€ 4,– • ISSN 1430 - 1121 • 40. Jahrgang • 30605

imaging+foto contact

7
2012

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

Komfort mit Touch-Screen

Canon EOS 650D

Für den Start in die DSLR-Fotografie

Ringfoto — Rekordausschüttung
Ertragreich durch das Krisenjahr

Trotz der Warenknappheit im Zuge der Naturkatastrophen in Japan und Thailand legte die Ringfoto Geschäftsführung auf der diesjährigen Gesellschafterversammlung in Hamburg für das Jahr 2011 gute Zahlen vor. Ringfoto Mitglieder erhalten eine Rekordausschüttung. S. 16

Cewe — neue Aufsichtsräte gewählt
Zufriedene Aktionäre

Die ordentliche Hauptversammlung der Cewe Color Holding AG stimmte am 6. 6. 2012 mit überwältigender Mehrheit allen von der Verwaltung vorgeschlagenen Tagesordnungspunkten zu. Für die nächsten 5 Jahre wurden neue Aufsichtsräte gewählt. S. 24

Sihl — Fine Art Serie Masterclass
Inkjet-Papier für höchste Ansprüche

Die neuen Papiere basieren auf den Erfahrungen des vielfach preisgekrönten P3-Materials und richten sich an qualitätsbewusste Fotografen, Designer oder Künstler. Die Markteinführung und Präsentation im Handel sollen zeitgleich zur photokina erfolgen. S. 29

DGH GROSSHANDEL

www.DGH.de

Foto | Audio | Video/TV | Telecom | Navigation | Computer | Haushalt | Zubehör

30 Jahre DGH Großhandel

30 Jahre

Größter Vollsortiment-Großhandel für den Foto- und UE-Fachhandel in Deutschland!

„Als Partner des Fachhandels nicht wegzudenken. Weiter so!“

Ihr Sony Europe Retail Partner

SONY
make.believe

Sony SERP-Programm

Lagerbonsfähig

Ihr HEK unter www.DGH.de

Sony Europe Retail Partner

Sony
NEX 7 Kit schwarz + SEL 18-55 mm OSS

Systemkamera
- 24,3 Mio. Pixel APS-C Sensor
- 10,0 Bilder pro Sekunde
- Full HD-Filme mit Autofokus und manueller Steuerung

Platz 1 1/12

foto SEHR GUT TESTSIEGER 1/12

Bestellnr. 554183

Für autorisierte Händler

Sony SERP-Programm

Lagerbonsfähig

Ihr HEK unter www.DGH.de

Sony Europe Retail Partner

Sony
DSC-HX 200 V schwarz

Kompaktkamera
- 18,2 Mio. Pixel
- 30-fach Optischer Zoom
- 7,5 cm / 3" TFT Xtra Fine TruBlack LCD
- 27 mm Weitwinkelobjektiv

Bestellnr. 591668

IFA CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

photokina

DGH ist auf der IFA und auf der photokina!
Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Stand Juni 2012

DGH Großhandel · Postfach 5426 · 97004 Würzburg · Tel. 0931 9708-444 · Fax 0931 9708-422 · info@DGH.de · www.DGH.de

Wie wichtig ist das Bildergeschäft?

Verkaufen, wo die Kunden sind

Der Kameramarkt geht zwar zurück, aber die Nachfrage nach Spiegelreflex- und kompakten Systemkameras steigt. Davon profitiert der qualifizierte Fotohandel – und gewinnt Marktanteile. Im Bildergeschäft dagegen legen vor allem Online-Anbieter und Drogeriemärkte zu. Das könnte in Zukunft auch die Kameraverkäufe im Fotohandel gefährden.

Thomas Blömer, Verleger

Während die Einsteiger-Kameras laut GfK vom Smartphone-Boom betroffen sind, steigt die Nachfrage nach hochwertigen Modellen deutlich an. Das betrifft vor allem die kompakten Systemkameras, wo sich der Umsatz im März fast verdoppelt hat. Auch das Spiegelreflex-Segment bleibt weiter stark. Darüber kann sich der Fotohandel freuen, denn in diesen Segmenten baut er seinen Marktanteil deutlich aus und profitiert zusätzlich vom Geschäft mit Objektiven und Zubehör. So erfreulich das ist, einen Wermutstropfen gibt es doch: Fachmärkte und branchenfremde Kanäle verlieren zwar Marktanteile im Kerageschäft, aber dabei steigt nicht nur der Anteil des Fotohandels, sondern auch bei spezialisierten Online-Anbietern klingeln die Kassen immer häufiger.

Der Trend zu hochwertigen, erklärungsbedürftigen Produkten ist auch im Bildergeschäft zu beobachten: Die Zahl der Standardprints geht zurück, gleichzeitig kaufen die Konsumenten immer häufiger teure Bildprodukte wie Fotobücher, Kalender und Wanddekorationen. Davon profitieren vor allem Online-Anbieter, denn der Löwenanteil dieser Bildprodukte wird im Internet bestellt.

Beim Fotohandel scheint sich eine gewisse Resignation im Bildergeschäft breitzumachen. Viele Händler nehmen das, was mehr oder weniger von allein kommt, und konzentrieren die aktive Kundenansprache lieber auf die umsatzstarken, hochwertigen Kameras und das passende Zubehör. So melden die Kooperationen seit Jahren sinkende Laborumsätze, denn immer mehr Fotohändler sehen wenig Sinn darin, ihren Kunden lange zu erklären, wie man ein Fotobuch gestaltet, wenn sie damit rechnen müssen, dass es hinterher bei der Online-Konkurrenz bestellt wird.

So verständlich das ist, eine solche Strategie kann auch nach hinten losgehen: Wer seine Kunden für Fotobücher & Co. zu anderen Anbietern ins Internet gehen lässt, muss damit rechnen, dass diese demnächst dort auch ihre Kameras und das passende Zubehör kaufen. Dagegen hilft nur offensives Handeln: Die Kunden müssen vom Fotohandel dort bedient werden, wo sie ihre Bildprodukte bestellen, im Internet nämlich. Dafür liegen Werkzeuge bereit: Die großen Kooperationen wie europa-foto und Ringfoto haben mit „Genial Digital" und „Ringfoto Bilder & Mehr" entsprechende Portale geschaffen. Zudem bieten alle großen Bilddienstleister bzw. Großlabore ihren Fachhandelskunden Unterstützung beim Aufbau eines eigenen Webshops für Bildprodukte an.

Es gibt also gute Gründe, das Bildergeschäft nicht zu vernachlässigen, sondern im Gegenteil besonders aktiv Flagge zu zeigen und das Internet aktiv zu nutzen. Denn die wachstumsträchtigen Produkte wie Fotobücher, Kalender und Wanddekorationen sind nicht nur umsatz-, sondern auch renditestark, und sie helfen zusätzlich dabei, Kameras zu verkaufen. Gerade die Kunden des qualifizierten Fotohandels sind besonders an solchen Bildprodukten interessiert: Schließlich kauft man sich nicht für viel Geld eine teure Kamera-Ausrüstung, um anschließend nur Schnappschüsse auf Facebook hochzuladen. Wer Systemkameras nutzt, will gute Bilder und hochwertige Bildprodukte sehen. Diesen Markt darf der Fotohandel nicht anderen Anbietern überlassen.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Canon EOS 650D mit berührungsempfindlichem Display – Für den leichten Einstieg 12

Editorial

Wie wichtig ist das Bildergeschäft? Verkaufen, wo die Kunden sind 3

Wichtiges aus foto-contact.de . . 6, 15, 20

Verband

BGL Fachtagung in Leipzig – Der richtige Druck 8

Handel

Ringfoto Mitglieder erhalten Rekordausschüttung – Ertragreich durch das Krisenjahr 16

Photo+Medienforum Kiel weiterhin erfolgreich – Gute Ergebnisse 22

ZUM TITELBILD

Canon EOS 650D mit berührungsempfindlichem Display

Mit der EOS 650D stellt Canon eine neue DSLR vor, die besonders einfach zu bedienen ist. Mit ihrem berührungsempfindlichem Display, zahlreichen praktischen Funktionen sowie umfangreichen manuellen Steuermöglichkeiten macht die neue Kamera den Start in die SLR-Fotografie leicht. Seite 12

VERBAND

BGL Fachtagung in Leipzig – Der richtige Druck

Die neuesten Entwicklungen im Digitaldruck standen im Mittelpunkt der diesjährigen Fachtagung des Bundesverbandes der Photo-Grosslaboratorien (BGL), die am 31. Mai in Leipzig stattfand. Vertreter führender Hersteller präsentierten die neuesten technischen Entwicklungen von der drupa. Seite 8

HANDEL

Ringfoto Mitglieder erhalten Rekordausschüttung

Trotz der Warenknappheit im Zuge der Naturkatastrophen in Japan und Thailand legte die Ringfoto Geschäftsführung auf der diesjährigen Gesellschafterversammlung in Hamburg für das Jahr 2011 gute Zahlen vor. Die Mitglieder honorierten diesen Erfolg durch überwältigende Zustimmung zu Management und Verwaltungsrat und nutzten die Gelegenheit, aus hochkarätigen Vorträgen neue Ideen mit nach Hause zu nehmen. Seite 16

Photo+Medienforum Kiel weiterhin erfolgreich – Gute Ergebnisse

Auf den diesjährigen Gremiensitzungen präsentierte das Photo+Medienforum Kiel erneut seine Kompetenz als Ausbildungszentrum für die Foto- und Medienbranche. Nach einem erfolgreichen Jahr 2011 wird auch für das laufende Jahr ein gutes Ergebnis erwartet. Seite 22

UNTERNEHMEN

Cewe Hauptversammlung wählte neue Aufsichtsräte – Zufriedene Aktionäre

Die ordentliche Hauptversammlung der Cewe Color Holding AG stimmte am 6. Juni 2012 in Bremen allen von der Verwaltung vorgeschlagenen Tagesordnungspunkten mit überwältigender Mehrheit zu. Turnusgemäß stand in diesem Jahr die Neuwahl des Aufsichtsrates an. Damit ging für Cewe Color eine Ära zu Ende: Der langjährige Vorstandschef und Aufsichtsratsvorsitzende Hubert Rothärmel leitete zum letzten Mal eine Cewe Hauptversammlung und schied aus dem Gremium aus. Seite 24

Inhalt

Hubert Rothärmel (fast) im Ruhestand – Ende einer Ära

Hubert Rothärmel pflegt nicht viel Aufhebens um seine Person zu machen; Lobesreden sind ihm eher unangenehm. Auf der diesjährigen Hauptversammlung musste der langjährige Vorstandsvorsitzende und scheidende Aufsichtsratschef allerdings eine „Standing Ovation" der Aktionäre über sich ergehen lassen. Mit dem Ausscheiden des Weggefährten und Nachfolgers von Unternehmensgründer Heinz Neumüller aus dem Aufsichtsrat ging in Oldenburg eine Ära zu Ende. Seite 27

Sony Cyber-shot RX 100: Die Schnelle mit dem großen Sensor

Die neue Sony Cyber-shot RX100 ist mit dem weltweit ersten 1.0-type Exmor CMOS Sensor mit einer Auflösung von 20,2 Megapixeln und einem 3,6x-Zoom-Objektiv von Carl Zeiss ausgestattet. Durch das besonders große Sensorformat werden Aufnahmen mit einer Lichtempfindlichkeit von bis zu ISO 25.600 möglich. Seite 19

Outdoor-Kamera Fujifilm Finepix XP170 – Robust und vernetzt

Fujifilm bringt mit der neuen Finepix XP170 eine robuste Outdoor-Kamera auf den Markt. Sie ist durch ihren Vierfachschutz besonders hart im Nehmen und kann mit Wireless Image Transfer die Fotos direkt auf das Smartphone oder den Tablet PC übertragen. Seite 21

Neues Inkjet-Papier für höchste Ansprüche: Sihl Masterclass

Mit der Fine Art Serie Masterclass bringt Sihl ein Inkjet-Papier für höchste Ansprüche auf den Markt. Die neuen Papiere basieren auf den Erfahrungen des vielfach preisgekrönten P3-Materials und richten sich an qualitätsbewusste Fotografen, Designer oder Künstler. Die Markteinführung und Präsentation im Handel sollen zeitgleich zur photokina mit verstärkten Vertriebsaktivitäten und eigener Microsite auf der Sihl Direct Homepage erfolgen. Seite 29

UNTERNEHMEN

NEUHEITEN

Unternehmen

Cewe Hauptversammlung wählte neue Aufsichtsräte – Zufriedene Aktionäre 24

Hubert Rothärmel (fast) im Ruhestand – Ende einer Ära. 27

Neuheiten 11

Canon EOS 650D mit berührungsempfindlichem Display – Für den leichten Einstieg 12

Sony Cyber-shot RX 100: Die Schnelle mit dem großen Sensor. 19

Outdoor-Kamera Fujifilm Finepix XP170 – Robust und vernetzt. 21

Neues Inkjet-Papier für höchste Ansprüche: Sihl Masterclass. 29

Literatur 20

Klein- und Personalanzeigen 30

Impressum 30

Immer aktuell:
www.foto-contact.de

Olympus gibt Prognose für laufendes Geschäftsjahr

Das neue Olympus Management hat erstmals eine Prognose für das laufende Geschäftsjahr abgegeben, das am 31. März 2013 zu Ende geht. Nach dem Bilanzskandal hatte der damalige Vorstand wegen der unklaren Aussichten darauf verzichtet, Umsatz und Ergebnisziele zu formulieren.

Das neue Management rechnet für das Gesamtjahr mit einem Umsatzwachstum von 8,4 Prozent auf 920 Milliarden Yen (9,27 Milliarden Euro) und einem Gewinn von 7 Milliarden Yen (70,6 Millionen Euro). Im vorigen Geschäftsjahr musste Olympus wegen der Naturkatastrophen und des Bilanzskandals einen Verlust von 49 Milliarden Yen (494 Millionen Euro) hinnehmen.

