

imaging + foto

7-8
2013

contact

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

Die neuen Pentax Systemkameras

Lichtstark mit und ohne Spiegel



Fujifilm — kompakt und leicht Die spiegellose Systemkamera X-M1

Das neue Modell bietet wichtige Leistungsmerkmale der X-Pro1 und X-E1 in einem besonders kompakten und eleganten Gehäuse. Herzstück der Kamera ist ein 16 Megapixel APS-C X-Trans CMOS-Sensor. S. 12

Ringfoto — Innovationen gesucht Auch 2012 mit Rekordausschüttung

Mit insgesamt 19,001 Millionen Euro erhalten die Ringfoto-Mitglieder für das Jahr 2012 die höchste Gesamtausschüttung in der Firmengeschichte. Zur Zeit fehlen aber die Innovationen. S. 14

Samsung — smarte Weltneuheit Erste Systemkamera mit 3G-/LTE-Anbindung

Mit der Galaxy NX bringt Samsung die weltweit erste Systemkamera mit Anbindung an 3G-/LTE-Mobilfunknetze auf den Markt. Das Smartphone-Betriebssystem Android 4.2 macht die Bedienung des Modells sehr komfortabel. S. 22

25. – 26. Februar 2014, Congress-Centrum Nord, Koelnmesse

BUSINESS FORUM IMAGING

COLOGNE

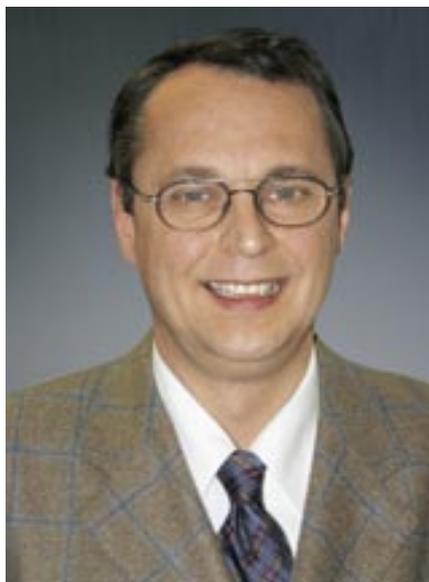
Trends · Innovations · Networking

presented by **photokina**
world of imaging

„Memories, moments and emotions“

Es geht nicht um Margen, sondern um die Kunden Kameras sind keine Goldhamster

Die hochkarätig besetzte Podiumsdiskussion beim Branchentreff des Photo+Medienforums Kiel (siehe Seite 8 dieser Ausgabe) hat es erneut gezeigt: Die Frage nach auskömmlichen Margen im Kamerageschäft bewegt den Fotohandel. Denn oft reicht der Deckungskostenbeitrag nicht einmal aus, um die Beratung durch qualifiziertes Verkaufspersonal zu bezahlen – von den weiteren betriebswirtschaftlichen Kosten gar nicht zu reden.

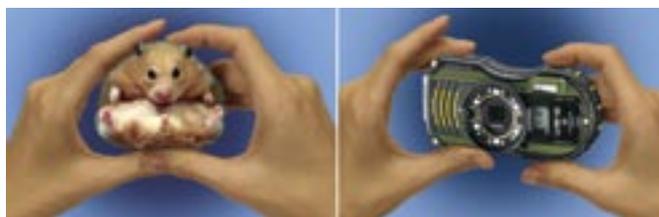


Thomas Blömer, Verleger

Der Vertreter des Zubehör-Spezialisten Hama wies darum einen originellen Weg aus der Klemme: Man solle doch beim Kameraverkauf so ähnlich denken wie der Zoofachhandel beim Goldhamster. Im Klartext: Das Tierchen selbst kostet vielleicht 7,50 Euro, aber mit Käfig, Schlafhaus, Laufrad, Trink- und Fressnapf usw. kommt schnell ein Kassenbon um die 100 Euro zustande – mit attraktiver Marge. Nun haben Digitalkameras mit Goldhamstern, wie die Bilder auf dieser Seite zeigen, wirklich keine Ähnlichkeit. Deshalb ist es verständlich,

dass eine engagierte junge Fotohändlerin sich mit dem Ratschlag nicht zufriedengab und den Vertretern der Kamera-Industrie klipp und klar die Frage stellte: „Wollen Sie den Fotofachhandel eigentlich noch?“ Denn die junge Frau ist hervorragend ausgebildet und nicht darauf angewiesen, ihre berufliche Karriere im väterlichen Fotofachgeschäft zu absolvieren, wenn dieses keine Zukunft hat.

Dennoch ging die Frage eigentlich an die falsche Adresse. Denn ob der Fotofachhandel gebraucht wird, wird am Ende nicht von der Industrie entschieden, sondern von den Kunden (die übrigens bei der Podiumsdiskussion



Selbst ungewöhnlich aussehende Kameras (rechts) können bei genauem Hinsehen leicht von einem Goldhamster (links) unterschieden werden.

nur selten erwähnt wurden). Und die, so zeigen es die Zahlen der GfK, wollen den Fachhandel, denn der ist mit Marktanteilen zwischen 35 und 40 Prozent der wichtigste Absatzmittler für die Kamera-Industrie. Darum ist es nicht erstaunlich, dass gerade die Her-

steller, die mit ihren Vertriebskonzepten dem Fachhandel auskömmliche Margen ermöglichen, zur Zeit besonders erfolgreich sind. Wer dagegen keine Mechanismen anbietet, um die Beratung durch qualifiziertes Verkaufspersonal zu finanzieren, mag in einem preisgetriebenen Markt kurzfristig Absatzfolge erzielen. Langfristig droht aber die Gefahr, den wichtigsten Absatzkanal zu verlieren und damit auch den Zugriff auf die Kunden. Das gilt besonders für Anbieter von Spiegelreflex- und Systemkameras, denn dabei handelt es sich um erklärungsbedürftige Produkte, in denen der Anteil des Fachhandels besonders hoch ist.

Die Zukunft des Fachhandels hängt darum nicht vom Willen einzelner Hersteller ab, sondern von der unternehmerischen Klugheit der Kameraindustrie (und von der eigenen natürlich auch). Wer bei anspruchsvollen Produkten nicht auf den Fachhandel als Absatzmittler setzt, knabbert (um im Goldhamster-Bild zu bleiben) den Ast ab, auf dem er sitzt. Das kann für alle Beteiligten fatale Folgen haben: Denn für Hersteller, deren Kameras keine

qualifizierten Absatzwege mehr finden, sind Goldhamster keine echte Alternative, und für die Kunden auch nicht.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Die neuen Pentax-Systemkameras – Lichtstark mit und ohne Spiegel 17

Editorial

Es geht nicht um Margen, sondern um die Kunden – Kameras sind keine Goldhamster. 3

Wichtiges aus foto-contact.de . . . 6, 11, 21

Handel

Branchentreff im Photo+Medienforum Kiel – Hart, aber fair 8

Ringfoto auch 2012 mit Rekord-Ausschüttung – Innovationen gesucht 14

Individuelle Raum-Ideen für Fachgeschäfte – Das Hatt-System 35

Neuheiten 28, 33, 34, 36

Spiegellose Systemkamera X-M1 von Fujifilm – Kompakt und leicht 12

Die neuen Pentax-Systemkameras – Lichtstark mit und ohne Spiegel 17

Sony bringt die zweite Vollformat-Kompaktkamera – Details ohne Filter. 20

Individuelle Raum-Ideen für Fachgeschäfte – Das Hatt-System



Ein neuartiges Ladenbau-Konzept bietet jetzt besonders individuelle Lösungen für Fachgeschäfte jeder Größe. Mit maßgefer-

tigten Elementen passt sich das innovative Hatt-System nicht nur praktisch allen räumlichen Voraussetzungen an, sondern kann auch problemlos verändert, neu kombiniert und erweitert werden. Seite 35

HANDEL

Die neuen Pentax-Systemkameras – Lichtstark mit und ohne Spiegel



Mit drei neuen Systemkameras will Pentax in wertschöpfungsstarken Marktsegmenten Akzente setzen. In der Spiegelreflex-Klasse setzt die robuste Pentax K-50 das erfolgreiche Outdoor-Konzept der K-30 fort, die neue Pentax K-500 soll ein besonders gutes Preis-/Leistungsverhältnis für Einsteiger bieten. Und bei den „Spiegellosen“ erweitert die neue Pentax Q7 die Palette der besonders kompakten und leichten Q-Systemkameras mit einem größeren Bildsensor nach oben. Seite 17

Branchentreff im Photo+Medienforum Kiel – Hart, aber fair



Erstmals fand der vom Photo+Medienforum Kiel im Zweijahres-Rhythmus veranstaltete Branchentreff zusammen mit dem Alumni-Treffen des Hauptlehrgangs statt. Weit über 100 Gäste kamen Anfang Juni zu der interessanten Veranstaltung, in deren Rahmen auch die Jahreshauptversammlung und die Kuratoriumssitzung für das Photo+Medienforum Kiel stattfanden. Seite 8

Ringfoto auch 2012 mit Rekord-Ausschüttung – Innovationen gesucht

Auf der Mitglieder-Versammlung von Ringfoto, die Ende Juni in München stattfand, gaben Geschäftsführung und Verwaltungsrat für das Jahr 2012 erneut Rekordergebnisse bekannt. Mit insgesamt 19,001 Millionen Euro erhalten die Mitglieder für das Jahr 2012 die höchste Gesamtausschüt-



tung in der Firmengeschichte. Für das laufende Jahr rechnen die Verantwortlichen allerdings nicht mit weiteren Rekorden, denn zur Zeit fehlen leider die Innovationen, um die Kunden in die Geschäfte des Fachhandels zu locken. Seite 14

ZUM TITELBILD

HANDEL

Interview mit Bernd Sauter, Inhaber von Sauter Foto Video Media

Bereits im April 2011 trafen Bernd Sauter, Inhaber von Sauter Foto Video Media in München, und seine Führungsscrew Wolfgang Drahtschmidt und Joachim Lindenberg eine ambitionierte Entscheidung: Sie beschlossen die vollständige Neugestaltung des 1.500 Quadratmeter großen Geschäfts bei laufendem Betrieb. In Zusammenarbeit mit Panzer Shopconcept sollte das modernste und kompetenteste Fotofachgeschäft Deutschlands entstehen. In diesem Frühjahr wurden die Arbeiten abgeschlossen: Seit dem 13. April präsentiert sich Sauter in München mit völlig neuem Gesicht. *imaging+foto-contact* hat mit Bernd Sauter über die Zielsetzungen und Ergebnisse der Umbaumaßnahmen gesprochen. **Seite 26**

Spiegellose Systemkamera X-M1 von Fujifilm – Kompakt und leicht

Fujifilm hat mit der X-M1 die dritte spiegellose Systemkamera vorgestellt. Das neue Modell bietet wichtige Leistungsmerkmale der X-Pro1 und X-E1 in einem besonders kompakten und eleganten Gehäuse. Herzstück der Kamera ist der 16 Megapixel APS-C X-Trans CMOS-Sensor, dessen Farbfilter-Anordnung den Einsatz eines Tiefpassfilters überflüssig macht. Mit WiFi werden die Bilddaten schnell zu anderen Geräten oder in digitale Netzwerke übertragen. **Seite 12**



Smarte Weltneuheit von Samsung mit 3G-/LTE-Anbindung und Android

Nach der Einführung des Smart Camera 2.0 Konzeptes setzt Samsung jetzt in Sachen Netzwerkfähigkeit einen weiteren Akzent: Mit der Galaxy NX bringt das Unternehmen die weltweit erste Systemkamera mit Anbindung an 3G-/LTE-Mobilfunknetze auf den Markt. Das Smartphone-Betriebssystem Android 4.2 macht die Bedienung des neuen Modells besonders komfortabel. **Seite 22**



Neues Sports Objektiv und innovatives Dock – Leistung personalisieren

Das bereits angekündigte USB-Dock von Sigma ist jetzt lieferbar. Mit diesem innovativen System können die Kunden compatible Objektive schnell und einfach an ihre persönlichen Vorlieben anpassen. Zudem bringt Sigma mit dem Hochleistungszoom 120–300 mm F2.8 DG OS HSM das erste Objektiv der neuen Sports Produktlinie auf den Markt. **Seite 37**



INTERVIEW

Erste Systemkamera mit 3G-/LTE-Anbindung und Android Betriebssystem – Smarte Weltneuheit von Samsung	22
Canon bringt WLAN-fähige Spiegelreflex EOS 70D – Neue AF-Technologie	24
Neue Zeiss Touit Objektive jetzt verfügbar – Für APS-C Systemkameras	25
Neues Sport Objektiv und innovatives Dock – Leistung personalisieren	37

Interview

Sauter präsentiert sich nach Umbau völlig neu – Deutschlands größtes Fachgeschäft. **26**

Unternehmen

Cewe veröffentlicht Nachhaltigkeitsbericht 2012 – Für Klima und Umwelt 29

Das Felix Schoeller Werk in Weißenborn – „The home of best performing papers“ 30

Literatur 36

Klein- und Personalanzeigen 38

Impressum 39

NEUHEITEN



Immer aktuell:
www.foto-contact.de

Vanguard Deutschland mit neuer Geschäftsführung

Zum 1. Oktober dieses Jahres wird Andreas Steffens die Geschäftsführung der Vanguard Deutschland GmbH übernehmen. Zuletzt war der 46-Jährige als



Andreas Steffens

Geschäftsführer für die Daymen GmbH & Co. KG tätig und verantwortete das Geschäft mit den Marken Lowepro und Joby in Deutschland und der Schweiz. Darüber hinaus hat Vanguard bekannt gegeben, neue Räumlichkeiten zu beziehen, um die umfangreiche und kontinuierliche Betreuung des deutschen Marktes sicherstellen zu können. Damit soll die Präsenz der Marke bei Handel und Konsumenten ausgebaut werden. Vom deutschen Büro in Neuss aus sollen auch die Geschäfte in den Märkten Schweiz und Österreich betreut werden. Kunden und Geschäftspartner werden rechtzeitig über Adresse und Details informiert.

Andreas Lippert jetzt bei eBay



Andreas Lippert

Lippert, besetzt. In der neu geschaffenen Position verantwortet der 46-Jährige in Deutschland den Ausbau des Geschäfts großer Händler und Markenhersteller auf dem eBay-Marktplatz. Lippert berichtet an Nicholas Illidge, Vice President eBay International, der auf europäischer Ebene

eBay hat die neu geschaffene Position des Senior Director Merchant Development Germany mit dem früheren Geschäftsführer der Kodak GmbH, Andreas

Quatela verlässt Kodaks Consumer Geschäft

Laura Quatela, in Personalunion Präsidentin der Eastman Kodak Company und der an den britischen Fond Kodak Pension Plan (KPP) verkauften Geschäftsbereiche Personalized Imaging und Document Imaging, wird dem technischen Management nach Abschluss der Transaktion, die inzwischen vom zuständigen Insolvenzgericht genehmigt wurde, nicht mehr angehören. Das gab die Eastman Kodak Company bekannt. Quatela, die als Architektin des Verkaufs der Geschäftsbereiche an KPP gilt, will sich neuen beruflichen Herausforderungen zuwenden. Die Nachricht vom Ausscheiden Quatelas wurde innerhalb und außerhalb von Kodak mit Überraschung aufgenommen. Die Managerin blickt auf eine erfolgreiche Karriere bei dem amerikanischen Unternehmen zurück und war unter anderem für den Verkauf des Patent-Portfolios verantwortlich. Auch große Abschlüsse für den Geschäftsbereich Personalized Imaging, zum Beispiel eine langfristige Vereinbarung mit der amerikanischen Drogeriemarkt-Kette CVS, zählen zu ihrer Bilanz. Unter der Voraussetzung, dass alle rechtlichen Formalitäten termingerecht erfüllt werden, wird das Kodak Consumer Geschäft bis zum 30. September 2013 in den Besitz von KPP übergehen. Diesen Prozess will Quatela bis zum Abschluss begleiten. Der britische Pensionsfond wird dann voraussichtlich die Führungsposition neu besetzen.



Laura Quatela

ne für die Merchant Development Organisation von eBay verantwortlich zeichnet.

In seiner neuen Position will Lippert neue Perspektiven für das Online-Geschäft des stationären Einzelhandels entwickeln. In einer Pressemitteilung betonte der 46-Jährige: „Ich bin der festen Überzeugung, dass es auch für traditionelle Händler wichtig ist, sich dem Online-Kanal zu öffnen. Momentan ist der ideale Zeitpunkt für die Entwicklung ganzheitlicher Vermarktungsstrategien, um die Stärken des Fachhandels mit dem stetigen Wachstum des Online-Geschäfts zu verschmelzen.“

Canon Professional Imaging Group stellt sich neu auf

Die im Januar 2012 bei Canon Europe etablierte Professional Imaging Group (ProIG) hat sich in Deutschland neu aufgestellt: Seit dem 1. Mai 2013 ist Harald Horn als Director Professional Imaging verantwortlich für den Geschäftsbereich, zu dem der Vertrieb professioneller EOS Systeme, Broadcast, Cinema EOS, Pro

Video, Pixma Pro, Projektoren, Netzwerkkameras, Displays sowie das DreamLabo 5000 gehören.



Harald Horn,
Director
Professional
Imaging

Für die Steuerung der Vertriebssegmente zeichnet Klaus Akkermann als Sales Imaging Manager verantwortlich. Er wird unter anderem von sechs Key Account Managern unterstützt, die die einzelnen Händler betreuen. Zudem sind zwei Segment Key Account Manager für die Betreuung verschiedener Marktsegmente und Nutzergruppen und die Akquise neuer Projekte verantwortlich.

Aufgrund der Komplexität der professionellen Produkte kommt dem technischen Management eine besondere Bedeutung zu. Guido Krebs leitet diesen Bereich als Technical Manager und wird dabei von Spezialisten unterstützt. Innerhalb des Marketings übernimmt Nikola Tillmann die Position des Channel Marketing Manager ProIG.

Europas
beliebtestes
Fotobuch

ab 7,95 €*



*Das abgebildete Produkt hat einen höheren Preis.
Diesen entnehmen Sie bitte der Preisliste. Die Preise
verstehen sich inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten.

