

imaging + foto 6-7 2021

contact

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

Weitere Details zur Canon EOS R3



**30 Bilder/s
im RAW Format**

Die Sportskanone

United Imaging Group auch 2021 im Plus Die Wachstumsgruppe

Nach dem Rekordergebnis 2020 ist die United Imaging Group (UIG) auch in den ersten vier Monaten 2021 weiter gewachsen. Der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 33,5 Prozent auf 127,6 Millionen Euro. S.10

Panasonic bekennt sich zu Micro Four Thirds Lumix GH5 II und GH6

Mit der Einführung der Lumix GH5 II und der Ankündigung der GH6 unterstreicht Panasonic seine Strategie, neben Vollformat-Kameras auch das Micro-Four-Thirds-Portfolio weiter zu entwickeln. S. 14

digitalspezialist digitalisiert analoge Bilder und Filme Wertvolle Erinnerungen bewahren

Die Osnabrücker F & G Digitalspezialist GmbH hat sich auf die Digitalisierung von Fotos, Negativen, Dias und kompletten Fotoalben sowie von Videos und Schmalfilmen spezialisiert. S. 22

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 und erhalten Sie in regelmäßigen Abständen aktuelle News.



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.

Wachstum trotz der Doppelkrise

United Champions Group

Bereits im April haben wir berichtet, dass die United Imaging Group im Jahr 2020 trotz der Pandemie weiter gewachsen ist. Dieser bemerkenswerte Trend hat, wie Sie in dieser Ausgabe lesen können, in den ersten vier Monaten dieses Jahres nicht nur angehalten, sondern sogar Fahrt aufgenommen. Zu diesem Erfolg kann man allen Beteiligten wirklich gratulieren: Wer es schafft, bei weitgehend geschlossenen Geschäften in einem rasant zurückgehenden Markt ein Umsatzplus von 33,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu erzielen, der spielt tatsächlich in der Champions League.



Thomas Blömer, Verleger

Wie dem Home Electronics Markt Index (Hemix) für das erste Quartal 2021 zu entnehmen ist, ging auf dem deutschen Markt die Zahl der verkauften Kameras von Januar bis März gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 25,6 Prozent zurück. Der Umsatz schrumpfte um vergleichsweise milde 8,2 Prozent. Hier haben wir einen der Gründe für die unerwartete Stärke des Fachhandels: Wenn die Kunden Kameras kaufen, dann sind es meistens teure Modelle,

und die werden offensichtlich am liebsten im Fachhandel gekauft, wo es auch kompetente Beratung gibt. Dass sich dies auch während der Pandemie nicht geändert hat, ist ein Zeichen für den Unternehmergeist und die Innovationskraft vieler Fachhändler, denen es gelungen ist, auch in diesen Zeiten den Kontakt zu ihren Kunden zu halten und die Ware kompetent zu vermarkten.

Genau das scheint der großen Fachmarktkette mit den beiden bekannten Vertriebsmarken nicht gelungen zu sein. Während die Geschäfte geschlossen waren, ist dort zwar logischerweise der Online-Anteil gestiegen, aber für den Verkauf hochpreisiger, erklärungsbedürftiger Produkte fehlte und fehlt dort die wohl wichtigste Voraussetzung: die persönliche Bindung zu den Kunden.

Die Mitglieder der United Imaging Group können sich zu Recht über ihre Erfolge freuen, aber es besteht kein Anlass zu überzogenem Triumph-

geheil. Denn die Marktzahlen zeigen: Immer weniger Konsumenten interessieren sich für Kameras, und den Herstellern fällt leider immer noch nichts anderes ein, als die Enthusiasten zu bedienen, die sich ohnehin schon für das Fotografieren und Videofilmen als Hobby entschieden haben.

Wer Sarkasmus liebt, könnte die Frage stellen, wie großartig die Verkaufszahlen erst gewesen wären, wenn die Industrie neben den spannenden Weiterentwicklungen für Spezialisten auch noch echte Innovationen auf den Markt gebracht hätte, um neue Zielgruppen zu begeistern. Und gar nicht auszudenken, wenn den Marketing-Abteilungen für solche Produkte auch noch Werbeaktionen eingefallen wären, die über Cashback hinausgehen.

Ein positiver Aspekt sollte zuletzt nicht vergessen werden: Der Fachhandel behauptet nicht nur, für anspruchsvolle Produkte der beste Vertriebsweg zu sein; er hat in den ersten Monaten dieses Jahres überzeugend bewiesen, dass das tatsächlich so ist. Das sollten vor allem die Vertriebsverantwortlichen bestimmter Lieferanten zur Kenntnis nehmen, die es immer noch für eine realistische Option halten, die Kunden im Direktgeschäft selbst zu beliefern.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Canon gibt weitere Details zur EOS R3 bekannt
Tempo für Reportagen 18

Editorial

Wachstum trotz der Doppelkrise
United Champions Group 3

Wichtiges aus foto-contact.de 6, 16, 19

Zum Tode von Klaus Tiedge
Ein Charakterkopf 7

Leserbrief

Leserbrief zum Editorial in imaging+foto-contact 4/21
„Über Jahre hinweg schlecht verkauft“ 9

Neuheiten

Panasonic bekennt sich zu Micro Four Thirds
Lumix GH5 II und GH6. 14

Die neue Olympus PEN E-P7
Die erste mit Profilkontrolle 20

Handel

Schwache Kamera-Nachfrage im ersten Quartal
Noch im Rahmen 8

United Imaging Group auch 2021 im Plus
Die Wachstumsgruppe. 10

Cewe mit Ergebnissteigerung im ersten Quartal Fotofinishing wächst weiter



Der Bild- und Druckdienstleister Cewe hat in den ersten drei Monaten 2021 sein Ergebnis in Vergleich zum Vorjahr deutlich verbessert. Das war erneut dem Wachstum im Kerngeschäftsfeld Fotofinishing zu verdanken, dessen Umsatz gegenüber dem ersten Quartal 2020 um 9,0 Prozent auf 125,0 Mio. Euro zulegte und damit die Corona-bedingten Rückgänge in den Geschäftsfeldern Einzelhandel und Kommerzieller Online-Druck nahezu kompensierte. **Seite 26**

UNTERNEHMEN

Canon gibt weitere Details zu EOS R3 bekannt Tempo für Reportagen



Nach der ersten Ankündigung der noch in Entwicklung befindlichen spiegellosen Profikamera EOS R3 hat Canon jetzt weitere Details zu dem neuen Modell bekanntgegeben, das vor allem für die speziellen Anforderungen der Sport-, Wildlife- und Nachrichtenfotografie ausgelegt sein wird. Ein besonderes Merkmal ist die hohe Geschwindigkeit, die selbst im RAW-Format bis zu 30 Bilder/s bei voller AF/AE-Nachführung erreichen soll. Darüber hinaus wird die EOS R3 4K-Videos mit Oversampling aufzeichnen. **Seite 18**

Panasonic bekennt sich zu Micro Four Thirds Lumix GH5 II und GH6



Mit der für den Juni geplanten Einführung der Lumix GH5 II unterstreicht Panasonic seine Strategie, neben Vollformat-Kameras auch das Micro-Four-Thirds-Portfolio weiter zu entwickeln. Die Nachfolgerin der erfolgreichen Hybrid-Systemkamera GH5 kombiniert hervorragende Foto-Eigenschaften mit Videoleistungen auf professionellem Niveau. Zusätzlich hat Panasonic die Entwicklung eines neuen Flaggschiffs in der GH-Serie bekanntgegeben: Die Lumix GH6 soll noch in diesem Jahr auf den Markt kommen. **Seite 14**

Die neue Olympus PEN E-P7 Mit Profilkontrolle



Als erste Neuheit seit der Trennung von der frühen Muttergesellschaft hat OM Digital Solutions die Olympus PEN E-P7 angekündigt. Das kompakte Modell knüpft an das legendäre Design an, mit dem der ebenso legendäre Yoshisa Maitani 1959 den Grundstein zum Erfolg dieser Kameraserie legte. In dem klassischen Gehäuse stecken neue Features, darunter die innovative Profilsteuering, mit der sich kreative Ideen ganz einfach umsetzen lassen. **Seite 20**

Photopia Hamburg: Ausstellungs-Marathon Menschen unter der Decke



Nach dem Start des Ausstellungs-marathons im Vorfeld der Photopia Hamburg im April ist das Projekt im Mai in die zweite Runde gegangen: Auf die Präsentation „Wir geben Hamburg Perspektive“ folgte ab 14. Mai „Covered – the story of a blanket“ mit intimen Portraits prominenter Zeitgenossen aus der Kamera des Hamburger Fotografen Bob Leinders. Die Fotos sind bis Mitte Juni an den Glasfassaden der Hallen von Hamburg Messe und Congress zu sehen, bevor eine weitere Ausstellung folgt. **Seite 30**

ZUM TITELBILD

NEUHEITEN

INTERNATIONALE MESSEN

Michael Gleich, Geschäftsführer der UIG „Wir haben viel gelernt“

imaging+foto-contact hat mit Michael Gleich, Geschäftsführer der United Imaging Group, über seine Sicht der Entwicklungen in der Corona-Krise und die Erwartungen für das Gesamtjahr gesprochen. **Seite 12**



Michael Gleich

Digitalspezialist digitalisiert Bilder und Filme Wertvolle Erinnerungen



Dr. Hans-H. Graen

Während der Corona-Krise haben viele Menschen die Zeit zu Hause genutzt, um sich mit ihren Fotos und Videos zu beschäftigen. Davon konnte auch die Osnabrücker F & G Digitalspezialist GmbH profitieren, die sich auf die

Digitalisierung von Fotos, Negativen, Dias und kompletten Fotoalben sowie von Videos und Schmalfilmen spezialisiert hat. imaging+foto-contact hat mit Geschäftsführer Dr. Hans-H. Graen darüber gesprochen, welche Möglichkeiten er dem Fotohandel für dieses Geschäft anbietet. **Seite 22**

United Imaging Group auch 2021 im Plus Die Wachstumsgruppe



Nach dem Rekordergebnis 2020 ist die United Imaging Group (UIG) auch in den ersten vier Monaten 2021 weiter gewachsen. Das konnte die Führung der Verbundgruppe den Mitgliedern im Rahmen einer virtuellen Informationsveranstaltung zur Gesellschafterversammlung mitteilen. Eine weitere gute Nachricht: Die Gesellschafter können im Sommer die Ausschüttung der Gewinne für die Jahre 2019 und 2020 erwarten. **Seite 10**

AgfaPhoto-Pleite ist noch nicht abgeschlossen Abgekartetes Spiel?



Ende Mai war es genau 16 Jahre her, dass die AgfaPhoto GmbH einen Insolvenzantrag stellte. Nur knapp sieben Monate, nachdem sich die Agfa-Gevaert NV von ihrem ehemaligen Geschäftsbereich Consumer Imaging getrennt hatte, waren Kunden und Geschäftspartner des Traditionsunternehmens von der unerwarteten Pleite wie vom Donner gerührt. Jetzt gibt es Erkenntnisse, dass die Investorengruppe um den ehemaligen Mc Kinsey Berater Hartmut Emans niemals vorhatte, das von ihr übernommene Unternehmen langfristig weiterzuführen. **Seite 28**

INTERVIEWS

Interviews

Michael Gleich, Geschäftsführer der UIG
„Wir haben viel gelernt“ 12

Digitalspezialist digitalisiert analoge Bilder und Filme
Wertvolle Erinnerungen 22

Unternehmen

Cewe mit Ergebnissteigerung im ersten Quartal
Fotofinishing wächst weiter 26

Die AgfaPhoto-Pleite ist noch nicht abgeschlossen
Abgekartetes Spiel? 28

Internationale Messen und Kongresse

Photopia Hamburg:
Ausstellungs-Marathon geht weiter
Menschen unter der Decke 30

Impressum 31

Klein-
und Personalanzeigen 31

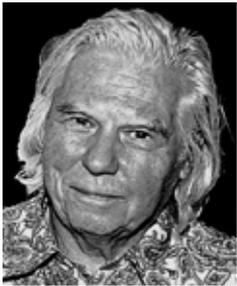
HANDEL

Immer aktuell:

The screenshot shows the photo-contact website interface. At the top right is a magazine cover for 'Imaging+foto-contact' featuring a Canon lens and the headline 'Die Sportskanone'. Below the website header, there are several news snippets with images: 'DreiPlus fördert International Photography Awards (IPA)', 'Cewe erreicht Nachhaltigkeitsziel früher', 'Canon gibt weitere Details zur EOS R3 bekannt', 'Neues Fernsteuerungssystem NX Field von Nikon', 'Vorgänger Ultron Zlenn / 1.20 asphärisch', and 'Cewe Photo Award grüßt Fotowettbewerb der Welt'. On the right side, there is a QR code and a small image of a hand holding a camera.

