

imaging + foto 5 2021

contact

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

**Fujifilm stellt
instax mini 40 vor**

**Im beliebten
Retro-Look**

**Das neue
Einstieigermodell
für neue
Zielgruppen**



**Shigetaka Komori zieht sich zurück
Neue Führung bei Fujifilm**

Nach mehr als zwei Jahrzehnten in der Unternehmensführung wird sich Shigetaka Komori aus der Geschäftsleitung der Fujifilm Holdings Corporation und Fujifilm Corporation zurückziehen. **S.6**

**Vitec Imaging Solutions: Neue Marketingstrategie
Marken für Kreative**

Vitec Imaging Solutions (VIS) hat eine neue Strategie vorgestellt, die es dem Unternehmen ermöglichen soll, mit seinen Marken unterschiedliche Kundengruppen gezielt anzusprechen. **S.14**

**Canon entwickelt Profi-Modell EOS R3
Mit Eye Control Autofokus**

Canon hat die Entwicklung einer neuen Profi-Kamera bekanntgegeben, die als Hybridkamera der nächsten Generation die Qualitäten der Canon Profi-DSLRs mit denen der spiegellosen Modelle vereinigen soll. **S.18**

FUJIFILM
Value from Innovation

Give your take.

Deine instax, Dein Style.



instax mini 40

[instax.de](https://www.instax.de)  [/fujifilm.fotowelt](https://www.facebook.com/fujifilm.fotowelt)  [@instax_de](https://www.instagram.com/instax_de)  [instaxDE](https://www.pinterest.com/instaxDE)

Auch Nischen sind für Erträge wichtig

Bilder in Bewegung

Während die Menschen so viele Fotos machen wie nie zuvor, ist der Kameramarkt bekanntlich stark rückläufig. Darunter leidet der Fachhandel zwar nicht so sehr wie weniger qualifizierte Vertriebsformen, aber neue Ertragsquellen sind trotzdem lebenswichtig, denn die schwache Nachfrage zieht auch das renditestarke Geschäft mit Zubehör in den Keller. Deshalb sollten neue Wachstumssegmente nicht übersehen werden. Zu denen gehören zweifellos alle Themen rund um bewegte Bilder.



Thomas Blömer, Verleger

Nicht nur Fotos, sondern auch Videos sind so populär wie nie. Das lässt sich in sozialen Netzwerken wie Facebook und Instagram ganz leicht feststellen. YouTube gehört zu den erfolgreichsten Internet-Plattformen überhaupt, und innerhalb weniger Jahre hat die chinesische App TikTok mit über zwei Milliarden Downloads und rund 800 Millionen aktiven Nutzern einen Blitzstart hingelegt. Nicht ohne Grund haben Kamerahersteller die Videofunktionen von Systemkameras um das Hochformat erweitert, an das sich ältere Semester noch gewöhnen müssen. Ein Beispiel dafür ist die Canon EOS M50 Mark II.

Natürlich könnte man angesichts der Flut von mehr oder weniger belanglosen Filmchen und Clips die Nase rümpfen, und ebenso natürlich wird der Löwenanteil dieser Clips wie die meisten Fotos mit dem Smartphone aufgenommen. Trotzdem lohnt sich ein Blick auf die Vorlieben der Kunden. Im vergangenen Jahr hat das amerikanische Marktforschungsunternehmen Suite 48 A festgestellt, dass die befragten Konsumenten pro Monat im Durchschnitt 63 Fotos, aber auch 11 Videos aufnehmen. In dieser Ausgabe berichten wir über eine Studie desselben Unternehmens, die zeigt, dass die Kunden erstens ihre Videos durchaus bearbeiten wollen und zweitens dabei Hilfe brauchen, weil das bei bewegten Bildern noch komplizierter ist als bei Fotos. Dazu kommt: Wer Videos aufnimmt und diese anderen Menschen zeigen möchte, muss sich nicht nur mit den visuellen Inhalten, sondern auch mit dem Ton auseinandersetzen.

Genau hier liegen darum auch Chancen für aktive Fachhändler, zum einen, weil praktisch jede ordentliche Fotokamera auch 4K Videos aufnehmen kann, und zum anderen, weil es viel einfacher ist, Fehler gleich bei der

Aufnahme zu vermeiden, als sie hinterher mit komplizierter Software zu korrigieren.

Anders als bei Allweltaufnahmen sind Kameras beim Filmen den Smartphones um Längen überlegen, schon allein wegen ihrer Bildstabilisatoren. Auch die großen Sensoren und natürlich die Möglichkeit, erstklassige (Zoom-)Objektive einzusetzen, erweitern kreativen Optionen. Wichtig für die Erträge: Für gute Ergebnisse braucht man Zubehör. Stativ, Rigs, Gimbals, unter Umständen sogar Licht. Und weil die eingebauten Aufnahme-Funktionen selbst bei hochwertigen Kameras oft nicht ausreichen, ist ein separates Mikrofon praktisch ein Muss für guten Ton.

Nicht vergessen: Zubehör kann auch die Videofilme von Smartphones dramatisch verbessern. Komplett Kits mit Handgriffen/Ministativen, Mikrofonen und Licht sind bereits auf dem Markt, und sie werden häufig in Webshops und bei Amazon angeboten. Dabei würden sie auch gut in ein Fachgeschäft passen, in dem ihre Anwendung gleich demonstriert wird. Das könnte bei den Kunden sogar den Appetit auf mehr wecken. Nicht ohne Grund nehmen viele Vlogger, Influencer und andere Internet-Stars der neuen Art ihre Videos häufig mit einer richtigen Kamera (nebst Zubehör) auf. Die Filme sehen einfach besser aus.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Fujifilm stellt instax mini 40 vor
Im Retro-Look 15

Editorial

Auch Nischen sind für Erträge wichtig
Bilder in Bewegung 3

Wichtiges aus foto-contact.de 7, 21

Internationale Messen und Kongresse

IFA und Berlin Photo Week verbreiten Zuversicht
Live in der Hauptstadt 10

Ausstellungs-Marathon der
Photopia Hamburg gestartet
Perspektive für Bilder 12

Neuheiten

Canon entwickelt Profi-Modell EOS R3
Mit Eye Control Autofokus 18

Die neuen Sennheiser Mikrofone
Audio für Video 20

Neues FE 14 millimeter F1.8 GM von Sony
Auch für die Nacht 23

Interview

Bernd Gansohr, Geschäftsführer
Fujifilm Imaging Systems Deutschland
„Wir setzen mit instax weiter auf Wachstum“ . . . 16

Ausstellungs-Maraton der Photopia Hamburg Perspektive für Bilder



Bereits seit dem 13. April ist die Photopia Hamburg, die vom 23. bis zum 26. September 2021 stattfindet, mit einer ersten Ausstellung in der Hansestadt sichtbar.

Bis zum 10. Mai ist ein Fotokunst-Projekt mit dem gerade in diesen Tagen hoffnungsvollen Titel „Wir geben Hamburg Perspektive“

zu sehen. Dafür haben 18 Hamburger Fotografinnen und Fotografen des Berufsverbandes Freelens e. V. ihre Bilder von Orten der Kunst und Kultur inszeniert, um diese Räume wieder in die Öffentlichkeit zu bringen. **Seite 12**

INTERNATIONALE MESSEN

Fujifilm stellt instax mini 40 vor Im Retro-Look



Mit der instax mini 40 stellt Fujifilm ein neues Einsteigermodell vor, das dem Fotohandel die Möglichkeit bieten soll, die Erfolgsgeschichte der Sofortbildfotografie fortzuschreiben und neue Zielgruppen zu erschließen. Das neue Modell im modischen Retro-Style ist ab Ende April für 99,99 Euro (UVP) erhältlich. Zum selben Termin wird auch ein neuer instax Sofortbildfilm eingeführt. **Seite 15**

ZUM TITELBILD

Canon entwickelt Profi-Modell EOS R3 Mit Eye Control Autofokus



Canon hat die Entwicklung einer neuen Profi-Kamera bekanntgegeben, die als Hybridkamera der nächsten Generation die Qualitäten der Canon Profi-DSLRs mit denen der spiegellosen Modelle vereinigen soll. Mit einer Aufnahmegeschwindigkeit von bis zu 30 Bildern pro Sekunde, Augen-, Kopf- und Körpererkennung sowie einem neuen Eye Control Autofokus ist die EOS R3 vor allem für die Sport-, Wildlife- und Nachrichtenfotografie gedacht. Gleichzeitig kündigte Canon drei weitere Objektive für das RF Bajonett an. **Seite 18**

Die neuen Sennheiser Mikrofone Audio für Video



Ob man die Zielgruppe Vlogger, Content Creator oder einfach nur Videofilmer nennt, spielt keine Rolle: Wer mit bewegten Bildern gekonnt Geschichten erzählen will, muss auch den Ton in guter Qualität aufnehmen. Dafür hat der Soundspezialist Sennheiser jetzt neue Mikrofone auf den Markt gebracht, die auch in attraktiven Kits angeboten werden. **Seite 20**

NEUHEITEN

Neues FE 14 Millimeter F1.8 GM von Sony Auch für die Nacht



Mit dem neuen FE 14 Millimeter F1.8 GM bringt Sony ein neues Ultraweitwinkelobjektiv der G Master Serie auf den Markt. Es wurde vor allem für Aufnahmen von Landschaften, Gebäuden, Innenräumen und dem Sternenhimmel entwickelt und ist trotz seiner großen Anfangsöffnung mit Abmessungen von 83 x 99,8 mm und einem Gewicht von 460 g überraschend kompakt und leicht. **Seite 23**

Interview mit Bernd Gansohr, Geschäftsführer Fujifilm Imaging Systems Deutschland



Bernd Gansohr

Anlässlich der Ankündigung der instax mini 40 hat imaging+foto-contact mit Bernd Gansohr, Geschäftsführer Fujifilm Imaging Systems Deutschland, darüber gesprochen, wie Fujifilm weiteres Wachstum im Sofortbildsegment erzielen will und warum es sich für den Fotohandel lohnt, die Kameras und Filme aktiv anzubieten. **Seite 16**

digitalspezialist bringt Erinnerungen zum Leben Fotoschätze an der Wand



Während der Corona-Krise haben viele Menschen ihre alten Fotos neu entdeckt und sich mit ihren Erinnerungen beschäftigt.

Das Osnabrücker Unternehmen digitalspezialist bietet seit 2007 die Digitalisierung von Fotos, Dias, Negativen, ganzen Fotoalben sowie Schmalfilmen und Videokassetten an. Die so entstehenden Bilddaten lassen sich nicht nur für Prints und Fotobücher nutzen. Denn die Scans können in so hoher Qualität erstellt werden, dass die Bilder auch im Großformat an der Wand gut aussehen. **Seite 22**

Studie über Do-it-yourself (DIY) Video-Apps Software für Filme auf Profi-Niveau



Das amerikanische Marktforschungs- und Beratungsunternehmen Suite 48 Analytics (Suite48A.com) hat eine umfangreiche Studie über Do-It-it-yourself (DIY)-Apps veröffentlicht, die es auch Nutzern ohne große Vorkenntnisse ermöglichen sollen, professionelle Videos zu gestalten. Dabei wurden Apps für Smartphones sowie Programme für PCs und Browser-basierte Anwendungen berücksichtigt. **Seite 8**

Ilford unterstützt Profi-Plattform Lightboxx.io Schaufenster für Fotos und Videos



Ilford hat eine Partnerschaft mit Lightboxx.io bekanntgegeben. Die Internetplattform versteht sich als neuartiges Schaufenster für die zeitgenössische Mode-, Beauty- und Porträtfotografie und komplementäre Bewegtbilder. Derzeit präsentieren dort rund 40 internationale Künstler mehr als 10.000 Fotos und Videos. **Seite 26**

INTERVIEW

BILDDIENSTLEISTUNGEN

UNTERNEHMEN

Bilddienstleistungen

digitalspezialist erweckt Erinnerungen zum Leben
Fotoschätze an der Wand **22**

Unternehmen

Shigetaka Komori zieht sich zurück
Neue Führung bei Fujifilm **6**

Studie über Do-it-yourself (DIY) Video-Apps
Software für Filme auf Profi-Niveau. **8**

Neue Marketingstrategie Vitec Imaging Solutions
Marken für Kreative. **14**

Leica kooperiert mit JMGO bei LED-Projektoren
Erstklassiges Heimkino **24**

Kamera Express übernimmt GM-Foto
Neuer Superstore **25**

Ilford unterstützt Profi-Plattform Lightboxx.io
Schaufenster für Fotos und Videos **26**

Impressum **27**

Klein- und Personalanzeigen **27**

Immer aktuell:



Shigetaka Komori zieht sich zurück

Neue Führung bei Fujifilm

Nach dem erfolgreichen Umbau des Konzerns gibt Shigetaka Komori die Führung von Fujifilm ab.