Mein
cewe fotobuch
Mein Leben

www.cewe.de

 **cewe**
BEST IN PRINT

Branchentreff im Photo+Medienforum Kiel Hart, aber fair



„Hart, aber fair“ diskutierten Vertreter des Fotohandels und der Fotoindustrie auf dem Branchentreff in Kiel: (von links) Ute Nolte (Geschäftsführerin Photo+Medienforum Kiel), Klaus Bothe (Isarfoto Bothe), Andreas Preuss (Nikon), Michael Gleich (Ringfoto), Thilo Röhrig (Sony), Marion Knoche (GfK), Carolin Kirchwehm (Vico), Joachim Rozek (Canon) und Markus Sommer (Hama). Foto: Frank Becker, Photo+Medienforum

Erstmals fand der vom Photo+Medienforum Kiel im Zweijahres-Rhythmus veranstaltete Branchentreff zusammen mit dem Alumnitreffen des Hauptlehrgangs statt. Weit über 100 Gäste kamen Anfang Juni zu der interessanten Veranstaltung, in deren Rahmen auch die Jahreshauptversammlung und die Kuratoriumssitzung für das Photo+Medienforum Kiel stattfanden.

Hauptprogrammpunkt des ersten Tages war im Rahmen des 2. Ehemaligentreffens eine Podiumsdiskussion zwischen profilierten Vertretern des Fotohandels und der Fotoindustrie. Moderiert von Marion Knoche (GfK) beschäftigten sich Klaus Bothe (Isarfoto Bothe), Michael Gleich (Ringfoto) und Carolin Kirchwehm (Vico) mit Andreas Preuss (Nikon), Thilo Röhrig (Sony), Joachim Rozek

(Canon) und Markus Sommer (Hama) mit den aktuellen Herausforderungen für Fotohändler. Dabei kamen die „Parteien“ unter dem Titel „Was wünscht sich der Handel von der Industrie, und was wünscht sich die Industrie vom Handel?“ hart, aber fair ins Gespräch. Denn die Vertreter des Fotohandels machten aus ihrem Herzen keine Mördergrube. Schon Klaus Bothe machte eingangs



Carolin Kirchwehm (Vico) stellte pointiert die Frage, ob der Fachhandel von der Industrie überhaupt noch gewünscht sei: „Ich habe Betriebswirtschaft studiert. Ich kann auch etwas anderes tun.“

Foto: Frank Becker, Photo+Medienforum Kiel



Ringfoto Geschäftsführer Michael Gleich: „Ich will die Marge im Kamerageschäft nicht durch Klimmzüge ersetzen.“

Foto: Frank Becker, Photo+Medienforum Kiel

deutlich, dass extrem starke Marken das Kamerageschäft beherrschen und wies auf den dadurch entstehenden Preisdruck hin. Dabei, so ergänzte Michael Gleich, müsse der Fachhandel mit Kameras Geld verdienen, denn die Zeiten, in denen man den größten Teil des Geldes mit dem Bildergeschäft erwirtschaften könne, seien vorbei. Mit Carolin Kirchwehm brachte dann eine Vertreterin der jungen Generation das Thema auf den Punkt: Es sei eine Tatsache, dass die Personalkosten bei einem durchschnittlichen Verkaufsgespräch für eine Kamera höher lägen als der am Ende mit dem Produkt erzielte Ertrag, betonte die Vico Geschäftsführerin. Für sie als junge Betriebswirtin stelle sich die Frage, ob die Hersteller den Fachhandel als Vertriebsweg überhaupt noch wollen. „Wenn nicht, ist das ja ok. Aber dann möchte ich das gerne wissen, denn ich kann etwas anderes tun.“

Woher kommt die Marge?

Die anwesenden Industrievertreter waren sich darin einig, dass der Vertriebsweg Fachhandel für den Verkauf anspruchsvoller Kameras, die ja angesichts der Einbrüche in der Kompaktklasse immer wichtiger werden, unverzichtbar sei. Bei der Frage, wie

kompetente Beratung und ein positives Einkaufserlebnis im Geschäft finanziert werden könnten, wurden allerdings unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt. In vergleichsweise komfortabler Situation befand sich Thilo Röhrig, denn Sony wurde von den Vertretern des Handels mehrfach als positives Beispiel für einen Lieferanten genannt, der dem Fachhandel durch sein Vertriebssystem auskömmliche Margen ermögliche. Dagegen setzten die Vertreter von Canon und Nikon eher auf Konzepte, den Kameraverkauf zum Anlass für ein aktiv betriebenes Zubehörgeschäft zu nehmen, mit dem sich dann deutlich höhere Deckungskostenbeiträge erzielen ließen. Das hörte Markus Sommer von Hama natürlich nicht ungerne.

Konkrete Ergebnisse wurden in der jederzeit interessanten Debatte nicht erzielt und waren auch nicht zu erwarten. Einige Vorschläge konnten die Beteiligten allerdings mit nach Hause nehmen. So regte Carolin Kirchwehm die Beigabe eines Beratungsgutscheins im Kamera-Karton an. Damit könne der Fachhandel auch Kunden unterstützen, die ihre Kamera in anderen Vertriebswegen erworben hätten, und damit Geld verdienen. Michael Gleich wies in diesem Zusammenhang auf die „Einwasch-Prämie“ hin, mit der Miele beispiels-

weise die Installation von Waschmaschinen beim Kunden honoriert. Auf eine Fortsetzung der Diskussion bei nächster Gelegenheit kann man wirklich gespannt sein.

Kontakte und Erfolge

Ein weiterer Höhepunkt des Branchentreffs war die überaus gelungene Abendveranstaltung, die den Teilnehmern die Möglichkeit bot, bei gutem Essen und Trinken miteinander ins Gespräch zu kommen. Letzteres wurde durch das finanzielle Engagement von Sigma (Goldsponsor) und Leica (Silbersponsor) möglich gemacht.

In diesem Rahmen wurden auch die besten Absolventen der „Kieler Fotoschule“ geehrt. Im Jahr 2012 waren das Claas Jähne von den adP Photostudios im Ausbildungsberuf Fotograf, Katharina Sartison von Wöltje GmbH & Co. KG als Fotomedienfachfrau und Jens Wurst von Cewe Color als Fotomedienlaborant. Sie erhielten ihre Auszeichnungen von Harald H. Pirwitz, Vorstand Marketing und Vertrieb bei Cewe. Europas größter Bilddienstleister unterstützt das Photo+Medienforum Kiel regelmäßig mit großzügigen Spenden. In diesem Jahr überreichte Harald H. Pirwitz Geschäftsführerin Ute Nolte einen Scheck über 10.000 Euro.

Die besten Absolventen des Hauptlehrgangs zum Handelsfachwirt wur-



Harald H. Pirwitz, Vorstand Marketing und Vertrieb von Cewe Color, übergab Ute Nolte eine Spende in Höhe von 10.000 Euro.

Foto: Frank Becker, Photo+Medienforum Kiel

Handel

den von Christian Müller-Rieker, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes, ausgezeichnet: Für das Jahr 2012 ging der Preis an Stephanie Möller von Photo Porst Möller in Hamburg; im gerade abgeschlossenen Lehrgang 2013 schnitt Maik Dicks von Photo Porst Menssen & Dicks in Geldern am besten ab.

Gut aufgestellt

Auf der Jahreshauptversammlung am 5. Juni gaben Geschäftsführung und der Vorstand die Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2012 bekannt. Das Photo+Medienforum Kiel steht weiterhin auf einer soliden Basis, obwohl im vergangenen Jahr trotz eines leicht gestiegenen Umsatzes durch einige unerwartete Ausgaben sowie umfangreiche Investitionen ein kleiner Verlust entstanden ist. Bereits für dieses Jahr rechnen die Verantwortlichen aber wieder mit einem Überschuss. Der Vorstand wurde einstimmig entlastet

Christian Müller-Rieker, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes, übergab die Auszeichnungen als Lehrgangsbeste des Hauptlehrgangs zum Handelsfachwirt an Stephanie Möller (2012) und Maik Dicks (2013).

Foto: Frank Becker, Photo+Medienforum Kiel



und anschließend wiedergewählt: 1. Vorsitzender Klaus Kirchwehm (Vico, Kiel), Stellvertretender Vorsitzender Stephan Uhlenhuth (posterXXL, München), Schatzmeister Frank Dröge (Wöltje, Oldenburg) und Beisitzer Jörg Hagitte (Probis Media Solutions, Hamburg).

In der anschließenden Kuratoriumssitzung begrüßte Vorsitzender Michael Gleich zwei neue Mitglieder: die

PCP-Gruppe (vertreten durch Jörg Hagittel) und Klaus Bothe von Isarfoto Bothe.

Im kommenden Jahr wird das Photo+Medienforum Kiel nur einen „kleinen“ Branchentreff ausrichten, denn im September steht noch der Auftritt auf der photokina an. Der nächste große Branchentreff wird 2015 stattfinden.

Intensivtraining für Azubis

Auch in diesem Jahr veranstaltet das Photo+Medienforum Kiel wieder sein Azubi-Special. Es findet vom 21. bis 25. Oktober 2013 in der Jugendherberge in Heidelberg und vom 3. bis 7. November 2013 in der Jugendherberge in Wolfsburg statt. Hier werden Auszubildende des Fotohandels für einfache Beratungsgespräche von der Kundenbegrüßung bis zum erfolgreichen Kaufabschluss fit gemacht.



Beim Azubi-Special des Photo+Medienforums Kiel sollen Auszubildende für Verkaufsgespräche fit gemacht werden.

Foto: Photo+Medienforum Kiel

Jens Kestler wird in einem Intensivtraining den Teilnehmern Kompetenz beim Thema Verkauf von digitalen Kameras und Zubehör vermitteln. Maximal acht Teilnehmer erhalten so innerhalb kürzester Zeit fachliches Grundlagen-Know-how in Theorie und Praxis an vollausgestatteten Arbeitsplätzen. Auf diese Weise können Fotohändler ihre Auszubildenden, die erst in diesem Jahr angefangen haben, bereits im Weihnachtsgeschäft einplanen, um Kolleginnen und Kollegen zu entlasten.

Der Seminarpreis beträgt 690 Euro zzgl. 60 Euro pro Tag und Teilnehmer für die Jugendherberge. Mitglieder der Kooperationen Ringfoto und europa-foto erhalten von ihren Zentralen einen Zuschuss in Höhe von 200 Euro zum Seminarpreis. Auch für Betriebe, die nicht bei diesen Kooperationen Mitglied sind, lohnt sich eine schnelle Anmeldung: Für die ersten beiden Anmeldungen gibt es einen Nachlass von 100 Euro auf den regulären Seminarpreis.

Anmeldung: www.photomedienforum.de

Wichtiges aus foto-contact.de

Olympus OM-D Video-Tutorials online

Die neuen OM-D Video-Tutorials von Olympus sind online. Sie bieten allen, die mehr über diese einzigartige Systemkamera erfahren oder mit ihr fotografieren lernen wollen, einen unterhaltsamen Einstieg in die Welt der OM-D. Technologien wie beispielsweise der elektronische Sucher, der 5-Achsen-Bildstabilisator oder der superschnelle Autofokus werden anschaulich erläutert. Auch Funktionen wie Live Time / Live Bulb, Live Guide, Makro oder die kreativen Art Filter werden anschaulich erklärt. Dazu gibt es viele Informationen über das umfangreiche Objektivprogramm für die OM-D. Als Kulisse für die Videos diente der OM-D: Photography Playground in den Berliner Opernwerkstätten. Die einzigartige Ausstellung zum Thema „Raum und Kunst“, die Olympus dort von Ende April bis Anfang Juni dieses Jahres präsentierte, wurde von mehr als 27.600 Fotografie- und Kunstbegeisterten aus der ganzen Welt besucht.

Echte Postkarten direkt über Facebook

Mit einer neuen Facebook App bietet der Bilddienstleister myphotobook.de nach eigenen Angaben erstmals am Markt die Möglichkeit, direkt aus dem eigenen Facebook-Account heraus personalisierte Postkarten mit eigenen Bildern zu versenden. Die selbst gestalteten Karten werden zu einem Komplettpreis von 2,50 Euro per Post an die Empfänger zugestellt. Für den neuen Service stehen zahlreiche Designvorlagen zur Verfügung, so dass die ausgewählten Bilder individuell angeordnet und gestaltet werden können. Wie bei herkömmlichen Postkarten kann auch ein persönlicher Text an den Empfänger auf der Rückseite verfasst werden.

Mehr als 80 Millionen Nikkor-Objektive



Nikon hat bekannt gegeben, dass die Gesamtproduktion an Nikkor-Objektiven für Wechselobjektiv-Kameras im Juni 2013 die 80-Millionen-Marke überschritten hat. Bereits Anfang November 2012 hatte die Stückzahl aller produzierten Nikkor-Objektive 75 Millionen erreicht. Seitdem hat das Unternehmen zahlreiche neue Objektive sowohl für Nikon-Spiegelreflexkameras als auch für das Nikon 1 System vorgestellt.

So kündigte Nikon im Januar 2013 das AF-S Nikkor 800 mm 1:5,6E FL ED VR an. Das Supertele für das FX-Format bietet nach Angaben von Nikon die längste Brennweite in der Geschichte der Nikkor-Autofokus-Objektive (AF). Dazu kam das ca. 385 Gramm leichte und kompakte Weitwinkel-Zoomobjektiv AF-S Nikkor 18–35 mm 1:3,5–4,5G ED, ebenfalls für das FX-Format.

Im März dieses Jahres folgte dann mit dem AF-S Nikkor 80–400 mm 1:4,5–5,6G ED VR ein weiteres Telezoomobjektiv für das FX-Format. Für die kompakten Systemkameras der Nikon 1 Serie kündigte Nikon im Januar 2013 mit dem Zoomobjektiv 1 Nikkor VR 10–100 mm 1:4–5,6 und dem Ultraweitwinkel-Zoom 1 Nikkor VR 6,7–13 mm 1:3,5–5,6 ebenfalls zwei neue Objektive an. Zudem wurde das lichtstärkste Objektiv der 1 Nikkor Produktreihe, das 1 Nikkor 32 mm 1:1,2, im Mai dieses Jahres vorgestellt. Damit besteht die aktuelle Produktreihe an Wechselobjektiven für Nikon 1 Kameras jetzt aus neun Objektiven.



ifa-berlin.com

Stay in touch



The global innovations show.

Spiegellose Systemkamera X-M1 von Fujifilm Kompakt und leicht

Fujifilm hat mit der X-M1 die dritte spiegellose Systemkamera vorgestellt. Das neue Modell bietet wichtige Leistungsmerkmale der X-Pro1 und X-E1 in einem besonders kompakten und eleganten Gehäuse. Herzstück der Kamera ist der 16 Megapixel APS-C X-Trans CMOS-Sensor, dessen Farbfilter-Anordnung den Einsatz eines Tiefpassfilters überflüssig macht. Mit WiFi werden die Bilddaten schnell zu anderen Geräten oder in digitale Netzwerke übertragen.

Für den X-Trans CMOS-Sensor, der auch bei den anderen beiden X-Systemkameras von Fujifilm eingesetzt wird, hat das Unternehmen einen speziellen Farbfilter entwickelt: Dieser besteht aus Pixel-Einheiten, in denen

jeweils 6x6 RGB Pixel ähnlich wie die Kristalle eines Farbfilms unregelmäßig angeordnet sind. Dadurch ist kein Tiefpassfilter nötig, um Moirés oder Farbfehler zu verhindern. Gleichzeitig sind in jeder Reihe des Sensors alle

Mit Abmessungen von 116,9 x 66,5 x 39 mm und einem Gewicht von nur 330 g inkl. Akku und Speicherkarte ist die Fujifilm X-M1 sehr kompakt.



Mit den zwei neuen Objektiven stehen für das Fujifilm X-Bajonett jetzt acht Objektive zur Verfügung.

Farbinformationen (RGB) enthalten, um eine differenzierte Farbwiedergabe zu gewährleisten. Ein weiterer Vorteil des großen APS-C-Sensors ist das schöne „Bokeh“ bei Aufnahmen mit geringer Schärfentiefe. Der neue EXR-Prozessor II verarbeitet die Bildinformationen des Sensors schnell und präzise. Seine Leistungsfähigkeit ermöglicht bei der X-M1 eine schnelle Einschaltzeit von 0,5 Sekunden (im Schnellstart-Modus), eine Auslöseverzögerung von lediglich 0,05 Sekunden und eine Serienbildgeschwindigkeit von bis zu 5,6 Bildern/s (max. 30 Aufnahmen). Alle Einstellräder und Bedienelemente der Fujifilm X-M1 sind auf der rechten Seite des Gehäuses so angeordnet, dass die Kamera auch mit einer Hand bedient werden kann. Die gewünschte Aufnahmefunktion ist mit dem

Moduswahlrad schnell zu finden. Im „Advanced SR Auto“-Modus wählt die Kamera automatisch die Einstellungen, die am besten zum Motiv passen; für zahlreiche kreative Effekte gibt es den „Advanced Filter“-Modus.

Mit Hilfe von zwei weiteren Einstellrädern werden Blende, Verschlusszeit und Belichtungskorrektur gesteuert, die Einstellung weiterer Parameter wie ISO-Empfindlichkeit und Weißabgleich erfolgt über benutzerdefinierte Tasten. Zudem können wichtige Einstellungen direkt über die „Q-Taste“ abgerufen werden.

Die Fujifilm X-M1 ist mit einem 3 Zoll (7,6 cm) großen, nach unten schwenkbaren LC-Display mit einer Auflösung von 920.000 Pixeln ausgestattet. Videos werden im Full-HD-Format (1.080p) mit 30 Bildern pro Sekunde aufgenommen. Neben der Verwendung von Schwarzweiß- oder anderen Filmsimulationsmodi ist es beim Fotografieren und Filmen möglich, durch die Wahl einer großen Blendenöffnung den Hintergrund unscharf erscheinen zu lassen.

Mit der Funktion „Wireless Image Transfer“ kann die X-M1 mit Smartphones, Tablets oder Computern verbunden werden. Dazu wird lediglich die kostenlose Applikation „Fujifilm Camera Application“ auf dem Mobilgerät installiert. Für die WiFi-Übertragung von Bildern und Videos zum heimischen Computer gibt es die kostenlose Software „Fujifilm PC Auto-Save“. Nach der Installation wird die X-M1 über den WiFi-Router mit dem PC verbunden.