UNTERNEHMEN

Günter Spitzing wird 90



Günter Spitzing

Der Schriftsteller Günter Spitzing, der in der Fotobranche durch zahlreiche Artikel und 37 Bücher über die Praxis der Fotografie bekannt wurde, feierte

am 19. Mai seinen 90. Geburtstag. Zu dem breiten Themenspektrum, das der Autor über Jahrzehnte hinweg bearbeitete, gehörten u. a. Nahaufnahmen, Blitzfotografie, aber auch Spezialgebiete wie Infrarot- und UV-Fotografie, das Fotolabor sowie ein einzigartiges, umfangreiches Werk über Fotopsychologie. In den letzten Jahrzehnten hat Spitzing, der sich eines gut lesbaren und manchmal auch amüsanten Stiles bedient, auch mehrere Bücher über das Leben und die Kulturen in Indonesien, Indien und Griechenland veröffentlicht. Vor allem Asien und seine Kulturen haben es Günter Spitzing angetan. So wurde sein Buch „Die Weisheit der Ureinwohner“ (2017) von seiner Tätigkeit für das indigene Volk des Irular Adivasi in Südindien inspiriert.

Ein besonderes Anliegen ist Spitzing die Erinnerung an die Schrecken der Nazi- und Kriegszeit. Er schildert sie in seinem 2019 erschienen Buch „Meine Kindheit unter dem Hakenkreuz“, das von den ersten 20 Jahren seines Lebens handelt, die der Autor in Bamberg verbracht hat, bevor er sich in Hamburg niederließ.

Zur Zeit bearbeitet er sein indisches Tagebuch „Glanz und Elend eines Entwicklungsprojektes“.

Von den mehr als 80 Büchern, die Spitzing im Laufe seines bewegten Lebens geschrieben hat, wurden einige Titel ins Englische, Holländische, Französische, Italienische, Spanische, Portugiesische, Schwedische, Griechische, Tschechische und Polnische übersetzt. imaging+foto-contact gratuliert dem Jubilar herzlich und wünscht ihm noch viele Jahre ungebrochener Schaffenskraft.

Hans-Eberhard Hess plötzlich verstorben



Hans-Eberhard Hess

Der renommierte Fotofachjournalist Hans-Eberhard Hess, Verleger und Chefredakteur der traditionsreichen Fotozeitschrift Photo International, ist am 14. Mai 2021 im Alter von 72 Jahren plötzlich und unerwartet verstorben. Die Kollegen des Profi-Magazins ProfiFoto haben einen Nachruf veröffentlicht, den wir mit freundlicher Genehmigung übernehmen. Auch wir werden den Kollegen, den wir seit mehr als drei Jahrzehnte kannten und immer schätzten, vermissen.

Hans-Eberhard Hess absolvierte eine Ausbildung als Fotograf in seiner Heimatstadt Coburg und anschließend ein Redaktions-Volontariat beim Coburger Tageblatt, bevor er Mitte der 70er Jahre die Meisterprüfung im Fotografenhandwerk an der ehemaligen Staatslehranstalt für Fotografie in München ablegte. Den Einstieg in den Fotofachjournalismus fand Hans-Eberhard Hess als Redakteur der Zeitschrift ColorFoto im damaligen Richter Verlag, bevor er Mitte der 80er Jahre die Redaktionsleitung des Magazins Photo Technik International übernahm, das zu dieser Zeit vom Kamerahersteller Linhof in Deutsch und Englisch herausgegeben wurde und international Beachtung fand. Abgesehen von einem Intermezzo, in dem der Titel Mitte der '00er Jahre kurzzeitig im Hamburger Jahr Top Special Verlag erschien, blieb Hans-Eberhard Hess dem Magazin über Jahrzehnte verbunden und übernahm schließlich auch die Rolle des Verlegers und Herausgebers des von ihm in Photo International umbenannten Titels.

Hans-Eberhard Hess war berufenes Mitglied der Deutschen Gesellschaft für Photographie (DGPh), dessen Vorstand er einige Jahre angehörte. Als ausgewiesener Fotografie-Experte war seine Expertise international als Jurymitglied zahlreicher Fotowettbewerb gefragt, unter anderem beim Deutschen Fotobuchpreis und beim Fotokalender-Wettbewerb. Von Hans-Eberhard Hess mitbegründet wurde der Europäische Architekturfotografie-Preis und der Wettbewerb „Pressefoto Bayern“, dem er viele Jahre als Vorsitzender der Jury verbunden blieb.

Mit Hans-Eberhard Hess verliert die internationale Fotoszene einen renommierten Experten, der sein Leben der Fotografie gewidmet hat und mit großer persönlicher Leidenschaft als Publizist begleitete. Er hinterlässt seine langjährige Lebensgefährtin und viele treue Leser.

Mitsubishi Electric bestätigt Rückzug aus dem Printer-Geschäft

Mitsubishi Electric Europe hat bestätigt, dass sich das Unternehmen aus dem Markt für Drucker zurückzieht. Das betrifft sowohl den Fotodruck als auch medizinische Anwendungen. Zu der Entscheidung hätten verschiedene Faktoren, darunter das zu erwartende Marktpotenzial, Bereichssynergien sowie die Wettbewerbsfähigkeit der Produkte beigetragen, erklärte Pressesprecher

Hans-Jörg Hinkel auf Anfrage von imaging+foto-contact. Die Handelspartner seien über Entscheidung sowie die weitere Versorgung mit Hardware und Medien informiert worden.

Mitsubishi Electric will alle bestehenden Hardwarebestellungen erfüllen; die letzte Auslieferung soll Ende März 2022 erfolgen, die Versorgung mit Druckmedien wird für die bestehenden Druckermodelle bis zum 31. März 2030 aufrechterhalten. Gewährleistungen bleiben unter den ursprünglichen Bedingungen bestehen; den Serviceunternehmen stehen weiterhin Ersatzteile zur Verfügung.

Zum Tode von Klaus Tiedge

Ein Charakterkopf

Im Alter von 76 Jahren ist Ende Mai der ehemalige Verleger von Foto- und Designmedien, Klaus Tiedge, verstorben. Im Anschluss an seine Tätigkeit in der Presse war er von 2008 bis 2020 als Mitinitiator und Kurator des Umweltfotofestivals *horizonte zingst* aktiv, das er in beeindruckender Weise geprägt und gemeinsam mit dem Team zu einem der wichtigsten Foto-Events in Deutschland ausgebaut hat.



*Der ehemalige Verleger Klaus Tiedge hat das Umweltfotofestival *horizonte zingst* in beeindruckender Weise geprägt. (Foto: Christoph Künne)*

Der gelernte Fotograf absolvierte in den 60er Jahren die Meisterklasse der höheren grafischen Bundeslehr- und Versuchsanstalt in Wien und bildete sich gleichzeitig als Redakteur weiter. Diese Entscheidung sollte sich als wegweisend für sein Berufsleben erweisen: Fotografie und Medien, visuelle Ausdrucksformen in Bildern und Design – das waren die Themen, die Tiedge bis zuletzt fasziniert haben.

Bevor er in die berichtende und kommentierende Presse wechselte, war Tiedge bis Ende der 70er Jahre im Bereich Presse und Öffentlichkeitsarbeit bei Agfa-Gevaert tätig. Anschließend übernahm er die Chefredaktion von Special Interest Titeln wie *Photo Revue* und *Professional Camera*. Auch das angesehenen Fachmagazin *Photo Technik International*, dessen langjähriger Chefredakteur Hans-Eberhardt

Hess ebenfalls im Mai gestorben ist, stand eine Zeitlang unter seiner Leitung. Unter dem Titel *Photo Populär* brachte Tiedge als Mitherausgeber ein damals innovatives, niedrigschwelliges Fachmagazin auf den Markt, bevor er sich 1981 ganz selbständig machte: Mit der Publikation *Designers Digest* erfand Tiedge ein Medium, das über 25 Jahre lang ein breites Themenspektrum rund um visuelle Kommunikation abdeckte und seinen hohen inhaltlichen Anspruch durch exzellente Druckqualität und spannende Layouts unterstrich.

Mit dem Umweltfotofestival *horizonte zingst* hat Tiedge seit 2008 in einem Alter, in dem andere ans Aufhören denken, ein Veranstaltungsformat geprägt, das in bis dato einzigartiger Weise erstklassige internationale Fotografie mit gesellschaftlichen Themen verknüpft und dabei auch die wirt-

schaftliche Komponente nicht außen vor lässt. 2020 zog er sich von seiner Führungsaufgabe in *Zingst* zurück und gab den Stab an die neue Kuratorin Edda Fahrenheit weiter. Als Mitglied des Festival-Teams und Senior Berater wollte er seine Kenntnisse aber auch weiterhin in die Veranstaltung einbringen. Das hat sein Tod nun verhindert. Klaus Tiedge, der 2019 für seine Verdienste um die Fotografie mit der goldenen Ehrennadel des Photoindustrie-Verbands (PIV) ausgezeichnet wurde, wird fehlen in einer Branche, die in den letzten Jahrzehnten an prägenden Persönlichkeiten nicht gerade reicher geworden ist. Viele Menschen werden sich gerne an einen nicht immer einfachen Charakter erinnern, der einen knurrigen und manchmal auch sarkastischen Humor mit Liebe zur Fotografie und großer Fachkompetenz zu verbinden wusste.

Schwache Kamera-Nachfrage im ersten Quartal

Noch im Rahmen

Während der Markt für Home Electronics-Produkte im ersten Quartal 2021 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 4,8 Prozent auf ein Volumen von elf Milliarden Euro gewachsen ist, zeigte sich das Kamera- und Objektivgeschäft schwach belichtet. Das ergibt sich aus dem Home Electronics Market Index (Hemix), der von der gfu Consumer & Home Electronics sowie GfK Retail and Technology erhoben und in Kooperation mit dem Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) für jedes Quartal veröffentlicht wird.

Der Kameramarkt setzt mit einem Minus von 25,6 Prozent auf 196.000 Stück seine quantitative Talfahrt fort, die wachsende Bedeutung hochpreisiger Modelle begrenzte den Umsatzrückgang aber auf 8,2 Prozent; der um 23,4 Prozent auf 647 Euro gestiegene Durchschnittspreis ermöglichte ein Gesamtvolumen von 126 Millionen Euro. Auch bei den Wechselobjektiven fing der von 580 auf 655 Euro gestiegene Durchschnittspreis die Folge den Mengenrückgangs um 7,4 Prozent auf 120.000 Stück ab. Damit lag der

Umsatz mit 79 Mio. Euro um 4,0 Prozent über dem Vorjahreswert. Der Absatz von Actioncams (inkl. Camcorder) schrumpfte um 32 Prozent auf 61.000 Stück, der Umsatz erreichte 23 Millionen Euro (minus 9,2 Prozent), da der Durchschnittspreis um 33,4 Prozent auf 368 Euro zulegte.

Freude am Rahmen

Spaßiges Detail am Rande: Im von der gfu und der GfK mit bewundernswertem Stehvermögen beobachteten Marktsegment „Digitale Bilderrahmen“ gab es im ersten Quartal dieses Jahres spektakuläres Wachstum: Der Absatz stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 22,1 Prozent auf sage und schreibe 8.000 Stück, der Durchschnittspreis legte um 26,9 Prozent auf 100 Euro zu. Als Folge explodierte der Gesamtumsatz mit einem Wachstum um 54,9 Prozent auf eine ganze Million Euro!

Dank eines weiter auf 565 Euro (plus

9,8 Prozent) angestiegenen Durchschnittspreises verzeichneten Smartphones im ersten Quartal 2021 einen Zuwachs beim Umsatz, der um 2,4 Prozent auf rund 2,6 Milliarden Euro zulegte. Die verkaufte Stückzahl sank dabei allerdings um 6,7 Prozent auf 4,6 Millionen Geräte (- 6,7 %). Dies sei vor allem auf die behördlich angeordneten Schließungen der Geschäfte zurückzuführen, erklärte die gfu in einer Pressemitteilung.

Braune Ware leidet durch Lockdown

Der Lockdown zeigte auch in der klassischen Unterhaltungselektronik negative Folgen: So ging der Verkauf von Fernsehern wegen der geschlossenen Geschäfte im ersten Quartal 2021 um 10,8 Prozent auf 1,4 Millionen Geräte zurück, der Umsatz sank aber nur um 3,3 Prozent auf 871 Millionen Euro, weil der Durchschnittspreis durch den anhaltenden Trend zu größeren Bildformaten und besserer Ausstattung um 8,4 Prozent auf 612 Euro stieg.

Das Home Audio Segment verzeichnete ein Umsatzminus von 14,1 Prozent auf 211 Millionen Euro; bei einem um 7,3 Prozent zurückgegangenen Umsatz von 303 Millionen Euro gab es in der Sparte Audio-/Video-Zubehör seit langer Zeit erstmals ein Umsatzminus. Zuwächse gab es dagegen bei den Spielkonsolen; der Umsatz stieg in dieser Kategorie um 31,7 Prozent auf 133 Millionen Euro, der Absatz legte um 16,8 Prozent auf 456.000 Stück zu.



