkshop für Frauen: das Hotel Jungbrunn im Tannheimer Tal in Tirol.

Leitung der bekannten Fashion-, Prominenz- und Entertainment-Fotografin Petra Stadler im Hotel Jungbrunn im Tannheimer Tal in Tirol ausgerichtet wird. Im Kreis von maximal 15 Teilnehmern finden an den Vormittagen die Workshops zu den

Themen Beauty und Spa statt. Dabei erklärt Petra Stadler nicht nur die Vorgehensweisen für die Wahl einer geeigneten Location und des Bildausschnitts sowie für eine perfekte Lichtführung, sondern vermittelt auch Tipps für eine Vertrauen schaffende Kommunikation zwischen Fotograf und Model, um schließlich zu Bilderergebnissen zu gelangen, die alle begeistern. Bereits am Freitagnachmittag findet der erste Workshop statt. An den Abenden können sich die Teilnehmerinnen bei angeregten Gesprächen über Fotografie, Business und die Welt kulinarisch verwöhnen lassen. Die Anmeldung zum Workshop kann über die Website erfolgen sowie direkt unter claudia@isarfoto-academy.com oder telefonisch unter +49 (0)8178-1311. Die Teilnahmegebühr für den Workshop beträgt 375 Euro pro Person ohne Hotelübernachtung. Die Zimmerbuchung ist direkt unter dem Stichwort „Foto Workshop Petra Stadler“ beim Hotel Jungbrunn über die Website des Hotels oder telefonisch unter +43-5675-6248-460 möglich.

Canon übernimmt Lifecake

Canon Europe hat die Übernahme von Lifecake, einem Startup-Unternehmen der Digitalbranche mit Sitz in London, angekündigt. Die Akquisition stelle einen wichtigen Schritt in der Entwicklung des Digitalgeschäfts von Canon dar und bringe das Unternehmen seinem Ziel näher, einen Beitrag zu jedem aufgenommenen Bild zu leisten, heißt es in einer Pressemitteilung. Zugleich ermögliche es den Aufbau einer Präsenz innerhalb der Londoner „Tech City“.

Lifecake ist der Entwickler der Lifecake Foto-Sharing-App (Englisch, Deutsch, Französisch, Italienisch und Spanisch) für Familien. Mit dieser können Eltern die wichtigen Momente im Leben ihrer Kinder speichern, organisieren, teilen und noch einmal aufleben lassen. Zudem können Foto- und Video-Timelines erstellt werden, die von der ganzen Familie auf Smartphones, Tablets, Computern und in gedruckten Fotobüchern betrachtet werden können.

Alberto Spinelli, Director of Digital Services bei Canon Europe, erklärte: „Der digitale Service von Lifecake ist eine extrem spannende Ergänzung für die Canon Gruppe, die es Familien einfach macht, die Übersicht über ihre ständig steigende Zahl von Fotos zu behalten. Die Übernahme passt perfekt zu unserer Vision, allen, die fotografieren, Werkzeuge an die Hand zu geben, um ihre Geschichten und Erfahrungen mit Leben zu füllen.“

Die Lifecake Foto-Sharing-App steht im App Store oder bei Google Play zum Download bereit.

OFFICIAL PARTNER OF THE FUTURE

SINCE 1924



THE GLOBAL INNOVATIONS SHOW
IFA-BERLIN.DE

Die neue Olympus Stylus 1s



Olympus rüstet die erfolgreiche Premium-Kompaktkamera Stylus 1 mit zahlreichen Verbesserungen für noch mehr Leistung auf. Die neue Stylus 1s bietet größere Flexibilität, liegt besser in der Hand und ist einfacher zu bedienen.

Die Olympus 1s ist noch vielseitiger als die Stylus 1.

Noch mehr Premium

Wie die Stylus 1 ist die 1s mit einem 28 - 300 mm (KB) i.Zuiko Digital Objektiv ausgestattet, das eine größte Blendenöffnung von 2,8 über den gesamten Brennweitenbereich bietet. Für ein ähnlich lichtstarkes SLR-Objektiv müsste man schon tief in die Tasche greifen. Mit dem Stufenzoom können per Zoomhebel gängige 35-mm-Festbrennweiten eingestellt werden. Die neue Firmware der Kamera macht jetzt den Einsatz von separat erhältlichen Konvertern möglich. Mit dem Weitwinkelkonverter WCON-08X bedeutet das einen Brennweitenbereich von 22,4 mm bis 300 mm (KB) bei einer konstanten Lichtstärke von 1:2,8. Kommt der Telekonverter TCON-17X zum Einsatz, verlängert sich die Brennweite auf 510 mm. Dabei kann immer noch die größte Blendenöffnung von 2,8 genutzt werden. Dank ihrer kompakten Bauweise ist die Stylus 1s hervorragend als Reisekame-

ra geeignet. Durch seine neue Textur liegt das Metallgehäuse noch besser in der Hand. Als besonderes Detail zierte der aus der High-End-Objektivserie Zuiko Digital bekannte blaue Ring auch das Objektiv der Stylus 1s. Wird die Kamera ans Auge genommen, schaltet ein Sensor das 3 Zoll (7,6 cm) große, neigbare LCD (1.04 Mio. Bildpunkte) automatisch aus und aktiviert den elektronischen Sucher mit 1,44 Millionen Bildpunkten, der auch das 35-mm-Equivalent der eingestellten Brennweite sowie Wasserwaage und Histogramm anzeigt. Die Stylus 1s ist WLAN-fähig und lässt sich mit einem Smartphone (via Ol.Share v2.5) auslösen. Eine Funktion für Intervall- sowie Zeitrafferaufnahmen ist bei dem neuen Modell an Bord, ebenso ein punktgenauer Autofokus (Small Target AF) und Focus Peaking für leichteres manuelles Fokussieren. Von der Stylus 1 übernommen wurde

der 1/1,7" große 12 MP BSI-CMOS-Sensor und der TruePic VI Prozessor. Wie bei allen Olympus Kameras können auch Besitzer der Stylus 1s die gesetzliche Gewährleistungsfrist kostenlos um sechs Monate verlängern, indem sie ihre Kamera auf myolympus.olympus-consumer.com registrieren. Die Olympus Stylus 1s wird ab dem Frühsommer 2015 für 499 Euro (UVP) erhältlich sein.

Robust über un Olympus T

Die neue Olympus Tough TG-4 ist mit einem 25 - 100 mm Zoom-Objektiv bei Blende 2,0 im Weitwinkelbereich ausgestattet und kommt mit harten Bedingungen über und unter Wasser klar. Sie ist stoßfest bis zu einer Höhe von



2,1 m, bruchsicher bis 100 kg, frostsicher bis -10°C sowie wasser- und staubdicht. Für den Outdoor-Einsatz sind auch GPS und Geo-Tracking eingebaut, WLAN sorgt für Kommunikation mit Mobilgeräten.

Die TG-4 taucht bis zu 15m unter der Wasseroberfläche und bietet mit der neuen Unterwasser-HDR-Funktion, dem integrierten Manometer, dem handschuhfreundlichen und anpassbaren Wahlrad sowie vier verschiedenen Makro-Modi gute Voraussetzungen für Aufnahmen im feuchten Element.

Im Gehäuse stecken der bewährte 16-Megapixel-Sensor und der TruePic VII Bildprozessor. Weitere Ausstattungsdetails sind Full HD Video, Live Composite, RAW-Unterstützung und die Möglichkeit zur Fokussierung verschiedener Bereiche innerhalb einer Bildkomposition.

Groß in Makro

Die Makro-Funktion der Tough TG-4 deckt einen Bereich von 30 cm bis 1 cm Abstand vom Motiv ab. Dabei stehen die Modi Mikroskopie, Mikroskop-Kontroll-Modus, Focus Bracketing und Focus Stacking zur Verfügung. Bei Focus Stacking macht die Kamera mehrere Makroaufnahmen, bei denen jeweils auf



Die Tough TG-4 ist besonders gut zum Tauchen und für Makro-Aufnahmen geeignet und kommt in Rot und Schwarz auf den Markt.



d unter Wasser Tough TG-4

verschiedene Motivebenen fokussiert wird, und setzt die Bilder anschließend zu einem durchweg scharfen Foto in Druckqualität zusammen – ohne zusätzliche Software.



Um der wachsenden Zahl von Premium-Produkten gerecht zu werden, setzt Olympus Europa auch auf ein Premium Service-Konzept.

Die Europazentrale von Olympus befindet sich bekanntlich in Hamburg, Service und Support für Imaging-Produkte hat das Unternehmen aber für Europa in einem modernen Servicecenter in Prag konzentriert. Hinter dieser Maßnahme steht ein klares Ziel: Mit Servicequalität auf Premium-Niveau will Olympus die Kundenzufriedenheit weiter erhöhen und auf diese Weise zur Wertschöpfung beitragen.

Das Olympus Service Center in Prag

Im Dialog mit dem Kunden

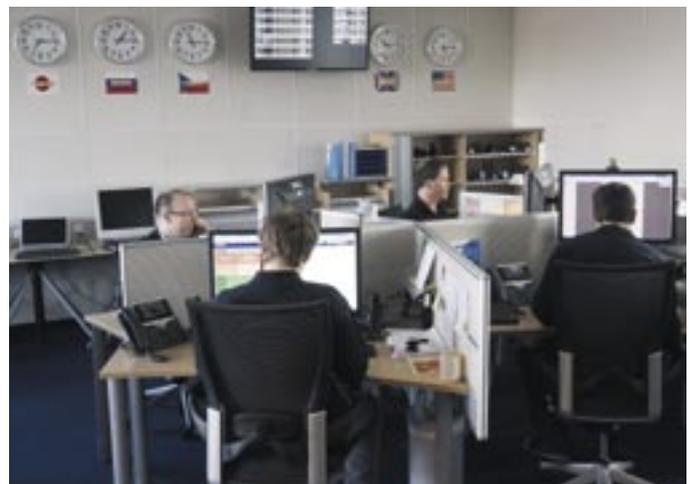
Olympus hat in den letzten Jahren durch die Einführung der OM-D Systemkameras seine Präsenz im oberen Marktsegment deutlich verstärkt. „Exzellenz im Service ist für uns darum ein strategischer Faktor“, erklärte Pedro Lázaro, General Manager bei Olympus Europa und verantwortlich für Service, CRM und Callcenter. „Denn mit dem Preis für unsere Kameras steigen auch die Erwartungen der Kunden an die Qualität des Service. Als Premium-Marke mit Premium-Produkten wird Olympus deshalb an den besten Namen im Markt gemessen.“ Die Zentralisierung der Service-Prozesse ist ein wichtiger Faktor in dieser Premium-Strategie. Noch vor 12 Jahren gab es an mehr als 50 Standorten in Europa Servicestellen für Olympus Kameras. „Das machte es schon alleine durch die Lagerhaltung, die Kostenstruktur und die Logistikprozesse schwie-

rig, die Kunden auf einem hohen Niveau zufriedenzustellen“, erinnert sich Lázaro. Mit dem zentralisierten Modell können Reibungsverluste dagegen vermieden werden: Denn alle Mitarbeiter arbeiten nach denselben Qualitätsstandards, und es gibt nur ein IT-System, eine Internetplattform und einen Logistikpartner.

