

imaging + foto 4 2021

contact

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

Photopia Hamburg: Eine Stadt aus 350 Containern

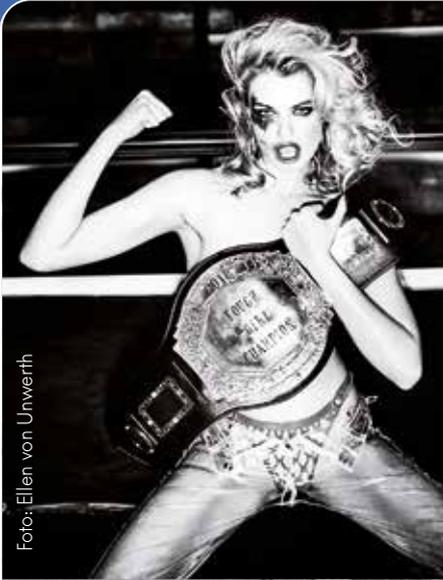
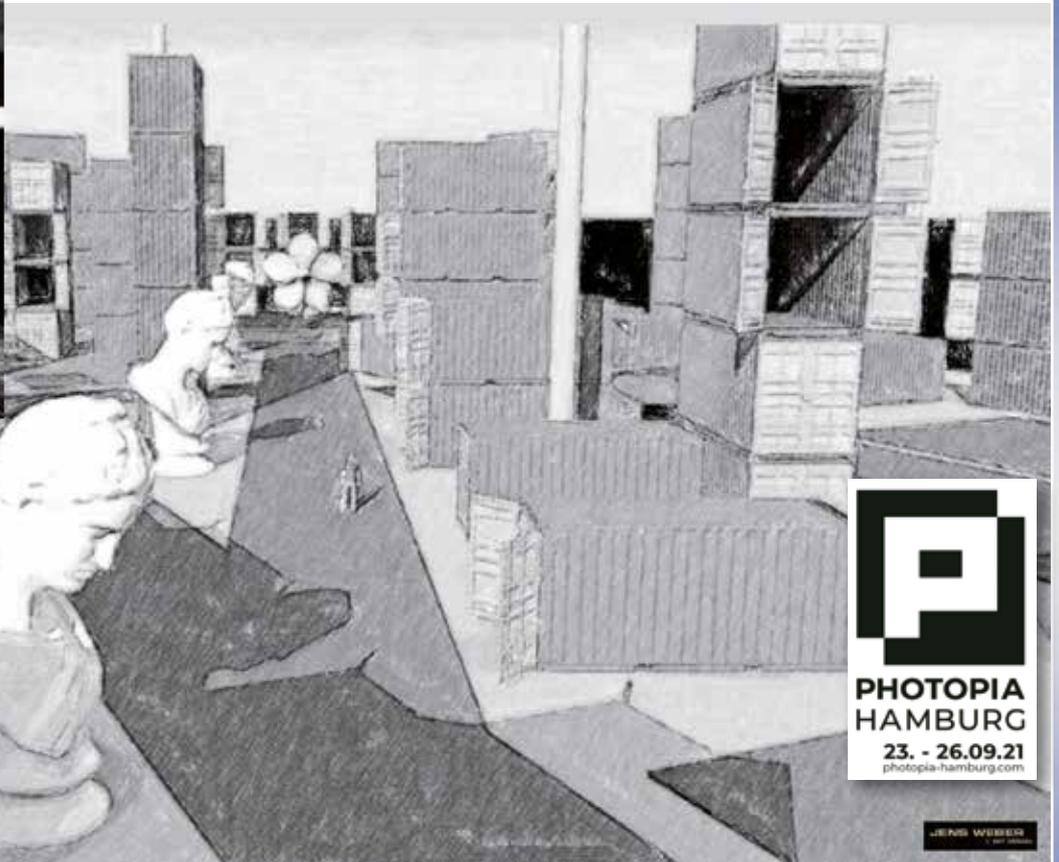


Foto: Ellen von Unwerth



Das neue Tor zur Imaging-Welt

United Imaging Group auch 2020 mit Wachstum Umsatzplus trotz Pandemie

Trotz der Einschränkungen durch die Maßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie ist der Umsatz der United Imaging Group im Jahr 2020 zum siebten Mal hintereinander gewachsen. S.8

Cewe bestätigt gutes Ergebnis 2020 Nachhaltig erfolgreich

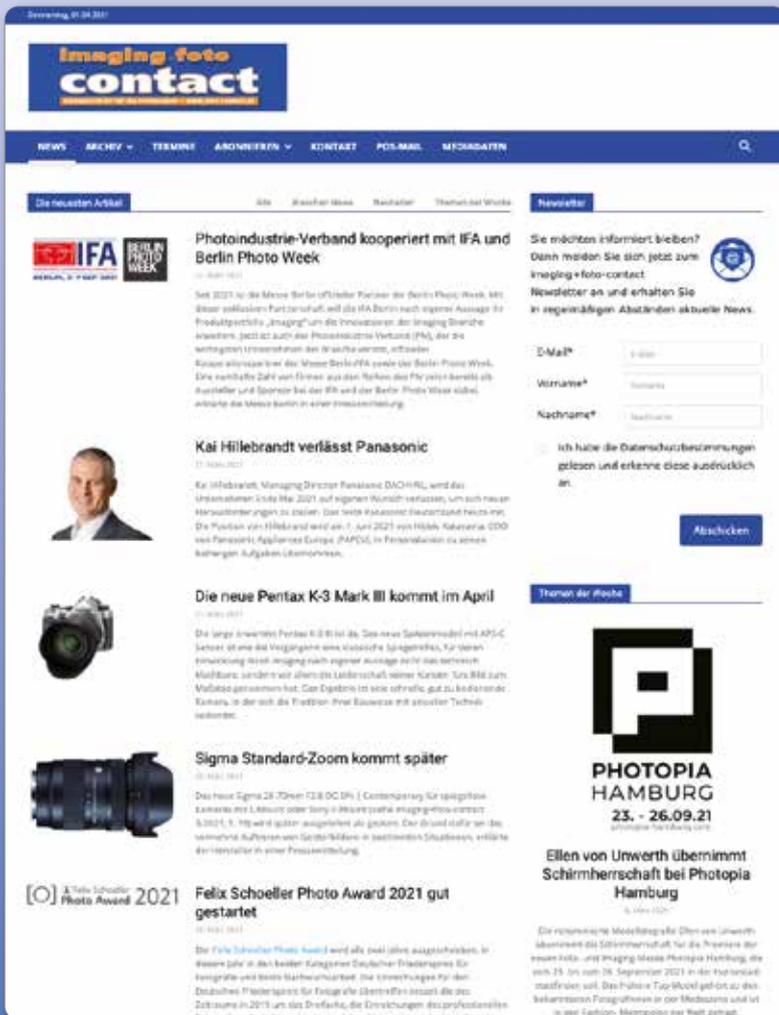
Auf seiner Bilanzpressekonferenz am 25. März hat Cewe die vorläufigen Zahlen für das Geschäftsjahr 2020 bestätigt. Die im Krisenjahr erzielten Zuwächse sind ausschließlich dem Fotofinishing zu verdanken. S.22

Die neue Pentax K-3 Mark III kommt im April Technik für Bilder

Die Pentax K-3 Mark III ist da. Das neue Spitzenmodell mit APS-C Sensor ist eine klassische Spiegelreflex, für deren Entwicklung Ricoh Imaging die Leidenschaft der Kunden fürs Bild zum Maßstab genommen hat. S.13

Tagesaktuelle Branchen-News jetzt im neuen Design

www.foto-contact.de



Newsletter

Sie möchten informiert bleiben? Dann melden Sie sich jetzt zum **imaging+foto-contact Newsletter** an.



www.foto-contact.de informiert aktuell über Innovationen und Ereignisse in der Foto- und Imaging Branche.

imaging+foto-contact ist das kompetente Medium für den Fotohandel, Bilddienstleister und das Fotografenhandwerk.

Langweilig ist es in der Branche jedenfalls nicht Wege ins Ungewisse

Manchmal hat es Vorteile, wenn ein Branchenmagazin wie *imaging+foto-contact* später als geplant erscheint. Wären wir pünktlich fertig geworden, hätten uns zwei wichtige, aktuelle Nachrichten erst nach dem Druck erreicht: Kai Hillebrandt, Managing Director Panasonic DACH + NL, verlässt Ende Mai das Unternehmen, und der Photoindustrie-Verband (PIV) kooperiert nicht nur mit der Photopia Hamburg, sondern auch mit der Berlin Photo Week und der IFA.



Thomas Blömer, Verleger

Die Personalie Hillebrandt war eine echte Überraschung, und sie hat nicht nur Auswirkungen auf Panasonic, sondern auch auf den Photoindustrie-Verband, den der Manager seit 2019 als Vorsitzender des Vorstandes führt. In seine Amtszeit fällt das Ende der photokina und damit die Neuorientierung des Verbandes im Messewesen, die sich nach der Allianz mit der Photopia Hamburg nun auch in der Meldung aus Berlin zeigt.

Es gibt so kurzfristig noch keine Hinweise, wer Hillebrandts Nachfolger im Photoindustrie-Verband antreten

könnte. In jedem Fall steht diese Person vor einer großen Aufgabe. Zwar hat Hillebrandt die Neuorientierung im Messewesen durch die Kooperationen mit Hamburg und Berlin bereits auf den Weg gebracht, die Neuausrichtung des Verbandes steht aber noch bevor. Denn der PIV versteht sich auch auf internationalem Parkett als Stimme der Fotobranche, die bekanntlich derzeit nicht nur an signifikanten Absatz- und Umsatzrückgängen leidet, sondern auch an fehlenden Strategien, wie es in Zukunft weitergehen soll.

Es ist zwar gut, dass zumindest in der Messepolitik die ersten Weichen gestellt wurden, aber das reicht noch nicht aus. Denn die internationale Foto- und Imaging-Branche hat in den letzten Jahren unter den Erschütterungen der digitalen Transformation den Corpsgeist verloren, der sie jahrzehntelang ausgezeichnet und in der photokina eine weltweite Plattform gefunden hatte.

Diesen Geist wieder zum Leben zu erwecken, ist eine enorme Herausforderung. Ganz aussichtslos ist ein solches Vorhaben allerdings nicht: Denn während die Kamera-Industrie mehr oder weniger ratlos den

Absturz ihrer Verkaufszahlen verfolgt, haben immer mehr Menschen immer mehr Freude an den Bildern, die sie zum allergrößten Teil und zum Leidwesen von Nostalgikern mit ihren Smartphones aufnehmen.

Der Foto- und Imagingbranche ist es bisher leider nicht gelungen, diese Freude in Treibstoff für einen dynamischen Markt zu verwandeln. Einzelnen Unternehmen gelingt das allerdings trotzdem: So zeigt der Bericht über die Bilanzpressekonferenz von Cewe in dieser Ausgabe, wie man mit Unternehmergeist unter widrigen Bedingungen Wachstum erzielt und gleichzeitig vielen Menschen Freude macht. Und da diese Freude am Bild eher zu- als abnimmt, sind die Oldenburger zuversichtlich für das laufende Jahr. Denn die Verantwortlichen bei Cewe wissen: Es gibt trotz der Corona-Einschränkungen viele schöne Momente und Dinge, die es wert sind, im Bild festgehalten und in Fotoprodukten zu kostbaren Erinnerungen zu werden. Nicht ohne Grund hat der Bilddienstleister den Cewe Photo Award, der inzwischen der weltgrößte Fotowettbewerb ist, mit dem Titel „Our world is beautiful“ versehen. Wenn es dem PIV und den beiden mit ihm verbundenen Messen gelingt, die Botschaft „Photo is beautiful“ wieder in die Gesellschaft zu tragen, wäre für alle viel gewonnen.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Photopia Hamburg: Eine Stadt aus 350 Containern
Das Tor zur Imaging-Welt 18

Editorial

Langweilig ist es in der Branche jedenfalls nicht
Wege ins Ungewisse 3

Wichtiges aus foto-contact.de 6, 7

Handel

United Imaging Group auch 2020 mit Wachstum
Umsatz trotz Pandemie 8

Neuheiten 25

Neue Mikrofone für Videokameras von Sony
Guter Ton zum Film 12

Die neue Pentax K-3 Mark III kommt im April
Technik für Bilder 13

Drei neue Vollformat-Objektive von Sony
Kompakte Drillinge 16

Sigma kündigt ultra-kompakte fp L Systemkamera an
Die Kleinste ihrer Art 17

Neue Stative der Tortoise Serie von Benro
Für das leichte Gepäck 20

United Imaging Group auch 2020 mit Wachstum Umsatzplus trotz Pandemie



Trotz der Einschränkungen durch die Maßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie ist der Umsatz der United Imaging Group im Jahr 2020 zum siebten Mal hintereinander gewachsen. Das teilte die Führung der Verbundgruppe den Mitgliedern im Rahmen eines UIG-Info-Box Specials mit, da auch in diesem Frühjahr keine UIG-Roadshow mit persönlichen Gesprächen stattfinden konnte. Im April sollen die Fachhändler mit einer großen Kampagne bei der Wiederöffnung der Geschäfte unterstützt werden. Dabei sind besonders attraktive Angebote geplant, wie sie den Mitgliedern sonst im Rahmen der Roadshow zur Verfügung gestellt werden. **Seite 8**