Mit Produkten wie dem Bilderrahmen Digiframe 1083 ist Braun im wachstumsstärksten Segment des Foto- und Imagingmarktes vertreten.

Leserbrief zum Editorial in **imaging+foto-contact** 4/2021

„Über Jahre hinweg schlecht verkauft“

In **imaging+foto-contact** 4/2021 haben wir im Editorial die Situation in der Imaging-Messelandschaft und im Photoindustrie-Verband (PIV) thematisiert. Das hat den Geschäftsführer von Fotoprofi, Reutlingen, Christof Bergmann, angeregt, uns seine Gedanken zum aktuellen Verhältnis von Herstellern und Fotohandel in einem Leserbrief mitzuteilen, den wir gerne nachfolgend wiedergeben:

Vielen Dank für Ihr Editorial „Wege ins Ungewisse“, in dem Sie die Lage des Photoindustrie-Verbandes (PIV) anschaulich beschreiben. Ich stimme Ihnen vollständig zu, dass es in unserer Branche weder langweilig ist noch langweilig werden wird.

Wie der Name schon sagt, handelt es sich beim PIV eigentlich um den Photoindustrie-Verband. Leider ist die Organisation damit aber längst nicht mehr zutreffend beschrieben: Im PIV trifft sich nicht die Industrie als Hersteller, sondern die Entscheidungen werden überwiegend von Vertretern der lokalen Vertriebsgesellschaften getroffen, die in den meisten Fällen



Christof Bergmann wünscht sich, dass die Industrie und der Fotohandel den Markt gemeinsam weiterentwickeln.

wenig Einfluss auf die Produkt-Entwicklung in ihren Unternehmen haben. Das wurde mir bei einem der letzten Treffen mit Vorträgen und Diskussionen über KI deutlich bewusst. Dort wurden zwar kluge Gedanken zu diesem Thema geäußert, aber es fehlte an konkreten Vorschlägen, wie man die Technologie für die Imagingbranche aktuell nutzen kann.

Unsere Branche hat sich leider über Jahre hinweg schlecht verkauft. Dabei wundert es mich immer wieder, dass die Hersteller bis heute nicht auf die Idee kommen, den wichtigsten Mittler zu ihren Kunden, nämlich den Fotohandel, in ihre Überlegungen für die Zukunft einzubeziehen. Denn die meisten Unternehmen begleiten mit ihren Vertriebsgesellschaften nicht

die Entwicklung des Fotohandels, sondern halten nur die Strukturen am Leben, die sie (vielleicht) für richtig halten. Das Ergebnis dieser Politik kann man auch an den Margen ablesen, die der Fotohandel für Imaging-Produkte erzielt bzw. erzielen kann.

Zu einer gemeinsamen Retail-Entwicklung, bei der Hersteller in die Händler investieren, die in diesem Bereich zukunftsfähig oder wenigstens zukunftswillig sind, gibt es meiner Meinung nach keine Alternative. Leider sind bis heute keine Anzeichen dafür zu erkennen, dass so eine Entwicklung von der Industrie-Seite überhaupt gewünscht wird.

Dann darf man sich nicht wundern, dass es uns nicht gelingt, bei den Konsumenten wirklich Begehrlichkeiten zu entwickeln. Mir kommt das manchmal so vor, als ob die Feuerwehr nach einer Alarmmeldung nicht zum brennenden Haus fährt, sondern erst einmal in einem langwierigen Meeting über den strategischen Einsatz ihrer Löscheräte diskutiert. Hoffen wir, dass es Ergebnisse gibt, bevor das Haus abgebrannt ist.

Gute Berichterstattung mit Meinung kann dazu einen wichtigen Beitrag leisten. Bleiben Sie deshalb bitte am Ball.

United Imaging Group auch 2021 im Plus

Die Wachstumsgruppe

Nach dem Rekordergebnis 2020 ist die United Imaging Group (UIG) auch in den ersten vier Monaten 2021 weiter gewachsen. Das konnte die Führung der Verbundgruppe den Mitgliedern im Rahmen einer virtuellen Informationsveranstaltung zur Gesellschafterversammlung mitteilen. Eine weitere gute Nachricht: Die Gesellschafter können im Sommer die Ausschüttung der Gewinne für die Jahre 2019 und 2020 erwarten.

Beim ersten Lockdown im März 2020 hatte die United Imaging Group zur Sicherung der Liquidität vorsichtshalber einen über die KfW abgesicherten Konsortialkredit in Höhe von 20 Millionen Euro beantragt. Zwar wurde dieses Geld zu keinem Zeitpunkt benö-



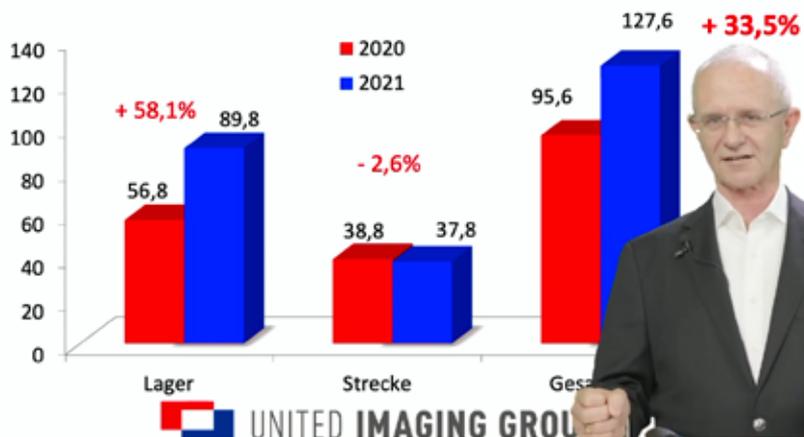
tigt, aber allein der Antrag hatte zur Folge, dass keine Gewinne an die Gesellschafter ausgeschüttet werden durften. Inzwischen hat die United Imaging Group den beteiligten Banken den Verzicht auf den Kreditrahmen erklärt, und diese haben den Vorgang an die KfW bestätigt. Die Auszahlung wird nach der Bestätigung des KfW im Juli erfolgen. Dann werden die Gesellschafter allerdings nicht nur den Jahresgewinn für 2019 in Höhe von 1,251 Millionen Euro erhalten, sondern zusätzlich auch den nochmals gesteigerten Jahresgewinn 2020 in Höhe von 1,675 Millionen Euro. Zusätzlich sind den Mitgliedern der United Imaging Group für das Jahr 2020 9,03 Millionen Euro Lagerbonus, 4,315 Millionen Euro Streckenbonus und 12,8 Millionen Euro durchgereichte Lieferantenboni zugeflossen. Das ergibt

eine Gesamtausschüttung von 27,8 Millionen Euro. „Die Verzinsung des Kapitals der Gesellschafter ist damit von 20,3 Prozent auf knapp 25 Prozent gestiegen“, erklärte Michael Gleich, Geschäftsführer der United Imaging Group, der nicht zum ersten Mal augenzwinkernd beklagte, dass er sich als Geschäftsführer leider nicht an diesem profitablen Unternehmen beteiligen dürfe.

Organisches Wachstum 2021

Während der Umsatzzuwachs im Jahr 2020 ausschließlich dem Beitritt der früheren fotoco-Mitglieder zu verdanken war, zeugt die Entwicklung in den ersten vier Monaten 2021 von organischem Wachstum. In diesem Zeitraum konnte die United Imaging Group ihren Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 33,5 Prozent auf 127,6 Millionen Euro steigern. Dabei legte das Lagergeschäft um 58,1 Prozent auf 89,8 Millionen Euro zu, während die Umsätze in der Strecke leicht um 2,7

Umsatz United Imaging Group (KG) per 30.04.2021



UIG-Geschäftsführer Michael Gleich konnte den Gesellschaftern ein sehr positives Zwischenergebnis für die ersten vier Monate 2021 präsentieren.

Prozent zurückgingen. Der gelungene Jahresstart ist für die Verantwortlichen jedenfalls ein Anlass, trotz aller Unwägbarkeiten mit Zuversicht auf das Gesamtjahr zu blicken.

Gegen Symbolpolitik

Vor dem Bericht der Geschäftsführung wandte sich der UIG Verwaltungsratsvorsitzende Rainer Th. Schorcht an die Mitglieder und dankte den Gesellschaftern, Partnern und Mitarbeitern für ihren Einsatz, der die guten Ergebnisse erst möglich gemacht habe. Das sei angesichts der bekannten Widrigkeiten durch die Corona-Krise nicht



Auch nach Jahren im Dienst der Kooperation weiterhin mit Freude dabei: Rainer Th. Schorcht.

selbstverständlich, betonte Schorcht und kritisierte den Teil der Corona-Beschränkungen, der seiner Ansicht nach eher durch Symbolpolitik und willkürliche Maßnahmen geprägt ist. Niemand könne einsehen, so Schorcht, dass die Kunden bei Unternehmen wie Rossmann, dm oder Supermärkten ohne Test und Terminvereinbarung auch Non-Food Artikel kaufen konnten, die nicht zum täglichen Bedarf gehören, während die auf solche Produkte spezialisierten Handelsgeschäfte mit harten Beschränkungen behindert worden seien.

Luxus verkaufen

Schorcht beschäftigte sich aber nicht nur mit der Corona-Krise, sondern ging auch auf die Chancen ein, die sich für den Fachhandel durch die aktuellen Entwicklungen ergeben. Während die Stückzahlen zurückgingen

Voigtländer Ultron 28mm /1:2,0 asphärisch

Voigtländer bringt mit dem Ultron 28mm / 1:2,0 asphärisch (UVP: 849 Euro) eine überarbeitete klassische Weitwinkelbrennweite auf den Markt, die gegenüber dem Vorgängermodell deutlich kompakter und leichter geworden ist. Wie das kürzlich vorgestellte Ultron 35mm F2.0 ist das Objektiv in zwei Varianten erhältlich.

Type I glänzt in Chrom und mattem Schwarz und ist mit einem filigranen Fokussierhebel ausgestattet, Type II ist einfarbig in Silber oder Schwarz verfügbar und hat eine ausgeprägte Griffmulde zur schnellen und intuitiven Fokussierung. Das Innenleben der Varianten ist identisch. Die Optik ist aus 10 Linsenelementen, eines mit einer asphärischen Fläche, in 7 Gruppen aufgebaut. Im Vergleich zum Vorgänger wurde die Schärfelistung verbessert, zudem wurde das Produkt an die Charakteristika moderner Bildsensoren angepasst.

Das neue Ultron 28mm F2.0 Weitwinkelobjektiv wurde dafür entwickelt, auch in schwierigen Lichtsituationen charakterstarke Bilder zu erzeugen. Die 10 Blendenlamellen sorgen für ein äußerst ansprechendes und sanft verlaufendes Bokeh. Mit einem Gewicht von 190g (Type I) bzw. 230g (Type II) ist es ein unaufdringlicher Begleiter. Das Objektiv wurde auf Leica M-Kameras abgestimmt, kann aber auch mit Fujifilm X-Kameras, Sony E- und Nikon Z-Modellen verwendet werden. Dazu gibt es entsprechende System- und Nahadapter.

Als Zubehör sind die Gegenlichtblenden LH-4N (UVP: 79 Euro) in kreisrunder Form und LH-12 (UVP: 99 Euro) in rechteckiger Ausführung erhältlich.

Das Letztere schirmt aufgrund seiner Bautiefe Streulicht besonders wirksam ab.



Das Ultron 28mm / 1:2,0 asphärisch ist in den Varianten Type I (oben) und Type II (in Silber oder Schwarz) erhältlich.



gen, entwickle sich das Foto- und Imaginggeschäft zu einem Luxusmarkt mit Highend-Produkten, betonte der UIG-Verwaltungsratsvorsitzende. Darauf müsse der Fachhandel mit entsprechenden Vermarktungskonzepten antworten, um die Erwartungen der Kunden und der Lieferanten zu erfüllen. Dabei könne man von anderen Branchen im Luxus-Segment einiges lernen. „Wenn Fachhändler die Wertigkeit der Ware schädigen, werden sie von den Herstellern nicht als Partner auf Augenhöhe anerkannt. Vielmehr besteht dann die Gefahr, dass die Industrie den qualifizierten Vertrieb ihrer Markenprodukte selbst in die Hand nimmt.“

Die Beschlüsse der Gesellschafterversammlung der United Imaging Group liegen noch nicht vor, denn die Abstimmung erfolgt in Schriftform. Neben den üblichen Regularien steht in diesem Jahr die turnusmäßige Wiederwahl von zwei Mitgliedern des Verwaltungsrates auf dem Programm: die des Vorsitzenden Rainer Schorcht und die von Ulrich Becker, der in dem Gremium für Werbung und Marketing zuständig ist. Weiter im Amt bleiben der stellvertretende Vorsitzende Rainer Lamprechter (Finanzen und Controlling), Ralf Duderstadt (Verkauf und Logistik) und Dr. Vincent Meyer, zu dessen Ressort nicht nur die Erfa-Gruppen gehören, sondern auch juristische Aspekte, bei denen seine Expertise von großem Wert ist, wie sich z. B. bei der Integration der fotoco-Mitglieder gezeigt hat.