Das Olympus Servicecenter in Prag fun-

giert als zentrale Schnittstelle zu den Kunden in Europa. Dabei geht es nicht nur um Serviceanfragen: Die acht regionalen Teams geben den Kunden in 12 Sprachen Antworten auf Fragen zu den Produkten, helfen bei Bedienungsproblemen und erklären spezielle Kamera-Funktionen. Damit das praxisnah gelingt, sind die Kameras und Audio-Geräte alle physisch vorhanden,

Die acht regionalen Teams bearbeiten Anfragen in 12 Sprachen.
Foto: Reinhard Wagner



so dass die Berater die Produkte beim Gespräch in die Hand nehmen und bedienen können. Schon die vorhandenen Modelle machen den Besuch des Servicecenters zu einem besonderen Erlebnis: Im Regal stehen nicht nur die aktuellen Produkte, sondern die gesamte Palette seit der Einführung der Digitalkameras. So feiert man ein fröhliches Wiedersehen mit allen Camedia Modellen, von der C-1 bis zur C-8080 Wide-Zoom und entdeckt dabei echte Raritäten, zum Beispiel die Camedia C-211 Zoom – eine Digitalkamera mit eingebautem Drucker, die nur in ausgewählten Ländern auf den Markt kam. Und man stellt fest, dass Olympus im Jahr 2005 auch einen MP3-Player auf den Markt brachte.

Schnelle Antworten

Anfragen an den Olympus Kundenservice können nicht nur telefonisch über eine kostenfreie Hotline (in 15 europäischen Ländern einschließlich Russland), sondern auch per Kontaktformular im Internet oder per E-Mail gestellt werden. So haben die Kunden auch die Möglichkeit, Originalbilder von ihrer Kamera zu schicken, um ein eventuelles Problem zu verdeutlichen. Zwischen 1.000 und 1.500 Anfragen am Tag erreichen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Prag, ca. 40 Prozent davon per Telefon. 85 Prozent der Anrufe können in weniger als 30 Sekunden entgegengenommen werden; 95 Prozent der E-Mails werden innerhalb von 24 Stunden bearbeitet. Auch die Durchführung von Reparaturen wurde durch das zentrale Service-Konzept von Olympus deutlich beschleunigt. Im Servicecenter in Prag wird nicht repariert; um lange Transportwege zu vermeiden, unterhält Olympus in Europa Reparatur-Werkstätten in Prerov (Tschechische Republik), Coimbra (Portugal) und Moskau (Russland). Tests unabhängiger Gut-

achter belegen, dass 90 Prozent der eingesandten Produkte innerhalb von drei Tagen wieder auf dem Weg zum Kunden sind, 98 Prozent innerhalb von fünf Tagen. Für Premium-Produkte bietet Olympus zudem einen speziellen Premium-Service an. So haben Besitzer der OM-D E-M1 die Möglichkeit, sich im Internet kostenlos für das Service-Plus-Modell zu registrieren. Dann können sie eine eigens eingerichtete Hotline nutzen, um direkt mit einem E-M1 Experten zu sprechen. Im Falle des Falles wird die Kamera direkt beim Kunden abgeholt und, wann immer möglich, innerhalb von drei Arbeitstagen (ausgenommen Transportzeiten) repariert. Zusätzlich profitieren Service-Plus-Mitglieder von sechs Monaten Zusatzgarantie für ihre OM-D E-M1.



Für Besitzer der OM-D E-M1 bietet Olympus mit dem Service-Plus-Modell spezielle Dienstleistungen und eine verlängerte Garantie ohne Mehrkosten an.

Sorgfältiges Qualitätsmanagement

Um den Premium-Anspruch beim Service auf allen Ebenen zu verwirklichen, werden die Leistungen des Servicecenters ständig überprüft. Dabei wird Olympus von dem britischen Unternehmen BPA Quality unterstützt, das mit über 25 Jahren Erfahrung die Qualität und Kundenorientierung von Dienstleistungen weltweit überprüft und große Marken zu seinen Kunden zählt. Die Leistung des Olympus Service Centers wird nicht nur nach mehreren Kriterien wie Schnelligkeit, Qualität der Beratung, Effizienz der Abwicklung usw.



Für praxisnahe Beratung sind alle Kameras und Audio-Geräte einsatzbereit vorhanden.

bewertet, sondern auch mit wichtigen Wettbewerbern verglichen. Auf die Ergebnisse wird schnell reagiert: Im März 2014 lag Olympus noch deutlich hinter den Mitbewerbern. Nach einem umgehend eingeleiteten Trainingsprogramm für die Mitarbeiter und Maßnahmen zur Verbesserung der Abläufe zeigte sich bereits im September 2014 ein anderes Bild: Jetzt lag Olympus deutlich vor den beiden Konkurrenten, obwohl diese im selben Zeitraum ihre Leistung ebenfalls verbessert hatten.

Wertschöpfung mit Service

Das umfassende Service-Konzept dient nicht nur der effizienten Abwicklung von Reparaturen und Anfragen. Der direkte Dialog mit den Konsumenten hilft Olympus auch dabei, die Kundenbedürfnisse noch besser kennenzulernen und neue Dienstleistungen zu entwickeln, um die Zufriedenheit weiter zu steigern. Dieser Prozess ist mit der erfolgreichen Etablierung des Servicecenters in Prag keinesfalls abgeschlossen. Vielmehr arbeiten die Verantwortlichen bereits am nächsten Schritt: Ein umfassendes Customer Relation Management System, so verrät Pedro Lázaro, ist bereits in der Entwicklung.

Ricoh Imaging bringt Pentax K-3 II Flaggschiff aufgewertet

Mit der neuen Pentax K-3 II hat Ricoh Imaging sein mehrfach ausgezeichnetes DSLR-Flaggschiff mit interessanten Details aufgewertet. So bringt die Kamera mit der neu entwickelten Pixel Shift Resolution die volle Auflösung des 24-MP APS-C CMOS Sensors auf die Straße bzw. in die Bilddatei. Verbessert wurden auch die Leistung des Autofokus-Systems und die Wirkung des Bildstabilisators. Mit dem eingebauten GPS-Modul ist die K-3 II für Tour Tracking und die Astrotracer-Funktion ausgerüstet.

Wie die K-3 ist die Pentax K-3 II mit einem Gehäuse aus Magnesiumlegierung mit 92 Dichtungen gegen schlechtes Wetter geschützt. Im Zusammenspiel mit dem Pentax Prime III Prozessor bietet der Bildsensor eine Empfindlichkeit von ISO 100 bis 51.200 und kommt ohne Tiefpassfilter aus. Gegen Moirée-Effekte kann bei Bedarf die zweistufige Tiefpassfilter-Simulation zugeschaltet werden.

Ganz neu ist die Pixel Shift Resolution Funktion. Bekanntlich werden bei Sensoren nach dem Bayer-Prinzip fehlende RGB-Farbinformationen interpoliert, da diese nicht von allen Elementen des Sensors erfasst werden. Die Pentax K-3 II kann vier Bilder hintereinander aufnehmen, bei denen der Sensor jeweils minimal nach oben, unten, links und rechts verschoben wird. Aus diesen Einzelbildern errechnet die Kamera ein Foto, das als JPEG- oder RAW-Datei gespeichert wird. Durch diese Technik werden alle 24,35 Megapixel bildwirksam, was eine deutlich bessere Detail- und Farbwiedergabe sowie geringeres Bildrauschen zur Folge hat.

Der von Pentax entwickelte 3D-Bildstabilisator arbeitet mit Gyrosensoren, die horizontale, vertikale sowie in die Tiefe gehende Wackler erkennen und durch Gegenbewegungen ausgleichen. Die Leistung wurde auf eine Verwacklungssicherheit von bis zu 4,5 Lichtwerten verbessert. Dabei erkennt die Pentax K-3 II beabsichtigte Kameranachschwenks, z. B. beim Mitziehen, und gleicht diese nicht mit dem Bildstabilisator aus.

Mit der Funktion „Bildausschnittanpassung“ kann mit der Sensorverschiebung die Wirkung eines Shiftobjektivs in je 24 Stufen (insgesamt 1,5 mm) horizontal und vertikal simuliert werden. Mit der gleichen Technik arbeitet die achtstufige Korrektur (+/- 1°), mit der die horizontale Ausrichtung des Sensors eingestellt werden kann.

Das Safox XI Autofokusmodul der Pentax K-3 II arbeitet wie bei der K-3 mit 27 Messfeldern (davon 25 Kreuzsensoren) in einem Bereich von LW -3 bis LW +18. Ein neuer AF-Algorithmus ermöglicht eine schnellere Fokussierung, denn das Motiv wird vom Pentax Echtzeit-Analyse-System frühzeitig



Die Pentax K-3 II wurde gegenüber der K-3 weiter aufgerüstet.

erkannt und im Moment des Auslösens scharf gestellt. Das führt bei den neuen Objektiven (HD Pentax-D FA 70-200 mm F2.8 ED DC AW, HD Pentax-D FA 150-450 mm F4.5-5.6 ED DC AW und HD Pentax-DA 18-50 mm F4-5.6 DC WR RE) zu einer schnelleren Scharfeinstellung in der AF.S-Funktion.

Spezielle Mechaniken zur Steuerung des Verschlusses, der Blende und des Spiegels ermöglichen Serienbilder mit einer Geschwindigkeit von bis zu 8,3 Bildern pro Sekunde. Dabei können bis zu 22 RAW- oder 60 JPEG-Fotos in Folge aufgenommen werden.

Die Pentax K-3 II nimmt Videos in HD oder Full-HD mit Bildfrequenzen von 60i, 50i, 24, 25 oder 30 Bildern pro Sekunde im H.264 Format auf. Ein Kopfhörer sowie ein zusätzliches externes Stereomikrofon können angeschlossen werden.

Mit der optional erhältlichen 16 GB FLU Card wird die Pentax K-3 II WiFi-fähig und nimmt schnell Verbindung mit dem Computer, Smartphone oder Tablet auf. Die Pentax K-3 II ist ab Ende Mai zu einem Preis von 999 Euro (UVP Gehäuse) bzw. 1.099 Euro (UVP mit DA 18-55 WR) und in weiteren Kit-Varianten lieferbar.

Sony baut Objektivpalette für A-Mount aus Präzision fürs Vollformat

Sony baut die Palette von A-Mount-Objektiven mit zwei lichtstarken Zeiss Vario-Sonnar T* Vollformat-Produkten weiter aus: Das Standard-Zoom Vario-Sonnar T* 24-70 mm F2.8 ZA SSM II (SAL-2470Z2) und das Weitwinkel-Zoomobjektiv Vario-Sonnar T* 16-35 mm F2.8 ZA SSM II (SAL-1635Z2) sollen im Juni in Deutschland auf den Markt kommen.

