

imaging+foto contact

6-7
2016

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

Individuelle Handyhüllen von Cewe



200 verschiedene Modelle

Weltmesse wird zum Multimedia-Event Die neue photokina

Anfang März stellte die photokina ihr neues Konzept „Imaging unlimited“ vor. Jetzt gaben die Koelnmesse und der Photoindustrie-Verband auf einer Pressekonferenz weitere Einzelheiten für die kommende photokina bekannt. S. 8

Die erste Action-Cam von Olympus Der Bild- und Datenfänger

Die erste Olympus Action-Cam zeichnet nicht nur Bilder in 4K Qualität auf, sondern macht es möglich, Höhe, Tiefe, Luft- und Wassertemperatur, Geolokation, Richtung und Bewegungsgeschwindigkeit mit den Bildern zu teilen. S. 12

Jahreshauptversammlung von europafoto Ordentliches Ergebnis

europafoto hat im schwierigen Jahr 2015 ein stabiles Ergebnis erzielt. Mit einem Volumen von 172 Millionen Euro lag der Umsatz nur knapp unter dem Vorjahresniveau. Auch die Ausschüttung an die Mitglieder blieb stabil. S. 22

Europas
beliebtestes
Fotobuch

ab 7,95 €*



* Das abgebildete Produkt hat einen höheren Preis. Alle Preise verstehen sich inkl. MwSt. und zzgl. Versandkosten (ggf. auch bei Filialabholung anfallend) gemäß Preisliste. Weitere Informationen unter www.cele.de/preise. Anbieter: CEWE Stiftung & Co. KGaA, Heerweg 30-32, 26135 Oldenburg

Mein cewe fotobuch Mein Leben

www.cele.de

 **cewe**
BEST IN PRINT



CEWE FOTOBUCH:

Aktueller Testsieger der
Stiftung Warentest

Die GoPro Krise kommt nicht überraschend

Zu wenig Action

Jahrelang galt GoPro als Musterbeispiel für ein innovatives Unternehmen, das mit einem neuen Produkt-Konzept die Gesetze der digitalen Welt verstanden und zur Belohnung das dicke Steak gegessen hat, das die etablierten Kamera-Anbieter nicht gebraten haben. Jetzt hat die Actioncam-Ikone für das erste Quartal ein desaströses Ergebnis bekannt gegeben. Im Jahresvergleich halbierte sich der Umsatz auf 193,5 Millionen US-\$ bei einem Verlust von 107,5 Millionen US-\$. Für eine kurzfristige Besserung gibt es keine Anzeichen.



Thomas Blömer, Verleger

Bereits im Weihnachtsgeschäft hatte GoPro kräftig Federn gelassen, denn der Umsatz fiel im Vergleich zum Vorjahr um fast ein Drittel. Darauf reagierte das Unternehmen mit einer Straffung der Produktpalette und kräftigen Preissenkungen. Dabei liegt es auf der Hand, dass man mit einer solchen Strategie vielleicht den Absatz, aber bestimmt nicht den Umsatz

erhöhen kann. Die Zeche für das Debakel zahlen zunächst die Aktionäre. Nach dem erfolgreichen Börsengang am 26. Juni 2014, an dem das GoPro Papier bereits am ersten Tag vom Ausgabepreis 24,65US-\$ auf 31,34US-\$ kletterte, war die Aktie im Herbst 2014 sogar auf über 90 US-\$ gestiegen. Inzwischen dümpelt sie um die 10US-\$ Marke – GoPro hat also innerhalb eines Jahres rund 80 Prozent seines Börsenwertes verloren.

Zumindest von außen sieht diese Krise aus wie hausgemacht. Berauscht vom eigenen Erfolg haben GoPro Gründer Nick Woodman und sein Team eine bemerkenswerte Trägheit bei der Entwicklung von Innovationen und Vertriebsstrategien an den Tag gelegt. Die letzte große Produkt-Ankündigung, die Hero4, liegt mehr als anderthalb Jahre zurück – das ist im Digitalzeitalter eine Ewigkeit. Während neue Anbieter wie DJI, Parrot oder Yuneec die Fotokopter

zu einem globalen Trend, ja Kult, entwickelten, redete GoPro zwar auch von Drohnen, brachte aber bis heute kein einziges Modell auf die Straße, pardon, in die Luft. Der für die erste Jahreshälfte angekündigte Fotokopter soll jetzt frühestens im Winter auf den Markt kommen. Ob das Fluggerät dann in Sachen Sensorik und Software-Intelligenz dem Wettbewerb das Wasser reichen kann, wird sich zeigen.

Für den Fotohandel sind die Schwierigkeiten bei GoPro nicht erfreulich, denn jeder schwächelnde Lieferant ist einer zuviel. Andererseits gibt es inzwischen durchaus Alternativen, darunter sogar solche, die Übung darin haben, den Fachhandel zu unterstützen, anstatt ihm über eigene Shops Konkurrenz zu machen.

GoPro will jetzt durch eine globale Partnerschaft mit Red Bull der angeschlagenen Marke Flügel verleihen. Vielleicht bringt der Energy Drink ja nicht nur mehr Sichtbarkeit auf spektakulären Events und in Social Media Kanälen, sondern auch Power für die Entwicklung von echten Innovationen. Gebrauchen könnten wir sie alle.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Die individuellen Handyhüllen von Cewe
200 verschiedene Modelle 16

Editorial

Die GoPro Krise kommt nicht überraschend
Zu wenig Action. 3

Wichtiges aus foto-contact.de 6, 7, 13, 24

Internationale Messen und Kongresse

Die Weltmesse wird zum Multimedia-Event
Die neue photokina 8

Neuheiten 15, 21, 25

Die erste Action-Cam von Olympus
Der Bild- und Datenfänger 12

Canon bringt neues Zubehör für das EOS-System
Mehr Licht (und Ton) 14

Kompakte 4K Action-Kamera von Braun
Viel Leistung für's Geld 18

VR-Erlebnis mit der Samsung Gear 360
Bildgeschichten der neuen Art 19

Neue I-1 Kamera von The Impossible Project
Sofortbild mit iOS-App 30

Die individuellen Handyhüllen von Cewe 200 verschiedene Modelle



Cewe hat in diesem Frühjahr sein Sortiment von Smartphone Cases deutlich ausgebaut. Waren im November 2015 noch ca. 20 Modelle aus ein und demselben Material im Angebot, so haben die Kunden heute eine Auswahl aus über 200 Modellen und sechs Materialien. Die Produkte sind bereits in mehreren europäischen Ländern, darunter Deutschland und Österreich, erhältlich. Zur Zeit läuft die Einführung in Grossbritannien und der Schweiz. Cewe will die Smartphone Cases in allen 24 Ländern, in denen das Unternehmen operiert, einführen. **Seite 16**

Die erste Action-Cam von Olympus Der Bild- und Datenfänger



Mit dem neuen TG-Tracker stellt Olympus seine erste echte Action-Cam für den Einsatz unter harten Bedingungen vor. Das robuste Gerät zeichnet nicht nur Bilder in 4K Qualität auf, sondern bietet auch neue Tracking- und Field-Logging-Funktionen. Sie machen es möglich, mit der Olympus Image Track App Version 2.0 Daten über Höhe, Tiefe, Luft- und Wassertemperatur, Geolokation sowie Richtung und Bewegungsgeschwindigkeit festzuhalten und zusammen mit den Bildern zu teilen. **Seite 12**

Canon: Neues Zubehör für's EOS-System Mehr Licht (und Ton)



Canon hat neues Zubehör für das EOS-System angekündigt, darunter – ausgerechnet für EOS-M Kameras – das weltweit erste Makro-Objektiv mit eingebauter Ringleuchte. Zudem gibt es einen neuen Systemblitz und ein flexibel einsetzbares Stereo-Richtmikrofon. **Seite 14**

Die Weltmesse wird zum Multimedia-Event Die neue photokina



Bereits Anfang März stellte die photokina ihr neues Konzept „Imaging unlimited“ vor, mit dem sich die Weltmesse als lösungsorientierter Event für die gesamte Foto-, Video- und Imagingbranche aufstellt. Jetzt gaben die Koelnmesse und der Photoindustrie-Verband auf einer Pressekonferenz weitere Einzelheiten für die kommende photokina bekannt. Vom 20. bis 25. September sollen zahlreiche Aktivitäten auf dem ganzen Messegelände nicht nur die klassischen Zielgruppen ansprechen, sondern auch neue und vor allem junge Besucher für das unbegrenzte Angebot der Imagingbranche begeistern. **Seite 8**

HapaTeam mit britischer Stativmarke Lifestyle aus dem Hühnerstall



HapaTeam bietet ab sofort Stativ der britischen Marke 3 Legged Thing (das dreibeinige Ding), kurz 3LT, an. Das Unternehmen hat sich seit fünf Jahren in einem wettbewerbsintensiven Umfeld positiv entwickelt, indem es hochwertige Materialien und durchdachte Funktionen mit markantem Design kombinierte. Die drei Modelle der Equinox-Serie sind alle aus Carbon gefertigt, mit Arca Swiss- als auch Peak-Design kompatibel, sind mit einem herauschraubbaren Einbeinstativ ausgestattet und im Set mit 360 Grad Profi-Kugelkopf erhältlich. **Seite 28**

ZUM TITELBILD

NEUHEITEN

INTERNATIONALE MESSEN

HANDEL

Dashcams mit guter Beratung verkaufen Zur Beweisaufnahme



Besonders in Osteuropa und Russland gehören kleine Videokameras auf dem Armaturenbrett oder an der Windschutzscheibe praktisch zur Standardausstattung von Autos, damit im Falle eines Unfalls die Schuldfrage geklärt werden kann.

In Deutschland ist der Einsatz dieser Dashcams dagegen umstritten. Jetzt hat das Oberlandesgericht Stuttgart die Verwendung von Videoaufnahmen als Beweismittel grundsätzlich für zulässig erklärt. Das ist ein gutes Argument, um die kleinen Kameras zu verkaufen. Allerdings sollten die Kunden wissen, dass sie Persönlichkeitsrechte weiterhin respektieren müssen. **Seite 20**

Jahreshauptversammlung von europafoto Ordentliches Ergebnis



europafoto hat im schwierigen Jahr 2015 ein stabiles Ergebnis erzielt. Das gab die Kooperation anlässlich ihrer Jahreshauptversammlung am 30. Mai in Bad Homburg bekannt.

Während der Umsatz im gesamten Imaging-Markt um rund 6 Prozent zurückging, lag europafoto mit einem Volumen von 172 Millionen Euro nur knapp unter dem Vorjahresniveau von 174 Millionen Euro. Auch die Ausschüttung an die Mitglieder blieb stabil. **Seite 22**

Billig reicht den Kunden längst nicht mehr Discounter rüsten Läden auf



Dass positive Einkaufserlebnisse im stationären Einzelhandel mindestens ebenso wichtig sind wie wettbewerbsfähige Preise, hat sich inzwischen herumgesprochen.

Ein entscheidender Faktor ist dabei das äußere Erscheinungsbild des Ladens. Das haben selbst klassische Discounter erkannt. Die Philosophie, die dahinter steckt, kann auch dem Fachhandel Anregungen geben. **Seite 26**

Fujicolor Crystal Archive Professional Velvet Paper



Mit dem Fujicolor Crystal Archive Professional Velvet Paper hat Fujifilm ein Fotopapier für professionelle Fotografen entwickelt, das Bilder auf klassischem Fotopapier mit einem einzigartigen, tiefmatten Finish erzeugt.

Fotos auf dem Velvet Paper werden von den Fujifilm Labs angeboten und sind besonders für professionelle Anwendungen geeignet. **Seite 29**

HANDEL

Handel

Dashcams mit guter Beratung verkaufen	
Zur Beweisaufnahme	20
Jahreshauptversammlung von europafoto	
Ordentliches Ergebnis	22
Billig reicht den Kunden schon längst nicht mehr	
Discounter rüsten Läden auf	26
HapaTeam mit britische Stativmarke	
Lifestyle aus dem Hühnerstall	28

Bilddienstleistungen

Fujicolor Crystal Archive Professional Velvet Paper	
Tiefmattes Fotopapier.	29

Impressum	31
---------------------	----

Klein- und Personalanzeigen	31
---------------------------------------	----

Immer aktuell:



BILDDIENSTLEISTUNGEN

Cullmann mit neuem Geschäftsführer

Wolfgang Cullmann, Gründer und Alleingesellschafter der Cullmann Germany GmbH, hat sich nach 60 Jahren Berufstätigkeit und 48 Jahre nach der Gründung seines Unternehmens aus der aktiven Geschäftsführung zurückgezogen. Als Alleingesellschafter bleibt er dem Unternehmen aber weiterhin verbunden.



Wolfgang Cullmann (links) übergibt die Geschäftsführung an Günter Kiener.

Kiener trat am 1. Juli 2015 in das Unternehmen als Mitglied der Geschäftsleitung ein und hat zum 1. Juni 2016 die Geschäftsführung der Cullmann Germany GmbH übernommen.

Zuvor war Kiener 27 Jahre bei Metz und leitete innerhalb der Blitzsparte neben dem Produktmanagement auch den weltweiten Vertrieb. Kiener verfügt aufgrund seiner langjährigen Tätigkeit in der Fotobranche sowohl bei den nationalen und internationalen Handelspartnern als auch bei den Lieferanten über ein großes Netzwerk.

Wolfgang Cullmann betonte in einer Pressemitteilung: „Ich bin davon überzeugt, mit Günter Kiener einen Nachfolger in der Geschäftsführung gefunden zu haben, der aufgrund seiner langjährigen Erfahrung in der Fotobranche die richtigen Impulse geben wird, um die Erfolgsgeschichte unseres Unternehmens fortzuführen.“

WhiteWall informiert über Multicopter

Der Bilddienstleister und Online-Fotolabor Whitewall bietet zu unterschied-

Kodak Alaris sucht neuen CEO

Ralf Gerbershagen, seit 2014 CEO von Kodak Alaris, hat das Unternehmen mit sofortiger Wirkung verlassen. Der Aufsichtsrat habe entschieden, es sei Zeit, einen neuen CEO suchen, um Kodak Alaris besser dafür zu positionieren, die langfristigen Wachstumsziele zu erreichen, heißt es in einer Stellungnahme. Während seiner Amtszeit habe Gerbershagens Führungsstärke und Engagement Kodak Alaris in eine stärkerere und zukunftsweisendere Position gebracht, fügte das Unternehmen hinzu. Der bisherige COO von Kodak Alaris, Jeff Goodman, hat kommissarisch die Aufgabe des CEO übernommen.