Eine Dividende soll auch im laufenden Geschäftsjahr nicht gezahlt werden. Die Eigenkapitalquote von Olympus ist durch die außerplanmäßigen Wertberichtigungen im Zuge des Bilanzskandals dramatisch gesunken und liegt nur noch bei 4,6 Prozent. Berichte über den Einstieg eines kapitalstarken Partners wurden bislang nicht bestätigt. Medien hatten unter anderem Fujifilm, Panasonic und Sony als Interessenten genannt. Olympus Präsident Hiroyuki Sasa hatte kürzlich in diesem Zusammenhang für Irritationen an den Börsen gesorgt, weil er auch eine Kapitalerhöhung durch Ausgabe neuer Aktien nicht ausschloss. Daraufhin gab der Aktienkurs deutlich nach.

Das neue Management unter Führung des Präsidenten Hiroyuki Sasa stellte auch einen Plan zur Neuausrichtung des Unternehmens vor. Demnach will sich Olympus auf seine traditionellen Stärken besinnen und Unregelmäßigkeiten in Zukunft durch transparente Management-Prozesse und strikte Compliance-Regeln verhindern. Bis zum Jahr 2017 soll der Gesamtumsatz auf 1.160 Milliarden Yen (11,7 Milliarden Euro) wachsen und ein Nettogewinn von 115 Milliarden Yen (1,16 Milliarden Euro) erzielt werden. Das würde einer operativen Marge von mehr als 10 Prozent entsprechen.

Die Eigenkapitalquote soll bis 2017 auf mindestens 30 Prozent wachsen.

Wachstum soll dabei vor allem durch den Ausbau des Medizintechnik-Geschäftes erzielt werden, in dem Olympus im Bereich Endoskope eine dominierende Weltmarktstellung hat.

Im Imaging-Bereich will sich das Unternehmen vor allem auf wertschöpfungsstarke Segmente wie anspruchsvolle Kompaktkameras und Systemkameras konzentrieren sowie die Kosten für Produktion und Verwaltung deutlich senken.

Samsung verstärkt Digital Imaging Vertriebsteam

Seit Anfang Juni ist das vergrößerte Sales Team von Samsung Digital Imaging deutschlandweit im Einsatz. Vier neue Spezialisten bieten dem Fotofachhandel ab sofort Informationen und qualifizierte Schulungen direkt vor Ort. Sie sollen vor allem die Verkaufsargumente für die neuen Samsung NX-Systemkameras mit Zubehör, die Smart Cameras und die Camcorder vermitteln.

Schwerpunkte sind dabei die Produkt-Qualität, einzigartige Ausstattungsmerkmale und Netzwerkfähigkeiten wie die WiFi-Funktionalitäten. Über die integrierte WiFi-Funktion der Samsung Smart Cameras ist ein direkter, drahtloser Austausch von Inhalten wie Fotos und Videos mit anderen vernetzten Samsung Produkten wie dem Samsung Smart TV, Tablets, Druckern und Mobiltelefonen möglich.

Mit der Verstärkung des Vertriebsteams reagiert Samsung nach eigener Aussage auf das stark wachsende Interesse an den neuen Samsung Smart Cameras, speziell dem NX System. Die vier neuen Experten unterstützen ab sofort die Betreuung des Fotofachhandels unter Yassin Jaouat und Matthias Hamborg.

Stephan Riediger, Head of Sales Digital Imaging Samsung Electronics GmbH, sieht angesichts der jüngst vorgestellten neuen Modelle der NX-Systemkamera-Familie sowie der Samsung Smart Cameras erhöhten Beratungsbedarf für den Fotofachhandel. „Die Markteinführung unserer drei hochwertigen, neuen NX-Systemkameras NX20, NX210 und NX1000 mit großer Objektivauswahl eröffnet dem Fotofachhandel attraktive Verkaufschancen", so Stephan Riediger. „Mit unserem verstärkten Sales Team können wir dieses Potenzial im Handel quantitativ wie qualitativ unterstützen. Welche Vorteile bringen die WiFi-Funktionalitäten der neuen Kameras, und wie können Kunden sie im täglichen Gebrauch nutzen – das sind unter anderem Fragen, die unsere Spezialisten vor Ort beantworten."

Das Samsung Digital Imaging Vertriebsteam: (v. l.) Tim Nelhübel, Anca Radulescu, Irvin Skopljak und Nico Burmann

Neu im Samsung Sales-Team sind: Tim Nelhübel für die Region West, Irvin Skopljak für die Region Süd-West, Nico Burmann für die Region Nord-Ost sowie Anca Radulescu für die Region Süd.

Neuer Präsident bei Sony Europe

Masaru Tamagawa

Masaru Tamagawa übernimmt mit Wirkung vom 1. Juli 2012 das Amt des Präsidenten Sony Europe. In dieser Funktion folgt er Fujio Nishida, der zum Chairman von Sony Europe berufen wurde, um das derzeit europaweit im Unterhaltungselektronik-Geschäft von Sony implementierte Umstrukturierungsprogramm zu leiten sowie einen reibungslosen Manage-

Täglich neue Branchen-Nachrichten: www.foto-contact.de

mentwechsel zu gewährleisten. Masaru Tamagawa ist seit 2007 Managing Director von Sony India. In dieser Funktion verantwortete er einen expandierenden Markt, steigerte die Umsatzerlöse und sorgte dafür, dass Sony den höchsten Anteil am indischen Elektronikmarkt hält. Zuvor war Tamagawa Leiter von Sony Gulf mit Sitz in Dubai. Tamagawa gilt als besonders engagierter Unterstützer der „One Sony" Konvergenzstrategie, die darauf abzielt, die Stärken des Entertainment- und Elektronikgeschäfts des Unternehmens zusammenzuführen und zu nutzen. Kazuo Hirai, Präsident und Chief Executive Officer der Sony Corporation, kommentierte: „Europa ist für Sony einer der wichtigsten Märkte weltweit.

Die Unsicherheit um den Euro und die wirtschaftliche Instabilität haben die Umsätze in den letzten Jahren zwar stark beeinträchtigt, doch Masaru Tamagawa wird uns mit seinem außergewöhnlichen Know-how, seiner Energie und seinem Engagement für Vertrieb und Marketing helfen, dem derzeitigen schwierigen Geschäftsklima die Stirn zu bieten und Sony Europe wieder auf einen klaren Wachstumskurs zu bringen." „Gleichzeitig wird Fujio Nishida mit seiner umfassenden Erfahrung und seinen ausgezeichneten Führungsqualitäten sicherstellen, dass die vielen unverzichtbaren Umstrukturierungsmaßnahmen, die er eingeleitet hat, erfolgreich abgeschlossen werden und der Führungswechsel problemlos vonstatten geht", fügte Hirai hinzu.

Heinz Kuboth übernimmt Vorstandsvorsitz bei Solutronic

Heinz Kuboth

Heinz Kuboth, bisher Geschäftsführer von Fujifilm Imaging Systems in Willich, hat mit Wirkung vom 1. Juni 2012 eine neue Aufgabe übernommen: Der 57-jährige Manager ist jetzt Vorstandsvorsitzender der Solutronic AG, Köngen. Das börsennotierte Unternehmen ist im Bereich erneuerbarer Energien tätig. Als Vorstandsvorsitzender ist Kuboth vor allem für die Wachstumsstrategie der Solutronic AG verantwortlich. Zusätzlich gehören die Bereiche Supply Chain, Personal und Finanzen zu seinem Zuständigkeitsbereich. Die 2004 gegründete Solutronic AG hat sich besonders durch die Entwicklung trafoloser, netzgekoppelter Wechselrichter für Photovoltaik-Anlagen einen Namen gemacht. Das Unternehmen erzielte im Geschäftsjahr 2010 einen Umsatz in Höhe von rund 20 Millionen Euro. Über eine Nachfolgeregelung bei Fujifilm gibt es noch keine Informationen.

Ralf Mannal wieder bei Karl Walther

Ralf Mannal hat zum 15.6.2012 die Leitung des Außendienstbezirks „Süd-West-Deutschland" übernommen. Er war bereits zwischen 2004 und 2009 für Walther im Außendienst tätig. Durch seinen beruflichen Werdegang bringt Mannal eine langjährige Kenntnis der Fotobranche mit. Als Leiter des Außendienstbezirks „Süd-West-Deutschland" führt er künftig die nachhaltige Betreuung der Händler im Saarland, in Rheinland-Pfalz sowie im südlichen Hessen und nördlichen Baden-Württemberg fort. Mannal ist unter Tel. 0175-9304074 und E-Mail-mannal@waltherdesign.de erreichbar.

www.photokina.de

photokina
World of imaging
KÖLN | 18. – 23. SEPTEMBER
2012

DER PFLICHTBESUCH FÜR PROFIS.

Experten aus Industrie und Handel, Hersteller, Dienstleister, professionelle Anwender und Fotobegeisterte: Alle treffen sich auf der globalen Leitmesse der Branche. Nutzen Sie diese gebündelte Fachkompetenz zum Networking und informieren Sie sich über aktuelle Technik und die neuesten Trends – hautnah und aus erster Hand. Keine andere Messe bündelt so viele Technologien, keine andere Plattform deckt den kompletten Workflow rund um das Thema Bild ab: von der Bildaufnahme über die Bildbearbeitung bis hin zur Bildausgabe.

Willkommen auf der photokina 2012!

Tickets online kaufen und bis zu 37% sparen! www.photokina.de

Koelnmesse GmbH · photokina@visitor.koelnmesse.de
Telefon +49 180 5 103 101
(0,14 EUR/Min. aus dem dt. Festnetz, max. 0,42 EUR/Min. aus dem Mobilfunknetz)

twitter
koelnmesse

BGL Fachtagung in Leipzig

Der richtige Druck

Unter der Moderation des BGL-Vorsitzenden Dr. Rolf Hollander (Cewe Color) informierten sich die BGL-Mitglieder über die neuesten Entwicklungen im Digitaldruck.

Die neuesten Entwicklungen im Digitaldruck standen im Mittelpunkt der diesjährigen Fachtagung des Bundesverbandes der Photo-Grosslaboratorien (BGL), die am 31. Mai in Leipzig stattfand. Vertreter führender Hersteller präsentierten die neuesten technischen Entwicklungen von der drupa.

Zu Beginn gab Marion Knoche, GfK, einen Überblick über die Lage auf dem deutschen und internationalen Fotomarkt. Dabei zeigen die Zahlen: Die Zeiten der großen Wachstumsraten im Kamerageschäft sind vorbei. Allerdings, betonte Knoche, werden heute mehr als doppelt so viele Kameras verkauft wie zu analogen Zeiten. Zudem gibt es einen deutlichen Trend zu hochwertigen Produkten. Das legt den Schluss nahe, dass die Nachfrage nach günstigen Kompaktkameras vom Smartphone-Boom beeinträchtigt wird. Die erfreuliche Kehrseite dieser Entwicklung: Der Durchschnittspreis pro verkaufter Kamera steigt, und das Segment der kompakten Systemkameras verzeichnet rasante Wachstumsraten. So wurden in den ersten drei Monaten dieses Jahres 27,1 Prozent mehr Kameras dieser Klasse verkauft; der Umsatz in diesem Segment stieg dabei sogar um 32,9 Prozent. Und die Wachstumskurve zeigt immer steiler nach oben. Im März allein stieg der Absatz kompakter Systemkameras in Deutschland um 60 Prozent; der Umsatz verdoppelte sich beinahe gegenüber dem Vorjahresmonat.

Lay-flat Fotobücher können auch aus digital gedruckten Seiten hergestellt werden.

Diese Entwicklung, das zeigen die GfK-Zahlen, geht nicht zu Lasten der DSLR-Verkäufe, denn kompakte Systemkameras werden vor allem von Aufsteigern aus dem Kompaktsegment gekauft. Entwicklungen in anderen Märkten legen zudem den Schluss nahe, dass die steigende Popularität von Smartphones sich positiv auf die Nachfrage nach hochwertigen Kameras auswirkt. Es wird immer mehr fotografiert, und die vielen Handy-Schnappschüsse wecken offensichtlich bei zahlreichen Kunden den Wunsch, mit einer „richtigen" Kamera bessere Bilder zu machen.

Auch in den kommenden Jahren erwarten Marktforscher wie Infotrends Wachstum bei wertschöpfungsstarken Bildprodukten.

Bilder beleben den Digitaldruck

Wie die vielen Fotos in Bildprodukte verwandelt werden können, interessiert bekanntlich die BGL-Mitglieder ganz besonders. Das Wort „Großlabor" trifft dabei immer weniger zu, denn der Digitaldruck ist aus keinem Betrieb mehr wegzudenken. Mit dieser Technologie wird der größte Teil der Fotobücher, Kalender und Grußkarten produziert. Dabei zog BGL-Vorsitzender Dr. Rolf Hollander (Cewe Color) eine Parallele zum Kameramarkt. „Der Erfolg der kompakten Systemkameras zeigt, dass dort ebenso wie in unseren Betrieben der Trend von Masse zu Klasse geht. Wir verkaufen heute weniger Bilder als früher, erzielen aber mit wertschöpfungsstarken Bildprodukten einen deutlich höheren Umsatz pro Bild als zu analogen Zeiten."

Auf der BGL-Fachtagung zeigten Vertreter wichtiger Anbieter von Digitaldruckmaschinen wie HP Indigo, Kodak, Xerox und Xeikon, dass diese Technik noch längst nicht ausgereizt ist. Auf der drupa im Mai stellten alle einschlägigen Hersteller neue Geräte und Technologien vor, mit denen die Qualität weiter verbessert und die Produktivität deutlich erhöht wird. War bisher der Vergleich mit dem Offset-Verfahren der Maßstab für die Bildqualität im Digitaldruck, orientieren sich die Entwicklungsingenieure inzwischen immer stärker am bislang ungeschlagenen Qualitätschampion, dem Foto auf echtem Fotopapier. So wird im Digitaldruck der Farbraum durch zusätzliche Farben erweitert und die Auflösung durch immer kleinere Pigmentpartikel erhöht. Zudem können Digitaldruck-Produkte durch das Aufbringen von glänzenden Lacken oder reliefartigen Strukturen auf ausgewählte Bildteile weiter veredelt werden.