Die beiden staub- und feuchtigkeitsgeschützten Objektive wurden gegenüber ihren Vorgängern sichtbar verbessert und erzielen eine noch höhere Bildqualität bei mehr Autofokusleistung des SSM-Systems (Super Sonic Wave Motor). Die noch schnellere und leistungsfähigere LSI-Signalverarbeitung erhöht die AF-Präzision und garantiert eine rund viermal höhere Geschwindigkeit bei der Objektverfolgung im Vergleich zu den Vorgängern. Eine verbesserte Zeiss T*-Beschichtung auf den optisch wirksamen Flächen sorgt für eine noch stärkere Reduzierung von Geistereffekten, insbesondere bei schwierigen Gegenlichtaufnahmen. Das Vollformat-Zoomobjektiv SAL-2470Z2 deckt den Brennweitenbereich von 24-70 Millimeter ab und bietet dabei eine konstante maximale Blen-



Das lichtstarke SAL-2470Z2 ist sehr gut für Portraits geeignet.

denöffnung von F2.8. Asphärische Linsen und ED-Glaselemente (Extra-low Dispersion) sind in einem speziellen optischen Design kombiniert, das Aberrationen wirkungsvoll unterdrückt. Es gewährleistet hervorragende Kontraste und eine naturgetreue Reproduktion feiner Farbabstufungen. Das Weitwinkel-Zoomobjektiv SAL-



Das neue Standard-Zoom (oben) und das Weitwinkel-Zoomobjektiv bieten eine durchgehende Lichtstärke von F2.8.



1635Z2 mit bietet ebenfalls F2.8 über den gesamten Zoombereich. Zu den asphärischen Linsen und ED-Glaselementen kommen hier auch Super-ED-Glaselemente.

Die beiden Objektive passen nicht nur zu Vollformat-Kameras wie der Alpha 99 und der Alpha77 II, sondern machen in Verbindung mit dem separat erhältlichen Adapter LA-EA4 auch an E-Mount-Kameras wie der Alpha7-Serie eine gute Figur. Sie können ab sofort vorbestellt werden und kosten 2.250 Euro (UVP SAL-2470Z2) bzw. 2.400 Euro (UVP SAL-1635Z2).

Kann matt, kann glänzend.

SIHL MASTERCLASS

DIE FEINE ART ZU DRUCKEN
THE FINE WAY TO PRINT

KONTRASTE SIND UNSERE SPEZIALITÄT

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

www.sihl-direct.de

Vanguard bringt Produktlinie für den Fa

Mit der neuen Produktlinie Veo bringt Vanguard ein Zubehör-Sortiment auf den

Markt, das speziell auf die Bedürfnisse des Fachhandels abgestimmt wurde. Den Anfang machen verschiedene Taschen und Stative, die nicht nur durch ihr Design gut zusammen passen, sondern sich auch durch ihre Funktionalität perfekt ergänzen. Die Handelspartner werden bei der Vermarktung mit attraktivem PoS-Material und zielgerichteten Werbeaktivitäten unterstützt.

„Mit diesem Sortiment schlägt Vanguard einen ganz neuen Weg ein, um die Zusammenarbeit mit dem qualifizierten Fotohandel zu intensivieren“, erklärte Andreas Steffens, Countrymanager der Vanguard Deutschland GmbH, im Gespräch mit *imaging+foto-contact*. „Die Subbrand Veo steht für eine völlig eigenständige Produktfamilie, deren einzelne Elemente in Design und Funktionalität

Alle Veo Produkte sind in Design und Funktion aufeinander abgestimmt.



Die Veo Welt

perfekt aufeinander abgestimmt sind. Dabei unterscheiden sich die Veo Produkte durch eine höhere Wertanmutung und mehr Features von konventionellen Produktlinien und bieten unseren Fachhandelspartnern so die Möglichkeit, sich von Wettbewerbern zu differenzieren. Das gilt besonders für unsere Five Star Partner.“

Zur Reisesaison

Mit den ersten Veo Produkten spricht Vanguard zum Auftakt der Urlaubssaison vor allem Reisefotografen an. Die neuen Stative, Kamerataschen und Rucksäcke sind mit ihrer leichten, robusten Bauweise und der schlanken Silhouette ausgezeichnet für den Einsatz unterwegs geeignet. So ist das neue Veo Stativ das branchenweit erste Rei-

sestativ mit einer neuen, patentierten Mittelsäulenrotationsfunktion ausgestattet, mit der es besonders schnell in eine superkompakte Reisegröße gefal-

THE
VEO
COLLECTION
TRIPODS | MONOPODS | BAGS

tet und anschließend ebenso rasch wieder in der gewünschten Position aufgestellt werden kann. Durch die einstellbaren, extra starken Beinklemmen ist das Veo Stativ (ebenso wie das neue Veo Monopod) höher belastbar als vergleichbare Modelle.

Veo Stative sind als Modell 235AB aus Aluminium und als 265CB mit weiterentwickelter Carbon-Technik erhältlich. Bei der Verarbeitung der extrem festen Kohlefaser setzt Vanguard ein spezielles Beschichtungsverfahren ein. Das Ergebnis sind besonders starke Stativbeine mit dünnerem Durchmesser und deutlich weniger Gewicht als andere Produkte dieser Klasse. Alle Veo Stative sind mit weichen Gummigriffen für die bequeme Handhabung bei jedem Wetter und mit umwandelbaren Gummi-/Spikefüßen ausgestattet. Passend zum Stativ stehen verschiedene Kugelköpfe sowie der PH-25 2-Wege-Fluid-Schwenkkopf zur Verfügung.

Die neue Veo Tragelösungen wurden nicht nur im Design, sondern auch in der Funktion auf

chhandel



Die Veo Stativ
passen genau
in den Rucksack
und die Schulter-
tasche und sind mit
einem Griff zur Hand.

die Kombination mit Veo Stativen abgestimmt. So passt das Stativ oder das Monopod perfekt in die vorgesehene Halterung am Rucksack Veo 42. In der Schultertasche Veo 37 wird es in einem passgenauen Bodenfach untergebracht und ist mit einem Handgriff entnehmbar.

Ein herausnehmbarer Einsatz bietet Schutz für die Ausrüstung, auch wenn



Mit dem praktischen Bodenaufleger können die Veo Produkte auch auf kleinem Raum aufmerksamkeitsstark präsentiert werden.

das Stativ einmal zu Hause bleibt. Sowohl der Rucksack als auch die Tasche bieten funktionale Features für die sichere Aufbewahrung der wertvollen Ausrüstung und den schnellen Zugriff auf Kamera, Objektive oder Stativ. Beim Rucksack sorgen einstellbare Bauch- und Brustgurte für hervorragenden Tragekomfort.

Unterstützung beim Abverkauf

Für die neuen Veo Produkte bietet Vanguard seinen Fachhandelspartnern vielfältige PoS-Materialien für die Präsentation im Geschäft und Schaufenster an, zum Beispiel Bodenaufleger, Displays und Flyer. Zielgerichtete Werbung rückt die neue Kollektion zudem in das Blickfeld der Endkunden und soll vor allem designorientierte Reisefotografen ansprechen. So stellt Vanguard die Veo Produkte im Mai auf den Naturfototagen Fürstfeldbruck und im Juni auf der Photo & Adventure in Duisburg vor. Zudem ist Veo von April bis September auf dem Münchener Fotomarathon sichtbar, den Vanguard als Sponsor unterstützt.

Guter Start

Die Reaktionen des Fotohandels auf die neue Produktlinie haben bereits gezeigt, dass Vanguard mit Veo auf dem richtigen Weg ist. So wurden



Andreas Steffens, Countrymanager der Vanguard Deutschland GmbH: „Wir werden diese Referenzprodukte gemeinsam mit unseren Fachhandelspartnern wertschöpfungsorientiert vermarkten“

bereits auf der Ringfoto Messe im März die ersten Aufträge geschrieben, obwohl die Produktpalette dort noch gar nicht vollständig gezeigt werden konnte. „Ich habe in meiner Laufbahn selten erlebt, dass ein Produkt so gute Vorverkaufsergebnisse erzielt hat, obwohl die Ware noch gar nicht verfügbar war“, erklärte Steffens. Inzwischen ist Vanguard mit allen Veo Produkten voll lieferfähig. „Wir wollen aber keinen Mengendruck erzeugen, sondern werden diese Referenzprodukte gemeinsam mit unseren Fachhandelspartnern wertschöpfungsorientiert vermarkten“, stellte Steffens fest.

Entwickelt in Deutschland

Die Eigenständigkeit der Veo Kollektion im Vanguard Sortiment zeigt sich auch daran, dass diese Produktlinie gemeinsam mit einem neuen Partner entwickelt wurde. Für Veo zeichnet ein renommiertes Design-Unternehmen verantwortlich, das in Deutschland ansässig und weltweit vernetzt ist. Es arbeitet bereits seit Jahren für große, internationale Marken, zum Beispiel aus dem Automobil- und Modesektor. Im Fotobereich ist es derzeit exklusiv für Vanguard tätig.

Photo+Adventure geht in die zweite Runde

Am 13. und 14. Juni 2015 findet im Landschaftspark Duisburg-Nord zum zweiten Mal die Photo+Adventure statt. In einer attraktiven Kombination von Messe, Workshopprogramm und Foto-Festival werden aktuelle Trends rund um die Themen Fotografie, Reise und Outdoor präsentiert. Live-Reportagen, Workshops und ein buntes Rahmenprogramm werden vor der außergewöhnlichen Industriekulisse keine Langeweile aufkommen lassen.

Die Veranstalter rechnen wieder mit mehr als 150 Ausstellern, darunter sowohl etablierte Branchengrößen als auch innovative Start-ups aus den drei Themenfeldern Foto, Outdoor und Reisen. Als Premium-Partner konnte Foto Leistenschneider gewonnen werden. Das Handelshaus mit Filialen in Berlin, Duisburg, Düsseldorf und Krefeld wird im Juni mit einem großen Stand vor Ort sein, spannende Marken und Produkte präsentieren und ein buntes, auf Fotografen ausgerichtetes Programm bieten. Gemeinsam mit Trust Your Eyes lädt die Photo+Adventure außerdem ihre Besucher ein, sich aktiv am Bokeh Masters zu beteiligen, in dessen Rahmen das Objektiv mit der schärfsten Unschärfe gesucht wird. In rund 40 Foto-Workshops und Seminaren lassen sich die Profis und Brancheninsider über die Schulter gucken. So lädt Dr. Hans-Peter Schaub, Chefredakteur von „NaturFoto“, dazu ein, die „Fotogene Flora“ im Landschaftspark zu entdecken, während

Action in Duisburg

Panorama-Experte Thomas Bredenfeld eine Tour durch Teile der Industrieanlage anbietet, die normalerweise nicht für die Öffentlichkeit zugänglich sind. Pavel Kaplun gibt einige Geheimnisse der Reisefotografie und der anschließenden Bildbearbeitung preis, „National Geographic“-Fotograf Gianluca Colla verrät in seinen englischsprachigen Vorträgen unter anderem, wie er sich aufs „Visual Storytelling“ vorbereitet und was man bei der Zeitraffer-Fotografie beachten sollte. Jochen Kohl präsentiert Actionfotografie im Tauchgasometer sowie ein Modelshooting „am Haken“ in einem sonst nicht öffentlich zugänglichen Bereich des Landschaftsparks. Mit seiner Live-Reportage „In 80 Tagen um die Welt“ nimmt André Schumacher am Samstagabend in der Kraftzentrale 90 Minuten lang sein Publikum mit auf eine fantastische Reise von den Azoren über die archaische Insel-

welt Galápagos und den Nebelwald Ugandas bis zu den Gauchos Brasiliens.