Ralf Gerbershagen

Goodman ist seit Anfang vergangenen Jahres bei Kodak Alaris und war zuvor in führenden Positionen bei GE und IBM tätig. Das mache ihn zu einer idealen Führungspersonlichkeit, um das Unternehmen durch die nächste Phase der Transformation zu führen, erklärte Kodak Alaris.

Erst vor wenigen Wochen hatte Kodak Alaris bekannt gegeben, seine Fotopapierfabrik im britischen Harrow zu schließen. Dort stellt das Unternehmen Colornegativpapier und einige Materialien für den Thermosublimationsdruck her. Vom 4. Quartal dieses Jahres an will Kodak Alaris den größten Teil seines Colornegativpapiers von Carestream Health beziehen. Dieses in Rochester, New York, beheimatete Unternehmen entstand 2007, als die Eastman Kodak Company ihr Medizingeschäft an die kanadische Onex Corporation verkaufte. Carestream Health stellt unter anderem auch Röntgenfilme her und verfügt über große Erfahrung bei der Produktion von Colornegativprodukten für Kodak. Kodak Alaris wird die Produktion von Thermomedien in anderen Fabriken fortsetzen. Das Unternehmen erklärte zudem, die Schließung des Standorts Harrow habe keine Effekte auf das Geschäft mit Filmen und Fotochemie. Seit seiner Gründung bezieht Kodak Alaris die unter der Marke Kodak verkauften Filme von der ehemaligen Muttergesellschaft in Rochester.

lichen Themen rund um Fotografie ab sofort regelmäßig E-Guides zum kostenlosen Download im WhiteWall Magazin an.

Den Auftakt macht der „Ratgeber Drohnenfotografie | Quadrocopter“. Er informiert über technische und rechtliche Aspekte, die Amateurfotografen beachten sollten, damit ihnen gute Luftaufnahmen aus der Vogelperspektive gelingen.

Zu den Themen gehören die Voraussetzungen für den Einsatz von Quadrocoptern und Kameradrohnen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, die Haftpflichtversicherung für Fotodrohnen und Quadrocopter sowie weitere rechtliche Aspekte der Drohnenfotografie in Bezug auf Flugort, Sicherheit und Datenschutz. Dazu gibt es eine Übersicht über Kameradrohnen und Quadrocopter, ihre Kosten, Preise und Modelle.

Erster Leica Store in Shanghai

Mit Gründung der Länderorganisation Leica Greater China und dem ersten Leica Store in Shanghai will das Wetzlarer Unternehmen seine Position in Asien stärken.

Die feierliche Eröffnung des Leica Stores fand in Anwesenheit von Dr. Andreas Kaufmann, Aufsichtsratsvorsitzender der Leica Camera AG, Oliver Kaltner, Vorstandsvorsitzender der Leica Camera AG, und Siegmund Dukek, Geschäftsführer von Leica Camera Greater China, sowie 130 geladenen Gästen statt. Der im Stadtteil Xintiandi gelegene Store bietet das gesamte Leica Produktportfolio an und beherbergt zudem eine Galerie, in der wechselnde Ausstellungen von internationalen Leica Fotografen zu sehen sein werden. „Die Expansion in China ist Teil unserer ambitionierten globalen Wachstumsstrategie und ein weiterer Meilenstein in der Unter-

nehmensgeschichte der deutschen Traditionsmarke Leica“, erklärte Oliver Kaltner, Vorstandsvorsitzender der Leica Camera AG. „ Mit der Gründung unserer Ländergesellschaft in China sowie



dem sukzessiven Ausbau des Retail-Geschäfts stärkt die Leica Camera AG ihre Präsenz in einem der weltweit wichtigsten Wachstums- und Innovationsmärkte. Wir sind überzeugt, dass unsere in Manufaktur- und Präzisionsarbeit gefertigten Produkte ‚made in Germany‘, dem in China stark wachsenden Konsumentenbedürfnis nach hochwertigen traditionsreichen Marken sowie kompromissloser Qualität entsprechen und ein relevantes Absatzpotenzial erschließen werden“, so Kaltner weiter.

Neuer Webauftritt von Foto Walser

Mit einem neuen Webauftritt will Foto Walser eine neue Erlebniswelt für Fotografen und Filmer schaffen. Der Webshop des internationalen Markenlieferanten von Foto- und Videozubehör wurde inhaltlich und optisch komplett neu gestaltet. Eines der Highlights ist der Studiokonfigurator, mit dem sich Interessierte ihr Fotostudio individuell zusammenstellen können.



Komplettiert wird der Auftritt mit einem neuen Logo.

Der neue Webauftritt bietet übersichtlich gestaltete Produktkategorien, in denen Nutzer detaillierte Informationen und Anschauungsmaterial zu über 4.000 Produkten der Marken walimex pro und mantona auf einen Blick finden und diese bequem online bestellen können. Neben der verbesserten Navigationsstruktur sorgen auch neue praktische Funktionen für eine erhöhte Bedienerfreundlichkeit. So können Nutzer auch Produkte miteinander vergleichen oder diese über soziale Medien teilen.

Besonders praktisch ist auch der Konfigurator, mit dem sich Fotografen ihr eigenes Studio aus einer großen Auswahl an Blitzleuchten, Stativen, Lichtformern und weiterem Zubehör individuell und aufeinander abgestimmt zusammenstellen können. Zusätzliche Funktionen wie ein Objektivberater für Foto- und Videooptiken sowie ein Softboxberater helfen, das passende Equipment zu finden – je nach Anwendungsbereich und Anschluss. Mit einer professionellen Produktberatung via Chat, Telefon und Email ergänzt Walser sein umfassendes Beratungsangebot.

Ein weiteres Highlight ist der Bereich Classroom: Dort können Kunden neue Trends zum Thema Foto- und Videografie entdecken und anhand von Tutorials erfahren, wie optimale Ergebnisse erzielt werden. Abgerundet wird der Webauftritt mit einem Blog, der aktuelle News rund um die Walser Welt bereithält.

Der Start des Shops wird von einer attraktiven Rabattaktion für Endkunden und Fachhändler begleitet.

**Official Partner
of the Future
since 1924**



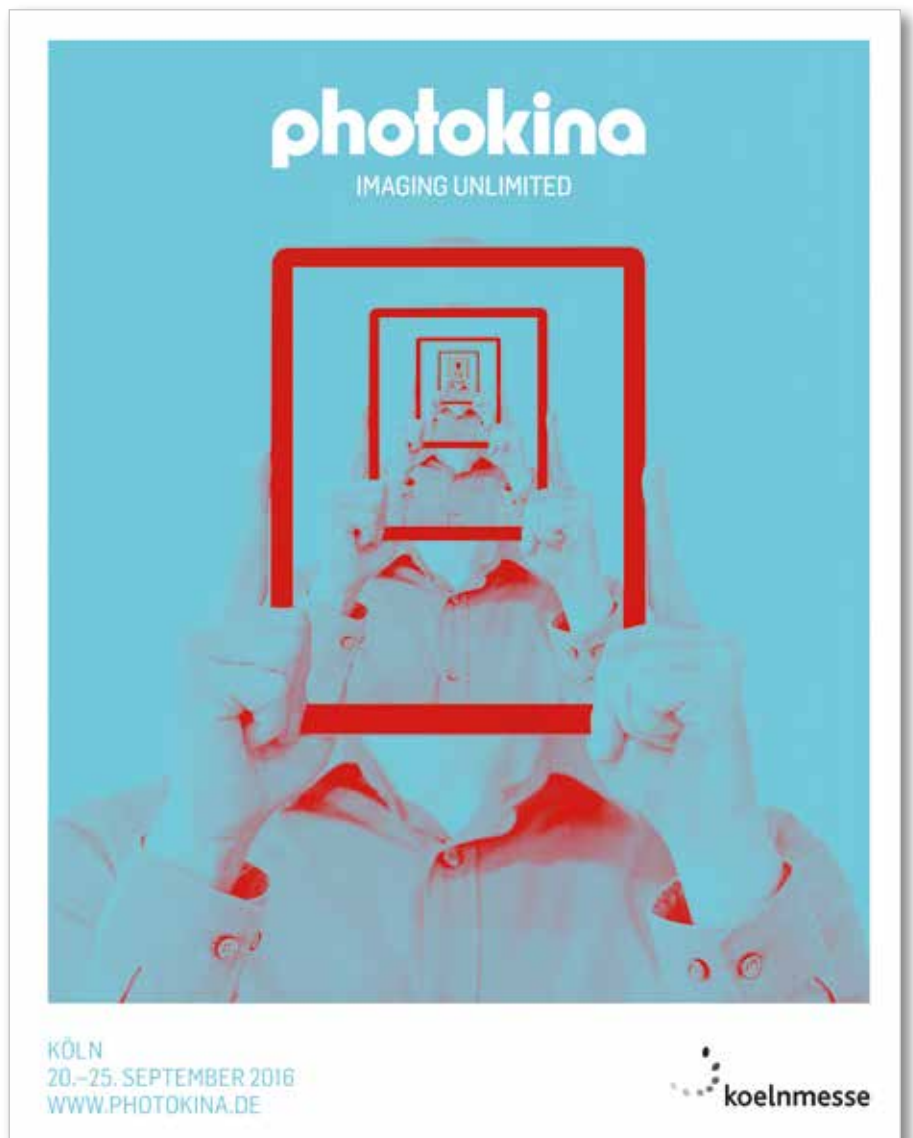
**The Global
Innovations Show**

**IFA+ Summit
Vision Meets Industry**

Your Early Bird Ticket!
ifa-berlin.com/summit

Die Weltmesse wird zum Multimedia-Event

Bereits Anfang März stellte die photokina ihr neues Konzept „Imaging unlimited“ vor, mit dem sich die Weltmesse als lösungsorientierter Event für die gesamte Foto-, Video- und Imagingbranche aufstellt. Jetzt gaben die Koelnmesse und der Photoindustrie-Verband auf einer Pressekonferenz weitere Einzelheiten für die kommende photokina bekannt. Vom 20. bis 25. September sollen zahlreiche Aktivitäten auf dem ganzen Messegelände nicht nur die klassischen Zielgruppen ansprechen, sondern auch neue und vor allem junge Besucher für das unbegrenzte Angebot der Imagingbranche begeistern.



Um das neue Messekonzept deutlich zu machen, hat die Koelnmesse ein neues Key Visual für die photokina entwickelt.

Die neue photokina

Unverändert ist der Anspruch der photokina, als weltweite Leitmesse, alle Zielgruppen des Imaging zusammenzubringen. Bereits jetzt sind rund 80 Prozent der Fläche gebucht, und die wichtigen Global Player, von Canon, Epson, Fujifilm, Leica und Nikon bis zu Olympus, Panasonic, Sigma, Sony und Zeiss, werden vertreten sein. Insgesamt rechnen die Veranstalter wieder mit 1.000 Ausstellern aus ca. 40 Ländern.

Die Grenzen überwinden

Dem Motto „Imaging unlimited“ entsprechend, wird das Angebot der Messe um neue Trends, Technologien und Anwendungen erweitert. So werden z. B. Videos, Virtual and Augmented Reality sowie Multikopter und Actioncams in Köln eine große Rolle spielen. „Grenzen verschieben heißt, die Segmente der Veranstaltung für neue Technologien und neue Lösungen

zu öffnen“, erklärte Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin der Koelnmesse. „Dazu gehören Themen wie Smart Home Funktionen für Kameras, Cloud-Services, Apps, Wearables, Audio und Video, aber auch Augmented und Virtual Reality. Die Frage, wie sich die einzelnen Segmente untereinander verbinden lassen, wird auf der kommenden photokina im Zentrum des Interesses stehen. Es sind Themen,

die gerade jungen Menschen einen Zugang zur Fotografie ermöglichen.“ Deshalb wird das bewährte Programm für die bestehenden Zielgruppen um zahlreiche neue Aktivitäten erweitert. So wird das Thema Video unter der Überschrift „photokina motion“ in Halle 5 umfassend präsentiert. Dabei geht es nicht nur um Geräte, sondern auch um Anwendungen – einschließlich Audio. Bewegte Bilder werden auch beim „Film Festival“ eine Rolle spielen. So wird das Wochenende ganz im Zeichen des Kurzfilms stehen. Bei der „Vlog Con“ werden erfolgreiche Videoblogger und YouTuber in Tutorials erklären, was für die erfolgreiche Produktion von Online-Filmen wichtig ist. Eine neue Perspektive auf Bilder, Filme und Erinnerungen ermöglicht „photokina dimensions“ mit den Themen 3D, Virtual und Augmented Reality. Die letztgenannten Segmente werden vor allem in Halle 9 präsentiert, in der auch große Technologie-Unternehmen wie DJI, GoPro und Vuze ausstellen. In dieser Halle entsteht zudem in Kooperation mit dem Photoindustrie-Verband die neue Startup-Ära, in der junge, innovative Unternehmen die Chance bekommen, sich erstmalig dem großen Publikum zu präsentieren.



Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin der Koelnmesse, und Rainer Führes (rechts), Vorsitzender des Photoindustrie-Verbands, präsentierten das neue photokina Konzept gemeinsam mit Markus Oster (links), Geschäftsbereichsleiter Messemanagement der Koelnmesse, und Christian Müller-Rieker, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbands.