Die Fujifilm X-M1 ist ab August in den Farben Silber, Schwarz und Braun zum Preis von 679 Euro (UVP) verfügbar. Im Kit mit dem Fujinon XC16–50 mm soll die Kamera 799 Euro (UVP) und mit dem Fujinon XF18–55mm Kit 1.049 Euro (UVP) kosten.

Zwei neue Fujinon Objektive

Fujifilm erweitert das Angebot von Fujinon Objektiven für die X-Serie um zwei weitere Modelle, die kompakte Premium-Festbrennweite Fujinon XF27 mm F2.8 und das Standard-Zoom XC16–50 mm F3.5–5.6 OIS. Damit stehen insgesamt acht Fujinon XF- und XC-Objektive für die spiegellosen Systemkameras zur Verfügung.

Das neue Fujinon XF27 mm F2.8 ist besonders kompakt und leicht. Mit seiner Festbrennweite von 27 mm (41 mm KB) bietet es einen Blickwinkel, der dem des menschlichen Auges ähnelt. Das Objektiv besteht aus sieben Elementen in fünf Gruppen inklusive einer asphärischen Linse und verfügt über sieben Blendenlamellen, die eine nahezu kreisrunde Blendenöffnung ergeben. Mit einem Gewicht von nur 78 Gramm und sehr kompakten Abmessungen ist das Fujinon XF27 mm F2.8 nach Herstellerangaben eine der kleinsten und leichtesten Festbrennweiten, die derzeit für eine spiegellose Systemkamera mit APS-Sensor verfügbar sind. Zudem erreicht es eine der schnellsten Autofokusgeschwindigkeiten in dieser Klasse.

Der präzise Fokusring ist komplett aus Metall gefertigt und ermöglicht schnelles manuelles Scharfstellen. Um die kompakten Abmessungen zu realisieren, hat Fujifilm bei diesem Objektiv auf einen Blendenring verzichtet. Nutzer der Fujifilm X-Pro1 und X-E1 können die Firmware ihrer Kameras aktualisieren, um die Blende über das Einstellrad der Kamera einstellen zu können.

Das Fujinon XF27 mm F2.8 wird ab August in den Farben Silber und Schwarz für 449 Euro erhältlich sein.

Als leichtes und schnelles Standard-Zoomobjektiv bietet das Fujinon XC16–50 mm F3.5–5.6 OIS mit optischem Bildstabilisator einen KB-äquivalenten Brennweitenbereich von 24–76 mm. Es besteht aus zwölf Glas-elementen in zehn Gruppen, einschließlich drei asphärischen Linsen und einer ED-Linse und verfügt über sieben Blendenlamellen. Der gewünschte Wert kann in 17 Blendenstufen in 1/3 Schritten eingestellt werden.

Das Fujinon XC16–50 mm F3.5–5.6 OIS ist ab August in den Farben Silber und Schwarz zum Preis von 399 Euro (UVP) erhältlich.

Die neue kompakte Festbrennweite Fujinon XF27 mm F2.8 und das Standard-Zoom XC16–50 mm F3.5–5.6 OIS.



Ringfoto auch 2012 mit Rekord-Ausschüttung

Auf der Mitglieder-Versammlung von Ringfoto, die Ende Juni in München stattfand, gaben Geschäftsführung und Verwaltungsrat für das Jahr 2012 erneut Rekordergebnisse bekannt. Mit insgesamt 19,001 Millionen Euro erhalten die Mitglieder für das Jahr 2012 die höchste Gesamtausschüttung in der Firmengeschichte. Für das laufende Jahr rechnen die Verantwortlichen allerdings nicht mit weiteren Rekorden, denn zur Zeit fehlen leider die Innovationen, um die Kunden in die Geschäfte des Fachhandels zu locken.

Bei einem Gesamtumsatz von 308,7 Millionen Euro (plus 2 Prozent) erzielte Ringfoto im Jahr 2012 einen Jahresüberschuss von 2,001 Millionen Euro (plus 14,7 Prozent). Der konsolidierte Konzernumsatz einschließlich



Ringfoto Hauptgeschäftsführer Michael Gleich erläuterte den Mitgliedern die Einzelheiten des Rekordergebnisses für das Jahr 2012.



Trotz der aktuellen Herausforderungen in guter Stimmung: Rainer Schorch, Vorsitzender des Ringfoto Verwaltungsrats

Innovationen gesucht

der Tochtergesellschaften in Österreich und den Niederlanden stieg um 5,8 Prozent auf 340,2 Millionen Euro. Ringfoto Hauptgeschäftsführer Michael Gleich führte die positive Entwicklung vor allem auf zwei Faktoren zurück: „Zum einen auf die massiven Lieferengpässe des Jahres 2011, die durch die beiden großen Naturkatastrophen in Japan und Thailand zustande kamen, und dann im Folgejahr 2012 mehr als aufgeholt wurden. Zum anderen durch hochinteressante Innovationen in den hochwertigen Produktbereichen, von denen der Fachhandel extrem profitiert hat.“ Folgerichtig schnitten die Ringfoto Fachhändler vor allem in den wertschöpfungsstarken Produktsegmenten gut ab. Der Gesamtumsatz mit Spiegelreflex- und Systemkameras stieg im Ringfoto Zentrallager um rund

23 Prozent und entwickelte sich damit deutlich besser als der Gesamtmarkt (plus 18 Prozent). Besonders die Vollformat-Neuheiten wurden sehr gut nachgefragt. Auch spiegellose Systemkameras gehörten zu den wachstumsstärksten Warengruppen im Ringfoto Lager.

Von dieser Entwicklung profitierte auch der Objektiv-Verkauf, der um 48 Prozent nach Umsatz und 32 Prozent nach Menge zulegen konnte. Auch hier liegt Ringfoto deutlich über dem Gesamtmarkt, der ein Plus von 13 Prozent in Wert und Menge in diesem Segment verzeichnete. Gegen den Trend erzielte Ringfoto bei den Camcordern Zuwächse und konnte den Umsatz um 19,8 Prozent steigern. Hier zahlte sich die Fokussierung auf A-Marken und höherpreisige Topmodelle sowie die Nutzung exklusiver Vertriebsmodelle aus.

Auch von der starken Nachfrage nach Smartphones konnte Ringfoto profitieren und überproportionale Steigerungsraten erzielen. Im Ringfoto Zentrallager wuchs der Umsatz mit den mobilen Alleskönnern 2012 um 155 Prozent. Berücksichtigt man die Verkaufszahlen des Apple iPhone, das nur von autorisierten Händlern vertrieben wird, ergibt sich sogar eine Wachstumsrate von 174 Prozent.

20 Jahre Erfolg

Angesichts dieser Ergebnisse war es nicht erstaunlich, dass der Ringfoto Verwaltungsrat und die Mitglieder sich bei Michael Gleich für seine erfolgreiche Tätigkeit herzlich bedankten. Das gilt nicht nur für das Rekordjahr 2012: In diesem Jahr ist der Ringfoto Hauptgeschäftsführer 20 Jahre im Amt und kann auf zwei ausgesprochen erfolgreiche Jahrzehnte zurückblicken. Unter seiner Führung wuchs der Umsatz von damals 110 auf jetzt 308 Millionen Euro. Die Ausschüttung an die Mitglieder hat sich im Vergleich zu 1993 sogar mehr als verfünffacht. Allein für das Jahr 2012 erzielten die Kommanditisten eine Rentabilität ihrer Kapitaleinlage von 27 Prozent (2011: 23,5 Prozent). Wer 1993 eine Einlage im Wert von 8.000 Euro geleistet hat, kann sich bislang über eine Rendite von 48.000 Euro freuen.

Neue Herausforderungen

Nach dem Rekordergebnis des letzten Jahres steht auch Ringfoto in diesem Jahr vor neuen Herausforderungen: Die Entwicklung des ersten Halbjahres machte bereits deutlich, dass es wahrscheinlich sehr schwierig bis fast unmöglich sein wird, das Umsatz- und Ertragsniveau des Vorjahres zu halten. „Leider fehlen nach den zahlreichen Innovationen des ver-

gangenen Jahres in diesem Jahr vergleichbare Neuheiten“, erklärte Gleich, „und auch die Frequenz in den Fachgeschäften war wetter- und konjunkturbedingt bisher eher rückläufig.“ Dazu kommt der durch die wachsende Popularität von Smartphones hervorgerufene Einbruch im Kompaktkamera-Geschäft. Diese Entwicklung wollen die Ringfoto Verantwortlichen allerdings nicht kampflos hinnehmen: Immer neue werblich gestützte Aktionspakete sollen den Mitgliedern die Möglichkeit geben, in diesem Marktsegment Nachfrage zu erzeugen. „Diese Aktionspakete kommen sehr gut an und sind mittlerweile ein wichtiger Umsatz- und Renditeträger geworden“, betonte Gleich. „2012 standen den Mitgliedern fast 20 attraktive Aktionsprodukte zur Verfügung. Deshalb konnte der Absatz dieser Aktionskameras im Vergleich zum Vorjahr nochmals um 9 Prozent gesteigert werden.“

„Wir brauchen Regeln zur Honorierung von Leistung“

Auch der Ringfoto Verwaltungsratsvorsitzende Rainer Schorcht befasste sich auf der Gesellschafter-Versammlung ausführlich mit den Herausforde-

Flutkatastrophe: „Händler helfen Händlern“

Die verheerende Hochwasserkatastrophe, die im Frühsommer dieses Jahres Deutschland heimsuchte, hat auch Ringfoto nicht verschont. In den Krisenregionen Sachsen, Sachsen-Anhalt und Bayern wurden zahlreiche Geschäfte der Mitglieder überschwemmt – zum Teil mit schlimmen Konsequenzen. Zur schnellen unbürokratischen Unterstützung der betroffenen Mitglieder hat Ringfoto einen Soforthilfe-Fond in Höhe von 25.000 Euro zur Verfügung gestellt. Die Summe wird noch steigen: Denn Mitglieder und Mitarbeiter haben sich spontan bereit erklärt, Geld zu spenden, um den am schlimmsten betroffenen Händlern zu helfen. Dafür stehen unter dem Stichwort „Händler helfen Händlern“ mehrere Spendenkonten zur Verfügung. Der Verwaltungsrat wird die Schadensfälle prüfen und die Zuführung der Spenden an die betroffenen Mitglieder organisieren.

rungen, vor denen der Fachhandel im allgemeinen und die Ringfoto Mitglieder im besonderen in diesem Jahr stehen. Beispiele aus dem Ausland zeigen, dass diese Sorgen der Händler mehr als berechtigt sind. Schorcht



Blumen für das Management: Michael Gleich wurde für 20 Jahre erfolgreiche Arbeit als Ringfoto Hauptgeschäftsführer geehrt, der langjährige Finanzgeschäftsführer Herbert Steiner wurde mit großem Applaus für seine engagierte Tätigkeit in den Ruhestand verabschiedet.



Coaching auf der Gesellschafterversammlung: die Münchener Management Trainerin Sabine Asgodom zeigte Wege auf, Ziele zu erreichen und sich dabei wohlfühlen.

erinnerte an die Insolvenzen der Handelsunternehmen Niedermeyer in Österreich, Jessops in Großbritannien und Foto Knudsen in Norwegen. Gerade weil durch den Rückgang des Kompaktkamera-Marktes die Stückzahlen kleiner werden, ist der Rechnungskostenbeitrag jedes einzelnen Produktes wichtig. Die aggres-

siven Preismacher Internet-Anbieter verschärfen diese Situation. Glücklicherweise gebe es bereits Konzepte, die Beratungs- und Präsentationsleistungen des Fachhandels zu honorieren, erklärte Schorcht und hob dabei die Lieferanten Fujifilm, Olympus, Panasonic und Sony hervor. Die Verhandlungen mit den großen Anbietern

Canon und Nikon seien dagegen noch nicht zu einem positiven Ende gekommen. Der Wille bei den Firmen ist verbal aber immerhin vorhanden, erklärte Schorcht. Die Marktsituation macht es unumgänglich, dass Lieferanten Regeln aufstellen, die unterschiedliche Kosten und Leistungen der verschiedenen Vertriebswege angemessen honorieren, betonte Schorcht und fügte hinzu: „Das schließt auch Sanktionen für diejenigen Händler ein, die solche Regeln brechen.“

Markenpartner Cewe Color

Die diesjährige Gesellschafter-Versammlung von Ringfoto wurde von Europas größtem Bilddienstleister Cewe Color gesponsert. In seinem Vortrag vor den Mitgliedern betonte Harald H. Pirwitz, Vorstand Marketing und Vertrieb, die langjährige und erfolgreiche Partnerschaft zwischen Ringfoto und Cewe Color. Dann stellte er im Rück- und Ausblick die erfolgreiche Entwicklung des früher anonym arbeitenden Bilddienstleisters zum profilierten Markenartikler dar. Von der Marke Cewe Fotobuch, die Cewe Color seit 2005 etabliert hat, könnten auch die Handelspartner profitieren, erklärte Pirwitz. Denn Cewe sorgt mit umfassenden Marketing-Aktivitäten von klassischer Werbung über Online-Auftritte bis zu TV Spots für Nachfrage bei den Handelspartnern. Allein im vergangenen Jahr erzielte das Unternehmen mit seinen Werbeaktivitäten 1,4 Milliarden Kontakte. Das sei eine gute Grundlage für die erfolgreiche Partnerschaft mit Ringfoto und den Ausbau der Geschäftsbeziehungen, sagte Pirwitz. Dazu soll in Zukunft auch die Ausweitung der Cewe Markenstrategie auf andere Bildprodukte und neue Geschäftsfelder wie den kommerziellen Digitaldruck und der Marke Cewe Print beitragen.

Exklusiver Verkaufsstart für Lytro Kameras bei Ringfoto

Seit Mitte Juli ist die neuartige Lytro Lichtfeldkamera zur Markteinführung in Deutschland, Österreich und der Schweiz exklusiv bei ausgewählten Fotofachgeschäften der Ringfoto-Gruppe verfügbar. Zum Start können die einzigartigen Produkte in den Geschäften von über 45 Ringfoto Fotofachhändlern und teilweise auch über die entsprechenden Online Shop. Weitere Ringfoto Händler werden zum 19. August 2013 mit der Vermarktung starten.

Die Lytro Kameras (siehe *imaging+foto-contact* 4/2013, S. 11) bieten eine Auflösung von 11 Megarays, 8-fach optischem Zoom, manuellen Einstellmöglichkeiten sowie zahlreiche Effekt-Filtern. Dank der neuartigen Lichtfeldtechnologie kann nach dem Prinzip „Erst auslösen, dann fokussieren“ jeder Motivdetail in einem bereits aufgenommenen Bild nachträglich am Computer scharfgestellt werden. Exklusiv vertrieben werden die Lytro Kameras in Deutschland, Österreich und der Schweiz von der Münchner Consutecc GmbH, die von dem in der Fotobranche gut bekannten ehemaligen Sanyo Manager Stephan Madl geführt wird.

Alle Ringfoto Fachhändler, die die innovative Lytro Kamera ab sofort vermarkten, wurden in den letzten Monaten als Lytro Pro Shop autorisiert und speziell auf die neue Lichtfeldtechnologie geschult. Damit ist eine kompetente und umfassende Beratung der Endverbraucher gesichert. Die Fachhändler bieten das gesamte Lytro Sortiment mit entsprechendem Original-Zubehör an. Lytro-Kameras gibt es in verschiedenen Farben mit Speicherkapazitäten von 8 bis 16GB, die für 350 bzw. 750 Fotos ausreichen. Die empfohlenen Verkaufspreise liegen je nach Modell bei 479 bzw. 579 Euro.



Die Lytro-Kameras sind in verschiedenen Farben mit Speicherkapazitäten von 8 bis 16 GB erhältlich.

Die neuen Pentax Systemkameras

Lichtstark mit und ohne Spiegel

Mit drei neuen Systemkameras will Pentax in wertschöpfungsstarken Marktsegmenten Akzente setzen. In der Spiegelreflex-Klasse setzt die robuste Pentax K-50 das erfolgreiche Outdoor-Konzept der K-30 fort, die neue Pentax K-500 soll ein besonders gutes Preis-/Leistungsverhältnis für Einsteiger bieten. Und bei den „Spiegellosen“ erweitert die neue Pentax Q7 die Palette der besonders kompakten und leichten Q-Systemkameras mit einem größeren Bildsensor nach oben.



Das robuste Edelstahl-Gehäuse der Pentax K-50 ist wirkungsvoll gegen das Eindringen von Wasser, Schnee, Feuchtigkeit, Sand oder Staub geschützt.

Herzstück der beiden Spiegelreflexmodelle Pentax K-50 und K-500 ist der neu entwickelte CMOS-Sensor im Format APS-C mit 16,28 Megapixeln. Mit einer maximalen Empfindlichkeit von ISO 51.200 macht er das Fotografieren selbst bei besonders wenig Licht möglich. Auch die umfassende Ausstattung und die wichtigsten Leistungsmerkmale haben die beiden neuen Pentax Spiegelreflexkameras gemeinsam. Dazu gehört der von Pentax entwickelte 3D-SR (Shake Reduction)-Bildstabilisator, der in das Gehäuse integriert ist und daher mit allen angeschlossenen Pentax Objektiven funktioniert. Für schnelle und präzise Scharfstellung sorgt das Safox iX+ Autofokus-Modul, das mit einer speziellen Diffraktions-Linse den Einfluss unterschiedlicher chromati-

scher Aberrationen einzelner Objektive ausgleicht. In schlecht ausgeleuchteten Aufnahmesituationen wird das AF-System von einem Mess-Strahl unterstützt. Die schnelle Serienbildfunktion ermöglicht Reihenaufnahmen mit einer Geschwindigkeit von bis zu sechs Bildern pro Sekunde (JPEG). Beide Kameras sind mit einem Glasprismensucher (Sichtfeld fast 100 Prozent) und einem 7,6 cm großen LCD-Monitor mit einer Auflösung von 921.000 Bildpunkten ausgestattet. Die Einblendung von Hilfslinien erleichtert die Bildgestaltung und ermöglicht zum Beispiel die Motivkomposition nach dem Goldenen Schnitt. Bei der Belichtungssteuerung können die Nutzer zwischen manueller Einstellung und verschiedenen Automa-

tik-Optionen wählen. Im Auto-Picture-Modus stellen die Kameras je nach Motiv das passende Aufnahme-Programm ein, zum Beispiel Portrait, Landschaft oder Makro. Für die individuelle Bildgestaltung stehen elf Farbeffekte und 19 digitale Filter zur Verfügung. Beide Kameras nehmen Videos im Full-HD-Format (1.920 x 1.080 Bildpunkte) mit einer Geschwindigkeit von 30 Bildern pro Sekunde auf.