HANDEL

Photopia Hamburg: Eine Stadt aus 350 Containern Das Tor zur Imaging-Welt



Mit der Photopia Hamburg, deren Premiere vom 23. bis zum 26. September auf dem Messegelände der Hansestadt und

an verschiedenen Orten in der City geplant ist, will die Messe Hamburg und Congress unter der Maxime „1 Festival – 4 Tage live – 365 Tage online“ Neuland betreten. Neben dem festivalartigen Teil Photopia City und dem Online-Auftritt Photopia 360 soll der Messebereich Photopia Summit im wahrsten Sinne des Wortes neue Perspektiven eröffnen. Dazu hat der Bühnenbildner und Set-Designer Jens Weber ein innovatives Konzept entwickelt: In zwei Hallen soll eine einzigartige Installation aus rund 350 Containern entstehen. **Seite 18**

ZUM TITELBILD

Neue Mikrofone für Videokameras von Sony Guter Ton zum Film



Mit dem kabellosen ECM-W2BT und dem kompakten ECM-LV1 hat Sony zwei neue Mikrofone angekündigt, die entwickelt wurden, um beim Videofilmen auch den Ton in guter Qualität aufzuzeichnen. Sie können sowohl mit aktuellen Alpha Systemkameras als auch mit Vlogger-Modellen wie der ZV-1 sowie Camcorden von Sony eingesetzt werden. **Seite 12**

Die neue Pentax K-3 Mark III kommt im April Technik für Bilder



Die lange erwartete Pentax K-3 Mark III ist da. Das neue Spitzenmodell mit APS-C Sensor ist wie die Vorgängerin eine klassische Spiegelreflex, für deren Entwicklung Ricoh Imaging nach eigener Aussage nicht das technisch Machbare, sondern vor allem die Leidenschaft seiner Kunden fürs Bild zum Maßstab genommen hat. Das Ergebnis ist eine schnelle, gut zu bedienende Kamera, in der sich die Tradition ihrer Bauweise mit aktueller Technik verbindet. **Seite 13**

NEUHEITEN

Sigma kündigt ultra-kompakte fp L Systemkamera an Die Kleinste ihrer Art



Mit der neuen fp L hat Sigma die nach eigenen Angaben weltweit kleinste und leichteste spiegellose Wechselobjektiv-Kamera mit 61-Megapixel Vollformat-Bildsensor angekündigt. Sie verfügt über einen Bayer-Sensor mit ca. 61 effektiven Megapixeln, also mehr als bei jeder anderen Sigma-Kamera zuvor. Dank ihrer Crop-Zoom-Funktion soll die neue Kamera sowohl beim Fotografieren als auch beim Filmen erstklassige Ergebnisse erzielen. **Seite 17**

Canon: Servicecenter in Deutschlandzentrale Standort Krefeld wächst



Canon Deutschland baut seine Präsenz in Krefeld weiter aus. Ab Januar 2022 soll auch das derzeit im nahegelegenen Willich angesiedelte Canon Service- und Reparaturcenter mit 110 Mitarbeitern an den Standort der Deutschlandzentrale umziehen, wo dann 700 Menschen tätig sein werden. Mit über 12.000 Quadratmetern Fläche verfügt der Komplex in Krefeld über die nötige Kapazität. Nach Abschluss der Maßnahme will Canon das Gebäude in Willich verkaufen. **Seite 11**

Cewe bestätigt gutes Ergebnis 2020 Nachhaltig erfolgreich



Auf seiner Bilanzpressekonferenz am 25. März hat Cewe die vorläufigen Zahlen für das Geschäftsjahr 2020 bestätigt. Die im Krisenjahr erzielten Zuwächse in Umsatz und Ertrag sind ausschließlich dem Kerngeschäftsfeld Fotofinishing zu verdanken, das mit einem erfolgreichen Onlinegeschäft die negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Einzelhandel und den kommerziellen Online-Druck überkompensierte. Dabei zeigte sich das Management nicht nur mit dem finanziellen Ergebnis zufrieden: Auch die Ziele in Sachen Nachhaltigkeit wurden voll erreicht. **Seite 22**

Facelift für Lowepro Flipside Rucksäcke Robuster und sicherer



Vitec Imaging Solutions hat die Outdoor-Serie Flipside der Marke Lowepro überarbeitet. Der neue Rucksack Flipside III, der in zwei Größen und zwei Farben erhältlich ist, wurde mit neuen Materialien robuster gestaltet, um die Ausrüstung noch besser zu schützen und zudem die Lebensdauer des Produktes zu verlängern. **Seite 26**

UNTERNEHMEN

NEUHEITEN

Nachhaltige Energie mit eneloop Akkus Aufladen statt wegwerfen 21

Facelift für Lowepro Flipside Rucksäcke Robuster und sicherer 26

Unternehmen

Canon integriert Servicecenter in Deutschlandzentrale Standort Krefeld wächst 11

Cewe bestätigt gutes Ergebnis 2020 Nachhaltig erfolgreich 22

Impressum 27

Klein- und Personalanzeigen 27

Immer aktuell:

The collage features the 'Imaging Foto contact' magazine cover with the headline 'Das neue Tor zur Imaging-Welt'. Below it are several news snippets: 'Photoindustrialverband kooperiert mit IFA und Berlin Photo Week', 'Kai Hilbrandt verlässt Panasonic', 'Die neue Pentax K-3 Mark III kommt im April', 'Sigma Standard-Zoom kommt später', and 'Foto Schöner Photo Award 2021 gut gestartet'. A QR code is also present in the bottom right corner.

Neuer Verkaufsleiter bei Kaiser Fototechnik



Jonas Vogt

Nach 34 Jahren als Verkaufsleiter für Deutschland geht Ulrich Benig zum 31. März 2021 in den wohlverdienten Ruhestand. Sein Nachfolger, Jonas Vogt,

übernimmt die Position des Verkaufsleiters zum 1. April 2021 und verantwortet nicht nur den Verkauf der Produkte von Kaiser Fototechnik, sondern auch den Vertrieb der Marken Nanlite, Rodenstock, Tiltall und Artisan&Artist.

Vogt ist seit neun Jahren im Unternehmen und verantwortete als Industriefachwirt (IHK) den Einkauf von Komponenten für Kaiser-Produkte sowie die nationale und internationale Beschaffung von Handelswaren. Als Assistent von Ulrich Benig konnte er im vergangenen Jahr viele Erfahrungen sammeln und möchte nun auf den bestehenden Fundamenten die Zusammenarbeit mit den Kunden von Kaiser Fototechnik fortsetzen und die Kundenkontakte vertiefen, heißt es in einer Pressemitteilung.

Felix Schoeller Photo Award 2021 gut gestartet

Der Felix Schoeller Photo Award wird alle zwei Jahre ausgeschrieben, in diesem Jahr in den beiden Kategorien Deutscher Friedenspreis für Fotografie und Beste Nachwuchsarbeit. Die Einreichungen für den Deutschen Friedenspreis für Fotografie übertreffen derzeit die des Zeitraums in 2019 um das Dreifache, die Einreichungen des professionellen Fotonachwuchses liegen in etwa auf dem Niveau des vorherigen Awards.

„Die Zahl der Einreichungen zum Deutschen Friedenspreis für Fotografie zeigt, dass diese Kategorie, die 2019 initiiert wurde, in der Gemeinschaft der Fotografinnen und Fotografen angekommen ist“,

Canon startet Redline Challenge

Ab sofort startet Canon einen neuen Wettbewerb für Amateurfotografinnen und -fotografen, die Redline Challenge. Unterstützt werden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer von Vlogger und Fotograf Kai Wong, der die Veranstaltung begleiten wird, und namhaften Canon Ambassadorinnen und Ambassadors.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben vom 22. März 2021 bis zum 1. Juni 2021 Zeit, ihre Bilder einzureichen. Die Teilnahme ist kostenlos.

Bei der ersten Challenge, die unter dem Thema Light in the Dark steht, müssen die Amateurfotografinnen und -fotografen ihre Kreativität und ihr Know-how bei der Low-Light-Fotografie unter Beweis stellen, um die Beziehung zwischen Licht, Schatten, Kontrast und Farbe fotografisch darzustellen. Der Wettbewerb wird in insgesamt drei Runden von einer unabhängigen Expertenjury bewertet. Canon wird im Juni die von der Jury erstellte Auswahlliste der zehn Finalistinnen und Finalisten auf der eigenen Website veröffentlichen. Der oder die endgültige Gewinnerin wird bis zum 27. Juni bekanntgegeben. Preise im Wert von über 14.000 Euro werden vergeben.



erläuterte Dr. Friederike Texter, Organisatorin des Awards. „Die breite inhaltliche Auslegung des Themas Frieden spiegelt sich in der Vielfalt der bereits eingereichten Arbeiten wider. Dennoch lässt sich bereits heute erkennen, dass die Corona-Pandemie in all ihren Facetten ein inhaltlicher Schwerpunkt sein wird. Beim Nachwuchsförderpreis sehen wir sehr unterschiedliche Arbeiten, weil diese Kategorie inhaltlich offen ist. Wir sehen auch, dass der fotografische Berufsnachwuchs durch die Corona-Pandemie in der Arbeit besonders beeinträchtigt wird. Gerade diese Gruppe ist sehr mobil und erhält Impulse für ihre Arbeit oft während langer Reisen, gerne auch im Ausland. Diese Reisen sind nun weitestgehend unmöglich, so dass die Themenfindung für die jungen Fotografinnen und Fotografen schwieriger wird.“ Bisher wurden Arbeiten aus 56 Ländern eingereicht, bis zum 31. Mai 2021 können noch Arbeiten eingereicht werden.

Der Deutsche Friedenspreis für Fotografie, der in Kooperation mit der Friedensstadt Osnabrück vergeben wird, ist mit einem Preisgeld von 10.000 Euro dotiert. Der oder die Siegerin des Nachwuchsförderpreises darf sich über ein Preisgeld von 2.500 Euro freuen. Zusätzlich erhalten alle Nominierten in der Nachwuchskategorie eine exklusive

Online-Session mit einem Jury-Mitglied zur Diskussion ihrer Arbeiten (Mappenpräsentation).

Neue Botschafter für WhiteWall

WhiteWall hat sein im letzten Jahr eingeführtes Ambassador-Programm um fünf internationale Fotografinnen und Fotografen erweitert. Damit sind nun neun Fotografen Teil des Ambassador-Programms, das WhiteWall weiter ausbauen will.



Zu den neuen Botschaftern zählen die Modelfotografin Mary Ruffinoni aus Frankreich, der Amerikaner Andreas P. Verrios, der auch als Mr. NYC Subway bekannt ist, sowie Isabelle Bacher, die auf ihren Fotos von Landschaften nördlich des Polarkreises die Ästhetik der Arktis in vielen Facetten zeigt. Ebenfalls neu sind der für Reise-, Städte- und Kunstfotografie bekannte Daniel Zielske sowie der in New York lebende, deutschstämmige Fotograf Karsten Staiger, der viele bekannte Persönlichkeiten vor der Kamera gehabt hat.

Kai Hillebrandt verlässt Panasonic

Kai Hillebrandt, Managing Director Panasonic DACH+NL, wird das Unternehmen Ende Mai 2021 auf eigenen Wunsch verlassen, um sich neuen Herausforderungen zu stellen. Das teilte Panasonic Deutschland mit. Die Position von Hillebrandt wird am 1. Juni 2021 von Hideki Katayama, COO von Panasonic Appliances Europe (PAPEU), in Personalunion zu seinen bisherigen Aufgaben übernommen. Dabei werde Katayama von den langjährigen Panasonic Managern Michael List, Sales Director CE, Armando Romagnolo, Marketing Director CE sowie dem restlichen Managementteam unterstützt, betonte Panasonic. Dank ihrer Erfahrung sei sichergestellt, dass die erfolgreiche Marketing- und

Vertriebsstrategie im D-A-CH Raum und in den Niederlanden in der bekannten, erfolgreichen und stabilen Form weitergeführt werde.

Kai Hillebrandt hatte die Position im April 2018 nach Stationen bei Royal Philips N.V. und Samsung Deutschland übernommen. „Wir danken Kai Hillebrandt für das große Engagement, das er gemeinsam mit seinem Team in den vergangenen drei Jahren gezeigt hat, sowie für seinen großen Beitrag am Erfolg von Panasonic in Europa“, erklärte Junichi Suzuki, Chairman und CEO bei Panasonic Europa B.V. „Für seinen künftigen Weg wünschen wir ihm beruflich weiterhin viel Erfolg und persönlich alles Gute.“



Kai Hillebrandt, Managing Director Panasonic DACH+NL sowie Vorsitzender des Aufsichtsrats der gfu und des Vorstands des Photoindustrie-Verbands, wird Panasonic am 31. Mai verlassen.