„Mit seiner neuen Startup-Initiative bietet der Photoindustrie-Verband eine starke Plattform für die digitale Gründerszene aus den Bereichen Foto- und Video-Equipment, Digital und Mobile Imaging, Apps, Software und Services“, erklärte Rainer Führes, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbands. „In dieser ‚photokina futurezone‘ werden sich auf unsere Initiative hin zahlreiche Startups aus dem Imaging-Bereich präsentieren. Wir sehen das als große Chance, um dem Imaging-Markt posi-

tive Impulse zu geben und neue Geschäftsfelder zu entwickeln.“

Mehr Action

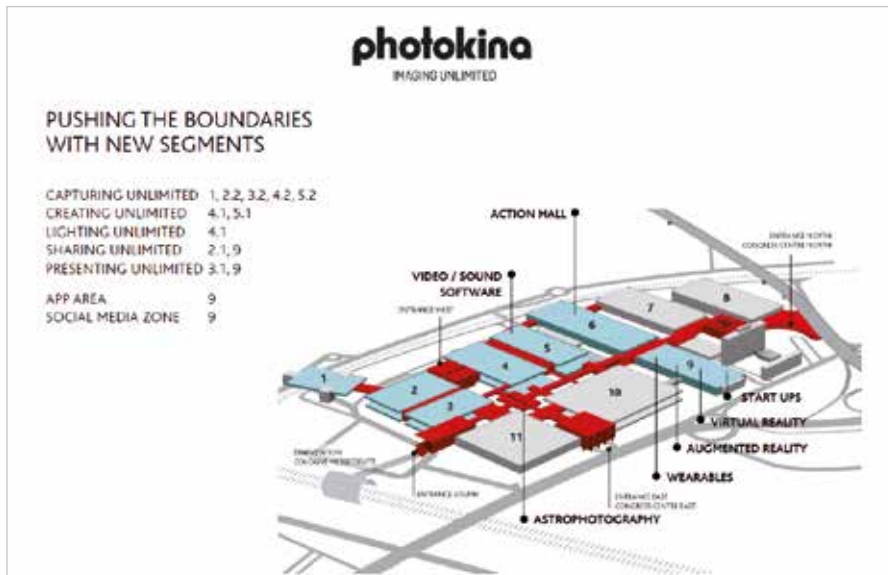
Die Halle 6 des Kölner Messegeländes wird zur photokina zur Action Hall und Copter World. Hier laden nicht nur BMX- und Inliner-Parcours zur Action-Fotografie ein, sondern die Besucher können auch die Faszination von Fotokoptern live erleben. Dazu stehen zwei Drohnenparcours für Testflüge, Geschicklichkeitsfliegen und Flugwettbewerbe zur Verfügung. Begleitet wird dieses Programm durch eine ganztägige Moderation.

Die neuen Events sollen vor allem junge Zielgruppen im Alter zwischen 14 und 25 Jahren ansprechen. „Wir verbreitern die Zielgruppe der Konsumenten und nehmen neben den professionellen Anwendern all jene mit in die Welt des Imaging unlimited, für die Fotografie und Film durch ihre Smartphones ein selbstverständlicher Teil der Freizeit sind“, kündigte Hamma an. „Denn das sind die professionellen Anwender von morgen.“

Deshalb bieten die neuen Aktivitäten den Besuchern vielfältige Möglich-



Multikopter werden in diesem Jahr zu den Stars der photokina gehören.



So werden die neuen Angebotsbereiche auf die Messehallen verteilt.

keiten, die neuen Imaging-Technologien selbst zu erfahren, Produkte zu testen und die faszinierenden Ergebnisse zu sehen. So werden auf der Piazza des Kölner Messegeländes Hochseilakrobaten, Artisten und spontane Flashmobaktionen im „photokina zoom“ Areal die Besucher zum Fotografieren und Filmen einladen. Auch die Astrofotografie erhält hier eine eigene Aktionsfläche. Zudem werden Sportler und Künstler auf dem Boulevard, in den Passagen und den Hallen für attraktive Film- und Fotomotive sorgen.

Neue Themenwelten

Das Angebot der photokina zeigt sich klar strukturiert. So finden Kameras, Objektive und Foto-Ausrüstungen in der Themenwelt „Capturing unlimited“ ihren Platz. „Creating unlimited“ beinhaltet die Angebote rund um Eingabe, Editierung und Verarbeitung von Bildern. Licht, Blitze und Stative sind im Segment „Lighting unlimited“ zu finden. Das Speichern, Verbinden und Übertragen von Bildern und Daten wird unter „Sharing unlimited“ zusammengefasst. Die Dienstleistungen rund um Finishing, Druck und Präsentation finden sich

unter der Überschrift „Presenting unlimited“.

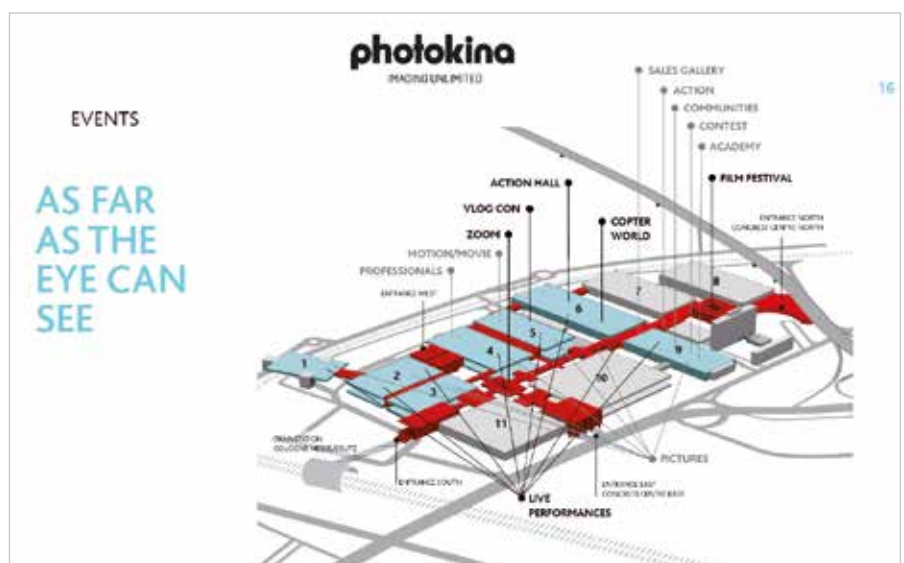
Umfassende Kampagne

Das neue Konzept „Imaging unlimited“ wird mit dem neu entwickelten Key Visual der photokina auf allen Kanälen kommuniziert. Vorgesehen sind Social Media Kampagnen über Facebook, Twitter, YouTube, Instagram und SnapChat, Direktmarketing, Print-Anzeigen in über 150 internationalen Fach- und Publikumszeitschriften sowie Online-Aktivitäten mit Anzeigen, Bannern und Displays. Die Auslandsvertretungen und Tochtergesellschaften

der Koelnmesse werden die neue photokina in jeden Winkel der Welt tragen und dabei umfassende Datenbanken für nahezu jedes Land nutzen. Zudem hat die photokina zahlreiche Multiplikatoren im Online-Bereich identifiziert und bereits erste Kooperationen geschlossen. So wird der auf YouTube und Facebook sehr aktive Videoproduzent AlexiBexi nicht nur eigene Filme auf der photokina aufnehmen, sondern auch als Jury-Mitglied für das Film Festival und als Tutor für die Vlog Con Konferenz fungieren.

We are Imaging

Das erweiterte photokina Konzept ist das Pendant zum neuen Markenleitbild des Photoindustrie-Verbandes, der sich mit dem neuen Logo PIV und der Aussage „We are Imaging“ als starke internationale Marke für die gesamte Welt der Bildkommunikation positioniert. „Wir sind überzeugt, dass wir mit diesem neuen Ansatz – der Fokussierung auf Zukunftsthemen sowie strategische Wachstumsfelder der Branche – nachhaltig die Weichen für den Ausbau und die Stärkung der photokina als internationale Leitmesse der Branche gestellt haben“, erklärte der Verbandsvorsitzende Rainer Führes. „Ima-



Die mehr als 100 photokina Events erstrecken sich über das ganze Messegelände.



Mit dem neuen Konzept sollen neben den bewährten auch neue, junge Zielgruppen auf die photokina gelockt werden.

ging erobert jeden Bereich unseres Lebens – ob privat oder beruflich. Mobilität, Kommunikation, soziale Interaktion – es gibt keinen Bereich des heutigen Lebens, in dem Imaging nicht eine führende Rolle übernommen hat. Die ganze Welt bewegt sich um das Bild.“

photokina motion picture award 2016

Ab sofort können sich Video-Enthusiasten für den photokina motion picture award 2016 bewerben, der von der Koelnmesse in diesem Jahr erstmalig im Rahmen der photokina (20. bis 25. September 2016) in fünf Kategorien (Comedy/Fun, Sports/Action, Seen from the air, Hollywood und 360°) vergeben wird. Zusätzlich entscheidet das Publikum bei einer Online-Abstimmung über eine weitere Auszeichnung. Gesucht werden die schönsten, lustigsten, spannendsten und emotionalsten Videos. Zu gewinnen gibt es Preisgelder von insgesamt 17.500 Euro. Zudem werden die besten Filme über die Online-Kanäle der photokina verbreitet und auf der Messe präsentiert. Mit dem neuen Wettbewerb stellt sich die photokina darauf ein, dass immer mehr Fotografen und Smartphone-Nutzer ihre Geräte auch für die Aufnahme von Videos nutzen. Teilnehmen kann jeder ab 14 Jahren, die Bewerbung erfolgt online auf www.photokina.de/motionpictureaward. Einsendeschluss ist der 1. August 2016.

Im ersten Schritt wird dann eine neutrale Fachjury Mitte August aus allen Bewerbungen die fünf besten Videos je Kategorie nominiert. Dabei werden technische Kriterien wie Kameraführung, Ton und Schnitt ebenso bewertet wie spektakulärer Inhalt, Stimmung und Special Effects. Aus allen Nominierten wählt das Publikum seinen Favoriten für den Publikumspreis aus. Unabhängig davon kürt die Jury im zweiten Schritt aus den 25 Nominierten die Sieger in den einzelnen Kategorien.

Die Gewinner der fünf Kategorien sowie des Publikumspreises werden im Rahmen der Preisverleihung am Samstag, den 24. September 2016, auf der photokina bekannt gegeben. Die Sieger in den fünf Kategorien erhalten jeweils 2.500 Euro; der Publikumspreis ist mit 5.000 Euro dotiert.

Für alle, die
mehr wollen!

Mehr als 18.000 Zubehör-
artikel an Lager für Ihren
Verkaufserfolg.

**Mein
Zubehörspezialist.**

DGH
GROSSHANDEL

www.DGH.de



Besuchen Sie uns auf
der IFA und photokina



02.-07.09.2016 | Berlin
Halle 3.2 | Stand 103

photokina
IMAGING UNLIMITED

20.-25.09.2016 | Köln
Halle 5.2 | Stand D-20



Die erste Action-Cam von Olympus

Der Bild- und Datenfänger

Der TG-Tracker von Olympus ist mit der 5-Achsen-Bildstabilisation des Herstellers ausgestattet.

Mit dem neuen TG-Tracker stellt Olympus seine erste echte Action-Cam für den Einsatz unter harten Bedingungen vor. Das robuste Gerät zeichnet nicht nur Bilder in 4K Qualität auf, sondern bietet auch neue Tracking- und Field-Logging-Funktionen. Sie machen es möglich, mit der Olympus Image Track App Version 2.0 Daten über Höhe, Tiefe, Luft- und Wassertemperatur, Geolokation sowie Richtung und Bewegungsgeschwindigkeit festzuhalten und zusammen mit den Bildern zu teilen.

Möglich wird das durch fünf Sensoren, die im Gegensatz zu konventionellen Modellen nicht nur mit Geotagging den Längen- und Breitengrad, sondern zusätzlich auch Beschleunigung, Höhe,

Tiefe, Temperatur und Bewegungsrichtung erfassen. So entsteht ein umfassendes Bild, unter welchen Bedingungen die Aufnahme entstanden ist. Taucher können z. B. mit der App nach dem Auftauchen die Bilder ansehen und dabei sofort erkennen, in welcher Tiefe, bei welcher Wassertemperatur und in welchem Abstand sie ihr Motiv fotografiert oder gefilmt haben. Die neue Kamera speichert auch Änderungen der g-Kraft, beispielsweise beim Öffnen eines Fallschirms oder bei rasanten Kunststücken auf dem Snow- oder Skateboard.

Olympus Bildqualität

Der TG-Tracker ist stoßfest bis zu einer Fallhöhe von 2,1 m, bruchstark bis zu einer Belastung von 100 kg, staubdicht, frostsicher bis -10° C und wasserdicht bis zu einer Tiefe von 30 Metern. In dem Gehäuse stecken wichtige Kameratechnologien von Olympus, z. B. die eine 5-Achsen-Bildstabilisation, ein Ultraweitwinkel-Ob-

jektiv mit einem Sichtfeld von 204° und der TruePic VII Bildprozessor. Die Bildkontrolle erfolgt per App auf dem Smartphone oder über ein ausklappbares LCD. Die App macht es möglich, die Aufnahmen sofort im Split-Screen-Modus zusammen mit den Protokolldaten anzusehen. Diese werden wahlweise aus der Vogelperspektive als Karte oder als Diagramm (Tiefe/Höhe gegen Zeit) dargestellt. Mit Hilfe der in der App gespeicherten Protokolle lassen sich zurückgelegte Strecken, Geschwindigkeiten und andere Variablen ermitteln.

Unter Wasser nimmt die Kamera automatisch die richtigen Einstellungen für Weißabgleich und Belichtung vor. Bei wenig Licht hilft ein 60-Lumen-Spotlight bei der Ausleuchtung des Motivs. Die zum Lieferumfang gehörende Griffverlängerung und der integrierte Spiegel erleichtern die Aufnahme von Selfies. Die Olympus TG-Tracker ist mit zahlreichen im Markt verfügbaren Gurten und Halterungen kompatibel (Adapter im Lieferumfang enthalten) und wird ab Juli 2016 für 349 Euro (UVP) erhältlich sein.

DJI gibt Statement zum Umgang mit Drohnen ab

Nachdem die deutsche Pilotenvereinigung Cockpit am 2. Juni in einer Mitteilung den Betrieb von Drohnen als gefährlich eingestuft und eine strengere Regulierung gefordert hat, nimmt der Drohnenhersteller DJI dazu wie folgt Stellung:

„Wir befinden uns in einer wichtigen und prägenden Phase für die Regulierung von Drohnen in Europa. Alarmierende Botschaften wie diese gefährden eine der zukunftsträchtigsten Branchen, die bereits zahlreiche Leben gerettet und Innovationen in verschiedensten Industrien ermöglicht hat. Sicherheit hat bei DJI oberste Priorität. Als Marktführer entwickeln wir technologische Vorsorgeverfahren, treffen Informations- bzw. Aufklärungsmaßnahmen und unterstützen Drohneneinsätze mit gesamtgesellschaftlichem Nutzen. In allen unseren Drohnen ist ein sogenanntes „Geofencing“-System

eingebaut, welches unautorisierte Flüge in der Nähe von Flughäfen und in problematischen Gebieten (z. B. Gefängnissen) verhindert. Wir fordern unsere Kunden auf, sich mit den Luftverkehrsvorschriften ihres Landes vertraut zu machen und diese einzuhalten.