Zentraler Bestandteil der Photo+Adventure ist auch ein buntes Rahmenprogramm mit kostenlosen Vorträgen, Ausstellungen und einem fotografischen Mitmachprogramm in der Messehalle. Im Außenbereich warten zudem Kletterkurse, Slacklining und geführte Fotowalks auf die Besucher. Speziell für Kinder werden Kletter-Abenteuer, die Attraktion „Water Walking Balls“, eine spannende Geocaching-Schatzsuche und Führungen durch die Industrie-Anlage geboten.

Tickets für die Messe, Workshops und Seminare, André Schumachers Live-Reportage und das Rahmenprogramm sind im Ticket-Shop von photoadventure.eu erhältlich. Neu in diesem Jahr: Im Preis für einen Foto-Workshop ist das Messe-Ticket bereits inklusive.



Vor der eindrucksvollen Industriekulisse im Landschaftspark Duisburg-Nord findet am zweiten Juni-Wochenende wieder die Photo+Adventure statt.

Update für die Desktop-Software von Lytro

Lytro hat auf www.lytro.com ein kostenloses Update für seine Desktop-Software herausgegeben. Lytro Desktop 4.2 verbessert verschiedene Arbeitsprozesse, macht den Bildaustausch komfortabler und bietet neue Bearbeitungsfunktionen für die einzigartigen Living Pictures, die mit den Lytro Lichtfeldkameras aufgenommen werden.

Die Nutzer können ihre Living Pictures nun direkt auf 500px Fotogalerien stellen und dabei mehrere Bilder auswählen, Beschreibungen hinzufügen, hochladen sowie die Links mit anderen Anwendern teilen. Der verbesserte Prozess für das Teilen der Bilder und Animationen auf Facebook wird über eine eigene Benutzeroberfläche verwaltet. Auch hier lassen sich mehrere Bilder auswählen und beschreiben, ebenso wie beim Austausch über die Plattform pictures.lytro.com. Für die Bildbearbeitung genügt mit Lytro Desktop 4.2 nun ein einziger Knopfdruck, um unerwünschte Lichtreflexe im Objektiv automatisch zu reduzieren. Mit neuen Werkzeugen können chromatische Aberrationen am Bildrand korrigiert werden; dabei lassen sich der Radius und die Grenzwerte für diesen Effekt interaktiv mit Schiebereglern anpassen. Mit zwei Assistenten kann man bei der Vorschau von Neigungswinkeln festlegen, wo scharfe und unscharfe Bereiche beginnen. Auto Tone beschleunigt die Anpassung von Schwarztiefe und Belichtung mit einem einzigen Klick.

Cewe unterstützt 3. Oberstdorfer Fotogipfel

Cewe wird in diesem Jahr den 3. Oberstdorfer Fotogipfel als neuer Premiumpartner unterstützen. Europas führender Bilddienstleister wird den Druck des größten Teils der Bilder, die im Rahmen der verschiedenen Ausstellungen präsentiert werden, übernehmen und zudem während der Veranstaltung sein großes Sortiment von Bildprodukten der Cewe Fotowelt, darunter natürlich das Cewe Fotobuch, präsentieren. Der Oberstdorfer Fotogipfel findet vom 11. bis 17. Juni in dem bekannten Ferienort im Oberallgäu statt. Unter der Leitung der Hamburger Buchautorin und Trainerin Petra Vogt wird in einem Workshop unter dem Titel „Der einfache Weg zum ersten Cewe Fotobuch“ der komplette Gestaltungsprozess von der Bildauswahl zur Bestellung gezeigt. Wer im Anschluss daran tiefer in die Welt der Cewe Fotobücher eintauchen will, kann sich am Folgetag über Gestaltungsregeln und Methoden zur Gewinnung neuer Layoutideen informieren. Jeder Workshopteilnehmer erhält einen Gutschein über ein Cewe Fotobuch im Wert von 20 Euro. Dank einer neuen Partnerschaft mit der Deutschen Bahn können die Besucher erstmalig zu Sonderkonditionen zum 3. Oberstdorfer Fotogipfel anreisen. Die Preise für das exklusive Veranstaltungsticket zur Hin- und Rückfahrt betragen deutschlandweit in der ersten Klasse 159 Euro (199 Euro ohne Zugbindung) bzw. 99 Euro (139 Euro) in der zweiten Klasse. So kann man beispielsweise von Berlin aus in der ersten Klasse zu einem Preisvorteil von 301 Euro und in der zweiten Klasse mit einer Vergünstigung von 165 Euro anreisen. Die Veranstaltungstickets können unter der Service-Nummer +49 (0)1806-31 11 53 telefonisch mit dem Stichwort „Fotogipfel“ gebucht oder unter www.bahn.de/ Veranstaltungsticket bestellt werden.



Fantastische Perspektiven
mit höchster Bildqualität

SP 15-30mm

F/2.8 Di VC USD

Modell A012

Neu von Tamron: Das weltweit erste* Ultra-Weitwinkelzoom mit F/2.8, Bildstabilisierung und Spritzwasserschutz.

Mit dem 15-30mm F/2.8 setzt Tamron einen neuen Standard im Bereich der Ultra-Weitwinkelzoom-Objektive. Das neueste Mitglied der Tamron SP-Serie (Super Performance) überzeugt durch höchste Bildqualität und modernste Technologie:

- VC-Bildstabilisierung für beste Aufnahmen auch bei wenig Licht
- USD-Ultraschallmotor für einen präzisen und leisen Autofokus
- Hohe Lichtstärke von F/2.8
- NEU: Schmutz- und Feuchtigkeit abweisende Fluor-Beschichtung auf der Frontlinse ergänzt das spritzwassergeschützte Gehäuse

Erhältlich für: Canon, Nikon, Sony**

* Gilt für lichtstarke Ultra-Weitwinkelzoom-Objektive, kompatibel mit Vollformat-Spiegelreflexkameras (Stand der Informationen: November 2014, Irrtum und Änderungen vorbehalten).

** Ausführung für Sony ohne Bildstabilisator (SP 15-30mm F/2.8 Di USD) Verfügbarkeit auf Anfrage.



Das neue Konzept für das Objektiv-Geschäft

Sigma G



Alle Sigma Objektive werden in einem integrierten Fertigungsprozess im Werk in Aizu hergestellt.

Alle reden von Kameras, aber einer der wichtigsten Faktoren für die Bildqualität ist das Objektiv. Mit der Gruppierung aller neuen Objektive in drei Produktlinien macht es Sigma dem Fotohandel einfach, das richtige Objektiv für die gewünschte Anwendung zu empfehlen. Hinter diesem Konzept mit dem Namen „Sigma Global Vision“ steht allerdings mehr als ein bloßes Ordnungsprinzip. Vielmehr ist es eine Neuausrichtung des Konzerns in Richtung Premiummarke. Jedes Produkt wird unter der Prämisse entwickelt und präsentiert, dass es eins dieser drei Konzepte verkörpert – und das ausschließlich in Japan in einem einzigartigen Produktionssystem in handwerklicher Qualität.



Ein Beispiel für die Abstimmung auf den gewünschten Einsatzzweck: Von den reinen Parametern her sind das 150-600mm F5-6.3 DG OS HSM Contemporary und das 150-600mm F5-6.3 DG OS HSM Sports identisch...

Global Vision

Im Vergleich zu den Riesen der Kameraindustrie ist Sigma ein kleines Familienunternehmen. Alle Sigma Objektive sind 100% Made in Japan, denn sie werden, wie übrigens auch die Kameras und Blitzgeräte, in einem integrierten Fertigungsprozess im Werk in Aizu hergestellt. Hier beherrscht Sigma praktisch jeden Produktionsschritt aus eigener Kompetenz: das Schleifen der Linsen, den Formguss der Kunststoffteile, die Lackierung, den Einbau von Träger-Materialien, die Herstellung von Schrauben, Formen und anderen Teilen und natürlich die Montage. All das erfolgt nach sorgfältig ausgearbeiteten Produktionsplänen auf Fertigungsstraßen, die so flexibel angepasst werden können, dass sie auch kleine Serien bewältigen können.

Für die Endkontrolle der fertigen Produkte hat Sigma die üblichen MTF Mess-Systeme mit herkömmlichen Sensoren durch das selbstentwickelte Prüf-Verfahren A1 ersetzt. Es kombiniert das eigene MTF Mess-System mit dem 46-Megapixel-Foveon X3 Direktbildsensor. Er ist, ähnlich wie ein Farbnegativ-Film, aus drei unterschiedlich tief in Silicium eingebetteten Schichten mit Fotodioden aufgebaut



Zwei TIPA Awards 2015 für neue Global Vision Objektive: Das Sigma 24 mm F1.4 DG HSM Art (oben) wurde zur besten Festbrennweite für Experten gekürt; das Sigma 18-300 mm F3.5-6.3 DC Macro OS HSM Contemporary (links) erhielt die begehrte Auszeichnung als bestes Einstiegsprodukt.

und kann deshalb mit jedem Pixel alle drei Grundfarben in Farbton, Wert und Chroma erfassen.

Diese Technologie, die Sigma seit der Übernahme von Foveon exklusiv besitzt, steckt nicht nur in den Kameras des Unternehmens, sondern macht es bei der Qualitätskontrolle möglich, zuvor nicht erkennbare Hochfrequenzdetails sichtbar zu machen. Jedes einzelne Objektiv muss sich vor der Auslieferung diesem Leistungstest unterziehen.

Drei Produktlinien - eine Qualität

Die Gruppierung des gesamten Objek-

tiv-Sortiments in die drei Produktlinien Contemporary (C), Art (A) und Sports (S) drückt die spezielle Abstimmung des entsprechenden Produkts auf ein klar definiertes Anwendungsprofil aus. Es wäre deshalb falsch, die Gruppierung als Qualitätsabstufung zu verstehen und die einzelnen Produktlinien unterschiedlichen Preisklassen oder pauschalisierten Kundengruppen wie Amateure, Enthusiasten oder Profis zuzuordnen. Folgerichtig haben die Produktlinien die entscheidenden Merkmale, die Sigma Objektive auszeichnen, gemeinsam. Alle werden nach denselben hohen Qualitätsstandards in Aizu produziert und mit dem MTF Mess-System A1 getestet. Zur Ausstattung gehört ein massives und präzises Messing-Bajonett, dessen spezielle Oberflächenbehandlung zur Verstärkung der Festigkeit eine besonders lange Lebensdauer ermöglicht. Auch ein aufwendig ermitteltes, optisches Design mit der von Sigma

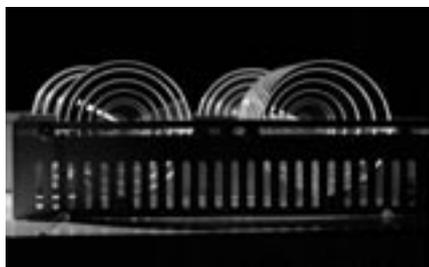
...Aber das Contemporary Objektiv ist deutlich leichter, mit einer schlanken Silhouette, das Sports Objektiv ist dagegen schon äußerlich robuster sowie in einem höheren Maß als das Contemporary spritzwasser- und staubgeschützt. Zudem beinhaltet es mehr hochwertige Linsenelemente.