Rundum wetterfest

Die neue Pentax K-50 ist wie ihre Vorgängerin K-30 besonders gut für den Einsatz unter harten Bedingungen geeignet: 81 Dichtungen schützen das robuste Edelstahl-Gehäuse wirkungsvoll gegen das Eindringen von Wasser, Schnee, Feuchtigkeit, Sand oder Staub. Deshalb arbeitet die Pen-

Pentax

tax K-50 auch zuverlässig unter besonders widrigen Bedingungen wie Regen, Nebel oder Frost. „Wie bei der K-30 ist die Outdoor-Tauglichkeit das wichtigste Verkaufsargument für die K-50, denn das kann kaum eine andere Kamera dieser Klasse bieten“, erklärte Stefan Thode, Mana-

das Standard-Weitwinkel-Objektiv smc Pentax DA L 18–55/3,5–5,5 AL WR, das mit asphärischen Hochleistungslinsen und Super Low Dispersion Glas ausgestattet ist, und das smc Pentax DA L 50–200 mm/4–5,6 ED WR Objektiv, das einen Brennweitenbereich von ca. 75–310 mm (KB) abdeckt

Doppelzoom-Kit mit DA L 18–55 mm WR und DA L 50–200 mm WR. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, die Kamera wie bei der Q10 individuell auf der Pentax Webseite zu konfigurieren. Dabei können die Konsumenten aus insgesamt 120 Farbkombinationen und vier Objektivfarben (Weiß,



Auf der Pentax Webseite können Individualisten ihre Pentax K-50 aus insgesamt 120 Farbkombinationen und vier Objektivfarben (Weiß, Schwarz, Rot und Rosa) ganz nach Geschmack konfigurieren.



Die neue Pentax K-500 bietet zu einem günstigen Preis hohe Lichtempfindlichkeit, eine schnelle Serienbild-Funktion und eine umfassende Ausstattung.

ger Sales und Marketing bei Ricoh Imaging Deutschland, im Gespräch mit *imaging+foto-contact*. „Zusätzlich haben wir die Verbesserungen umgesetzt, die sich viele Nutzer der K-30 wünschen: ein eher klassisches Gehäuse-Design und eine höhere Empfindlichkeit des Sensors.“

Mit der K-50 bringt Pentax zwei neue wetterfeste Objektive auf den Markt:

und besonders für Portrait-, Sport- und Action-Aufnahmen geeignet ist. Die beiden Objektive sind zunächst nur im Kit mit der K-50 erhältlich.

Die Pentax K-50 ist in den Standardfarben Mattschwarz, Mattweiß und Rot erhältlich. Die Preisempfehlungen betragen 649 Euro für das Gehäuse, 699 Euro im Zoom-Kit mit dem Pentax DA L 18-55 mm WR und 799 Euro im

Schwarz, Rot und Rosa) ihre eigenen Varianten auswählen. Etwa 4-6 Wochen nach der Bestellung beim Händler werden die personalisierten Kameras ausgeliefert.

Die Preisempfehlung für die mit einem Edelstahl-Gehäuse ausgestattete Pentax K-500 beträgt im Kit mit dem Standardzoom smc DA L F3,5-5,6/18–55 mm 499 Euro.

Aus Pentax Ricoh Imaging wird Ricoh Imaging

Zum 1. August wird der Name der nach der Übernahme von Pentax durch Ricoh gegründeten Gesellschaft Pentax Ricoh Imaging Company Ltd. in Ricoh Imaging Company Ltd. geändert. Das Unternehmen will die Marke Pentax weiterhin für alle Kameras und Objektive im Bereich SLR- und Systemkameras sowie für Ferngläser verwenden. Der Markenname Ricoh soll in Zukunft für Kompaktkameras und Innovationsprodukte mit neuen Technologien stehen.

Ebenfalls zum 1. August ändert sich die Firmenbezeichnung auch bei den Auslands-Niederlassungen. Die Europa-zentrale mit Sitz in Paris wird künftig unter Ricoh Imaging Europe S.A.S. firmieren. Deutschland, Österreich und die Schweiz werden weiterhin von Hamburg aus betreut. Die neue Firmenbezeichnung lautet Ricoh Imaging Deutschland GmbH.

Klein, aber erwachsen: die Pentax Q7

Die Palette der besonders kleinen und leichten Pentax Q Systemkameras ohne Spiegel wird mit der Pentax Q7 nach oben erweitert. Sie ist mit einem im Vergleich zu den anderen Modellen deutlich größeren, rückseitig belichteten CMOS-Sensor im Format 1/1,7 Zoll ausgestattet und bietet eine Auflösung von 12 Megapixeln.

Damit konnten die Lichtempfindlichkeit auf ISO 12.800 gesteigert und gleichzeitig das Bildrauschen um 60 Prozent reduziert werden. Auch die Autofokus-Funktion wurde verbessert.



Bessere Bilder durch größeren Sensor: die neue Pentax Systemkamera Q7

Die Pentax Q7 ist mit einem 3" (7,6 cm) großen LCD-Monitor mit 460.000 Bildpunkten ausgestattet und nimmt Videos im Full-HD-Format mit einer Geschwindigkeit von 30 Bildern pro Sekunde auf. Mit Hilfe von WLAN-fähigen Eye-fi-Speicherkarten kann die Kamera auch in Netzwerke integriert werden. Zur fotografischen Ausstattung gehören verschiedene Custom Image Voreinstellungen, neun Smart Effekte zur Bildverfremdung und 19 digitale Filter, die auch miteinander kombiniert werden können.

Wegen des größeren Bildsensors verändert sich im Vergleich zu anderen Q Modellen der Umrechnungsfaktor der Objektivbrennweiten in das Kleinbildformat. Die KB-Brennweite des Standard Prime Objektivs beträgt bei diesem Modell 39 mm, die des Standard Zoom Objektivs 23–69 mm und die des Telephoto Zoom Objektivs 69–207 mm. Die KB-Äquivalente von Fish Eye, Toy Lens Wide und Toy Lens lauten 16,5 mm, 33 mm und 94 mm. Auch mit der Pentax Q7 können mit Hilfe des optional erhältlichen Q Adapters alle Pentax K Objektivs eingesetzt werden; der Verlängerungsfaktor beträgt 4,6.

Mit der neuen Kamera wird Pentax die Palette der bislang sechs Objektivs für das Q System um einen „Schutzdeckel mit Linse“ erweitern. Das Pentax-07 Mount Shield schützt nicht nur das Innenleben der Kamera, sondern ermöglicht auch Schnappschüsse; die Brennweite liegt bei 11,5 mm bei einer Lichtstärke von 1:9. Um die Kompatibilität mit dem neuen Pentax-07 Mount Shield Objektiv zu gewährleisten, hat das Unternehmen Firmware-Updates für die Modelle Q und Q-10 bereitgestellt.

Die Pentax Q7 kommt im September in den Farben Schwarz, Silber und Gelb auf den Markt; der Preis steht noch nicht fest. Auch diese Kamera kann auf der Internetseite www.pentax.de individuell aus 120 Farbkombinationen und 20 Objektivfarben konfiguriert werden. Die Bestellung und Auslieferung erfolgen über den Fachhandel.

DGH Großhandel auf der IFA

Einen Schwerpunkt des IFA-Auftritts des Würzburger Großhandels DGH sollen neben den Produkten auch Angebote bilden, die den Partnern im Handel das Verkaufen und die Kooperation mit den Herstellern erleichtern sollen. Hierzu wurde u. a. die DGH Bilddatenbank Media Supply deutlich ausgebaut. Sie steht für stationäre Händler bereit, die eine eigene Internetpräsenz aufbauen wollen.

Darüber hinaus informiert DGH über Partnerverträge und Exklusivangebote, das umfangreiche Exklusivmarken-Angebot sowie über bestehende und neue Fachhandelskonzepte.

Zu den neuen Produkten im Programm von DGH zählen aktuell besonders verkaufsstarke Artikel wie ActionCams und Tablets. Einen weiteren Trend, Video-filmen mit System- und DSLR-Kameras oder Camcordern, greift DGH mit Mikrofonen von Rode und Videozubehör von Walimex auf. Da zum perfekten Ton nicht nur die Aufnahme, sondern auch die Ausgabe gehört, nimmt DGH hochwertige HiFi-Anlagen von Teac sowie externe Lautsprechersysteme und Kopfhörer ins Programm auf, unter anderem von Sennheiser und – neu – von Marley und WeSC.



Abgerundet wird der IFA-Auftritt durch das Thema Licht, bei dem LED-Lampen und Leuchten im Mittelpunkt stehen. So zeigt DGH zum Beispiel sechs neue Modelle von Flutlichtstrahlern für den Außenbereich. Sie ergänzen das bestehende margenstarke Sortiment der Exklusivmarke eneride.

Sony bringt die zweite Vollformat-Kompaktkamera

Details ohne Filter



Die DSC-RX1R von Sony ist ab August zum Preis von 3.099 Euro (UVP) erhältlich.

Mit der RX1R stellt Sony der kompakten Vollformatkamera RX1 ein Schwestermodell zur Seite. Sie kommt ohne Tiefpassfilter aus und erkennt dadurch auch besonders feine Strukturen und Details. Mit der neuen Triluminos-Technologie ermöglicht sie zudem eine besonders brillante Wiedergabe der Fotos auf kompatiblen Bravia Fernsehern von Sony.

Wie die im Vorjahr als Weltneuheit eingeführte Sony RX1 ist die RX1R mit einem 24,3-Megapixel-Vollformatsensor ausgestattet, der eine maximale Lichtempfindlichkeit bis ISO 102.400 möglich macht. Beim großen Sensor der RX1R hat Sony aber auf den optischen Tiefpassfilter vor dem Bildsensor verzichtet, der normalerweise Moiree-Effekte verhindern soll. Das wirkt sich positiv auf die Detailzeichnung aus, so

dass die neue Kamera noch feinere Strukturen erkennen kann. Mit Hilfe des verbesserten Bildprozessors entstehen so besonders detailreiche Bilder mit hoher Schärfe und natürlich wirkenden, differenzierten Farben.

Diese Farben können jetzt mit Sony Bravia Fernsehern der neuesten Generation besonders brillant wiedergegeben werden. Denn diese sind mit der neu entwickelten Triluminos Display-

Technologie ausgestattet, die Sony auch in die RX1R integriert hat. Dadurch gibt die Kamera deutlich mehr Farbinformationen an den Fernseher weiter als andere Modelle. So werden feinere Farbnuancen sichtbar, die Fotos und Videos wirken realistischer. Für den guten Ton bei der Aufnahme von Full-HD-Videos kann an die RX1R ein externes Stereo-Mikrofon angeschlossen werden. Die gesamte weitere Ausstattung gleicht bei identischem Gewicht und Abmessungen der RX1, die weiter im Programm bleibt. Dazu gehören das SLR-ähnliche Bedienkonzept, das lichtstarke F2 Carl Zeiss Objektiv mit 35-Millimeter-Festbrennweite und die vielen Kreativ-Funktionen und Bildeffekte.

Mehr Licht, mehr Netz: die Cyber-shot RX100 II



Der LCD-Monitor der RX100 II ist klappbar.



Auch die besonders kompakte Cyber-shot RX100 bekommt eine Schwester: Die neue RX100 II ist mit einem neu entwickelten ein Zoll großen 20,2 Megapixel Exmor R CMOS-Sensor ausgestattet, der doppelt so lichtempfindlich ist wie der der RX100. Dazu kommen Netzwerkfähigkeit mit WiFi und NFC sowie mehr Flexibilität durch den schwenkbaren LCD-Monitor und einen Zubehörschuh. Wie die RX100 ist die RX100 II mit dem lichtstarken F1.8-4.9 Carl Zeiss Vario-Sonnar T* Objektiv ausgestattet, das in einem Brennweitenbereich von 28 bis 100 Millimetern (KB) Zoomstufen bei 28, 35, 50, 70 und 100 Millimetern bietet. Neben Netzwerkfähigkeit durch WiFi bietet die RX100 II als erste

Kamera von Sony auch die Near Field Communication (NFC) Technologie. Sie verbindet kompatible Fernseher, Tablets und Smartphones besonders schnell und einfach mit der Kamera, indem man diese nur an das jeweilige Gerät hält. Auch das neue Modell unterstützt die kostenfreie PlayMemories Mobile App für NFC-fähige Smartphones und Tablets.

Der LCD-Monitor der RX100 II gleicht in Größe und Auflösung dem der Schwester, lässt sich aber um 84 Grad hoch- und um fast 45 Grad herunterklappen. Anders als die RX100 hat die Neue einen Zubehörschuh für den Anschluss von Blitz, Mikrofon oder elektronischem Sucher. Über die jetzt ebenfalls vorhandene Multi Terminal-Buchse lässt sich zudem ein kabelgebundener Fernauslöser anschließen.

Wie die RX1R bietet die RX100 II die neue Triluminos Technologie für die besonders brillante Bildwiedergabe auf kompatiblen Bravia Fernsehern von Sony. Die neue Kamera kommt Ende August zum Preis von 749 Euro auf den Markt.

Personalkarussell bei ElectronicPartner



Dr. Jörg Ehmer

Zum 30. Juni 2013 hat Dr. Jörg Ehmer auf eigenen Wunsch als Sprecher des Vorstands die ElectronicPartner Handel SE verlassen. Die Position des Vorstandssprechers hat am 1. Juli 2013 Friedrich

Sobol übernommen, der in Personalunion auch weiterhin die österreichische Landesgesellschaft führen soll.

Wenige Wochen später verließ Vertriebschef Michael Heller die Fachhandelskooperation, um sich neuen beruflichen Herausforderungen zuzuwenden. Heller war seit Oktober 2011 in der Position des Vertriebschefs für die Verbundgruppe tätig. Zuvor hatte er rund anderthalb Jahre die ElectronicPartner Niederlassung in Augsburg geleitet.

Deutsche Webseite von Artisan & Artist jetzt online



Ab sofort können sich Kunden über Neuheiten des namhaften Herstellers hochwertiger Foto-Taschen und Kamera-Accessoires – Artisan & Artist – auf der deutschen Internetseite unter de.artisan-n-artist.com informieren. Minox als traditionsreicher deutscher Optik-Spezialist mit Sitz in Wetzlar hat seit Ende letzten Jahres den Vertrieb von Artisan & Artist in Deutschland, England und den Vereinigten Staaten übernommen. Produkte von A & A, die nach jahrhundertalten Herstellungsmethoden und unter Verarbeitung hochwertigster Materialien angefertigt werden, ergänzen in besonderer Weise die lange Minox Tradition, die aus einer genialen Idee und ursprünglicher Manufakturarbeit entstanden ist, heißt es in einer Pressemitteilung. Gleichzeitig erweitert Minox damit das Angebot um Kamerataschen, Trageriemen und Zubehör.

Neuer CEO bei Walser

Andreas Braun ist mit sofortiger Wirkung neuer Chief Executive Officer (CEO) der Walser Verwaltungs GmbH und der Walser GmbH & Co. KG. Er tritt die Nachfolge des Firmengründers und Alleingeschäfters Niclas Walser an, der zum 21. Mai 2013 die Ver-



Andreas Braun

antwortung als CEO abgegeben hat.

Braun war zuvor als CFO für den Bereich Finanzen verantwortlich.

Die Walser Verwaltungs GmbH bleibt mit Niclas Walser als Gesellschafter wei-

terhin in Gründerhänden.

Vor seiner Aufgabe bei Walser war Braun als kaufmännischer Leiter tätig und führte in dieser Position bereits zwei Börsengänge durch. Braun wird sich in seiner neuen Position vor allem um die strategische Weiterentwicklung des Unternehmens vom Handelsunternehmen zum Hersteller für Foto- und Videozubehör kümmern. Der eingeschlagene Wachstumskurs der vergangenen Jahre soll durch die Einführung von Produktinnovationen und den Ausbau des Entwicklungs- und Produktions-Know-hows weiter fortgesetzt werden.

Norbert Keller 40 Jahre in der Fotobranche



Norbert Keller

Seit dem 1. Juli trägt Norbert Keller seinen Titel „Senior“ Key-Account Manager bei der Casio Europe GmbH mit besonderem Recht: den an diesem Tag konnte er auf 40 Jahre Tätigkeit in der Fotobranche

zurückblicken. Am 1. Juli 1973 macht Keller in der Verkaufsabteilung der damaligen Minolta Niederlassung in Ahrensburg sein Hobby zum Beruf. In den folgenden Jahren kletterte er die Karriereleiter bis zum Vertriebsverantwortlichen (General Manager) für Consumer Products – zuletzt bei der Konica Minolta Photo Imaging Europe GmbH – nach oben. Nach der Aufgabe des Kamerageschäfts von Konica Minolta fand Keller bei der Casio Europe GmbH eine neue berufliche Heimat als Senior Key Account Manager für den Bereich Foto-fachhandel in Deutschland und Österreich.

Die heutige Verantwortung erstreckt sich in der Geschäftswahrnehmung einiger Kundensegmente. Zusätzlich fungiert Keller, der immer noch mit großem Engagement, Spaß und Streben nach Erfolg bei der Sache ist, als „Schnittstelle“ zwischen Außendienst und Vertriebsleitung.



panzer
shopconcept



Foto Video Sauter | München

Premium Fotohändler
setzen auf
Premium Ladenbau

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

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

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

Erste Systemkamera mit 3G-/LTE-Anbindung



Als erste Systemkamera der Welt mit Android Betriebssystem ermöglicht die Samsung Galaxy NX die Bildkommunikation über 3G-/LTE-Mobilfunknetze.