Photoindustrie-Verband kooperiert mit IFA und Berlin Photo Week

Seit 2021 ist die Messe Berlin offizieller Partner der Berlin Photo Week. Mit dieser exklusiven Partnerschaft will die IFA Berlin nach eigener Aussage ihr Produktportfolio „Imaging“ um die Innovationen der Imaging-Branche erweitern. Jetzt ist auch der Photoindustrie-Verband (PIV), der die wichtigsten Unternehmen der Branche vertritt, offizieller Kooperationspartner der Messe Berlin/ IFA sowie der Berlin Photo Week. Eine namhafte Zahl von Firmen aus den Reihen des PIV seien bereits als Aussteller und Sponsor bei der IFA und der Berlin Photo Week dabei, erklärte die Messe Berlin in einer Pressemitteilung. „Gemeinsames Ziel der Partner ist es, die Zukunft von Foto und Video als wichtigem Kultur-, Gesellschafts- und Wirtschaftsfaktor zu definieren und prosperierende Impulse zu setzen“, kommentierte Kai Hillebrandt, Vorstandsvorsitzender der PIV. „Dafür bieten IFA und Berlin Photo Week die besten Voraussetzungen.“



„Wir freuen uns, mit dem PIV einen weiteren entscheidenden Partner für die Messe Berlin, die IFA und die Berlin Photo Week gewonnen zu haben“, erklärte Martin Ecknig, CEO Messe Berlin. „Wir ermöglichen mit dieser Partnerschaft, den Standort Berlin als Bühne der weltweiten Imaging-Branche zu etablieren und das faszinierende Medium Messe zeitgemäß und neu zu interpretieren.“

Auch Wolfgang Heinen, CEO Berlin Photo Week, zeigte sich erfreut von der Kooperation: „Seit vielen Jahrzehnten gehört der PIV zu den stärksten Motoren der internationalen Foto- und Imagingwelt. Wir freuen uns sehr darauf, die vielfältige Expertise des PIV nutzen zu dürfen und gemeinsam mit allen unseren zahlreichen Partnern der Imagingwelt im Rahmen der Berlin

Photo Week ein neues, erlebnisstarkes und zukunftsorientiertes Gesicht zu geben. Viele PIV-Mitgliedsunternehmen sind heute schon als aktive Aussteller und Sponsoren an Bord.“

Die Berlin Photo Week soll vom 26. August bis 3. September 2021 in der Arena Berlin stattfinden, die IFA vom 3. bis 7. September auf dem Messegelände. Dieses Zeitkonzept soll es den Teilnehmern möglich machen, beide Veranstaltungen zu besuchen.

„Der strategische Ansatz, beide Veranstaltungen, die Berlin Photo Week und die IFA Berlin, direkt hintereinander durchzuführen, bietet allen Teilnehmern den optimalen Mehrwert beider Welten – Imaging und Tech“, betonte Jens Heithecker, Executive Vice President Messe Berlin Group, IFA Executive Director. „Für unsere Aussteller erschließen wir neue Zielgruppen, für unsere Besucher werten wir die IFA auf und sichern gleichzeitig eine klare, fokussierte Struktur.“



Auch während der Corona Krise wehen die Flaggen der UIG-Zentrale nicht auf Halbmast.

United Imaging Group auch 2020 mit Wachstum

Umsatzplus trotz Pandemie

Trotz der Einschränkungen durch die Maßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie ist der Umsatz der United Imaging Group im Jahr 2020 zum siebten Mal hintereinander gewachsen. Das teilte die Führung der Verbundgruppe den Mitgliedern im Rahmen eines UIG-Info-Box Specials mit, da auch in diesem Frühjahr keine UIG-Roadshow mit persönlichen Gesprächen stattfinden konnte. Im April sollen die Fachhändler mit einer großen Kampagne bei der Wiederöffnung der Geschäfte unterstützt werden. Dabei sind besonders attraktive Angebote geplant, wie sie den Mitgliedern sonst im Rahmen der Roadshow zur Verfügung gestellt werden.

Der Umsatz der United Imaging Group GmbH & Co. KG wuchs 2020 um 25,1 Mio. Euro oder 6,6 Prozent auf 404,6 Mio. Euro. Dabei lag der Lagerumsatz mit 251,8 Mio. Euro um 13,4 Prozent über dem Wert des Vorjahres (+13,4 Prozent), der Streckenumsatz (Zentralregulierung) ging um 2,9 Prozent auf 152,8 Mio. Euro zurück. Der Konzer-

umsatz inklusive der Auslandsumsätze aller Tochtergesellschaften erreichte ein Volumen von 465 Mio. Euro (+2,3 Prozent).

In einer Pressemitteilung zeigte sich die Kooperation angesichts der extremen Herausforderungen des letzten Jahres mit dem Umsatz mehr als zufrieden, obwohl die ursprüngliche Erwartung

vor dem Hintergrund der neu eingetretenen europafoto-Mitglieder deutlich höher gelegen hatte.

Das Jahresergebnis der United Imaging Group wird traditionell erst anlässlich der Gesellschafterversammlung im Juni veröffentlicht. Schon jetzt aber zeichne sich ab, dass der Gewinn auf jeden Fall über dem Niveau des Vorjahres liegen werde, erklärte die Verbundgruppe.

Systemkameras und Video im Plus

Die signifikantesten Umsatzzuwächse erzielten die Fachhändler der United Imaging Group in den Sortimentsbereichen Systemkameras (+44,7 Prozent), Objektive (+11,1 Prozent), Video-Kameras (+27,1 Prozent) und Video-Zubehör (+101,1 Prozent). Auch die Exklusivmarke Voigtländer verzeichnete mit ihrem Objektivsortiment ein deutliches Umsatzwachstum (+6,5 Prozent). Weiterhin rückläufig waren dagegen die Geschäfte mit Spiegelreflexmodellen (-3,1 Prozent) und Kompaktkameras (-19,2 Prozent). Zum 31.12.2020 hatte die United Imaging Group GmbH & Co. KG

1.259 Mitglieder mit 1.623 Vertriebsstellen. Das sind 70 Mitglieder weniger als im Vorjahr. Die Zahl der Gesellschafter reduzierte sich um 15 auf 378; dabei standen 21 Austritten sechs Eintritte gegenüber. Ursache für das Ausscheiden von Gesellschaftern seien unverändert finanzielle Gründe oder Betriebsaufgaben, heißt es in einer Pressemitteilung. Diese Entwicklung sei bei einigen Mitgliedern durch Lockdown-Maßnahmen der Regierung und die schleppende Aufzählung der Beihilfen noch beschleunigt worden seien,

Spürbare Belastungen

Die Herausforderungen während des gesamten letzten Jahres und der vergangenen Monate des zweiten Lockdowns haben die Mitglieder der United Imaging Group spürbar belastet. Viele Mitarbeiter in den Fotofachgeschäften und in der Zentrale waren in Kurzarbeit, die Liquidität der Geschäfte war eingeschränkt, und die Vielzahl sich ständig ändernder Vorschriften und Informationen zu den staatlichen Hilfen war für alle Beteiligten nur schwer zu überblicken. Trotzdem hätten viele Händler das letzte Jahr sehr aktiv dafür genutzt, ihre Online-Aktivitäten auszubauen und sich mit völlig neuen Sortimenten wie Vlogging-Zubehör und Streaming-Equipment zu befassen, erklärte



Auch der Umsatz mit den hochwertigen Objektiven der Exklusivmarke Voigtlander (hier das neue 35 mm 1:2,0 Ultramicro III) entwickelte sich 2020 sehr positiv.

die Kooperation. Dabei seien häufig das Dropshipment der UIG proaktiv beworben und während des Lockdowns ein Abholservice eingerichtet worden. Beratungsgespräche wurden oft per Telefon oder Video-Chat durchgeführt, und wo es erlaubt war, wurde ein Passbild-Notfallservice angeboten.

Diese Aktivitäten zahlten sich aus: Der Anteil des Fachhandels im stark rückläufigen Foto- und Imaging-Markt ist mit einer Rate von 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr deutlich gewachsen. Trotz der stark reduzierten Frequenz in den Innenstädten und zwei Lockdown-Phasen wurden im letzten Jahr 45,5 Prozent aller Fotoumsätze im Fotofachhandel getätigt.

Unterstützung in der Krise

Die United Imaging Group hat ihre Mitglieder während der Krise intensiv unterstützt. Als besonders wichtig hat sich dabei während der Lockdown-Phasen die Maßnahme erwiesen, den Bankeinzugs der fälligen Händlerrechnungen über Wochen auszusetzen. Auch die Versorgung der Mitglieder mit aktuellen Informationen funktionierte gut: Im Extranet RIO wurde ein Bereich eingerichtet, in dem die Händler nicht nur die wichtigen Informationen zu den politischen Vorgaben und Hilfspaketen finden konnten, sondern auch viele Marketingideen für die Corona-Zeit. Um die Mitglieder bei ihrer Online-Werbung zu unterstützen, rief das Marketing der Zentrale das Format der UIG-Info-Box wöchentliches, virtuelles Treffen ins Leben. Zudem wurden viele Social-Media-Posts sowie Tutorials und Webinare zur Nutzung von Instagram und Facebook zur Verfügung gestellt. Der Bereich Trends & Trainings unterstützte die Mitglieder mit zahlreichen Webinaren und Infovideos bei der



Michael Gleich, Geschäftsführer der United Imaging Group: „Wir haben unsere Mitglieder maximal unterstützt und entlastet.“

Vermartung neuer Sortimente; so wurde z. B. ein UIG-Streaming-Tag mit sechs spannenden, interaktiven Informationsbausteinen zu diesem Trendthema angeboten.

„Mit diesem Bündel an Maßnahmen haben wir unsere Mitglieder maximal unterstützt und entlastet“, sagte Michael Gleich, Geschäftsführer der United Imaging Group. „Insbesondere das Aussetzen des Bankeinzugs war für die Mitglieder eine ganz große Hilfe, die maßgeblich zur Sicherung der Liquidität beitrug. Aber auch die vielen kleinen Bausteine wie Webinare, Social-Media-Posts oder die Beschaffung von Masken und Desinfektionsmitteln haben unseren Mitgliedern geholfen, sich in dieser herausfordernden Zeit auf das Wesentliche zu konzentrieren – die Krise finanziell zu meistern und trotz Lockdown und Konsumzurückhaltung Umsätze zu generieren.“

Kampagne im April

Um die Mitglieder bei der Wiederöffnung der Geschäfte mit attraktiven Angeboten zu unterstützen, plant die United Imaging Group eine große

Handel

Re-Opening-Kampagne im April. Ein wichtiger Kernbaustein ist eine Aktionsbeilage unter dem Motto „Wir sind zurück“, deren knapp kalkulierte Angebote alle Aktionsteilnehmer zu sehr attraktiven Sonderkonditionen beziehen können. Erstmals soll die Beilage von einer deutschlandweiten Online-Kampagne und Printanzeigen begleitet werden, um zusätzliche Aufmerksamkeit für die Aktionsprodukte zu schaffen und die Kundenfrequenz in den Geschäften zu steigern. Alle Ad-Words, Google-Display-Banner und Social-Media-Bausteine werden im regionalen Umfeld der Beilagen-Teilnehmer ausgespielt, um die



Kunden zu regionalen Landingpages zu führen, auf denen nur die Händler der betreffenden Region genannt werden. Die Finanzierung dieses innovativen Konzeptansatzes erfolgt in Kooperation mit der Industrie; nach Angaben der Kooperation haben alle wesentlichen Partner bereits großes Interesse signalisiert, Teil dieser Kampagne zu werden.

Verhaltener Ausblick

Für das laufende Jahr rechnet die United Imaging Group mit leicht rückläufigen oder bestenfalls stagnierenden Umsätzen. Zwar habe sich die positive Entwicklung des vergangenen Geschäftsjahres im bisherigen Jahresverlauf fortgesetzt, aber die Auswirkung der Virus-Mutanten sei schwer abzuschätzen, betonte die Verbundgruppe. Zudem sei die Warenverfügbarkeit immer noch durch die Unterbrechung der Lieferketten in Fernost deutlich beeinträchtigt. Und bei der Buchung von Urlaubsreisen, die ein maßgeblicher Impulsgeber für den Kauf neuer Kameras und Objektive sind, werde es noch lange dauern, bis das Niveau der Zeit vor Corona wieder erreicht sei, erklärte die Kooperation.

Sigma Standard-Zoom kommt später

Das neue Sigma 28-70mm F2.8 DG DN | Contemporary für spiegellose Kameras mit L-Mount oder Sony E-Mount (siehe *imaging+foto-contact* 3/2021, S. 19) wird später ausgeliefert als geplant. Der Grund dafür sei das vermehrte Auftreten von Geisterbildern in bestimmten Situationen, erklärte der Hersteller in einer Pressemitteilung.



Die Erstausslieferung des neuen Sigma 28-70mm F2.8 DG DN | Contemporary Standardzooms verzögert sich voraussichtlich um etwa einen Monat.