Handel

entwickelten Super Multi Layer Vergütung, die Reflexe, Streulicht und Geisterbilder selbst bei Gegenlicht eliminiert, ist allen drei Produktlinien gemeinsam. Dazu kommt bei den meisten Modellen eine nahezu runde Blendenöffnung aus neun Lamellen für ein besonders angenehmes Bokeh.

Nicht zuletzt sind alle Wechselobjektive der neuen Produktlinien zukunftsicher. Sigma bietet seit der Einführung dieser Produktlinien ein weiteres Servicehighlight an, den Mount Change Service (Anschluss-Wechsel-Service). Wenn sich der Besitzer im Laufe der Zeit für ein anderes Kamerasystem entscheidet, wechselt Sigma den ursprünglichen Objektivanschluss und die notwendigen Komponenten im Inneren kostenpflichtig aus, so dass man sein wertvolles Objektiv auch mit dem neuen Gehäuse nutzen kann. Um den Qualitätsstandard auch beim Wechsel zu erhalten, führt Sigma diesen Ser-



Zur Qualitätskontrolle der Linsen und der fertigen Objektive setzt Sigma selbstentwickelte Messinstrumente ein.

vice ausschließlich in der Fabrik im japanischen Aizu durch. Kunden in Deutschland erhalten auf das umgebaute Objektiv ein Jahr Garantie.

Kompakt, ausdrucksstark, schnell

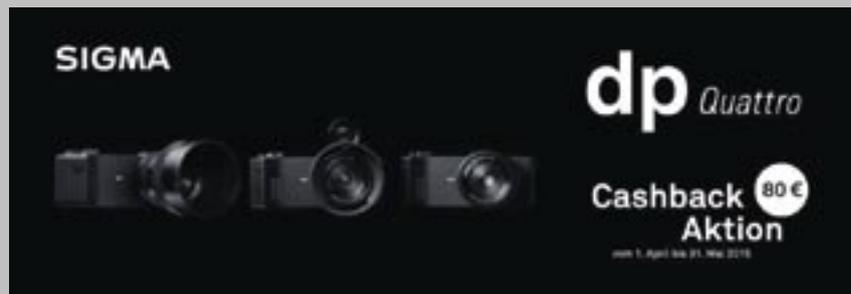
In der Produktlinie Contemporary (C) kombiniert Sigma hohe optische Leistung mit kompakter Bauweise und geringem Gewicht. Folgerichtig gehören zu dieser Gruppe vor allem Standard-, Tele- und Superzoom-Objekti-

Sigma mit Cashback-Aktion

Sigma hat eine Cashback-Aktion für die dp Quattro-Kompaktkamera gestartet, die vom 1. April bis 31. Mai 2015 händlerunabhängig läuft. Beim Kauf einer Kamera der Quattro-Serie gibt es als Dankeschön 80 Euro zurück.

Für die Cashback-Aktion muss man sich auf www.sigma-foto.de registrieren, den Antrag ausfüllen sowie die entsprechenden Kaufbelege hochladen. Nach Überprüfung aller Daten wird der Bonus überwiesen.

Die Cashback-Aktion gilt für die Quattro-Modelle dp1, dp2 und dp3.



ve für verschiedene Anwendungen, vom Schnappschuss über Familienfotos und Portraits bis zu Landschaftsaufnahmen auf Reisen.

Die Produktlinie Art (A) umfasst sozusagen das Feinschmecker-Menü auf der Sigma Speisekarte. Mit hoher optischer Leistung und großer Ausdruckskraft werden sie der künstlerischen Ader kreativer Fotografen bestmöglich gerecht. Zur Palette gehören lichtstarke Festbrennweiten, interessante Weitwinkel- und Ultraweitwinkel-Objektive sowie Makro- und Fisheye-Objektive.

Wenn es darum geht, rasante Motive schnell und sicher zu erfassen, ist die Produktlinie Sports (S) die richtige Empfehlung. Das gilt für Action- und Sportaufnahmen ebenso wie für die Natur- und Wildlife-Fotografie. Für den Einsatz unter harten Bedingungen sind die Sports Objektive gegen das Eindringen von Staub und Wasser geschützt und insgesamt besonders robust konstruiert. Lange Telezooms ermöglichen dabei den sicheren „Schuss“ auch aus großer Distanz.

Individuelle Anpassung

Die Sigma Contemporary, Art und Sports Objektive sind nicht nur sorgfältig auf den gewünschten Einsatzzweck abgestimmt, sondern lassen sich zusätzlich an individuelle Präferenzen ihrer Besitzer anpassen. Dazu dienen die mitgelieferte Software Sigma Optimization Pro und das optionale USB Dock, mit dem das Objektiv an einen PC angeschlossen wird. Dann kann man nicht nur die Objektiv-Firmware per Internet aktualisieren, sondern auch Fokuseinstellungen verändern. Bei den Sports Objektiven ist unter anderem die Anpassung der AF-Geschwindigkeit, die Individualisierung des Autofokus-Bereichs und die Modifizierung des Bildstabilisators möglich.

SIGMA

Global Vision

Samsung startet NX1 Try & Buy-Aktion Kostenlos ausleihen und testen

Gemeinsam mit 50 Fotofachhändlern im gesamten Bundesgebiet startet Samsung eine „Try & Buy“-Aktion, bei der interessierte Kunden die Samsung NX1 ausprobieren und sich von der Qualität der Systemkamera überzeugen können. Dabei können die Konsumenten unverbindlich Testgeräte ausleihen und die Kamera zusammen mit dem 18-55 mm F3.5-5.6 OIS III Standard-Zoom-Objektiv bis zu zwei Wochen lang prüfen. Im Rahmen der Aktion stattet Samsung die teilnehmenden Händler mit hochwertigem PoS-Material aus.

„Mit der NX1 Systemkamera ermöglicht Samsung dem professionellen Fotohandel, vom derzeitigen 4K-Trend zu profitieren“, erklärte Andreas Wahlich, Head of Marketing Digital Imaging Samsung Electronics GmbH. „Die Try & Buy-Aktion bietet sowohl Neueinsteigern, die bisher häufig zu klassischen Spiegelreflexkameras gegriffen haben, als auch Semiprofis die Möglichkeit, die umfangreichen Features des NX-Systems im Praxistest zu erleben und damit Fotos zu machen sowie hochauflösende Filme aufzunehmen.“

Die Try & Buy-Aktion läuft bis Ende 2015. Auf der Website www.samsung.de/tryandbuy finden die Verbraucher

Bis Ende des Jahres können Kunden bei teilnehmenden Fotohändlern kostenlos eine Samsung NX1 ausleihen und zwei Wochen testen.

eine Liste der teilnehmenden Händler und können sich direkt vor Ort für die kostenlose Leihstellung bewerben. Damit können die teilnehmenden Händler ihren Kunden eine besondere, unverbindliche Dienstleistung anbieten, die nach der Leihdauer in einen Verkauf umgewandelt werden kann. Zudem bietet die Test-Promotion die Möglichkeit, hochzuberaten und den Kunden zusätzliche Objektive und weiteres NX-Zubehör zu empfehlen. In die Verkaufsgespräche sollte auch das Testergebnis der Stiftung Waren-test einfließen. Die hatte das Samsung Systemkamera-Flaggschiff im Set mit dem Premium-Objektiv 16-50 S ED OIS und dem Handgriff ED-VGNX01 mit



Im Rahmen der Aktion stellt Samsung attraktives PoS-Material zur Verfügung.



der Note 1,6 (Qualitätsurteil gut) ausgezeichnet. Dabei erklärte die Jury, die Samsung NX1 sei eine „ausgesprochen gute“ wetterfeste Systemkamera „für höchste Ansprüche“. Vor allem die Bildqualität überzeugte die Experten: Bei Aufnahmen im Tageslicht war der Eindruck im Sehtest „herausragend“, selbst bei wenig Licht bewerteten die Tester die Aufnahmen als „gut“. Der hochauflösende, elektronische OLED-Sucher, das klappbare Super AMOLED Touch-Display, die brillante Videoqualität in 4K-Auflösung, die komfortable Handhabung und die automatische Fokussierung erhielten jeweils das Prädikat „sehr gut“.

Gezielte Werbung

Die Samsung NX1 Try & Buy-Aktion wird von gezielten Werbemaßnahmen begleitet. Printanzeigen in der einschlägigen Fachpresse und in meinungsbildenden Special-Interest-Magazinen sollen große Aufmerksamkeit bei den Kunden wecken. Eine Online-Kampagne rund um eine eigene Promotion-Website mit Schaltungen auf Preisvergleichsseiten und effizientes Suchmaschinen-Marketing runden die Kommunikation ab. Passend zur Aktion gibt es umfangreiches PoS-Material wie Flyer, Aufsteller und Plakate.



**Kodak
Picture
Kiosks sind
mehr als
nur Drucker**

Eigene Wünsche von verschiedenen Geräten und persönliche Bildprodukte im Geschäft sofort ausdrucken: Das ist mit Kodak Picture Kiosken für Kunden und Händler attraktiv.

Bildprodukte nach Maß

Dass man mit den Kodak Picture Kiosken Prints, Kalender und Fotobücher sofort drucken und verkaufen kann, ist bekannt. Die smarten Stationen können aber noch mehr: Apps für Mobilgeräte und soziale Netzwerke, die Anbindung auf den Kodak Marktplatz und die Integration von Anwendungen unabhängiger Entwickler machen den Kodak Picture Kiosk zum Mittelpunkt eines umfassenden Geschäftsmodells, mit dem der Fotohandel den Megatrend „Personalisierung“ für zusätzliche Erträge nutzen kann.