Der Fotomarkt ist dabei neben dem Verpackungsdruck einer der wichtigsten Wachstumstreiber der Digitaldruck-Branche. Denn hier steigt, anders als im klassischen Drucksegment, die Nachfrage nach Print. Da klassisches Fotopapier durch steigende Rohstoffpreise immer teurer wird, liegt es nahe, dass die Großlabors nach Alternativen suchen. Neben den Druckverfahren kommt dabei den eingesetzten Papieren eine besondere Bedeutung zu. Der deutsche Hersteller Felix Schoeller – Marktführer bei Basispapieren für Fotopapier – hat seine Erfahrung darum für die Entwicklung spezieller Digitaldruckpapiere genutzt, die ähnlich wie ein Fotopapier aufgebaut sind und die Qualität der Bildwiedergabe deutlich, zum Teil sogar spektakulär verbessern.

Die Dynamik der Nachfrage für digital gedruckte Bildprodukte zeigt sich auch daran, dass die Maschinenhersteller die Produktivität ihrer Systeme immer weiter nach oben verschieben. So kündigte Marktführer HP Indigo auf der drupa mit der HP Indigo 10000 eine neue Maschine an, die bis zu 3.450 B2-Bögen in der Stunde bedruckt und damit in neue Produktivitätsdimensionen des Digitaldrucks vorstößt. Um Vibrationen durch die hohe Geschwindigkeit der großen Trommel und des bewegten Papiers zu vermeiden, ist die neue Maschine ausgesprochen solide gebaut: Das „Trumm" wiegt 11 Tonnen, und es zeigt anschaulich, dass digital nicht immer kompakt und leicht bedeuten muss.

Inkjet als Alternative

Gute Bildqualität ermöglicht heute auch die Inkjet-Technologie, die sich im Großformatbereich und bei Minilabs bereits etabliert hat. Mit dem vor einem guten Jahr angekündigten DreamLabo 5000 will Canon diese Technik jetzt auch in die Großlabors bringen und gleichermaßen als Alternative zum Digitaldruck und zum klassischen Fotopapier positionieren. Das Gerät mit einer Druckgeschwindigkeit von 1.040 A4-Seiten (einseitig) pro Stunde kann auch zweiseitig bedruckte Fotobuchseiten erzeugen – in Formaten bis 305 x 636 mm. Der Inhalt eines 20-seitigen Fotobuchs im Format A4 ist in 72 Sekunden gedruckt, und das mit einer hohen Auflösung von 2.400 dpi, die nicht nur für scharfe Bilder, sondern auch für hervorragende Textwiedergabe sorgt, die bei fotochemischen Verfahren prozessbedingt kritisch ist. Mit seinem 7-Farben-Inkjet-System erzeugt das Canon DreamLabo 5000 zudem nach Angaben des Herstellers einen größeren Farbraum als klassisches Fotopapier. Das neue Canon Gerät geht zur Zeit in den Praxistest und soll ab der photokina verkauft werden.

11 Tonnen wiegt die neue HP Indigo 10000, die bis zu 3.450 B2-Bögen in der Stunde bedruckt.

Schnelle Buchproduktion

Um Fotobücher effizient herzustellen, braucht man nicht nur den Druck, sondern auch eine produktive Nachverarbeitung zum Schneiden, Falzen und Binden der Seite. Dafür hat der Schweizer Spezialist Imaging Solutions umfassende Lösungen entwickelt, deren neueste Versionen CEO Rainer Bauer und Tammo Bettex, Senior Sales Manager, den BGL-Mitgliedern vorstellten. Das neue fastBook-System kann bis zu 100 fertige Buchblöcke pro Stunde produzieren. Die typische Lay-flat Bindung ist besonders für hochwertige Fotobücher geeignet, denn sie ermöglicht die Wiedergabe von Bildern über eine Doppelseite ohne den störenden Falz in der Mitte. Imaging Solutions hat dieses Verfahren ursprünglich für Fotopapier entwickelt – die Geräte können aber auch Fotobuchseiten verarbeiten, die digital oder im Inkjet-Verfahren gedruckt werden.

Die wachsende Nachfrage nach wertschöpfungsstarken Bildprodukten und die immer ausgereifteren Geräte, um sie zu produzieren, geben den BGL-Betrieben jedenfalls viele Gründe, optimistisch in die Zukunft zu sehen. „Von Masse zu Klasse“ ist dabei kein Schlagwort, sondern eine Strategie. „Wie im Kameramarkt zeigt sich auch bei uns, dass es attraktiver ist, auf Qualität und Lifestyle zu setzen, als Masse zu generieren, indem man alles billiger macht“, resümierte Dr. Hollander. „Deshalb konzentrieren sich die Bilddienstleister des BGL nicht auf Wegwerf-Funartikel, die man einmal anschaut, sondern auf wertige Bildprodukte und Fotogeschenke, an denen man lange Freude hat.“

Mit dem Inkjet-System DreamLabo 5000 will Canon Bilddienstleistern eine Alternative zum Einsatz von Fotopapier und zum Digitaldruck bieten.

Rollei stellt Kombination aus Reisestativ und Tasche vor

Das Rollei Fotopro TT-1, eine Kombination aus dem Reisestativ X4i und der Tasche B1, zeichnet sich durch ein geringes Packmaß und Gewicht aus und ist besonders für Reisefans und Outdoor-Fotografen geeignet.

Zusätzlich zum leichten, kompakten und 4-fach ausziehbaren Stativ gibt es eine gepolsterte und hochwertige Tasche, die nicht nur Platz für das Stativ, sondern auch für eine Kamera plus zwei Objektive und Zubehör bietet.

Die schwarze, wasserfeste und gepolsterte Tasche hat ein kratz- und staubfestes Innenfutter und lässt sich auf dem Rücken als Rucksack oder als Halfter seitlich tragen. Ein schwer zugängliches Fach sichert persönliche Papiere oder Speichermedien. Für laufintensive Strecken verfügt die Tasche über einen schmalen Bauchgurt. Der Gurt der Tasche hat eine sehr gute Polsterung für besten Tragekomfort und ein abnehmbares Neopren-Teil für Mobiltelefone. Das Set ist inklusive Werkzeug und Ersatzfüße für 199,95 Euro (UVP) erhältlich.

Tecco erweitert Produktpalette um Drylab-Papiere

Der Bergisch Gladbacher Papierspezialist Tecco hat sein Produkt-Spektrum um Drylab-Medien für die Geräte von Noritsu, Fuji und Epson erweitert. Damit ergänzt das Unternehmen seine bestehende Palette in den Bereichen Foto, Laser, Production und EFI.

Die Tecco:Paper DryLab Papiere wurden speziell für den Einsatz in inkjetbasierten Minilabs entwickelt und sind in Produktanmutung und Haptik mit analogen Fotopapieren vergleichbar. Als Standardprodukte kommen zunächst die beiden Medien Glossy 250 und Pearl 250 mit Hochglanz- bzw. Pearl-Oberfläche und einem Gewicht von 200 g/m² auf den Markt. Sie besitzen eine besonders weiße, mikroporöse Beschichtung und sind in Rollenbreiten von 4, 5, 6, 8, 10 und 12 Zoll sowie in LFP-Breiten von 17 bis 60 Zoll lieferbar. Auch verschiedene Blattformate werden angeboten. Als hochglänzendes Spezialpapier mit silber-metallisierender Oberfläche bietet Tecco zudem das Inkjet-Papier Iridium Glossy 250 an, das in Rollenbreiten von 10 und 12 Zoll sowie in LFP-Breiten von 17 bis 44 Zoll lieferbar ist. Besonders für den doppelseitigen Druck von Karten und Fotobuchseiten ist das PE-Papier Pearl 275 Duo mit einem Papiergewicht von 275 g/m² und mikroporöser Pearl-Beschichtung geeignet. Es ist in verschiedenen Blattformaten erhältlich.

Neue Nikkor Objektive für FX- und DX-Format

Nikon stellt mit dem AF-S DX Nikkor 18–300 mm 1:3,5–5,6G ED VR ein leistungsstarkes Allround-Zoomobjektiv für das DX-Format und mit dem AF-S Nikkor 24–85 mm 1:3,5–4,5G ED VR ein Standard-Zoomobjektiv für das FX-Format vor.

Das AF-S DX Nikkor 18-300 mm 1:3,5–5,6G ED VR 16,7-fach-Zoomobjektiv, das besonders für Reisen geeignet ist, verfügt über einen optischen Bildstabilisator der zweiten Generation. Der Brennweitenbereich zwischen 18 und 300 mm (KB-äquivalent) und die Lichtstärke von 1:5,6 ermöglichen weitläufige Landschaftsaufnahmen, Portraits sowie Aufnahmen bewegter Motive und Detailaufnahmen weit entfernter Objekte. Drei ED-Glas-Linsen und drei asphärische Linsen ermöglichen eine hohe Auflösung und exzellenten Kontrast, betont Nikon. Die kompakte Silent-Wave-Motor-Technologie (SWM) von Nikon verbindet schnellen, präzisen Autofokus mit extrem leisem Betrieb.

Die praktische Zoom-Arretierung verhindert ein unbeabsichtigtes Ausfahren des Objektivs, wenn es nicht verwendet wird, und das aus Metall gefertigte Bajonett mit Gummiabdichtung schützt das Objektiv vor Staub und Feuchtigkeit. Das AF-S DX Nikkor 18–300 mm 1:3,5–5,6G ED VR ist voraussichtlich ab Ende Juni 2012 mit der Objektivtasche CL-1120 und der Gegenlichtblende HB-58 für 999,00 Euro (UVP) erhältlich.

Das neue AF-S Nikkor 24–85 mm 1:3,5–4,5G ED VR für das FX-Format verfügt über einen flexiblen Zoombereich und einen optischen Bildstabilisator bei trotzdem besonders kompakter und leichter Bauweise. Dank des Bildstabilistors VR II können Belichtungszeiten verwendet werden, die nach Angaben von Nikon um bis zu vier Lichtwertstufen länger sind als bei nicht stabilisierten Objektiven.

Das AF-S Nikkor 24–85 mm 1:3,5–4,5G ED VR ist voraussichtlich ab Ende Juni 2012 mit der Objektivtasche CL-1118 und der Gegenlichtblende HB-63 für 619,00 Euro (UVP) erhältlich.

Allround-Zoomobjektiv AF-S DX Nikkor 18–300 mm 1:3,5–5,6G ED VR (links)…

…und Standardzoom AF-S Nikkor 24–85 mm 1:3,5–3,5G ED VR für das FX-Format.

Photobücher in 10 Minuten!
Startklar ab €450,00
• Prints aus Ihrem Minilab
• Seiten verdoppeln
• Bindelochungen anbringen
• Seiten einfügen - Fertig!

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

Canon EOS 650D mit berührungsempfindlichem

Für den I
E

Das dreh- und schwenkbare Touchscreen-LCD der EOS 650D erleichtert die schnelle Bedienung der Kamera.

Mit der EOS 650D stellt Canon eine neue DSLR vor, die besonders einfach zu bedienen ist. Mit ihrem berührungsempfindlichen Display, zahlreichen praktischen Funktionen sowie umfangreichen manuellen Steuermöglichkeiten macht die neue Kamera den Start in die SLR-Fotografie leicht.

Als erste EOS ist die 650D mit einem dualen AF-System ausgestattet, das für besonders detailreiche Bilder

Neue Objektive

Mit dem EF-S 18–135 mm 1:3,5–5,6 IS STM und dem EF 40 mm 1:2,8 STM stellt Canon zwei neue kompakte und leichte Objektive vor. Mit ihren innovativen Stepper-Motoren bieten sie neue Funktionen, wie z. B. die kontinuierliche automatische Scharfstellung im Moviemodus.

Das EF-S 18–135 mm 1:3,5–5,6 IS STM ist ein kompaktes, vielseitiges Zoomobjektiv für Porträt-, Landschafts- oder Actionfotografie.

Die beiden neuen Modelle sind besonders gut für die Dokumentar-, Action- oder Reisefotografie geeignet. Mit einer Naheinstellgrenze von 0,39 Metern (EF-S 18–135 mm 1:3,5–5,6 IS STM) beziehungsweise 0,3 Metern (EF 40 mm 1:2,8 STM) kommt man nah an das Motiv heran.