Da das Phänomen früh erkannt worden sei, seien nur wenige Kunden betroffen, betonte das Unternehmen. Dabei dürfte es sich nicht um Anwender aus Deutschland handeln, da das Objektiv hier noch nicht an den Handel ausgeliefert wurde. Sigma arbeitet nach eigenen Angaben intensiv daran, die Ursache des Problems zu finden und es zu beheben. Deshalb wird sich die Erstausslieferung um etwa einen Monat verzögern.

Im April soll eine große Kampagne die Mitglieder bei der Wiederöffnung der Geschäfte unterstützen. Dabei wird die Beilage erstmal von massiven Online-Auftritten und Printanzeigen begleitet.

Canon integriert Servicecenter in Deutschlandzentrale

Standort Krefeld wächst

Canon Deutschland baut seine Präsenz in Krefeld weiter aus. Ab Januar 2022 soll auch das derzeit im nahegelegenen Willich angesiedelte Canon Service- und Reparaturcenter mit 110 Mitarbeitern an den Standort der Deutschlandzentrale umziehen, wo dann 700 Menschen tätig sein werden. Mit über 12.000 Quadratmetern Fläche verfügt der Komplex in Krefeld über die nötige Kapazität. Nach Abschluss der Maßnahme will Canon das Gebäude in Willich verkaufen.

Die Dienstleistungen des überregionalen Canon Service- und Reparaturcenters werden jährlich von über 50.000 Fotografen, Händlern und Endverbrauchern genutzt. In die Zuständigkeit der Einrichtung fallen Kompakt-, System- und Videokameras sowie Objektive, Broadcast-Objektive, Referenzmonitore, Projektoren, Ferngläser und Drucker.

Hybride Arbeitsmodelle

Von der Integration der Service-Aktivitäten in die Deutschlandzentrale erwartet Canon nicht nur Synergieeffekte. In Krefeld setzt das Unternehmen auch auf zeitgemäße Bedingungen in einer neuen, hybriden



Die Canon Deutschlandzentrale in Krefeld wird ab 2022 auch das bisher in Willich angesiedelte Canon Service- und Reparaturcenter beherbergen.

Arbeitswelt. Dass dabei neue Arbeitsmodelle gut akzeptiert werden, zeigt eine von Canon durchgeführte interne Studie, für die Führungskräfte und Mitarbeiter nach den zukünftigen Arbeitsmodellen befragt wurden. Demnach wünschen sich 96 Prozent der Canon Mitarbeiter für die Zukunft einen hybriden oder mobilen Arbeitsplatz. Für Tätigkeiten, die nicht außerhalb des Unternehmens durchgeführt werden können, wird eine ergonomische Arbeitsumgebung als besonders wichtig angesehen. Deshalb sollen dynamische Arbeitsplätze in offenen



In Krefeld hat Canon Deutschland durch einen Umbau bereits vor einigen Jahren neue, moderne Arbeitsbedingungen geschaffen.

Büroumgebungen und die Nutzung von neuesten Kommunikations- und Kollaborations-Technologien das zukünftige Arbeiten bei Canon prägen. „Die Anforderungen an die zukünftigen Arbeitsweisen haben sich rasant verändert“, erklärte Rainer Führes, Geschäftsführer von Canon Deutschland. „Indem wir für die jeweilige Tätigkeit ausgerichtete Arbeitskonzepte – hybride, dynamische oder individuelle – schaffen, bieten wir unseren Mitarbeitern eine zukunftsorientierte und moderne Arbeitswelt. Die Entscheidung, beide Standorte zu vereinen, haben wir bereits Mitte 2019 getroffen. Natürlich haben die Ereignisse des vergangenen Jahres unsere Überlegungen zur Gestaltung unseres Offices der Zukunft stark beeinflusst. Ich freue mich, dass wir neben unseren Mitarbeitern auch unseren Besuchern ab Anfang 2022 eine noch bessere Umgebung bieten können. Mit der Investition setzen wir einen neuen Standard.“

Neue Mikrofone für Videokameras von Sony

Guter Ton zum Film



Das drahtlose ECM-W2BT überträgt die Aufnahmen über die Digital-Audio-Schnittstelle direkt an die (kompatible) Kamera.

Mit dem kabellosen ECM-W2BT und dem kompakten ECM-LV1 hat Sony zwei neue Mikrofone angekündigt, die entwickelt wurden, um beim Videofilmen auch den Ton in guter Qualität aufzuzeichnen. Sie können sowohl mit aktuellen Alpha Systemkameras als auch mit Vlogger-Modellen wie der ZV-1 sowie Camcordern von Sony eingesetzt werden.

Der Empfänger des kabellosen, omnidirektionalen ECM-W2BT wird in den Multi-Zubehörschuh gesteckt und überträgt die Aufnahmen über die Digital-Audio-Schnittstelle direkt an die (kompatible) Kamera. In Umgebungen ohne störende Hindernisse ist eine Reichweite von bis zu 200 Metern möglich. Mit Hilfe der Stecker-Schutzhalterung für die Zubehörschuhkappe, die auch als Mikrofonstativ dienen kann, können der Empfänger und das Mikrofon bei Bedarf als Einheit getragen werden. Drei Abnahmemodi machen es möglich, die Balance zwischen erwünschtem Ton und Umgebungsgeräuschen individuell anzupassen. So ist im MIC-Modus ausschließlich der Ton des gefilmten Motivs zu hören, im RCVR-Modus dagegen nur die vom internen Mikrofon am Empfänger aufgenommenen Signale, z. B. der Kommentar des Filmers. Im Mix-Modus wer-

Mit seinen Fähigkeiten, erwünschten Ton und Umgebungsgeräusche individuell auszubalancieren, ist das ECM-W2BT auch für komplexe Aufnahmeumgebungen geeignet.



den beide Klangquellen zusammengeführt. Der neue Qualcomm aptX Low Latency Codec ermöglicht stabile Audioaufnahmen mit geringen Latenzzeiten.

Mit Dämpfungsfunktion

Für komplexe Aufnahmeumgebungen ist das ECM-W2BT mit einer Dämpfungsfunktion ausgerüstet, deren Wirkung in drei Stufen eingestellt werden kann, um z. B. sehr laute Geräusche mit reduzierter Lautstärke aufzunehmen, mit geringerer Verzerrung aufzuzeichnen oder umgekehrt leisere Töne zu verstärken. Für den Einsatz bei starken Luftbewegungen gibt es

einen Windschutz. Für die Aufzeichnung von Stereo-Ton verfügt das ECM-W2BT über einen Stereo-Audioeingang sowie eine externe 3,5-mm-Stereo-Minibuchse. So kann es auch in Kombination mit dem stereofähigen Lavaliermikrofon ECM-LV1 verwendet werden, das dezent an der Kleidung einer gefilmten Person befestigt werden kann. Der 3,5-mm-Audioausgang dient auch der Verbindung mit Kameras ohne Multi-Interface-Schuh.

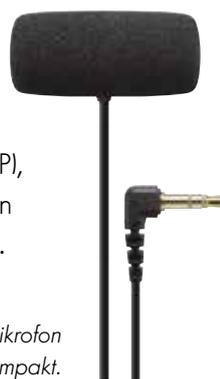
Mit Hilfe der Battery-Assist-Funktion kann der Empfänger über den Multi-Interface-Schuh der Kamera bis zu 18 Stunden lang mit Strom versorgt



werden. Eine Power-Lampe weist rechtzeitig darauf hin, wenn die Kapazität der Batterie zur Neige geht. Zudem informiert eine Linklampe über den Status der Kommunikation zwischen Mikrofon und Empfänger.

Das Stereo-Lavaliermikrofon ECM-LV1 ist sehr kompakt und mit einem Windschutz ausgestattet. Der um 360 Grad drehbare Clip lässt sich horizontal, z. B. an einer Krawatte oder vertikal befestigen, wobei das Mikrofon im gleichen Winkel angebracht wird. Die Stromversorgung erfolgt über den Mikrofonanschluss.

Beide Mikrofone sind ab April erhältlich, das kabellose Modell ECM-W2BT kostet 239 Euro (UVP), das Stereo-Lavaliermikrofon ECM-LV1 34,99 Euro (UVP).



Das Stereo-Lavaliermikrofon ECM-LV1 ist sehr kompakt.

Die neue Pentax K-3 Mark III kommt im April

Technik für Bilder

Die lange erwartete Pentax K-3 III ist da. Das neue Spitzenmodell mit APS-C Sensor ist wie die Vorgängerin eine klassische Spiegelreflex, für deren Entwicklung Ricoh Imaging nach eigener Aussage nicht das technisch Machbare, sondern vor allem die Leidenschaft seiner Kunden fürs Bild zum Maßstab genommen hat. Das Ergebnis ist eine schnelle, gut zu bedienende Kamera, in der sich die Tradition ihrer Bauweise mit aktueller Technik verbindet.

Das unbestrittene Alleinstellungsmerkmal einer Spiegelreflex-Kamera ist bekanntlich der optische Sucher. Den hat Ricoh Imaging für die Pentax K-3 Mark III nochmals aufgerüstet: Mit einem Vergrößerungsfaktor von 1,05 (K-3 Mark II: 0,95) und einem fast 100-prozentigen Sichtfeld lässt er sich durchaus mit Vollformatmodellen vergleichen. Auch bei der optischen Ausstattung des „Durchblickers“ hat der Hersteller mit einem verzerrungskorrigierenden optischen Element und verbesserten Linsenbeschichtungen nachgelegt. Dadurch wurde die Helligkeit gegenüber dem Sucher der Vorgängerin um fast 10 Prozent übertroffen. Die Mattscheibe Natural Bright Matte III unterstützt die manuelle Fokussierung und die natürliche Wiedergabe von Bokeh-Effekten. Durch die trans-

parente Anzeige der wichtigen Betriebsdaten hat der Anwender im Sucher alles im Blick, ohne die Kamera beim Fotografieren vom Auge nehmen zu müssen.

...Silber (hier mit Batteriegriff D-BG8) auf den Markt.



Die Pentax K-3 Mark III kommt in den Gehäusefarben Schwarz und...

Sehen im Dunkeln

In der Pentax K-3 Mark III hat Ricoh Imaging erstmalig einen rückwärtig belichteten APS-C Sensor verbaut. Er hat 25,73 effektive Megapixel, deren Signale vom neuen Bildprozessor Imaging Engine Prime V mit Hilfe einer neuen Beschleunigereinheit schnell und effizient verarbeitet werden. Auf einen Tiefpassfilter wurde verzichtet, um Auflösung und Schärfe des Sensors voll aufs Bild zu bringen. Diese Bauweise führt zu mehr Kontrast, weniger Rauschen und einer geradezu spektakulär gesteigerten Lichtempfindlichkeit, die sage und schreibe ISO 1.600.000 erreicht.

Mit der neuen Prozessortechnik macht die Pentax K-3 Mark III ordentlich Tempo: Bis zu 32 RAW-Dateien können mit

Neuheiten

12 Bildern/s (11 Bilder/s mit Schärfen- und Belichtungsnachführung) in Folge aufgenommen werden. Bei bis 2,5 Bildern pro Sekunde und im JPEG-Format erhöht sich die Zahl der Aufnahmen auf bis zu 90 Fotos hintereinander. Um diese Werte zu erreichen, wurde die Spiegel- und Verschlussmechanik neu konstruiert. Trotz der hohen Belastung ist der Verschluss auf mindestens 300.000 Auslösungen ausgelegt.

IBIS-Bildstabilisator

Die Pentax K-3 Mark III ist mit einem gehäuseintegrierten Bildstabilisator (IBIS) ausgestattet, der Verwacklungen unabhängig vom verwendeten Objektiv um bis zu 5,5 EV kompensiert. Die Stabilisierung erfolgt dabei in fünf Achsen: Neben der Sensordrehung sowie der horizontalen und vertikalen Verschiebung kompensiert die Kamera auch horizontale und vertikale Neigungen, die beispielsweise bei Makroaufnahmen vorkommen können. Horizontale Schwenkbewegungen werden dabei automatisch erkannt und ebenfalls ausgeglichen. Die Bildstabilisierung wird auch für die automatische Ausrichtung des Horizonts genutzt. So kann eine schräge Kamerahaltung bis zu einem Bildwinkel von 2° automatisch korrigiert werden. Zudem ist es möglich, den Sensor manuell zu verschieben, und zwar in horizontaler oder vertikaler Richtung um bis zu 1,5

mm und in der Rotation um bis zu 2° erfolgen.

Wie das Vorgängermodell ist die Pentax K-3 Mark III mit einer Pixel-shift-Funktion ausgestattet. Dabei werden vier Aufnahmen in Serie gemacht, zwischen denen der Sensor jeweils um einen Pixel nach oben, unten, links und rechts verschoben wird. Aus diesen vier Bildern berechnet die Kamera ein Einzelbild, das als JPEG- oder RAW-Datei gespeichert werden kann. So ist es möglich, alle RGB-Farbinformationen des 25,73 Megapixel-Sensors ohne Interpolation für die Bilddatei zu nutzen.

Ebenfalls an Bord ist die HDR-Funktion (High Dynamic Range), bei der ein Bild mit besonders hohem Kontrast aus drei Einzelaufnahmen zusammengesetzt wird.