Nach der Einführung des Smart Camera 2.0 Konzeptes setzt Samsung jetzt in Sachen Netzwerkfähigkeit einen weiteren Akzent: Mit der Galaxy NX bringt das Unternehmen die weltweit erste Systemkamera mit Anbindung an 3G-/LTE-Mobilfunknetze auf den Markt. Das Smartphone-Betriebssystem Android 4.2 macht die Bedienung des neuen Modells besonders komfortabel.

Smarte Weltneuheit von So

Mit der Galaxy NX will Samsung das Beste aus zwei Welten verbinden: die umfassende Kommunikationsfähigkeit über WiFi, 3G und LTE sowie die ausgezeichnete Bildqualität der Samsung NX300 Systemkamera, die mehrfach durch Testsiege bestätigt wurde. „Bilder halten Momente fest: Sie machen sie erlebbar und transportieren Emotionen“, erklärte Andreas Wahlich, Head of Product Marketing im Bereich Digital bei Samsung Electronics. „Über die digitalen Netzwerke können die schönsten Augenblicke heute leicht mit Freunden geteilt werden. Daher ist die neue Samsung Galaxy NX die perfekte Wahl für Foto-Enthusiasten, die ihre Bilder gerne von jedem Ort

aus in hoher Qualität über das Internet verbreiten möchten.“

Intuitive Bedienung

Die Samsung Galaxy NX basiert technisch auf der NX300, ist aber durch ihr Android 4.2-Betriebssystem so intuitiv zu bedienen wie ein Smartphone. Mit dem vorinstallierten „Kamerastudio“ können die Nutzer Apps und Kamera-Einstellungen genau nach ihren Vorstellungen personalisieren. Der 4,8“ (12,2 cm) große berührungsempfindliche LCD-Bildschirm, der praktisch die gesamte Rückseite der Kamera einnimmt, sorgt für die notwendige Übersicht. Der „Smart Modus 2.0“ erlaubt es, den Fotos einen individuellen Aus-

druck zu verleihen, zum Beispiel durch Doppel- oder Langzeitbelichtung. Zudem wählt die Kamera bei dieser Einstellung automatisch die passenden Programme für das jeweilige Motiv – zum Beispiel „Landschaft“, „Dämmerung“ oder „Feuerwerk“. Mit Fotomodis wie „Drama Shot“ oder „Sound & Shot“ können Bildstrecken von bewegten Motiven ganz einfach zu einem dynamischen Action-Foto zusammengefügt oder Urlaubsfotos mit einem persönlichen Audio-Gruß versehen und natürlich sofort verschickt werden. Die Bildverwaltungs-App „Story Album“ gestaltet auf Wunsch ein ganzes Fotoalbum aus einer Bildstrecke. Zudem wird Samsung auf den in Deutschland ver-

und Android Betriebssystem

kaufen Kameras die Cewe Fotowelt App vorinstallieren, mit der die Anwender sofort Cewe Fotobücher und andere Bildprodukte gestalten und über die Cewe Handelspartner bestellen können. Natürlich macht es das Android Betriebssystem auch möglich, die entsprechenden Apps anderer Bilddienstleister aus dem Google Play Store herunterzuladen.

Da die Anwender der Samsung Smart Camera 2.0 Galaxy NX dank 3G bzw. LTE (vertragsabhängig) praktisch immer und überall online sind, können sie die Netzwerkfunktionen jederzeit und an jedem Ort nutzen. Das hilft auch beim Fotografieren: Die smarte „Photo Suggest“-Funktion nutzt die Standortinformationen der Kamera, um den Fotografen

NX-Systems genutzt werden. Die Palette wird in der zweiten Jahreshälfte durch ein neues 10 mm F3,5 Fish Eye Objektiv erweitert, das mit einem Gewicht von nur 72 Gramm sehr leicht ist und eine besonders schlanke Bauweise aufweist.

Die aufwändige optische Konstruktion aus sieben Elementen in fünf Gruppen inklusive einer asphärischen Linse soll hervorragende Bildqualität sicherstellen. Damit eignet sich

das Fish Eye nicht nur für Portraits, sondern auch für Landschaftsaufnahmen, ausladende Stadtbilder oder faszinierende Naturpanoramen.

Mit dem neuen Modell, das 499 Euro (UVP) kosten soll, stehen für das Samsung NX-System jetzt insgesamt 13 Objektive zur Verfügung.

Die Galaxy NX kommt im August zu einem Preis von 1.499 Euro (UVP mit Standardzoom 18–55 mm F3,5–5,6 OIS III) auf den Markt.

Samsung

mit Empfehlungen und Tipps aus einer Online-Datenbank zu versorgen, wo an einem bestimmten Ort die schönsten Motive zu finden sind.

Gute Ausstattung

Die Samsung Galaxy NX bietet die umfassende Ausstattung der NX300 inklusive 20,3-Megapixel-Sensor im großen Format APS-C, dem schnellen DRIME IV-Bildprozessor und dem Hybrid-Autofokus-System. Eine kürzeste Verschlusszeit von 1/6.000 Sekunde und eine maximale Seriengeschwindigkeit von 8,6 Bildern pro Sekunde stehen für umfassende fotografische Möglichkeiten. Mit der neuen Galaxy NX Kamera können alle Samsung Objektive des

Neue Galaxy Camera mit Telefon-Funktion

Mit der Galaxy S4 Zoom Camera bringt Samsung ein weiteres Kompaktmodell mit umfassenden Netzwerkfunktionen, das auf dem Betriebssystem Android 4.2.2 basiert. Anders als bei der 2012 eingeführten Galaxy Camera, die im Programm bleibt, kann man mit dem neuen Modell auch telefonieren. Deshalb soll es zunächst vorwiegend über Mobilfunk-Vertriebskanäle verkauft werden. Die Samsung Galaxy S4 Zoom Camera ist deutlich handlicher als die erste Galaxy Camera und bietet eine Auflösung von 16 Megapixeln. Sie ist mit einem F/3,1–6,3 10-fach-Zoomobjektiv mit optischem Bildstabilisator ausgestattet, dessen Brennweitenbereich 24–240 mm im Kleinbildformat entspricht. Der interne Speicher fasst 8 GB und kann mit einer Micro SD Karte um bis zu 64 GB erweitert werden. Die Bedienung und Bildkontrolle erfolgen über ein 4,3" (10,9 cm) großes Super-AMOLED-Display mit einer Auflösung von 960 x 540 Pixeln. In Sachen Netzwerkfähigkeit lässt die neue Galaxy S4 Zoom Camera mit Ausnahme von LTE keine Wünsche offen. Die Datenübertragung kann über Mobilfunk, WLAN, Bluetooth 4.0 und NFC erfolgen.

Die neue Kompaktkamera verbindet Ausstattungsmerkmale des Samsung Smartphones Galaxy S4 mit umfassenden Kamera-Funktionen, zu denen auch verschiedene Motivprogramme gehören. Erstmals ist es mit dem einzigartigen Modell möglich, während des Telefonierens zu fotografieren und die Bilder per MMS sofort zum Gesprächspartner zu übertragen. Diese Funktion wird mit einem einfachen Dreh am Objektivring aktiviert.

Die Samsung Galaxy S4 Zoom Camera soll noch in diesem Sommer auf den Markt kommen; der Preis wird voraussichtlich bei 499 Euro liegen.



Die Samsung Galaxy S4 Zoom Camera wiegt bei Abmessungen von 125,5 x 63,5 x 15,4 Millimetern 208 Gramm.

Canon bringt WLAN-fähige Spiegelreflex EOS 70D

Mit der neuen EOS 70D stellt Canon ein Spiegelreflex-Modell vor, das sich besonders an ambitionierte Fotografen wendet. Sie ersetzt die EOS 60D, bietet WLAN und ist mit einem neuen, von Canon entwickelten und gefertigten 20,2 Megapixel APS-C CMOS-Sensor ausgestattet.

Neue AF-Technologie

Der DIGIC 5+ Prozessor mit 14-Bit-Signalwandlung und ein AF-System mit 19 AF-Kreuzsensoren ermöglichen mit der EOS 70D Reihenaufnahmen bei voller Auflösung mit einer Geschwindigkeit von bis zu sieben Bildern pro Sekunde – und zwar bis zu 65 JPEG- oder 126 RAW-Dateien in Folge (bei Einsatz einer UHS-I Speicherkarte). Der große Standard-ISO-Bereich von 100–12.800 erlaubt das Fotografieren mit kürzeren Verschlusszeiten bei hoher Bildqualität auch bei wenig Licht.

Für eine schnelle AF-Funktion im Live-View-Modus und eine ruhige, präzise und kontinuierliche Scharfeinstellung bei der Aufnahme von Full-HD-Videos mit Stereoton hat Canon den neuen Dual Pixel CMOS AF entwickelt. Für die 1.920 x 1.080p Full-HD-Videoaufzeichnung stehen die Bildraten 30, 25 oder 24 Bilder pro Sekunde zur Verfügung – für 720p-Video die Bildraten 60 und 50 Bilder pro Sekunde. Durch Berührung des Touchscreens können alternativ auch während der Video-Aufnahme verschiedene Fokusbereiche festgelegt werden, die sich horizontal und vertikal über 80 Prozent des Bildbereiches erstrecken.

Das AF-System für Fotos arbeitet mit 19 über das Bildfeld verteilten AF-Kreuzsensoren; die AF-Messfelder können einzeln, zusammen in kleinen Gruppen oder als größerer Bereich für Motive mit unvorhersehbaren Bewegungen aktiviert werden. Eine spezielle Taste für die Auswahl des AF-Bereichs ist praktischerweise in der Nähe des Auslösers positioniert und erlaubt den schnellen Wechsel zwischen den AF-Modi, ohne die Kamera vom Auge zu nehmen.

Mit einer Bildfeldabdeckung von 98 Prozent und 0,95-fachen Vergrößerung erleichtert der intelligente Sucher die Bildkomposition, zusätzliche Einstellungen werden über die LCD-Mattscheibe angezeigt. Bequem positionierte Steuerelemente bieten direkten Zugriff auf die wichtigsten Einstellungen wie ISO-Empfindlichkeit, AF-Modus und Belichtung.

Der berührungsempfindliche 7,7 cm (3,0 Zoll) große, dreh- und schwenkbare Clear View LCD II Monitor bietet eine Auflösung von 1.040.000 Bildpunkten. Die kapazitive Touchscreen-Funktion unterstützt eine Reihe Gesten wie beispielsweise das Ziehen und Zoomen mit mehreren Fingern.



Bequeme Steuerung und direkter Bildaustausch

Die EOS 70D ist mit integriertem WLAN für die fernbedienbare Kamerasteuerung und das Teilen von Bildern ausgestattet. So lässt sich die Kamera zur Steuerung von Bildeinstellungen, darunter ISO-Empfindlichkeit, Belichtung, aber auch Scharfstellung und Auslösung, mit Hilfe der EOS Remote App mit Smartphones und Tablets verbinden. Auch der Live-View- und Wiedergabe-Modus kann auf dem Display des mobilen Gerätes genutzt werden.

Dank vieler Kreativmodi macht es die EOS 70D dem Anwender einfach, originelle Bilder aufzunehmen. Ein in die Kamera integrierter HDR-Modus hilft in schwierigen, kontrastreichen Situationen: Dabei wird das Motiv in drei unterschiedlichen Belichtungsstufen aufgenommen, die dann zu einem einzigen Bild zusammengesetzt werden, das in hellen und auch dunklen Bildbereichen mehr Detailinformationen enthält. Im Modus Mehrfachbelichtung können bis zu neun Belichtungen für ein einziges Bild erstellt und kombiniert werden. Die EOS 70D ist voraussichtlich ab Ende August zum UVP von 1.099 Euro erhältlich.

Neue Zeiss Touit Objektive jetzt verfügbar

Für APS-C Systemkameras

Ab sofort sind die ersten beiden Mitglieder der neuen Zeiss Objektivfamilie Touit erhältlich. Mit dem extremen Weitwinkel Touit 2.8/12 und der lichtstarken Standard-Brennweite Touit 1.8/32 betritt Zeiss den wachsenden Markt der spiegellosen Systemkameras mit Wechselobjektiven mit Autofokus. Die neue Objektivreihe, die für Fujifilm X- und Sony NEX-Modelle erhältlich ist, wurde bereits mit mehreren Design Awards ausgezeichnet.



Mit einem Bildwinkel von 99 Grad ist das Weitwinkelobjektiv Touit 2.8/12 besonders für Landschafts- und Architekturaufnahmen geeignet.

Mit der Entscheidung, die Systemkameras von Fujifilm und Sony zu unterstützen, will Zeiss nach eigener Aussage die „maximale Bildqualität“ für Kameras mit APS-C-Sensor „gewährleisten“. Mit Touit können Anwender Zeiss Objektive auf zwei der führenden spiegellosen Kamerasystemen verwenden“, erklärte Michael Schiehlen, Vertriebsleiter beim Zeiss Geschäftsbereich Camera Lenses. „Wir adressieren diesen Markt, weil sich damit interessante Anwendungsmöglichkeiten auch für anspruchsvolle Fotografen bieten und das Segment ein sehr interessantes Wachstum verspricht.“

Die neue Objektiv-Familie zeichnet

sich laut Zeiss durch Kompaktheit, geringes Gewicht und präzise, langlebige Mechanik aus. „Hohe Abbildungsqualität und niedriges Gewicht sind insbesondere für anspruchsvolle Anwender der spiegellosen Systemkameras interessant“, betonte Schiehlen. „Der Bildwinkel ist identisch mit DSLR-Objektiven für APS-C-Kameras, aber das Objektiv ist wesentlich kleiner und leichter.“

Die Touit Objektive sind wegen ihrer Fertigungsqualität für den langjährigen Gebrauch ausgelegt. Nicht funktionsrelevante Teile der mit einer Metallfassung ausgestatteten Objektive wurden aus hochwertigem Kunststoff gestaltet, um Gewicht zu sparen. Kompatibilität mit allen Sony NEX und Fujifilm X Kamerafunktionen, ein Blendenring mit Einteilung in 1/3-Stufen bei der Version für Fujifilm X Modelle, neun Blendenlamellen für nahezu kreisrundes Bokeh sowie eine hervorragende Störlicht-Absorption durch Zeiss T*-Beschichtung sind weitere Merkmale der neuen Objektivfamilie. Das Zeiss Touit 2.8/12 mm bietet die bislang kürzeste Weitwinkel-Festbrennweite für Bildsensoren im APS-C-Format. Mit elf Linsen in acht Gruppen wurde das Objektiv nach dem Distagon-Konzept gestaltet. Zudem enthält es Floating Elements, zwei

asphärische Linsen und drei Linsen aus Glasmaterialien mit anomaler Teildispersion. Das für die Natur- und Architekturfotografie gedachte Objektiv wurde bereits mit je einem iF product design award und red dot product design award ausgezeichnet. Der empfohlene Verkaufspreis liegt bei 1.099 Euro.

Das Zeiss Touit 1.8/32 mm soll als unkompliziertes Standard-Objektiv dem Anwender einen Bildwinkel bieten, der dem des natürlichen Sehens entspricht. Es folgt dem Konzept der Zeiss Planar-Objektive, ist aber nicht wie bei Planar üblich mit sechs, sondern mit acht Linsen ausgestattet, um eine höhere Leistung beim Einsatz mit digitalen Sensoren zu erreichen. Als Universalobjektiv ist das Touit 1.8/32 für Reisefotografie, Familienfotografie und Fotojournalismus ebenso wie für Portraitanwendungen geeignet. Auch dieses Objektiv wurde bereits mit dem iF gold award und dem red dot product design award ausgezeichnet. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 799 Euro.



Das Touit 1.8/32 bietet, wie eine 50 mm Brennweite im Kleinbildformat, die Perspektive des menschlichen Auges.

Sauter präsentiert sich nach Umbau völlig neu



Deutschlands größtes Fachgeschäft

Bereits im April 2011 trafen Bernd Sauter, Inhaber von Sauter Foto Video Media in München, und seine Führungscrew Wolfgang Drahtschmidt und Joachim Lindenberger eine ambitionierte Entscheidung: Sie beschlossen die vollständige Neugestaltung des 1.500 Quadratmeter Geschäfts bei laufendem Betrieb. In Zusammenarbeit mit Panzer Shopconcept sollte das modernste und kompetenteste Fotofachgeschäft Deutschlands entstehen. In diesem Frühjahr wurden die Arbeiten abgeschlossen: Seit dem 13. April präsentiert sich Sauter in München mit völlig neuem Gesicht.

imaging+foto-contact hat mit Bernd Sauter über die Zielsetzungen und Ergebnisse der Umbaumaßnahmen gesprochen.

imaging+foto-contact: *Herr Sauter, herzlichen Glückwunsch zum gelungenen Abschluss Ihres ambitionierten Projekts. Welche Ziele wollten Sie mit dem Umbau erreichen?*

Bernd Sauter: Vielen Dank für die Glückwünsche. In den letzten Jahren wurde meinen Mitarbeitern und mir immer stärker die Notwendigkeit bewusst, unsere Sortimente, deren Anordnung, Struktur und Präsentation völlig neu zu organisieren. Dabei waren wir uns von Anfang an darüber im klaren, dass wir dieses Ziel mit Retuschen oder Teillösungen nicht erreichen würden und dass die Umbaumaßnahme eine große finanzielle Investition bedeutete.

imaging+foto-contact: *Wie sieht diese umfassende Neuordnung des Sortiments im Detail aus?*

Bernd Sauter: Es kam uns im Wesentlichen auf sechs Punkte an:

1. Wir wollten das Erdgeschoss und das 1. Obergeschoss im Hinblick auf Sortimente und Anziehungspunkte für unsere Kunden gleicher-

maßen attraktiv gestalten.

2. Die Abteilungen sollten sachlogisch geordnet werden, gleichzeitig aber auch die Kunden weiterführen und ihnen „Lust auf mehr“ machen. Es ging also darum, Kundenorientierung und -lenkung zu verbinden.
3. Es sollte mehr Platz für Beratung gewonnen werden.
4. Für eine attraktivere Präsentation unserer Zubehör-Sortimente wurde ebenfalls mehr Fläche vorgesehen.
5. Der Dienstleistungsbereich „Sauter Services“ für Reparaturen, Finanzierung, Vermietung und Geschäftskundenbetreuung usw. sollte neu organisiert und besser präsentiert werden.
6. Last but not least sollte die gesamte Optik unserer Verkaufsflächen neuer, moderner und interessanter erscheinen.

imaging+foto-contact: *Wie haben Sie Ihre Sortimente und Dienstleistungen auf den zwei Ebenen angeordnet?*



Elektronische Preisschilder mit wichtigen Infos können jederzeit auf digitalem Weg aktualisiert werden.