Das EF-S 1:3,5-5,6 IS STM empfiehlt sich bei einem Brennweitenbereich von 18–135 Millimetern als kompaktes, vielseitiges Zoomobjektiv für Porträt-, Landschafts- oder Actionfotografie. Auch mit langen Verschlusszeiten ist die Verwacklungsgefahr gering, denn das Objektiv ist mit einem intelligenten optischen Bildstabilisator ausgestattet, der laut Hersteller bis zu vier Stufen längere

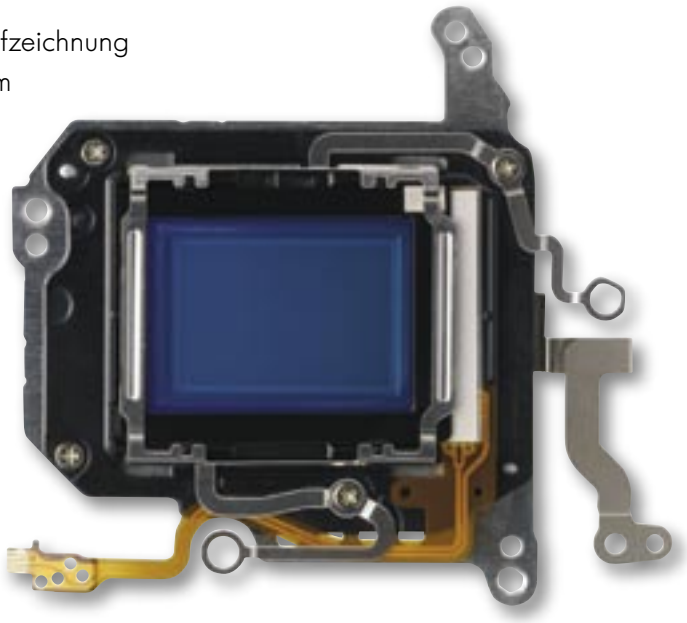
Display

eichten instieg

und eine kontinuierliche automatische Scharfstellung bei der Videoaufzeichnung sorgen soll. Für die punktgenaue, herausragende Scharfstellung arbeitet der 9-Punkt-Weitbereich-Autofokus mit neun AF-Kreuzsensoren, die auch bei Sport-, Action- und Wildlife-Aufnahmen für gestochen scharfe Bilder sorgen. Beim Kameraeinsatz mit Canon STM (Stepping Motor) Objektiven ermöglicht das neue Hybrid AF System eine kontinuierliche Scharfstellung bei der Videoaufzeichnung und der Fotoaufnahme im Livebild-Modus.

Der neu entwickelte 18 Megapixel Hybrid CMOS-Sensor im Format APS-C ermöglicht im Zusammenspiel mit dem schnellen DIGIC 5 Prozessor Serienaufnahmen mit einer Geschwindigkeit von bis zu fünf Bildern pro Sekunde bei voller Auflösung.

Zudem bietet der erstmals in einer EOS Einsteigerkamera verbaute Prozessor mit 14 Bit Bildverarbeitung eine höhere Geschwindigkeit, schnelleres Ansprechverhalten und eine verbesserte Farbwiedergabe mit subtilen Übergängen. Seine schnelle Datenverarbeitung zahlt sich besonders bei Fotos von schnellen Action-Motiven, zum Beispiel beim Fußball oder anderen dynamischen Sportarten, aus.



Der 18 Megapixel Hybrid CMOS-Sensor im Format APS-C wurde für die EOS 650D neu entwickelt.

Hohe Lichtempfindlichkeit

Rauscharme und natürlich wirkende Bilder auch ohne Blitz oder Stativ

Verschlusszeiten als ein Objektiv ohne Bildstabilisator ermöglicht. Das Objektiv unterscheidet zudem Kameraschwenks von normalen Aufnahmen und stellt den passenden Bildstabilisator-Modus automatisch ein. Beim Videodreh wird der Dynamik Bildstabilisator aktiviert, der Bewegungen des Filmers kompensiert und so für ruhige Videos sorgt.

Für eine attraktive Hintergrundunschärfe und kreative Experimente mit geringer Schärfentiefe bei Fotos und Videos ist das EF-S 18–135 mm 1:3,5–5,6 mit einer kreisrunden Irisblende mit einer elektromagnetischen Blendengruppe (Electro Magnetic Diaphragm (EMD)) ausgestattet, die eine ausgesprochen präzise Steuerung der Blendeneinstellungen sichern soll.

Erstes Canon Pancake-Objektiv: EF 40 mm 1:2,8 STM

Zu den vier Linsen-Gruppen gehört eine UD- (Ultra-low Dispersion) und eine PMO-Linse (Precision Molded Optics) für die Reduzierung chromatischer Aberrationen. Streulicht wird durch die verbesserte Canon Super Spectra Vergütung vermindert.

Das besonders kompakte EF 40 mm 1:2,8 STM ist das erste Canon Pancake-Objektiv und hat eine feste Brennweite von 40 Millimetern bei hoher Lichtstärke. Auch hier ermöglicht eine elektromagnetische Blendengruppe (Electro Magnetic Diaphragm (EMD)) die präzise Steuerung der kreisrunden Irisblende mit sieben Lamellen für eine attraktive Hintergrundunschärfe (Bokeh). Die Canon Super Spectra Vergütung sichert hohe Bildqualität von Rand zu Rand und außergewöhnliche Aufnahmen von nahezu allen Motiven.

Die Objektive sind voraussichtlich ab Mitte Juli zu UVPs von 239,- Euro (EF 40 mm 1:2,8 STM) bzw. 499,- Euro (EF-S 18–135 mm 1:3,5–5,6 IS STM) erhältlich.

werden durch den großen ISO-Bereich 100 bis 12.800 möglich, der für Aufnahmen bei besonders schlechten Lichtverhältnissen auf ISO 25.600 erweitert werden kann. Das neue duale AF-System ermöglicht die präzise Scharfstellung aller Motive, und zwar bei Foto- und Videoaufnahmen.

Das dreh- und schwenkbare Touchscreen-LCD der EOS 650D erleichtert die schnelle Bedienung der Kamera und bietet direkten Zugang zu den zahlreichen Funktionen und Aufnahmemodi.

Das neue berührungsempfindliche 7,7 Zentimeter (3,0 Zoll) große Clear View Touchscreen LCD II unterstützt die intuitive, gestenbasierte Aufnahme und Wiedergabe und bietet eine Zwei-Finger-Gestenzoom-Funktion. So wird der Zugang zu allen Aufnahmemodi, die Änderung der Einstellungen und die Auslösung der Aufnahme mit einem Fingertipp möglich.

Intuitive Bildgestaltung

Die praktische Touch-Steuerung eröffnet auch neue Aufnahmedimensionen im Livebild-Modus: Die AF-Felder können ausgewählt, Gesichter für die Schärfenachführung festgelegt oder Bildeinstellungen direkt über den Quick Control Bildschirm vorgenommen werden. Auch die Navigation erfolgt direkt und intuitiv.

Bei der Wiedergabe ist das Einzoomen in die Bilddetails über praktische Zwei-Finger-Gesten möglich, was die präzise Prüfung der Aufnahme wesentlich erleichtert.

Das dreh- und schwenkbare Display hat eine Auflösung von zirka 1,04 Millionen Bildpunkten für die brillante, scharfe Wiedergabe aller Bilddetails.

Scharfe Videos

Die EOS 650D ermöglicht die Aufnahme von Full-HD-Videos mit einer Auflösung von 1.920 x 1.080 p. Beim Einsatz mit entsprechenden STM-Objektiven sorgt der neue Hybrid AF für eine kontinuierliche Scharfstellung beim Video-Dreh – der Filmer kann sich ausschließlich auf das Geschehen in seiner Video-Story konzentrieren. Die neuen Objektive EF-S 18–135 mm 1:3,5–5,6 IS STM und EF 40 mm 1:2,8 STM sind dafür besonders gut geeignet, denn mit ihren nahezu geräuschlosen Stepper Motoren ermöglichen sie Aufnahmen praktisch ohne Nebengeräusche.

Im Videoschnappschuss-Modus können attraktive, kurze Videoclips mit einer profi-ähnlichen Anmutung entstehen. Sie werden mit einer Länge von zwei, vier oder acht Sekunden aufgezeichnet, die dann in einer Datei wiedergegeben oder in der Kamera für die Wiedergabe neu sortiert werden können.

Über den integrierten Mini-HDMI Anschluss können die Aufnahmen auf jedem kompatiblen HD-TV abgespielt werden.

Kreative Möglichkeiten

Auf dem Modus-Wählrad der EOS 650D befinden sich zwei neue Aufnahmemodi, die es Einsteigern erleichtern, auch bei schwierigen Lichtbedingungen gute Bilder zu machen. So ist der Modus HDR-Aufnahme für Gegenlichtaufnahmen konzipiert – dabei entstehen drei Reihenaufnahmen mit unterschiedlicher Belichtung, die zu einem HDR-Bild mit hervorragender Detailwiedergabe in hellen und dunklen Bildbereichen kombiniert werden.

Der Modus Nachtaufnahme ohne Stativ erlaubt bei stimmungsvollen Abendaufnahmen – häufig auch bei wenig Licht – den Verzicht auf ein Stativ. In diesem Modus werden in schneller Reihenfolge vier Aufnahmen mit kurzer Verschlusszeit aufgenommen, die im Anschluss zu einem scharfen und detailreichen Bild zusammengefügt werden.

Mit den vielfältigen Aufnahmemodi der Kamera können Fotografen ihre kreativen Möglichkeiten entdecken. Basic+ erweitert die automatischen Standard-Einstellungen mit einer Reihe von Voreinstellungen, mit denen bestimmte Bildeffekte bereits bei der Aufnahme angewendet werden und sofort für eine interessante Stimmung sorgen. Die Canon Kreativfilter wie „Ölgemälde" und „Aquarell" können bei der EOS 650D direkt über das Touchscreen-LCD angewendet werden.

Wenn es einmal besonders schnell gehen muss, analysiert die automatische Motiverkennung (Scene Intelligent Auto) der Kamera das Motiv und wählt automatisch die passenden Einstellungen.

Das Gehäuse der EOS 650D ist voraussichtlich ab Ende Juni 2012 für 799 Euro (UVP) verfügbar, im Kit mit EF-S 18–55 mm IS II für 899 Euro (UVP).

Orwo Net baut Produktion aus

Die Orwo Net GmbH (Bitterfeld-Wolfen), einer der größten deutschen Fotodienstleister, baut ihre Produktionskapazitäten deutlich aus. Dazu hat das Unternehmen im Mai dieses Jahres auf der drupa einen Vertrag über den Kauf von zwei HP Indigo Digitaldruckmaschinen der neuesten Generation unterzeichnet.

Die Digitaldruckmaschinen vom neuen Typ HP Indigo 7600 sind besonders leistungsfähig und werden bei Orwo Net für den Druck von Fotobüchern und anderen individuellen Fotoprodukten genutzt. Die Kapazität beträgt bis zu 1.800 beidseitig vierfarbige A3-Seiten pro Stunde. Mit einer zusätzlichen Vereinbarung hat sich der Wolfener Fotodienstleister bereits die Option auf die Lieferung einer weiterentwickelten Druckmaschine von HP Indigo gesichert, die über die doppelte Kapazität verfügen wird. Um der laufend steigenden Nachfrage bei Fotobüchern im Premiumbereich gerecht zu werden, wurde zudem kürzlich ein neuer Printer in die Produktion eingegliedert.

Orwo Net produziert Fotobücher im Digitaldruck und als Premiumprodukte auch auf echtem Fotopapier. Die wachsende Nachfrage nach Fotobüchern zeigt sich daran, dass der Verkauf über die Eigenmarken PixelNet und FotoQuelle sowie über Dritte gegenüber dem Vorjahr um 61% gestiegen ist (Stand 30.04.2012).

Die Qualität und die von Orwo Net selbst entwickelte Software zur Anfertigung von Fotobüchern sowie das Preis-/Leistungsverhältnis wurden im Oktober 2011 von der Zeitschrift Computerbild mit „gut – sehr günstig" bewertet. Zudem wurde das Premiumfotobuch von PixelNet im Rahmen eines Vergleichstests der Zeitschrift ColorFoto Heft 7/12 als Testsieger ausgezeichnet – und es wies dabei den günstigsten Preis unter allen getesteten Mitbewerbern auf.

Mit den Investitionen und dem Zugewinn weiterer Kunden strebt der Wolfener Fotodienstleister an, 2012 die 40-Millionen-Euro-Marke zu erreichen (2011: 36,5 Mio. Euro). Zur aktuellen Entwicklung erklärte Geschäftsführer Peter Ulbricht: „Unsere Investitionen zeigen, wie aufmerksam wir auf die Entwicklung des Marktes bei Fotobüchern, Kalendern, Grußkarten und anderen speziellen digitalen Fotoprodukten reagieren. Daneben arbeiten wir laufend an der Qualität unserer Produkte und an der zügigen Bearbeitung der eingehenden Kundenaufträge."

Bitkom: Online-Umsatz mit Elektrogeräten wächst

Nach Angaben des Bitkom wird fast ein Viertel (23 Prozent) des gesamten Umsatzes mit elektronischen Geräten in Deutschland im Internet erzielt. Damit habe sich der Online-Anteil am Umsatz bei Privatverbrauchern innerhalb von nur fünf Jahren fast verdoppelt. Im Jahr 2007 entfielen erst 12 Prozent der Ausgaben u. a. für Computer, Fernseher, Handys sowie für Haushaltsgeräte wie Waschmaschinen und Staubsauger auf das Internet. Für Konsumenten bringt der E-Commerce Vorteile: Weniger Zeitverlust im Alltag und die Möglichkeit, unabhängig von Öffnungszeiten und örtlichen Gegebenheiten einkaufen zu können, sind nur einige Gründe für das Online-Shopping.

Nach den Ergebnissen der Erhebung ist der Online-Anteil an den Ausgaben von Privatkunden für Technikgeräte zur Zeit bei Notebooks mit 37 Prozent am höchsten. Das ist eine Steigerung von 6 Prozentpunkten im Vergleich zum vergangenen Jahr. Bei Smartphones erreicht der Online-Anteil am Umsatz 33 Prozent (Vorjahr: 29 Prozent), bei MP3-Playern 31 Prozent (30 Prozent) und bei Digitalkameras 25 Prozent (24 Prozent). Selbst bei Staubsaugern erfolgt mit 21 Prozent des Umsatzes und Waschmaschinen mit 19 Prozent ein großer Teil der Verkäufe über das Internet. Damit liegt der Online-Anteil bei diesen Geräten sogar höher als bei Fernsehern mit 16 Prozent.

In Deutschland ist der Markt für den Verkauf elektronischer Geräte im Internet in Bewegung gekommen, nachdem die beiden größten stationären Händler Saturn und Media Markt in das Geschäft eingestiegen sind. Nach Jahren der Abstinenz eröffneten die Tochtergesellschaften des Metro-Konzerns innerhalb weniger Monate eigene Online-Shops. Damit treten sie gegen die etablierten Online-Plattformen wie Amazon und Ebay, die Online-Shops der Hersteller sowie die Shops anderer Handelsketten und Versandhändler an.