Auch wenn die Abstimmungsergebnisse bei Redaktionsschluss noch nicht feststanden, dürfte es angesichts der guten Ergebnisse und der Tatsache, dass keine Gegenkandidaten für die wiederzuwählenden Verwaltungsräte nominiert waren, keine Überraschungen geben.

Michael Gleich, Geschäftsführer der United Imaging Group

„Wir haben viel gelernt“

imaging+foto-contact hat mit Michael Gleich, Geschäftsführer der United Imaging Group, über seine Sicht der Entwicklungen in der Corona-Krise und die Erwartungen für das Gesamtjahr gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Gleich, herzlichen Glückwunsch zum erneuten Rekordergebnis 2020 und zum weiteren Wachstum in den ersten vier Monaten dieses Jahres. Worauf führen Sie diese, angesichts der Umstände, überraschende Entwicklung zurück?

Michael Gleich: Vielen Dank. Im Grunde müssen Sie aber nicht mir gratulieren, sondern vor allem unseren Mitgliedern, die sich im herausfordernden Umfeld dieser Krise so hervorragend geschlagen haben. Als am 16. März der erste Lockdown kam, sind wir alle erst einmal in eine Schockstarre gefallen, denn das hatte ja niemand erwartet. Aber diese Starre hat glücklicherweise nicht lange angehalten, sondern weckte bei zahlreichen Mitgliedern den Unternehmergeist. Viele Geschäfte haben ihre Internetauftritte verbessert, Click & Collect eingeführt und mit neuen Tools wie z. B. Videoberatung den Kontakt zu ihren Kunden intensiviert.

Dabei haben wir alle schnell viel gelernt, und das war auch gut so, denn sonst wäre das Weihnachtsgeschäft während des zweiten Lockdowns nicht so gut gelaufen, und auch das Wachstum in den ersten vier Monaten bei praktisch durchgehend geschlossenen Geschäften wäre nicht möglich gewesen.

imaging+foto-contact: Was konnte die Zentrale dazu beitragen?

Michael Gleich: Natürlich haben wir unsere Mitglieder in dieser herausfordernden Situation mit allen Kräften unterstützt, wie es ja auch unsere Aufgabe ist. Dafür bedanke ich mich bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die nicht nur exzellente Arbeit geleistet, sondern durch die vorsichtshalber beantragte Kurzarbeit auch persönliche Einschränkungen in Kauf genommen und zu unserem guten Ergebnis auf allen Ebenen beigetragen haben. Insbesondere bin ich meiner Kollegin Ines Ebersberger (GF Finanzen und IT) dankbar für die enorme Unterstützung. Ohne sie wären die im Corona-Jahr so immens wichtigen Bankengespräche und Liquiditätssichernden Maßnahmen nicht so erfolgreich verlaufen. Dabei hat sich gezeigt, dass die Investitionen der letzten Jahre sich für alle gelohnt haben: Die Umstellung des Lagers auf SAP hat die Prozesse wesentlich

beschleunigt, so dass wir das Wachstum im Lagergeschäft ohne Reibungsverluste handhaben konnten. Auch die Verbesserung unserer internen Plattform RIO hat dazu beigetragen, dass wir unsere Mitglieder jederzeit schnell und effizient informieren und unterstützen konnten.

imaging+foto-contact: *Wie sind Sie mit der Unterstützung durch die Lieferanten in der Krise zufrieden? Haben Sie genug Ware bekommen?*

Michael Gleich: Bekanntlich hat es in den globalen Lieferketten die eine oder andere Verwerfung gegeben, aber wir können uns trotzdem nicht beklagen. Zwar haben sich zeitweise auch Lieferrückstände aufgebaut, aber unter dem Strich ist es den Herstellern gelungen, vorsichtig, aber regelmäßig zu liefern und uns bis heute laufend mit neuer Ware zu versorgen. Genauso wichtig ist, dass uns die Industrie auch die richtige Ware zur Verfügung gestellt hat, nämlich hochwertige Kameramodelle und Objektive, die bei den Kunden große Begehrlichkeiten geweckt haben und die, wie ja auch der steigende Marktanteil zeigt, niemand so gut verkaufen kann wie der Fachhandel.

imaging+foto-contact: *Wie werden sich die Geschäfte in den weiteren Monaten dieses Jahres entwickeln?*

Michael Gleich: Das kann, glaube ich, derzeit niemand vorhersagen, auch wenn wir natürlich alle hoffen, jetzt das Schlimmste hinter uns zu haben und Schritt für Schritt in die Normalität zurückkehren zu können. Wenn es dabei bleibt, bin ich für die United Imaging Group zuversichtlich, denn die Zuwächse in den ersten vier Monaten kann uns niemand mehr nehmen, und bei den Konsumenten ist nicht nur Geld vorhanden, sondern auch die Bereitschaft, es für schöne



UIG-Geschäftsführer Michael Gleich: „Niemand kann hochwertige Kameramodelle und Objektive so gut verkaufen kann wie der Fachhandel.“

Dinge auszugeben. Wenn dann die Reiseaktivitäten wieder in Gang kommen, gibt es weitere gute Gründe, in eine Kamera zu investieren.

imaging+foto-contact: *Wie beurteilen Sie vor diesem Hintergrund die aktuelle Messelandschaft nach dem Ende der photokina? Derzeit bemühen sich mit Berlin und Hamburg ja gleich zwei große Standorte, das Erbe anzutreten.*

Michael Gleich: Für den Fachhandel ist es immer positiv, wenn große

Messen in der Öffentlichkeit Interesse für die Produkte unserer Branche erzeugen. Deshalb wünsche ich beiden Projekten gutes Gelingen, auch wenn ich mir im Moment eine Großmesse im Jahr 2021 nicht wirklich vorstellen kann.

imaging+foto-contact: *Welche Pläne hat die United Imaging Group für ihre eigenen Veranstaltungen? Die virtuelle Gesellschafterversammlung ist ja offensichtlich gut gelaufen.*

Michael Gleich: Sie ist wirklich gut gelaufen, denn wir haben mit fast 195 Teilnehmern rund 50 Prozent mehr als bei regulären Gesellschafterversammlungen. Auch die virtuellen Events, die wir als Ersatz für unsere ausgefallenen Roadshows durchgeführt haben, wurden hervorragend angenommen. Trotzdem ist die persönliche Begegnung und auch das physische Erleben von Produkten und Neuheiten durch nichts zu ersetzen. Deshalb hoffe ich sehr, dass es möglich sein wird, im Oktober eine Roadshow durchzuführen, um den Kontakt mit den Mitgliedern zu pflegen und natürlich das Weihnachtsgeschäft bestmöglich vorzubereiten.

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



Wenn es möglich ist, sollen die UIG-Mitglieder im Oktober auf einer Roadshow Gelegenheit bekommen, sich untereinander, mit Industriepartnern und der Zentrale persönlich auszutauschen.

Panasonic bekennt sich zu Micro Four Thirds

Lumix GH5 II und GH6



Die Lumix GH5 II tritt im Juni die Nachfolge der GH5 an.

Mit der für den Juni geplanten Einführung der Lumix GH5 II unterstreicht Panasonic seine Strategie, neben Vollformat-Kameras auch das Micro-Four-Thirds-Portfolio weiter zu entwickeln. Die Nachfolgerin der erfolgreichen Hybrid-Systemkamera GH5 kombiniert hervorragende Foto-Eigenschaften mit Videoleistungen auf professionellem Niveau. Zusätzlich hat Panasonic die Entwicklung eines neuen Flaggschiffs in der GH-Serie bekanntgegeben: Die Lumix GH6 soll noch in diesem Jahr auf den Markt kommen.

Der 20-Megapixel-Digital-Live-MOS-Sensor der Lumix GH5 II bietet bei Fotos im Vergleich zum Vorgänger einen um 25 Prozent größeren Dynamikumfang. Die Datenverarbeitung mit der aktualisierten Venus-Engine ist schneller geworden und ermöglicht eine noch zuverlässigere, präzisere Fokussierung und Schärfenachführung, bei der die GH5 II mit Deep-Learning Technologien Motive in Echtzeit erkennen kann. Das erfolgt bei Augen und Gesichtern etwa 2x schneller als bei der GH5 und funktioniert auch dann noch, wenn die Elemente nur halb so groß sind, wie es beim Vorgänger zum Erkennen nötig war. So kann die Kamera das Motiv auch dann verfolgen, wenn es sich von der Kamera abwendet, den Kopf neigt oder sich weiter weg bewegt, denn der kontinuierliche Autofokus hält selbst kleine Objekte im Fokus.

Die duale 5-Achsen-Bildstabilisierung wurde so verbessert, dass mit der Lumix GH5 II mit um 6,5 Stufen längeren Verschlusszeiten aus der Hand fotografiert werden kann. Neue Algorithmen, die sich bereits in der Vollformatkamera Lumix S1H bewährt haben, stabilisieren Videoaufnahmen auch dann, wenn die Kamera bewegt wird. Die Lumix GH5 II ist mit einem berührungsempfindlichen, frei schwenkbaren, 3,0-Zoll großen LCD-Monitor mit einem Seitenverhältnis von 3:2 und einer hohen Auflösung von 1,84 Mio. Bildpunkten ausgestattet, der im Vergleich zum Vorgänger eine höhere Leuchtkraft und eine bessere Farbwiedergabe bietet.

Professionelle Videos

Die neue Lumix GH5 II bietet eine hervorragende Videoleistung, die auch professionellen Anforderungen gerecht wird. So erlaubt sie nun unlimitierte 4K60p-Videoaufnahmen mit 4:2:0 10-bit, 4:2:2 10-bit Videoausgabe über HDMI sowie kabelloses Live-Streaming. Dabei wird die gesamte Fläche des 20,3-Megapixel-Digital-Live-MOS-Sensors genutzt, der (auch bei Fotos) mit AR-Vergütung Lichtreflexe unterdrückt, um einen größeren Dynamikumfang und besonders saubere Detailwiedergabe sicherzustellen. V-Log L ist in der Kamera vorinstalliert und rendert ein sehr flaches Bild, wobei alle Farbinformationen erhalten bleiben. Das erweist sich bei der Nachbearbeitung als Vorteil. Für Anwender, die dafür eine bestimmte Ausgangsbasis bevor-

zugen, gibt es 35 kompatible Konvertierungs-LUTs für VariCam-Kinokameras zum kostenlosen Download. Praktische Tools wie ein Waveform-Monitor und V-Log View-Assist sind ebenfalls Teil der integrierten Video-Ausstattung.

Wie beim Video-Flaggschiff der S-Serie, die S1H, kann man auch bei der Lumix GH5 II im Fotostil-Menü zwei Arten von Cinelike-Gamma-Voreinstellungen auswählen. Sie erzeugen auch ohne Farbkorrektur über V-Log-Material einen Bildeindruck mit warmen Hauttönen oder feinen Nuancen von Licht und Schatten. Auch L.Mono-chrome S und L.Classic Neo gehören zu den neuen Voreinstellungen, die auch im Anamorphot-Modus verfügbar sind.

Bei Aufnahmen mit variabler Bildrate (VFR) stehen C4K/4K 60fps, Anamorphotisch 50fps und FHD 180fps zur Verfügung. Der Autofokus kann vor dem Start der VFR-Aufnahme eingestellt werden.

Leichtes Streaming

Mit der einfach zu bedienenden Smartphone-App Lumix Sync kann die Lumix GH5 II die Aufnahmen kabellos live streamen. Ein zukünftiges Firmware-Update soll zudem auch kabelgebundenes IP-Streaming (über USB-Tethering bzw. RTP/RTSP Wired IP Streaming FWUP) möglich machen, um besonders hochwertige Inhalte mit Ton stabil zu übertragen. Die Kamera ist mit Bluetooth 4.2 sowie 5GHz (IEEE802.11ac) und 2,4GHz (IEEE802.11b/g/n) WiFi ausgestattet. Das robuste Gehäuse der Lumix GH5 II mit Volldruckgussrahmen auf der Vorder- und Rückseite wurde für harte Außeneinsätze entwickelt; es besteht aus einer Magnesiumlegierung und ist spritzwassergeschützt, staubdicht und frostsicher bis -10 Grad Celsius. Die

*Als neues
Flaggschiff
soll die
Lumix GH6
die G-Serie bis
zum Jahresende
nach oben abrunden.*

Neues Flaggschiff kommt 2021

Neben der Lumix GH5 II hat Panasonic die Entwicklung eines neuen Flaggschiffs in der Lumix G-Serie angekündigt. Auch ein weiteres Objektiv ist geplant.

