

# imaging + foto 4 2022

# contact

Fachzeitschrift für die Fotobranche • [www.foto-contact.de](http://www.foto-contact.de)

## Exklusive Partnerschaft

**Photoindustrie-Verband  
ist ideeller Träger  
der Photopia Hamburg**



Foto: Hamburg Messe und Congress/A. Kotte

### Umsatzzuwachs im achten Geschäftsjahr in Folge Ringfoto wieder mit Rekord

Auch die Pandemie und die angespannte Liefersituation konnten Ringfoto nicht daran hindern, im Jahr 2021 zum achten Mal in Folge einen deutlichen Umsatzzuwachs zu verbuchen. **S.8**

### Foto- und Imaging-Markt 2021 unterbelichtet Schwachtes viertes Quartal

Der Markt für Foto- und Imaging-Produkte war auch im zweiten Pandemiejahr rückläufig. Das ergibt sich aus den vom Photoindustrie-Verband und der GfK veröffentlichten Marktzahlen für 2021. **S.14**

### Kampf um den Vorstandsvorsitz eskaliert Zeitenwende bei Cewe

Nach der mehrheitlichen Entscheidung des Kuratoriums, den Vertrag des Vorstandsvorsitzenden Dr. Christian Friegle nicht über den 31.12.2022 hinaus zu verlängern, ist die Debatte über die Cewe-Führung eskaliert. **S.2**

# Kampf um den Vorstandsvorsitz eskaliert

# Zeitenwende bei Cewe

Die erste Nachricht kam am Abend des 17. März aus heiterem Himmel: Der Vorsitzende des Kuratoriums der Neumüller Cewe Color Stiftung, Dr. Rolf Hollander, teilte mit, das Gremium habe mehrheitlich entschieden, aufgrund unterschiedlicher Auffassungen über die Unternehmensführung den Vertrag des Vorstandsvorsitzenden Dr. Christian Friege nicht über den 31.12.2022 hinaus zu verlängern. Zehn Minuten später gaben der Aufsichtsrat der Gesellschaft und die Erben des Unternehmensgründers in einer weiteren Meldung bekannt, sie hätten eine Vertragsverlängerung befürwortet. Nachdem sich viele Beobachter an der Börse und in der Branche gefragt hatten, was denn da los sei in Oldenburg, legten Hollander und drei weitere Kuratoriumsmitglieder am Abend des 1. April noch einmal nach und formulierten harte Vorwürfe gegen Friege in einer Form, die man bei Cewe nie für möglich gehalten hätte. Inzwischen hat das Unternehmen auf einige dieser Vorwürfe geantwortet. Diese Vorgänge sind der Grund für die ungewöhnliche Form dieses Editorials, das auf den folgenden Seiten fortgesetzt wird.



Thomas Blömer, Verleger

Das ist geschehen: Bis zum 17. März hatte es nicht die geringsten Anzeichen dafür gegeben, dass eine

personelle Veränderung an der Spitze des Cewe Vorstands überhaupt diskutiert wurde. Um so überraschender war die Mitteilung des Kuratoriums, die wir hier im Wortlaut wiedergeben: „Der Vorsitzende des Kuratoriums der Neumüller Cewe Color Stiftung, Herr Dr. Rolf Hollander, hat mitgeteilt, dass das Kuratorium aufgrund unterschiedlicher Auffassungen über die Unternehmensführung mit mehrheitlicher Entscheidung den Vorstandsvertrag des Vorstandsvorsitzenden, Herrn Dr. Christian Friege, über den 31.12.2022 hinaus nicht verlängern wird. Als persönlich haftende Gesellschafterin führt die Neumüller Cewe Color Stiftung die Geschäfte der börsennotierten Cewe Stiftung & Co.