101 Fokussensoren

Für die Pentax K-3 Mark III hat Ricoh Imaging das Autofokussystem Safox 13 konstruiert. Es arbeitet mit 101 AF-Sensoren, von denen 25 als Kreuzsensoren in der Mitte positioniert sind. Für das zuverlässige Fokussieren bei Nachtaufnahmen gibt es drei zentral angeordnete Spezial-Sensoren, die bereits bei einem LW von -4 EV reagieren. Erstmals in dieser Kamerafamilie können die einzelnen Fokuspunkte mit einem kleinen Joystick intuitiv angewählt werden.

Das neue AF-System wird durch einen neuen RGB-IR-Bildsensor mit ca. 307.000 Pixeln und einem neu entwickelten Algorithmus zur Bildverfolgung unterstützt, um auch Motive in Bewegung zuverlässig zu erfassen. Dieser Sensor liefert auch die Daten für das neue Echtzeit-Szenen-Analysesystem (Real-time Scene Analysis System). Es erkennt Motive mit ihrer Farb- und Helligkeitsverteilung sowie die Bewegung mit Hilfe von Deep Learning Technologie (künstlicher Intelligenz), um die Belichtungsparameter und den Autofokus anzupassen.

Hochauflösender LCD-Monitor

Der 3,2-Zoll-LCD-Monitor der Pentax K-3 Mark III hat eine Auflösung von ca. 1.620.000 Bildpunkten und ermöglicht dank seiner berührungsempfindlichen Oberfläche erstmals im Pentax-System die intuitive Menüsteuerung mit den Fingerspitzen, mit denen man auch in das Bild hineinzoomen kann. Ein Spezialharz zwischen den Monitorschichten reduziert Reflexionen und die Streuung von Licht. Um im Vergleich zum Vorgängermodell eine schlankere Bauweise zu erreichen, kann das Display nicht geschwenkt werden.

4K-Videos

Videos nimmt die Pentax K-3 Mark III in 4K-Auflösung (3.840 x 2.160 Pixel; 30p/24p Bildrate) oder Full-HD (1.920 x 1.080 Pixel; 60p/30p/24p Bildrate) im H-264-Aufnahmeformat auf. Für den Ton gibt es einen Anschluss für ein Stereo-Mikrofon sowie einen Kopfhörer. Um die Datenmengen bei hoher Bildfrequenz oder Videoaufnahmen zu bewältigen, ist einer der beiden SD-Karten-Steckplätze für den UHS-II Standard vorbereitet. Ebenso wie Fotos können Videos und direkt in der Kamera bearbeitet werden. So stehen



Mit dem hinteren Einstellrad können fünf Funktionen abgerufen werden, die der Anwender festlegt.

schon bei der Aufnahme verschiedene Filter und auch die Pentax Custom Image Funktion, die verschiedene Filmtypen simuliert, zur Verfügung. Für Videoaufnahmen gibt es einfache Möglichkeiten des Filmschnitts.

Individuelle Bedienung

Das erstmalig in der Pentax Z-1 eingesetzte Hyper-Operation-System ist auch bei der K-3 Mark III ein wichtiges Element für die Belichtungssteuerung. Dabei kann jetzt im Modus Programmatomatik nicht nur ohne Umschalten zwischen Zeit- und Blendennachführung gewechselt, sondern auch die ISO-Empfindlichkeit nachgeführt werden.

Zudem gibt es zahlreiche Möglichkeiten, die Bedienung der Kamera den individuellen Vorlieben anzupassen. So können mit dem Pentax-typischen Smart-Function-System fünf Funktionen selektiert und schnell über das hintere Einstellrad auf der Oberseite des Gehäuses aufgerufen werden. Die entsprechenden Informationen werden im Sucher eingeblendet. Für häufig verwendete Funktionen können weitere zehn Steuertasten individuell belegt werden.

Robustes Gehäuse

Die Pentax K-3 Mark III kann über Bluetooth und WLAN mit Smartphones oder Tablets verbunden werden. Mit Hilfe der kostenlosen Image Sync-App ist die Anzeige von Live View-Bildern auf dem Display des Mobilgeräts sowie die Steuerung der Kamera möglich.

Das Gehäuse der Pentax K3 Mark III, die Kälte von bis zu bis -10°C verträgt, besteht aus einer robusten Magnesium-



Der Monitor der Pentax K-3 Mark III ist nicht schwenkbar, die Tasten auf Rückseite können individuell belegt werden.

Aluminiumlegierung und ist gegen das Eindringen von Staub und Feuchtigkeit geschützt. Als Zubehör zur Kamera bietet Ricoh Imaging u. a. den neuen Batteriegriff D-BG8 an, der ebenfalls mit dem Akku D-LI90 betrieben wird und die Zahl der Aufnahmen ohne „Tankstopp“ auf bis zu 1.800 erhöht. Er kann auch als Handgriff für Hochformataufnahmen verwendet werden. Mit der Pentax K-3 Mark III können alle Objektive mit K-Bajonett eingesetzt werden; mit Hilfe eines Adapters ist auch der Einsatz von M42-Objektiven möglich. Dabei ist es wie bei der K-3 Mark II notwendig, die Brennweite einzugeben, um das integrierte Bildstabilisierungssystem nutzen zu können. Das neue Modell kann diese Werte speichern und in die EXIF-Daten aufnehmen.

Die Pentax K-3 Mark III ist im April verfügbar und kostet 2.299 Euro (UVP im auf 1.000 Stück limitierten Kit mit Batteriegriff und Tragegurt) bzw. 1.999 Euro (UVP Gehäuse).

SommerAkademie an der Südtiroler Weinstraße

Vom 25. bis 29. August bietet die SommerAkademie wieder Workshops an der Südtiroler Weinstraße an. In einem historischen Palazzo können die Teilnehmer sich bei Top-Fotografen zu unterschiedlichen Themen, u. a. Blende und Verschluss, informieren und auch selbst kreativ werden. Im Workshop von Fotografin Petra Gerwers und Foto-Publizist, Juror und Kurator Thomas Gerwers geht es um „Dynamik im Raum, Bewegungsunschärfe mit einem Model“. Mit Eberhard Schuy, bekannter Produkt- und Werbefotograf und Kreativitäts-Trainer, haben die Teilnehmer die Möglichkeit, ein spektakuläres Still-Life Bild zu kreieren.

Der Fotograf, Fotochef und Coach Rüdiger Schrader zeigt durch die Disziplin der Schwarz-Weiß Fotografie, wie man anders sehen, denken und fotografieren und seinen eigenen Stil finden kann.

Fotograf John McDermott gibt seine lange Erfahrung in der Sport- und Peoplefotografie im Workshop zu Athleten Portraits weiter. In einem weiteren Workshop zeigt er, wie Teilneh-



mer Fotos im cinematischen Stil kreieren können mit Ideen zu Filmszenen im Palazzo. Günter Beer arbeitet mit den Teilnehmern an skurrilen Kompositionen aus Food und Mensch. „Wasser und Brot – an den Ursprung zurückgehen“ ist ein gemeinsamer Workshop mit Eberhard Schuy und Günter Beer. Hermann Will von Fine-ArtPrinter druckt die Bilderergebnisse, die während der Veranstaltung in einer Art Galerie präsentiert werden. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt auf 30 Plätze.

Drei neue Vollformat-Objektive von Sony

Kompakte Drillinge

Sony erweitert seine Serie von G-Objektiven für Vollformatkameras (E-Mount) um die drei neuen Festbrennweiten FE 50 Millimeter F2.5 G, FE 40 Millimeter F2.5 G und das FE 24 Millimeter F2.8 G. Sie haben alle dieselbe Größe (68 x 45 Millimeter Durchmesser), denselben Filterdurchmesser von 49 Millimetern und eine interne Fokussierung.

Das soll den schnellen Wechsel auch bei Verwendung eines Gimbals erleichtern. Für eine gute Übersicht sind die jeweiligen Brennweiten besonders leicht erkennbar. Das 50 Millimeter Objektiv eignet sich besonders für Portrait-Aufnahmen, das 40 Millimeter Modell für Schnappschüsse oder Filmaufnahmen und das 24 Millimeter Modell für Landschaftsbilder.

Mit Gewichten von 174 g (50 mm), 173 g (40 mm) bzw. 162 g (24 mm) sind die Neuheiten, die mit Vollformat- oder APS-C-Kamera von Sony eingesetzt werden können, durchweg leicht und damit transportfreundlich. Für hohe optische Leistung setzt Sony asphä-

rische Elemente und ED-Glaslinsen (Extra-low Dispersion) ein, um eine hohe Auflösung über den gesamten Bildbereich zu erzielen und Farbsäume zu verhindern. Die Mindestabstände liegen je nach Modell zwischen 18 und 31 cm (MF) bzw. 24 - 35 cm (AF). Kreisförmige Blenden ermöglichen die Bildgestaltung mit harmonischen Bokeh-Verläufen.

Alle drei Modelle sind mit zwei leisen Linearmotoren ausgestattet, die einen schnellen und präzisen Autofokus (AF) mit zuverlässigem Tracking unterstützen. Damit eignen sie sich bestens für Aufnahmen von Motiven, die sich schnell bewegen.

Komfortable Bedienung

Für gute Bedienbarkeit trotz der kompakten Bauweise stattet Sony die drei Objektive mit je einer Fokushaltetaste, einem Fokuseinstellschalter, einem Blendenring sowie einem Blenden-Klickschalter aus. Über das Kameramenu kann der Benutzer der Fokushaltetaste eine individuelle Funktion zuweisen. Mit einem Schalter am Blendenring können die Raststufen aktiviert oder – für Videoaufnahmen – deaktiviert werden. Durch den linear ansprechenden Fokusring kann besonders präzise manuell fokussiert werden.

Alle drei Objektive sind gegen das Eindringen von Staub und Feuchtigkeit geschützt. Außenteile aus Aluminium verleihen ihnen Stabilität und einen wertigen Look. Da die Filterdurchmesser mit 49 Millimeter gleich sind, können Deckel und Filter an der Streulichtblende oder am Objektivtubus angebracht werden. Die drei neuen Vollformat-Objektive sind ab April für jeweils 699 Euro (UVP) erhältlich.



Die neuen Objektive haben dieselbe Ausstattung und fast identische Abmessungen.

Sigma kündigt ultra-kompakte fp L Systemkamera an

Die Kleinste ihrer Art

Mit der neuen fp L hat Sigma die nach eigenen Angaben weltweit kleinste und leichteste spiegellose Wechselobjektiv-Kamera mit 61-Megapixel Vollformat-Bildsensor angekündigt. Sie verfügt über einen Bayer-Sensor mit ca. 61 effektiven Megapixeln, also mehr als bei jeder anderen Sigma-Kamera zuvor. Dank ihrer Crop-Zoom-Funktion soll die neue Kamera sowohl beim Fotografieren als auch beim Filmen erstklassige Ergebnisse erzielen.

Da die Ausschnitte ohne digitale Verstärkung erzeugt werden, kann die fp L auch bei maximalem 5x-Zoom Filme in voller Full-HD-Qualität aufnehmen. Diese Funktion lässt sich intuitiv nutzen, indem das Bild zum Zoomen auf dem berührungsempfindlichen LCD-Monitor mit zwei Fingern zusammen- und auseinandergezogen wird. Die maximale Video-Auflösung beträgt bei UHD 4K 24p (nur RAW). Dafür werden drei RAW-Datei-Formate unterstützt. Zudem stehen die Formate 4K 25p und 30p zur Verfügung. Die Kamera kann auch mit einem Gimbal gesteuert werden.

Der Bayer-Sensor der Sigma fp L hat mit 61 MP mehr Pixel als jede andere Kamera des Herstellers. Zur Reduzierung von Moiré-Effekten ist er mit einem Tiefpassfilter versehen, um die



Mit der neuen fp L, hier mit dem optionalen Sucher EVF-11, erweitert Sigma die fp-Serie um ein besonders kompaktes Vollformat-Modell mit hoher Auflösung.

hohe Auflösung bestmöglich nutzen zu können.

Neben einem besonders präzisen Kontrast-AF verfügt die fp L über einen schnellen Phasen-AF auf Sensorebene. Dieser Hybrid-AF sorgt für scharfe Videoaufnahmen und Fotos auch von Motiven, die sich schnell bewegen. Mit den neuen Varianten Powder Blue und Duotone stehen bei der fp Serie jetzt insgesamt 15 Farbmodi zur Auswahl. Powder Blue ist ein Farbmodus mit einer hellen, heiteren Stimmung in einem frischen Blautönen, Duotone verwandelt die Farben eines Bildes in einen beeindruckenden zweifarbigen Farbverlauf.

Die fp L kann benutzerdefinierte Kameraeinstellungen als QR-Code-Datei speichern, so dass sie leicht mit anderen geteilt werden können – z. B. über soziale Medien. Die QR-Code-Datei macht es auch besonders einfach, die Einstellungen für den Einsatz als Webcam zu speichern und wieder abzurufen.

Aufladen per USB

Die Sigma fp L unterstützt das Aufladen des Akkus über USB bei eingeschalteter Kamera. Bei der Verwendung als Webcam wird die fp L über USB an den PC angeschlossen, um als Audio-Video-Eingabegerät genutzt zu werden.