Große Handelsunternehmen wie dm-drogerie markt haben das bereits erkannt. Dort werden z. B. ausgewähl-

te Kosmetikprodukte wie Duschgel oder Bodylotion mit eigenen Fotos, Texten sowie Mustern, Formen und Far-

ben zum individuellen Wunschprodukt. Die Gestaltung und Bestellung erfolgt über die Funktion Kodak Marktplatz direkt auf dem Kiosk in der Filiale. Dann dauert es nur wenige Tage, bis der Kunde seine Duschseife mit selbst kreiertem Etikett und eigenem Konterfei in der Filiale abholen kann. „Der Trend zur Personalisierung bietet große Chancen für mehr Umsatz und das Erschließen neuer Kundengruppen“, sagt Helena Babic, Leiterin Marketing DACH & Public Relations EAMER für den Geschäftsbereich Imaging Consumer bei Kodak Alaris. „Das zeigen viele Beispiele auch außerhalb der Fotobranche: Individuelle Produkte wie das selbst zusammengestellte Müsli, die Champagnerflasche mit dem eige-

nem Namen oder das Shampoo mit Selbstportrait werden immer beliebter – auch als Geschenk. Die Kunden wünschen sich nicht nur Massenprodukte von der Stange, sondern suchen auch nach Angeboten, denen sie eine persönliche Note geben können. Was wäre dafür besser geeignet als ein eigenes Foto?“

Mobile Lösungen mit Kodak Moments Apps

Personalisierte Fotoprodukte lassen sich nicht nur im Geschäft auf dem Kodak Picture Kiosk erstellen, sondern auch mit mobilen Anwendungen wie den Apps Kodak Moments für Smartphones, Tablets und Facebook können die Kunden überall kreativ werden und die Ergebnisse anschließend sofort im Geschäft ausgedruckt werden. „Die neuen Technologien verändern nicht nur die Art der Fotografie, sondern auch den Umgang mit Bildern“, betont Babic. „Smartphones, Wearables oder soziale Netzwerke bringen neben einer Flut von digitalen Bildern auch neue Arten von Bildprodukten hervor.“

Die mobilen Kodak Moments Anwendungen verbinden die kreativen Optionen einer Desktop-Software mit der einfachen Anwendung einer mobilen App. Die intuitive Benutzeroberfläche macht die Bedienung einfach, dank

der Vernetzung mit Facebook, Instagram oder Dropbox können Bilder von verschiedenen Plattformen genutzt werden, um z. B. ein Kodak Fotobuch Sofort bei teilnehmenden Händlern in Kodak Fotoqualität selbst auszudrucken und sofort mitzunehmen.

„Trotz aller Veränderungen haben persönliche Fotos immer noch den größ-



Helena Babic, Leiterin Marketing DACH & Public Relations EAMER für den Geschäftsbereich Imaging Consumer bei Kodak Alaris.

ten Wert“, so Babic. „Sie halten Erinnerungen fest und erzählen ganz persönliche Geschichten. Kodak Alaris entwickelt deshalb neue Möglichkeiten, damit die wichtigsten Bilder und Erlebnisse in wertvollen Erinnerungsstücken festgehalten werden können.“

Umsatz mit dem Kodak Photo Service

Mit dem Kodak Photo Service steht das Kodak Kiosk-Netzwerk im Einzel-

handel durch eine offene API auch für Entwickler von Drittanbietern offen. Damit entstehen weitere Umsatzmöglichkeiten für Einzelhändler und externe Entwickler, denn diese können in ihre Anwendungen den Ausdruck von Bildprodukten mit dem Kodak Picture Kiosk integrieren. So erhalten die Konsumenten zusätzliche Anreize, ihre Bilder aus mobilen Apps, Applikationen auf PCs oder direkt aus dem Internet im nächsten Geschäft sofort auszudrucken.

Rendite im Quadrat

Auch im klassischen Segment der schnellen Prints sorgt Kodak Alaris für Neuheiten. Mit dem Format Square sind jetzt quadratische Abzüge auf dem Kodak Picture Kiosk erhältlich. Damit macht Kodak Alaris es möglich, eines der populärsten Bildformate von Social-Media-Plattformen wie Facebook oder Instagram im Geschäft auszudrucken. Dazu wird einfach das Smartphone mit der My Kodak Moments App oder das Tablet mit der Kodak Moments App per WiFi mit dem Kiosk verbunden, um sofort Fotos im Retrostyle am Picture Kiosk auszudrucken. Dafür lassen sich nicht nur die Bilder vom eigenen Gerät nutzen, sondern auch Fotos von Instagram, Facebook, Dropbox und Flickr.

Die neuen Square Prints bringen eines der populärsten Bildformate von Social-Media-Plattformen in die Wirklichkeit.



Nikon D750-Händler-Fotowettbewerb a



Sicheres Auge: Jens-Peter Schneider (Calumet Hamburg) nahm diese imposante Hafenszenerie mit der D750 auf.

Leidenschaft für gute Bilder



Mit diesem sorgfältig inszenierten Portrait schaffte es Andreas Baur (Calumet München) unter die Gewinner.

Nikon hat den am 10. November vorigen Jahres gestarteten Händler-Fotowettbewerb mit der Preisübergabe in der Deutschlandzentrale in Düsseldorf abgeschlossen. Bis zum 31. Januar 2015 waren Fotofachhändler aufgefordert, sich mit der neuen Nikon D750 dem Thema „kreative Fotografie“ zu widmen und die erstellten Fotos auf eine eigens eingerichtete Plattform hochzuladen. Rund 300 zum größten Teil hochkarätige Bilder wurden zur Beurteilung durch eine Nikon-Jury eingereicht.

„Die D750 steht mit ihrem FX-Vollformat-Sensor, einer umfassenden Ausstattung und ihrer kompakten Bauweise für große kreative Freiheit beim Fotografieren“, erklärte Martin Broderick, General Manager Marketing & Sales Strategy bei Nikon. „Mit dem Fotowettbewerb ist es uns gelungen, den Fachhandel für dieses Leistungsprofil zu sensibilisieren und für diese großarti-

ge Kamera zu begeistern.“ Die Ergebnisse, so Broderick weiter, hätte die Erwartungen noch übertroffen. „Das gilt nicht nur für die beeindruckende Zahl von rund 300 Bildern, sondern vor allem für die Qualität der eingesandten Fotos. Hier wurde nicht einfach drauflos geknipst, sondern sehr viele Bilder zeigen, dass sie bewusst und mit großer Kreativität gestaltet wurden.

Dabei haben einige Teilnehmer mit großem Aufwand eigene Settings gestaltet. Die Vielfalt der Motive bestätigt zudem, dass man mit der D750 bei praktisch allen Anwendungen großartige Bilderergebnisse erzielt, vom Portrait über Landschaften und spontane Momentaufnahmen bis zu

abgeschlossen

Mode-, Sport und Actionfotografie.“ Von der Nikon-Jury wurden die besten fünf Fotos prämiert. Die Gewinner wurden von Nikon mit einer Begleitperson zum Firmensitz nach Düsseldorf eingeladen, um ihren Preis, jeweils eine Nikon D750 mit dem AF-S Nikkor 24-70 mm 1:2,8G ED, entgegenzunehmen. Mit drei Gewinnern (aus den Filialen in Hamburg, Essen und München) war der Nikon-Handelspartner Calumet besonders erfolgreich, Photo Planet aus Stuttgart und Foto Wichern aus Zossen in der Nähe von Berlin stellten die weiteren Preisträger. Alle Teilnehmer des Fotowettbewerbs, auch diejenigen, die nicht gewonnen haben, erhielten zur Erinnerung ein Fotobuch mit allen eingereichten Fotos. Angesichts der gelungenen Premiere

Die glücklichen Gewinner:
v.l. Andreas Baur (Calumet München), Thomas Grudzinski (Foto Wichern, Zossen), Cathleen Gebert (Calumet Essen), Felix Koch (Photo Planet, Stuttgart) und Jens-Peter Schneider (Calumet Hamburg).



erscheint es unwahrscheinlich, dass der Händler-Fotowettbewerb ein einmaliges Ereignis bleibt. „Die Aktion hat bestätigt, wie gut sich Nikon, die D750 und der Fachhandel ergänzen“, resümierte Broderick. „Gerade im

Kontext unserer aktuellen Kampagne I AM Different liegt es nahe, dieses Konzept weiterzuentwickeln. Denn diese Aussage charakterisiert nicht nur die D750, sondern auch den Fachhandel.“

Martin Broderick neuer General Manager Marketing & Sales Strategy bei Nikon

Zum 1. April 2015 hat Martin Broderick die neugeschaffene Position des General Manager Marketing & Sales Strategy bei Nikon übernommen und leitet somit die Abteilungen Marketing Communication, Product Marketing & Strategy sowie Nikon Professional Service & Pro Business Development. Zusätzlich zu seiner bisherigen Funktion als Head of Marketing & Strategy zeichnet er nun auch verantwortlich für die Vertriebs-Strategie, die Vertriebs-Aktivitätenplanung, deren Erfolgskontrolle sowie das Supply Chain Management.

Mit dieser Veränderung folgt Nikon der klaren Zielsetzung, die Marktanteile und Profitabilität weiterhin zu steigern und den Erfolg der letzten fünf Jahre auszubauen, heißt es in

einer Pressemitteilung. In der neuen Position bleibt Broderick Mitglied des Top Managements zusammen mit Uwe Keuchel, General Manager Sales & Customer Support, und berichtet weiterhin direkt an Hidehiko Tanaka, Präsident der Nikon GmbH. Mit der Umstrukturierung des Marketing- und Sales-Bereichs reagiert Nikon auf die geänderten Marktbedingungen und ermöglicht es, die Bereiche Vertrieb und Marketing ganzheitlich zu steuern.

Bereits seit 2010 ist Broderick als Head of Marketing & Strategy bei der Nikon GmbH tätig und konnte in dieser Zeit zahlreiche Erfolge maßgeblich mitgestalten, wie beispielsweise die Auszeichnung der Kampagnen mit den Effie Marketing



Martin Broderick

Awards in den Jahren 2011 und 2013 belegen.

In dieser Zeit hat sich der Marktanteil von Nikon mehr als verdoppelt, und auch die Markenbekanntheit, -beliebtheit und -nachfrage sind stetig gewachsen.

Symposium der DGPh in Hannover

„Wie Bilder Geschichten erzählen“

Am 12. Juni veranstaltet die Sektion Wissenschaft & Technik der Deutschen Gesellschaft für Photographie (DGPh) zusammen mit dem Studiengang „Fotojournalismus und Dokumentarfotografie“ der Hochschule Hannover ein Symposium zum Thema „Wie Bilder Geschichten erzählen“. Dank der Unterstützung durch HP, Chip Foto-Video und Cewe ist die Teilnahme an dem umfangreichen Programm kostenfrei.

Mit Digitalkameras und Smartphones kann praktisch jeder mit Bildern Geschichten erzählen und diese über Plattformen wie WhatsApp, Twitter, Facebook, Snapchat, Youtube oder Flickr mit anderen Menschen teilen. Dabei werden längst nicht mehr nur Fotos eingesetzt, sondern auch Videos, Tonaufzeichnungen und Musik und Kombinationen dieser Medien. Nicht immer steht dahinter auch ein schlüssiges Konzept. Gerade Profis stehen vor den Fragen: Was wollen wir erzählen? Wie tun wir das? Womit tun wir es? Warum tun wir es? Und nicht zuletzt: Wie glaubwürdig sind unsere Bildergeschichten? Deshalb geht es beim DGPh-Symposium darum, wie Profis heute mit Bil-

dern Geschichten erzählen, sei es mit einzelnen Bildern oder als Multimediaschau. Und es geht um verschiedene Sujets wie Hochzeit, Reise, oder Werbung.