Allein in Deutschland werden hunderttausende von Drohnen für Inspektionen, wissenschaftliche Untersuchungen, in der Landwirtschaft und für andere geschäftliche Zwecke eingesetzt wie Such- und Rettungsdienste, Brandbekämpfung und Strafverfolgungszwecke sowie zur Fotografie, Sport und als Freizeitbeschäftigung. Die deutschen Luftfahrtbehörden unterstützen eine sichere Integration von Drohnen in den Flugverkehr, eine Integration, die durch unangemessene Verbote erschwert wird.

Trotz Behauptungen einiger Piloten, kleinere Drohnen in mehr als eineinhalb Kilometern Flughöhe gesehen zu

haben, fehlt ein entsprechender Beweis tatsächlich existierender kritischer Situationen. Auch eine Beinahe-Unfall-Meldung in England stellte sich als falsch heraus – bei der angeblichen Drohne handelte es sich um eine Plastiktüte. DJI unterstützt eine strengere Regulierung, die dabei hilft, rücksichtsloses Fliegen besser zu kontrollieren. Außer den aus dem Kontext gerissenen Schlagzeilen gibt es derzeit allerdings keinen konkreten Beweis, dass Drohnen tatsächlich eine Gefahr für den Flugverkehr darstellen.

Der eindeutige Nutzen unbemannter Flugsysteme und Millionen von sicher durchgeführten Flugstunden mit Drohnen in Deutschland zeigen, dass die kontinuierliche Fortentwicklung von technologischen Verfahren und konsequente Aufklärungsmaßnahmen die richtigen Ansätze zur Verbesserung der allgemeinen Sicherheit in der Luft und am Boden darstellen, nicht starre Regulierung und Verbote.“

photokina

IMAGING UNLIMITED

20.–25. SEPTEMBER 2016 | KÖLN



NO LIMITS – JUST IMAGING

Auf der photokina, der Weltleitmesse für Foto, Video und die gesamte Imagingbranche, treffen Profis und Bildbegeisterte aus aller Welt auf die Top-Unternehmen der Branche, um sich über neue Produkte, Trends und Innovationen auszutauschen. Neben fünf spannenden Themenwelten stehen 2016 auch Virtual und Augmented Reality, Cloud Services und Smart Home Innovations

im Fokus der Messe. Nutzen Sie die geballte Fachkompetenz der photokina: Ob Fotograf, Filmer, Imagingprofi oder Fachhändler – hier sind Sie richtig!

Jetzt online Tickets sichern und dabei bis zu 38% sparen:
www.photokina.de/tickets



Die PowerShot SX620 HS ist mit einem 25fach-Zoomobjektiv ausgestattet.

PowerShot SX620 HS

Mit der neuen PowerShot SX620 HS stellt Canon eine kompakte Superzoom-Kamera mit einem Brennweitenbereich von 25 - 625 mm (KB) vor. Sie ist mit einem rückseitig belichteten 20,2 MP CMOS-Sensor und dem Digidig 4+ Prozessor ausgestattet, der Intelligent Image Stabilizer (IS) mit acht Modi reduziert die Verwacklungsgefahr. Das erweist sich auch bei Videoaufnahmen (Full HD, 30B/s) als hilfreich. Mit der Funktion Story Highlights verbindet die Kamera Foto- und Videoaufnahmen zu einer Geschichte und stellt z. B. automatisch die wichtigsten Ereignisse des Tages zusammen. Mit dem Modus Creative Shot kann man mit einem Druck auf den Auslöser fünf Interpretationen der Originalaufnahme, z. B. mit Fish-eye- oder Miniatur-Effekt, aufnehmen. Mit Dynamic NFC und der Camera Connect App erfolgt die Verbindung mit einem kompatiblen Smartphone durch eine einfache Berührung beider Geräte. Zudem lassen sich die Aufnahmen auf Cloud Services wie iRiSta von Canon per WLAN hochladen. Die PowerShot SX620 HS arbeitet auch mit der Canon Connect Station CS100 für direkte Uploads zusammen. Die Kamera ist ab Juni für 265 Euro (UVP) erhältlich.

Canon bringt neues Zubehör **Mehr Licht (und Ton)**



Das neue EF-M 28mm 1:3,5 Makro IS STM wurde für Kameras der EOS-M Serie entwickelt.

Canon hat neues Zubehör für das EOS-System angekündigt, darunter – ausgerechnet für EOS-M Kameras – das weltweit erste Makro-Objektiv mit eingebauter Ringleuchte. Zudem gibt es einen neuen Systemblitz und ein flexibel einsetzbares Stereo-Richtmikrofon.

Das kompakte und leichte Objektiv EF-M 28mm 1:3,5 Makro IS STM für Kameras der EOS-M Serie ist als erstes Objektiv der Welt mit einer integrierten Makro-Leuchte ausgestattet. Zur Ausleuchtung der Szene und zur Schattenreduktion kann man Intensität und Richtung des Lichts mit einer Taste am Objektiv umschalten. Der Abbildungsmaßstab beträgt 1:1 oder (im Super-Makro-Modus) 1:1,2; die Naheinstellgrenze liegt bei 13 mm. Mit

dem optischen Hybrid Image Stabilizer werden auch Verwacklungen kompensiert, die durch Verkipfung der Kamera entstehen.

Mit 45mm-Brennweite (KB) ist das Objektiv auch gut für Portraits und Aufnahmen mit leichter Weitwinkel-Perspektive geeignet. Dabei ermöglicht die 7-Lamellen-Irisblende Fotos mit attraktiver Hintergrundunschärfe. Der STM-Fokusantrieb arbeitet praktisch geräuschlos und macht das Objektiv auch für Videoaufnahmen geeignet; für die EOS M3 oder EOS M10 gibt es entsprechende Firmware-Updates. Das EF-M 28mm 1:3,5 Makro IS STM ist ab Juni 2016 zum Preis von 369 Euro (UVP) erhältlich.

Speedlite 600EX II-RT

Das neue Speedlite 600EX II-RT wurde als Ergänzung für das Spitzenmodell EOS-1D X Mark II entwickelt und erzielt im Vergleich zum Vorgänger bei

hör für das EOS-System

Serienaufnahmen bis zu 50 Prozent mehr Blitze (mit dem optional erhältlichen externen Akku CP-E4N sogar in doppelter Geschwindigkeit). Eine verbesserte Temperaturkontrolle verhindert eine Überhitzung auch bei langen Blitzreihen. Mit einer Leitzahl von 60 bei ISO 100 deckt der Blitz einen Brennweitenbereich von 20mm bis 200mm (oder 14mm mit der integrierten Weitwinkelstreuscheibe) ab.

Das Speedlite hat eine drahtlose Master- und Slave-Funktion; mit Multi-Flash-Systemen lassen sich bis zu 15 Speedlites gleichzeitig einsetzen. Das Speedlite 600EX II-RT ist ab Juni zum UVP von 699 Euro verfügbar, zum Lieferumfang gehört auch der Bounce Adapter SBA-E3; ein neuer Halter für FarbfILTER hilft bei der Farbbalance zwischen Blitzlicht und Umgebungslicht.

Neues Stereo-Richtmikrofon

Das kompakte Stereo-Richtmikrofon



Das Speedlite 600EX II-RT wurde gegenüber dem Vorgänger in mehreren Punkten verbessert.



Das kompakte Stereo-Richtmikrofon DM-E1 bietet es drei Richtcharakteristiken für unterschiedliche Aufgaben.

DM-E1 wurde für Videoaufnahmen mit EOS-Kameras entwickelt. Im klassischen Shotgun-Design bietet es drei Richtcharakteristiken für unterschiedliche Aufgaben.

Der Mono-Shotgun-Modus eignet sich am besten für eine Schallquelle direkt vor der Kamera, z. B. bei einem Interview, wenn sich die Sprache deutlich von Hintergrundgeräuschen abheben soll. Ein Wechsel auf den 90 oder 120 Grad Modus erfasst – in Stereo – Tonquellen, die sich über ein größeres Areal verteilen, z. B. bei der Aufnahme von Musikdarbietungen oder beim Einfangen der Atmosphäre bei Volksfesten, Sportveranstaltungen etc. Die gedämpfte Halterung koppelt Geräusche der Kamera und des Objektivs ab; Windgeräusche werden durch eine spezielle Schutzscheibe unterdrückt.

Das Mikrofon erfasst Frequenzen von 50 Hz bis 16 kHz mit einem Signal-Rausch-Abstand von 66 dB bei einer Empfindlichkeit von -42dB. Es ist ab Juni zum Preis von 359 Euro (UVP) lieferbar.

Leica erweitert SL System um S-Adapter L

Der Leica S-Adapter L für das spiegellose Kamerasystem Leica SL ist ab sofort verfügbar. Neben den systemeigenen Objektiven Leica Vario-Elmarit-SL 1 : 2,8-4/24-90 mm ASPH. und Leica APO-Vario-Elmarit-SL 1:2,8-4/90-280 mm ermöglicht der S-Adapter L die Nutzung von insgesamt 16 Leica S-Objektiven von 24 bis 180 mm (darunter sechs mit Zentralverschluss). So lassen sich die Leica T Objektive direkt an der Leica SL verwenden. Der bereits verfügbare M-Adapter T ermöglicht die Nutzung von fast allen Leica M-Objektiven, und mit dem R-Adapter L (verfügbar Q3/2016) können Leica R Objektive genutzt werden.

Der Leica S-Adapter L ist zum UVP von 1.200 Euro erhältlich. Weiterhin ergänzt der Audio-Adapter AA-SCL4 das Zubehörprogramm für das SL Kamerasystem. Er wird ab Ende Juni zum Preis von 150 Euro (UVP) angeboten.



Oberwerth bringt Etui für die DxO One

Die Taschenmanufaktur Oberwerth, im Vertrieb der Koblenzer Globell Deutschland, stellt mit dem edlen Etui Würzburg eine exklusive Tasche für den sicheren Transport der DxO One Kamera vor. Zur Markteinführung erhalten alle Kunden, die eine DxO One Kamera bis zum 15. Juni erwerben, das edle Etui gratis dazu. Mehr als 500 Händler in ganz Deutschland nehmen an der Aktion teil. Gegen Vorlage des Kaufbelegs an info@oberwerth.de erhalten Kunden – solange der Vorrat reicht – das Etui Würzburg gratis und kostenfrei zugesandt.



Die individuellen Handyhüllen von Cewe

200 verschiedene Modelle

Cewe hat in diesem Frühjahr sein Sortiment von Smartphone Cases deutlich ausgebaut. Waren im November 2015 noch ca. 20 Modelle aus ein und demselben Material im Angebot, so haben die Kunden heute eine Auswahl aus über 200 Modellen und sechs Materialien. Die Produkte sind bereits in mehreren europäischen Ländern, darunter Deutschland und Österreich, erhältlich. Zur Zeit läuft die Einführung in Grossbritannien und der Schweiz. Bis Mitte des Jahres will Cewe die Smartphone Cases in allen 24 Ländern, in denen das Unternehmen operiert, einführen.

Die Sortimentserweiterung ist Teil einer erfolgreichen Strategie: Bereits seit Jahren antwortet Cewe auf das zurückgehende Volumen von Bildern mit der Entwicklung hochwertiger Premium-Produkte, von denen ein wachsender Anteil als Markenartikel geführt wird. So verzeichnen neben dem Flaggschiff Cewe Fotobuch auch wertschöpfungsstarke Bildprodukte wie Cewe Wandbilder, Cewe Kalender



Die Cewe Smartphone Cases stehen in verschiedenen Varianten, hier die Modelle Premium Case und Hard Case, zur Verfügung.

und Cewe Cards deutliche Wachstumsraten. „Mit dieser Premium-Strategie haben wir den Durchschnittserlös pro verarbeitetes Bild in unseren Betrieben in den letzten Jahren konti-



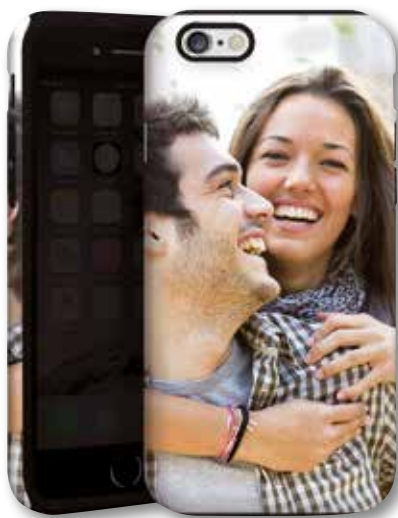
Das Silikon Case ist aus stoßdämpfendem, griffigem Material gefertigt.

nuierlich gesteigert – 2015 zum Beispiel um 10,3 Prozent auf 18,6 Cent pro Bild“, erklärte Cewe Vertriebsvorstand Dr. Christian Friege. „Von dieser wachsenden Wertschöpfung profitieren auch unsere Handelspartner.“ Mit den neuen Smartphone-Hüllen adressiert Cewe einen dynamischen Massenmarkt. 25 Millionen Smartphones, so ermittelte das Marktforschungsunternehmen GfK, wurden 2015 allein in Deutschland verkauft – ein Plus von 5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Durchschnittspreis der Geräte erhöhte sich dabei sogar um 7,1 Prozent auf 392 Euro. „Das Smartphone wird für die Konsumenten immer wichtiger, denn es dient nicht nur als universales Kommunikationsmittel, sondern immer häufiger als digitale Brieftasche, Musik- und Multimediaplayer

und natürlich als Kamera“, erklärte Friege. „Deshalb sind die Konsumenten bereit, nicht nur für das Gerät selbst Geld auszugeben. Sie möchten ihrem Smartphone auch gerne eine persönliche Note verleihen und das wertvolle Gerät bestmöglich gegen Beschädigungen schützen. Genau dazu dienen die Cewe Handyhüllen. Damit bieten wir unseren Handelspartnern nicht nur eine hohe Wertschöpfung; die Cewe Smartphone Cases sind auch bestens dazu geeignet, neue, junge Zielgruppen anzusprechen und ihr Interesse für personalisierte Fotoprodukte zu wecken.“

Zahlreiche Varianten

Die Cewe Handyhüllen gibt es in zahlreichen Varianten für praktisch alle populären Smartphones renommierter Hersteller wie Apple, Huawei, HTC, LG, Samsung und Sony mit pass-



Das Tough Case sorgt für Schutz auch unter robusten Einsatzbedingungen.

genauen Aussparungen für alle Bedienelemente. Die verschiedenen Varianten werden unterschiedlichen Anforderungen gerecht, so dass Kunden, die ein elegantes Lifestyle-Accessoire suchen, ebenso fündig werden wie Sportler, denen es vor allem auf den

Schutz für ihr Mobilgerät ankommt. Das Premium Case aus hochwertigem Kunststoff wird auf der Rückseite und den Kanten mit den individuellen Fotos bedruckt; für die Gestaltung stehen stilvolle Designs zur Verfügung. Robust und stoßdämpfend ist das Hard Case mit hochwertigem, kratzfestem Farbdruk auf der Rückseite. Je nach Modell können die Kunden aus bis zu drei Grundfarben (Schwarz, Weiß, Transparent) wählen.