Mit der Sigma fp L kommt auch der neue externe elektronische Sucher EVF-11 auf den Markt, der speziell für die fp-Serie entwickelt wurde. Er arbeitet mit einem 0,5-Zoll-OLED-Display mit ca. 3,68 Millionen Pixeln.

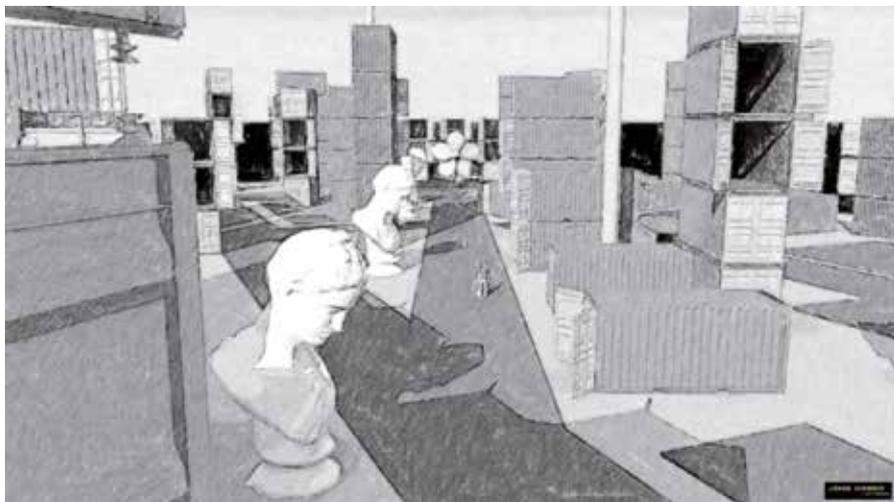
Die Markteinführung der Sigma fp L ist für April 2021 geplant; der UVP soll 2.299 Euro (UVP) betragen: Im Kit mit dem elektronischen Sucher EVF-11 (UVP: 649 Euro) beträgt der Preis 2.799 Euro (UVP). Die Kamera kann mit den L-Mount Objektiven von Sigma, Leica und Panasonic kombiniert werden. Mit dem Konverter MC-21 können auch Sigma-Objektive mit SA- oder Canon EF Bajonett genutzt werden.

Photopia Hamburg: Eine Stadt aus 350 Containern

Das Tor zur Imaging-Welt

Mit der Photopia Hamburg, deren Premiere vom 23. bis zum 26. September auf dem Messegelände der Hansestadt und an verschiedenen Orten in der City geplant ist, will die Messe Hamburg und Congress unter der Maxime „1 Festival – 4 Tage live – 365 Tage online“ Neuland betreten. Neben dem festivalartigen Teil Photopia City und dem Online-Auftritt Photopia 360 soll der Messebereich Photopia Summit im wahrsten Sinne des Wortes neue Perspektiven eröffnen. Dazu hat der Bühnenbildner und Set-Designer Jens Weber ein innovatives Konzept entwickelt: In zwei Hallen soll eine einzigartige Installation aus rund 350 Containern entstehen.

In der Installation werden breite Sichtachsen und lange Straßenfluchten, an deren Enden spektakuläre Fotomotive platziert werden, von parkähnlichen Grünflächen und zwei großen Bühnen für Fotografen und Influencer ergänzt, um auf dem Photopia Summit einen ebenso innovativen wie attraktiven Rahmen für das neue Festival der Imaging-Community zu bieten.



Eine Installation aus rund 350 Containern soll in den Messehallen der Photopia Hamburg eine einzigartige Atmosphäre schaffen. (Grafik: Jens Weber)

„Wir wollen eine Atmosphäre schaffen, die Aussteller wie Besucher gleichermaßen inspiriert, begeistert und zum Fotografieren oder Filmen motiviert“, erläuterte Weber seine Ideen. „Dabei orientieren wir uns am Vorbild moderner Metropolen und errichten eine eigene Stadt mit Straßen, Läden, Bühnen und einem Park. Die Container stammen aus aller Welt; sie sind eine Hommage an Hamburg als Tor zur Welt und an seinen Hafen, den wir auf

diese Weise in die Hallen holen.“ „Wir freuen uns, mit Jens Weber einen international anerkannten Experten für die Gestaltung des Photopia Summit gewonnen zu haben“, fügte Melina Paeper, Produktmanagerin der Photopia Hamburg, hinzu. „Wir gehen bewusst neue Wege, und dazu passt eine eigene Stadt für die Imaging-Community hervorragend. Wir sprechen alle Zielgruppen vom Film- und Foto-Profi bis zum Smart-



Melina Paeper, Produktmanagerin der Photopia Hamburg, will viele Zielgruppen vom Film- und Foto-Profi bis zum Smartphone-User ansprechen und in die Inszenierung einbeziehen.

phone-User an und beziehen sie ebenso wie die Aussteller aktiv in die Inszenierung mit ein.“

Festival und Expo

Die Infrastruktur des Photopia Summits soll die Komponenten großer Metropolen mit den klassischen Elementen einer Messe verbinden, zu denen Produktpräsentationen, Verkauf sowie Kunden- und Kontaktpflege gehören. Dabei werden die übereinander gestapelten Container nicht nur als Skyline fungieren, sondern auch auf vielfältige Weise bespielt. Aussteller können sie z. B. als Standerweiterung oder Besprechungsraum für B2B-Kunden nutzen.

In anderen Containern werden Werke renommierter Fotoschaffender zu sehen sein, zu denen auch die Modedesignerin Ellen von Unwerth gehört, die die Schirmherrschaft der Photopia Hamburg übernommen hat (siehe

imaging+foto-contact 3/2021, S. 12ff.). Entsprechend dem Photopia-Motto #shareyourvision will die Messe Hamburg auch das Thema Skills in Kooperation mit Partnern wie den Online Marketing Rockstars, dem Photoindustrie-Verband oder dem Reeperbahn Festival auf die Bühnen bringen. Zudem werden Branchen-Experten und Keynote Speaker auf der Creative Content Conference den Besuchern spannende Ausblicke in die Zukunft der Film- und Fotowelt bieten. Während der Photopia Summit mit einem umfangreichen Angebot aus Installationen, Workshops, Konferenzen und Masterclasses neue Produkte und Dienstleistungen sowie Trends aus der Imaging-Branche in den Mittelpunkt stellt, soll das neue Event-Format der Photopia City die Fotografie auch in den öffentlichen Raum der Hansestadt bringen. Dazu werden hochklassige Ausstellungen



und Foto-Walks im Hamburger Stadtgebiet organisiert, bei deren Gestaltung das Hallenkonzept mit den Containern an verschiedenen Orten in Hamburg wieder aufgenommen wird. Als Online-Plattform soll die Photopia 365 schließlich die Community das ganze Jahr über verbinden und ihr aktuelle Themen rund ums Trendthema Imaging nahebringen.

Set-Designer Jens Weber

Hinter dem Konzept des Photopia Summits steht der Set-Designer Jens Weber, der zu den etablierten Größen seiner Zunft gehört und internationales Ansehen genießt. Nach einer Ausbildung zum Technischen Zeichner bei Blohm+Voss machte er in Hamburg sein Fachabitur im Bereich Gestaltung und studierte anschließend von 1988 bis 1992 Bühnenbild und Kunstgeschichte an der Belle Arti di Brera di Milano. Nach dem Start beim Hessischen Staatstheater Wiesbaden führte ihn seine Karriere als Bühnenbildner und Set Designer vom Theater und Musicals über Messen und Kongresse bis hin zu Sportevents wie der Fußball-WM 2014 in Brasilien.

In seiner Referenzliste führt Weber, der seit 1992 beim NDR Fernsehproduktionen ausstattet und seit 1995 Produktionen von ARD, ZDF, BBC und anderen Auftraggebern betreut, auch Großveranstaltungen wie den Deutschen Radiopreis und die Eurovision Song Contest Party in Hamburg.

Mit seinem einzigartigen Konzept für den Photopia Summit will Weber der B2B-Branche und der gesamten Imaging-

Community ein besonderes Erlebnis bieten, das alle Sinne anspricht: „Dazu verwenden wir auch wechselnde Lichtinstallationen, spielen mit Düften und Geräuschen, zeigen überlebensgroße Büsten berühmter Persönlichkeiten sowie typische Gegenstände aus der maritimen Wirtschaft wie einen Schiffspropeller. Außerdem nutzen wir einige Container als Aussichtsplattformen und schaffen so immer wieder neue, aufregende Perspektiven und Räume.“



Jens Weber hat sich mit spektakulären Sets internationale Anerkennung erworben.

Neue Stativ der Tortoise Serie von Benro

Für das leichte Gepäck

Benro hat die zweite Serie aus seiner „Lets Go Wild“-Kampagne angekündigt. Die Stativ der Tortoise Produktfamilie sind besonders leicht und lassen sich auf weniger als 8 cm Durchmesser zusammenklappen. Um das zu erreichen, hat der Hersteller beim Design auf eine Mittelsäule verzichtet. Für mehr Arbeitshöhe gibt es eine als Zubehör.

Aus der Palette von sechs Modellen - vier für Foto- und zwei für Videoaufnahmen - sowie einer Mini-Ausführung für Aufnahmen auf dem Tisch oder aus niedrigen Winkeln kann der Fachhandel praktisch jedem Kunden ein passendes Produkt anbieten. Die Tortoise Stativ sind mit Arbeitshöhen von bis zu 164 cm und einer Tragkraft von bis zu 18 kg für praktisch alle spiegellosen, DSLR- oder Videokameras geeignet. Durch den Einsatz eines neuartigen, geflochtenen Carbonfaser-Materials für die Verbundrohre in den Stativbeinen hat Benro die Tragfähigkeit des Tortoise im Vergleich zu früheren Kompaktmodellen um 13 Prozent verbessert. Wie bei anderen Serien können die Beine mit dem Twist-Lock-System schnell und einfach verstellt werden. Für eine automatische Verstellung genügt es, den Auslöser an der Oberseite jedes Stativbeins in die Position „offen“ zu stellen, das Bein auf den gewünschten Winkel und die

gewünschte Position auszurichten und den Feststellknopf zu drücken, um es zu fixieren.

Der 3/8"-Gewindeanschluss lässt sich mit einem einfachen Druck in einen 1/4"-Anschluss umwandeln, an der Stativpinne gibt es drei 1/4"-Gewinde zur Befestigung von Zubehör.

Neue GX Low-Profile-Köpfe

Die fünf Fotostativ der Tortoise-Serie sind in Kits mit den neuen GX Low-Profile-Kugelhauptköpfen von Benro erhältlich, die beiden Video-Stativ mit dem bewährten S4PRO-Videokopf. Alle Benro GX-Köpfe sind mit einer Arca-kompatiblen Kameraplatte und Sicherheitsfunktionen ausgestattet, damit die Ausrüstung auch beim schnellen Wechseln des Sets keinen Schaden nimmt.

Das neue, flache Design der Köpfe senkt den Schwerpunkt der ange-



Aufgrund der fehlenden Mittelsäule sind die Tortoise Stativ besonders leicht und lassen sich auf weniger als 8 cm Durchmesser zusammenlegen.



Für Kunden, die mehr Arbeitshöhe wünschen, gibt es eine Mittelsäule als Zubehör.

brachten Ausrüstung, um die Hebelwirkung zu reduzieren und mehr Halt und Stabilität zu erzielen. Die Ausrichtung der Kamera und die Friktionskontrolle für die entriegelte Zentralkugel werden über einen Bedienknopf gesteuert.

Alle Tortoise Modelle stehen auf den bewährten dreistufigen Benro-Gummifüße und können mit Spikes fixiert werden. Zum Lieferumfang gehört eine Transporttasche.

Die Tortoise Stativ von Benro sind ab sofort lieferbar, die Preise (UVP) liegen zwischen 255 und 265 für die Fotostativ und 390 bis 415 Euro für die Video-Modelle.

Nachhaltige Energie mit eneloop Akkus

Aufladen statt wegwerfen

Das weltweit steigende Umweltbewusstsein beeinflusst auch das Batteriegeschäft. Immer mehr Kunden erkennen den Nutzen von wiederaufladbaren Akkus für die Umwelt. Günstiger ist es natürlich außerdem, besonders, wenn man batteriegetriebene Geräte lange und häufig nutzt. Es gibt also gute Gründe, dem Thema im Fachhandel Aufmerksamkeit zu schenken.

Der Batteriemarkt wächst stetig: Im Jahr 2019 hat der weltweite Absatz im Vergleich zum Vorjahr laut GfK um 2 Prozent zugenommen, der Umsatz stieg dabei um 1 Prozent. Auch die Corona-Pandemie hat dem Markt nicht geschadet; denn viele Aktivitäten, mit denen sich die Menschen zu Hause beschäftigen, erfordern den Einsatz von Batterien.