Ringfoto Mitglieder erhalten Rekordausschüttung

Ertragreich durch das Krisenjahr

Trotz der Warenknappheit im Zuge der Naturkatastrophen in Japan und Thailand legte die Ringfoto Geschäftsführung auf der diesjährigen Gesellschafterversammlung in Hamburg für das Jahr 2011 gute Zahlen vor. Die Mitglieder honorierten diesen Erfolg durch überwältigende Zustimmung zu Management und Verwaltungsrat und nutzten die Gelegenheit, aus hochkarätigen Vorträgen neue Ideen mit nach Hause zu nehmen.

Ringfoto Geschäftsführer Michael Gleich kündigte den Mitgliedern trotz des schwierigen Umfelds eine Rekordausschüttung für das Jahr 2011 an.

Die Ringfoto GmbH & Co. Alfo Marketing KG erzielte im Jahr 2011 einen Jahresüberschuss in Höhe von 1,744 Millionen Euro. Zwar lag das Ergebnis damit um 321.000 Euro unter dem Vorjahr, berücksichtigt man aber die von der Ringfoto Zentrale durchgereichten Boni der Lieferanten, so flossen den Mitgliedern im Jahr 2011 insgesamt 18,585 Millionen Euro zu. Das sei nicht nur die höchste Gesamtausschüttung in der Firmengeschichte, sondern vor dem Hintergrund des vergangenen Krisenjahres, in dem die Industrie wegen der Naturkatastrophen in Japan und Thailand mit Lieferschwierigkeiten zu kämpfen hatte, auch ein sehr zufriedenstellendes Ergebnis, erklärte Ringfoto Geschäftsführer Michael Gleich.

Der Ringfoto Gesamtumsatz erreichte 2011 ein Volumen von 290,6 Millionen Euro, 3,8 Prozent weniger als im Vorjahr. Einschließlich der Tochtergesellschaften in Österreich und den Niederlanden ergab sich ein konsolidierter Konzernumsatz von 321,4 Millionen Euro (Vorjahr: 334,4 Millionen Euro).

Wachstum in innovativen Segmenten

Trotz der enormen Warenknappheit des vergangenen Jahres nahm der

Ein Danke an Moderatorin Sabine Sauer vom Verwaltungsratsvorsitzenden Rainer Schorcht.

Umsatz mit Spiegelreflexkameras um 7 Prozent zu; das Geschäft mit Systemkameras konnte sogar um 75 Prozent gesteigert werden. Das hatte auch erfreuliche Zuwächse bei Objektiven (+13 Prozent) und Blitzgeräten (+3 Prozent) zur Folge.

Der Umsatz mit kompakten Digitalkameras reduzierte sich 2011 gegenüber dem Vorjahr um 12 Prozent, denn in diesem Bereich war besonders die Verfügbarkeit der hochwertigen Modelle von den Umweltkatastrophen betroffen. Ebenfalls rückläufig war der Umsatz mit Camcordern des Consumer-Bereichs (-24,2 Prozent), Speichermedien (-24 Prozent), Inkjet-Druckern (-2 Prozent) und Scannern (-23 Prozent).

Dagegen legte Ringfoto in hochwertigen Segmenten mit neuen Produktkategorien zu. So verzeichnete der Bereich Informationstechnik mit Notebooks, Monitoren, Tablet-PCs, Speicherlösungen und Computerzubehör ein Wachstum von 31,3 Prozent; der

Verkauf von Apple-Produkten stieg sogar um 150 Prozent. Entgegen dem Markttrend konnte auch der Umsatz mit digitalen Bilderrahmen gesteigert werden (+16 Prozent). Als besonders erfreulich empfindet die Geschäftsführung die Umsatzsteigerungen mit der Eigenmarke Voigtländer (+25 Prozent mit der Voigtländer Classic Collection). Dabei hat sich vor allem die Entwicklung der lichtstarken Nokton-Objektive mit MFT-Anschluss ausgezahlt. Die Nachfrage nach diesen hochwertigen Optiken übertreffe deutlich die verfügbare Produktionskapazität, betonte Gleich.

Einigkeit macht stark

Die Ringfoto Mitglieder honorierten die erfolgreiche Arbeit des Managements und der Mitarbeiter mit überzeugenden Voten für die Gremien: Der Entlastung der Geschäftsleitung stimmten 99,5 Prozent, der des Verwaltungsrats 96,7 Prozent der Mitglieder zu. Das turnusgemäß zur Wiederwahl anstehende Verwaltungsratsmitglied Ralf Duderstadt wurde ohne Gegenkandidat mit einem Stimmenergebnis von 94,8 Prozent für die nächste Periode bestätigt.

RIO 3.0 geht in die Praxis

Im Rahmen des größten Software-Projekts der Firmengeschichte hat Ringfoto das bisherige Extranet RIO (Ringfoto Informations- und Ordersystem) auf eine völlig neue technische Basis gestellt. Die Programmierung der Version 3.0 ist nun abgeschlossen. Anfang Juli werden die ersten Beta-Tester mit dem System arbeiten, das den Mitgliedern eine völlig neue Plattform bieten soll, um sich über neue Produkte und aktuelle Themen zu informieren und natürlich Ware bei

Informatives Rahmenprogramm

Neben den üblichen Regularien gab es auch auf der diesjährigen Ringfoto Gesellschafterversammlung wieder ein umfassendes Rahmenprogramm. So informierte der Industriepartner Sony ausführlich über seine Fachhandelsstrategie. Dabei standen Thilo Röhrig (Business Manager Digital Imaging) und Martin Winkler (Country Head Sony Deutschland) bei einer Podiumsdiskussion den jungen Ringfoto Händlern Carolin Kirchwehm und Sven Pätzmann Rede und Antwort. Gesprächsstoff gab es genug: Mit dem Partner-Vertrag, der in diesem Jahr auf die europäische Ebene gehoben wurde, hat Sony ein besonders viel diskutiertes Instrument für den Fachhandelsvertrieb geschaffen. Zudem war das Unternehmen besonders stark von der Flutkatastrophe in Thailand betroffen. Inzwischen, das zeigte die Podiumsdiskussion, haben sich bei beiden Themen die Wogen deutlich geglättet. Nach einem etwas holprigen Start wird der Sony Partner Vertrag auch von den Ringfoto Mitgliedern auf breiter Basis akzeptiert, und auch die Warenverfügbarkeit hat sich deutlich verbessert.

Um die richtige Strategie für Familienunternehmen ging es in einem Gastvortrag von Professor Dr. Arnold Weissmann (Weissmann & Cie.). Der bekannte Berater, der bereits als Student das elterliche Familienunternehmen übernahm, konzentriert sich in seiner Tätigkeit ausschließlich auf den Mittelstand. Mit 20 Regeln machte Weissmann die Ringfoto Mitglieder mit den wichtigsten Erfolgsfaktoren für Familienunternehmen vertraut. Das Spektrum reichte von der Frage, wie sich ein Familienunternehmen selbst definieren und von den Wettbewerbern unterscheiden möchte, bis zur Umsetzung der Strategie und der Regelung der Nachfolge.

Tipps für die erfolgreiche Gesprächsführung gab es vom Kommunikations-Coach Sven Sander. Der Motivator und Rhetoriker ist ein Experte in Sachen Schlagfertigkeit und stellte in seinem lebhaften Vortrag Rezepte vor, mit denen man den eigenen Standpunkt selbstbewusst vertreten kann, ohne dem Gegenüber auf die Füße zu treten. Dabei ging es auch darum, wie man unangenehme Fragen (zum Beispiel nach niedrigeren Preisen im Internet) am besten kontert, ohne in eine Verteidigungshaltung zu geraten. Dabei, so zeigte Sander auf, geht es nicht nur darum, die richtigen Worte zu finden, sondern auch die richtige Körpersprache einzusetzen.

Schlagfertigkeit kann man lernen, z. B. vom Motivator und Rhetoriker Sven Sander, dessen Vortrag sehr gut ankam.

Bei der Podiumsdiskussion mit (v. l.) Carolin Kirchwehm, Sven Pätzmann und Michael Gleich wurden die Sony Manager Martin Winkler und Thilo Röhrig offensichtlich nicht „gegrillt".

Ringfoto zu bestellen. Bei der neuen Software wurden Übersichtlichkeit und Suchfunktion deutlich verbessert, zahlreiche Filtermöglichkeiten vorgesehen und neue Features wie zum Beispiel ein individueller Produktvergleich integriert. Direkt am Artikel können die Mitglieder in Zukunft auf zahlreiche Zusatzinformationen wie Downloads oder Testurteile zugreifen.

Marken-Offensive geht weiter

Die bereits im Rahmen der Ringfoto Frühjahrsmesse gestartete Branding-Offensive ist erfolgreich unterwegs. Im Zuge dieser Aktion sollen möglichst viele Geschäfte mit einem Ringfoto-Außenauftritt versehen werden, um die Marke noch stärker in den Fokus der Verbraucher zu rücken. Mitglieder, die alle Mindest-Standards für einen Ringfoto-Auftritt erfüllen und zukünftig unter der Marke ihrer Kooperation operieren wollen, erhalten im Rahmen der Branding-Offensive für ihre neue Außenwerbeanlage einen Werbekostenzuschuss von 50 Prozent. Dafür haben sich bereits zahlreiche Händler beworben. 35 ausgewählte Geschäfte werden momentan umgerüstet; weitere Interessenten sollen im Laufe des Jahres folgen.

Positiver Ausblick

Nach den Lieferengpässen des Vorjahres werden jetzt zahlreiche Neuheiten eingeführt, die ursprünglich für 2011 eingeplant waren. Auch im Bereich hochwertiger SLR- und Systemkameras – einer besonderen Domäne des qualifizierten Fotohandels – wird mit weiteren wichtigen Neuheiten gerechnet. Die diesjährige photokina wird nach Einschätzung der Ringfoto Verantwortlichen ebenfalls die Umsätze der Fotobranche positiv beeinflussen.

Spielte am Vorabend der Gesellschafterversammlung nicht nur brillant Klavier, sondern zeigte sich im Outfit auch als Fan der deutschen Fußball-Nationalmannschaft: Weltstar Lang Lang.

photokina 2012: „Photoglobus" und Bildermeer

Mit einem Durchmesser von sechs Metern war „Der größte Photoglobus der Welt" auf der photokina 2010 ein besonderer Blickfang. Mit den auf dem zweisprachigen (deutsch/englisch) Internetportal www.photoglobus.de hochgeladenen Digitalfotos soll auf der photokina 2012 eine weitere spektakuläre Aktion entstehen: Sie sollen ausgedruckt und in der Passage der Hallen 4 und 5 als „Bildermeer" präsentiert werden, das über dem „Der größte Photoglobus der Welt" schwebt.

Alle, die ihre Fotos auf www.photoglobus.de hochladen, können zum Bildermeer auf der photokina 2012 beitragen.

Damit haben alle, die ihre Bilder auf www.photoglobus.de hochladen, die Möglichkeit, ihre Fotos auf der photokina auszustellen – was sonst nur ausgewählten Fotografen möglich ist.

„Der größte Photoglobus der Welt" soll mit dem Bildermeer emotional und nachhaltig das Leitthema der photokina als World of Imaging visualisieren. Möglich wird diese einzigartige Gemeinschaftsaktion durch die Unterstützung der Mitglieder des Photoindustrie-Verbandes Canon, Cewe Color, DayMen, Fujifilm, Hama, Nik Software, Nikon, Olympus, Panasonic, Samsung, Sigma, Sihl und Tamron sowie der Prophoto GmbH und der photokina.

Sony Cyber-shot RX100

Die Schnelle mit dem großen Sensor

Die Cyber-shot DSC-RX100 soll in den Abmessungen einer Kompaktkamera Bilder in SLR-Qualität liefern.

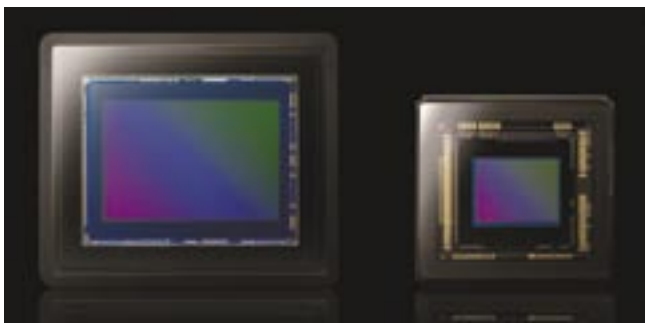
Die neue Sony Cyber-shot RX100 ist mit dem weltweit ersten 1.0-type Exmor CMOS Sensor mit einer Auflösung von 20,2 Megapixeln und einem 3,6x-Zoom-Objektiv von Carl Zeiss ausgestattet. Durch das besonders große Sensorformat werden Aufnahmen mit einer Lichtempfindlichkeit von bis zu ISO 25.600 möglich.

Da der neue Sensor im Format 13,2 x 8,8 mm viermal größer ist als der in anderen Sony Kompaktkameras, sind laut Sony selbst bei schlechten Lichtverhältnissen noch detailreiche Fotos und Videos möglich. Dazu trägt auch die Lichtstärke des ebenfalls neuen Carl Zeiss Vario-Sonnar T Objektivs F1,8–4,9 28–100 mm (KB-äquivalent) bei. Wie ein SLR-Objektiv setzt es sich aus sieben Elementen in sechs Gruppen zusammen; dabei kommen vier asphärische Elemente, darunter hauchdünne AA-Linsen, zum Einsatz.