Aus besonders griffigem und stoßdämpfendem Material ist das Silikon Case; während die Hülle das Smartphone schützend umgibt, stellen passgenaue Aussparungen für die Bedienelemente, Sensoren und Kamera den ungehinderten Zugriff alle Funktionen sicher. Für den besonders harten Einsatz ist das Tough Case geeignet. Das robuste Material, das außen rundum bedruckt werden kann, bietet zuverlässigen Schutz; der Innenteil aus Silikon dämpft äußere Einflüsse zusätzlich ab.

Rundumschutz für Gehäuse und Display von Smartphones bieten die Downflip- und Sideflip-Taschen. Sie sind aus hochwertigem Material in Lederoptik gefertigt und können sowohl auf der Vorder- als auch auf der Rückseite bedruckt werden; ein Hard Case im Inneren sorgt für zusätz-



Cewe Vertriebsvorstand Dr. Christian Friege: „Die Cewe Smartphone Cases sind bestens dazu geeignet, neue, junge Zielgruppen anzusprechen.“

lichen Schutz, der Magnetverschluss hält die Flip-Tasche zuverlässig zusammen. Die Slideflip-Tasche bietet auch Platz für Kredit- oder Bankkarten. Mit einem speziellen Inkjet-Verfahren werden die persönlichen Fotos der Kunden in der bewährten Cewe Qualität auf die Handyhüllen gedruckt. Die Bilder sind kratzfest und sehr haltbar. Der Bestellvorgang ist einfach: Mit wenigen Mausklicks wird das Smartphone Case online gestaltet; die Bestellung erfolgt dann über den ausgewählten Handelspartner.



Die Modelle Downflip und Sideflip können auf der Vorder- und Rückseite bedruckt werden. Die Sideflip-Variante bietet zusätzlich Platz für Kreditkarten.

Kompakte 4K Action-Kamera von Braun

Viel Leistung für's Geld

Die neue Champion 4K Action-Kamera von Braun ist kompakt und leicht und bietet neben einem eigenständigen, eleganten Design ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis. Mit GoPro-kompatiblen Zubehör kann sie für zahlreiche Einsatzgebiete aufgerüstet werden.

In dem kompakten Gehäuse stecken der Allwinner V3 Chipsatz, ein 8MP Sensor von Sony und ein F2,2 Weitwinkel-Objektiv (130°). Mit dieser Kombination nimmt die Champion 4K Videos in 4K Auflösung (3.840 x 2.160p) mit 15 Bildern pro Sekunde oder in 2,7K (2.688 x 1.520p) mit 30 Bildern pro Sekunde auf. Besonders stark ist das kleine Aufnahmegerät allerdings bei Full HD Videos (1.920 x 1.080p) mit 60 Bildern pro Sekunde und einer vom Hersteller gemessenen Bitrate von 31,8 Mbps. Selbst bei einer 2,7K Auflösung erreicht die Champion 4K den fast identischen Wert von 31,7 Mbps. Fotos werden in einer Auflösung von bis zu 16 MP gespeichert.

Die neue Action-Kamera ist mit einem ein 2 Zoll großen Display ausgestattet, für die Bedienung reichen wenige



Ein Unterwassergehäuse gehört zum Lieferumfang.

Elemente aus. Per WiFi kann sie mit Hilfe einer kostenlosen App auch aus bis zu 20m Entfernung mit einem Smartphone gesteuert werden. Der Speicher



In dem kleinen Gehäuse der Champion 4K steckt ein leistungsfähiger Allwinner V3 Chipsatz.

ist mit optionalen SD-Karten auf bis zu 64 GB erweiterbar. HDMI-Ausgang, Moment-, Loop-Aufnahme, Zeitraffer und Zeitlupenmodus ergänzen den Funktionsumfang. Zum Lieferumfang gehören u. a. ein Unterwassergehäuse für bis zu 60 Meter Tauchtiefe sowie verschiedene Befestigungslösungen. Zudem kann GoPro-kompatibles Zubehör verwendet werden, um die Kamera für verschiedene Einsätze uneingeschränkten Einsatz im Gelände, beim Sport sowie auf oder unter Wasser auszurüsten. Die Champion 4K von Braun ist ab Ende Juni zum Preis von 139 Euro lieferbar.

360° Welten mit der Braun B-VR Pro



Auf einen aktuellen Trend antwortet Braun mit der leichten Virtual-Reality-Brille B-VR PRO, die mit achromatischen Gläsern ausgestattet ist, durch hochwertige Polsterung angenehme Trageeigenschaften bietet und beim Betrieb mit dem Smartphone mit einer abnehmbaren Frontklappe Wärmestaus vermeidet. Die Brille ist mit allen Smartphones mit Displaygrößen von 3,5 bis 6 Zoll kompatibel und ab Ende Juni für 24,90 (UVP) erhältlich.

VR-Erlebnisse mit der Samsung Gear 360

Aus dem klassischen Kamera-Geschäft hat sich Samsung bekanntlich verabschiedet, bei neuen Aufnahmesystemen will der koreanische Konzern aber weiter vorn mitspielen – zum Beispiel mit der Rundumkamera Samsung Gear 360, die 360°-Bilder und -Videos sowie 30-Megapixel-Standfotos aufnehmen kann. Leider war es auch auf Anfrage nicht möglich, herausbekommen, wo und wie Samsung diese interessante Kamera vertreiben will. Der jetzt gestartete Verkauf im Samsung Online-Store zum Stückpreis von 349 Euro ist hoffentlich nur eine Zwischenlösung.

Beim Anschauen der 360°-Bilder auf dem Computer- oder Smartphone-Bildschirm können die Anwender die Blickrichtung selbst bestimmen. Die eleganteste Form der Wiedergabe ermöglicht natürlich die Samsung Gear VR-Brille. Damit dreht man einfach den Kopf, um den gewünschten



Die Gear 360 ist mit den aktuellen Galaxy Smartphones und der Gear VR-Brille von Samsung kompatibel.

Bildgeschichten der neuen Art

Bildausschnitt so sehen, als ob man selbst mitten im Geschehen stünde. „360°-Fotos- und -Videos werden die Art, wie wir visuelle Geschichten erleben, fundamental verändern“, kommentierte Mario Winter, Director IT & Mobile Marketing Samsung Electronics GmbH. „Jetzt ist das Rundumerlebnis aus 360°-Kamera, Smartphone und VR-Brille von Samsung für alle Verbraucher verfügbar.“ Für welche Vertriebswege in Zukunft diese Verfügbarkeit gelten soll, wurde leider nicht mitgeteilt und ist vielleicht auch noch nicht entschieden.

Zwei mal 15 MP

Die auf einer (optionalen) microSD-Karte gespeicherten Aufnahmen lassen sich via Bluetooth, NFC oder WiFi (Direct) auf die aktuellen Galaxy Smartphones von Samsung oder PCs übertragen und von dort aus bequem

auf Online-Plattformen wie Youtube oder Facebook hochladen.

In der Gear 360 sind zwei Kameras mit je einem F 2.0 Fischaugen-Objektiv und 15 Megapixeln Auflösung verbaut, deren Aufzeichnungen zu einem zusammenhängenden sphärischen Foto oder Video in einer Auflösung von 3.840 x 1.920 Bildpunkten (Sub-UHD) kombiniert werden. Alternativ können auch 180°-Panoramen mit nur einer Kamera aufgenommen werden. Die Gear 360 hat ein Stativgewinde und ist spritzwassergeschützt; mit einem optionalen Gehäuse kann die Kamera für 30 Minuten bis zu 1,5 Meter tief tauchen. Das Gerät ist kleiner als ein Tennisball, wiegt inklusive Akku nur 152 Gramm und kann deshalb leicht überall hin mitgenommen werden. Zum Lieferumfang gehören ein kompaktes Stativ, eine Handschlaufe sowie eine Tragetasche.



Die 360°-Kamera ist kleiner als ein Tennisball.



Dashcams mit guter Beratung verkaufen

Zur Beweisaufnahme

Das OLG Stuttgart hat entschieden, dass Aufnahmen von Dashcams bei schweren Verkehrsverstößen als Beweismittel eingesetzt werden können.

Besonders in Osteuropa und Russland gehören kleine Videokameras auf dem Armaturenbrett oder an der Windschutzscheibe praktisch zur Standardausstattung von Autos, damit im Falle eines Unfalls die Schuldfrage geklärt werden kann. In Deutschland ist der Einsatz dieser Dashcams dagegen umstritten. Jetzt hat das Oberlandesgericht Stuttgart die Verwendung von Videoaufnahmen als Beweismittel grundsätzlich für zulässig erklärt. Das ist ein gutes Argument, um die kleinen Kameras zu verkaufen. Allerdings sollten die Kunden wissen, dass sie Persönlichkeitsrechte weiterhin respektieren müssen.

Das Urteil des 4. Senats für Bußgeldsachen des OLG Stuttgart (AZ: 4Ss 543/15) lässt zwar noch offen, ob bzw. unter welchen Umständen die Nutzung einer Dashcam durch einen Verkehrsteilnehmer gegen die Bestimmungen des Datenschutzgesetzes verstößt, schafft aber trotzdem deutlich mehr Rechtssicherheit als bisher. Auch wenn das Gericht anerkannte, dass Videoaufnahmen von Verkehrsvorgängen in das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Betroffenen eingreifen können, erklärte es die Verwertung solcher Bilder als Beweis vor Gericht nicht

für grundsätzlich unzulässig. Im vorliegenden Fall hatte das Amtsgericht Reutlingen gegen einen Autofahrer wegen Missachtens des Rotlichts einer Ampel eine Geldbuße von 200 Euro und einem Monat Fahrverbot verhängt. Als einziger Beweis diene dabei ein Video, das ein anderer Verkehrsteilnehmer mit einer Dashcam aufgenommen hatte. Gegen dieses Urteil legte der Autofahrer eine Rechtsbeschwerde ein, die im Mai vom OLG Stuttgart verworfen wurde. Dabei stellten die Richter fest, ein Video, das lediglich Verkehrsvorgänge dokumen-

tiere und die Identifizierung des Betroffenen nur mittelbar über das Kennzeichen seines Fahrzeugs ermögliche, betreffe weder den Kernbereich seiner privaten Lebensgestaltung noch seine engere Privat- oder gar Intimsphäre. Zudem habe die Verfolgung schwerer Verkehrsverstöße große Bedeutung für die Sicherheit des Straßenverkehrs.

Der Senat betonte, die Ordnungsbehörden hätten die Schwere des Eingriffs in das Persönlichkeitsrecht gegen die Bedeutung und das Gewicht der angezeigten Ordnungswidrigkeit abzuwägen. Dabei stehe es ihnen frei, einen Verstoß nicht weiter zu verfolgen, wenn die Anzeige ausschließlich auf der Ermittlungstätigkeit einer Privatperson beruhe.

Bewegte Vorgeschichte

Der Einsatz von Dashcams ist in Deutschland seit längerer Zeit umstritten. Im Februar 2015 hatte das LG Heilbronn die Verwendung von Dashcam-Videos als Beweismittel für den Hergang eines Unfalls in einem Zivil-

prozess als grundsätzlich unzulässig bezeichnet, da die unbemerkte Aufnahme von Personen eine Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts und des Rechts auf informationelle Selbstbestimmung darstelle, die nicht durch das Interesse an einer Beweissicherung gerechtfertigt werden könne. Dieses Urteil wurde von Datenschützern begrüßt. Zuständige Behörden haben bereits mehrere Bußgeldverfahren wegen des Einsatzes von Dashcams eingeleitet. Andererseits ließ das LG Landshut im Dezember 2015 die Aufzeichnung einer Dashcam als Teil einer Beweisführung zu.



Rollei Geschäftsführer Thomas Güttler erwartet, dass Dashcams im Auto auf mittlere Sicht so normal werden wie Navigationsgeräte.