Nach mehr als zwei Jahrzehnten in der Unternehmensführung wird sich Shigetaka Komori aus der Geschäftsleitung der Fujifilm Holdings Corporation und Fujifilm Corporation zurückziehen. Der 81jährige soll dem Unternehmen aber als „Chief Advisor“ erhalten bleiben. Seine Position als Vorsitzender (Chairman) des Board of Directors übernimmt Kenji Sueno; Teichi Goto wird Präsident und CEO der beiden Gesellschaften. Die Entscheidung des Vorstands- und Aufsichtsrats über die personellen Veränderungen muss im Juni noch von der Hauptversammlung bestätigt werden.

Mit dem Rückzug Komoris geht für Fujifilm eine historische Ära zu Ende. Der heute 81jährige Manager stand von 1996 bis 2000 an der Spitze der Fujifilm Europe GmbH, wo er unter dem Spitznamen „Samurai“ ebenso geachtet wie gefürchtet war. Im Jahr 2000 wurde er Präsident der Fujifilm Corporation, 2003 übernahm er die operative Führung als CEO und 2012 auch das Amt des Chairman. Mit großer Entschlossenheit und Durchsetzungskraft nahm er den Umbau des Konzerns in Angriff, weil das traditionelle Foto- und Imaginggeschäft im Zuge der Digitalisierung an Bedeutung verlor. Um die daraus resultierenden Umsatz- und Gewinnrückgänge zu kompensieren, dehnte er die Aktivitäten des Unternehmens zunächst auf die Bereiche Mikroelektronik, spezielle Materialien und später auf medizinische und biochemische Systeme aus, die heute als größter Wachstumstreiber von Fujifilm gelten. Gleichzeitig stärkte er die Position im Bereich grafische Systeme. Zwar scheiterte die Übernahme des amerikanischen Herstellers Xerox am Widerstand wichtiger Aktionäre, heute besitzt Fujifilm aber 100 Prozent des seinerzeitigen Joint Ventures Fuji Xerox, das in Fujifilm Business Innovation umbenannt wurde und in Asien eine führende Position in seinem Segment hält. Ein entscheidender Schritt in die Medizintechnik und Pharmazie war 2008 die Übernahme von Toyama Chemical, die 2017 durch die Akquisition von Wako Pure Chemical Industries ergänzt wurde.

In den letzten fünf Jahren führte Komori das Unternehmen gemeinsam mit Kenji Sueno, der jetzt vom Amt des Präsidenten und COO in die Position des Chairman aufsteigt. Der künftige Präsident und CEO Teichi Goto ist derzeit für das Medizingeschäft bei Fujifilm verantwortlich.

Neue Unternehmensstruktur

Die Neuaufstellung der Unternehmensführung wird von einer neuen Organisation der Geschäftsbereiche begleitet. Seit dem 1. April besteht Fujifilm aus den drei Segmenten Health Care, Imaging und Graphics. Dabei wird vor allem von der Health Care Division wesentliches Wachstum für die nächsten Jahre erwartet. Fujifilm hat sich bei diagnostischen Systemen bereits eine starke Marktposition erarbeitet und in jüngster Zeit mit Testkits für Covid 19 Aufmerksamkeit erregt. Der neue Geschäftsbereich Imaging vereinigt die bisherigen Segmente Photo Imaging sowie Optische Systeme & Electronic Imaging und soll mit seinen Erträgen das Wachstum des Konzerns mitfinanzieren. Die Graphics Division kombiniert die Geschäfte der Fujifilm Business Innovation (früher Fuji Xerox) mit denen des bisherigen Graphics Systems Bereichs.

Fujifilm erwartet für das am 31. März zu Ende gegangene Geschäftsjahr einen Rekordgewinn, der im wesentlichen der starken Entwicklung des medizinischen und biopharmazeutischen Geschäfts zu verdanken ist.

Hama übernimmt Messingschlager



Um die Unternehmensgruppe breiter aufzustellen, hat der Monheimer Zubehör-

spezialist Hama rückwirkend zum 1. Januar dieses Jahres die Messingschlager GmbH & Co KG übernommen. Das 1924 gegründete Familienunternehmen aus Baunach in der Nähe von Bamberg, das knapp 150 Mitarbeiter beschäftigt, bietet seit Jahrzehnten Fahrradteile und -zubehör an.

Besonders im stark wachsenden E-Bike-Markt ist Messingschlager erfolgreich tätig und erreicht in mehr als 60 Ländern weltweit rund 2.000 Kunden, zu denen hauptsächlich Fahrradhersteller, Großhändler und andere kommerzielle Abnehmer zählen. Für das breit gefächerte Sortiment importiert das Unternehmen seit über 60 Jahren Waren aus Fernost, die zum Teil gemeinsam mit dort ansässigen Partnern entwickelt werden. Um eine reibungslose Logistik zu gewährleisten, hat Messingschlager an seinem Firmensitz das mit 14.000 Quadratmetern größte Lager für Fahrradteile in Europa errichtet.

Die bisherigen Gesellschafter um den geschäftsführenden Gesellschafter Benno Messingschlager, der den Fahrradspezialisten in dritter Generation führt, sehen die Übernahme durch Hama als ideale Nachfolgeregelung. Mit einem strategischen Partner, den zu erwarteten Synergieeffekten und den Chancen in der boomenden Fahrradbranche sei die Partnerschaft für beide Firmen eine Win-Win-Situation, heißt es in einer Pressemitteilung. Die Transaktion soll neben einem guten Wachstum für beide Unternehmen auch den langfristigen Erhalt der Arbeitsplätze in der Region Baunach sicherstellen.

„Wir haben uns mit der Firma Messingschlager in eine für uns neue Branche vorgewagt, auch wenn im weitesten Sinne dort ebenfalls mit Zubehör gehandelt wird,“ erklärte Hama Geschäftsführer Christoph Thomas.

Als Minderheitsgesellschafter bleibt die

Christopher Brawley hat Fujifilm verlassen

Fujifilm hat bekanntgegeben, dass Christopher Brawley, Managing Director der Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH sowie Senior Vice President Optical Devices Fujifilm Europe GmbH, mit Wirkung zum 30. April 2021 auf eigenen Wunsch das Unternehmen verlassen hat, um sich neuen Herausforderungen zu stellen.

Toshihisa Iida, Präsident der Fujifilm Europe GmbH, Düsseldorf, erklärte in einer Pressemitteilung: „In den vergangenen 15 Jahren habe ich sehr eng mit Christopher Brawley zusammengearbeitet, um die Fujifilm Electronic Imaging GmbH in Kleve zu gründen und die Geschäftsbereiche Electronic Imaging sowie Optical Devices weiterzuentwickeln“, erklärt Iida. „Christopher Brawley hat durch sein Engagement und seine Managementfähigkeit einen außergewöhnlichen Beitrag dazu geleistet, dass beide Bereiche erfolgreich und zukunftsfruchtig im Markt aufgestellt sind. Ich möchte mich bei Christopher Brawley für seine exzellente Arbeit in all den Jahren bedanken und ihm alles Gute für seine berufliche Zukunft sowie für sein Privatleben wünschen.“



Christopher Brawley

Familie Messingschlager mit Toni Messingschlager und dem bisherigen Geschäftsführer Dennis Schömburg auf der Gesellschafterliste. Der bisherige Inhaber Benno Messingschlager komplettiert die Geschäftsführung der Messingschlager GmbH & Co. KG.

MPB eröffnet Standort in Berlin



www.mpb.com

MPB, die Online-Plattform für gebrauchte Foto- und Videogeräte eröffnet eine neue Niederlassung in Berlin. Damit ist das Unternehmen neben den Standorten Brighton (Großbritannien) und Brooklyn (New York) auch in der deutschen Hauptstadt vertreten, um den Kunden dadurch einen noch flexibleren Service zu bieten. Dort werden gebrauchte Foto- und Videoausrüstungen vor dem Weiterverkauf von Experten geprüft. Damit soll für deutsche und europäische Kunden auch die kostenlose Abholung und der Versand bei Inzahlungnahme schneller werden.

Auf der Online-Plattform von MPB werden gebrauchte Foto- und Videokameras führender Marken sowie Drohnen,

Objektive, Zubehör, Speicherkarten, Blitzgeräte, Filter, Stative und Kamertaschen angeboten. Für die Präsentation wird jeder Artikel individuell fotografiert, um einen realistischen Eindruck des Produkts zu vermitteln. Bei der Suche nach passenden Angeboten können die Kunden aus fünf Zustandskategorien von „wie neu“ bis „schwer gebraucht“ auswählen.

Seit seiner Gründung 2011 hat sich MPB vom Start-up zum nach eigenen Angaben größten Online-Anbieter von gebrauchtem Foto- und Videoequipment entwickelt und 250.000 Kunden gewonnen. 2017 baute MPB mit der Eröffnung eines Lagers in Brooklyn (USA) die Präsenz auf dem US-Markt aus. Der Standort in Berlin ist die weltweit dritte Niederlassung von MPB. Vor kurzem hat das Unternehmen in einer weiteren Finanzierungsrunde 49,8 Millionen Pfund (rund 58 Millionen Euro) Risikokapital eingesammelt, um die Expansion voranzutreiben.

MPB fühlt sich der Idee der Nachhaltigkeit verpflichtet: Alle Artikel werden in plastikfreier, recycelter und recycelbarer Verpackung verschickt. Im November 2020 haben nach Angaben des Unternehmens Fotografen mit MPB mehr als 20.000 Bäume gepflanzt, um einen Beitrag für den Planeten zu leisten.

Studie über Do-it-yourself (DIY) Video-Apps

Software für Filme auf Profi-Niveau

Das amerikanische Marktforschungs- und Beratungsunternehmen Suite 48 Analytics (Suite48A.com) hat eine umfangreiche Studie über Do-It-it-yourself (DIY)-Apps veröffentlicht, die es auch Nutzern ohne große Vorkenntnisse ermöglichen sollen, professionelle Videos zu gestalten. Dabei wurden Apps für Smartphones sowie Programme für PCs und Browser-basierte Anwendungen berücksichtigt. Software zur Video-Bearbeitung ohne Fachkenntnisse gehört zu den wichtigsten Treibern des gegenwärtigen Booms von Bewegtbildern in digitalen Medien. Die Bedienung kann Ungeübte aber auch überfordern.

Für die neue Studie haben die Analysten 82 populäre Apps untersucht und festgestellt, dass traditionelle Methoden mit Timelines in mehreren Spuren wenig dazu beitragen, Nutzer ohne Vorkenntnisse bei der Produktion ansprechender Videos zu unterstützen. Etwas erfolgreicher waren Ansätze, die von verwandten Anwendungen, z. B. der Gestaltung von animierten



Diashows oder kombinierten Foto-Video-Clips ausgingen, um diese zu längeren Videofilmen zu erweitern.