Die Lumix GH6, deren Einführung noch für 2021 geplant ist, wird einen neuen Hochgeschwindigkeitssensor mit einem neuen Venus Engine Bildprozessor kombinieren, um eine 10-Bit 4K 120p High Frame Rate (HFR) und Variable Frame Rate (VFR) für hochaufgelöste Zeitlupen- und Zeitraffer-Videos zu ermöglichen. Mit zahlreichen Aufnahmemodi und Hilfsfunktionen soll das neue Modell bei Foto-/Video-Hybrid-Einsätzen für Filme, Musikvideos, Dokumentationen und kurze Clips für soziale Medien Ergebnisse auf professionellem Niveau liefern.

Die Lumix GH6 wird auch 10-Bit 5,7K 60p-Videos aufzeichnen und bei 4:2:2 10-Bit DCI 4K/60p-Aufnahmen eine unbegrenzte Videoaufzeichnung erreichen, wenn sie mit der zertifizierten Betriebstemperatur verwendet wird. Dabei wird die tatsächliche Aufnahmezeit von der Kapazität des Akkus und der Speicherkarte abhängen. Wenn die Kamera eine bestimmte Betriebstemperatur überschreitet, kann die Aufnahme automatisch gestoppt werden, um Beschädigungen zu vermeiden.

Um die Palette von Lumix G-Objektiven zu erweitern, wird derzeit das Leica DG 25-50mm F1.7 entwickelt. Es soll zusammen mit dem bereits erhältlichen Leica DG Vario-Summilux 10-25mm / F1.7 ASPH. (H-X1025) den Bereich von 10mm bis 50mm (Kleinbild-kamera-Äquivalent: 20-100mm) abdecken.



Das sich in der Entwicklung befindliche Leica DG 25-50mm F1.7 soll zusammen mit dem bereits erhältlichen Leica DG Vario-Summilux 10-25mm F1.7 Asph. ein harmonisches Duo bilden.

Neuheiten

meisten Zubehörteile zur Lumix GH5 wie der XLR1-Mikrofonadapter, die Fernbedienung RS2 und der Batteriegriff BGGH5 können auch mit dem neuen Modell verwendet werden.

Zukunftssicher

Panasonic will die neue Systemkamera noch in diesem Jahr mit einem Firmware-Update weiterentwickeln. Dann sollen kabelgebundenes IP-Streaming, eine Live-View-Composite-Aufnahmefunktion sowie USB-Tethering (verbunden mit einem Smartphone über 4G/5G) zur Verfügung stehen. Zudem ist geplant, mit neuer Firmware für Lumix G und Leica DG-Objektive deren Verwendung mit der GH5 II komfortabler zu machen, indem z. B. eine nicht-lineare oder lineare Einstellung für den Fokusring gewählt werden kann. Die Empfindlichkeit in der linearen Einstellung kann zwischen 90 und 360 Grad in 30-Grad-Schritten eingestellt werden.



Die neue Hybrid-Systemkamera spielt ihre Stärken vor allem beim Videofilmen aus.

Die Lumix GH5 II kommt im Juni 2021 aus den Markt und wird als Gehäuse (UVP 1.699 Euro) und in zwei Kits im Handel erhältlich sein. Schnellentschlossene Kunden können sich

die Neuheit bis zum 31. Juli im Rahmen einer „Early-Bird“-Promotion mit kostenlosem Akku und 1.7/ 25mm Objektiv sichern.

Cewe Photo Award größter Fotowettbewerb der Welt

Beim diesjährigen Cewe Photo Award, der unter dem Motto „Our world is beautiful“ steht, haben Hobby- und Profifotografen über eine halbe Million Fotos eingereicht. Die ersten Gewinner stehen jetzt schon fest: Die „SOS-Kinderdörfer weltweit“ freuen sich über eine Spendensumme in Rekordhöhe.

Die meisten der eingereichten Bilder kommen aus Europa, aber auch Teilnehmer aus Madagaskar, Mosambik, von den Fiji Inseln, den Bahamas und Mexiko sind mit ihren besten Motiven vertreten. Die Kategorie

„Natur“ bildet mit 129.873 hochgeladenen Bildern die beliebteste Sparte. Mit der bisher höchsten Anzahl an Foto-Einreichungen geht zugleich eine Rekordspende einher. Denn für jedes Bild spendet Cewe 10 Cent an

„SOS-Kinderdörfer weltweit“, insgesamt also 60.628,90 Euro!

„Die diesjährige Rekordbeteiligung am Cewe Photo Award freut uns in zweierlei Hinsicht“, sagte Cewe Marketing-Vorstand Thomas Mehls.



Cewe Photo Award Monatsgewinner März. Foto: Tony Lüscher

„Zum einen zeigt sie die ungebrochene Begeisterung und Kreativität, die das Thema Fotografie auch im Corona-Jahr 2020/2021 mit sich gebracht hat. Zum anderen können wir bei Cewe als Partner der ‚SOS-Kinderdörfer weltweit‘ mit unserer Spende wieder etwas Gutes tun.“

BILDUNGSURLAUB 2021



CGI

Computer Generated Imagery

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



PLANUNG
MODELLIERUNG
RENDERING

PROGRAMMÜBERBLICK
CINEMA 4D

AUG 09. - 13.
2021

JETZT ANMELDEN

www.photomedienforum.de/bildungsurlaub

Canon gibt weitere Details zur EOS R3 bekannt

Tempo für Reportagen

Nach der ersten Ankündigung der noch in der Entwicklung befindlichen spiegellosen Profikamera EOS R3 hat Canon jetzt weitere Details zu dem neuen Modell bekanntgegeben, das vor allem für die speziellen Anforderungen der Sport-, Wildlife- und Nachrichtenfotografie ausgelegt sein wird. Ein besonderes Merkmal ist die hohe Geschwindigkeit, die selbst im RAW-Format bis zu 30 Bilder/s bei voller AF/AE-Nachführung erreichen soll. Darüber hinaus wird die EOS R3 4K-Videos mit Oversampling aufzeichnen.

Die neue Generation des Dual Pixel CMOS AF von Canon ermöglicht nach Angaben des Herstellers nicht nur

– wie bei der EOS R5 und der EOS R6 – die Erkennung und Verfolgung von Kopf, Gesicht und Augen beim Fotografieren von Menschen sowie Tieren wie Hunden, Katzen und Vögeln, sondern auch die von Rennwagen und Motorrädern. Das soll, so betont Canon, auch in dunklen Umgebungen mit Lichtwerten von -7 LW oder weniger funktionieren. Zudem wird es die neue Profi-Kamera mit der Eye Control Autofokus

Technologie erlauben, den Schärfe punkt mit dem Auge auszuwählen und zu verfolgen.

Bei wenig Licht wird die EOS R3 durch die Kombination aus dem kamera-internen und dem optischen Bildstabilisator (IS) des Objektivs Verwacklungsunschärfen so wirksam kompensieren, dass man mit um bis zu acht Stufen längeren Belichtungszeiten aus der Hand fotografieren kann. Das hilft auch dabei, bei Aufnahmen von Motiven, die sich schnell bewegen, attraktive Unschärfe-Effekte zu erzielen.

Das Herzstück der EOS R3 ist der neue Back-illuminated Stacked CMOS-Sensor, dessen Auflösung noch nicht



Die EOS R3 ermöglicht sehr hohe Aufnahmegeschwindigkeiten, mit denen auch der Autofokus mithalten kann.



Zu dem Bedienelementen gehören ein Smart- und ein Multi-Controller (Joystick) sowie drei Wahlräder.

bekannt ist. Er arbeitet mit dem Canon Digic X Bildprozessor zusammen, um die hohe Geschwindigkeit von 30 Bildern pro Sekunde bei voller AF/AE-Nachführung zu realisieren. Die Blitzsynchronisation soll bei dem neuen Modell auch bei Verwendung von externen Speedlites in Kombination mit elektronischem Verschluss möglich sein.

4K-Videos mit Oversampling

Auch beim Videofilmen soll die EOS R3 professionelle Ansprüche erfüllen. So zeichnet die Kamera 4K-Videos mit Oversampling sowie RAW intern auf. Zudem unterstützt sie Canon Log 3, so

dass in professionellen Workflows ein größerer Dynamikumfang und anspruchsvolle Farbbearbeitungstechnologien genutzt werden können. Die Motiverkennung mit Schärfenachführung funktioniert beim Videofilmen ebenso wie beim Fotografieren.

Das Gehäuse der EOS R3 besteht aus einer robusten Magnesiumlegierung und ist hinsichtlich Stoßfestigkeit sowie Staub- und Spritzwasserschutz mit der Canon EOS-1D X Serie zu vergleichen. Damit ist die EOS R3 selbst den härtesten Wetterbedingungen gewachsen. Zwei Kartensteckplätze ermöglichen die Aufzeichnung der Foto- und Videodaten auf SD- oder CFexpress-Medien. Die Stromversorgung

erfolgt mit dem aus der EOS 1D X Mark III bekannten LP-E19 Akku.

Zu den Bedienelementen gehören ein Smart- und ein Multi-Controller (Joystick) für intuitive Handhabung. Die drei Wahlräder am Gehäuse sind ebenso wie der Steuerring an jedem RF Objektiv individuell konfigurierbar. Das Display der EOS R3 ist dreh- und schwenkbar.

Für die in der professionellen Sport- und Nachrichtenfotografie besonders wichtige Übertragung der Bilddaten bietet die EOS R3 viele Möglichkeiten: Sie ist mit einer LAN-Schnittstelle und 5-GHz-WLAN ausgestattet und wird auch mit der Canon Mobile File Transfer App kompatibel sein.

9. Oberstdorfer Fotogipfel abgesagt

Der ursprünglich vom 30. Juni bis 4. Juli 2021 geplante 9. Oberstdorfer Fotogipfel wurde abgesagt.

Trotz aktuell sinkender Inzidenzzahlen haben sich die Veranstalter entschieden, den 9. Oberstdorfer Fotogipfel zum



Thema „Berge“ nicht stattfinden zu lassen. „Wir haben es uns wirklich nicht leicht gemacht“, sagte Christian Popkes, Kurator und Initiator des Oberstdorfer Fotogipfels. „Aber trotz der aktuell positiven Entwicklung können wir einen Fotogipfel, wie wir ihn uns vorstellen, leider nicht durchführen. Einige Ausstellungen der diesjährigen Fotografen und die des Schirmherren Norbert Rosing werden wir in den kommenden Monaten trotzdem im Kurpark in Oberstdorf

zeigen.“ Zudem werden in der Cewe-Galerie in der Wandelhalle wechselnde Ausstellungen zum Thema „Berge“ zu sehen sein.

Dazu hatte Cewe zu einem Fotowettbewerb aufgerufen, bei dem es attraktive

Preise zu gewinnen gab, darunter für den ersten Platz eine Leica V-Lux Kamera, für den zweiten Platz eine Olympus Systemkamera und für den dritten Platz eine Canon G9X Kamera. Zudem bekamen die ersten drei Plätze jeweils einen Gutschein für Cewe Fotoprodukte im Wert von 200 Euro.

Der neue Termin für den 10. Oberstdorfer Fotogipfel steht schon fest. Die Jubiläums-Edition

findet vom 29. Juni bis zum 3. Juli 2022 statt. Die Besucher erwartet dazu ein spannendes Ausstellungskonzept und natürlich bekannte Fotografinnen und Fotografen sowie viele interessante Workshops.

Ausstellungsorte 2022

Neben der einzigartigen LFP Ausstellung auf dem Nebelhorn ist das Oberstdorf Haus/Cewe Haus der Fotografie das Herz des Festivals. Hier finden Besucher im Saal Breitachklamm und im Saal Nebelhorn sowie auf der Lesegalerie im ersten Stock zahlreiche Ausstellungen.

Vor dem Haus und rund um das Festivalgelände d. h. im Kur- und Fuggerpark, in der Wandelhalle und in der Fußgängerzone können zahlreiche Outdoor Ausstellungen besucht werden.



Die Olympus PEN E-P7 kommt Ende Juni in Weiß/Silber sowie Schwarz/Silber auf den Markt.

Die neue Olympus PEN E-P7



Die erste mit Profilkontrolle

Als erste Neuheit seit der Trennung von der früheren Muttergesellschaft hat OM Digital Solutions die Olympus PEN E-P7 angekündigt. Das kompakte Modell knüpft an das legendäre Design an, mit dem der ebenso legendäre Yoshisa Maitani 1959 den Grundstein zum Erfolg dieser Kameraserie legte. In dem klassischen Gehäuse stecken neue Features, darunter die innovative Profilsteuerung, mit der sich kreative Ideen ganz einfach umsetzen lassen.