Im Januar 2016 empfahl der Deutsche Verkehrsgerichtstag dringend, eine EU-weite gesetzliche Regelung zum Einsatz dieser Kameras zu erarbeiten. Anstelle eine generellen Verbots oder einer generellen Zulassung sprachen sich die Experten für einen Ausgleich zwischen Beweisinteresse und Persönlichkeitsrecht aus. Dieser Ausgleich, so die Empfehlung, könnte darin bestehen, dass die Aufzeichnung zulässig sei, wenn sie Anlass-bezogen, zum Beispiel bei einem (drohenden) Unfall, erfolge und bei ausbleibendem Anlass kurzfristig überschrieben werde. So wird das auch von Unternehmen gesehen, die Dashcams herstellen oder vertreiben. Rollei Geschäftsführer Tho-

mas Güttler erwartet, dass Dashcams im Auto auf mittlere Sicht so normal werden wie Navigationsgeräte: „Die Vorteile der Technik liegen auf der Hand, und bei Einhaltung von grundlegenden Regeln kann man sicher auch kritischen Stimmen Rechnung tragen. Dabei hilft die technische Verfeinerung der Geräte, die sich zum Beispiel im ruhenden Verkehr nur bei der Annäherung von Fahrzeugen oder Personen anschalten und bei Fahrten auf Erschütterungen hin ein Überschreiben der Aufzeichnungsdaten verhindern.“ Das Urteil des OLG Stuttgart sei deshalb zu begrüßen, erklärte Güttler. „Wir sehen an diesem Urteil, dass die Justiz die im Januar ausgesprochene Empfehlung des Verkehrsgerichtstages in Goslar aufgenommen hat. Dies kommt dem Rechtsempfinden vieler Nutzer entgegen, die sich mit dem Einbau der Dashcam lediglich die Möglichkeit der Beweisführung im Falle eines Verkehrsunfalls sichern wollen.“

Persönlichkeitsrechte achten

Das Stuttgarter Urteil könnte dazu beitragen, dass die Nachfrage nach Dashcams auch in Deutschland wieder wächst. Allerdings sollten die Kunden beim Kauf darauf hingewiesen werden, dass die allgemeinen Persönlichkeitsrechte und das Bundesdatenschutzgesetz bei der Anwendung weiterhin zu beachten sind. Das betrifft vor allem eine Veröffentlichung der Videos, z. B. auf YouTube, Facebook oder anderen Plattformen. Hier müssen im Zweifelsfalle zumindest Auto-kennzeichen, Beschriftungen oder Personen unkenntlich gemacht werden, um eine Identifizierung zu verhindern. Das allerdings gilt nicht nur für Dashcam-Videos, sondern unabhängig vom Aufnahmegerät für jedes Foto oder Video, wenn es einem größeren Benutzerkreis zugänglich gemacht wird.

„Immer-dabei“ Leuchte von Kaiser Fototechnik

Die kompakten LED-Leuchten Smart-Cluster Micro bzw. Midi von Kaiser Fototechnik lassen sich mit Hilfe eines Smartphone-Adapters direkt im Kopfhöreranschluss von Smartphones und Tablets befestigen.



Die Leuchten sind stufenlos dimmbar und erreichen eine Betriebsdauer von 50 bzw. 90 Minuten, in gedimmten Zustand sogar bis 18 Stunden.

Die mit 24 bzw. 80 SMD-LEDs bestückten Panels liefern Licht in Tageslicht-Qualität (ca. 5800 Kelvin) und sorgen mit einem Abstrahlwinkel (Halbwerts-winkel) von 100° bzw. 120° schon bei kurzer Distanz für eine gleichmäßige Ausleuchtung.

Zum Lieferumfang gehören ein Lithium-Ionen-Akku, eine Diffusorscheibe, ein Kunstlichtfilter (3200 Kelvin), ein stufenlos verstellbares Schwenk-/Neigege-lenk mit Blitz-Aufsteckfuß und 1/4 Stativgewinde sowie ein USB-Ladekabel. Der UVP für die SmartCluster Micro liegt bei 99,99 Euro und für die Smart-Cluster Midi bei 129 Euro.

Novoflex: Neuer SL Adapter

Der neue elektronische Leica SL Adapter von Novoflex ermöglicht den Anschluss von Canon EF-Objektiven an die Leica SL. Derzeit sind ca. 30 EF-Objektive und Konverter mit dem neuen Adapter kompatibel, sowohl Festbrennweiten und Zoomobjektive als auch vier Tilt-/Shift-Objektive.

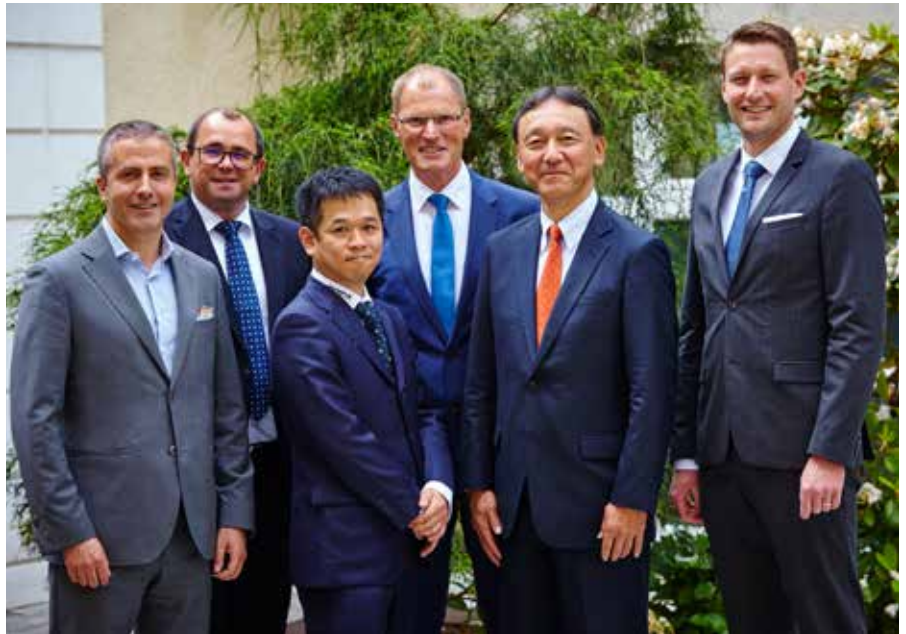
Der elektronische Leica SL Adapter, „Made in Germany“ unterstützt folgende Funktionen: Autofokus, Blendensteuerung, AF/MF-Modus sowie die Schärfentiefeanzeige (MF). Außerdem werden die EXIF-Daten für Blende und Brennweiteinstellung übermittelt.

Der elektronische Novoflex Leica SL Adapter ist ab sofort verfügbar; der UVP beträgt 499 Euro.

Jahreshauptversammlung von europafoto Ordentliches Ergebnis

europafoto hat im schwierigen Jahr 2015 ein stabiles Ergebnis erzielt. Das gab die Kooperation anlässlich ihrer Jahreshauptversammlung am 30. Mai in Bad Homburg bekannt. Während der Umsatz im gesamten Imaging-Markt um rund 6 Prozent zurückging, lag europafoto mit einem Volumen von 172 Millionen Euro nur knapp unter dem Vorjahresniveau von 174 Millionen Euro. Auch die Ausschüttung an die Mitglieder blieb stabil.

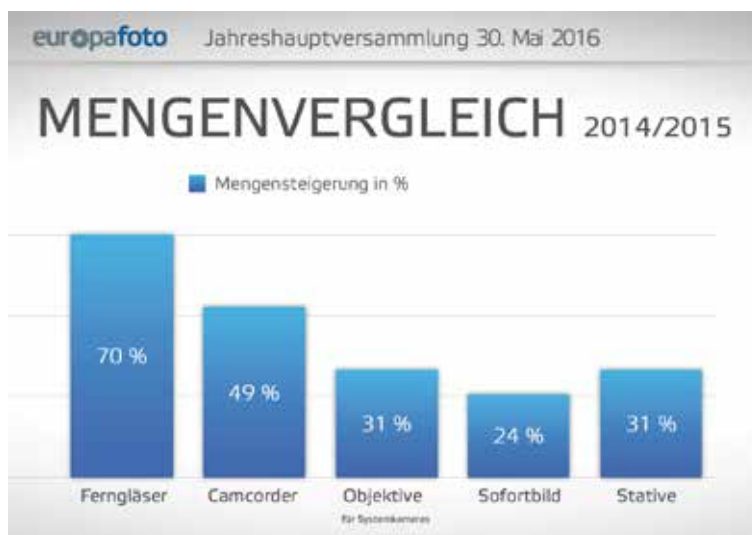
Dabei lag der Jahresgewinn mit 4,3 Millionen Euro sogar haarscharf (39.000 Euro) über dem Vorjahresergebnis. Zusätzlich schüttete die Kooperation noch 1,8 Millionen Bonus im Rahmen der FFV-Verträge aus. europafoto Geschäftsführer Robby Kreft führte das ordentliche Ergebnis auch auf den konsequenten Sparkurs der



Olympus war in prominenter Besetzung auf der europafoto Jahreshauptversammlung vertreten, ebenso die Stadt Bad Homburg: (von rechts) Oberbürgermeister Alexander Hetjes, Masamichi Handa, Executive Officer der Olympus Inc. und Chef des Geschäftsbereichs Imaging, europafoto Verwaltungsratsvorsitzender Andreas Manthey, Kenichiro Mori, General Manager Region Central Europe, Consumer Products bei Olympus, europafoto Geschäftsführer Robby Kreft und Miguel Jodra, General Manager EMEA der Olympus Consumer Division. (Foto Johannes Nitsche)

Zentrale zurück. So wurden die Betriebskosten 2015 im Vergleich zum Vorjahr noch einmal um 340.000 auf rund 4,45 Millionen Euro reduziert. Auch im laufenden Jahr bleiben die Ausgaben im Blick: So findet der Auf-

tritt auf der diesjährigen photokina in kleinerem Rahmen statt als bisher; auch bei der Lagermiete will man Einsparungspotentiale realisieren. Nicht zurückgefahren wird dagegen die Unterstützung für die Mitglieder. So wird die Umbau-Offensive weiter fortgesetzt. Auch die im Herbst 2014 gestartete eCommerce Plattform wird ausgebaut. Denn die Erfahrung habe gezeigt, dass diese hochwertige Plattform nicht nur zusätzliche Umsätze für die Zentrale generiere, sondern auch immer mehr Kunden in die Geschäfte der Mitglieder führe, erklärte Kreft. „Mit unserem Online-Shop erreichen wir neue Kunden, die häufig ihren Kauf letztlich in einem unserer Fachgeschäfte abschließen, weil dort die gewünschten Produkte vorhanden sind



Während europafoto sich der Marktentwicklung im Kamera-segment nicht entziehen konnte, gab es in anderen Produktbereichen deutliches Wachstum.

und eine qualifizierte Beratung hinzu kommt“, erklärte Kreft. „Der eCommerce Shop hat zudem wesentlich mehr zu bieten als die meisten anderen Fotoshops im Internet.“ So zeige die Webseite den Kunden zum Beispiel das zur Kamera ihrer Wahl passende Zubehör sowie Fotos, die andere Kunden mit dem Gerät aufgenommen haben. Auf dem Portal entstehe eine europafoto Community, bei der Kunden Fotos einstellen, bewerten, aber auch eigene Bilder verkaufen können. Die guten Ergebnisse und das stetige Wachstum erhöhten die Akzeptanz des Online-Shops bei den Mitgliedern, betonte Kreft. So ist der Zahl der teilnehmenden europafoto Fotofachhändler von 70 im Gründungsjahr auf nunmehr 100 gestiegen.

Kamera-Flaute, Zubehör-Boom

Den Umsatzeinbrüchen auf dem Kameramarkt konnte sich europafoto im vergangenen Jahr nicht entziehen. So ist der Absatz von Spiegelreflexkameras um 10 Prozent gesunken; die Zahl der verkauften Systemkameras stieg dagegen leicht an. Deutliches

Beim Lagerumsatz verzeichnete europafoto 2015 ein leichtes Wachstum.



Wachstum gab es beim Zubehör: Der Umsatz mit Stativen und Objektiven stieg um jeweils 31, der von Camcordern um 49 und der von Ferngläsern auf 70 Prozent. In der letztgenannten Kategorie hat nach Einschätzung von Kreft der Online-Shop wesentlich zur Steigerung beigetragen.

Kommissionsware

Um das Lager-Risiko für die Mitglieder zu reduzieren, bietet europafoto jetzt ausgesuchte Produkte als Kommissionsware an. Dahinter steckt ein Agentur-Modell, bei dem die teilnehmenden Händler die Ware im Namen von

europafoto verkaufen und dafür eine Provision erhalten. Das bringt nicht nur weniger Lager-Risiko und höhere Liquidität bei den Fachhändlern, sondern macht es auch möglich, dass europafoto ein bestimmtes Produkt bundesweit zu einem festen Preis bewerben kann. Damit wird europafoto auch einen Akzent gegen die Bestrebungen der Kartellbehörden setzen, Billiganbieter zu bevorzugen und selektive Vertriebssysteme für den qualifizierten Fachhandel zu torpedieren. Die Aktionsprodukte werden in einer eigenen Verpackung im europafoto-Design bzw. mit einem Aufkleber geliefert und erhalten eine eigene EAN, die Stückzahl ist auf maximal vier pro Geschäft begrenzt. Das neue System ist mit 15 Händlern gestartet, um zunächst Erfahrungen zu sammeln und dann auf breiterer Front aktiv zu werden. europafoto plant, alle sechs bis acht Wochen ca. 20 verschiedene Produkte oder Produktkombinationen als Kommissionsware unter eigener Flagge anzubieten.

Harmonische Tagung

Angesichts der ordentlichen Ergebnisse verlief die Jahreshauptversammlung von europafoto harmonisch; alle Beschlüsse wurden einstimmig gefasst.

Fortsetzung auf Seite 24



Robby Kreft (links) zeigt Fachhändler Bernd Nasner die in eigener Verpackung ausgelieferte Kommissionsware, mit der europafoto für Margensicherheit und Preisstabilität sorgen will. (Foto Johannes Nitsche)

Fortsetzung von Seite 23

Als Industrie-Sponsor war Olympus mit von der Partie; der neue General Manager für die Region Central Europe, Kenichiro Mori, nutzte die Gelegenheit, den europafoto Mitgliedern die Fachhandelsstrategie von Olympus zu erläutern und beeindruckte sein Publikum nicht nur mit Zahlen über die erfolgreiche Entwicklung der letzten Jahre, sondern auch mit einer komplett auf Deutsch gehaltenen Präsentation. Dass Mori, der erst zum 1. April 2016 die Nachfolge von Akihiko Murata angetreten hat, seine Deutschkenntnisse noch für verbesserungswürdig hält, tat der Aussagekraft seines Vortrages keinen Abbruch. „Sie wissen, dass Marketing eigentlich immer sehr kompliziert ist“, erklärte der japanische

Manager. „Da mein deutscher Wortschatz aber noch sehr begrenzt ist, muss ich Ihnen jetzt alles ganz einfach erklären.“

Zum Auftakt der Jahreshauptversammlung hatte zuvor Robin Heintze, Geschäftsführer der Online-Marketing Agentur morefiremedia GmbH, in einem ausgezeichneten Vortrag „sieben wertvolle Online-Marketing Tips für Fotohändler“ präsentiert. Dabei ging es um nachvollziehbare, praktische Konzepte, die sich ohne großen Aufwand und exorbitante Kosten kurzfristig umsetzen lassen. So erklärte Heintze unter anderem die Voraussetzungen für erfolgreiches Email-Marketing, die Nutzung von Google AdWords und die wichtigsten Regeln für einen Internet-Auftritt.