Marktforscher erwarten, dass die globale Akkubatterie-Industrie, deren Jahresumsatz derzeit auf 23,5 Mrd. Euro geschätzt wird, in den kommenden Jahren mit einer jährlichen Wachstumsrate (CAGR, Compound Annual Growth Rate) von 6,3 Prozent rechnen kann und bis zum Jahr 2027 ein Volumen von 36 Mrd. Euro erreichen wird. Für Deutschland wird ein jährliches Wachstum von durchschnittlich 4,0 Prozent prognostiziert.

Mit den eneloop-Akkus von Panasonic Energy Europe bietet z. B. der Distribu-



Mit den drei Varianten eneloop lite, eneloop und eneloop Pro bietet Panasonic Energy Europe dem Fachhandel die Möglichkeit, den Kunden den richtigen Akku für die jeweilige Anwendung anzubieten.

tor Consutec dem Fachhandel ein umfassendes Sortiment an, um die Erwartungen der Kunden besonders gut zu erfüllen. Da eneloop-Akkus nach Angaben von Panasonic Energy bis zu 2.100 mal aufgeladen werden können, bieten sie ein ausgezeichnetes Preis-/Leistungsverhältnis. Wenn sie nicht genutzt werden, entladen sie sich kaum und haben auch nach 10 Jahren Lagerung noch etwa 70 Prozent ihrer Kapazität. Mit den drei Varianten eneloop lite, eneloop und eneloop Pro (für Geräte mit hohem Strombedarf) kann der Fachhandel den Kunden genau den Akku anbieten, der für die jeweilige Anwendung passt. Die hohe Qualität der Produkte wird auch von unabhängiger Seite bestätigt: Erst kürzlich schnitten eneloop Akkus in einem Test der belgischen Niederlassung von Euroconsumer am besten ab. Dabei wurde u. a. Lebensdauer, Selbstentladung und die Anzahl der Ladezyklen berücksichtigt.

Rundum nachhaltig

2019 hat eine GfK-Studie in Großbri-

tannien ergeben, dass 73 Prozent der Kunden dem Kauf von wiederaufladbaren Batterien definitiv abgeschlossen gegenüberstehen – nicht nur wegen der finanziellen Vorteile, sondern auch wegen der Schonung der Umwelt.

Nachhaltig sind die eneloop Akkus nicht nur durch das Prinzip „Aufladen statt Wegwerfen“. Damit man sie sofort einsetzen kann, werden alle Batterien im Werk vorgeladen – und zwar mit Solarstrom, der keine Emissionen von CO₂ oder anderen Schadstoffen verursacht. Zudem werden bis zu 85 Prozent der in Europa verkauften Panasonic Energy Produkte lokal produziert, und 99 Prozent werden lokal verpackt. Die Produktionsstätte in Polen (Gnieszno, dt. Gnesen) ist als abfallfreie Fabrik konzipiert, die zu 100 Prozent mit Energie aus regenerativen Quellen versorgt wird; im belgische Tessenderlo arbeitet sogar die erste komplett CO₂-neutrale Batteriefabrik von Panasonic weltweit.

Cewe bestätigt gutes Ergebnis 2020



Trotz der Corona-Krise erzielte Cewe im Jahr 2020 Wachstum bei Umsatz und Ertrag.

Nachhaltig erfolgreich

Auf seiner Bilanzpressekonferenz am 25. März hat Cewe die vorläufigen Zahlen für das Geschäftsjahr 2020 bestätigt. Die im Krisenjahr erzielten Zuwächse in Umsatz und Ertrag sind ausschließlich dem Kerngeschäftsfeld Fotofinishing zu verdanken, das mit einem erfolgreichen Onlinegeschäft die negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Einzelhandel und den kommerziellen Online-Druck überkompensierte. Dabei zeigte sich das Management nicht nur mit dem finanziellen Ergebnis zufrieden: Auch die Ziele in Sachen Nachhaltigkeit wurden voll erreicht.

Wie berichtet (siehe *imaging+foto-contact* 3/2021, S. 27), stieg der Umsatz von Cewe im vergangenen Jahr auf 727,3 Mio. Euro (2019: 720,4 Mio. Euro), das operative Ergebnis (EBIT) verbesserte sich deutlich überproportional um mehr als 40 Prozent auf 79,7 Mio. Euro (2019: 56,8 Mio. Euro). Davon profitieren auch die Aktionäre: Mit einer Steigerung von 2,00 auf 2,30 Euro steht die zwölfte Dividendenerhöhung in Folge auf dem

Programm der Hauptversammlung, die am 12. Juni geplant ist.

„Die hervorragende Entwicklung in unserem Kerngeschäftsfeld Fotofinishing freut uns sehr“, erklärte Dr. Christian Friege, Vorstandsvorsitzender der Cewe Stiftung & Co. KGaA. „Cewe hat auch 2020 wieder vielen Menschen Freude mit einem persönlichen und individuellen Fotoprodukt bereitet. Unsere Kundenfokussierung, unsere Innovationskraft und unser

starkes Onlinegeschäft sind der Schlüssel für diesen Erfolg.“

Von den erweiterten Online-Aktivitäten konnten auch die Handelspartner profitieren. So stellte Cewe z. B. während des Lockdowns im Frühjahr 2020 kurzfristig sicher, dass die über das Online-Bilderportal der United



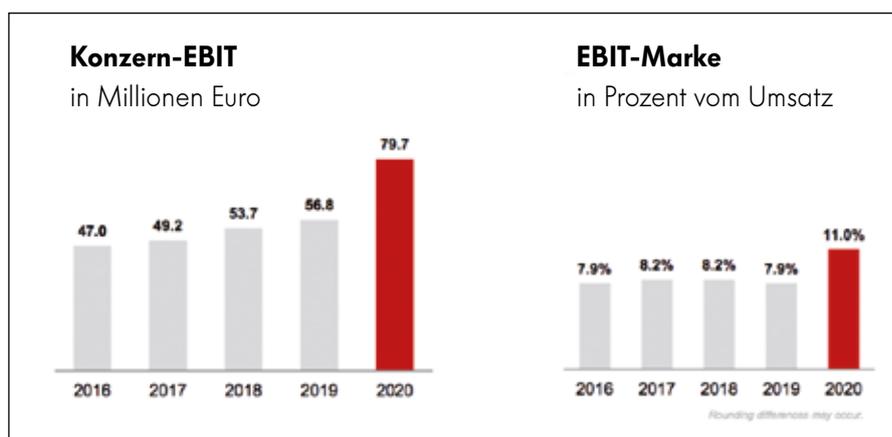
Cewe CEO Dr. Christian Friege: „Unsere Kundenfokussierung, unsere Innovationskraft und unser starkes Onlinegeschäft sind der Schlüssel für den Erfolg im Fotofinishing.“

Imaging Group bestellten Aufträge direkt zu den Kunden geliefert wurden. In Großbritannien verlief der Start der Zusammenarbeit mit der neu als Kunden gewonnenen Drogeriemarktkette Boots trotz der Pandemie wie geplant. Der Fotofinishing-Umsatz von Cewe legte 2020 nach einem bereits starken Jahr 2019 um 8,9 Prozent auf 618,8 Mio. Euro zu, das EBIT lag mit 88,6 Mio. Euro sogar um mehr als 30 Prozent über dem Vorjahresniveau. Dabei sorgte der Trend zu hochwertigen Fotoprodukten wie z. B. dem Cewe Fotobuch, Fotokalendern, Wandbildern, Grußkarten und weiteren Fotogeschenken für mehr Wertschöpfung: Der Umsatz pro Foto lag mit 31,78 Cent erstmals über 30 Cent.

Wie erwartet, erwirtschaftete Cewe einen besonders großen Teil seiner Fotofinishing-Umsätze im vierten Quartal, in dem das Volumen um fast 13 Prozent auf 283 Mio. Euro zulegen. Aber auch im ersten und zweiten Quartal verzeichnete der Bilddienstleister Zuwächse; lediglich in der Periode von Juli bis September gab es wegen der reduzierten Reiseaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr einen Rückgang um 9,5 Prozent auf 110,4 Mio. Euro.

Kunden im Blick

Cewe CEO Dr. Christian Friege führt die positive Weiterentwicklung des Fotofinishing-Geschäfts nicht allein auf die Tatsache zurück, dass sich viele Konsumenten während der Corona-Beschränkungen mehr Zeit für ihre Bilder nahmen. Cewe habe auch viel dafür getan, es den Menschen einfach zu machen, ihr ganz persönliches Fotoprodukt zu finden und zu bestellen, betonte der Vorstandsvorsitzende. So können die Kunden dank der Omnichannel-Lösungen genau den Vertriebsweg wählen, den sie bevorzugen. Bestellt werden kann von zu



Der operative Gewinn und die operative Marge legten durch die gestiegene Nachfrage nach wertschöpfungsstarken Produkten deutlich zu.

Hause, vom Terminal im Einzelhandel oder vom Mobilgerät aus, die Auslieferung erfolgt direkt nach Hause oder zum Händler der Wahl.

Zudem entwickle Cewe sein Produktportfolio ständig weiter, um den Kunden mehr Auswahl für ihre ganz persönlichen Fotoprodukte zu bieten, betonte Friege. Beispiele sind die Veredelungen für das Cewe Fotobuch, neue Varianten bei Kalendern und Adventskalendern (bei letzteren auch in Kooperation mit dem Süßwarenhersteller Ferrero) und ein überaus umfangreiches Grußkartensortiment für praktisch jeden Anlass und Geschmack.

Software als Verkäufer

Auch neue Softwarefunktionen unterstützen Cewe und seine Handelspartner beim Verkaufen. So macht z. B. die Cewe Photo World App ihren Anwendern Vorschläge, wie ein Cewe Fotobuch von bestimmten Ereignissen aussehen könnte. Auch in die Bestellsoftware wurden weitere Verbesserungen integriert: Sie schlägt nicht nur ein schönes Layout vor, sondern passt dieses auch automatisch an, wenn der Kunde Fotos entfernt oder weitere hinzufügt.

Cewe Technikvorstand Dr. Reiner Fageth stellte auf der Bilanzpresse-

konferenz zusätzliche Software-Innovationen vor. So rückt Cewe mit künstlicher Intelligenz dem Problem zu Leibe, dass immer mehr Fotos über Messenger in niedriger Auflösung geteilt werden. Die Super-Resolution-Funktion skaliert diese Bilddateien auf höhere Auflösungen hoch, um eine gute Druckqualität zu ermöglichen.



Cewe Technik-Vorstand Dr. Reiner Fageth stellte auf der Bilanzpressekonferenz neue Softwarefunktionen mit künstlicher Intelligenz (AI) vor.

Wie notwendig das ist, zeigen Daten aus dem Weihnachtsgeschäft 2020: Bei Wanddekorationen und Adventskalendern hat Cewe jedes vierte Bild digital verbessert, beim Wandkalender im Großformat A2 sogar zwei von drei Fotos. Auch die automatische Identifizierung von wichtigen Ereignis-

Unternehmen

sen und das Erzeugen von Bestellvorschlägen gehört zu den Prioritäten der Softwareentwickler von Cewe. Wichtig: Bei all diesen Prozessen werden nur Daten genutzt, welche von den Kunden ausdrücklich freigegeben worden sind.

Belastungen durch die Pandemie

Während das Fotofinishing-Geschäft vom „Stay-at-home“-Effekt während der Pandemie eher profitierte, wurde der Geschäftsverlauf im Bereich Kommerzieller Online-Druck von der Seuche deutlich beeinträchtigt. So gab der Umsatz im B2B-Druckgeschäft 2020 um 34,3 Prozent auf 67,8 Mio. Euro nach, ein straffes Kostenmanagement begrenzte den operativen Verlust in diesem Geschäftsfeld auf 3,7 Mio. Euro (2019: - 7,7 Mio. Euro). Auch die Cewe Aktivitäten im Einzelhandel litten unter den Lockdowns: Der Umsatz in diesem Segment ging auf 34,1 Mio. Euro zurück (2019: 43,7 Mio. Euro). Da Cewe die Zahl seiner Filialen von rund 140 auf gut 100 reduzierte, ergab sich durch die dafür zurückgestellten Restrukturierungskosten und Vorratsabwertungen ein operativer Verlust von 4,2 Mio. Euro. Bereinigt um diese Sonderkosten, konnte der Einzelhandel sein operatives Ergebnis aber leicht auf 0,23 Mio. Euro verbessern (2019: 35 Tsd. Euro). Zudem tragen die Einzelhandelsge-

schäfte wesentlich zum Akquirieren von Fotofinishing-Aufträgen bei; der damit erzielte Umsatz und Ertrag wird im entsprechenden Geschäftsfeld ausgewiesen.

Nachhaltigkeit im Fokus

Ausführlich ging Friege auf der Bilanzpressekonferenz auf die Nachhaltigkeitsstrategie von Cewe ein. Nachhaltiges Handeln sei im Unternehmen „tief verwurzelt“, betonte der Vorstandsvorsitzende. Schon seit 2010 berichte Cewe regelmäßig über seine Initiativen und den Fortschritt in diesem Bereich. Dabei kann der Bild- und Druckdienstleister konkrete Ergebnisse vorweisen: So werden z. B. schon seit 2016 alle Cewe-Markenprodukte vollständig klimaneutral hergestellt. Und im Jahr 2020 hat das Unternehmen die eigenen Klimaziele erreicht, obwohl dies erst für 2025 vorgesehen war. So ist es gelungen, die CO₂-Emissionen (Scope 1 und 2) im Vergleich zu 2015 fast zu halbieren.