„Die ersten Schritte, mit denen diese Produkte über die Basisanwendungen hinausführen, haben die größten Wirkung“, sagte Suite 48 Analytics Chef Hans Hartman, der Hauptautor der Studie. „Denn oft wird unterschätzt, wie neu es für viele Menschen ist, mit Videos zu arbeiten, auch wenn heute jede(r) mit einem Smartphone oder einer Kamera Filme genauso einfach aufnehmen kann wie Schnappschüsse. Wenn das getan ist, steht man aber vor der Herausforderung, aus dem Material kurze oder längere Filme zu gestalten, die sich für soziale Medien oder für Marketingzwecke eignen. Das ist eine komplexe Aufgabe und erfordert auch noch die Auseinandersetzung mit einem anderen Medium, nämlich Audio.“

KI kann helfen

Die erste Generation von DIY-Video-Apps für Nicht-Fachleute stellte zwar die notwendigen Werkzeuge für Bearbeitung der Filme bereit, war aber

meistens viel zu kompliziert, um sich auf dem Massenmarkt durchzusetzen. Umgekehrt erwiesen sich Apps, bei denen leichte Bedienung vor Kreativität ging und die auf Vorlagen, Stock-Fotos, fertige Clips und Musikbibliotheken zurückgriffen, ebenfalls als wenig erfolgreich, weil sie den Nutzern nicht genügend Möglichkeiten boten, ihre eigenen Vorstellungen zu verwirklichen.

Als vielversprechend erwies sich in der Studie ein dritter Ansatz, der von innovativen Apps verfolgt wird, denen es mit neuen Technologien gelingen kann, Benutzerfreundlichkeit und kreative Kontrolle zu verbinden. Dabei wird häufig künstliche Intelligenz (AI) eingesetzt, um es z. B. möglich zu machen, mit einem Klick den Hintergrund aus einem ganzen Clip zu entfernen oder mit einfacher Texteingabe einzelne gesprochene Worte durch andere zu ersetzen, damit die ganze Szene nicht noch einmal aufgenommen werden muss.

Die englischsprachige, 92seitige Studie ist von Suite 48 Analytics (Suite48a.com) zu Preisen ab 1.199 US\$ erhältlich.

BILDUNGSURLAUB 2021



CGI

Computer Generated Imagery

WAS IST CGI UND WIE
LÄSST SICH DIE TECHNIK
IM MARKETING UND IN
DER WERBEFOTOGRAFIE
EINSETZEN?

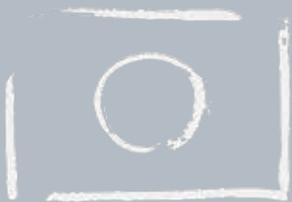


Photo + Medienforum Kiel

PLANUNG
MODELLIERUNG
RENDERING

PROGRAMMÜBERBLICK
CINEMA 4D

AUG 09. - 13.
2021

JETZT ANMELDEN

www.photomedienforum.de/bildungsurlaub

IFA und Berlin Photo Week verbreiten Zuversicht

Live in der Hauptstadt

Die IFA Berlin will vom 3. bis 7. September 2021 in die Ausstellungshallen auf dem Berliner Messegelände zurückkehren. Das gab die Messe Berlin in einer Pressemitteilung bekannt. Vom 26. August bis zum 3. September soll die in diesem Jahr erstmals in Kooperation mit der IFA durchgeführte Berlin Photo Week ebenfalls live in der Bundeshauptstadt stattfinden.



Bereits im vergangenen Jahr habe die IFA 2020 Special Edition die hohe Relevanz gezeigt, die persönliche Begegnungen und der intensive Austausch vor Ort für die Aussteller und Besucher haben, betonte die Messe Berlin. „Die IFA Berlin ist eines der inspirierendsten Tech-Events der Welt“, sagte Martin Ecknig, CEO der Messe Berlin. „Sie ist einzigartig in ihrer Innovationskraft und als Impulsgeber globaler Technologien – von noch unentdeckten Start-ups bis zu den stärksten globalen Marken. Die Botschaft, die wir seitens der Industrie vernehmen, ist laut und deutlich: ‚Tech is Back in Berlin!‘“

„Die Tech-Branche hat in der Krise Innovationen hervorgebracht, die uns

Martin Ecknig,
CEO der
Messe Berlin:
„Die IFA Berlin
ist eines der
inspirierendsten
Tech-Events
der Welt.“

(Foto: Messe Berlin)



allen helfen, trotz der Einschränkungen die Verbindung zu Freunden und Familie zu stärken, mobil zu arbeiten, aktiv und gesund zu bleiben und dies selbst in Zeiten massiver sozialer Belastungen“, erklärte Kai Hillebrandt, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu Consumer & Home Electronics GmbH. „Im September 2021 werden wir bereit sein, unsere Innovationen für die zu erwartende Post-Corona-Zeit zu präsentieren.“

Impulse für die Branche

Die IFA 2021 soll das gesamte Messegelände nutzen und die bewährten Programmpunkte der letzten Jahr wieder durchführen. Dazu soll auch das umfassende Rahmenprogramm gehören: Keynotes globaler Marktführer, die IFA NEXT als Event für die Zusammenführung von IT-Marktführern, Innovatoren, Start-ups, Forschern, Entwicklern und Entrepreneuren, die Shift Mobility Convention zur Zukunft urbaner Mobilität und der IFA+ Summit, auf dem die Megatrends digitaler Zukunftstechnologien präsentiert werden.

Das Hygienekonzept für die Messe wird in enger Abstimmung mit den zuständigen Behörden in Deutschland geplant, kontinuierlich aktualisiert und an die dann aktuell geltenden Vorschriften und Rahmenbedingungen angepasst.

Imaging auf der Berlin Photo Week

Um das Produktportfolio der IFA zum Thema Imaging zu verstärken, soll die Berlin Photo Week unmittelbar vom 26. August bis 3. September Veranstaltungen im gesamten Stadtgebiet realisieren. Dabei wird der 2019 erstmals organisierte Funplace den Besuchern von 26. bis 29. August in der Arena Berlin Gelegenheit bieten, auf spielerische Art und Weise Neuheiten aus der Imaging-Welt zu erleben und in Walk-in-Installationen, verschiedenen Playgrounds sowie Live-Fotoshootings auszuprobieren. Dazu soll auch das Areal außerhalb der Halle für einen Food Market, Lounge-Bereiche und Fun-Stopps rund um die Location „Badeschiff“ genutzt werden.

„Die Berlin Photo Week hat sich als neues Veranstaltungsformat und kulturelles Glanzlicht mit Strahlkraft über die Grenzen Berlins hinaus etabliert“, kommentierte Anna-Maria Seifert, Chief Operating Officer der BPW. „Ich freue mich, trotz der besonderen Herausforderungen in diesem Jahr, Teil dieses Movements zu sein.“

Neben den bereits angekündigten Ausstellungen „A Timeless Allure: The Photographic Art of George Hoyningen-Huene“ (Villa Grisebach), „Punk!“ (Arena Club), „Koelbl – Wenders – Bender. 3 Generationen Leica“ (Arena Halle) und Thomas Hoepfers „Mauerkinder“ (Wachstum am Schlesischen Busch) soll auf der Berlin Photo Week auch die Berliner Fotografie-Institution Chaussee 36 mit der Ausstellung „Heinz Hajek-Halke: Experiment“ einen ersten Einblick in den kürzlich erworbenen Nachlass des deutschen Fotografen Heinz Hajek-Halke (1898–1983) ermöglichen.

Gezeigt wird eine Selektion von ikonischen Vintage Prints aus seinem umfangreichen Werk, das von frühen Fotomontagen der Weimarer Republik bis zu seinen ganz eigenen Bildschöpfungen der Nachkriegszeit – den abstrakten „Lichtgrafiken“ – reicht. Die Ausstellung wird von der Foto-Expertin Simone Klein kuratiert.



Photo+Adventure 2021 abgesagt



Aufgrund der weiterhin schwierigen Corona-Situation haben die Veranstalter der Photo+Adventure entschieden, das für den 12. und 13. Juni im Landschaftspark Duisburg-Nord geplante Messe-Festival für Fotografie, Reise und Outdoor für dieses Jahr abzusagen. Das Workshop-Programm am zweiten Juni-Wochenende soll aber nach heutigem Stand stattfinden.

Am 11. und 12. Juni 2022 soll die Photo+Adventure mit großen Eventflächen im Innen- und Außenbereich, den bewährten Specials sowie vielen neuen Ideen in den Landschaftspark zurückkehren.

2020 hatte die Photo+Adventure nach einer Verlegung in den Herbst noch zu den wenigen Veranstaltungen gehört, die tatsächlich stattfinden konnten. Eine Verschiebung des Termins komme wegen der zahlreichen Unwägbarkeiten in diesem Jahr aber nicht infrage, heißt es in einer Pressemitteilung. „Die Absage ist uns alles andere als leichtgefallen“, sagte Photo+Adventure-Geschäftsführerin Daniela Thies. „Die aktuell hohen Inzidenzwerte, das Auftreten der Mutationen, die Rückschläge beim Impfen und eine insgesamt nur zögerlich reagierende Politik lassen uns keine andere Wahl. Unser Ziel ist es nun, wenigstens das Workshop-Programm am zweiten Juni-Wochenende aufrecht zu erhalten. Eine günstige Entwicklung vorausgesetzt ist es zumindest weiterhin vorstellbar, dass Fotobegeisterte dann wieder in Kleingruppen zusammenkommen können, um gemeinsam ihrer Leidenschaft nachzugehen.“

Auch das Photo+Adventure intermezzo, das Workshop-Wochenende in familiärer Atmosphäre im November, stehe weiterhin auf der Agenda, fügte Thies hinzu. Zudem sollen nach einer kurzen Sommerpause im Herbst die Webinare und Online-Vorträge in Kooperation mit Ausstellern und Partnern fortgesetzt werden.

Kein 14. Umweltfotofestival horizonte zingst

Nach der Verlängerung des Lockdowns für Mecklenburg-Vorpommern durch die Landesregierung bis zum 9. Mai 2021 haben die Organisatoren das für den 28. Mai bis 6. Juni 2021



geplante Umweltfotofestival horizonte zingst mit großem Bedauern abgesagt. Das Team hatte mit viel Optimismus sowie einem umfassenden Sicherheits- und Hygienekonzept daran gearbeitet, neben der Bilderflut am Strand ein breites Programm von Workshops, Multivisionsshows, Fotografengesprächen und Outdoor-Vernissage zu präsentieren.

„Auch wenn wir aktuell keine Gäste in Zingst begrüßen können, so wird doch zu einem späteren Zeitpunkt das Reisen nach Mecklenburg-Vorpommern wieder möglich sein“, erklärte Matthias Brath, Geschäftsführer der Kur- und Tourismus GmbH Zingst. „Darauf freuen wir uns, und es geht jetzt darum, die entsprechenden Voraussetzungen dafür zu schaffen, möglichst vielen Gästen für einen möglichst langen Zeitraum die Inhalte unseres Festivals zugänglich zu machen.“ Deshalb sollen alle Festival-Ausstellungen aufgebaut werden und bis in den Herbst hinein zu sehen sein. „Es ist unendlich traurig, dass wir horizonte zingst in diesem Jahr nicht feiern können“, kommentierte die Kuratorin Edda Fahrenhorst. „Was wir aber können, ist Fotografie zu zeigen und darüber zu sprechen. Und das werden wir im Verlauf des Jahres und darüber hinaus mit Enthusiasmus tun.“ Um das zu ermöglichen, werden die Festival-Formate ein weiteres Mal angepasst. Gemeinsam mit den Partnern sollen einige der vorbereiteten Inhalte in Teilen modifiziert und in den kommenden Monaten durchgeführt werden. Darüber hinaus haben die Planungen für das kommende Jahr bereits begonnen. Dann soll das Umweltfotofestival horizonte zingst vom 20. bis 29. Mai stattfinden.



Aus „Wir geben Hamburg Perspektive“: Museum für Kunst und Gewerbe von Nicole Keller.

Photopia Hamburg startet Ausstellungs-Marathon

Perspektiven für Bilder

Bereits seit dem 13. April ist die Photopia Hamburg, die vom 23. bis zum 26. September 2021 stattfindet, mit einer ersten Ausstellung in der Hansestadt sichtbar. Bis zum 10. Mai ist ein Fotokunst-Projekt mit dem gerade in diesen Tagen hoffnungsvollen Titel „Wir geben Hamburg Perspektive“ zu sehen. Dafür haben 18 Hamburger Fotografinnen und Fotografen des Berufsverbandes Freelens e. V. ihre Bilder von Orten der Kunst und Kultur inszeniert, um diese Räume wieder in die Öffentlichkeit zu bringen.