10 Bilder pro Sekunde

Die Cyber-shot RX100 zeichnet sich durch besondere Schnelligkeit aus. Der Bionz-Bildprozessor ermöglicht Serienbilder mit einer Geschwindigkeit von zehn Aufnahmen pro Sekunde bei voller Auflösung. Nur 0,13 Sekunden braucht der Autofokus bei gutem Licht für die Scharfeinstellung – bei Dunkelheit dauert es eine Zehntelsekunde länger. Die manuelle Scharfeinstellung wird von der MF-Assist Funktion unterstützt, die das Motiv auf dem Display vergrößert und die Scharfstellung auf bestimmte Teile des Motivs vereinfacht.

Die RX100 ist mit einem 3"/7,5 cm großen LCD-Monitor mit einer Auflösung von 1.228.800 Pixeln ausgestattet. Er ist besonders hell, da er neben den drei üblichen RGB-Subpixeln über ein viertes weißes verfügt. Neben Fotos nimmt die RX100 auch Videos in Full-HD mit 50 Vollbildern oder im AVCD-Format auf.



Der in der Cyber-shot DSC-RX100 erstmals eingesetzte 20,2 MP 1.0-type Exmor CMOS Sensor misst 13,2 x 8,8 mm und ist damit viermal größer als die Sensoren in anderen Sony Kompaktkameras.

Die Cyber-shot RX100 bietet zahlreiche manuelle Optionen, die sich am neuen Einstellrad am Objektiv einfach und bequem festlegen lassen. Der drehbare Ring ermöglicht die Auswahl von Belichtung, Zoom, Bildeffekten und anderen Features. Der Funktionsknopf „FN" auf der Rückseite der Kamera ist frei programmierbar.

Neu unter den zahlreichen Automatikfunktionen ist der Auto Portrait Framing Mode. Hierbei identifiziert die Gesichtserkennung der Kamera die Personen im Motiv und rückt sie automatisch ins Bild. Insgesamt 13 weitere Bildeffekte bieten zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten. Zu den Bildeffektmodi zählen unter anderem Funktionen wie Spielzeugkamera, Teilfarbfilter, Pop-Art-Effekt, HDR-Gemälde, Miniatureffekt, Illustration oder Wasserfarbe. Die meisten dieser Effekte lassen sich bereits vor der Aufnahme auf dem Monitor beurteilen. Zum speziell für die neue Kamera entwickelten Zubehör gehören der besonders dünne und leichte Akku NP-BX1, der Strom für 330 Fotos oder 80 Minuten Video liefert, und die Tragetasche LCJ-RXA, die durch ihren attraktiven Leder-Look ins Auge fällt.

Die Cyber-shot DSC-RX100 von Sony ist ab Ende Juli zum UVP von 649 Euro erhältlich.

164 Partner aus Deutschland und Österreich kamen zur Wertgarantie „Night of the stars".

Wertgarantie „Night of the stars" in Fulda

Zur dritten Auflage der „Night of the stars" hatte Wertgarantie nach Fulda geladen. Magie und Phantasie standen im Mittelpunkt der zweitägigen Veranstaltung: Deutschlands jüngster Zirkusdirektor, Magier und Illusionist, André Sarrasani aus Dresden, führte gemeinsam mit seinen Assistentinnen durch einen abwechslungsreichen Abend und verzauberte die Gäste mit spektakulären Illusionen auf bestem Las Vegas-Niveau.

Highlight des Abends war die Verlosung der Gewinne im Gesamtwert von 70.000 Euro wie Reisegutscheinen, TV-Geräten der neuesten Generation, Kaffeevollautomaten, Navigationsgeräten, ipads etc.: So freuten sich Sascha Sondermann (Euronics XXL Lüdinghausen), Norbert Quaiser (Foto-Kohler, Bamberg) sowie Christian Such (Euronics XXL Mega Company-Mölln) über Reisegutscheine von jeweils 2.500 bis 4.500 Euro.

Frank Späth: Kompakte für Kenner Lumix LX5 - LX3

Die von Panasonic als „Premium-Kompakte" titulierte LX-Serie verbindet edles Design mit höchster Bildqualität. So hat in dieser Reihe die Kooperation von Panasonic mit Leica dazu geführt, dass die LX-Modelle auch als Leicas zu haben sind, und zwar unter der Bezeichnung D-LUX-5 oder D-LUX-4.

In seinem Fotobuch geht der Autor und Lumix-Spezialist Frank Späth der Frage nach, ob und vor allem wie die versprochene Bildqualität der LX3 und der LX5 zu erreichen ist. Mit welchen Einstellungen lassen sich die schärften, brillantesten und interessantesten Bilder erzielen? Wo bedient man sich am besten der allgegenwärtigen Automatik, oder wo sollte man lieber selbst Hand anlegen und das Fotogeschehen nach seinen Vorstellungen beeinflussen? Wie kann man Bildfehler später am Computer noch korrigieren, und wie findet der Fotograf lohnenswerte Motive?

Dies sind nur einige der Fragen, denen der Autor detailliert nachgeht und sie auf leicht verständliche Art und Weise beantwortet. Dabei hat er als Zielgruppe sowohl Einsteiger in die LX-Welt als auch Fortgeschrittene vor Augen. Es ist ein Buch für alle Fotofreunde, die mit ihrer ultrakompakten Kameraausrüstung das Außergewöhnliche suchen und kreativ fotografieren möchten und auch bereit sind, für ihr Hobby etwas mehr Zeit und Wissen zu investieren.

Frank Späth: Kompakte für Kenner, Lumix LX5 - LX3, 244 Seiten, über 400 farbige Abbildungen und Screenshots, Point of Sale Verlag, Baierbrunn 2011, Broschur, ISBN 978-3-941761-14-8, 24,90 Euro.

Felix Schoeller zieht positive drupa Bilanz

Unter dem Titel „Let's make it special" präsentierte sich die Felix Schoeller Group mit ihren Geschäftsbereichen Felix Schoeller und Technocell auf der drupa 2012 in Düsseldorf. Im Mittelpunkt des Messeauftritts stand die Business Unit Felix Schoeller Digital Media, die 30 neue Produkte präsentierte.

Felix Schoeller war mit seinen vier Business Units Photo Imaging, Digital Media, Release und Packaging vertreten. Der Geschäftsbereich Technocell thematisierte zudem seine Vliestapetenrohpapiere sowie inkjetfähige Dekor- und Vliestapetenpapiere. Thementage erleichterten den Besuchern die Information über die einzelnen Themenschwerpunkte.

So engagierte Felix Schoeller Photo Imaging den international bekannten Portrait-Fotografen Michael Dannenmann für zwei Tage, um ausgewählte Gäste in einem eigens dafür eingerichteten kleinen Studio zu portraitieren. Die dabei entstandenen Bilder wurden nach der Messe – natürlich gedruckt auf Papieren von Felix Schoeller – den Gästen zugeschickt.

30 neue Papiere wurden von der Business Unit Felix Schoeller Digital Media präsentiert. Die Produktfamilie der beidseitig Polyethylen-beschichteten E-Photo-Papiere wurde um Papiere mit matter und glänzender Oberfläche ergänzt. Und mit E-Photo HP Professional wurde ein Fotopapier für HP Indigo Rollendruckmaschinen vorgestellt. Für die Trockentonersysteme aller führenden Hersteller sind die neuen E-Feel- und E-Pure-Papiere geeignet, die Papiere der Jet-Media Produktfamilie wurden dagegen speziell für den Hochgeschwindigkeits-Inkjet-Druck entwickelt.

Guido Hofmeyer, COO des Geschäftsbereichs Felix Schoeller der Felix Schoeller Gruppe, zeigte sich mit dem Messeergebnis sehr zufrieden: „Durch eine hochwertige persönliche Beratung und Erklärung unseres Produkt- und Leistungsportfolios konnten wir in allen Geschäftsfeldern interessante neue Kontakte knüpfen. Im besonderen Fokus standen dabei die neuen Digitaldruckpapiere der Business Unit Felix Schoeller Digital Media. Unsere Kunden und Interessenten haben unseren Messestand hochzufrieden verlassen, insoweit hat sich die Messe für uns auf jeden Fall gelohnt."

Outdoor-Kamera Fujifilm Finepix XP170

Robust und vernetzt

Fujifilm bringt mit der neuen Finepix XP170 eine robuste Outdoor-Kamera auf den Markt. Sie ist durch ihren Vierfachschutz besonders hart im Nehmen und kann mit Wireless Image Transfer die Fotos direkt auf das Smartphone oder den Tablet PC übertragen.

Die neue Finepix XP170 ist ab sofort in den Farben Blau und Orange erhältlich.

Mit diesem Feature ist die neue Kamera sowohl mit Android Smartphones/Tablet PCs als auch mit iPhone/iPad kompatibel. Dazu stellt Fujifilm in den entsprechenden App-Stores die Applikation „Fujifilm Photo Receiver" bereit, die kostenlos auf das entsprechende Gerät heruntergeladen werden kann. Um die Übertragung der Bilder zu starten, muss der Anwender lediglich die WLAN Schnellstart-Taste der Finepix XP170 drücken. Anschließend werden die ausgewählten Bilder auf das Android Smartphone/Tablet PC oder iPhone/iPad übertragen und können von dort auf die gewünschten Webseiten hochgeladen oder per E-Mail versendet werden.

Das Gehäuse der Finepix XP170 ist besonders robust und widerstandsfähig. Gummierte Oberflächen sorgen dafür, dass die gegen Staub und Sand abgedichtete Kamera immer gut in der Hand liegt.

Taucher können die XP170 bis zu 10 Meter tief unter Wasser einsetzen; Wanderer, Kletterer und Biker werden die Stoßfestigkeit bis zu einer Fallhöhe von 2 Metern (Herstellerangabe) zu schätzen wissen. Bei kaltem Wetter bleibt die XP170 bei Temperaturen bis zu minus zehn Grad einsatzfähig.

Die USB- und die HDMI-Schnittstelle, der Speicherkartenslot und das Batteriefach verbergen sich unter einer wasserdichten Abdeckung, die von einem doppelten Verschlussmechanismus gesichert ist.

Das Objektiv der XP170 ist mit einer speziellen wasserabweisenden Beschichtung versehen, von der Wassertropfen abperlen, ohne das Foto zu beeinträchtigen.

Gut ausgestattet

Die technische Ausstattung der Finepix XP170 umfasst einen 14,4 Megapixel CMOS-Sensor, ein F3,9–4,9 5x-Zoom Fujinon Objektiv mit einem Brennweitenbereich von 28–140 mm (KB äquivalent), doppelten Bildstabilisator mit Sensor-Shift sowie eine hohe Lichtempfindlichkeit von bis zu ISO 3.200. Für die Aufnahme von 360-Grad-Panoramen wird im entsprechenden Modus lediglich der Auslöser gedrückt und die Kamera geschwenkt. Die XP170 setzt die Bilder dann zu einer beeindruckenden Panorama-Aufnahme zusammen.

Videos nimmt die Finepix XP170 in Full-HD (1.080p) mit einer Bildrate von 30 Bildern pro Sekunde auf. Das 6,9 cm (2,7 Zoll) große LC-Display verfügt über eine spezielle Anti-Reflex-Beschichtung, so dass der Monitor auch bei heller Sonneneinstrahlung noch gut ablesbar ist.

Die neue Outdoor-Kamera ist ab sofort in den Farben Blau und Orange erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 249 Euro.

Photo+Medienforum Kiel weiterhin erfolgreich

Gute Ergebnisse

Auf den diesjährigen Gremiensitzungen präsentierte das Photo+Medienforum Kiel erneut seine Kompetenz als Ausbildungszentrum für die Foto- und Medienbranche. Nach einem erfolgreichen Jahr 2011 wird auch für das laufende Jahr ein gutes Ergebnis erwartet.

Vorstandsvorsitzender Klaus Kirchwehm und Geschäftsführerin Ute Nolte präsentierten auf der Jahreshauptversammlung einen ausgezeichneten Jahresabschluss: Mit gut 20.000 Euro hat sich das Ergebnis gegenüber dem Vorjahr verdreifacht. Das ist ein sichtbarer Beweis für die breite Akzeptanz, die die einzigartige Einrichtung in der Foto- und Imagingbranche genießt. So konnte Michael Gleich als Vorsitzender des Kuratoriums drei neue Mitglieder begrüßen: Die Firmen Sigma, California Sunbounce und Hasselblad machen durch ihre Mitgliedschaft im Kuratorium ihre Unterstützung für das Photo+Medienforum auch nach außen deutlich.
Nachdem im photokina-Jahr 2012 die Gremiensitzungen traditionell in etwas kleinerem Rahmen stattfinden, ist für das kommende Jahr wieder der große Branchentreff in Kiel geplant. Am 4. und 5. Juni 2013 werden sich nicht nur Mitglieder und Kuratoren, sondern erstmals auch die Ehemaligen des Hauptlehrgangs versammeln. Damit trägt das Kieler Forum der hervorragenden Resonanz auf das erste Alumni-Treffen Rechnung, zu dem am 4. Mai zahlreiche „Ehemalige" in Kiel erschienen waren, um an einem hochkarätigen Vortrags- und Diskussionsprogramm teilzunehmen.
Auch die Gremiensitzungen wurden um einen Workshop ergänzt: Auf dem Programm des „Manager Specials" stand „Die Kunst des Führens", die Trainerin Beate Haussmann von Epona Coaching mit Pferden demonstrierte. Sie zeigte auf dem Reiterhof Dose-Dibbern in Elmshorn mit praktischen Übungen, wie gut die Vierbeiner aufgrund ihrer Authenzität die Führungskompetenz von Menschen

Mit Interesse verfolgten die Teilnehmer der Gremiensitzungen die Ausführungen der Trainerin Beate Haussmann (Epona Coaching) zur „Kunst des Führens".

reflektieren können. So konnten die Teilnehmer lernen, wie gut ihre Körpersprache mit ihren Absichten über-

Carolin Kirchwehm (Vico Digital, Kiel) hat „Galimar" offensichtlich gut im Griff.

einstimmt, welche Führungsposition ihnen leicht oder schwer fällt und wie sie ihr Führungsverhalten weiterentwickeln können.