Der Tradition der Baureihe entsprechend ist die Kamera sehr kompakt und wiegt nur 337 Gramm, mit dem Standardzoom M.Zuiko Digital ED 14-42mm F3.5-5.6 EZ sind es 430 Gramm. Dabei verleihen liebevoll ausgearbeitete Details wie die gefrästen Aluminium-Einstellräder auf der

Vorder- und Rückseite der Neuheit einen exklusiven Look.

Im Zusammenspiel mit dem schnellen TruePic VIII Bildprozessor ermöglicht der 20-Megapixel-Live-MOS-Sensor die Aufnahme von Fotos und 4K Videos auf hohem Niveau.

Die integrierte 5-Achsen-Bildstabilisie-

rung kompensiert (auch beim Video-filmen) bis zu 4,5 EV-Schritte.

Für scharfe Bilder ist der aus den professionellen OM-D Modellen bekannte, verbesserte kontinuierliche Autofokus an Bord. Mit dem Face Priority/Eye Priority AF-Algorithmus kann die Kamera deshalb Gesichter und Augen auch dann erkennen und scharf stellen, wenn sie teilweise verdeckt oder nur im Profil zu sehen sind.

Neuartige Profilsteuerung

An der Vorderseite des Gehäuses der Olympus PEN E-P7 befindet sich ein neues Profilsteuerungsrad, mit dem die Anwender sofort zwischen dem Standard-Fotomodus und einer

Farb- oder Monochrom-Profilsteuerung wechseln können, um z. B. die Sättigung von 12 Farben jeweils in 10 Stufen sowie Spitzlichter und Schatten anzupassen. Im Monochrom-Modus lassen sich nostalgische analoge Film-Looks sowie Farbfilter- und Körnungseffekte aus der Schwarz-Weiß-Fotografie simulieren. Auch die bekannten Olympus Art Filter stehen zur Verfügung.

Durch Bewegen des Schiebereglers auf dem Monitor nach oben und unten kann die Stärke der Filtereffekte mit der Option Fine Tune angepasst werden. Ebenfalls zur Ausstattung gehört der Advanced Photo-Modus, mit dem Mehrfachbelichtungen und Live Composites praktisch auf Knopfdruck aufgenommen werden können.

Der 3 Zoll/7,6 cm große Monitor der Kamera hat 1,037 Mio. Bildpunkte und ist um bis zu 180° neigbar. Über WiFi und Bluetooth kann das neue Modell mit Mobilgeräten verbunden werden, um z. B. die Aufnahmen mit Hilfe der Ol.Share App zu teilen und die Kamera mit dem Smartphone oder Tablet zu bedienen.

Die neue Olympus PEN E-P7 (Gehäuse und Kit) ist ab Ende Juni für 799 Euro (UVP Gehäuse) bzw. 899 Euro (UVP mit M.Zuiko Digital ED 14-42mm F3.5-5.6 EZ) in Weiß/Silber beziehungsweise in Schwarz/Silber verfügbar.

Durch Registrierung der Kamera auf MyOlympus my.olympus-consumer.com und Anmeldung zum Newsletter können die Kunden den gesetzlichen Gewährleistungszeitraum kostenlos um sechs Monate verlängern. Als Zubehör ist u. a. eine passende Echtlederhülle in Schwarz oder Weiß erhältlich.

M.Zuiko Digital ED 8-25mm F4.0 PRO

Das neue M.Zuiko Digital ED 8-25 mm F4.0 Pro erweitert die Olympus Pro-Serie um ein Zoom, das mit einer Brennweite von 16 - 50 mm KB den Ultraweitwinkel- und den Standardbereich abdeckt. Als erstes Objektiv der Serie ist es mit einem Einzugsmechanismus ausgestattet und deshalb besonders gut zum Mitnehmen geeignet. Dafür spricht auch das geringe Gewicht von 411 Gramm.

Die aufwändige optische Konstruktion besteht aus 16 Elementen in 10 Gruppen und enthält Super ED-, ED- und EDA-Linsen, die Abbildungsfehler wie chromatische Aberrationen reduzieren. Dank der konstanten Blende über den gesamten Brennweitenbereich lässt sich die Belichtung von Aufnahmen mit variablen Zoomeinstellungen und beim Videofilmen komfortabel steuern. Die Naheinstellgrenze liegt bei jeder Brennweite bei 23 cm, Makroaufnahmen sind mit einem Vergrößerungsfaktor von bis 0.42x möglich.

Das Objektiv ist spritzwassergeschützt, staubdicht nach IPX1 sowie frostsicher bis -10°C und nimmt deshalb robuste Einsatzbedingungen nicht übel. Trotz der sehr kurzen Anfangsbrennweite können Pol- oder Neutraldichtefilter mit einem Durchmesser von 72 mm verwendet werden.

Die manuelle Fokuskupplung erlaubt das sofortige Umschalten zwischen automatischer und manueller Scharfstellung, mit der L-Fn-Taste an der Seite des Tubus können Einstellungen mit einem einzigen Tastendruck angepasst werden.

Das M.Zuiko Digital ED 8-25 mm F4.0 Pro kommt Anfang Juli auf den Markt und kostet inklusive Sonnenblende LH-76E 999 Euro (UVP).



Das M.Zuiko Digital ED 8-25 mm F4.0 Pro deckt den Ultraweitwinkel- und den Standardbereich ab.



**digitalspezialist digitalisiert
analoge Bilder und Filme**

Wertvolle Erinnerungen bewahren

Während der Corona-Krise haben viele Menschen die Zeit zu Hause genutzt, um sich mit ihren Fotos und Videos zu beschäftigen. Davon konnte auch die Osnabrücker F & G Digitalspezialist GmbH profitieren, die sich auf die Digitalisierung von Fotos, Negativen, Dias und kompletten Fotoalben sowie von Videos und Schmalfilmen spezialisiert hat. *imaging+foto-contact* hat mit Geschäftsführer Dr. Hans-H. Graen darüber gesprochen, welche Möglichkeiten er dem Fotohandel für dieses Geschäft anbietet.

imaging+foto-contact: Herr Dr. Graen, wie ist *digitalspezialist* durch das Coronajahr 2020 gekommen?

Dr. Hans-H. Graen: Wir können uns nicht beklagen, denn durch die Beschränkungen während der Corona-Krise haben viele Menschen Zeit gefunden, sich mit ihren Bildern zu beschäftigen und den Wert ihrer Erinnerungen neu zu entdecken. Viele dieser Erinnerungen sind in den Haushalten noch in analoger Form als Fotos, Dias, Fotoalben, aber auch als Videos und Schmalfilme vorhanden. Die beste Methode, sie zu bewahren, besteht darin, sie in hoher Qualität zu digitalisieren, um sie dann zu archivieren und so für lange Zeit zu erhalten. Sie können in digitaler Form vielfältig genutzt werden z. B. für Printprodukte, oder, wenn es sich um Schmalfilme und Videos handelt, auf dem Fernseher anzusehen.

imaging+foto-contact: Hat sich dieser Trend in diesem Jahr fortgesetzt?

Dr. Hans-H. Graen: Die Nachfrage ist weiterhin erfreulich hoch, auch wenn sich die Wachstumsraten etwas abschwächen, weil viele Menschen sich derzeit vermutlich auch mit den

Plänen für den nächsten Urlaub beschäftigen. Aber unser Geschäft hängt ja nicht von Corona ab und ist auch in den vergangenen Jahren gewachsen. Die Corona-Beschrän-



Sind Fotoalben gescannt, können sie digital genutzt oder in Fotobücher verwandelt werden.



Digitalspezialist-Geschäftsführer Dr. Hans-H. Graen: „Das Volumen analoger Bilder und Filme in den Haushalten ist gigantisch.“

kungen haben nur dazu beigetragen, dass noch mehr Menschen die Schätze in ihrem Zuhause neu entdeckt haben. Das Volumen analoger Bilder und Filme in den Haushalten ist gigantisch. Durchschnittlich schlummern in deutschen Haushalten knapp 1.000 Medien, die als Fotos in Fotoalben eingeklebt wurden oder lose im Schuhkarton gesammelt wurden, als gerahmte Dias oder Negativstreifen in Archiven schlummern oder als Video oder Schmalfilm vorliegen. Ambitionierte Hobbyfotografen verfügen sogar über Dia-Archive mit mehreren tausend Aufnahmen. Deshalb wird das Digitalisieren dieser Erinnerungen noch viele Jahre lang ein gutes Geschäft sein.

imaging+foto-contact: *Hat der Fotohandel die Chancen erkannt, die dieses Geschäftsmodell bietet?*

Dr. Hans-H. Graen: Viele aktive Fotohändler haben das bereits erkannt und arbeiten erfolgreich mit digitalspezialist zusammen. Trotzdem gibt es hier noch großes Potential, besonders bei kleineren Betriebsformen, die sich bisher stark auf ihre lokalen Geschäfte konzentriert und dem Internet nur

wenig Bedeutung beigemessen haben. Allerdings hat hier die Corona-Krise gezeigt, wie wichtig die digitalen Verkaufskanäle für die Kontakte zu den Kunden sind, und das haben auch viele Händler verstanden, die deshalb ihre Präsenz im Internet verstärkt haben.

imaging+foto-contact: *Welche Kooperationsmodelle bieten Sie dem Fotohandel an?*

Dr. Hans-H. Graen: Wir bieten zahlreiche Varianten an, um dem speziellen Charakter des jeweiligen Fotohändlers gerecht zu werden. Das einfachste Modell besteht darin, dass die Kunden ihre Bilder und Filme ins Geschäft bringen und der Händler den Auftrag zur Bearbeitung an uns einschickt. In 5 bis 7 Werktagen erhält er die bearbeiteten Aufträge zurück und kann sie an die Kunden weitergeben. Etwas komfortabler geht es über unsere Internetseite: Dazu kann er ein Konto eröffnen, sieht sofort seine eigenen Preise und kann den Kunden deshalb direkt sagen, was der Auftrag kostet. Eine weitere Möglichkeit ist unser Affiliate Programm, das von der Internetseite des Händlers ausgeht. Von dort

aus werden die Kunden in unseren Shop geleitet und geben ihre Aufträge auf, für die der Händler dann eine Provision erhält. Als weiteres Modell bieten wir auch eine komplette White Label Lösung an: Hier erfolgt der gesamte Prozess von der Auftragsannahme über die Abwicklung bis zur Auslieferung über das Geschäft oder direkt zum Kunden unter dem Namen des Handelspartners und in seinem Design. Diese Variante ist besonders für Betriebe geeignet, die bereits über



In hoher Auflösung gescannte Dias können für großformatige Wanddekorationen genutzt werden.



Interview

einen gut frequentierten Webshop und ein entsprechendes Auftragsvolumen verfügen.

imaging+foto-contact: Welche Unterstützung bieten Sie Ihren Handelspartnern an?

Dr. Hans-H. Graen: Die wichtigste Unterstützung ist die hohe Qualität unserer Dienstleistung und Bearbeitungszeiten von ca. 5-7 Werktagen. Wir setzen leistungsfähige Scanner und moderne Software ein, und wir stellen durch genau definierte Prozesse sicher, dass die Kunden unsere gesamte Dienstleistung positiv erleben. So scannen wir Fotos in Auflösungen von 600 dpi, bieten aber auch höhere Qualitäten von bis zu 1.200 dpi an. Das gilt auch für Dias, die wir in allen Größen von Kleinbild bis Mittelformat und in Auflösungen von 3.000 bis 5.100 dpi digitalisieren. Dabei erhalten die Kunden die Dias in ihren Magazinen genau in der Reihenfolge zurück, wie sie sie eingesandt haben. Fotoalben können wir Seite für Seite scannen, ohne dass dafür Bilder oder Accessoires entnommen werden müssen. Bei allen Prozessen sorgt leistungsfähige Bearbeitungssoftware für natürliche Farben und hohe Kontraste. Wir wissen, wie wertvoll die Erinnerungen für unsere Kunden sind und gehen deshalb in jeder Verarbeitungsstufe so sorgfältig mit ihnen um, als ob es unsere eigenen wären.

Im Osnabrücker Betrieb werden die analogen Bilder und Filme mit professionellen Systemen gescannt und mit leistungsfähiger Bearbeitungssoftware verbessert.



imaging+foto-contact: Wie können Fotohändler dieses Qualitätsniveau und Ihr breites Angebot den Kunden vermitteln?

Dr. Hans-H. Graen: Dabei unterstützen wir unsere Handelspartner mit Werbemitteln, vom Flyer und Poster bis zum Produktkatalog, stellen Aufsteller oder Rolldisplays zur Verfügung und führen auf Wunsch auch spezielle Promotion-Aktionen durch. Im Online-Geschäft können wir auf Wunsch das Management des gesamten Webshops übernehmen und dem Fachhandel so eine „Rundum-Sorglos-Lösung“ anbieten.

imaging+foto-contact: Welche Produkte werden bei Ihnen besonders häufig bestellt?