Mit dieser ersten Ausstellung, der im Vier-Wochen-Takt weitere folgen sollen, verwandeln Fotografinnen und Fotografen die Glasfassade an den Messehallen in die längste Kunstgalerie der Stadt, die quasi im Vorbeigehen an den Messehallen entlang der Karolinenstraße angeschaut werden kann. Gezeigt werden 51 kulturelle Räume und Orte der Sehnsucht, die zur Zeit nicht besucht werden können. Dazu gehören bekannte Lokalitäten wie das internationale Produktionshaus Kampnagel, die Kultkneipe Erika's Eck und das Museum für Kunst und Gewerbe. Die Ausstellung, die zunächst für 75 Kultur-Litfaßsäulen der Stadt Hamburg konzipiert war,

wurde von der Hamburger Behörde für Kultur und Medien gefördert.

Interaktives Konzept

Mit Hilfe eines QR-Codes auf den Bildern gelangen die Besucher zu einer Website mit allen wichtigen Informationen über die fotografierten Orte und die Intentionen der Künstlerinnen und Künstler. „Für mich ist es eine echte Herzensangelegenheit, die Ausstellung ‚Wir geben Hamburg Perspektive‘ anlässlich der Photopia Hamburg in unserer öffentlichen Galerie präsentieren zu dürfen“, kommentierte Bernd Aufderheide, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Messe und Congress. „Denn wie viele

der fotografierten Orte ist auch die Hamburg Messe und Congress vor allem ein Ort der Begegnung. Es wird Zeit, dass diese Orte wieder zum Leben erwachen, denn so gefallen sie mir viel besser.“

Namhafte Künstler

„Die ganze Bandbreite und die Vielseitigkeit der individuellen fotografischen Ausdrucksmöglichkeiten findet in unserer Photopia-Galerie ein Zuhause“, fügte Christian Popkes, Kurator der Photopia Hamburg, hinzu. „Ich freue mich ganz besonders darüber, dass wir in den kommenden Monaten neben Soloprojekten auch Gruppenausstellungen von Foto-

grafinnen und Fotografen der beiden großen deutschen Fotoverbände Freelens e. V. und BFF zeigen werden.“ Zu den teilnehmenden Fotokünstlern gehören Valeska Achenbach, Frieder Blickle, Sonja Brüggemann, Michael Bogumil, Maik Carstensen, Melanie Dreyse, Kirsten Haarmann, Frederika Hoffmann, Nicole Keller, Urs Kluyver, Oliver Görnandt-Schade, Christina Körte, Johannes Mairhofer, Heiner Müller-Elsner, Tobias Oechler, Henriette Pogoda, Pat Scheidemann und Sibylle Zettler, die auch die Ausstellung initiiert hat. Als nächste Präsentationen sind „Covered – the story of a blanket“ von Bob

Leinders sowie „Aufschlag 2021 – “Future Perfect“ unter Federführung des BFF geplant.

Internationale Kulturfabrik Kampnagel, fotografiert von Christina Körte.



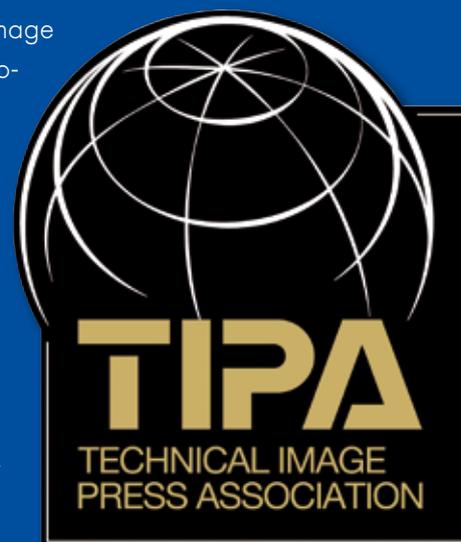
TIPA World Awards 2021 auf der Photopia Hamburg

Die weltweit angesehenen TIPA World Awards, mit denen die Technical Image Press Association (TIPA) seit fast drei Jahrzehnten zukunftsweisende Fotoprojekte auszeichnet, sollen in diesem Jahr live auf der Photopia Hamburg, die vom 23. bis 26. September in der Hansestadt stattfindet, vergeben werden. Mit der TIPA hat Hamburg Messe und Congress einen weiteren Partner für den neuen Imaging-Event gewonnen, nachdem bereits der Photoindustrie-Verband, die Online Marketing Rockstars und das Reeperbahn Festival ihre offizielle Beteiligung angekündigt hatten.

„Wir fühlen uns sehr geehrt, dass die Technical Image Press Association von dem außergewöhnlichen Konzept der Photopia Hamburg ebenfalls begeistert ist“, erklärte Bernd Aufderheide, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Messe und Congress. „Der TIPA World Award honoriert seit fast drei Jahrzehnten vorbildliche und zukunftsweisende Fotoprojekte von den Visionären der Fotoindustrie, gerade deshalb passt dieser Award auch ganz wunderbar zu unserem Photopia-Motto. Ich gratuliere der TIPA ganz herzlich zu ihrem 30-jährigen Bestehen, welches wir im September gemeinsam mit den Top-Managern der Imaging-Branche gebührend würdigen werden.“

„Die Technical Image Press Association, TIPA, freut sich, ihre offizielle Award Verleihung in diesem Jahr im Rahmen der neuen Photopia Hamburg durchführen zu können“, fügte Thomas Gerwers, Vorsitzender der TIPA, hinzu. „Die Foto- und Imagingbranche braucht physische Events, die auf die Fotoszene zugeschnitten sind, um nicht um Umfeld der Unterhaltungs-Elektronik unterzugehen.“

Auch Kai Hillebrandt, der noch bis Ende Mai als Vorstandsvorsitzender des Photoindustrie-Verbands amtiert, bewertet die Kooperation positiv: „Als Partner der Photopia Hamburg freut es uns natürlich sehr, dass das Fachjournalisten-Netzwerk ihren bedeutenden Branchen-Preis weiterhin in Deutschland verleihen wird. Die Entscheidung der TIPA unterstreicht das weltweite Interesse an dem neuen Event-Format, das inmitten der pulsierenden und weltweiten Medienmetropole ein ausgezeichnetes Umfeld für TIPA World Awards bietet.“



Neue Marketingstrategie Vitec Imaging Solutions

Marken für Kreative

Vitec Imaging Solutions (VIS) hat auf dem vollständig digital durchgeführten VIS Global Summit 2021 „Beyond the horizon“ eine neue Strategie vorgestellt, die es dem Unternehmen ermöglichen soll, mit seinen Marken unterschiedliche Kundengruppen gezielt anzusprechen. Dazu wurde 2020 eine umfassende Kundenanalyse durchgeführt, auf deren Grundlage das Markenportfolio neu ausgerichtet werden soll.

Um herauszufinden, wie man der Nachfrage nach hochwertigen visuellen Inhalten und nach erstklassiger Imaging-Ausrüstung besser entsprechen könne, rief VIS das Interpreters Lab ins Leben, dessen Leitung Roberto Verganti, Professor für Leadership und Innovation an der Stockholm School of Economics, übernahm. Der international angesehene Wissenschaftler und Autor lehrt auch integriertes Design an der Harvard Business School und ist Gründer eines hochkarätigen Doktorandenprogramms an der Politecnico di Milano.

In seiner Analyse identifizierte das Interpreters Lab drei Kreativ-Typen, die sich bei ihrem Umgang mit der Frage: „Wie hebe ich mich von der

Masse ab?“ deutlich unterscheiden. So sind die „Framers“ Fotografen und Videofilmer, die in einem bestimmten Moment eine einzigartige Realität erkennen, die sie aus ihrer ganz eigenen Perspektive betrachten, um das Motiv auf die Ebene der Kunst zu heben. Ihr kreativer Prozess umfasst eine lange Planungsphase, der eine Recherche vor Ort folgt, die von externen Faktoren und Elementen beeinflusst werden kann.



„Composer“ dagegen erarbeiten für ihre Bild- oder Filmkomposition ein abstraktes Motiv, das in dieser Weise in der Realität nicht existiert. So erschaffen sie in einem kreativen Prozess, der dem der abstrakten Kunst ähnelt, eine neue Wirklichkeit, die sie in kontinuierlichen Versuchen und oft mit intensiven Nachbearbeitungsphasen darzustellen versuchen, bis das Ergebnis ihrer Vorstellung des perfekten Bildes entspricht.

„Creators“ schließlich tauchen regelrecht in die Realität ein, um den

entscheidenden Augenblick im selben Moment mit einer breiten Community zu teilen. Zu dieser Gruppe gehören z. B. professionelle Influencer oder Youtuber, die selbst vor der Kamera stehen.

Neuausrichtung des Portfolio

Aus diesen Erkenntnisse ergeben sich neue Positionierungen für die Marken, die VIS vertreibt: Mit den Premium-labeln Gitzo, Lowepro und Rycote, die vorzugsweise von Landschafts- und Outdoor-fotografen gekauft werden, sollen vor allem „Framer“ angesprochen werden, für die Nachhaltigkeit eine ebenso große Rolle spielt wie die Aussagekraft der Bilder.

Für die „Composer“ soll Manfrotto in Zukunft ein komplettes Ökosystem von Foto-, Video-, Beleuchtungs- und Tragetlösungen in einer Marke zusammenführen, und Joby soll als Marke für die „Creators“ vor allem die Generation Z, die Smartphone-Fotografen, aufstrebende Influencer, Vlogger und Streamer ansprechen.

Das neue Portfolio soll mit einer Omnichannel-Strategie vermarktet werden. Auf diese Weise will VIS sicherstellen, dass die Produkte sowohl offline als auch online für alle Zielgruppen über den am besten geeigneten Kanal vertrieben werden.

Fujifilm stellt instax mini 40 vor

Im Retro-Look

Mit der instax mini 40 stellt Fujifilm ein neues Einsteigermodell vor, das dem Fotohandel die Möglichkeit bieten soll, die Erfolgsgeschichte der Sofortbildfotografie fortzuschreiben und neue Zielgruppen zu erschließen. Das neue Modell im modischen Retro-Style ist ab Ende April für 99,99 Euro (UVP) erhältlich. Zum selben Termin wird auch ein neuer instax Sofortbildfilm eingeführt.



Der instax mini Film Contact Sheet greift das Retro-Design der neuen Kamera auf.

Während andere instax Sofortbildkameras auf den Geschmack bestimmter Kundengruppen wie z. B. junger Frauen abgestimmt wurde, will Fujifilm mit dem neuen Unisex-Modell instax mini 40 verstärkt männliche Käufer und die Generation Z ansprechen.

„Die instax mini 40 besticht mit ihrem unaufdringlich-coolen Retro-Design und richtet sich vor allem an Trendsetter, Design-Liebhaber sowie fashion- und modeaffine Käufergruppen“, erklärte Stephan Althoff, Product Manager Imaging Products bei Fujifilm Deutschland. Um diesen Zielgruppen die neue Sofortbildkamera vorzustellen, setzt Fujifilm vor allem auf eine Online-Kommunikationsstrategie, die unter dem

Claim „Give Your Take – Deine instax, Dein Style“ umgesetzt wird.

Wie die instax mini 11 und die Square SQ1 stellt auch die instax mini 40 die Belichtung im Bereich von 1/2 - 1/250s mit Langzeit-Synchronisation bei schlechten Lichtverhältnissen automatisch ein. Mit dem Selfie-Spiegel und dem am Objektiv einstellbaren Selfie-Mode gelingen Selbstportraits ganz leicht. Parallel zur Einführung der instax mini 40 Sofortbildkamera erweitert Fujifilm das Sortiment von instax Sofortbildfilmen um den instax mini Film Contact



Auch die instax mini 40 ist mit einem Selfie-Spiegel ausgestattet.

Sheet. Die damit entstehenden Sofortbilder, die einem klassischen Kontaktbogen nachempfunden sind, sollen den Retro-Charakter der Produktlinie verstärken und an das klassische Design der neuen Kamera anknüpfen soll. Der instax mini Film Contact Sheet (10 Aufnahmen) ist ebenfalls ab sofort für 9,99 Euro (UVP) im Handel erhältlich sein. →

Mit der instax mini 40 will Fujifilm verstärkt männliche Käufer und die Generation Z ansprechen.