Dr. Reiner Fageth, Vorsitzender der Sektion Wissenschaft & Technik der DGPh, hat gemeinsam mit den anderen Vorstandsmitgliedern Dietmar Wüller, Christian Gapp und Dr. Hella Hahm ein umfangreiches Programm mit hochkarätigen Vorträgen zusammengestellt:

- Patrice Kunte, freier Fotograf und Lehrbeauftragter an der Fakultät III der Hochschule Hannover sowie der FHM in Bielefeld:
„Die Fotoreportage – gestern, heute und vielleicht morgen“
- Bernd Rodrian (DGPh), freier Fotograf und Leiter des Institut Heidersberger in Wolfsburg:
„Hinter den Bildern – Was ein Bild ausmacht“
- Florian Schuster, Chefredakteur Chip Foto-Video:
„Die Reisefotografie im Wandel der

Zeit: Wie Bilder unsere Wahrnehmung der Welt bestimmen“

- Heike Rost (DGPh), freie Fotografin und Autorin:
„Novelle oder News – Photographie im Spannungsfeld zwischen Storytelling und Dokumentation“
- Stefan Maria Rother (DGPh), freier Fotograf, Studiengangsleiter für Medienfotografie der School of Entertainment and Technology (SET) sowie Lehrbeauftragter für Fotografie an der Kunsthochschule Berlin Weissensee:
„Der rote Faden - Geschichten finden ihre Bilder“
- C. Karsten Peters, Market Unit Manager Schweiz von der Ifolor AG:
„Geschichten im Fotobuch“
- Till Eckel, Kreativ Geschäftsführer von Jung von Matt:
„Sie haben 3 Sekunden – oder länger“

Zum Abschluss des Tages wird Terence Swee, CEO der muvee Technologies Pte. Ltd. aus Singapore, seine Sichtweise des Themas vorstellen.

Die DGPh bittet Interessenten, sich verbindlich bis zum 3. Juni 2015 in der Geschäftsstelle der Deutschen Gesellschaft für Photographie (DGPh) unter: dgph@dgph.de, Tel. 0221/ 92 32 069 oder Fax. 0221/ 92 32 070 anzumelden.

Investoren übernehmen den Geschäftsbetrieb von Metz

Weiter „made in Germany“

Das Insolvenzverfahren beim fränkischen TV- und Blitzgeräte-Hersteller Metz nimmt ein gutes Ende. Wie Insolvenzverwalter Joachim Exner kurz vor Redaktionsschluss mitteilte, hat er den Geschäftsbetrieb des Unternehmens an zwei Investoren verkauft. Die TV-Sparte geht an den chinesischen Elektronik-Konzern Skyworth, die Blitz- und Kunststoffsparte wird von der deutschen Daum-Gruppe übernommen. Beide Investoren haben zugesagt, den Geschäftsbetrieb in Zirndorf langfristig aufrecht zu erhalten und den überwiegenden Teil der Mitarbeiter zu übernehmen.



Metz Insolvenzverwalter Joachim Exner hat die Investorensuche für das deutsche Traditionsunternehmen erfolgreich abgeschlossen.

Die im fränkischen Fürth ansässige Daum-Gruppe ist ein international tätiger Hersteller von hochwertigen Fitnessgeräten und Antriebslösungen im Bereich der Elektromobilität, darunter ein umfassendes Angebot von Motoren für E-Bikes. Durch die Übernahme

der Blitz- und Kunststoffsparte von Metz erwirbt das Unternehmen wichtiges Knowhow für das weitere Unternehmenswachstum und erweitert sein Produktportfolio. Daum übernimmt 146 von 174 Mitarbeiter der Sparte und erhält damit fast 85 Prozent der Arbeitsplätze. Die Gläubiger haben dem Verkauf bereits zugestimmt. Der Betriebsübergang sollte bereits am 1. Mai erfolgen.

Erwerber der TV-Sparte ist der chinesische Elektronik-Konzern „Skyworth“, der als marktführender TV-Produzent in China zu den zehn führenden TV-Herstellern der Welt zählt. Das Unternehmen beschäftigt weltweit rund 37.000 Mitarbeiter, davon rund 30.000 im Geschäftsbereich TV-Geräte. Skyworth wächst seit Jahren auch außerhalb Chinas und erschließt durch Zukäufe neue Märkte. Auch Skyworth will am Produktions- und Entwicklungsstandort Zirndorf festhalten und von

dort aus die Marke Metz ausbauen. Zugleich sollen Zirndorf und das bestehende Netzwerk als Plattform zur Erschließung des europäischen Marktes für Produkte unter der eigenen Marke Skyworth dienen. Dazu übernimmt das Unternehmen 152 der verbliebenen 219 Mitarbeiter der TV-Sparte von Metz und erhält dadurch rund 70 Prozent der Arbeitsplätze. Auch dieser Transaktion haben die Gläubiger bereits zugestimmt, die Genehmigung durch die Kartellbehörden ist beantragt. Der Betriebsübergang ist für den 1. Juni geplant.

„Mit Skyworth und Daum hat Metz jetzt zwei starke Partner an seiner Seite, die über eine klare Vision und einen langen Atem verfügen“, betonte Insolvenzverwalter Exner in Zirndorf. „Damit hat Metz wieder eine langfristige Perspektive. Besonders freut mich, dass der Standort Zirndorf und ein Großteil der hiesigen Arbeitsplätze erhalten bleiben.“ Über den Kaufpreis beider Übernahmen wurde Stillschweigen vereinbart.



Die Blitzgeräte von Metz werden auch weiterhin in Zirndorf hergestellt.

Neuheiten

Neuer S/W Papierentwickler von Tetenal

Tetenal bringt jetzt den neuen S/W Papierentwickler Eukobrom AC auf den Markt und greift dabei auf die Erfahrungen im Medical Imaging Bereich mit hydrochinon-freien Röntgenentwicklern zurück.



Eukobrom AC basiert auf Isoascorbat – besser bekannt als Vitamin C – und ist für alle S/W Fotopapiere geeignet, für Baryt ebenso wie für PE Papiere, wie z. B.

Tetenal Vario. Die Verarbeitung erfolgt in Schalen, Trommeln oder kleinen Desktopgeräten. Eukobrom AC erzeugt tiefe Schwärzen bei gleichzeitig niedrigem Schleier und sorgt so für eine besonders hohe Brillanz.

Die neue Eukobrom AC Formel erfordert keine spezielle Gefahrenkennzeichnung auf dem Produktetikett, der Entwickler kann problemlos – auch von Paketdienstleistern – versendet werden.

Neue Videostativhalterung von Rolleiflex

Die neue Videostativhalterung hipjib von Rolleiflex gibt Stativen und Monopods am Hüftgurt festen Halt. So wird die Kamera stabilisiert, während der Videofilmer gleichzeitig größtmögliche Bewegungsfreiheit für fließende und ruckelfreie Filmaufnahmen genießt. Zudem sind mit dem hipjib vertikale Schwünge, Drehungen und weite Schwenks in jede Richtung möglich.

Der Rolleiflex hipjib erspart nicht nur erhebliche Investitionen in Hardware, die für eine saubere und elegante Kameraführung notwendig ist. Er reduziert vor allem auch das Reisegepäck und -gewicht, weil er die Funktionen eines Schulter-Rigs, Jib-Arms und in begrenztem



4K Einstiegs Camcorder von Sony

Mit dem neuen FDR-AX33 Camcorder bringt Sony ein Einstiegsmodell in der 4K Auflösung auf den Markt, das mit manuellen Einstellmöglichkeiten, einem elektronischen Sucher und einer Datenrate von 100 Mbit/s (im XAVC-S Format) wenig Wünsche offenlässt. Vom Schwestermodell FDR-AXP33 unterscheidet sich der Neue nur durch den fehlenden Projektor. Als Bildwandler dient ein 1/2,3" großer, rückseitenbelichteter Exmor R CMOS Sensor mit 18,9 Megapixeln. Das ergibt im Fotomodus nach Angaben von Sony eine Auflösung von 10,3 Megapixeln (16:9) bzw. 7,74 Megapixel (4:3). Das Zeiss Vario-Sonnar T* 10fach Zoom-Objektiv deckt einen Brennweitenbereich von 29,8 bis 298mm (KB) ab. Sonys optische Bildstabilisierung Balanced Optical SteadyShot (B.O.S.S.) sorgt für ruhige Bilder. Der Zoombereich kann digital auf 15fach (4K) oder 20fach (Full HD) erweitert werden.



Bei der Bedienung des AX33 können die Anwender Automatik-Funktionen nutzen oder mit dem Objektivring Blende, Fokus, Zoom oder den Weißabgleich manuell einstellen. Der Multi Interface Zubehörschuh auf der Oberseite der Kamera nimmt Zubehör wie Licht oder Mikrofon auf. Die Bildkontrolle erfolgt über den hochauflösenden elektronischen Sucher oder den berührungsempfindlichen drei Zoll großen Monitor. Zur Übertragung der Videos auf 4K Ultra HD Fernseher gehört ein HDMI Kabel zum Lieferumfang. Auch auf Full HD Fernsehern erzielt der AX33 hervorragende Ergebnisse, indem er die 4K Dateien auf Full HD herunter rechnet. Dank der Qualitätsreserven von 4K erlaubt der Camcorder das Einzoomen in bestimmte Bildbereiche in Full HD Qualität. Die Steuerung erfolgt bequem über den Camcorder-Monitor oder die Zoom-Wippe.

Nach der Aufnahme kann die intelligente Highlight Movie Maker Funktion automatisch die besten Szenen zu einem Kurzfilm mit Übergangseffekten und Hintergrundmusik zusammenstellen. Die fertigen Filme lassen sich per WiFi mit dem Smartphone schnell mit anderen teilen. Der FDR-AX33 von Sony ist ab sofort zum Preis von 999 Euro (UVP) erhältlich.

Die Bildkontrolle erfolgt über den hochauflösenden elektronischen Sucher oder den berührungsempfindlichen drei Zoll großen Monitor.

Zur Übertragung der Videos auf 4K Ultra HD Fernseher gehört ein HDMI Kabel zum Lieferumfang. Auch auf Full HD Fernsehern erzielt der AX33 hervorragende Ergebnisse, indem er die 4K Dateien auf Full HD herunter rechnet. Dank der Qualitätsreserven von 4K erlaubt der Camcorder das Einzoomen in bestimmte Bildbereiche in Full HD Qualität. Die Steuerung erfolgt bequem über den Camcorder-Monitor oder die Zoom-Wippe.

Nach der Aufnahme kann die intelligente Highlight Movie Maker Funktion automatisch die besten Szenen zu einem Kurzfilm mit Übergangseffekten und Hintergrundmusik zusammenstellen. Die fertigen Filme lassen sich per WiFi mit dem Smartphone schnell mit anderen teilen. Der FDR-AX33 von Sony ist ab sofort zum Preis von 999 Euro (UVP) erhältlich.