Dr. Hans-H. Graen: Die Bestseller schlechthin sind gerahmte Dias, von

denen in vielen Haushalten unglaubliche Mengen zu finden sind und die wir als Premium Diascan mit 4.500ppi anbieten. Auch Videos und Super 8 Filme sind sehr beliebt.

imaging+foto-contact: Welche Erwartungen haben Sie für das Gesamtjahr 2021?

Dr. Hans-H. Graen: Wir sind sicher, dass wir den erfolgreichen Kurs der letzten Jahre fortsetzen können und würden das gerne zusammen mit noch mehr Fotohändlern tun. Digitalspezialist gehört zu den führenden Anbietern von Digitalisierungs-Dienstleistungen in Deutschland und bietet TÜV Rheinland geprüfte Produkte an.

Auch in diesem Jahr ist Digital-spezialist nicht ohne Grund vom Online-Bewertungsportal Proven Expert wieder als Top-Dienstleister 2021 und Top-Empfehlung 2021 ausgezeichnet worden. Denn auf der Basis von mehreren tausend Kundenbewertungen wurde ermittelt: Kundenurteil SEHR GUT; 97 Prozent unserer Kunden empfehlen uns weiter, und damit belegen wir bereits seit Jahren einen Spitzenplatz in unserem Marktsegment.

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



In diesem Jahr wurde Digitalspezialist vom Online-Bewertungsportal Proven Expert wieder als Top-Dienstleister 2021 und Top-Empfehlung 2021 ausgezeichnet.

JEDER RUF NACH FREIHEIT VERDIENT EIN ECHO.



Fotos für die Pressefreiheit 2021

Unabhängiger Fotojournalismus und unabhängige Berichterstattung sind von fundamentaler Bedeutung für unsere Freiheit. Reporter ohne Grenzen setzt sich für Informationsfreiheit ein, hilft verfolgten Journalistinnen und Journalisten, übernimmt Anwaltskosten und ersetzt zerstörte Ausrüstung. Helfen Sie uns zu helfen und bestellen Sie das neue Fotobuch: reporter-ohne-grenzen.de/shop

Eine junge Frau umarmt demonstrativ einen Soldaten – als Zeichen gegen die staatliche Gewalt. Die belarussische Fotografin Violetta Savchits hat 2020 in ihrem Land dokumentiert, wie Tausende friedlich gegen Machthaber Alexander Lukaschenko protestierten. © Violetta Savchits



Cewe mit Ergebnissteigerung im ersten Quartal

Fotofinishing wächst weiter

Der Bild- und Druckdienstleister Cewe hat in den ersten drei Monaten 2021 sein Ergebnis in Vergleich zum Vorjahr deutlich verbessert. Das war erneut dem Wachstum im Kerngeschäftsfeld Fotofinishing zu verdanken, dessen Umsatz gegenüber dem ersten Quartal 2020 um 9,0 Prozent auf 125,0 Mio. Euro zulegen und damit die Corona-bedingten Rückgänge in den Geschäftsfeldern Einzelhandel und Kommerzieller Online-Druck nahezu kompensierte.

Deshalb lag der Gesamtumsatz von Cewe mit 145,9 Mio. Euro nur knapp unter dem Vorjahresquartal (146,4 Mio. Euro), das Gruppen-EBIT hat sich im Vergleich zu 2020 (2,0 Mio. Euro) mehr als vervierfacht und stieg auf 8,6 Mio. Euro. Damit bestätigte sich der langfristige Trend, dass das erste Quartal an Bedeutung gewinnt, erklärte Cewe. „Es freut uns sehr, dass wir mit unseren Fotoprodukten immer mehr Menschen große Freude bereiten“, kommentierte Dr. Christian Friege,

Vorstandsvorsitzender der Cewe Stiftung & Co. KGaA. „Unser Kerngeschäftsfeld Fotofinishing lässt Cewe dabei insgesamt mit stabilem Ergebniswachstum durch die Zeit der Pandemie kommen. Unsere Kundenfokussierung, unsere Innovationskraft und unser starkes Onlinegeschäft zusammen mit unseren Handelspartnern sind dabei die Schlüssel für diesen Erfolg.“ Im Fotofinishing zeigten im ersten Quartal alle wichtigen Kennzahlen eine positive Entwicklung: Sowohl die

Menge als auch die Wertschöpfung legte zu: Die Zahl der verarbeiteten Bilder stieg um 2,4 Prozent auf 520,1 Mio. Stück, der Umsatz pro Foto wuchs um 6,5 Prozent und erreichte 24,03 Eurocent (Q1 2020: 22,57 Eurocent). Damit konnte das Geschäftsfeld im Vergleich zum Vorjahresquartal sein operatives Ergebnis (EBIT) mit einem Zuwachs von 6,5 Mio. Euro auf 9,8 Mio. Euro fast verdreifachen (Q1 2020: 3,3 Mio. Euro). Der Umsatz legte dabei in wichtigen Produktbereichen wie dem Cewe Fotobuch, Wandbildern, Fotokalendern sowie weiteren Fotogeschenken zum Teil mit hohen zweistelligen Wachstumsraten zu. Zudem waren erneut Pandemie-bedingte „Stay-at-home“-Effekte mit verstärkter Nachfrage nach Online-Angeboten zu beobachten.

Online-Druck stabilisiert Ergebnis

Das Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck wurde weiterhin stark von der Pandemie betroffen, denn wichtige Kundengruppen wie die Veranstaltungsbranche, der Einzelhandel oder die Gastronomie ordern nach Angaben von Cewe derzeit kaum

noch Werbedrucksachen. In diesem Umfeld sank der Umsatz des Geschäftsbereichs im ersten Quartal um 43,2 Prozent auf 12,8 Mio. Euro (Q1 2020: 22,6 Mio. Euro). Dabei ist zu berücksichtigen, dass 2020 die Auswirkungen der Corona-Krise mit starken Umsatzrückgängen erst ab Mitte März einsetzten. Durch ein straffes Kostenmanagement blieb das EBIT des Geschäftsbereichs trotz des starken Umsatzrückgangs mit -0,6 Mio. Euro auf Vorjahresniveau (Q1 2020: -0,6 Mio. Euro).

Einzelhandel mit leichtem Ergebnisplus

Während im Cewe-Geschäftsfeld Einzelhandel die Umsätze durch die Fokussierung auf das Fotofinishing-Geschäft (das im Geschäftsfeld Fotofinishing berichtet wird) und den bewussten Verzicht auf marginsschwache Hardwareverkäufe im ersten Quartal 2020 weiterhin planmäßig sanken, wirkten sich auch die Lockdown-Einschränkungen aus: Der Umsatz ging deshalb um 16,8 Prozent auf 6,3 Mio. Euro zurück. Auch hier führte konsequentes Kostenmanagement zu den gewünschten Ergebnissen: Mit -0,4 Mio. Euro war das EBIT im ersten Quartal sogar leicht besser als im gleichen Zeitraum des Vorjahres (Q1 2020: -0,5 Mio. Euro). Dazu trugen auch wachsende Online-Erträge bei.

Ausblick für 2021 bestätigt

Das Cewe-Management sieht seine Zielsetzungen für 2021 durch die Ergebnisse des ersten Quartals bestätigt und hält am Ausblick für 2021 fest: Der Konzernumsatz soll 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.

Cewe gewinnt erneut Axia Best Managed Companies Awards

Zum zweiten Mal hat Cewe den Axia Best Management Companies Award gewonnen. Das Axia Best Managed Companies (BMC) Programm ist ein von Deloitte, WirtschaftsWoche, Credit Suisse und Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) in Deutschland durchgeführter Wettbewerb und Gütesiegel für erfolgreiche mittelständische Firmen. Nach dem Gewinn der Auszeichnung 2020 konnte das Oldenburger Unternehmen in diesem Jahr die Jury in den vier Bereichen Strategie, Produktivität & Innovation, Kultur & Commitment und Governance & Finanzen überzeugen.

Da der Award auch in diesem Jahr aufgrund der aktuellen Corona-Situation ohne große Preisverleihung vergeben werden musste, überreichte Dr. Arno Probst (Deloitte) die Auszeichnung persönlich an den Cewe Vorstandsvorsitzenden Dr. Christian Frieg und den CFO Dr. Olaf Holzkämper.

„Dass wir gleich zum zweiten Mal in Folge mit dem „Axia Best Managed Company Award“ ausgezeichnet werden, freut mich persönlich sehr“, sagte Frieg. „Die Kriterien, nach denen dieser Award verliehen wird, decken sich sehr gut mit unseren eigenen Unternehmenswerten. Wir stehen für langfristigen Erfolg, der vor allem dank der Innovationskraft unserer 4.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tagtäglich gefördert wird.“

Auch die Aktivitäten von Cewe für die Schonung von Umwelt und Ressourcen werden von unabhängiger Seite gewürdigt: Der internationale Stimmrechtsberater ISS (Institutional Shareholder Services) zeichnete das Unternehmen jüngst mit dem „Environmental Qualityscore 1“ für eine besonders nachhaltige Unternehmensphilosophie aus.



Dr. Arno Probst (Deloitte) überreichte die Auszeichnung an den Cewe Vorstandsvorsitzenden Dr. Christian Frieg (rechts).

Die AgfaPhoto-Pleite ist noch nicht abgeschlossen

Abgekartetes Spiel?

Ende Mai war es genau 16 Jahre her, dass die AgfaPhoto GmbH einen Insolvenzantrag stellte. Nur knapp sieben Monate, nachdem sich die Agfa-Gevaert NV von ihrem ehemaligen Geschäftsbereich Consumer Imaging getrennt hatte, waren Kunden und Geschäftspartner des Traditionsunternehmens von der unerwarteten Pleite wie vom Donner gerührt. Jetzt gibt es Erkenntnisse, dass die Investorengruppe um den ehemaligen Mc Kinsey Berater Hartmut Emans niemals vorhatte, das von ihr übernommene Unternehmen langfristig weiterzuführen.

Das jedenfalls will Dr. Hartmut Hilden den öffentlich zugänglichen Akten des Oberlandesgerichts Frankfurt entnommen haben. Denn nach den Feststellungen des Gerichts erfolgte die Übernahme der AgfaPhoto-Gruppe auf Basis eines Konzepts, das die Schließung des Gesamtgeschäfts zum Ende 2007, also drei Jahre nach der Übernahme, vorsah. Der langjährige Pressesprecher von Agfa-Gevaert, der im November 2004 sozusagen mit AgfaPhoto „mitverkauft“ wurde, hat bis heute nicht locker gelassen, Antworten auf die Frage nach den

Ursachen der Pleite zu suchen. Nachdem der gelernte Jurist seine eigene arbeitsrechtliche Auseinandersetzung mit Agfa-Gevaert erfolgreich abgeschlossen hat, vertrat er als Rechtsanwalt zahlreiche ehemalige Agfa-Mitarbeiter bei ihren Prozessen und konnte dabei regelmäßig positive Urteile erreichen.

410 Millionen Euro Schadensersatz?

Ebenfalls bisher nicht locker gelassen hat der AgfaPhoto Insolvenzverwalter Dr. Andreas Ringstmeier, der immer noch die Ansicht vertritt, Agfa-Gevaert habe die Insolvenz verschuldet und müsse deshalb Schadensersatz leisten. Bereits 2007 hatte er deshalb Klage beim Internationalen Schiedsgerichtshof (ICC) eingereicht, der 2018 allerdings die Klage abwies. Das gleiche

Schicksal hatte 2010 bereits Investor Emans erlitten, der vor dem ICC 265 Millionen Schadensersatz von Agfa gefordert hatte. Aber der Insolvenzverwalter legte gegen die ICC-Entscheidung in seinem Verfahren Einspruch beim OLG Frankfurt ein. Und das erklärte 2020 den Schiedsspruch aus formalen Gründen für ungültig. Eine Beschwerde gegen diese Entscheidung, die Agfa-Gevaert beim Bundesgerichtshof eingelegt hat, wurde nun zurückgewiesen. Damit kann der Kampf des Insolvenzverwalters, der bereits eine Quote von 60 Prozent vorweisen kann, wieder neu beginnen: Bis zu 410 Millionen Euro will Ringstmeier für die Gläubiger, zu denen auch zahlreiche ehemalige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von AgfaPhoto gehören, von der Agfa-Gevaert NV erstreiten.



Noch im April 2005 hatte die damalige AgfaPhoto Geschäftsleitung mit (von links) Ingbert Schmitz, Eddy Rottie und Mark Bamberger das neue AgfaPhoto Logo mit dem legendären roten Sensorpunkt vorgestellt.



Der ehemalige Agfa-Pressesprecher Dr. Hartmut Hilden hat bis heute nicht locker gelassen, Antworten auf die Frage nach den Ursachen der Pleite zu suchen. Foto: Gerhild Hilden

Von Anfang an eine Luftnummer?