Bernd Gansohr, Geschäftsführer Fujifilm Imaging Systems Deutschland

„Wir setzen mit instax weiter auf Wachstum“

Anlässlich der Ankündigung der instax mini 40 hat *imaging+foto-contact* mit Bernd Gansohr, Geschäftsführer Fujifilm Imaging Systems Deutschland, darüber gesprochen, wie Fujifilm weiteres Wachstum im Sofortbildsegment erzielen will und warum es sich für den Fotohandel lohnt, die Kameras und Filme aktiv anzubieten.

imaging+foto-contact: Mit der neuen instax mini 40 will Fujifilm den Sofortbildmarkt weiter vorantreiben. Nun konnte sich auch dieses Segment im vergangenen Jahr der negativen Entwicklung auf dem Kameramarkt nicht ganz entziehen und verzeichnete laut GfK 2020 einen Mengenrückgang um 15 Prozent. Flacht der Boom der Sofortbildfotografie langsam ab?

Bernd Gansohr: Es stimmt, dass der Umsatz im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr rückläufig war, jedoch nicht so stark, wie der Gesamtmarkt für Kameras. Der Rückgang ist einzig der Pandemie und der damit verbundenen Lockdown-Situation im stationären Handel geschuldet. Denn trotz Pandemie-bedingter Einzelhandels-schließungen konnten wir mit der



Bernd Gansohr: „Unsere Handels- und Distributionspartner können in diesem Jahr weitere spannende Impulse erwarten.“

Winterkampagne das Weihnachtsgeschäft im Vergleich zum Vorjahr umsatzstärker abschließen.

Folglich setzen wir mit unserer Marke instax weiter auf Wachstum: Mit einer zielgruppengerechten Kommunikationsstrategie im Kanal-Mix werden wir die bestehenden Zielgruppen erweitern. Dazu beitragen sollen auch die für 2021 eingeplanten Produktneuheiten wie die instax mini 40, mit denen wir gezielt auf die Bedürfnisse der Anwender und Anwenderinnen eingehen. Mit weiteren Neuprodukten werden wir uns außerdem darauf fokussieren, unseren bestehenden Kundstamm zu erweitern.

In diesem Zusammenhang werden wir im Laufe der kommenden Monate weitere und neue Facetten der Sofortbild-

fotografie bedienen können. So werden wir z. B. spielerische und Kreativthemen in den Fokus rücken und dabei ganz neue Interessensgruppen erreichen können.

imaging+foto-contact: Sie haben mit den bisherigen Modellen vor allem junge Leute und mit Produkten wie der instax Square SQ20 oder der instax mini LiPlay auch technikaffine Konsumenten angesprochen. Welche Zielgruppen wollen Sie mit der instax mini 40 erreichen, und warum brauchen Sie dafür ein weiteres Modell?

Bernd Gansohr: Mit dem neuen Unisex-Modell zielen wir darauf ab, neben unserer instax-Kernzielgruppe insbesondere Fotografie-Einsteiger aus männlichen Käufergruppen und der Generation Z anzusprechen. Für diese ist nicht nur eine einfache

Handhabung relevant, die auch bei der instax mini 11 oder der instax Square SQ1 gegeben ist, sondern eben auch, dass das Produkt den optischen Ansprüchen genügt. Das unaufdringlich-coole Retro-Design spricht all jene an, die ihre Sofortbildkamera auch als stylisches It-Piece sehen – ob Designliebhaber, Trendsetter oder Fashion-affine Käufer und Käuferinnen.

imaging+foto-contact: Sie wollen die instax mini 40 vor allem mit einer online ausgerichteten Kommunikationsstrategie bewerben. In welchen Umfeldern möchten Sie das Produkt schwerpunktmäßig präsentieren? Kann der Fotohandel, wenn die Geschäfte wieder geöffnet sind, auch mit PoS Material rechnen?

Bernd Gansohr: Sicherlich – und dies im gewohnten Maße, wie es unsere Handelspartner von uns zu schätzen wissen. Auch im wichtigen Point-of-Sale Marketing gehen wir stets mit der Zeit und bieten z. B. attraktive und informative Videoinhalte für Instore-TV-Lösungen sowie verkaufsförderndes Deko- und Informationsmaterial zu unseren Produkten an. Dabei heben sich insbesondere unsere instax Highlightmöbel hervor, mit denen der

Einzelhandel die umfangreiche instax Welt aufmerksamkeitsstark dem Verbraucher präsentieren kann.

imaging+foto-contact: Nach heutigem Stand dauert die Corona-Krise länger als erhofft. Auch im laufenden Jahr muss noch mit massiven Einschränkungen gerechnet werden, z. B. im Reiseverkehr. Wird dies auch Auswirkungen auf die Sofortbildfotografie haben?

Bernd Gansohr: Reisen sind zwar eine wichtige Motivation für das Fotografieren, aber das trifft nicht unbedingt auf die Sofortbildfotografie zu. Wir gehen davon aus, dass die Menschen im Sommer Gelegenheit haben werden, sich vor allem zu kleineren Events im Freien zu treffen. Die Gruppenerlebnisse, die dabei entstehen, sind bestens geeignet, auf Sofortbildern festgehalten zu werden. Deshalb hat der Fotohandel hier gute Chancen, instax Kameras und vor allem auch Filme für das Folgegeschäft zu verkaufen, wenn er sie aktiv anbietet.

imaging+foto-contact: Haben Sie schon Pläne, welche weiteren Impulse für die Sofortbildfotografie im Laufe des Jahres setzen werden?

Bernd Gansohr: Auch im weiteren Verlauf können unsere Handels- und

Distributionspartner sowie die Käufer und Käuferinnen weitere spannende Impulse erwarten. Wie schon erwähnt, halten wir noch weitere Innovationen bereit, und es wird auch breit angelegte Kommunikationskampagnen geben, um die Marke instax noch stärker in der Zielgruppe zu verankern und den Abverkauf bei unseren Handelspartnern zu unterstützen.

imaging+foto-contact: Welche Rolle werden Branchenevents wie die Berlin Photo Week und die Photopia Hamburg dabei spielen.

Bernd Gansohr: Natürlich möchten wir unsere Produkte und unsere Marke unserer Zielgruppe und Geschäftspartnern live erlebbar und sichtbar machen, um somit auch im persönlichen Austausch stehen zu können. Dabei setzen wir bspw. auch relevante Branchenevents wie die Berlin Photo Week. Dies ist aber, wie Sie sich sicherlich denken können, abhängig von den Rahmenbedingungen. Wir prüfen jederzeit, welche Möglichkeiten wir diesbezüglich wahrnehmen und ergreifen können.

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

Das neue Fujinon XF18mmF1.4 R LM WR



Fujinon XF18mmF1.4 R LM WR

Mit dem Fujinon XF18mmF1.4 R LM WR (27 mm KB) stellt Fujifilm ein vielseitig einsetzbares, lichtstarkes Objektiv für seine Systemkameras mit APS-C Sensor vor. Es ist nur 7,56 cm lang und 370 g leicht und passt so gut zu den kompakten Gehäusen der X-Serie. Dabei bietet es eine gute optische Leistung.

Das XF18mmF1.4 ist aus 15 Elementen in neun Gruppen aufgebaut und mit drei asphärischen Linsen sowie einem ED-Element ausgestattet. Die sechs Linsenelemente der Fokusgruppe bewegen sich gemeinsam, um Aberrationsschwankungen zu reduzieren. Dadurch wird nach Angaben von Fujifilm eine gleichmäßige Schärfe an jeder Fokusposition erzielt.

Von der minimalen Motiventfernung von 20 cm bis unendlich bewegen sich die Linsenelemente der Fokusgruppe nur um insgesamt 2,5 mm. Dies bedeutet, dass der Fokus in nur 0,04 Sekunden scharf stellt.

Das Metallgehäuse des Objektivs ist an acht Stellen abgedichtet, um das Innere vor dem Eindringen von Spritzwasser und Staub zu schützen. Der Blendenring kann auf der Auto-Position arretiert werden, um ein versehentliches Verstellen beim Fotografieren zu verhindern. Das Fujinon XF18mmF1.4 R LM WR ist ab Ende Mai für 999,- Euro (UVP) erhältlich.

Canon entwickelt Profi-Modell EOS R3

Mit Eye Control Autofokus



Canon hat die Entwicklung einer neuen Profi-Kamera bekanntgegeben, die als Hybridkamera der nächsten Generation die Qualitäten der Canon Profi-DSLRs mit denen der spiegellosen Modelle vereinigen soll. Mit einer Aufnahmegeschwindigkeit von bis zu 30 Bildern pro Sekunde, Augen-, Kopf- und Körpererkennung sowie einem neuen Eye Control Autofokus ist die EOS R3 vor allem für die Sport-, Wildlife- und Nachrichtenfotografie gedacht. Gleichzeitig kündigte Canon drei weitere Objektive für das RF Bajonett an.

Der neue Eye Control Autofokus der EOS R3 soll das Fokussieren von Motiven, die sich schnell bewegen, weiter beschleunigen.

Als erste Kamera der EOS Familie wird die EOS R3 mit einem neuen, von Canon entwickelten, Stacked BSI CMOS-Sensor im Vollformat ausgestattet, der mit dem Digic X Bildprozessor kombiniert wird. Der Dual Pixel CMOS AF der nächsten Generation erkennt nach Angaben des Herstellers selbst die Augen, Köpfe und Körper von Motiven, die sich mit hoher Geschwindigkeit bewegen, um feine Details in Sekundenbruchteilen zu erfassen.

Zudem bietet die Kamera eine gegenüber der EOS R5 verbesserte Eye Control Funktion, die es möglich macht, den Schärfepunkt mit dem Auge zu steuern, während man durch den Sucher blickt. Dieses instinktiv bedienbare Feature stellt die natürlichste und schnellste Kontrolle über den Autofokus

dar, betont Canon. So gelinge das Fokussieren deutlich schneller als mit einem Multi-Controller oder einer Taste und führe besonders da zu besseren Ergebnissen, wo Motive sehr schnell eingefangen werden müssten.

Professioneller Aufbau

Das Design des Gehäuses der EOS R3 ist offensichtlich von der EOS-ID Serie inspiriert. Fotografen, die mit Canon Kameras vertraut sind, dürften mit der Bedienung keine Probleme haben. Die Erschütterungs- und Stoßfestigkeit sowie der Staub- und Spritzwasserschutz soll den Erwartungen von Profis gerecht werden. Damit die Kamera auch im mobilen Einsatz gut in der Hand liegt, wurde in das Gehäuse ein Griff integriert.

Die EOS R3 wird vollständig mit der Canon Mobile File Transfer App für Mobilgeräte kompatibel sein, um Bilder schnell zu übertragen und mobile Netzwerkdienste zu nutzen. Canon will die Version 1.2 der Mobile File Trans-

fer App, die auch mit der EOS-ID X Mark III, EOS R5 und EOS R6 genutzt werden kann, im Juni für iOS im Apple App Store veröffentlichen. Die Version für Android-Mobilgeräte soll später folgen.

Neue RF-Objektive

Canon erweitert die Objektivpalette für das RF-Bajonett um zwei Tele-Brennweiten und ein 100mm Makro-Objektiv.

Die langen Brennweiten RF 400mm F2.8 L IS USM und das RF 600mm F4 L IS USM stimmen in Optik und Mechanik weitgehend mit den EF Versionen überein, bieten aber auch Merkmale der Canon RF Produktlinie wie z. B. die Einstellung der Blende in 1/8-Stufen bei Videoaufnahmen und den erweiterten optischen IS, der durch das Kommunikationssystem des RF-Bajonetts ermöglicht wird. Zudem sind die Objektive mit einem dualen Antrieb für höhere AF-Leistungen zukünftiger Kameras vorbereitet.