Umfang sogar eines Sliders übernimmt. Zur Bildkontrolle kann ein kleiner Monitor in Augenhöhe am Stativ befestigt werden. Der in Deutschland produzierte Rolleiflex hipjib ist für Stativ mit einem Stativfuß-Durchmesser von 20 bis 35 Millimeter geeignet. Seine Tragkraft ist zwar unbegrenzt, Rolleiflex empfiehlt aber, drei Kilogramm nicht überschreiten. Der Rolleiflex hipjib ist ab sofort für 199,99 Euro (UVP) erhältlich.

Fujifilm bringt neues Objektiv für X-Serie

Mit dem neuen Fujinon XF16mm (24mm KB) F1.4 R WR bietet Fujifilm jetzt ein lichtstarkes und wetterfestes Weitwinkelobjektiv für die spiegellosen Systemkameras der X-Serie an. Es verfügt über einen sehr schnellen

Autofokus, ein wetter- und staubgeschütztes Gehäuse, das bei Temperaturen bis minus 10 Grad einsetzbar ist, und zeichnet sich durch kompakte Maße sowie ein geringes Gewicht aus. Als optionales Zubehör wird für das Fujinon XF16mm die Gegenlichtblende LH-X16 ab September 2015 erhältlich sein.



Die hochwertige Gegenlichtblende ist komplett aus Metall gefertigt und rundet die Premium-Qualität des Objektivs ab.

Das Fujinon XF16mm F1.4 R WR ist ab Mitte Mai 2015 verfügbar; der UVP beträgt 999 Euro.

Ringfoto Roadshow war ein voller Erfolg

Zu einem vollen Erfolg wurde die Ringfoto Roadshow, die im April in Hannover, Velbert, Schwäbisch Hall und Aschheim Station machte. Zahlreiche Mitglieder nutzten die Gelegenheit, sich in Theorie und Praxis über 4K Video und andere Innovationen zu informieren.

Neben weiteren Trends wie Vernetzung und 3D-Druck waren bewegte Bilder und der dazu passende Ton das große Thema der Veranstaltung. Mit Atomos (tragbare 4K Recorder), Blackmagic Design, Canon, DJI (Fotokopter), GoPro, Olympus, Panasonic, Røde (Mikrofone), Samsung, SanDisk und Sony waren hochkarätige Industriepartner an Bord. Sie zeigten an ihren Ständen die neuesten Produkte in der Praxis.

Ein umfassendes Workshop-Programm vermittelte den zahlreich erschienenen Ringfoto Mitgliedern das notwendige Wissen über die Aufnahme und Verarbeitung von Videobildern in HD und 4K, Kenntnisse über den guten Ton und wichtige Informationen zu den Themen Speicherung, Teilen und Archivierung. Ein besonderes Highlight war der Blackmagic Post Production Van, in dem die

4K und andere Innovationen



Teilnehmer live erleben konnten, wie Videoschnitt und Nachbearbeitung in 4K Qualität funktioniert. Flugvorführungen mit den Quadroptern von DJI zeigten die Möglichkeiten auf, Bilder aus ungewöhnlichen Perspektiven aufzunehmen.

Mit diesem Programm erwarben die Ringfoto Mitglieder nicht nur das Rüstzeug für eigene Aufnahme-Aktivitäten, zum Beispiel im Bereich der Hochzeits- und Industriefotografie. Auch immer mehr Endkunden interessieren sich für

bewegte Bilder, und sie brauchen dafür fachkundige Beratung. Denn wer könnte den Konsumenten die vielfältigen Möglichkeiten von SLR-, System- und Bridgekameras, Actioncams oder klassischen Camcordern besser vermitteln als ein qualifizierter Fotohändler. Zum Abschluss der Roadshow-Nachmittage gab es dann noch eine konkrete Schulung zur Umsetzung der Jubiläumsmaßnahmen, die Ringfoto zum 50jährigen Bestehen der Kooperation in diesem Jahr auf die Straße bringt.



Ein ungewöhnliches Highlight: Der Post Production Van von Blackmagic Design, in dem sich die Teilnehmer über die Möglichkeiten der Nachbearbeitung und des Schnitts von 4K Videos informieren konnten. Foto: Ulrich W. Becker



Neuheiten

Neue Vollformat-Auto-fokus-Objektive von Zeiss

Für spiegellose Vollformat-Systemkameras der Sony Alpha Reihe bringt Zeiss jetzt die beiden Objektive Zeiss Batis 2/25 und Zeiss Batis 1.8/85 auf den Markt. Die Auslieferung der beiden Objektive soll im Juli 2015 beginnen. Die Zeiss Batis Objektive unterstützen sämtliche Betriebsarten und Funktionen der aktuellen E-Mount Kameras. Mit Zeiss Batis 2/25 und Zeiss Batis 1.8/85 erscheinen zunächst eine Weitwinkel- und eine Tele-Portrait-Brennweite. Beide Objektive verfügen über ein Floating Elements Design, das Abbildungsfehler der Objektive bei unterschiedlichen Entfernungseinstellungen kompensiert.



Das Weitwinkel-Objektiv Zeiss Batis 2/25 hat zehn Linsen in acht Gruppen und verwendet das Zeiss Distagon Optikdesign. Es verfügt über vier doppel-seitig asphärische Linsenelemente und fünf Linsen aus Sondergläsern. Der Bildwinkel von 82 Grad in Verbindung mit der maximal möglichen Naheinstellung von 0,2 Meter machen das Weitwinkelobjektiv für zahlreiche Anwendungen über die klassische Architektur- und Landschaftsfotografie hinaus geeignet. Das Tele-Objektiv Zeiss Batis 1.8/85 besitzt elf Linsen in acht Gruppen im Zeiss Sonnar Optikdesign und eignet sich besonders für die Hochzeits-Fotografie und Portraitaufnahmen. Dank einer optischen Bildstabilisierung gelangen mit dem Zeiss Batis 1.8/85 auch gute Bilder bei wenig Licht.

Die Objektive Zeiss Batis 2/25 und ZEISS Batis 1.8/85 können ab sofort vorbestellt werden. Die Preisempfehlungen lauten 1.299 Euro (UVP) für das Zeiss Batis 2/25 und 1.199 Euro (UVP) für das Zeiss Batis 1.8/85.

Bilora vertreibt B-Grip Uno

Ab sofort vertreibt Bilora das multifunktionale Kameratragegurt-System B-Grip Uno von CP-tech. Uno kann am Rucksack, Gürtel oder der Tasche befestigt werden und wurde speziell für kompakte Spiegelreflex-, Bridge- sowie spiegellose System- und Kompaktkameras entwickelt.

Uno wird mit Hilfe eines U-Bügels aus Stahl befestigt, die Höhenregelung



sowie die Einstellung der Neigung sind einfach gestaltet. Die Schrauben der Adapterplatte haben ein 3/4" Gewinde und sorgen für eine ordentliche Gleitfläche und schützen gleichzeitig das Gewinde.

Uno schmiegt sich am Trageriemen gleichmäßig an den Körper an; damit bleibt die Kamera immer stabil und stößt bei Bewegungen nie gegen den Körper.

Smartphone-Zubehör von Manfrotto

Manfrotto stellt jetzt Zubehör für das iPhone 6 und das 6 plus vor. Die Klyp+ Serie umfasst Schutzhüllen, Wechselobjektive, Dauerlicht sowie die Klypapp+ mit neuen Funktionen.

Herzstück der neuen Klyp+ Palette ist die spezielle Schutzhülle, über die sich hochwertiges Fotozubehör wie Objektive, LED-Lampen oder ein Standfuß einfach am Smartphone befestigen lassen. Über den Standfuß kann das iPhone zudem auf einem Stativ, zum Beispiel einem Manfrotto PIXI Mini-Stativ, befestigt werden.

Die hellen LEDs sorgen für eine ansprechende Ausleuchtung des Motivs. Die innovative und elegante Schutzhülle im attraktiven „Easy fit“-Design schützt das iPhone gegen Kratzer und andere Beschädigungen. Der Standfuß ist mit einem 1/4-Zoll-Gewinde ausgestattet, das eine Befestigung auf allen handelsüblichen Stativen ermöglicht. Der Zugriff auf sämtliche Bedienelemente des iPhones ist dabei jederzeit gewährleistet. Das Set aus Hülle und Standfuß ist in den Farben Schwarz, Weiß und Rot/Anthrazit erhältlich.

Zum Klyp+ System zählen auch sechs Wechselobjektive, die mit Hilfe der Klyp+ Hülle vor die iPhone-Kamera geschraubt werden können: Fisheye, Tele 1,5x, Tele 3,0x, Weitwinkel & Makro, Super-Weitwinkel und Polarizer. Alle Objektive verfügen über optische Glaselemente und ein robustes Aluminium-Gehäuse.

Mit dem Klyp+ LED-Dauerlicht lassen sich auch bei schwachem Umgebungslicht Fotos und Videos aufnehmen. Es hat einen Abstrahlwinkel von 60 Grad und ist daher als Aufhelllicht besonders geeignet. Durch die hohe Helligkeit (225 Lumen) und die Farbgauigkeit (>80% CRI) werden die Farben des Motivs lebendig und die Hauttöne sehr natürlich wiedergegeben. Das LED-Licht verfügt über einen 3-stufigen Dimmer und kann direkt an der Klyp+ Schutzhülle oder über den mitgelieferten Standfuß auf einem Stativ (1/4-Zoll-Gewinde) befestigt werden.

Die Klyp+ Schutzhüllen für das iPhone 6 und 6 plus (ab Mail) sind in den drei Farbvarianten Schwarz, Weiß und Rot/Anthrazit zum Preis von 24,75 Euro (UVP) erhältlich. Der Preis für das komplette Kit liegt bei 123,86 Euro (UVP). Alle Zubehöreile wie LED-Licht (64,36 Euro UVP) und Objektive (ab 29,65 Euro UVP) sind auch separat erhältlich.



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

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

**Anzeigenschluss
für Kleinanzeigen im
imaging+foto-contact
Ausgabe 6/2015
ist der 15. Mai 2015.**

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

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

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

GEISSLER

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

Autorisierte
Vertragswerkstatt

BRAUN
PHOTO TECHNIK

Canon

CPS.

Metz

Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Pioneer

reflecta

SAMSUNG
Cameras

SONY
Authorized Service Center

TAMRON

TOSHIBA

Inserenten-Verzeichnis

Business Forum	Manfrotto	9
Imaging Cologne	4. U. Messe Berlin GmbH	7
C.A.T.-Publishing	2. U. Sihl	13
DGH	17 Kleinanzeigen.....	3. U.

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

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon: 0 21 02/20 27-31
Telefax: 0 21 02/20 27-49
Online: <http://www.foto-contact.de>

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

Redaktion:
Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klomps

Anzeigen:
Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klomps
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 43 v. 1. Januar 2015

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

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

Druck:
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

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

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

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

ISSN: 1430-1121

Jetzt Termin vormerken!

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

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
world of imaging

„Memories, dynamics, innovations“