Zudem wurden 2020 erstmals sämtliche Produkte mit einer eigens dafür entwickelten Scorecard auf ihre Nachhaltigkeit überprüft. Dafür wurden entlang des Produktlebenszyklus über 40 Kriterien in den vier Kategorien „Rohstoffe und Lieferkette“, „Produktion“, „Nutzungsphase“ und „Produktlebensende“ definiert. Mit den auf diese Weise gewonnenen Daten will Cewe immer nachhaltigere Produkte zu

schaffen. „Wir handeln auch im Bereich Nachhaltigkeit nach dem Prinzip des ehrbaren Kaufmanns und verstehen uns als Vorreiter bei diesem Thema“, erklärte Friege. Aktuelle Beispiele für die Umsetzung dieser Strategie sind die biologisch abbaubaren Blister bei Adventskalendern, die Verwendung von Recycling Papier beim Cewe Fotobuch pure und die Etablierung des Nachhaltigkeitsawards für Lieferanten, mit dem das Unternehmen ein stärkeres Bewusstsein für dieses Thema bei seinen Partnern fördern will.

Ausblick mit Zuversicht

Auch wenn die Auswirkungen der Corona-Pandemie noch nicht abschätzbar sind, blickt Cewe mit Zuversicht auf das laufende Geschäftsjahr. Der Konzernumsatz soll 2021 ein Volumen in der Bandbreite von 710 bis 770 Mio. Euro erreichen, das Konzern-EBIT wird im Korridor von 72 bis 84 Mio. Euro erwartet, das EBT zwischen 70 und 82 Mio. Euro und das Nachsteuerergebnis zwischen 48 und 56 Mio. Euro.

Dabei soll sich auch das Fotofinishing-Geschäft weiter positiv entwickeln. Friege rechnet jedenfalls nicht mit einem „Erschöpfungssyndrom“, nachdem die Kunden während des Lockdowns ihre alten Bilder ausgewertet und viele Fotoprodukte bestellt haben. Im Gegenteil: „Wir haben auf diese Weise viele Neukunden gewonnen, die zum Beispiel ihr erstes Cewe Fotobuch bestellt haben“, beonte der Vorstandsvorsitzende. „Damit steigt die Wahrscheinlichkeit, dass sie zu ‚Wiederholungstälern‘ werden.“ Mit Softwarefunktionen und Kommunikation will Cewe zudem das Bewusstsein für schöne Momente und Erlebnisse schärfen, die es wert sind, in einem hochwertigen Bildprodukt festgehalten zu werden.



Beispiele für Nachhaltigkeit durch Ressourcenschonung und Abfallvermeidung: Die Verwendung von Recycling Papier beim Cewe Fotobuch pure und biologisch abbaubare Blister bei Adventskalendern.

Nikon gibt die Entwicklung der Nikon Z 9 bekannt

Keiji Oishi, Department Manager der Imaging Business Unit der Nikon Corp., hat im März in einem Interview mit dem amerikanischen Informationsdienst DPPreview für dieses Jahr die Einführung einer spiegellosen Vollformat-Systemkamera in Aussicht gestellt, die das Leistungsprofil der DSLR Nikon D6 erreichen oder übertreffen könne. Jetzt hat Nikon offiziell die Entwicklung des Flaggschiffmodells Z 9 bestätigt. Die Kamera solle noch in diesem Jahr vorgestellt werden und einen bedeutenden Technologie- und Leistungssprung repräsentieren, erklärte das Unternehmen.

Die Nikon Z 9 soll sowohl bei der Aufnahme von Fotos als auch beim Videofilmen die beste Abbildungsleistung in der Geschichte des Herstellers erzielen. Um das zu erreichen, will Nikon einen neu entwickelten, mehrschichtigen (stacked) CMOS-Bildsensor im FX-Format einsetzen und diesen mit einem neuen Bildprozessor kombinieren. Die Z 9 wird 8K-Videoaufzeichnungen ermöglichen und zahlreiche andere Videofunktionen für unterschiedliche Anforderungen und Workflows bieten.



Neue Cullmann Kompakttaschen

Die neuen Oslo Kompakttaschen unter der Marke Cullmann, die in drei Modellen mit zwei Farbvarianten im April auf den Markt kommen, bieten Platz für eine Kompaktkamera sowie eine Speicherkarte. Dank einer Gürtelschleufe auf der Taschenrückseite sowie wasserabweisenden Obermaterialien sind die Oslo Kompakttaschen besonders gut für unterwegs geeignet. Die Taschen können entweder mit der Gürtelschleufe an der Taschenrückseite am Gürtel getra-



gen werden oder mit der Tragekordel über der Schulter. Der Doppelreißverschluss für das Hauptfach macht das Öffnen komfortabel. Die Taschen sind in den Farbstellungen black/lemon oder grey/lemon erhältlich, wobei die Farbe lemon jeweils den Reißverschluss markiert. Drei verschiedene Modellvarianten – Oslo Compact 200, Oslo Compact 300 und Oslo Compact 400 – in unterschiedlichen Größen stehen zur Verfügung. Die neuen Oslo Kompakt-

taschen sind ab April 2021 zu Preisen (UVP) zwischen 16,99 Euro und 18,99 Euro (je nach Modell) verfügbar.

IquiSpin-App von Vecnos für 360°-Fotos

Vecnos, eine Ausgründung von Ricoh Imaging, hat seine IquiSpin-App aktualisiert, um das Teilen und Bearbeiten von 360° Aufnahmen einfacher zu machen. Die wichtigste Neuerung ist SphereFlow, eine zum Patent angemeldete Funktion, die erstmals eine Auswahl von 360°-Fotos durch Wischen mit der Fingerspitze auf dem Smartphone-Screen ermöglicht. Zudem sollen Kamerafilter und neue 3-D-Effekte den Bildern mehr Ausstrahlung und eine bessere Tiefenwirkung verleihen.

Mit dem Update lassen sich 360°-Aufnahmen direkt aus der App heraus auf Facebook und andere Social Media-Plattformen hochladen. Dabei steht die von Vecnos entwickelte Funktion des

Minivideos, mit der die 360°-Aufnahme in eine animierte Kamerafahrt verwandelt wird, weiterhin zur Verfügung.

Die Albumstruktur wurde so überarbeitet, dass die Nutzer bereits in der Vorsicht sehen können, wie sich Filter und Effekte auf ihre Bilder auswirken. Bei den 3D-Effekten glänzen die umherfliegenden Sterne mit Glas- oder Metalloberflächen; die Flügel der umherflatternden Schmetterlinge sind so zart, dass der Bildhintergrund hindurchscheinen kann. Insgesamt stehen in der App jetzt 31 Effekte und 19 Bewegungsabläufe zur Auswahl, darunter drei neue Kameraschwenks.

Vecnos hat die erstmals im August 2020 vorgestellte IquiSpin-App entwickelt, um private Anwender für die 360° Fotografie zu begeistern. Sie ist nicht nur für Aufnahmen geeignet, die mit der stiftförmigen Iqui von Vecnos gemacht werden, sondern kann auch als Ergänzung für praktisch alle handelsüblichen 360°-Kameras dienen.



Facelift für Lowepro Flipside Rucksäcke

Robuster und sicherer



Die neuen Lowepro Flipside III Rucksäcke sind in zwei Varianten für Ausrüstungen unterschiedlicher Größe erhältlich.

sack am Hüftgurt vor dem Bauch getragen wird. Neben dem Zugriff über die seitliche Öffnung lässt sich der Rucksack für schnelle Objektivwechsel nun ganz einfach auf der Vorderseite ablegen, um die Ausrüstung in Sekundenschnelle über das Rückenteil herauszunehmen. So kann der Fotograf das ganze Equipment sofort überblicken. Eine neu konzipierte Griffschleufe erleichtert das Bewegen des Rucksacks in dieser Position. Im Inneren der neuen Rucksackmodelle bietet die überarbeitete, flexible Ein- und Aufteilung Stauraum für die Kameraausrüstung sowie weiteres Zubehör wie zum Beispiel ein Reisestativ, ein 10-Zoll-Tablet und ein 13- bis 15-Zoll-Laptop.

Vitec Imaging Solutions hat die Outdoor-Serie Flipside der Marke Lowepro überarbeitet. Der neue Rucksack Flipside III, der in zwei Größen und zwei Farben erhältlich ist, wurde mit neuen Materialien robuster gestaltet, um die Ausrüstung noch besser zu schützen und zudem die Lebensdauer des Produktes zu verlängern.

Für die neuen Rucksackmodelle Lowepro Flipside BP 300 AW III und Flipside BP 400 AW III setzt der Hersteller ein abrieb- und stoßfestes Material aus geformtem Kunststoff ein. Die Vorderseite ist für den Einsatz auf feuchten Böden und Oberflächen mit einer robusten PU-Beschichtung versehen, ein 10-mm-YKK-Reißverschluss mit Lowepro-Zugbändern schützt vor unbefugtem Zugriff und Wettereinflüssen, bietet aber leichten Zugriff auf

die Ausrüstung. Das bei Lowepro bewährte All Weather Cover bietet zusätzlichen Schutz vor Regen, Schnee, Staub und Sand.

Bei der Weiterentwicklung der Serie hat Lowepro bei einigen Verbesserungen die Wünsche der Kunden berücksichtigt: So wurde beim neuen Flipside III zugunsten eines schnelleren seitlichen Zugangs und eines verstaubaren Hüftgurts auf die „On-hip“-Funktion verzichtet, bei welcher der Ruck-



Für den schnellen Objektivwechsel kann man über das geöffnete Rückenteil auf die Ausrüstung zugreifen.

Zwei Varianten

Der Lowepro Flipside BP 300 AW III (UVP: 148,70 Euro) bietet Platz für eine spiegellose oder DSLR-Kamera mit aufgesetztem Objektiv bis 70-200 mm sowie für bis zu vier weitere Objektive oder eine kompakte Drohne, ein Stativ sowie ein 13-Zoll-Laptop und ein 10-Zoll-Tablet.

Im Lowepro Flipside BP 400 AW III (UVP: 188,41 Euro) lassen sich eine spiegellose oder DSLR-Kamera mit Griff und aufgesetztem Objektiv bis 70-200 mm, bis zu fünf weitere Objektive, eine kompakte Drohne sowie Stativ, ein 15-Zoll-Laptop und 10-Zoll-Tablet unterbringen. Die Rucksäcke sind ab sofort in den Farben Schwarz und Grau lieferbar.

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

Suche gebrauchte Minilabs
0048 604283868, Lowim@wp.pl

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

Anzeigenschluss
für Kleinanzeigen im
imaging+foto-contact
Ausgabe 5/2021 ist der
16. April 2021.

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

Ihre Vertragswerkstatt
für Foto-, Video-,
TV-, und HiFi-Geräte



Reparaturservice
Herbert Geissler GmbH
Lichtensteinstraße 75
72770 Reutlingen
+49 (0)7072 9297-0
info@geissler-service.de
www.geissler-service.de

Autorisierte Vertragswerkstatt

Canon
CPS.

Panasonic

Pioneer

SONY
Authorized Service Center

Sony Imaging
PRO
SUPPORT

TAMRON

Inserentenverzeichnis

C.A.T.-Publishing
Thomas Blömer GmbH 2. U.
Personal-
und Kleinanzeigen 3. U.
Photo+Medienforum Kiel 4. U.

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für die
deutsche Foto- und Imagingbranche

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klomps

Anzeigen:

Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klomps
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 50 v. 1. Januar 2021

Gestaltung:

Susanne Blum

Vertrieb:

Barbara Klomps

Satz- und Repro:

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung
und Urhebervermerk.

Copyright by

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen
für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

imaging+foto-contact erscheint

zum 1. des Monats,

außer am 1. Januar und am 1. Juli.

Der Abonnementspreis beträgt:

Inland: 39,90 € jährlich

Ausland: 60,00 € jährlich

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1430-1121

PHOTO+MEDIENFORUM KIEL



MOIN MOIN aus Kiel

Seit über 60 Jahren ist das Photo+Medienforum die Anlaufstelle, wenn es um die Aus- und Weiterbildung in der Fotografenbranche geht.

Ob Tagesseminar, Bildungsurlaub, Meistertitel oder Medienfachwirt, bei uns können Sie Ihrer fotografischen Kreativität freien Lauf lassen.

www.photomedienforum.de
www.meisterlehrgang-fotograf.de

FotografenmeisterIn
Vollzeit
Dauer: 14 Wochen

FotografenmeisterIn
Teilzeit
Dauer: 12 Monate

Medienfachwirt Digital
(IHK) Teilzeit
Dauer: 20 Monate

Die Bildungsurlaube und Seminare laufen das ganze Jahr über zu verschiedenen Themen. Schauen Sie auf unserer Website vorbei!

Feldstraße 9-11 • 24105 Kiel • mail@photomedienforum.de • 0431 57 97 00