Im manuellen Betrieb haben die Anwender die Wahl zwischen drei Fokussiergeschwindigkeiten; zwei Fokuseinstellungen können gespeichert werden, um z. B. bei Videoaufnahmen mit Pull-Fokus-Effekten schnell abgerufen zu werden. Das RF 400mm F2.8 L IS USM (UVP 12.999 Euro) und das RF 600mm F4 L IS USM (UVP 13.999 Euro) sind ab August 2021 lieferbar.

Das neue RF 100mm F2.8 L Macro IS USM ist nach Angaben von Canon das weltweit erste AF-Makroobjektiv mit 1,4-facher Vergrößerung im Nahbereich. Mit seiner Blendenöffnung von F2.8 ist es auch gut für Stillleben- und Porträtfotografie geeignet. Der hohe Vergrößerungsfaktor von 1,4 wird durch die Innenfokussierung des Objektivs und das kurze Aufmaß der RF-Bajonetts ermöglicht. Neu im Vergleich zur EF Version ist ein variabler Objektivring zur Steuerung der sphärischen Aberration. Damit lassen sich das Hintergrund- und das Vordergrund-Bokeh verändern sowie Weichzeichner-Effekte auf dem Motiv erzeugen. Die Lichtstärke von F2,8



Optik und Mechanik der drei neuen RF-Objektive entsprechen weitgehend denen der EF Versionen; durch die Vorteile des RF-Bajonetts wurden aber Verbesserungen möglich.

ermöglicht mit neun Blendenlamellen außerdem eine geringe Schärfentiefe sowie eine attraktive Hintergrundunschärfe.

Auch der Bildstabilisator des RF 100mm F2.8 L Macro IS USM nutzt die Eigenschaften des RF-Bajonetts und kompensiert im Zusammenspiel mit einer EOS R5 oder einer EOS R6 bis zu acht Belichtungsstufen.

Der Dual Nano USM AF stellt präzise,

schnell und nahezu geräuschlos scharf; beim Videofilmen und beim Focus Stacking werden Focus-Breathing-Effekte unterdrückt.

Das RF 100mm F2.8 L Macro IS USM kommt Ende Juli für 1.549 Euro (UVP) auf den Markt.

Canon Fotodrucker mit großen Tanks

Canon hat zwei Fotodrucker mit nachfüllbaren Tintentanks vorgestellt, die für die Ausgabe von Fotos in höheren Auflagen entwickelt wurden. Das 3-in-1-Multifunktionssystem Pixma G650 und der Drucker Pixma G550 können randlose Fotos bis zum Format A4 drucken und arbeiten mit sechs farbstoffbasierten Tinten, darunter eine neue spezielle Rot- und eine Grautinte zur Darstellung eines größeren Farbraums. Der Druck eines 10 x 15 cm Bildes dauert weniger als 47 Sekunden, der hintere Papiereinzug kann mit bis zu 100 Blatt bevorratet werden.

Die neuen Fotodrucker sind mit sechs großen Tintentanks ausgestattet; ein Set Flaschen reicht nach Angaben von Canon für bis zu 3.800 Fotos im Format 10 x 15 cm. Da die MegaTank-Tintenflaschen einen

individuell geformten Anschluss haben, besteht keine Verwechslungs-

gefahr. Austauschbare Druckköpfe und die Wartungskassette machen es einfach, das Gerät selbst zu verwalten, eine

Ein-/Ausschaltautomatik begrenzt den Stromver-

brauch. Computer, Kameras und Mobilgeräte können per WLAN kabellos verbunden werden, auch

der Fotodruck über die Canon Print App, Mopria für

Android oder Apple AirPrint ist möglich. Die neuen

Drucker sind ab Mai für 249 Euro (UVP Pixma G550) bzw.

299 Euro (UVP Pixma G650) erhältlich.



Die großen Tanks der neuen Pixma Fotodrucker, hier die Multifunktionsversion G650, müssen nur selten nachgefüllt werden.

Neue Sennheiser Mikrofone Audio für Video



Das Leistungsprofil des neuen Sennheiser MKE 400 wurde gegenüber dem gleichnamigen Vorgängermodell deutlich erweitert.

Ob man die Zielgruppe Vlogger, Content Creator oder einfach nur Videofilmer nennt, spielt keine Rolle: Wer mit bewegten Bildern gekonnt Geschichten erzählen will, muss auch den Ton in guter Qualität aufnehmen. Dafür hat der Soundspezialist Sennheiser jetzt neue Mikrofone auf den Markt gebracht, die auch in attraktiven Kits angeboten werden.

Für anspruchsvolle Anwender gedacht ist das neue Richtrohrmikrofon MKE 400, das den gleichnamigen Vorgänger ablöst und mit hoher Richtwirkung Ergebnisse auf professionellem Niveau liefern soll. Es ist gleichermaßen für den Einsatz mit Spiegelreflex- und Systemkameras sowie Smartphones geeignet. Im Vergleich zum Vorgängermodell wurde das Leistungsprofil um einen Kopfhörer-Monitoring-Ausgang mit Lautstärkereglung, eine robuste interne Schockhalterung, einen wirksamen Windschutz und eine

automatische Ein-/Aus-schaltfunktion erweitert.

Die schockgelagerte Kapsel des MKE 400 soll Handhabungsgeräusche reduzieren, während das speziell konstruierte Mikrofongehäuse bereits als Standard-Windschutz dient. Für den Einsatz bei stärkeren Luftbewegungen gehört ein Fell-Windschutz zum Lieferumfang. Zudem ist das Mikrofon mit einem Low-Cut-Filter ausgestattet, der tiefe Frequenzen wie das Brummen von Klimaanlage oder brausende Windgeräusche entfernt.

Volle Kontrolle

Das neue Sennheiser MKE 400 ist mit einem dreistufigen Empfindlichkeits-schalter ausgestattet, mit dem man den Audiopegel an die Lautstärke der originalen Tonquelle anpassen kann.

Das ist z. B. dann praktisch, wenn in einem Film Personen zu Wort kommen, die unterschiedlich laut sprechen.

Für die Kontrolle der Tonaufnahme ist das Mikrofon mit einem Kopfhörer-Monitoring-Ausgang ausgestattet, mit dem man Kopfhörer mit 3,5 mm (1/8") Klinke direkt in das Mikrofon einstecken kann. Die Lautstärke lässt sich in acht Stufen regeln.

Zum Lieferumfang gehören 3,5 mm-TRS- und TRRS-Verschlusskabel für die Verbindung mit Kameras und mobilen Geräten. Die Kabel sind gewendet und können so festgeschraubt werden, dass sie bei der Aufnahme nicht im Weg sind.

Das MKE 400 schaltet sich automatisch mit der verbundenen Kamera ein und aus. Eine automatische Abschaltung erfolgt auch, wenn das Zubehör von einem Smartphone getrennt wird. Das neue Sennheiser Mikrofon ist ab sofort für 199 Euro (UVP) erhältlich. Im MKE 400 Mobile Kit mit Sennheiser Smartphone-Klemme und Manfrotto Pixi Mini-Stativ kostet es 229 Euro (UVP).

Neue Sennheiser XS Lav-Mikrofone

Mit dem neuen XS Lav bringt Sennheiser ein omnidirektionales Ansteckmikrofon auf den Markt, das als XS Lav Mobile mit TRRS-Anschluss für die Verbindung mit Mobilgeräten oder als XS Lav USB-C mit entsprechendem Anschluss erhältlich ist. Das unkomplizierte Zubehöerteil lässt sich diskret an der Kleidung befestigen, um den Ton möglichst nahe an der Schallquelle aufzufangen; die Stromversorgung erfolgt über das angeschlossene Gerät.



Das Sennheiser XS Lav ist nicht nur als Smartphone Accessoire, sondern auch in einer USB-Version für den Einsatz am PC oder Notebook erhältlich.

Zum Lieferumfang aller Modelle gehören ein Mikrofonclip, ein abnehmbarer Schaumstoff-Windschutz und eine Aufbewahrungstasche mit Kordelzug. Das XS Lav USB-C (UVP 59 Euro) ist auch als Mobile Kit mit Sennheiser Smartphone-Klemme und Manfrotto Pixi Mini-Stativ erhältlich (UVP 99 Euro). Das XS Lav Mobile kostet 49 Euro (UVP).

Sommer Cashback für Olympus Kameras

OM Digital Solutions unterstützt den Fotohandel bei der Vermarktung von Systemkameras der Marke Olympus mit einer Cashback-Aktion. Je nach Modell gibt es bis zum 15. Juli beim Kauf bei teilnehmenden Händlern bis zu 200 Euro zurück. Der Kauf eines M.Zuiko Digital ED 40-150mm F2.8 Pro Objektivs wird in diesem Zeitraum mit einem MC-14 Telekonverter als Gratiszugabe belohnt.



Um den Cashback-Betrag zu erhalten, müssen die Kunden ihren Anspruch bis zum 31. Juli 2021 auf der Internetseite geltend machen. Folgende Cashback-Beträge werden für die Aktionsmodelle ausbezahlt: OM-D E-M1 Mark III 200 Euro, OM-D E-M5 Mark III 150 Euro, OM-D E-M1X 100 Euro, OM-D E-M10 Mark IV 75 Euro

Rabattaktion für Sigma fp Kameras

Sigma unterstützt den Abverkauf seiner fp-Systemkameras beim Fotohandel mit einer Sofortrabatt-Aktion. Dabei werden bei teilnehmenden Händlern bis zum 31. Mai bis zu 250 Euro direkt an der Kasse abgezogen.

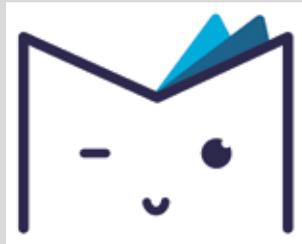


Der Höchstbetrag gilt beim Kauf einer Sigma fp mit Sigma 45mm F2,8 DG GN | Contemporary Objektiv. Beim Erwerb des Gehäuses gibt es 150 Euro Rabatt.

instax mini Link Printer und Nintendo Switch

Fujifilm hat eine Kooperation zwischen der Spielekonsole „Nintendo Switch“ und dem Smartphone-Drucker „instax mini Link Printer“ bekanntgegeben. Mit der speziellen Smartphone-App „instax

Fotos per Whats App bestellen



Bei der Bestellung begleitet der Chatbot Mio die Kunden wie in einer privaten Unterhaltung.

Bereits seit zweieinhalb Jahren bietet der Online-Dienst FotoPremio als erster Anbieter einen Fotobestellservice per WhatsApp an. Mit einer Weiterentwicklung will das Unternehmen den Bestellvorgang nun besonders schnell und einfach machen. Dafür setzt FotoPremio die Technologie des Fotofinishers allcop ein, mit der die Bilder über den Instant Messenger direkt an das Fotolabor übertragen werden.

Für den Einstieg in die Bestellung per WhatsApp sowie alle relevanten Produktinformationen gibt es eine spezielle Webseite von FotoPremio, www.foto-premio.de/wa-prints.

Dabei begleitet der Chatbot Mio die Kunden wie in einer privaten Unterhaltung. Wenn alle Bilder übermittelt sind, wird nur noch die Größe der Prints bestimmt und festgelegt, ob die Fotos einem weißen Rand haben sollen.

Für die Eingabe der persönlichen Daten und die Bezahlung des Auftrags erhalten die Kunden als Chatnachricht einen Link zum Checkout. Die weitere Verarbeitung des Auftrags im Fotolabor erfolgt vollautomatisch. Dafür hat allcop umfangreiche Entwicklungsarbeiten geleistet, um die Chatnachrichten sicher und effizient verarbeiten zu können.