Nach der fröhlichen Abendveranstaltung am Abend der Jahreshauptversammlung folgte am nächsten Tag die europafoto Hausmesse im inzwischen schon bewährten offenen Layout. Zahlreiche Mitglieder nutzten die Gelegenheit, mit den vielen Vertretern der Lieferanten über neue Produkte, Konzepte und Aufträge zu sprechen. Erstmals waren zur Hausmesse auch Mitglieder von Ringfoto eingeladen.

Für das laufende Geschäftsjahr erwartet europafoto Geschäftsführer Robby Kreft eine weiterhin stabile Entwicklung. Bei leicht sinkenden Umsätzen und weiter zurückgehenden Kosten soll die Gewinnausschüttung an die Mitglieder wieder das Niveau des Vorjahres erreichen.

Cewe legt Grundstein für neues Verwaltungsgebäude

Bis zum Herbst 2017 errichtet Cewe in Oldenburg neben dem bereits bestehenden Verwaltungsbau ein neues, dreigeschossiges Gebäude nach dem Entwurf der Oldenburger Architekten Angelis & Partner mit Platz für rund 165 Mitarbeiter. Neben mehr Platz können sich die Mitarbeiter vor allem über ein modernes und angenehmes Arbeitsumfeld freuen, denn die Glasfassade sorgt für Transparenz und Offenheit. „Wir sind in den vergangenen Jahren mit unseren Fotoprodukten stetig gewachsen und konnten zusätzlich 200 Mitarbeiter in Oldenburg beschäftigen. Mit einem modernen und

energieeffizienten Gebäude tragen wir dieser Dynamik Rechnung“, so Dr. Rolf Hollander in einer Pressemitteilung. Oldenburgs Oberbürgermeister Jürgen Krogmann betonte die Bedeutung für den Standort: „Cewe gehört zu den größten und erfolgreichsten Unternehmen in Oldenburg. Die Entwicklung der letzten Jahre ist imponierend. Mit dem neuen Verwaltungsgebäude stellt sich Cewe nun für die Zukunft auf. Die Maßnahme zeugt von Vertrauen in die eigene Stärke – und von Vertrauen in den Standort. Ich freue mich sehr darüber.“ Mit einer Photovoltaik- und einer Geothermie-Anlage ist das Gebäude in energetischer Hinsicht vorbildlich und, was die Klimatisierung betrifft, in der Jahresbilanz CO₂-neutral. „Wir nehmen unsere Verantwortung gegenüber der Umwelt ernst, Ressourcenschonung und Energieeffizienz spielen nicht nur in der Produktion eine wichtige Rolle. Der energieeffiziente Erweiterungsbau ist ein weiterer Schritt in diese Richtung“, so Dr. Hollander weiter.

Sihl: neue Leiterin Marketing & Kommunikation

Sihl hat die neu geschaffene Position der Leiterin Marketing & Kommunika-

tion mit Katja Frey besetzt, die in dieser Funktion standortübergreifend für die zentrale Ausrichtung und Steuerung des Marketings verantwortlich zeichnet. Schwerpunkt sei die strategische Weiterentwicklung der verschiedenen Marken und des Sortiments unter dem einheitlichen Dach der Unternehmensmarke. Frey berichtet direkt an Peter Studer, Sihl CEO.



Katja Frey absolvierte ihr BWL-Studium mit Schwerpunkt im Marketing und ist darüber hinaus ausgebildete PR-Managerin (IPZOK). Sie greift auf 15 Jahre Berufserfahrung in den Bereichen Marketing & Kommunikation zurück. Hierbei bringt sie weitreichende Kenntnisse aus der Papier- und Druckindustrie mit. Zunächst war sie als Produktmanagerin für Feinstpapiere und Spezialitäten im Papiergroßhandel tätig, wo sie später auch die Leitung Marketing & Kommunikation übernahm. Zuletzt war sie als Leiterin Marketing- und Vertriebsmanagement in der Druckfarbenindustrie beschäftigt.



Grundsteinlegung bei Cewe: Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander (4.v.li.) mit Oberbürgermeister Jürgen Krogmann (3.v.re.) sowie Mitarbeiter, Architekten und Bauunternehmer

Manfrotto mit neuer Off road Kollektion

Die neue Off road Kollektion von Manfrotto beinhaltet die Fototaschen-Serie Off road Stunt, zu der neben einem Rucksack eine Hartschalentasche sowie eine praktische Rolltasche gehören. Ergänzt wird die neue Kollektion durch ein Stativ sowie Teleskop-Wanderstöcke.

Der Off road Stunt Rucksack bieten Platz in zwei herausnehmbaren Innentaschen für drei Actioncams samt Zubehör sowie ein spiegelloses Systemkamera-Set. Persönliche und empfindliche Gegenstände können sicher im gut geschützten Deckelfach untergebracht werden. Am Schulterriemen befindet sich eine Halterung für eine GoPro-Kamera, zudem gibt es eine Befestigungsmöglichkeit für den Manfrotto Off road Stunt Pole. In den Off road Stunt Hartschalentaschen lässt sich sicher und bequem Foto- und Videoequipment samt Zubehör transportieren. Die in zwei Varianten erhältlichen Modelle mit flexiblen Innenteilen bieten Platz für bis zu drei Actioncams mit Fernbedienung, Ladekabel und Ersatzakkus. Die weiche Off road Stunt Rolltasche ermöglicht den sicheren Transport von drei



Actioncams mit Zubehör. Der Clou: Die Ausrüstung wird einfach eingerollt. Dank ihrer kompakten Masse eignet sich die Rolltasche auch zum Transport in einer größeren Kameratasche oder einer Transportbox.

Die Off road Stunt Modelle sind ab sofort erhältlich und kompatibel mit den Actioncams von GoPro, Sony, Sijcam, Nilox, Xiaomi Yi und anderen Herstellern.

Die UVPs betragen 148,65 Euro für den Stunt Rucksack, 39,57 Euro für die Hartschalentasche, für die Stunt Hartschalentasche groß 64,36 Euro und für die Stunt Rolltasche 39,57 Euro.

Bei den neuen Manfrotto Off road Wanderstöcken ist einer der Stöcke mit einem drehbaren Kameradaptor am Griff versehen; dieser lässt sich einfach in ein praktisches Einbein-Stativ verwandeln. Bei einer maximalen Arbeitshöhe von 132,5 cm trägt das Einbein-Stativ Kamera-Objektiv-Kombinationen mit einem Gewicht von bis zu 2,5 Kilogramm. Für Stabilität und eine gesundheitsfördernde, aufrechte Körperhaltung beim Wandern sorgen ergonomisch geformte Griffe und bequeme Handschlaufen. Durch den integrierten Twist-Lock-Mechanismus sind die Stöcke sehr schlank und verfügen über ein Packmaß von nur 59,5 cm. Das Dreibein-Stativ bietet eine maximalen Arbeitshöhe von 122 cm bei einem Gewicht von

gerade einmal 650 Gramm und eignet sich selbst für Wanderungen in unwegsamem Gelände. Der Durchmesser des zusammengelegten Stativs beträgt nur 5 cm, und mit einem Packmaß von gerade einmal 55,5 cm findet es in jedem Rucksack Platz. Die Kamera wird über ein spezielles Rändelrad sicher am Stativ befestigt.

Der spezielle Kugelkopf besteht aus leichtem Aluminium und ist mit bis zu 2,5 Kilogramm belastbar. Ein leicht zu bedienender Feststellknopf garantiert schnelles und einfaches Einstellen, während die Nivellier-Libelle den Fotografen bei der exakten horizontalen Ausrichtung der Kamera unterstützt.

Die Off road Teleskop-Stöcke und das Off road Stativ sind neben dem Twist-to-Lock Drehverschluss auch mit dem patentierten Flexy-System ausgestattet und zeichnen sich durch hochwertige Verarbeitung und elegantes Design aus. Beide Produkte sind in den Farbvariationen Grün, Rot und Blau erhältlich.

Die Manfrotto Off road Wanderruckstöcke und das Off road Stativ sind ab sofort erhältlich. Die UVPs liegen für die Off road Wanderstöcke bei 99 Euro und für das Off road Stativ bei 149 Euro.



 **BRAUN®**

PVT
185

Monopod
M4

NOX
160/
180

FUNKTIONALITÄT - STABILITÄT - DESIGN

Dies sind Eigenschaften, die für unsere BRAUN Stativ sprechen. Hochwertig verarbeitete Materialien und durchdachte Features garantieren den unkomplizierten und schnellen Umgang beim Fotografieren oder Filmen.

Überzeugen Sie sich selbst!



BRAUN PHOTO TECHNIK GmbH
www.braun-phototechnik.de

Billig reicht den Kunden schon längst nicht mehr



Dass positive Einkaufserlebnisse im stationären Einzelhandel mindestens ebenso wichtig sind wie wettbewerbsfähige Preise, hat sich inzwischen herumgesprochen. Ein entscheidender Faktor ist dabei das äußere Erscheinungsbild des Ladens. Das haben selbst klassische Discounter erkannt. Nicht ohne Grund hat Aldi Süd soeben ein umfassendes Konzept zur Modernisierung aller 1.860 Filialen angekündigt. Die Philosophie, die dahinter steckt, kann auch dem Fachhandel Anregungen geben.

Discounter rüsten Läden auf



Anders als mit vielen anderen Einzelhandelskonzepten ist Aldi bei der Umbau-Offensive kein Pionier, sondern folgt dem Wettbewerb. Denn Erzrivale Lidl ist bereits vorgeprescht und hat ein über drei Milliarden Euro schweres Paket geschnürt, um in den nächsten fünf Jahren seine 3.200 Filialen in Deutschland auf Vordermann zu bringen. Auch strategisch beschreitet Lidl neue Wege abseits des klassischen Paletten-Konzepts: So hat das Unternehmen das Berliner Start-Up Kochzauber übernommen, das gegen Gebühr nicht nur frische Lebensmittel verschickt, sondern auch die Rezepte, um sie in schmackhafte Mahlzeiten zu verwandeln.

Übersichtliches Layout, hochwertige Ladenbau-Materialien und durchdachte Lichtführung: Die neuen Aldi Geschäfte haben wenig mit dem Paletten- und Kartonlager der Vergangenheit gemeinsam. (Fotos: Aldi Süd)

Die führenden Drogeriemärkte haben ebenfalls längst erkannt, wie wichtig ein ansprechendes Ambiente ist, um bei den Kunden eine positive Einkaufsstimmung zu erzeugen. Marktführer dm z. B. ist hier seit Jahren vorne dabei. Während Mitbewerber wie Rossmann zügig nachziehen, sind Qualitätsverweigerer wie Schlecker längst auf der Strecke geblieben.

Billig zieht nicht mehr

Auch Aldi Süd setzt seit Jahren nicht mehr nur auf billig. In den Märkten

kann man hochwertige (und vergleichsweise teure) Lebensmittel wie trockengereiftes Rindfleisch, Weine aus weltbekannten Anbaugebieten oder – besonders in der Weihnachts-saison – Delikatessen kaufen. Die Entwicklung einer eigenen Kollektion von Designermode in Kooperation mit Jette Joop sorgte bundesweit für Aufsehen und in vielen Filialen für einen regelrechten Ansturm junger Kund(inn)en. Auch mit der Einlistung neuer Markenartikel, verlängerten Öffnungszeiten, dem Angebot der Kreditkarten-

und kontaktlosen Zahlung und der Vermarktung des Musik-Streaming-Dienstes Aldi life (in Zusammenarbeit mit Napster) stellte sich Aldi in der jüngeren Vergangenheit auf die Vorlieben moderner Konsumenten ein, die von einem Einzelhändler mehr erwarten, als dass er nur Ware zu einem niedrigen Preis bereithält.

Die Werbebeilagen des Discounters strahlen schon längst mehr Qualität und Kompetenz aus als viele Werbe-drucksachen von Super- oder Technikmärkten und leider auch Fachhändlern. So sind Technikprodukte in den Aldi-Prospekten meistens mit umfangreichen Erklärungen versehen, wichtige Ausstattungsmerkmale werden – zum Teil auf Doppelseiten – mit Detailfotos sauber erklärt und Anschlussmöglichkeiten verständlich beschrieben. In Beilagen anderer Vertriebsformen begnügt man sich dagegen oft immer noch damit, auf billigem Papier selbst High-Tech Geräte dadurch zu bewerben, dass man einen möglichst niedrigen Preis daneben oder sogar darauf schreibt. Leistungsmerkmale werden dabei häufig in Form von Icons präsentiert, die nicht nur den meisten Kunden wenig sagen, sondern das beworbene Produkt auch noch aussehen lassen wie eine Autobahnunterführung nach einem Graffiti-Wettbewerb für Anfänger.