Als Herausforderung für die anwesenden Managerinnen und Manager erwies sich besonders der Wallach „Cincao". Er machte als ranghöchstes Tier der Gruppe keinen Hehl daraus, dass seine Meinung nicht unbedingt mit der seines „Vorgesetzten" übereinstimmte. Bei der richtigen Ansprache war es allerdings möglich, auch dieses kritische Tier von der Richtigkeit des vorgeschlagenen Weges zu überzeugen.

Kieler Hauptlehrgang startet schon im November

Der Hauptlehrgang des Photo+Medienforums Kiel ist seit Jahrzehnten die Aufstiegsfortbildung für Führungs-Nachwuchskräfte im Fotofachhandel. Weil der bundeseinheitliche Prüfungstermin für den kaufmännischen Teil bereits Mitte statt wie bisher Ende März stattfindet, beginnt der kommende Lehrgang bereits im November dieses Jahres.

Die Vorverlegung von der gewohnten Zeit im Januar ist notwendig, um den gesamten Stundenplan realisieren zu können. Der Hauptlehrgang beginnt mit 14 Tagen Unterricht zu den Themen Führung und Personalmanagement vom 5. bis zum 16. November bereits in diesem Jahr; die Fortsetzung mit dem kaufmännischen Teil folgt dann nach dem Weihnachtsgeschäft vom 3. Januar bis zum 13. März 2013.

Um die Inhalte noch besser auf die betrieblichen Anforderungen abzustimmen und auf neue technologische Entwicklungen einzugehen, wurden die Themen des zweiten Lehrgangsblocks mit dem Schwerpunkt Foto- und Medientechnik grundlegend überarbeitet, komprimiert und um neue Inhalte ergänzt. Zu den neuen Themen gehören zum Beispiel HD-SLR-Videotechnik, 3D-Technologien, Multishot-Fotografie, Colormanagement und Computer Generated Imaging (CGI). Dieser 2. Block beginnt am 18. März und endet am 17. Mai 2013. Die Kosten liegen bei 3.100 Euro für den kaufmännischen Teil und 1.400 für den fototechnischen; bei Buchung beider Teile beträgt der Gesamtpreis 4.400 Euro. Alle Preise beinhalten die Materialkosten; dazu kommen die Prüfungsgebühren der IHK.

Weitere Informationen gibt es unter www.photomedienforum.de; für Fragen und Anmeldungen steht Anne Dobbert beim Photo+Medienforum Kiel unter (0431) 579700 zur Verfügung. E-Mail: Anne.dobbert@photomedienforum.de

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

Cewe Hauptversammlung wählte neue Aufsichtsräte

Zufriedene Aktionäre

Gut besucht: Zahlreiche Aktionäre informierten sich im Parkhotel Bremen über die Ergebnisse und Strategien von Cewe Color.

Die ordentliche Hauptversammlung der Cewe Color Holding AG stimmte am 6. Juni 2012 in Bremen allen von der Verwaltung vorgeschlagenen Tagesordnungspunkten mit überwältigender Mehrheit zu. Turnusgemäß stand in diesem Jahr die Neuwahl des Aufsichtsrates an. Damit ging für Cewe Color eine Ära zu Ende: Der langjährige Vorstandschef und Aufsichtsratsvorsitzende Hubert Rothärmel leitete zum letzten Mal eine Cewe Hauptversammlung und schied aus dem Gremium aus.

Auch der stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende Hartmut Fromm kandidierte nicht für eine Wiederwahl. Die Hauptversammlung bestätigte Professor Dr. Michael Paetsch, Willich, und Dr. Johann Christian Jacobs, Hamburg, für die kommenden fünf Jahre als Aufsichtsräte der Cewe Color Holding AG. Neu in das Gremium gewählt wurden Professor Dr. Christine Hipp, Cottbus, und Corinna Linner, Baldham. Christine Hipp ist seit sieben Jahren Inhaberin des Lehrstuhls für Organisation, Personalmanagement und Unternehmensführung an der Fakultät für Maschinenbau, Elektrotechnik und Wirtschaftsingenieurwesen sowie Dekanin der Fakultät Maschinenbau, Elektrotechnik und Wirtschaftsingenieurwesen der Technischen Universität Cottbus. Die profilierte Wissenschaftlerin arbeitet seit 20 Jahren im Bereich Innovation und hat sich unter anderem intensiv mit dem Einfluss neuer Technologien auf Organisationen, Dienstleistungen und Märkte beschäftigt.

Die Wirtschaftsprüferin Corinna Linner bringt profunde Erfahrung im Rechnungswesen, Risikomanagement, in Prozessanalyse und Compliance in den Cewe Color Aufsichtsrat ein. Vor ihrer Selbstständigkeit war sie unter anderem Mitglied des Vorstands und

Leiterin des Competence Centers Financial Services bei der Rölfs Partner Wirtschaftsprüfungsgesellschaft AG und Konzernleiterin Bilanzen und Steuern bei der Commerzbank.

Als Vertreter der Neumüller Cewe Color Stiftung, die für das operative Geschäft des Bilddienstleisters verantwortlich ist, gehören Prof. Dr. Dr. h.c. Hans-Jürgen Appelrath, Oldenburg, und Rechtsanwalt Otto Korte, Oldenburg, dem Cewe Color Aufsichtsrat an. Korte, der seit 1985 zunächst den Unternehmensgründer Heinz Neumüller und später die Erbengemeinschaft beraten hat, wurde auf der unmittelbar im Anschluss an die Hauptversammlung stattfindenden Aufsichtsratssitzung zum Vorsitzenden des Gremiums gewählt.

Mit dem ihm eigenen Understatement zeigte sich Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander mit dem Jahresergebnis „nicht ganz unzufrieden".

Mehr Online-Druck

In seinem Rückblick auf das vergangene Geschäftsjahr zeigte sich Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander zu Recht „nicht ganz unzufrieden" – denn mit einem Umsatzwachstum um fünf Prozent auf 469 Millionen Euro und einem Nachsteuerergebnis von 18,6 Millionen Euro (+35,8 Prozent) hat Cewe Color 2011 ein hervorragendes Ergebnis erzielt (siehe imaging+foto-contact 4/2012, S. 34–35). So wurde es möglich, die Dividende auf 1,40 Euro pro Aktie (Vorjahr: 1,25 Euro) zu erhöhen; damit schüttete das Unternehmen rund die Hälfte des Überschusses an die Aktionäre aus.

Die hervorragende Finanzausstattung machte es Cewe Color möglich, im Februar dieses Jahres die Online-Druckerei Saxoprint zu übernehmen und den Kaufpreis (insgesamt rund 27 Millionen Euro) aus dem Cashflow zu bezahlen. Damit steht das Unternehmen nach dem Wandel vom Großlabor und Bilddienstleister zum führenden europäischen Foto- und Onlinedruck-Dienstleister, so Hollander, vor dem nächsten Transformationsprozess: nämlich vom klassischen zum Online-Druck. Überschneidungen mit dem Fotogeschäft soll es dabei nicht geben: Cewe Color setzt auf die drei Geschäftsfelder Fotodienstleistungen, Einzelhandel (in einigen Ländern Nord- und Osteuropas) und Online-Druck.

Die Insolvenz des Großkunden Schlecker bereitet dem Cewe Color Management keine Kopfschmerzen: Der größte Teil der Forderungen war versichert. Insgesamt wurden Wertberichtigungen in Höhe von 0,7 Millionen Euro notwendig, die bereits im Jahr 2011 bzw. im ersten Quartal dieses Jahres wirksam wurden. Die für das laufende Jahr geltende Zielplanung (Umsatz über 500 Millionen, Nachsteuerergebnis zwischen 16 und 20 Millionen Euro) wurde deshalb von Hollander nochmals ausdrücklich bestätigt.

Wachstumstreiber Cewe Fotobuch

Auch auf der Hauptversammlung betonte das Cewe Color Management die besondere Bedeutung des Bestsellers Cewe Fotobuch für das Unternehmen. Nach dem Absatzrekord von 5,146 Millionen Stück (+18,7 Prozent) im Jahr 2011 will Cewe Color auch in diesem Jahr durch massive Marketing-Aktivitäten weitere Nachfrage erzeugen. Dabei, erklärte Hollander, gehe es nicht darum, um jeden Preis Marktanteile zu gewinnen, sondern werthaltiges Wachstum zu erzielen. Dazu sollen unter anderem zielgerichtete Werbemaßnahmen im Internet und TV beitragen. Zudem wird das Cewe Fotobuch auf praktisch allen wichtigen deutschen Flughäfen aufmerksamkeitsstark beworben, denn rund die Hälfte der Aufträge entfällt auf das Thema Reisen und Urlaub. Auch die Bordkarten wichtiger Ferienflieger werden als Werbeträger eingesetzt, und in Kürze geht ein Flugzeug der Urlaubsfluggesellschaft TUIfly im kompletten Gewand des Oldenburger Bestsellers an den Start. Und wer lieber mit der Bahn in die Ferien fährt, kann mit einem der vier Intercitys der Deutschen Bahn reisen, die seit einigen Wochen im Cewe Fotobuch Design über die Gleise rollen. Als weitere

Maßnahme hat Cewe Color die 100% Zufriedenheitsgarantie für seine Kunden eingeführt: Wenn das Produkt aus irgendeinem Grund nicht gefällt, wird es entweder neu produziert, oder der Kaufpreis wird bei Rücksendung vollständig erstattet.

Neben dem Cewe Fotobuch erwartet das Unternehmen weiteres Wachstum durch wertschöpfungsstarke Bildprodukte wie Kalender, Wanddekorationen und Grußkarten, die jetzt auch auf Premiumpapier erhältlich sind und auf Wunsch sogar einzeln direkt von Cewe Color an den Adressaten versandt werden.

Wachstum durch Innovationen

Innovative Bildprodukte spielen bei Cewe Color eine immer größere Rolle. Das betonte das für Forschung und Entwicklung zuständige Vorstandsmitglied Dr. Reiner Fageth vor der Hauptversammlung. Dabei liege die Stärke des Unternehmens darin, nicht nur viele neue Ideen zu entwickeln, sondern diese auch praktisch umsetzen zu können.

Herzstück dieser Strategie ist die Cewe Color Bestellsoftware, die allein im letzten Jahr 12 Millionen Mal von den Konsumenten heruntergeladen wurde. An Spitzentagen in der Weihnachtssaison gingen täglich bis zu 22 Terrabyte Bilddaten über die Server. Dabei gewinnen mit Smartphones aufgenommene Bilder langsam, aber sicher an Bedeutung: Im Dezember letzten Jahres lag der Anteil der Handy-Schnappschüsse an den bei Cewe Color verarbeiteten Bildern bei 3,8 Prozent, bei den Sofortdruck-Kiosks stammen inzwischen sogar 20 Prozent der Fotos von mobilen Endgeräten. Wenn ab Juli dieses Jahres für die Bestell- und Sofortdruck-Kiosks auch ein Facebook-Interface zur Verfügung steht, dürfte dieser Anteil noch steigen. Und zur photokina, das machte Fageth deutlich, sei mit weiteren neuen Bildprodukten von Cewe Color zu rechnen.

Vorstandsmitglied Andreas F. L. Heydemann informierte die Cewe Color Aktionäre über die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens. Sie betrifft nicht nur den verantwortlichen Umgang mit Rohstoffen und die Minimierung von Einflüssen auf die Umwelt, sondern zieht sich durch alle Unternehmensbereiche. So gehört die Integration von Behinderten in den Arbeitsprozess (beispielhaft ist der Betrieb in Germering bei München) ebenso dazu wie die Unterstützung des Philipp Lahm Sommercamps, mit dem der Kapitän der Fußball-Nationalmannschaft Kinder und Jugendliche zwischen 10 und 13 Jahren bei ihrer Persönlichkeitsentwicklung unterstützt.

Nicht zuletzt stand auf der Hauptversammlung natürlich auch die Aktie im Fokus. Sie habe sich im derzeit schwierigen Börsenumfeld besser entwickelt als die wichtigen Indizes, betonte Finanzvorstand Dr. Olaf Holzkämper. Die auf 1,40 Euro erhöhte Ausschüttung stand am Tag der Hauptversammlung für eine Dividenden-Rendite von 4,6 Prozent.

Vorstand und Aufsichtsrat von Cewe Color können auf breite Unterstützung durch die Aktionäre zählen

Hubert Rothärmel (fast) im Ruhestand

Ende einer Ära

Hubert Rothärmel pflegt nicht viel Aufhebens um seine Person zu machen; Lobesreden sind ihm eher unangenehm. Auf der diesjährigen Hauptversammlung musste der langjährige Vorstandsvorsitzende und scheidende Aufsichtsratschef allerdings eine „Standing Ovation" der Aktionäre über sich ergehen lassen. Mit dem Ausscheiden des Weggefährten und Nachfolgers von Unternehmensgründer Heinz Neumüller aus dem Aufsichtsrat ging in Oldenburg eine Ära zu Ende.

Hubert Rothärmel trat am 1. August 1968 in die Cewe Color Gruppe ein, erhielt ein gutes Jahr später Gesamtprokura und wurde 1972 Gesellschafter des Unternehmens. Ein wichtiger Höhepunkt seiner Karriere war der Börsengang von Cewe Color im Jahr 1993, ein weiterer die erfolgreiche Abwehr der anglo-amerikanischen Hedge Fonds, die 2007 die Kontrolle bei Cewe Color übernehmen und das Unternehmen finanziell ausbeuten wollten.