Thorsten Tourbier, Product Owner für den innovativen Bestellweg bei allcop, ist zuversichtlich, dass diese Technik in Zukunft integraler Bestandteil des Messengers sein wird. „Sollten Kunden darüber hinaus Fragen haben, können sie sich über WhatsApp direkt mit den Mitarbeitern im Kundendienst in Verbindung setzen. Somit bündeln wir zwei wichtige Teile der User-Journey in einem Kanal.“

Für die sichere Übertragung der Daten stellt WhatsApp eine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung bereit. Auch im Labor ist Datenschutz auf hohem Niveau sichergestellt. „Ob WhatsApp die Daten auf Servern außerhalb der EU verarbeitet, haben wir natürlich nicht in der Hand“, erklärte Tourbier. „Hier setzen wir auf Transparenz und weisen die Kunden per Opt-In im Chat-Einstieg darauf hin. Im Vergleich zu anderen Händlern, die einen ähnlichen Service manuell anbieten, sind wir im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben ganz gut aufgestellt.“

mini Link for Nintendo Switch“ lassen sich Screenshots aus Spielen (Standbilder/Videos) über den instax mini Link Printer und den auf der Nintendo Switch angezeigten QR-Code ausdrucken. Die hierzu erforderliche Smartphone-App wurde am 30. April 2021 zeitgleich mit dem neuen Videospiel „New Pokémon Snap“ für die Nintendo Switch veröffentlicht.

Das Design der App kann hierfür aus drei Videospielen gewählt werden: „Animal Crossing: New Horizons“, „Super Mario“ und „New Pokémon Snap“. Dieselben drei Spieledesigns wurden auch in „Frame Print“ integriert, eine beliebte Funktion des instax mini Link Printers, die den Ausdruck der Fotos in verschiedenen Designs ermöglicht. Die Smartphone-

App kann auch für existierende instax mini Link Printer kostenlos heruntergeladen werden.

Darüber hinaus wird der Farbfamilie des instax mini Link Printers anlässlich der Kooperation die neue Farbe „Ash White (Red&Blue)“ hinzugefügt. Die Kombination aus dem bekannten Farbton „Ash White“ als Grundfarbe und die farblichen Einflüsse der Nintendo Switch färben dann den Ausgabebereich rot und den Rahmen des Power-Buttons auf der Vorderseite des Gehäuses in blau ein.

Die neue Farbe „Ash White (Red&Blue)“ wird als eigener Drucker verfügbar sein. Zudem ist zum Start von „New Pokémon Snap“ ein limitiertes Set mit Silikon-Hülle im Pikachu-Design erschienen.

digitalspezialist bringt Erinnerungen zum Leben

Fotoschätze an der Wand

Während der Corona-Krise haben viele Menschen ihre alten Fotos neu entdeckt und sich mit ihren Erinnerungen beschäftigt. Das Osnabrücker Unternehmen digitalspezialist bietet seit 2007 die Digitalisierung von Fotos, Dias, Negativen, ganzen Fotoalben sowie Schmalfilmen und Videokassetten an. Die so entstehenden Bilddaten lassen sich nicht nur für Prints und Fotobücher nutzen. Denn die Scans können in so hoher Qualität erstellt werden, dass die Bilder auch im Großformat an der Wand gut aussehen.

Denn neben der Standardauflösung (600 dpi) bietet digitalspezialist auch Profi-Scans mit einer Auflösung von 1.200 dpi an. Das reicht locker für Ausdrücke bis zum Format DIN A2 bzw. 40 x 60 cm, die in vielen Variationen erstellt werden können, z. B. als Fine-Art Print, Poster, Leinwand- oder Acrylbild. Wenn solche großformatigen Fotos gekonnt in Szene gesetzt werden, kann die Familienchronik an der Wand ein attraktiver Blickfang in jeder Wohnumgebung werden und dem Raum eine persönliche Note verleihen. Die digitalisierten Erinnerungen können zudem leicht in digitalen Medien geteilt oder für Fotobücher und Foto Geschenke genutzt werden.



In hoher Qualität gescannte Dias können zu einem attraktiven Wandschmuck werden.

Eine Frage der Qualität

Natürlich könnten die Kunden die alten Bilder theoretisch auch selber scannen oder gar (was nicht selten gemacht wird) mit dem Smartphone abfotografieren. Eine gute Qualität sollte man dann aber nicht erwarten, denn meistens fehlen die Kenntnisse zur Bildbearbeitung, von der Zeit gar nicht zu reden. Da sind, wenn wirklich Bildprodukte von den selbst erstellten Dateien bestellt werden, Enttäuschungen vorprogrammiert.

Profis wie digitalspezialist spielen da in einer anderen Liga. Zum einen kann der Osnabrücker Dienstleister selbst alte Fotoalben in hoher Qualität scannen, ohne sie auseinanderzunehmen, zum anderen verfügt er über die notwendigen Geräte, das Fachwissen und die Software, um hochwertige Ergebnisse zu erzielen.

„Brillanz, Schärfe und ein balanciertes Farbmanagement stehen bei der Bildverbesserung im Vordergrund“, betonte Dr. Hans-H. Graen, Geschäftsführer der F&G Digitalspezialist GmbH. „Gut gesättigte und realistische Farben sind

für die Anfertigung von Vergrößerungen sehr wichtig. Auch ein Randbeschnitt wird bei Bedarf vorgenommen, damit keine schwarzen Bildränder entstehen. Das führt zu einer so hohen Zufriedenheit, dass 97 Prozent unserer Kunden uns weiterpfahlen würden. Und für unsere Partner im Fotohandel bieten sich viele Gelegenheiten, Wandschmuck und andere Bildprodukte anzubieten.“ Die Fotos werden als JPG-Datei in Ordnern nach Wunsch auf USB-Stick, DVD oder einer Festplatte geliefert.



Im Osnabrücker Labor werden die Bilder nicht nur gescannt, sondern auch mit speziellen Technologien verbessert.

Neues FE 14 Millimeter F1.8 GM von Sony

Auch für die Nacht

Mit dem neuen FE 14 Millimeter F1.8 GM bringt Sony ein neues Ultraweitwinkelobjektiv der G Master Serie auf den Markt. Es wurde vor allem für Aufnahmen von Landschaften, Gebäuden, Innenräumen und dem Sternenhimmel entwickelt und ist trotz seiner großen Anfangsöffnung mit Abmessungen von 83 x 99,8 mm und einem Gewicht von 460 g überraschend kompakt und leicht.

Die optische Konstruktion des neuen Objektivs ist mit zwei XA-Elementen auf eine besonders hohe Auflösung über den gesamten Bildbereich bis zum Rand ausgelegt. Zwei ED-Glaselemente (Extra-low Dispersion) und ein Super-ED-Glaselement sollen chromatische Abbildungsfehler reduzieren, um bei allen Blendenöffnungen hohen Kontrast zu erzielen. Die Original-AR-Nanobeschichtung II von Sony reduziert Streulicht- und Geistereffekte, um klare, scharfe Bilder zu erzeugen. Das wirkt sich besonders bei Nacht- und Astroaufnahmen positiv aus. Der aufwändige optische Aufbau sorgt im Zusammenspiel mit der zirkularen Blende (neun Lamellen) und präzise abgestimmten sphärischen Abweichungen für ein feines Bokeh und harmonische Hintergrundunschärfen ohne unerwünschte Zwiebelringe.

Leiser Autofokus

Der Autofokus arbeitet mit zwei XD (Extreme Dynamic)-Linearmotoren, um



Das FE 14 Millimeter F1.8 GM von Sony spielt seine Stärken besonders eindrucksvoll bei wenig Licht aus. (Foto: Carmen Huter)

die Motive auch bei Aufnahmen mit offener Blende und geringer Schärfentiefe präzise zu erfassen. Dabei erfolgt die Scharfstellung mit minimalen Vibrationen bei so geringem Geräuschpegel, dass auch beim Videofilmen sanfte Fokusübergänge gelingen. Der Mindestabstand für den Autofokus beträgt nur 25 cm.

Das neue Objektiv ist mit einem Fokusschalter, einem Fokusring und einer Fokushaltetaste ausgestattet, der über das Menü am Kameragehäuse weitere Funktionen zugewiesen werden können. Für direktes, präzises Arbeiten spricht die manuelle Fokussierung linear an. Die manuelle Steuerung der Blendenöffnung erfolgt über einen Blendenring. Eine rückseitige Halterung für ND-, Farbkorrektur- und Weichzeichnungsfilter ist vorhanden. Das FE 14 Millimeter F1.8 GM ist gegen



Trotz seiner großen Anfangsöffnung von F1.8 ist das neue Mitglied der G Master Serie kompakt und leicht.

das Eindringen von Feuchtigkeit und Staub geschützt. Eine Fluorbeschichtung auf dem vordere Linsenelement weist Wasser, Öl und andere Verunreinigungen ab. Damit die Oberfläche beim Filterwechsel sauber bleibt, ist auch das hintere Element fluorbeschichtet. Eine Streulichtblende ist integriert.

Das FE 14 Millimeter F1.8 GM (SEL14F18GM) von Sony ist ab Mai zum Preis von 1.599 Euro (UVP) lieferbar.

Leica kooperiert mit JMGO bei LED-Projektoren

Erstklassiges Heimkino

Die Leica Camera AG und JMGO, ein chinesischer Spezialist für innovative Home Cinema Entertainment-Produkte, haben eine strategische Partnerschaft bekanntgegeben. Die beiden Unternehmen wollen mit ihrer Zusammenarbeit einen wichtigen Meilenstein für die Zukunft des Home Cinema Entertainments setzen und den Kunden gemeinsam Heimkino-Erlebnisse einer neuen Dimension ermöglichen.

JMGO ist auf die Forschung, Entwicklung sowie die Produktion von Projektoren und Laser-TVs spezialisiert. Seit einem Jahrzehnt konzentriert sich das Unternehmen darauf, mit tragbaren, vielseitigen Produkten immersive Großbild-Erlebnisse für jedermann zu ermöglichen. Seit der Markteinführung des ersten Produkts im Jahr 2011 gehört JMGO nach eigenen Angaben zu den führenden Anbietern in dieser Kategorie und ist seit 2014 Marktführer. Derzeit arbeitet der chinesische Hersteller intensiv daran, in internationale Märkte zu expandieren, darunter Nordamerika, Europa und Japan, um branchenweit einzigartige Home Cinema Entertainment-Systeme zu vermarkten.

Seit 2020 arbeiten Leica und JMGO bei der Entwicklung von Smart LED-Projektoren zusammen, um die bestmögliche Bildqualität und Abbil-



O1 Pro

CO-ENGINEERED WITH



Das erste Ergebnis der Zusammenarbeit von Leica und JMGO ist der LED-Projektor O1 Pro.

dungsleistung in den jeweiligen Anwendungsszenarien zu erreichen. Als erstes Produkt hat JMGO jetzt in Shanghai (China) nach zwölfmonatiger Entwicklungszeit den gemeinsam mit Leica entwickelten JMGO O1 Pro vorgestellt, der im 2. Quartal 2021 auf internationalen Märkten eingeführt werden soll. Der Vertrieb soll über die Kanäle von JMGO erfolgen, Leica wird sich zunächst nicht in den Verkauf einschalten.

Optik und Qualität

Die Entwicklung von Kameras und Projektoren hat viele Gemeinsamkeiten, denn die Optik, die Lichtquelle und die Bildverarbeitung gehören zu den

wichtigsten Parametern für eine herausragende Abbildungsleistung. Der LED-Projektor JMGO O1 Pro soll die Kernkompetenzen beider Unternehmen vereinen und mit seiner Ultra-Short-Throw-Fähigkeit ungestörte Heimkino-Erlebnisse ermöglichen. Unter der Mitwirkung der Leica Ingenieure konnte das gesamte Throw-Verhältnis, also der Mindestabstand zwischen Projektor und Projektionsfläche, von 25 cm (Modell O1) auf 21 cm (O1 Pro) reduziert werden. Auch weitere wichtige Parameter für die Bildqualität, z. B. Kontrast, Farbumfang, Streulichtreduktion, Dynamikumfang, Schärfe und Rauschunterdrückung wurden verbessert. Die Produktion des

JMGO O1 Pro erfolge unter den von Leica definierten strengen Standards, um eine kompromisslos hohe Qualität der Serienprodukte zu gewährleisten, heißt es in einer Pressemitteilung.