Die plötzliche Insolvenz von AgfaPhoto erregte 2005 deshalb so viel Aufsehen, weil bei der Neugründung der AgfaPhoto im November 2004 gerade die gute Finanzausstattung gelobt wurde, mit der die ehemalige Muttergesellschaft ihre Tochter versehen haben wollte. Von mehr als 70 Millionen Euro Cash war damals die Rede. Die öffentlich zugänglichen Akten des OLG Frankfurt legen laut Hilden allerdings nahe, dass es diese Summe nie gegeben habe.

Dieser Ansicht war auch Ringstmeier; ein vom Schiedsgericht beauftragter Gutachter kam 2012 zu dem Schluss, dass es bereits bei dem Betriebsübergang Ende 2004 keine Chance gab, AgfaPhoto langfristig fortzuführen. Ein wichtiger Faktor dabei ist der Unternehmenswert zum Zeitpunkt der Übergabe. Er sollte laut dem Vertrag zwischen Agfa-Gevaert und der Emans Holding in jedem Fall positiv sein – aber nicht in Höhe von vielen Millionen, sondern von gerade einmal 100 Euro. Würde ein geringerer Wert fest-

gestellt, müsste Agfa-Gevaert die Differenz zwischen diesen 100 Euro und dem tatsächlichen Wert auffüllen. Der Insolvenzverwalter hat für den Zeitpunkt der Übergabe einen negativen Wert von -314 Millionen Euro angesetzt. Die Differenz zu den vertraglich vereinbarten 100 Euro müsste Agfa demnach zuzüglich Zinsen an ihn bzw. die Gläubiger zahlen. Agfa-Gevaert beziffert den Unternehmenswert am Verkaufstag dagegen auf 109 Millionen Euro, also deutlich höher als den Mindestwert.

Ein weiteres Gutachten, mit dem eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft aus der Schweiz beauftragt wurde, kam zehn Jahre nach dem Verkauf zu dem Ergebnis, der damalige Unternehmenswert habe 32 Millionen Euro betragen. Diese Zahlen basierten vor allem auf der Annahme, dass Film und Fotopapier noch 20 Monate weiter produziert werden sollten, während das Laborgeräte-Geschäft im Mai 2005 für mindestens 42 Millionen Euro verkauft werden sollte. Aufgrund der weit unter den Erwartungen liegenden Verkäufe des mit großen Hoffnungen auf den Markt gebrachten digitalen Minilabs d-lab 1 wurden aber am Ende 2006 nur 12 Millionen Euro für dieses Geschäftsfeld erzielt.

Markt überschätzt?

Nachdem der Internationale Schiedsgerichtshof 2018 die Klage des Insolvenzverwalters abgewiesen hatte, stellte das OLG Frankfurt jetzt schwerwiegende Fehler bei der Unternehmensbewertung fest. Denn die Zahlen aus dem Investorenkonzept basierten auf optimistischen Hochrechnungen aus dem Zeitraum bis sechs Monate vor der Übernahme. Da es in den folgenden Monaten aber mit dem Laborgeräte-Geschäft steil bergab gegan-

gen sei, habe das OLG die zu diesem Zeitpunkt angenommene Unternehmensbewertung als hinfällig bewertet, betonte Hilden. Das Schiedsgericht habe die Darstellung zum Geschäftseinbruch im Sommer/Herbst 2004 in seinem Spruch zwar zur Kenntnis genommen, stellte das OLG fest, aber daraus nicht die notwendigen Konsequenzen gezogen. Ob Ringstmeier deshalb mit weiteren Schadensersatzzahlungen von Agfa-Gevaert rechnen kann, ist damit allerdings nicht gesagt. Das über 13 Jahre andauernde Schiedsverfahren, das rund 40 bis 50 Millionen Euro gekostet haben dürfte, enthält bisher keine Aussage darüber, wer die Insolvenz verschuldet hat.



Seit der Übernahme der Insolvenzverwaltung 2005 hat Dr. Andreas Ringstmeier (hier ein Foto aus einer Pressekonferenz im Juli 2005) stets die Verantwortung der Agfa-Gevaert NV für die AgfaPhoto Pleite betont.

Einen Grund zur Freude hat Ringstmeier trotzdem. Denn nach dem 2018 erlassenen Schiedsspruch musste er Agfa-Gevaert 27 Millionen Euro Verfahrenskosten zahlen. Die bekommt er bzw. die Insolvenzmasse nun zurück. Wie es weitergeht, ist derzeit offen. Jetzt liegt der Fall wieder beim Internationalen Schiedsgerichtshof, der sich wohl noch einige Jahre damit beschäftigen muss. Bis zum Abschluss wird es deshalb keine endgültige Quote für die Gläubiger geben.

Photopia Hamburg: Ausstellungs-Marathon geht weiter

Menschen unter der Decke

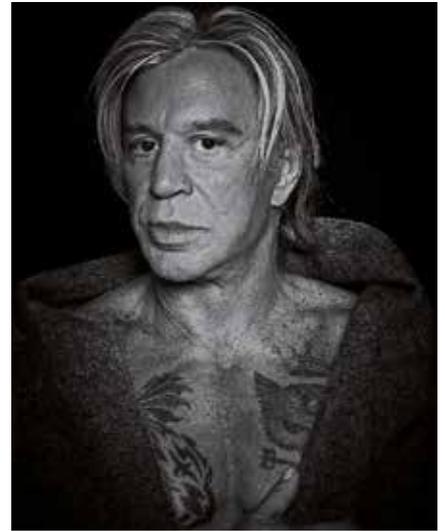
Nach dem Start des Ausstellungsmarathons im Vorfeld der Photopia Hamburg im April ist das Projekt im Mai in die zweite Runde gegangen: Auf die Präsentation „Wir geben Hamburg Perspektive“ folgte ab 14. Mai „Covered – the story of a blanket“ mit intimen Portraits prominenter Zeitgenossen aus der Kamera des Hamburger Fotografen Bob Leinders. Die Fotos sind bis Mitte Juni an den Glasfassaden der Hallen von Hamburg Messe und Congress zu sehen, bevor eine weitere Ausstellung folgt.

Bob Leinders arbeitet für Zeitschriften wie Cosmopolitan und Vogue und macht Fotos für Unternehmen, zu denen u. a. Mercedes, Tchibo, Samsung und Lufthansa gehören. Außerdem ist der gebürtige Niederländer Vorstandsbeirat des Berufsverbandes Freie Fotografen und Filmgestalter e.V. BFF. Für „Covered – the story of a blanket“ hat Leinders Stars wie Til Schweiger, Otto Waalkes, Wladimir Klitschko, Helene Fischer und Mickey Rourke abgelichtet, die, nur mit einer Decke

bekleidet, in die Kamera blicken und so eine direkte, beinahe vertrauliche Beziehung mit dem Betrachter eingehen.

Viele Prominente hätten sofort mitgemacht, nur bei Mickey Rourke sei es etwas schwieriger gewesen, erinnert sich der Fotograf: „Mickey Rourke hat in Berlin zusammen mit Til Schweiger gedreht, den ich gut kenne. Also habe ich ihn gebeten, Mickey zu fragen, ob er bereit wäre, sich fotografieren zu lassen. Zwei Tage musste ich am Set warten und dann wollte sich Mickey nur mit einer riesigen Sonnenbrille ablichten lassen. Zum Glück konnte ich ihn überreden, die Brille doch abzulegen.“

Die Idee, Menschen nur mit einer Decke zu fotografieren, kam Bob Leinders eher zufällig: „Ich saß mit meiner damaligen Frau und unserer Tochter auf der Couch zusammen und die beiden warfen sich nur so aus Spaß eine Decke um. Ich habe sie dann fotografiert und war von dem Ergebnis fasziniert.“ Danach fragte Leinders zunächst Freunde, ob sie mit der Decke vor seiner Kamera posieren wollen, später aber auch Models und Prominente. Bei der Decke handelt es sich um eine original Schweizer Armeedecke. „Gerade die etwas rauere Oberfläche und die spezielle Haptik der Decke machen für mich einen großen Reiz aus“, erklärt der Fotograf.



Auch der Schauspieler Mickey Rourke gehört zu den Prominenten, deren Portraits in Hamburg gezeigt werden.

Das Konzept der Photopia Hamburg hat Leinders nach eigener Aussage sofort begeistert: „Das ist ein innovatives Event, das weit über eine reine Produktschau hinaus geht und Lust auf Fotografieren macht. Vor allem den Ansatz, Fotografie im öffentlichen Raum zu zeigen, sie aus den Galerien heraus auf die Straße zu holen und damit quasi ein kulturelles Statement in die Stadt hineinzugeben, finde ich großartig. Auch die Idee, nicht nur Foto-Profis, sondern gezielt Hobby- und Handy-Fotografen anzusprechen, gefällt mir sehr gut.“

Mit dem Ausstellungs-Marathon für Fotografie und Kunst im öffentlichen Raum verwandeln Fotografinnen und Fotografen bis zum September die Glasfassade an den Messehallen in die längste Kunstgalerie der Stadt. Dabei sollen in den nächsten Monaten weitere Ausstellungen gezeigt werden, die an den Messehallen entlang der Karolinenstraße kostenlos Tag und Nacht angeschaut werden können.

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 8/2021 ist der
21. Juli 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.
Cewe	4. U.
Personal-und Kleinanzeigen	3. U.
Photo+Medienforum Kiel	17
Reporter ohne Grenzen	25

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.

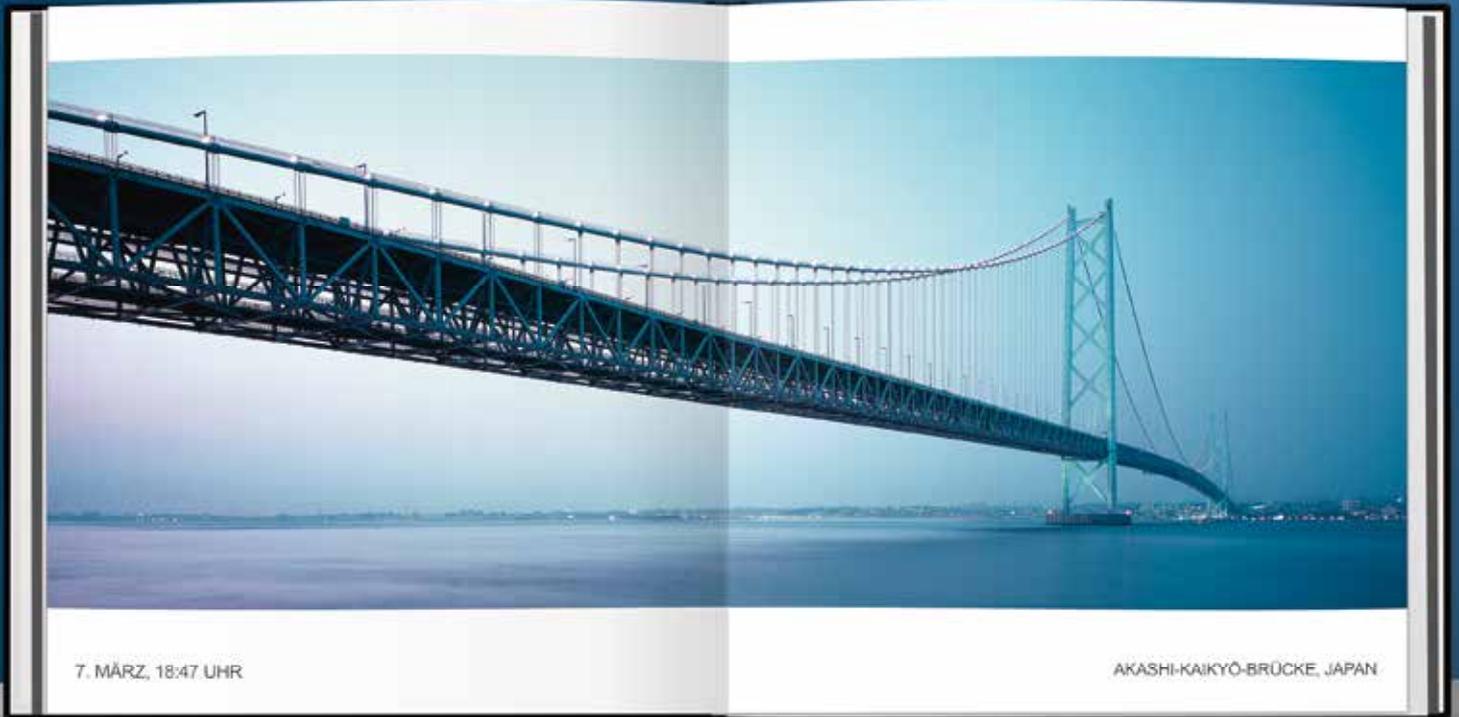
Der Abonnementspreis beträgt:

Inland: 39,90 € jährlich

Ausland: 60,00 € jährlich

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1430-1121



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

mein
cewe fotobuch