Die gut sichtbaren elektronischen Sortimentshinweise machen den...



...Kunden die Orientierung noch leichter.



Gleich im Erdgeschoss befinden sich das Weltangebot der digitalen Fotografie und die Leica Boutique.



Im Obergeschoss präsentieren sich die Profi-Center von Canon, Nikon und Zeiss.

Bernd Sauter: Auf den 1.000 Quadratmetern im Erdgeschoss befinden sich die Info- und Empfangstheke als Anlaufstelle bei Kundenfragen, das Weltangebot der digitalen Fotografie und die Leica Boutique. Dazu kommen Ankauf und Verkauf von Gebrauchtware sowie die Bereiche Fernoptik, Stative, Bilderkioske und Bildproduktion sowie Alben und Rahmen – und natürlich die Kaffee-Lounge.

Das 500 Quadratmeter große Obergeschoss teilen sich die Profi-Center von Canon, Nikon und Zeiss. Zudem präsentieren wir hier Studio-Blitzanlagen und Literatur mit einer kleinen Lounge. Auch unsere Schulungsräume für mehr als 20 Personen sowie unser Fotostudio sind hier untergebracht.

imaging+foto-contact: Im Eingangsbereich fällt der Blick auf die breite Treppe zum 1. Obergeschoss. Dabei bieten die ringförmig gestalteten Theken und Vitrinen einen starken und auffälligen Mittelpunkt. Warum haben Sie sich für eine so ungewöhnliche Gestaltung entschieden?

Bernd Sauter: Eine Treppe mitten in der Verkaufsfläche ist ja eigentlich kein Vorteil, sondern eher ein Nachteil. Gemeinsam mit den Planern kamen wir auf die Idee, aus der Not eine Tugend zu machen und hier

eine Zentraleinheit, also einen attraktiven Mittelpunkt mit Information, Kameraverkauf und Beratung, zu schaffen. Das bedeutet für unsere Kunden: weniger Wartezeit und alle Kameras in greifbarer Nähe.

imaging+foto-contact: Aufgefallen sind uns auch die elektronischen Preisschilder bei der Kamera-Präsentation.

Bernd Sauter: Die elektronischen Preisschilder mit wichtigen Infos bieten große Vorteile für uns und unsere Kunden. Wir können jederzeit auf digitalem Weg Änderungen aufspielen, und unsere Kunden haben zu jeder Zeit den aktuellen Preis. Das geht schneller, bedeutet weniger Aufwand für die Verkäufer und gewährleistet stets eine gepflegte Optik.

imaging+foto-contact: Bei den hell gestalteten Verkaufsflächen fällt die sorgfältige und ansprechende Ausleuchtung auf. Wie haben Sie das Lichtproblem gelöst?

Bernd Sauter: Hier haben die Planer und Ladenbauer von Panzer Shopconcept gute Arbeit geleistet, und zwar auch im Detail. Hervorzuheben ist zum Beispiel die Konstruktion der Vitrinen, die komplett rahmenlos aus verklebtem Glas gebaut sind, die energiesparenden LED-Leuchten



Großzügig, hell und hochwertig – ausgesprochen attraktiv ist auch das Obergeschoss.

Interview

und die elektronischen Schließsysteme, die mit elektronischen Schlüsseln (Transpondern) berührungslos zu öffnen sind. Bleibt einmal eine Vitrine aus Versehen offen, so ertönt nach einer bestimmten Zeit, die wir selbst festlegen können, ein Signalton.

imaging+foto-contact: *Das Gestaltungskonzept mit weißem Mobiliar, grauen Blenden mit den Markenlogos und dem sehr hochwertigen Bodenbelag wirkt ausgesprochen attraktiv, ebenso die gut sichtbaren, elektronischen Sortimentshinweise. Was war Ihnen beim Gesamteindruck des Geschäftes besonders wichtig?*

Bernd Sauter: Meine Mitarbeiter und ich haben großen Wert darauf gelegt, dass sich den Kunden beim Betreten des Verkaufsraums ein unverstelltes Panorama bietet. Deswegen haben wir auf hohe Einrichtungselemente verzichtet, um den direkten Blick auf die verschiedenen Sortimente zu ermöglichen. Das wird von unseren Kunden geschätzt. Unsere neue Kaffee-Lounge trägt ebenso zum gewünschten Wohlfühlen bei.

Das ist in einem Fachgeschäft wichtig, damit wir uns von den Märkten unterscheiden.

imaging+foto-contact: *Die fahrbaren Verkaufsgondeln wirken ausgesprochen praktisch.*

Bernd Sauter: Ja, das war unsere eigene Idee. Sie erleichtern uns den kurzfristigen Auf- und Abbau, zum Beispiel bei unseren Hausmessen.

imaging+foto-contact: *Bei laufendem Geschäftsbetrieb einen so umfassenden Umbau durchzuführen, erfordert bestimmt eine ausgeklügelte Organisation und Logistik. Hat alles geklappt?*

Bernd Sauter: Ja, die Zeitplanung war von uns und von Panzer Shopconcept genau festgelegt und wurde auch wie geplant realisiert. Nach dem ersten Briefing-Gespräch im August 2011 wurden die gemeinsamen Konzept- und Planungsarbeiten bis November 2012 abgeschlossen, und es wurde der endgültige Auftrag an Panzer Shopconcept erteilt. Am

23. Januar 2013 haben wir dann mit dem Umbau begonnen und waren am 15. März bis auf ein paar Restarbeiten fertig. Der offizielle Neustart erfolgte dann am 13. April.

Der Umbau war tatsächlich eine große Herausforderung. Die gesamte Planung des neuen Konzepts mit vielen Layouts, Details, Änderungen und Sonderwünschen musste bewältigt werden. Dabei lag die Koordination des Bauablaufs mit allen Gewerken wie Fußboden, Trockenbau, Elektro, Maler usw. in der Verantwortung von Panzer Shopconcept. Ich finde, das Ergebnis kann sich sehen lassen. Unsere Anerkennung gilt deshalb nicht nur unseren Mitarbeitern, sondern auch den Machern bei Panzer Shopconcept, für die wir bestimmt eine harte Nuss waren. Jetzt sind wir zufrieden, unsere Kunden fühlen sich wohl, und die Umsätze seit dem Umbau stimmen optimistisch. Die Zukunft kann kommen.

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

Neuheiten

Metz Systemblitzgeräte für neue Systemkameras

Die Metz Systemblitzgeräte 58 AF-2, 52 AF-1, 44 AF-1, 36 AF-5 und 24 AF-1 sind jetzt auch für die neuen DSLR Kameras EOS 100D und EOS 700D von Canon, D7100 von Nikon sowie die Alpha SLT-A58 von Sony erhältlich. Die aktuelle Blitzgerätesoftware sei kompatibel mit den neuen Canon, Nikon und Sony DSLR Kameras, erklärte der Hersteller. Gleiches gelte auch für die älteren Metz Blitzgeräte 58 AF-1, 50 AF-1, 48 AF-1 sowie 36 AF-4. Um mit den genannten Canon, Nikon und Sony DSLR Kameras sowie den entsprechenden Metz Blitzgeräten gleich losblitzen zu können, kann die Software unter



www.metz.de heruntergeladen werden. Bei der Alpha SLT-A58 von Sony ist zu beachten, dass für den Betrieb mit Metz Blitzgeräten ein Sony ADP-MAA Adapter benötigt wird, der den Blitzschuh entsprechend kompatibel macht.

Neue instax Mini 8 Sofortbildkamera von Fujifilm

Mit der instax Mini 8 erweitert Fujifilm die Familie der instax-Sofortbildkameras. Das neue Modell zeichnet sich durch ein modernes, besonders kompaktes Design aus und kommt in den Pastelltönen Softgelb, Himmelblau, Zartpink, Cremeweiß und Schwarz auf den Markt. Mit Abmessungen von 116 mm x 118,3 mm x 68,2 mm und einem Gewicht von 307 g ist die instax Mini 8-Kamera taschentauglich und liegt beim Fotografieren angenehm locker in der Hand. Die neue Kamera wurde

bereits mit einem der begehrtesten Designpreise ausgezeichnet: dem „red dot design award“.



Für ihr Design und ihre intuitive Bedienung erhielt die instax-Kamerafamilie außerdem den Innovationspreis für Technologie, Sport und Lifestyle „Plus X Award“. Wie ihre Schwestermodelle der instax Mini Familie nimmt die instax Mini 8 Sofortbilder im Kreditkartenformat 62 x 46 mm auf. Neben dem einzigartigen Erlebnis der Sofortbild-Fotografie bietet die Kamera nette Effekte wie zum Beispiel Aufnahmen mit hellen Farbtönen, weichem Licht und niedrigen Kontrasten (High-Key-Fotografie). Sie ist ab sofort erhältlich. Der UVP des Herstellers liegt bei 89 Euro.



Cewe Vorstandsmitglied Andreas F.L. Heydemann ist für den vierten Nachhaltigkeitsbericht in Folge verantwortlich.

Cewe veröffentlicht Nachhaltigkeitsbericht 2012

Der Bilddienstleister Cewe Color hat jetzt zum vierten Mal seinen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht und zieht erneut eine positive Bilanz. Im Jahr 2012 wurden die Maßnahmen zum Umwelt- und Klimaschutz deutlich ausgeweitet. Auch sichere Arbeitsbedingungen und die Förderung der Mitarbeiter gehören zu den Nachhaltigkeitszielen des Unternehmens.

Für Klima und Umwelt

Nachdem Cewe bereits 2011 ein Umweltmanagement-System gemäß DIN EN ISO 14001 am Produktionsstandort Oldenburg umgesetzt und zertifiziert hat, wurde dieses System im Jahr 2012 auf die Betriebe in Mönchengladbach, Dresden, München und Eschbach ausgedehnt. ISO 14001 beschreibt den kontinuierlichen Verbesserungsprozess in Bezug auf alle Umweltleistungen. Dabei werden die gesetzlichen Bestimmungen durch die von Cewe definierte Umweltpolitik ergänzt. Sie konzentriert sich vor allem auf die Bereiche Energie sparen, Wasser schützen, Ressourcen schonen und Arbeitsschutz sichern. Nach erfolgreicher Implementierung in den Betrieben soll in diesem Jahr die Zertifizierung erfolgen.

Spürbare Verbesserungen

Im Bereich Klimaschutz hat Cewe 2012 gleich mehrere Ziele erreicht: Durch Verbesserungen im Bereich der Logistik konnte das Unternehmen die hier entstandenen CO₂-Emissionen um 5 Prozent auf 19.169 t senken. Das neue Rechenzentrum, das unter modernsten ökologischen Aspekten der Green IT entstanden ist, trug zu einer weiteren Reduzierung um 3 Prozent bei. Auch

der Wasserverbrauch ist gesunken: 2012 hat Cewe pro Quadratmeter verarbeitetem Fotopapier etwa 2,2 l Wasser benötigt und damit innerhalb der letzten 10 Jahre den Verbrauch um 60 Prozent gesenkt. Das liegt zum einen am Rückgang der analogen Fotografie, denn die Filmentwicklung verbraucht prozessbedingt mehr Wasser pro Quadratmeter als Fotopapier. Aber auch durch Veränderungen im Produktionsprozess wurden Einsparungen erzielt: Gegenüber dem Vorjahr ging der Wasserverbrauch um 12 Prozent zurück. Damit übertraf Cewe das selbstgesetzte Ziel einer Reduzierung um 10 Prozent.

Mitarbeiter im Mittelpunkt

Auch die Verantwortung für die 3.300 Menschen, die für die Cewe Gruppe arbeiten, gehört zum Thema Nachhaltigkeit. Der Anteil der weiblichen Beschäftigten in den deutschen Betrieben betrug im Jahr 2012 55 Prozent (Vorjahr 57 Prozent). Cewe will vor allem die Anzahl von Frauen im mittleren Management durch Fördermaßnahmen steigern. Die 2012 entwickelte Leitlinie zur Verbesserung der Verein-

barkeit von Familie und Beruf und zur Förderung von Frauen enthält einen Maßnahmen-Katalog, um dieses Ziel zu erreichen.

Auch bei der Nachwuchsförderung setzt Cewe Akzente, zum Beispiel durch die Vergabe von Stipendien an verschiedenen Universitäten und Fachhochschulen, aber auch durch die Bereitschaft, über den eigenen Bedarf hinaus Ausbildungsplätze anzubieten. So war das Oldenburger Unternehmen auch 2012 der größte Arbeitgeber und Ausbilder in der deutschen Fotobranche. 113 junge Menschen wurden in 15 unterschiedlichen Berufen bei Cewe ausgebildet.

Nicht zuletzt stehen die Mitarbeiter auch in dem neuen Nachhaltigkeitsbericht im Mittelpunkt: Denn hier berichten Teams darüber, wie sie gemeinsam daran arbeiten, die Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens zu erfüllen. „Eine wichtige Voraussetzung für die Etablierung von nachhaltigen Themen im Unternehmen ist der persönliche Einsatz der Mitarbeiter“, betonte Vorstandsmitglied Andreas F. L. Heydemann, der seit der ersten Ausgabe für die Nachhaltigkeitsberichte von Cewe Color verantwortlich ist.

Das Felix Schoeller Werk in Weißenborn

„The home of best performing papers“

Seit der photokina 2012 präsentiert sich der international tätige Spezialpapier-Hersteller Felix Schoeller mit dem Kundenversprechen „Best Performing Papers. Worldwide.“. „Best Performing Papers. Worldwide.“ ist ein Wertversprechen für alle Kunden der Felix Schoeller Group. Für unsere Imaging Kunden bieten wir in direkter Zusammenarbeit mit Kunden und Anwendern maßgeschneiderte Lösungen für alle relevanten Druckverfahren“, erklärte Guido Hofmeyer, Executive Vice President und COO von Felix Schoeller, im Gespräch mit imaging+foto-contact. Das Familienunternehmen mit Sitz in Osnabrück hat dafür einzigartige Voraussetzungen: mehr als 115 Jahre Erfahrung in der Entwicklung von Spezial-

papieren und die weltweit größte integrierte Fabrik für die Herstellung von Imaging-Papieren im idyllisch gelegenen Städtchen Weißenborn in Sachsen. Felix Schoeller betreibt dort die weltweit größte, voll integrierte Produktionsstätte für digitale Druckpapiere. Die Fabrik in Weißenborn selber hat sogar eine längere Tradition als der Hauptsitz der Felix Schoeller Group in Osnabrück: Seit 1871 wird in Weißenborn Papier produziert. Nach der Verstaatlichung durch die damalige ostdeutsche Regierung im Jahr 1946 begann 1972 in Weißenborn die Produktion von Fotobasispapieren. Bis zu 30.000 Tonnen pro Jahr wurden hier für den osteuropäischen Markt hergestellt.

1990 übernahm Felix Schoeller das Werk und baute es mit Investitionen von rund 330 Millionen Euro zu einem weltweit einzigartigen Betrieb für die Herstellung von Imaging-Papieren aus. Mit Ausnahme der Produktion von Zellstoff wird hier die gesamte Wertschöpfungskette unter einem Dach beherrscht: Die vollständig integrierte Produktion umfasst alle

Schritte von der Stromerzeugung im eigenen Kraftwerk, der Wasseraufbereitung, der Papierherstellung, dem Beschichten mit Polyethylen sowie die Beschichtung mit den jeweiligen Farbempfangsschichten bis hin zur maßgeschneiderten Konfektionierung und Versandlogistik. „Eine wesentliche Voraussetzung für unseren Erfolg ist unser einzigartiges Technologie-

und Produktionskonzept“, erklärte Guido Hofmeyer, Executive Vice President und COO von Felix Schoeller, im Gespräch mit imaging+foto-contact. „Sie ist die Basis der drei fundamentalen Faktoren unseres Markenversprechens: kompromisslose Qualität, einzigartige Flexibilität und echte Partnerschaft mit den Kunden.“

Kompromisslose Qualität

Die Philosophie der kompromisslosen Qualität zeigt sich in Weißenborn zum einen an engsten Fertigungstoleranzen und fortlaufenden Kontrollen jedes Produktionsschritts. Wie alle Standorte von Felix Schoeller ist auch das Werk in Sachsen nach ISO 9001 (Qualitätsmanagement) und 14001 (Umweltmanagement) zertifiziert. Zudem erfüllt der Standort die Normen nach ISO 50001 für nachhaltiges Energiemanagement und ISO 18001 für Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement. Denn die Verantwortlichen bei Felix Schoeller wissen: Jede Produktion ist nur so gut wie ihre Mitarbeiter. Deshalb nimmt das Unternehmen die Verantwortung für das menschliche Kapital genauso ernst wie die Investitionen in die Maschinen. Mehr als 800 der weltweit 2.200

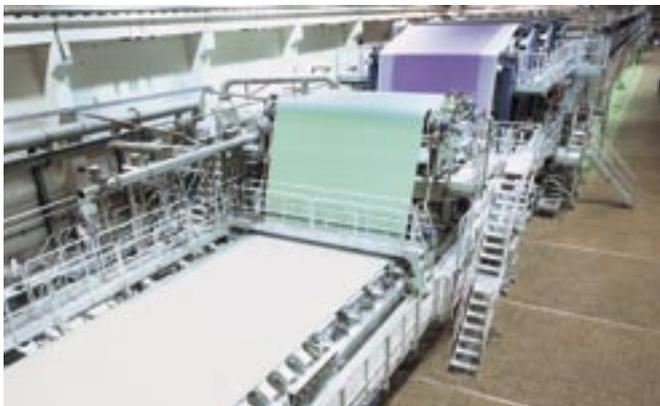


Mitarbeiter der Felix Schoeller Gruppe arbeiten inzwischen in Weißenborn. Durch fortlaufende Schulungsmaßnahmen und umfassende interne Kommunikation wird sichergestellt, dass sie nicht nur die Fertigung perfekt beherrschen, sondern auch über die Anwendungen der produzierten Papiere Bescheid wissen. „Für Felix Schoeller ist Papier mehr als nur ein Rohstoff“, betonte Guido Hofmeyer. „Es ist unsere Leidenschaft, die von

den Mitarbeitern geteilt wird.“ Zufall oder nicht: Der Leiter der für die Neuentwicklungen von Felix Schoeller verantwortlichen R&D Abteilung heißt Dr. Papier. „Auch wenn die Basis unseres Erfolgs im Papier liegt, haben die weiteren Veredelungsschritte heute einen weitaus größeren Anteil an der Wertschöpfung als die klassische Papiererzeugung. Zudem haben wir in den letzten Jahren unser Produktportfolio um weitere, nicht papier-basierte Produkte erweitert. Wir beschichten und konfektionieren mittlerweile Filme, Canvas sowie weitere Spezialsubstrate für diverse Anwendungen.“

Einzigartige Flexibilität

Als Spezialpapierhersteller hat Felix Schoeller die Fabrik in Weißenborn auf größtmögliche Flexibilität ausgerichtet, um zahlreiche unterschiedliche Imaging-Papiere herstellen zu können. Tatsächlich werden hier Medien für



In der Fabrik in Weißenborn produziert Felix Schoeller Medien für alle relevanten Imaging-Druckverfahren. Die Wertschöpfungskette reicht von der Papier-Reproduktion über das Beschichten mit Polyethylen sowie den jeweiligen Farbempfangsschichten bis zur maßgeschneiderten Konfektionierung und Versandlogistik.