Diese Meilensteine sollten aber nicht den Blick dafür verstellen, dass Rothärmel jahrzehntelang mit der ihm eigenen Stetigkeit den Aus- und Aufbau von Cewe Color entscheidend gestaltet hat. Dazu gehörte in den 90er Jahren die internationale Expansion, die Cewe Color zum größten konzernunabhängigen Fotofinisher der Welt machte, und die Einleitung der digitalen Transformation, die Cewe Color (seit 2005 unter der operativen Führung von Dr. Rolf Hollander) bewältigt hat, ohne ein einziges Mal rote Zahlen zu schreiben. Rothärmel, so betonte sein Nachfolger als Aufsichtsratsvorsitzender, Otto Korte, habe es stets verstanden, den technischen Vorsprung von Cewe Color auszubauen, fähige Mitarbeiter zu gewinnen und zu führen und bei alldem die Kosten im Griff zu halten.

Trotz des weitgehenden Wegfalls des traditionellen Geschäftes hat Cewe Color nicht nur Verluste vermieden, sondern seinen Aktionären auch immer eine angemessene Dividende gezahlt. „Am Ende des Jahres war immer etwas übrig," stellte Rothärmel selbst dazu mit der für ihn typischen Sachlichkeit fest. Und der Manager mit dem Motto „Suaviter in modo, fortiter in re"(verbindlich in der Form, hart in der Sache) wäre nicht er selbst, wenn er die ihm auf der Hauptversammlung zuteil gewordene Anerkennung nicht gleich weitergereicht hätte: nämlich an das Management und die Mitarbeiter, denen er im Namen des ganzen Aufsichtsrats Lob und Anerkennung aussprach.

Auch der Dank an die langjährigen und treuen Aktionäre gehörte dazu, und die Würdigung des mit ihm ausscheidenden stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden Hartmut Fromm. Dieser Weggefährte Heinz Neumüllers sei der „Spiritus Rector" der einzigartigen Unternehmensstruktur gewesen, mit der Cewe Color den Börsengang eingeleitet habe, betonte Rothärmel. Die Kombination der Cewe Color Holding AG als Finanzgesellschaft, der Neumüller Cewe Color Stiftung als geschäftsführende Gesellschafterin und der operativen Gesellschaft Cewe Color AG & Co. OHG hat es in der Tat möglich gemacht, die Finanzkraft eines börsennotierten Unternehmens mit der Nachhaltigkeit und Verlässlichkeit eines Familienunternehmens zu verbinden. Ohne diese Struktur wäre es wahrscheinlich nicht möglich gewesen, im Jahr 2007 den Hedge Fond Angriff abzuwehren.

Mit einer „Standing Ovation" dankten die Aktionäre dem ausscheidenden Aufsichtsratsvorsitzenden Hubert Rothärmel für seinen jahrzehntelangen Einsatz für Cewe Color.

In den nächsten Jahren wird Rothärmel seinem Lebenswerk Cewe Color nicht nur als Aktionär verbunden bleiben. Bis 2014 wird er als Mitglied des Kuratoriums der Neumüller Cewe Color Stiftung die Weiterentwicklung des größten europäischen Bild- und Online-Druck-Dienstleisters weiter begleiten.

Cewe startet erneut internationalen Fotowettbewerb

Cewe Color veranstaltet in diesem Jahr zum zweiten Mal den Fotowettbewerb „Europe is beautiful". Hobbyfotografen, die sich für die Vielfalt Europas begeistern, können bis zum 31. Dezember 2012 ihre Aufnahmen auf www.cewe-fotobuch.de hochladen. Eine professionelle Jury aus Fotospezialisten, darunter Fotografen und Bildredakteure, kürt die schönsten, ungewöhnlichsten und ergreifendsten Fotos aus vier Kategorien. Hauptgewinn ist eine Luxus-Kreuzfahrt für zwei Personen im Wert von 7.500 Euro.

Als zweite und dritte Preise gibt es mehrtägige Reisen für zwei Personen in eine europäische Hauptstadt zu gewinnen. Insgesamt werden 500 Plätze ausgezeichnet und Preise im Wert von über 30.000 Euro vergeben, darunter Systemkameras, High-Zoom-Kameras und Gutscheine für das Cewe Fotobuch.

Die Teilnehmer können ihre Talente in vier unterschiedlichen Themenfeldern unter Beweis stellen. Da das Jahr 2012 in Europa im Zeichen großer Sportveranstaltungen steht, geht es in einer dieser Kategorien um Sport. „Besonders im Hinblick auf die Fußball-EM in Polen und der Ukraine sowie auf die Olympischen Spiele in London haben wir uns in diesem Jahr für diesen neuen Schwerpunkt entschieden", erklärte Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender von Cewe Color. Die drei anderen Kategorien heißen „Menschen", „Stadt und Land" sowie „Geschichte und Kultur". Mit den eingereichten Fotos sollen die Teilnehmer die außergewöhnliche Vielfalt und die Schönheit Europas dokumentieren und dabei die Besonderheiten des entsprechenden Landes oder der Region widerspiegeln.

Dieses Foto aus Großbritannien sandte Emil Niewiarowski im Vorjahr zum Thema „Geschichte und Kultur" ein.

Im Vergleich zum Vorjahr gibt es dieses Mal wichtige Änderungen: Die Bildrechte der Teilnehmer und der Schutz vor Spam und Missbrauch werden gestärkt. Nach der Registrierung kann jeder Teilnehmer bis zu zehn Fotos in den verschiedenen Themenbereichen hochladen, Bilder kommentieren und über sie abstimmen. Danach erscheint das Bild in einer Online-Galerie, die alle registrierten User sehen. Das Abstimmungsverfahren funktioniert ganz einfach: Jeder Nutzer hat die Möglichkeit, die Fotos mit Hilfe von bis zu fünf Sternen zu bewerten.

Im Januar 2013 wird die fachkundige Jury die Preisträger des Wettbewerbs auswählen. Hauptpreis des Wettbewerbs ist eine exklusive Kreuzfahrt von TUI Cruises im Wert von rund 7.500 Euro für zwei Personen inklusive Anreise und Hotelübernachtung am Ort des Reisebeginns. Die Zweit- und Drittplatzierten gewinnen jeweils einen mehrtägigen Städtetrip für zwei Personen in eine europäische Metropole ihrer Wahl. Der vierte bis zehnte Platz ist mit je einer Systemkamera mit edlem Metallbody von Samsung ausgestattet; die Teilnehmer auf den nachfolgenden Plätzen elf bis 25 dürfen sich über eine High-Zoom-Digitalkamera aus dem Hause Samsung freuen.

Zahlreiche weitere Gewinner erhalten Gutscheine für ein Cewe Fotobuch, mit dem sie ihre Bilder nach eigenen Vorstellungen individuell aufbereiten können.

Neues Inkjet-Papier für höchste Ansprüche:

Sihl Masterclass

Mit der Fine Art Serie Masterclass bringt Sihl ein Inkjet-Papier für höchste Ansprüche auf den Markt. Die neuen Papiere basieren auf den Erfahrungen des vielfach preisgekrönten P3-Materials und richten sich an qualitätsbewusste Fotografen, Designer oder Künstler. Die Markteinführung und Präsentation im Handel sollen zeitgleich zur photokina mit verstärkten Vertriebsaktivitäten und eigener Microsite auf der Sihl Direct Homepage erfolgen.

„Mit der Masterclass wollen wir Top-Qualität im Inkjet-Bereich neu definieren", erklärte Sihl Produktmanagerin Carola Bolte bei der Produktvorstellung in Düren.

Alle neuen Materialien zeichnen sich durch einen hohen Kontrast aus, der für eine herausragende Schärfe sorgt. Gegenüber dem P3-Papier konnte der Weißgrad noch einmal erhöht werden, wodurch ein noch größerer Kontrastumfang erreicht wurde. Auch beim Trägermaterial wurde nicht gespart, so dass eine problemlose Weiterverarbeitung wie beispielsweise Kaschieren und Versiegeln möglich ist. Außerdem konnte beim Canvas-Material der Weißbruch, der beim Aufziehen auf Keilrahmen entsteht, deutlich verbessert werden.

Zudem sollen die optimierten Materialeigenschaften für eine lange Haltbarkeit sorgen.
Das Produktportfolio besteht derzeit aus folgenden Sorten und Oberflächen: High Gloss 330, Metallic Perl 290, Lustre 300, Lustre Duo 330, Canvas und Satin Baryt.
Die neu gestalteten Verpackungen der Sihl Masterclass machen es dem Kunden einfach, das für seine Zwecke geeignete Druckmedium sicher und unkompliziert aussuchen zu können. Mittels Farb- und Bildcode lassen sich die einzelnen, übergeordneten Gruppen identifizieren. Die neue Range gliedert sich in vier Produktgruppen, die jeweils exakt auf die unterschiedlichen Anwendungen zugeschnitten sind: Glossy, Silk & Satin, Black & White sowie Creative Art.
„Alle Sihl Masterclass Materialien erfüllen die höchsten Ansprüche an Bildqualität, Handling, Haptik und Weiterverarbeitungsmöglichkeiten", erläutert Carola Bolte, Sihl Produktmanagerin Professional Photo. Und Heiner Kayser, Sihl Geschäftsführer, ergänzt: „Damit werden wir unserem Anspruch als Innovationsführer in der Beschichtungstechnologie einmal mehr gerecht."

Sihl Masterclass im Überblick						
Produkt	High Gloss 330	Metallic Pearl 290	Lustre 300	Lustre Duo 330	Satin Baryt 290	Matt Canvas 400
Gruppe	Glossy		Silk & Satin		Black & White	Creative Art
Oberfläche	hochglänzend	hochglänzend	seidenglänzend	seidenglänzend/ doppelseitig	satin	matt
Gewicht	330 g/qm	290 g/qm	300 g/qm	330 g/qm	290 g/qm	400 g/qm
Papierstärke	275 µm	270 µm	290 µm	270 µm	355 µm	470 µm
Formate Blattware	A4, A3, A3+, A2 jeweils 25 Blatt	A4, A3+ jeweils 25 Blatt	A4, A3, A3+, A2 jeweils 25 Blatt	A4, A3+, A2 jeweils 25 Blatt	A4, A3+, A2 jeweils 25 Blatt	A4, A3+ jeweils 25 Blatt
Formate Rollenware	17", 24", 44" jeweils 30 Meter	17", 24", 44" jeweils 15 Meter	17", 24", 44", 60" jeweils 30 Meter	–	17", 24", 44" jeweils 15 Meter	17", 24", 44" jeweils 12 Meter

Foto-Aktienkurse

		18.06.2012	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	3.195	3.160	2.880	4.015
Casio	YEN	475	455	427	604
CeWe Color	EUR	30,64	31,40	24,50	35,55
Du Pont	USD	50,24	38,70	37,11	56,19
Eastman Kodak	USD	0,13	0,16	0,11	2,52
Fujifilm	YEN	1.439	1.515	1.396	2.549
Hewlett-Packard	USD	21,64	21,77	20,58	37,69
Hitachi	YEN	466	459	360	556
Imation	USD	6,00	5,59	5,40	9,98
Jenoptik	EUR	4,98	5,48	3,91	6,49
Leica	EUR	31,00	31,12	14,29	31,99
Metro	EUR	22,74	22,60	21,82	43,72
Olympus	YEN	1.219	1.149	424	2.835
Samsung	KRW	1.243.000	1.225.000	672.000	1.418.000
Seiko Epson	YEN	797	843	717	1.429
Sharp	YEN	412	395	364	788
Sony	YEN	1.029	1.105	990	2.226
Spector	EUR	0,16	0,187	0,15	0,64
Toshiba	YEN	293	3085	272	432

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

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

Der **Verband für Journalisten**
bietet Beratung, Fachinfos, Presseausweis, Medienversorgung und vieles mehr. Kostenlose Infos für hauptberufliche Journalisten & Pressesprecher:
DPV Deutscher Presse Verband e.V.
Stresemannstr. 375 • D-22761 Hamburg
Tel. 040/8 99 77 99 • Fax 040/8 99 77 79
info@dpv.org • www.dpv.org

Anzeigenschluss für Kleinanzeigen in der Ausgabe 8/2012 ist der 16. Juli 2012.
Senden Sie uns einfach ein Fax an: 0 21 02/20 27 90
oder per e-Mail an: r.gruna@cat-verlag.de

Inserenten-Verzeichnis

Cewe ..... 4. U.
DGH ..... 2. U.
koelnmesse 7
Photo+Medienforum Kiel.... 15
Promaxx..... 11
RCP..... 23
Kleinanzeigen.....30 – 31

IMPRESSUM
imaging+foto-contact

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

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

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

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

Neuheitenredaktion:
Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:
Hans Joseph Blömer

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

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

Vertrieb:
Silke Gräßel

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

Druck:
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen
Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.
Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.
Erscheinungsweise:
imaging+foto-contact erscheint zum 1. des Monats, außer am 1. Januar.
Der Abonnementspreis beträgt:
Inland: 39,90 € jährlich
Ausland: 60,00 € jährlich
Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1430-1121

5.698 zahlende Abonnenten (IVW 1/2012)

lesen Monat für Monat imaging+foto-contact

mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige.

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 7.400 Exemplaren bundesweit (IVW 1/2012). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 7.400 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 8,– € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 39 v. 01.01.2012) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

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

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

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

Fotografen/-in

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

Foto Studio • Mustermannstr. 70 • 70000 Bilderberg

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

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

---

imaging foto contact

Auftrag Klein- und Personalanzeigen

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

- ○ einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
- ○ in den Ausgaben .....

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

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

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

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

Einfach in einen Fensterumschlag oder per Fax 0 21 02 / 20 27 - 90

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ifc 7/2012

Einzugsermächtigung: Ich/wir ermächtige/n Sie, den Rechnungsbetrag von meinem/unserem Konto-Nr.: ....., Bankverbindung: ....., BLZ: ....., abzubuchen.

Für Bestellungen aus der Europäischen Union: Geben Sie hier bitte unbedingt Ihre Umsatzsteuer-Identifikations-Nr. an: .....

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel mit genauer Anschrift

ab
7,95 €*

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

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

Mein CEWE FOTOBUCH

Ihre Fotos als echtes Buch!

www.cewe-fotobuch.de

cewe
einfach schöne Fotos