Modern, sauber, hochwertig

Im Zuge der umfassenden Modernisierungsmaßnahmen will Aldi Süd bis 2019 alle Filialen so umbauen, dass man nicht nur gerne hineingeht, sondern auch dableibt, um sich umzuschauen und, natürlich, einzukaufen. Ein klares, warmes Ladendesign soll die Kunden mit hochwertigen Materialien, zum Teil in Holz-Optik, ange-

Lars Linscheid, Geschäftsführer der Aldi Süd Regionalgesellschaft Ebersberg, und Jeannette Thull, Geschäftsführerin Zentraleinkauf, stellen der Presse die Aldi-Filiale der Zukunft in München-Unterhaching vor. Knapp vier Wochen hat der Umbau des über 1.000 qm großen Geschäfts, in dem 18 Mitarbeiter beschäftigt werden, gedauert. (Foto: Aldi Süd)



nehmen Licht und einer hochwertig anmutenden Warenpräsentation ansprechen. Dazu gehört auch eine Neuordnung des Sortiments: So wird sich das Obst und Gemüse in Zukunft weiter hinten in den Filialen befinden, und zwar, wie Aldi betont, um dem Bedürfnis der Kunden nach mehr Zeit bei der Auswahl dieser Artikel nachzukommen. Die Tatsache, dass selbst jemand, der nur ein Pfund Zwiebeln kaufen möchte, einmal an allen anderen Angeboten vorbei durch den ganzen Laden und wieder zurück spazieren muss, nimmt man dabei sicher

nicht nur billigend in Kauf. Auch mehr Service gehört zum neuen Aldi-Shopkonzept: So sind Neuerungen wie z. B. eine Coolbox mit Snacks und Getränken, Sitzgelegenheiten hinter dem Kassensbereich und in einigen Filialen auch Kaffeeautomaten und Kunden-WCs vorgesehen. Bei der Kommunikation mit den Kunden am PoS will Aldi die Möglichkeiten digitaler Technologien nutzen: Bildschirme im Innen- und Außenbereich sollen in Zukunft über Neuigkeiten und aktuelle Angebote informieren.

Thomas Blömer

Bewertungsportal für Kunden

Kunden von Aldi Süd können jetzt ihren Einkauf online bewerten. Der Online-Fragebogen des neuen Einkaufs-Checks, der auf einkaufscheck.aldi-sued.de aufgerufen werden kann, umfasst insgesamt elf Fragen. Für den Zugang erhalten die Kunden beim Einkauf einen Code, der auf dem Kassenschein aufgedruckt ist. Gefragt werden die Kunden nach der Gesamtzufriedenheit mit dem Einkauf, der Freundlichkeit der Mitarbeiter, Produktverfügbarkeiten und der Warenpräsentation. Auch die Sauberkeit in den Filialen und die Abwicklung an der Kasse können bewertet werden.

Um aus dem Einkaufs-Check zu erkennen, wie die Abläufe in den Filialen verbessert werden können, erhalten die Regionalgesellschaften und die Filialen regelmäßig Auswertungen. Anhand der Ergebnisse zeichnet Aldi Süd zudem einmal im Jahr in jeder der 31 Regionalgesellschaften die kundenfreundlichste Filiale aus, die eine Geldprämie für ein gemeinsames Team-Event erhält. Unter den teilnehmenden Kunden verlost Aldi Süd einmal im Monat einen wechselnden Gewinn, z. B. einen Tablet PC.

HapaTeam nimmt britische Stativmarke 3LT ins Programm

Lifestyle aus dem Hühnerstall

HapaTeam bietet ab sofort Stativ der britischen Marke 3LT (das dreibeinige Ding), kurz 3LT, an. Das Unternehmen hat sich seit fünf Jahren in einem wettbewerbsintensiven Umfeld positiv entwickelt, indem es hochwertige Materialien und durchdachte Funktionen mit markantem Design kombinierte. Die drei Modelle der Equinox-Serie sind alle aus Carbon gefertigt, mit Arca Swiss- als auch Peak Design kompatibel, sind mit einem herauschraubbaren Einbeistativ ausgestattet und im Set mit 360 Grad Profi-Kugelkopf erhältlich.

3LT versteht sich als hippe Kultmarke und untermauert diesen Anspruch mit einer Gründungslegende. So soll die Idee zu den Stativen nicht am Reißbrett, sondern in einem Hühnerstall im englischen Stagsden entstanden sein. Welche Rolle die (dreibeinigen?) Hühner dabei spielten, wird leider nicht berichtet. Jedenfalls sind

die Stativ mit tiefblauen Kugelköpfen und kupferfarbenen Gelenkelementen, die aus einer Aluminium- und Magnesium-Legierung hergestellt werden, sowie geprägten Logos und großen Schriften durchaus auffällig. Sie haben tatsächlich drei Beine, die aus acht Schichten Carbon gefertigt sind, und sind leicht und kompakt. Mit einem 80-Grad-Verstellwinkel und einer ebenfalls aus Carbon bestehenden Mittelsäule, die sich umdrehen oder ganz herausnehmen lässt, können alle 3LT-Modelle besonders niedrig positioniert werden und eignen sich auch für bodennahe Aufnahmen und Makros. Spikes, eine hochwertige Transporttasche, die kurze verstellbare Mittelsäule und ein abschraubbares Einbeistativ gehören zum Lieferumfang. Die ParaLock Beinverriegelung macht das Handling einfach. Mit einer Vierteldrehung lassen sich die auch bei nassem Wetter griffigen TPR80-Drehverschlüsse lösen bzw. feststellen. Beim Outdoor-Einsatz im unebenen Gelände oder im Hühnerstall geben die gummierten Füße zusätzlichen Halt. Alle drei Modelle der Equinox-Serie sind mit einer Tri-

Mount Montageplatte ausgestattet, die eine zentrierte 3/8 Zoll Gewindebohrung sowie sechs Gewinde und drei Gurt-schlaufen zur Montage von Zubehör direkt am Stativ bietet. Der AirHed 360 Kugelkopf ist aus einer ADC12 Alu-Le-

Man sieht es den 3LT Stativen (hier das Top-Modell Winston) nicht an, dass sie vom Firmengründer in einem Hühnerstall erfunden wurden.



gierung gegossen, wie sie auch im Flugzeugbau zum Einsatz kommt. Trotz des geringen Eigengewichts von lediglich 340 Gramm hält der Kopf Belastungen von bis zu 40 kg (Modell Winston, andere bis 30 kg) aus. Er ist mit einem abnehmbaren Pano-Clamp ausgestattet, der präzise Panorama-Fotos sowie horizontale und vertikale Kamerateilraschwenks ermöglicht.

Drei Modelle

Das Modell Albert (UVP 450 Euro) ist leicht, kompakt und stabil genug, um laut Hersteller nahezu jede Kamera-Objektiv-Kombination zu tragen. Die dreifach ausziehbare, modulare Mittelsäule aus 100% Carbon lässt sich auf bis zu 180cm nach oben ausziehen. Damit ist dieses Modell auch gut als Lichtstativ geeignet. Winston (UVP 499 Euro) ist das momentan stabilste und robusteste Stativ im 3LT Sortiment und bietet eine Auszugshöhe von über 2 Metern. Das von 3LT entwickelte Feststellsystem verhindert ungewolltes Öffnen und Verstellen. Das Modell Leo (UVP 299 Euro) ist das erste professionelle Micro-Reisestativ im 3LT Sortiment und kann auf ein Packmaß von nur 35cm zusammengeschoben werden.



Ein tiefblauer Kugelkopf und kupferfarbene Gelenkelemente setzen markante optische Akzente.



Das Fujicolor Crystal Archive Professional Velvet Paper

Das Fujicolor Crystal Archive Professional Velvet Paper zeichnet sich durch ein einzigartiges, tiefmattes Finish aus.

Mit dem Fujicolor Crystal Archive Professional Velvet Paper hat Fujifilm ein Fotopapier für professionelle Fotografen entwickelt, das Bilder auf klassischem Fotopapier mit einem einzigartigen, tiefmatten Finish erzeugt. Die Fotos auf dem Velvet Paper werden von den Fujifilm Labors angeboten und sind besonders für professionelle Anwendungen geeignet.



Tiefmattes Fotopapier

Als weltweit größtes Imaging- und Fotofinishing-Unternehmen mit über 80 Jahren Erfahrung in der Fotopapierproduktion hat Fujifilm bei der Entwicklung seines neuesten Farbfotopapiers ein besonderes Augenmerk auf die Oberflächenstruktur gelegt. Es ist besonders gut dazu geeignet, anspruchsvolle Portrait-, Schwarz-Weiß-, Makro- oder Hochzeitsfotos mit einem attraktiven, edlen Matt-Finish zu erzeugen.

So sorgt die bewährte DPII Silberhalogenid-Emulsionstechnologie nicht nur für eine genaue Reproduktion der Farben, sondern auch für hervorragende Bildstabilität. Besonders reines Weiß gewährleistet klarere, ausgeprägte Bilddetails und eine schärfere Textwiedergabe. Eine spezielle Schutzschicht macht das Papier zudem unempfindlich gegen Fingerabdrücke.

Vermeidung unerwünschter Reflektionen

Das Silberhalogenid-Papier vermeidet aufgrund seines tiefmatten Finishs unerwünschte Reflektionen: Seine diffus reflektierende Oberfläche macht das Velvet Paper zum geeigneten

Farbfotopapier für die Ausstellung von anspruchsvollen Fotoarbeiten – auch bei intensiver Beleuchtung.

„Professionelle Fotografie ist nicht nur künstlerisch sehr anspruchsvoll – auch die getreue Ausgabe mit optimaler Bildwirkung stellt eine hohe Anforderung dar“, erklärte Manfred Rau, Leiter Marketing bei Fujifilm Imaging Germany. „Deshalb haben wir unser Produktportfolio um ein Papier speziell für professionelle Fotografen erweitert.

Mit nur wenigen Klicks können diese ihre Fotoaufnahmen ab sofort über unser Labor auf dem Velvet Paper besonders edel und detailgetreu entwickeln lassen.“

Fotopapierabzüge auf dem Fujicolor Crystal Archive Professional Velvet Paper sind als farbverbindliche Produkte ab sofort über die Bestellsoftware Fujifilm Fotoservice Pro bestellbar. Die Integration in die Fujifilm PROline-Bildergalerien folgt zeitnah.

Das neue Papier ist für Wanddekorationen besonders gut geeignet, da auch bei intensiver Beleuchtung praktisch keine Reflektionen auftreten.



Neue I-1 Kamera von The Impossible Project

Sofortbild mit iOS-App



Die I-1 Kamera von Impossible ist mit einem abnehmbaren Sucher ausgestattet und bietet in Verbindung mit einer iOS-App Netzwerk-Funktionen.

Acht Jahre, nachdem "The Impossible Project" die ehemalige Polaroid Fabrik in Enschede, Holland, übernommen und anschließend die Filmherstellung neu aufgebaut hat, bringt das Unternehmen jetzt seine erste Kamera für das klassische Sofortbild-Format auf den Markt. Sie soll mit interessanten digitalen Features besonders junge Zielgruppen ansprechen und für das einzigartige Medium Sofortbild begeistern.

Für die Entwicklung der I-1 hat sich Impossible mit dem Gründer von Teenage Engineering, Jesper Kouthood, zusammengetan, um die neue Kamera im Stil der alten Polaroid Kamera mit einer modernen mattschwarzen Oberfläche zu gestalten. Ein Ringblitz aus acht LEDs rund um

das Objektiv liefert diffuses Licht mit weichen Schatten und erzeugt so ausgewogen beleuchtete Bilder; vor allem Portraits profitieren sichtbar von dieser Technik. Zudem dient der Ring-Blitz als Anzeige für die Anzahl der Fotos. Der Sucher der I-1 ist zusammenklappbar und kann mit einem Handgriff abgenommen werden. Auf diese Weise hat Impossible die Kamera offensichtlich für zukünftige technologische Erweiterungen vorbereitet.

Um die Einsatzmöglichkeiten zu erweitern, hat Impossible für die Kamera eine iOS-App entwickelt und die I-1 mit Bluetooth ausgestattet. Nach der Verbindung mit einem iPhone oder iPad kann der Nutzer mit kreativen Werkzeugen Doppelbelichtung, Fernauslösung oder Lichtmalerei experimentieren. Die I-1 App ermöglicht zudem die Kontrolle von Blende und Verschlusszeit. Sobald das perfekte Bild aufgenommen wurde, kann dieses drahtlos über das Mobilgeräte in soziale Netzwerke hochgeladen wer-

den. „Wir sind der festen Überzeugung, dass unsere Sofortbildkamera die einzige Alternative zum Smartphone ist“, erklärte Impossible Project CEO Oskar Smolokowski. „Wir wollten die Stärken des Smartphones nutzen, um unsere Kamera noch funktionaler zu machen, so dass sowohl der Anfänger als auch der Experte seine Fotografiekenntnisse auf ein neues Level heben kann. Sofortbildfotografie ist eine der wenigen Möglichkeiten, Erinnerungen physisch zu bewahren und weiterzugeben.“

Die I-1 Sofortbildkamera ist ab sofort für 299 Euro (UVP) erhältlich.



Impossible CEO Oskar Smolokowski: „Wir wollten die Stärken des Smartphones nutzen, um unsere Kamera noch funktionaler zu machen.“

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

Suche gebrauchte Minilabs.
Wir machen günstige Laserreparaturen.
Tel.: 0048 604 283868 • MAIL: lowim@wp.pl

Sie sind Journalist?

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

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

**Anzeigenschluss
für Kleinanzeigen im
imaging+foto-contact
Ausgabe 8/2016
ist der 14. Juli 2016.**

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



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

Autorisierte
Vertragswerkstatt



Canon

CPS.
Canon Professional Services



Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Pioneer

reflecta

SAMSUNG
Cameras

SONY
Authorized Service Center

TAMRON

TOSHIBA

Inserenten-Verzeichnis

Braun.....	25	Messe Berlin	7
Cewe	2. U.	Kleinanzeigen.....	3. U.
DGH	11	Panasonic.....	4. U.
Koelnmesse	13		

IMPRESSUM
imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und
Imagingbranche

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klumps

Anzeigen:

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

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klumps

Satz- und Repro:

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung
und Urhebervermerk.

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

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen
für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

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

ISSN: 1430-1121

Panasonic

4K FOTO – BEWEGTES LEBEN
BEWEGEND FESTHALTEN

LUMIX G

4K FOTO MIT DER LUMIX GX80 © JONAS BORG 2016



DIE NEUE LUMIX GX80

Wenn Jonas Borg als professioneller Fotograf auf der Straße Inspiration sucht, benötigt er eine Kamera, die genauso schnell reagiert wie er. Mit der LUMIX GX80 kann er 30 Bilder pro Sekunde aufnehmen. Jedes einzelne davon 8 Megapixel groß. Verwacklungen werden dabei durch den Dual I.S. Bildstabilisator im Objektiv und Sensor-Shift ausgeglichen.

Verfolgen Sie, wie Jonas Borg das pulsierende Leben in Berlin festhält: panasonic.de

LUMIX G