Eine besondere Erfolgsgeschichte

Die E-Photo Papiere von Felix Schoeller

Eine besondere Erfolgsgeschichte, die eng mit der integrierten Papierfabrik in Weißenborn verbunden ist, hat Felix Schoeller in den letzten Jahren mit der Einführung der E-Photo Papiere für den Digitaldruck geschrieben. Das Produkt ist speziell für den Fotodruck auf HP Indigo Digitaldruckmaschinen entwickelt worden. Dadurch kann mit einer HP Indigo eine Bildqualität erzielt werden, die den Vergleich mit AgX-Materialien nicht zu scheuen braucht. Das gilt besonders bei der Verarbeitung im 6-Farben-Prozess mit den speziellen HP Indigo Fototinten. Kein Wunder, dass die 2008 erstmals angekündigten E-Photo Papiere von Felix Schoeller inzwischen von zahlreichen Bilddienstleistern eingesetzt werden. Vor allem für die Produktion von Premium-Fotobüchern wird dieses innovative Material geschätzt.

Besonders wirkungsvoll zeigt sich die einzigartige Qualität der E-Photo Papiere, wenn sie für die Produktion der immer populärer werdenden Lay-flat Fotobücher im Digitaldruck eingesetzt werden. Für diese Anwendung hat Felix Schoeller soeben das neue E-Photo Lustre 135 D vorgestellt. Aufgrund seiner dünneren Papierbasis macht es dieses Material möglich, bei gleicher Buchdicke deutlich mehr Seiten in einem Lay-flat Fotobuch unterzubringen. Wie alle E-Photo Papiere zeichnet es sich durch außerordentliche Haltbarkeit aus (mehr als 200 Jahre laut Wilhelm Imaging Research) und bietet ausgezeichnete Rill- und Falzeigenschaften. Das ist gerade bei Lay-flat Fotobüchern ein entscheidender Vorteil, denn selbst gegenüber echtem Fotopapier weist E-Photo diesbezüglich entscheidende Vorteile auf. Bei herkömmlichen Digitaldruckpapieren bricht dabei sogar die Beschichtung. Dagegen nimmt das E-Photo Papier von Felix Schoeller auch häufiges Blättern nicht übel, wie entsprechende Tests zeigen. Übrigens weisen alle E-Photo Papiere eine ausgezeichnete Wasserfestigkeit und Schmutzresistenz auf.

Eine weitere Neuheit im E-Photo Sortiment von Felix Schoeller ist das E-Photo Metallic Silver 210 DM; das beidseitig bedruckbare Material zeichnet sich durch einen faszinierenden Metallic-Effekt aus, der Fotobüchern und Kalendern einen besonders hochwertigen Eindruck verleihen kann.

alle führenden Foto- und Imagingtechnologien wie AgX Fotobasispapier, Inkjetmedien, Medien für Digitaldruckmaschinen sowie Thermosublimationsmaterialien in praktisch allen marktüblichen Formaten produziert. Es gibt mit Sicherheit viele Papierfabriken, die eine größere Kapazität haben, aber wohl nur sehr wenige, die so viele unterschiedliche Spezial-

täten herstellen können. Möglich ist das durch einen Maschinenpark, in dem sehr viel eigenes Know-how der Felix Schoeller Spezialisten steckt. Die Papiermaschine 4 der Felix Schoeller Group hat eine Kapazität von mehr als 105.000 Tonnen pro Jahr und verwandelt ausgesuchten Zellstoff mit Hilfe von reinstem Wasser und viel Technologie mit einer maximalen

Geschwindigkeit von 800 Metern pro Minute in Papierbahnen von bis zu 3,5 Metern Breite. Für die meisten Imaging-Papiere steht anschließend die PE-Beschichtung an. Zwei Hochleistungs-Extrusionsanlagen bringen das Polyethylen mit absoluter Präzision auf das Papier. Material bis zu 2 Meter Breite kann entweder ein- oder zweiseitig beschichtet werden.

Besonders wichtig für die Herstellung von Imaging-Papieren sind die vier Beschichtungsanlagen, mit denen die für die Bildqualität entscheidenden Farbbempfangsschichten aufgetragen werden. Das Felix Schoeller Werk in Weißenborn beherrscht alle notwendigen Coating-Technologien. Dazu gehören Rollraket- oder Bladestrich für mattgestrichene Inkjet-Papiere und Tapeten sowie Coater mit Vorhang- oder Meyer-Bar-Technologie zum Aufbringen mikroporöser Empfangsschichten auf Papiere, Folien und Canvas. „Nahezu jedes zweite gedruckte Foto auf der Welt basiert auf einem Felix Schoeller Produkt“, erläuterte Hofmeyer. „Das ist nur möglich, weil wir die Herstellungstechnologien für fast alle wichtigen Bebildungsverfahren und Drucksysteme in erstklassiger Weise beherrschen.“ Nach der Beschichtung steht die Trocknung an: Sie erfolgt z. B. auf der neuesten Coating-Anlage berührungsfrei und durch ein einzigartiges Trocknungskonzept in kürzester Zeit mit den nach Ansicht des Unternehmens weltweit geringsten spezifischen Energieverbräuchen.

Um größtmögliche Flexibilität geht es auch bei der Konfektionierung, damit die fertigen Imaging-Papiere aus Weißenborn in genau in den vom jeweiligen Kunden benötigten Mengen und Formaten ausgeliefert werden können. Felix Schoeller bietet eine Vielfalt an Formaten, von der halbfertigen Jum-

borolle zur Weiterverarbeitung in lokalen Märkten über Rollenware in verschiedenen Breiten und Längen bis zur fertig verpackten Blattware, die bis zum kleinsten Format 10 x 15 cm geschnitten werden kann. Neben präzise gesteuertem Cutting- und Slitting-Equipment ist dafür auch eine ausgefeilte Logistik notwendig. Das Hochregallager hat eine Kapazität von 8.850 Rollen, hier wird das Papier bei einer konstanten Luftfeuchtigkeit und Temperatur von 23 Grad gelagert. Hinzu kommt ein ausgefeiltes System zur täglichen Auftragsabwicklung, das auch die Kommissionierung gemischter Paletten ermöglicht, um alle Kundenwünsche „just in time“ auf den Weg bringen zu können.

Echte Partnerschaft

Felix Schoeller hat in den vergangenen Jahrzehnten in enger Zusammenarbeit mit seinen Kunden eine Vielzahl neuer Produkte entwickelt. Bereits der Aufstieg zum Weltmarktführer für Foto-

basispapiere war nur möglich, weil das Unternehmen in der Lage war, die speziellen Wünsche der großen Fotopapierhersteller schnell und präzise umzusetzen. In der digitalen Welt hat sich das Kunden-Portfolio des Unternehmens stark verändert. Hinzugekommen ist insbesondere eine Vielzahl von digitalen Druckereien. Dabei hat sich nicht nur die Produktpalette deutlich vergrößert, sondern auch die Geschwindigkeit, mit der Innovationen auf den Markt gebracht werden. Allein auf der photokina 2012 stellte Felix Schoeller 40 neue Papiere, vom Digitaldruckpapier bis zum Canvas-Material, vor. Auch in diesem Jahr wurden bereits verschiedene Neuheiten eingeführt. Viele der Neuheiten von Felix Schoeller entstehen im direkten Dialog mit dem Kunden. „Der weltweite Imagingmarkt entwickelt sich mit rasanter Geschwindigkeit, und immer neue Geschäftsmodelle für digitale Bildprodukte entstehen“, erklärte Hofmeyer. „Diesen Markt beobachten wir

Photobücher in 10 Minuten!

Startklar ab €450,00

- Prints aus Ihrem Minilab
- Seiten verdoppeln
- Bindelochungen anbringen
- Seiten einfügen - Fertig!

Auch Kalender!

- Neue Software, mit Ihrem Logo - kostenfrei für Ihre Kunden!

PROMAXX
 85386 Eching/Dietersheim • Deutschland
 Frau Anita Paulini www.promaxx.de
 +49 89 3075 8697 info@promaxx.de



Watch movie

sehr genau und nehmen von uns aus die neuen Trends auf. Wir haben gelernt, zuzuhören, und wir haben die Fähigkeit, durch unsere integrierte Fertigung in Weißenborn, flexibel zu reagieren und unseren Partnern genau die Produkte zur Verfügung zu stellen, die sie brauchen.“

Felix Schoeller unterstützt deutsche Olympia-Mannschaft

Felix Schoeller Group wird die deutschen Olympia-Sportler für Sotchi 2014 und Rio 2016 als Co-Partner unterstützen. Ab sofort ist der Spezialpapier-Hersteller als Co-Partner „Offizieller Premiumpapier-Partner der Deutschen Olympiamannschaft“. Mit der zunächst auf drei Jahre bis zu den Olympischen Spielen in Rio angelegten Zusammenarbeit will das Unternehmen seine zentralen Markenwerte, die in dem Versprechen „Best Performing Papers. Worldwide.“ zusammengefasst sind, einem großen Publikum bewusst machen. „Im Sinne unserer Markenwerte haben wir mit dem Engagement zur Unterstützung der Deutschen Olympiamannschaft einen Bereich gefunden, in dem wir mit unseren Produkten einen hohen und relevanten Nutzen stiften können. Für uns ist das Engagement nicht bloßes Sponsoring, sondern gelebte und echte Partnerschaft“, erklärte Dr. Bernhard Klofat, CEO der Felix Schoeller Group. Olympia, so Klofat, entspreche wie kein zweites Ereignis der Philosophie von Felix Schoeller: das Streben nach Höchstleistung unter dem Motto „Höher. Schneller. Weiter.“ und den familiären Aspekt „Dabei sein ist alles.“ im Sinne von globaler Partnerschaft. „Mit unseren Premiumpapieren für die Bereiche Foto, Poster, Fotobuch, Broschüren, Einladungen und Dekoroberflächen wollen wir unseren Beitrag dazu leisten, dass der Deutsche Olympische Sport-



Die Felix Schoeller Group unterstützt mit hochwertigen Spezialpapieren die Deutsche Olympiamannschaft. V. l.: Guido Hofmeyer (COO Felix Schoeller), Florian Murrmann (Senior Vice President Marketing), Lilli Schwarzkopf (Silbermedaillengewinnerin im Siebenkampf bei den Olympischen Spielen 2012), Dr. Bernhard Klofat (CEO Felix Schoeller Group), Christian Winkler (Communications Manager Deutsche Sport-Marketing GmbH) und Axel Achten (CEO Deutsche Sport-Marketing GmbH).

bund (DOSB) das größte Sportereignis der Welt sowie speziell die Leistungen der Deutschen Olympiamannschaft hochwertig kommunizieren kann“, fügte Klofat hinzu. „Zudem wollen wir mit unseren Qualitätspapieren insbesondere den Athleten die Möglichkeit geben, ihre unvergesslichen und zum Teil ja historischen Momente vor, während und nach den Olympischen Spielen für die Ewigkeit festzuhalten.“



Neue Leica „Made in Germany“

Mit der Leica X Vario stellt die Leica Camera AG, Solms, eine neue digitale Kompaktkamera innerhalb der Leica X-Reihe vor. Das „Made in Germany“ Modell ist erstmals in dieser Produktreihe mit einem Vario-Objektiv ausgestattet; es deckt einen Brennweitenbereich von 28 bis 70 Millimeter (KB äquivalent) ab. Dazu kommen eine Full-HD Videofunktion und ein 16,5 MP CMOS Sensor im Format APS-C.

Die Kombination dieses großen und hochauflösenden Sensors mit dem leistungsstarken Vario-Objektiv Leica Vario Elmar 1:3,5–6,4/18–46 mm ASPH ist nach Angaben von Leica weltweit einzigartig und soll neue Maßstäbe in dieser Kameraklasse setzen. Die Full-HD Videofunktion arbeitet mit einer Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln und 30 Vollbildern pro Sekunde. Da die Videos im internetkompatiblen MP4-Format gespeichert werden, können sie ohne Konvertierung für Social-Media-Uploads oder mobile Anwendungen verwendet werden. Für eine klare Tonaufzeichnung sorgt ein Mikrofon mit integriertem Windschutzfilter, der störende Geräusche reduziert. Die Möglichkeit, zahlreiche Kameraeinstellungen selbst vorzunehmen, und ein präziser, schneller Autofokus ergänzen die Ausstattung der Leica X Vario.

Das kompakte, handliche Gehäuse der neuen Kamera besteht aus besonders hochwertigen Materialien. So wird beispielsweise die Deckkappe im gleichen Verfahren aus massivem Aluminium gefertigt wie bei der Leica M. Zusammen mit der soliden Bauweise aus Metall und einer griffigen, hochwertigen Bedienung ist die X Vario optisch und haptisch eine typische Leica.

Auch das Bedienkonzept orientiert sich an der Leica M: Über die griffigen Einstellräder auf der Kameraoberseite lassen sich die Blenden- und die Belichtungszeit bestimmen. Zudem können die Anwender durch Einstellen der Schärfenebene, des Weißabgleichs und weiterer Bildparameter Einfluss auf die Bildwirkung nehmen. Der kontrastreiche 3"/7,6 cm große Monitor bietet auch in heller Umgebung detailreiche Bilder.

Zur Leica X Vario gibt es Zubehör wie den elektronischen Viso-Flex Aufstecksucher mit 1,4 Megapixeln und 90°-Schwenkfunktion, den Blitz Leica SF 24 D, eine Gegenlichtblende, einen Handgriff und Fingerschlaufen in drei verschiedenen Größen. Dazu kommt ein umfangreiches Taschen- und Trageriemensortiment. Die Leica X Vario ist ab sofort in Schwarz für 2.450 Euro (UVP) erhältlich.

20–1.200 mm: Neue Lumix Superzoomkamera

Mit der Lumix FZ72 stellt Panasonic eine Kompaktkamera vor, die den bislang größten Zoombereich bietet. Das Lumix DC Vario 2,8–5,9/3,58–215 mm Objektiv deckt einen Brennweitenbereich von 20 mm Super-Weitwinkel bis 1.200 mm Super-Tele (entsprechend KB) ab. Darüber hinaus bietet die FZ72 zahlreiche automatische und manuelle Funktionen. Der Bildstabilisator Power O.I.S. (Optical Image Stabilizer) mit Aktiv-Modus für Video soll Verwacklungen wirkungsvoll unterdrücken; das ist bei der langen Telebrennweite auch nötig. Durch den neuen Hochempfind-



Die Lumix FZ72 bietet eine maximale Tele-Brennweite von 1.200 mm.

lichkeits-MOS-Sensor mit 16,1 Megapixeln und den weiterentwickelten Venus Engine-Bildprozessor ist die Lumix FZ72 ausgesprochen schnell und lässt Lichtempfindlichkeiten von bis zu ISO 6.400 (im Hochempfindlichkeitsmodus) zu. Damit können auch bei schlechten Lichtverhältnissen kurze Ver-

schlusszeiten realisiert werden, was die Verwacklungsgefahr vermindert. Die Kombination des leistungsfähigen Prozessors mit einem besonders schnellen Kontrast-Autofokus macht Bildserien mit einer Geschwindigkeit von maximal 5 B/s mit AF-Verfolgung möglich. Videos zeichnet die Kamera im Full-HD-Standard (1.920 x 1.080 Pixel/50i) im AVCHD- oder MP4-Format mit Stereoton auf. Ein neu entwickeltes Windschutz-Zoom-Mikrofon kann im Vergleich zum Vorgängermodell die Windgeräusche um ca. 70 Prozent reduzieren. Die Lumix FZ72 kommt ab September in Schwarz zu einem Preis von 399 Euro (UVP) in den Handel.

Cullmann: Taschenreihen in neuen Farben

Cullmann hat jetzt die bereits verfügbaren Taschenreihen Panama und Madrid um neue Farbvarianten erweitert. Der Taschendeckel der Taschenreihserie Panama setzt sich jetzt mit einem blauen oder orangenen Rand vom Taschenkörper ab. Im Innenbereich wird die Farbgebung übernommen. Die neuen Farben sind für die Größen Maxima 120, Vario 200, Action 200 und Action 90 erhältlich.

Auch bei der Taschenreihserie Madrid, die sich durch strapazierfähiges, wasserabweisendes Material auszeichnet, verändern sich die Farben: Die Serie ist zukünftig in sommerlichem Rot oder Beige ohne Musterung erhältlich. Durch das flexible und herausnehmbare Innenfutter dient die Madrid nicht nur als Fototasche, sondern auch als alltagstaugliche, moderne Freizeittasche. In ihr lassen sich DSLR-Kameras mit angesetztem Objektiv mit zwei Zusatzobjektiven oder einfach Kompaktkamera, Geldbeutel, Smartphone und Co. sicher verstauen. Die neuen Farben sind in der Größe Maxima 330 erhältlich.