„Wir sind begeistert von der Zusammenarbeit mit Leica, einem so legendären Branchenführer“, sagte Will Wang, Chief Product Officer von JMGO. „Mit dem Beitrag von Leica erreicht der JMGO O1 Pro eine herausragende optische Leistung, die unseren Nutzern ein unvergleichliches Erlebnis verspricht. Während der gesamten Zusammenarbeit zollen wir Leicas Anspruch auf Perfektion, der Liebe zum Detail und der kompromisslosen Arbeitsethik großen Respekt. Wir freuen uns auf die Partnerschaft, um unsere Expertise und unser Streben nach bester Bildqualität zu vervielfachen und das ultimative Kino-Erlebnis zu schaffen.“

„Das Home Cinema Entertainment ist ein spannender Markt und die Projektion kein unbekanntes Umfeld für Leica“, erklärte Matthias Harsch, Vorstandsvorsitzender der Leica Camera AG. „Wir bringen in die Zusammenarbeit also nicht nur unsere Expertise in Optik und Qualität ein, sondern auch langjährige Erfahrungen bei der Entwicklung von Projektoren. Mit JMGO haben wir den idealen und starken Partner an unserer Seite, um diesen neuen Geschäftsbereich erfolgreich zu erschließen. Wir freuen uns auf die gemeinsame Entwicklung von hochwertigen und leistungsstarken High-End Produkten, die Kunden zukünftig Bilderergebnisse in Profi-Qualität im eigenen Zuhause bieten.“

Im Rahmen ihrer langfristig angelegten Partnerschaft wollen Leica und JMGO weitere Produkte gemeinsam entwickeln und vermarkten.

Kamera Express übernimmt GM-Foto

Neuer Superstore

Das niederländische Foto- und Video-Handelsunternehmen Kamera Express übernimmt das deutsche Fachgeschäft GM-Foto in Frankfurt am Main. Damit erhält Kamera Express nach Hannover einen zweiten Superstore in Deutschland und fügt seinem Portfolio zudem einen dritten Webshop hinzu. Online ist der Händler mit den Marken Kamera Express, Photospecialist und jetzt auch GM-Foto in Deutschland tätig.

Kamera Express betreibt zur Zeit 13 Superstores in den Niederlanden, fünf in Belgien, einen in Luxemburg und jetzt zwei Standorte in Deutschland. Über das Internet ist der Händler in zehn europäischen Ländern tätig – in Frankreich, Großbritannien, Irland, Österreich, Spanien und Italien unter der Marke Photospecialist.

„Wachstum ist stark mit Kamera Express verbunden“, erklärte Ben Cornelisse, Geschäftsführer von Kamera Express. „Als Marktführer im Kamerasegment in den Niederlanden, Belgien und Luxemburg ist weiteres Wachstum in Deutschland ein logischer Schritt. Wir beabsichtigen, in absehbarer Zeit zu den Top 3 in Deutschland zu gehören.“ Im Jahr 2020 hat Kamera Express in Deutschland nach eigenen Angaben ein Wachstum von über 30 Prozent erzielt und erwartet auch für dieses Jahr zweistellige Steigerungsraten.

„Die Fortführung unseres wohl bekannten Unternehmens als Teil der starken Kamera Express Group ist

unsere Antwort auf den Ruhestand von Walter Adler und Harald Remsperger, die das Unternehmen mit Erfolg seit 1991 geführt haben, und die veränderten Betriebsanforderungen“, fügten die ausscheidenden Eigentümer und Geschäftsführer hinzu. „Um die Fortführung der Geschäfte zu gewährleisten und die von Kamera Express vorgenommenen Verbesserungen auf das Geschäft zu übertragen, werden die ehemaligen Eigentümer Markus Backes und Stefan-Schmitt-Stuhr die Verantwortung als Filialmanager übernehmen und gemeinsam mit dem aktuellen Team das Unternehmen führen. Unsere Kunden erhalten so das Beste beider Welten: die bekannte GMF-Qualität und die Innovationen von Kamera Express.“

GM-Foto versteht sich seit über 50 Jahren als Ansprechpartner sowohl für professionelle Fotografen als auch anspruchsvolle Amateurfotografen im Herzen der Main-Metropole. Das Fachgeschäft in der Taunusstraße 47 in Frankfurt am Main wird derzeit zu einem Kamera Express-Superstore umgestaltet, in dem die Kunden nicht nur das breite Sortiment des Handelsunternehmens finden, sondern auch zahlreiche Dienstleistungen nutzen können. Dazu sollen unter anderem der Vermietungsservice und das Angebot von Fotoarbeiten erweitert werden.

Kamera Express ist nach eigenen Angaben seit über 25 Jahren das führende Foto- und Videofachgeschäft in den Niederlanden und in Belgien und verfolgt einen starken Omni-Channel-Ansatz, bei dem die Filialen mit den Webshops nahtlos verknüpft sind.

Ilford unterstützt Profi-Plattform Lightboxx.io

Schaufenster für Fotos und Videos

Ilford hat eine Partnerschaft mit Lightboxx.io bekanntgegeben. Die Internetplattform versteht sich als neuartiges Schaufenster für die zeitgenössische Mode-, Beauty- und Porträtfotografie und komplementäre Bewegtbilder. Derzeit präsentieren dort rund 40 internationale Künstler mehr als 10.000 Fotos und Videos.

Lightboxx.io soll Fotografen und Filmmachern die Möglichkeit bieten, sich so zu präsentieren, wie sie wirklich wahrgenommen werden wollen. Dabei werden die Werke der Künstler von sorgfältig kuratierten redaktionellen Inhalten ergänzt, die von den Lightboxx.io-Redakteuren eingestellt werden. Dieses Konzept hat nach Angaben von Lightboxx.io derzeit weltweit eine absolute Alleinstellung.

„Wir sind auf einer Mission“, sagte Frank Lohstöter, Initiator von Lightboxx.io, der als ehemaliger Geschäftsführer von Leica Fotografie International und Ex-Chefredakteur des Leica S-Magazins und Victor by Hasselblad über beste Kontakte in die Szene verfügt. „Bei der Non-Profit-Plattform Lightboxx.io geht es nicht um Trends und Hype, sondern um den wirklich inspirierten Klick, den wahren kreativen Geist, die perfekte Perspektive, Handwerk und Kunst aus jedem Blickwinkel. Wir zeigen nicht das Neueste, sondern das, was wir für das Bemerkenswerteste halten. Wir bewegen uns

Lightboxx.io soll es leicht machen, die Werke erstklassiger Fotografen, hier Brix & Maas, zu entdecken und Kontakt mit den Urhebern aufzunehmen.



dabei bewusst im Grenzbereich von Professionalität und Kunst, Vergangenheit und Gegenwart“.

Innovative Darstellung

Das erfahrene Team um Frank Lohstöter wird von einem Beirat unterstützt, dem bekannte Fotografen wie Bruce Gilden, Kristian Schuller, Enrique Badulescu oder Rankin, aber auch angesehene Institutionen wie die F.C. Gundlach Stiftung angehören. Optisch und funktional will sich Lightboxx.io von populären Social-Media-Kanälen erkennbar abheben. Die innovative Benutzer-Oberfläche und das zugrundeliegende Media-

Asset-Management-System sollen das Stöbern und die Recherche in der umfangreichen Bilderwelt sowie das Auffinden der dynamisch eintreffenden neuen Inhalte vor allem auf mobilen Geräten wie Smartphones und Tablets zu einem besonderen Erlebnis machen. Kristian Schuller: „Eine spannende Ergänzung zu den bekannten sozialen Medien“.

Die Traditionsmarke Ilford, die als Partner für Ausstellungsevents auftreten soll, sieht in Lightboxx.io eine hervorragende Plattform für ihre Kundschaft, zu der Museen und Galerien weltweit gehören.

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

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 / 6 99 77 99
www.journalistenverbaende.de

Anzeigenschluss
für Kleinanzeigen im
imaging+foto-contact
Ausgabe 6-7/2021 ist der
21. Mai 2021.

Senden Sie uns einfach ein Fax an:

0 21 02/20 27 49 oder

eine E-Mail an: b.klombs@cat-verlag.de

Inserentenverzeichnis

Cewe	4. U.
Photo+Medienforum Kiel	9
Personal- und Kleinanzeigen	3. U.
Fujifilm	2. 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 Klombs

Anzeigen:

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

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klombs

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.

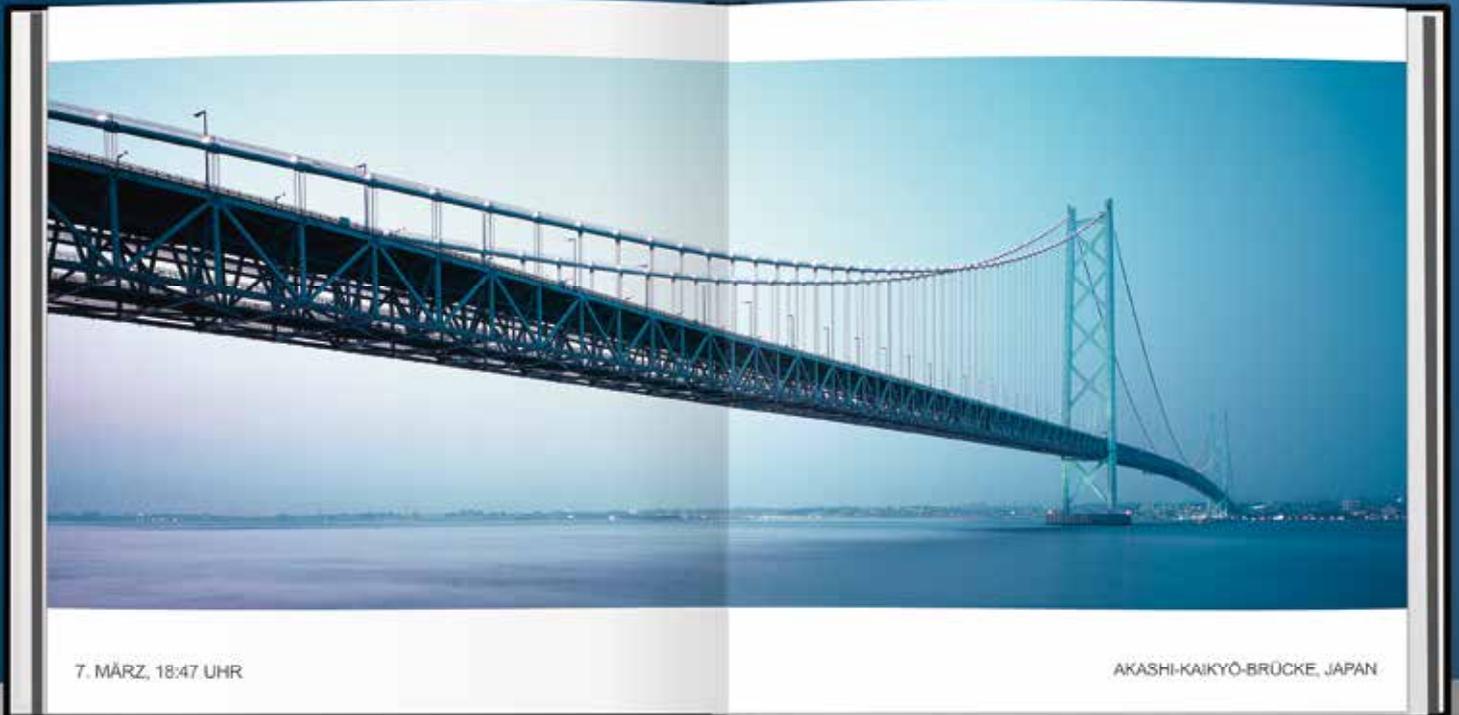
Der Abonnementspreis beträgt:

Inland: 39,90 € jährlich

Ausland: 60,00 € jährlich

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1430-1121



7. MÄRZ, 18:47 UHR

AKASHI-KAIKYŌ-BRÜCKE, JAPAN

Micha Pawlitzki
Profifotograf und CEWE Kunde



„Best Photo Print
Service Worldwide“

Vierfacher Gewinner
des TIPA-Awards
2008/2018/2019/2020

Beeindruckend.

Wenn sich großartige Momente begegnen, werden sie zu einer einzigartigen Geschichte. Und die können Sie immer wieder erleben. In Ihrem CEWE FOTOBUCH.

[cewe.de](https://www.cewe.de)

mein
cewe fotobuch