Die neuen Kamerataschen sind ab Ende Juli verfügbar; die UVPs liegen je nach Modell zwischen 27,99 und 44,99 Euro.

Individuelle Raum-Ideen für Fachgeschäfte

Ein neuartiges Ladenbau-Konzept bietet jetzt besonders individuelle Lösungen für Fachgeschäfte jeder Größe.

Mit maßgefertigten Elementen passt sich das innovative Hatt-System nicht nur praktisch allen räumlichen Voraussetzungen an, sondern kann auch problemlos verändert, neu kombiniert und erweitert werden.

Dabei ist das Hatt-System genial einfach konstruiert: Grundsätzlich besteht jedes Element aus einer Basiswand, die aus maßgefertigten Paneelen zusammengesetzt wird. Jede Paneel wird oben und unten durch eine Funktionsschiene begrenzt, in die eine praktisch unbegrenzte Vielfalt von Elementen und Zubehörteilen einfach eingehängt werden kann. Für die Paneele steht eine breite Auswahl in praktisch allen Farben, Oberflächen und Strukturen zur Auswahl, von zahlreichen Holzarten mit unterschiedlicher Maserung über farbige Fantasie-Dekore oder Metall-Oberflächen bis zu Steindekoren und Glas.

Ebenso vielfältig und individuell sind die Elemente und Systemteile, die in die Basiswände eingehängt werden können. Ob Schrank-Elemente, Regalböden, Blister-Halter, Glasborde oder

Das Hatt-System

Die Präsentationslösungen, hier ein Beispiel für den Audiohersteller Audioblock, sind maßgefertigt und können immer wieder variiert werden.



Edelstahl-Würfel – mit einem Handgriff ist alles sicher an der Wand angebracht und kann ebenso einfach neu arrangiert werden. Besonders praktisch: Alle Kabel werden unsichtbar hinter den Paneelen verlegt; Geräte, die einen Netzanschluss brauchen, werden mit einem Ministecker-System angeschlossen.

Der Kopf

Der Erfinder des Hatt-Systems ist Fred Hattendorf, der mit seinem Schreinerbetrieb Hattendorf GmbH im oldenburgischen Hatten seit 28 Jahren Erfahrung im individuellen Ladenbau und in der Möbelschlerei hat. Zu seinen Kunden gehören große Fachhandels- und Drogeriemarkt-Ketten ebenso wie Banken und Sparkassen, Hotels,

Agenturen, Versicherungen und Privatleute. Der Unternehmer, der die Kreativität eines Tüftlers mit der Bodenständigkeit eines erfolgreichen Kaufmanns verbindet, ist seit der Entwicklung des Hatt-Systems von einer Krankheit befallen, die er selbst „HATTismus“ nennt: Praktisch ununterbrochen denkt er sich neue, praktische Elemente und Ergänzungen aus, mit denen die Variabilität und Funktionalität seines Wand-Systems noch erweitert werden können. Dazu gehören ausgefeilte Lichtlösungen, schicke Design-Ideen ebenso wie praxisgerechte Funktionselemente. Bei der Realisierung arbeitet Hattendorf auch mit metall- und glasverarbeitenden Betrieben zusammen. In der Unterhaltungselektronik gibt es eine bereits erfolgreiche Partnerschaft mit der im nahegelegenen Oldenburg ansässigen audiophilen HiFi-Schmiede Audioblock, die das Hatt-System für ihre Präsentationswände für den Fachhandel einsetzt. So ist das Hatt-System auf der kommenden IFA in Berlin am Stand von Audioblock zu sehen. Fred Hattendorf und seine Mitarbeiter freuen sich auf Besucher aus dem Fotohandel, um ihnen ihre innovativen Raum-Ideen zu erläutern.



Das Wechseln oder Neuarrangieren ist kinderleicht, wie Fred Hattendorf hier demonstriert.

Bruno Arnold: Dabei sein, aber nicht dazugehören!



Bruno Arnold, der viele Jahre u. a. auch für zahlreiche Fotozeitschriften gearbeitet hat und für seine journalistische Arbeit mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet wurde, hat mit seinem Buch aus seinem 60-jährigen Journalistenleben ein Zeitdokument geschaffen, das auch Geschichten hinter der Geschichte festhält. Berühmt geworden aus Bruno Arnolds Erzählungen ist z. B. die Nikon mit dem Kalaschnikow-Einschuss, die jetzt auf dem Titel des Buches zu sehen ist.

Vor allem Israel und Vietnam bestimmten Arnolds Journalistenleben. So war er als Text- und Fotoreporter

dabei, als Eichmann zum Tode verurteilt wurde, als Israel die Klagemauer zurückerobernte, als amerikanische und südvietnamesische Soldaten chancenlos im Dschungelkrieg aufgerieben wurden.

Arnold setzt mit seinem Buch auch ein Denkmal für gefallene oder verstorbene Kollegen und Vorbilder wie Robert Capa und Hilmar Pabel. Seinem jahrzehntelangen und mittlerweile verstorbenen Freund Horst Faas, dem zweimaligen Pulitzer-Preis-Träger, widmet er ein eigenes Kapitel.

Aber auch von Begegnungen mit Personen der Zeitgeschichte handeln seine Erinnerungen, so z. B. Albert Schweitzer, Hermann Gmeiner oder auch Liz Taylor, Richard Burton und Elvis Presley.

Das Erscheinen seines Buches hat Bruno Arnold leider nicht mehr erleben können: Im Frühjahr dieses Jahres ist er im Alter von 86 Jahren gestorben. Mit ihm ging ein weiterer Vertreter des seriösen Journalismus, der im Zeitalter von Youtube und kritiklos gedruckten Handy-Fotos immer weniger gefragt ist. Schon allein deshalb ist zu wünschen, dass sein Buch, wie vom Verlag angekündigt, tatsächlich als „Anschauungsbuch für angehende Reporter“ dienen wird.

Bruno Arnold: Dabei sein, aber nicht dazugehören! Ein Leben als Reporter. Broschur, 351 Seiten, 50 Abbildungen, Format 23,5 cm x 16,5 cm, Point of Sale Verlag, Baierbrunn 2013, ISBN 978-3-941761-36-0, 28 Euro.



„Dabei sein, aber nicht dazugehören“: Bruno Arnold setzte, wie hier im Nahen Osten, auf Informationen aus erster Hand, behielt aber dabei immer die Distanz, die für Objektivität notwendig ist.

Rolleiflex Hy6 Mod. 2 jetzt verfügbar

Die von der Firma DHW Fototechnik am alten Rollei-Standort in Braunschweig hergestellte einäugige Mittelformat-Spiegelreflexkamera Rolleiflex Hy6 Mod. 2, die sowohl mit Film als auch mit den aktuellen Digitalrückteilen von Leaf genutzt werden kann, ist jetzt verfügbar.

Die beiden AFi-Rückteile AF II 12 und AF II 10 von Leaf verfügen über einen im Digitalback-Gehäuse um 90° von Quer- auf Hochformat drehbaren Sen-

sor. Die Drehung kann über ein Rädchen von außen durchgeführt werden. Bei den Credo-Rückteilen 80 AFi und 60 AFi muss das Digitalback-Gehäuse abgenommen werden, um dann um 90° von Quer- auf Hochformat gedreht wieder angesetzt zu werden. Die Leaf-



Rückteile für die Hy6 und die Hy6 Mod. 2 sind über Leaf Deutschland unter <http://www.leaf-deutschland.de> erhältlich. Auch alle älteren Rückteile mit AFi-Mount können verwendet werden. Für den Einsatz mit Rollfilm der Größen 120 und 220 sind zu den beiden Rolleiflex Hy6-Modellen zwei Rückteile lieferbar: das Wechseltmagazin 6060 für das 6 x 6-Format und das Wechseltmagazin 4560 für das Format 4,5 x 6. Beide Magazine sind mit dem Rollo-System zum lichtdichten Verschließen ausgestattet und können auf die Formate 120 und 220 eingestellt werden. Als Alternative zum Lichtsichtsucher der Hy6-Modelle gibt es einen Fernrohrsucher 90° und einen Prismensucher 45° mit 45°-Einblick.

Neues Weitwinkel- und Teleobjektiv von walimex pro

walimex pro hat sein Sortiment um zwei neue Objektive erweitert. Das lichtstarke walimex pro 16/2,0 APS-C zeichnet sich vor allem durch seinen großen Bildwinkel und eine hohe Schärfentiefe aus. Für eine gute Abbildungsleistung sorgt die aufwändige optische Konstruktion mit 13 mehrfach vergüteten Linsen, davon zwei asphärische und zwei aus ED-Glas (extra low dispersion). Die Fokussierung sowie die Blendeneinstellung erfolgen manuell. Das walimex pro 16/2,0 APS-C ist mit Anschlüssen für Nikon AE, Canon EF,



walimex pro 16/2,0 APS-C

Sony Alpha, Pentax K, Samsung NX, Sony E-Mount, Canon M, Fuji X, Olympus 4/3, Micro 4/3 für 429 Euro (UVP) erhältlich.

Das zweite neue Objektiv ist das walimex pro 300/6,3-Spiegelobjektiv, das für Sony E-Mount, Canon M, Fujifilm X und Micro 4/3 erhältlich ist. Dank der Spiegelkonstruktion ist das Objektiv mit einer Länge von ca. 74 mm und einem Gewicht von nur maximal 318 g sehr kompakt. Das Teleobjektiv wird in Schwarz oder Silber für 279 Euro (UVP) angeboten.

Neues Sports Objektiv und innovatives Dock Leistung personalisieren

Das bereits angekündigte USB-Dock von Sigma ist jetzt lieferbar. Mit diesem innovativen System können die Kunden kompatible Objektive schnell und einfach an ihre persönlichen Vorlieben

anpassen. Zudem bringt Sigma mit dem Hochleistungszoom 120–300 mm F2.8 DG OS HSM das erste Objektiv der neuen Sports Produktlinie auf den Markt.



Mit dem Sigma USB-Dock können kompatible Objektive an die Vorlieben des Benutzers angepasst werden.

Das neue USB-Dock von Sigma ist eine Weltneuheit: Damit können Fotografen ihr Objektiv an den Computer anschließen und mit Hilfe der von Sigma entwickelten Optimization Pro Software nicht nur die Firmware des Objektivs aktualisieren, sondern auch einzelne Parameter nach ihren persönlichen Präferenzen einstellen. So können bei den Objektiven der neuen Sports Produktlinie unter anderem die AF-Geschwindigkeit, der Fokussierbereich-Begrenzer und die OS-Funktion individualisiert werden.

Lichtstarker Allrounder

Mit dem 120–300 mm F2.8 DG OS HSM bringt Sigma das erste Objektiv der Sports Produktlinie auf den Markt, das besonders für schnelle Actionaufnahmen auch aus weiter Entfernung geeignet ist. Auch bei Tierfotos in freier Natur macht dieses Objektiv eine gute Figur.

Die durchgängig hohe Lichtstärke von F2.8 soll andere Wechselobjektive mit langen Brennweiten weitgehend überflüssig machen. Der eingebaute Bildstabilisator, der nach Angaben

von Sigma bis zu vier Stufen längere Verschlusszeiten ermöglicht, ist besonders bei Telefotos aus freier Hand nützlich. Für den Einsatz unter harten Bedingungen ist das neue Objektiv staub- und spritzwassergeschützt. Dafür hat Sigma an den kritischen Stellen, zum Beispiel dem präzisen Messing-Bajonett, spezielle Bauteile hinzugefügt.

Eine lichtstarke Lösung für Action- und Naturfotografie: das neue Sigma 120–300 mm F2.8 DG OS HSM



Wie alle Objektive der neuen Sigma Produktlinien Contemporary, Art und Sports wurde auch das neue 120–300 mm F2.8 DG OS HSM mit Hilfe des von Sigma entwickelten Prüfverfahrens entwickelt, bei dem das MTF-Mess-System A1 mit 46-Megapixel-Foveon-Direktbildsensor eingesetzt wird. Das neue Sigma 120–300 mm F2.8 DG OS HSM Objektiv ist ab sofort zum Preis von 3.999 Euro (UVP) erhältlich; zum Lieferumfang gehören eine Gegenlichtblende, eine neu gestaltete Stativschelle mit Trage-riemen und drei Jahre Garantie. Die Preisempfehlung für das innovative USB-Dock beträgt 49 Euro.

Lichtstarkes Standardzoom

Das neue Sigma Zoomobjektiv 18–35 mm F1.8 DC HSM ist nach Angaben des Herstellers das derzeit lichtstärkste Standardzoom für digitale Spiegelreflexkameras mit Bildsensoren im APS-C Format. Das zur Produktlinie Art gehörende Objektiv soll in der Praxis mehrere Festbrennweiten vom Weitwinkel- bis zum Standardbereich ergänzen. Mit einer Naheinstellgrenze von 28 cm ist das Objektiv auch gut für Nahaufnahmen geeignet. Aufgrund der Innenfokussierung und der innenliegenden Zoomfunktion behält das Objektiv beim Einsatz seine Baulänge. Es kann mit dem neuen USB-Dock regelmäßig aktualisiert und an die individuellen Vorlieben des Nutzers angepasst werden.

Das neue Sigma 18–35 mm F1.8 DC HSM Objektiv ist ab sofort für 999 Euro (UVP) erhältlich.



F1.8 über den gesamten Brennweitenbereich: das neue Sigma 18–35 F1.8 DC HSM

5.446 zahlende Abonnenten (IVW 2/2013)

lesen Monat für Monat imaging+foto-contact mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige.

imaging+foto-contact erscheint 10 x jährlich mit einer Auflage von 7.400 Exemplaren bundesweit (IVW 2/2013). 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. 40 v. 01.01.2013) 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 westdeutschen Stadt
mit 90.000 Einwohnern, große
Industrieansiedlung, gute Lage,
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 • 50000 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.**



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**

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

ifc 7-8/2013

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

Sie sind Journalist?

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

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

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

**Anzeigenschluss für Kleinanzeigen
in der imaging+foto-contact-Ausgabe 9/2013
ist der 16. August 2013.**

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

Foto-Aktienkurse

		22.07.2013	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	3.385	3.695	2.308	4.115
Casio	YEN	914	947	476	1.055
Cewe Color	EUR	35,15	34,98	28,30	35,80
Du Pont	USD	57,14	55,89	41,68	57,88
Eastman Kodak	USD	0,13	0,14	0,08	0,61
Fujifilm	YEN	2.374	2.205	1.240	2.634
Hewlett-Packard	USD	19,06	24,65	8,88	20,56
Hitachi	YEN	674	697	401	801
Imation	USD	4,78	4,16	3,34	6,04
Jenoptik	EUR	9,34	9,40	4,98	10,30
Leica	EUR	32,51	38,40	16,32	33,50
Metro	EUR	25,93	27,46	19,52	27,88
Olympus	YEN	3.065	3.180	1.219	3.570
Samsung	KRW	1.273.000	1.512.000	1.139.000	1.584.000
Seiko Epson	YEN	9,90	1.355	4,14	11,37
Sharp	YEN	467	538	142	633
Sony	YEN	2.188	2.078	772	2.413
Spector	EUR	0,47	0,45	0,16	0,65
Toshiba	YEN	490	501	234	565

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

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



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

Autorisierte
Vertragswerkstatt



Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Pioneer

reflecta



SONY
Authorized Service Center

TAMRON

TOSHIBA

Inserenten-Verzeichnis

Business Forum Imaging . 2. U.	Panzer	21
Cewe	Promaxx	33
Messe Berlin	Kleinanzeigen	38, 3. U.
Mitsubishi		4. U.

IMPRESSUM
imaging+foto-contact

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

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Postfach 12 29, 40832 Ratingen
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon: 0 21 02/20 27-0
Telefax: 0 21 02/20 27-90
Online: http://www.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)

Rolf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste

Nr. 40 v. 1. Januar 2013

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Albert Willmann

Vertrieb:

Barbara Klomps

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 und am 1. Juli.

Der Abonnementspreis beträgt:

Inland: 39,90 € jährlich

Ausland: 60,00 € jährlich

Die Zustellung ist im Preis enthalten.



ISSN: 1430-1121

Wäre doch alles so zuverlässig wie ein Fotodrucker von Mitsubishi Electric

Alles, was schiefgehen kann, wird schiefgehen, sagt Murphys Gesetz. Das Bessere ist des Guten Feind, sagt Mitsubishi Electric.

Worauf es wirklich ankommt

Drei Dinge sind bei einem Fotodrucker entscheidend: Qualität, Qualität, Qualität. Denn ohne Qualität keine Zuverlässigkeit, und ohne Zuverlässigkeit keine zufriedenen Kunden. Und was unzufriedene Kunden für Sie und uns bedeuten, brauchen wir Ihnen nicht zu sagen.

Qualität, die ihresgleichen sucht

Deshalb bieten Ihnen Fotodrucker von Mitsubishi Electric Qualität durch und durch: die einfache Be-

dienbarkeit, die den Papierwechsel zum Kinderspiel macht. Oder die hohe Geschwindigkeit, in der die brillanten und farbtreuen Fotos perfekt und leise ausgedruckt werden. Oder die vielen technischen Innovationen, die in jedem unserer Geräte stecken: Stichwort „Changes for the Better“. Darüber hinaus bauen wir auf eine über 20-jährige Erfahrung mit Fotodruckern – wer kann das schon von sich sagen?

Darauf können Sie sich verlassen

Was bedeutet das für Sie? Ein profitables Sofortbildgeschäft, denn unsere kompakten Fotodrucker sind langlebig, belastbar und betriebsstabil. Zufriedene und wiederkeh-

rende Kunden, denn die Qualität der Fotoausdrucke ist hervorragend.

Über alle Maße begeistert:



Und Vertriebspartner, die Ihnen sofort helfen, wenn mal was nicht stimmt. Wovon wir, wie bereits erwähnt, allerdings nicht wirklich ausgehen.



Der praktische Kompakt-Drucker für bis zu 4 Formate, der einfach in der Handhabung ist: **der CP-D70DW**



Der fixe Doppeldeck-Drucker, der zwei verschiedene Formate gleichzeitig drucken kann: **der CP-D707DW**



Das kompakte Leichtgewicht, das randlos von 20 x 10 bis 20 x 30 (DIN A4) drucken kann: **der CP-D3800DW**



Mehr Infos unter www.mitsubishi-foto.de