KGaA. Dabei entscheidet das Kuratorium über die Besetzung des Vorstands. Herr Dr. Friege hat angeboten, die Kontinuität in der Führung zu gewährleisten und eine reibungslose Übergabe zu ermöglichen. Die Entscheidung über die Nachfolge ist noch nicht getroffen.“

## Aufsichtsrat und Erben für Friege

Wenige Minuten später veröffentlichte die Investor Relations Abteilung von Cewe eine weitere Meldung – dieses Mal im Namen des Aufsichtsrats. Darin teilte der Vorsitzende dieses Gremiums, Otto Korte, im Namen des Aufsichtsrats zu der Meldung aus dem Kuratorium folgendes mit: „Der Aufsichtsrat der Cewe Stiftung & Co. KGaA spricht Herrn Dr. Friege seinen ausdrücklichen Dank aus: ‚Herr Dr. Friege hat nach Überzeugung des Aufsichtsrats die positive Unternehmens- und Ertragsentwicklung wesentlich geprägt. Die Zusammenarbeit zwischen dem Aufsichtsrat und dem von Herrn Dr. Friege geführten Vorstand war stets von Offenheit, Vertrauen und gegenseitigem Respekt geprägt. Wir hätten eine Vertragsverlängerung sehr befürwortet und danken Herrn Dr. Friege ausdrücklich für die geleistete Arbeit und seine Zusage, im Interesse des Unternehmens eine reibungslose Übergabe zu ermöglichen‘, so der Vorsitzende des Aufsichtsrats Otto Korte. Auch die Erben des Unternehmensgründers Heinz Neumüller als größter Anteilseigner von Cewe (27,1 Prozent Anteilsbesitz) teilen diese Auffassung: ‚Herr Dr. Friege kann auf seine ausgezeichnete Arbeit stolz sein. Das Unter-

nehmen ist Jahr für Jahr wertvoller geworden und hat nicht zuletzt in der COVID-19-Pandemie gezeigt, dass das Geschäftsmodell resilient ist. Diese langfristige Orientierung liegt nicht nur im Interesse von Investoren, Mitarbeitern und Kunden, sondern entspricht auch dem Denken und Handeln des Unternehmensgründers Heinz Neumüller. Herr Dr. Friege hat zu jeder Zeit unser volles Vertrauen genossen, und wir hätten eine Vertragsverlängerung sehr begrüßt, teilten die Erben mit.“

## Überraschung für Branche und Börse

Der Vorgang löste bei vielen Beobachtern große Überraschung aus. Denn im vergangenen Geschäftsjahr hat Cewe zwar – wie viele andere Unternehmen – Auswirkungen der Corona-Krise zu spüren bekommen (siehe Seite 16 - 18 dieser Ausgabe), aber seine Gewinnziele erreicht und soviel Geld verdient, dass den Aktionären die 13. Dividendenerhöhung in Folge ins Haus steht. Zudem gilt der Oldenburger Bild- und Druckdienstleister seit jeher als Hort von Stabilität, Verlässlichkeit und Kontinuität. In den 61 Jahren seines Bestehens wurde Cewe von nur vier Vorstandsvorsitzenden geführt: Auf den Unternehmensgründer Heinz Neumüller folgte 1992 Hubert Rothärmel, der das Amt 2004 an Dr. Rolf Hollander übergab und den Aufsichtsratsvorsitz übernahm. 2007 wehrten die beiden Manager eine bösartige Attacke obskurer Hedgefonds mit Erfolg ab. Seit 2017 steht Dr. Christian Friege an der Spitze des Vorstands. Jedem der bisher vier Vorstandsvorsitzenden ist es gelungen, große Herausforderungen mit beeindruckendem Erfolg zu bewältigen. Heinz Neumüller baute das von ihm gegründete Unternehmen zur führenden Großla-



In den Jahren 2020 und 2021 wurde Cewe mit den Axia Best Management Companies Award ausgezeichnet.

borkette aus; Hubert Rothärmel brachte Cewe an die Börse und trieb die Internationalisierung voran, bevor er Anfang des Jahrtausends die ersten Weichen für die digitale Transformation stellte. Die führte Dr. Rolf Hollander dann mit Bravour und Mut durch, indem er nicht nur die Schlüsseltechnologien des Unternehmens veränderte, sondern auch ein neues Geschäftsmodell etablierte: Aus dem anonymen Dienstleister für Einzelhändler wurde ein erfolgreicher Markenartikler. Dr. Christian Friege schließlich verstärkte seit der Übernahme des Vorstandsvorsitzes die Präsenz von Cewe im Bereich Mobile Imaging, z. B. durch die Akquisition von Cheerz, führte das Unternehmen mit sicherer Hand durch die Corona-Pandemie und gewann in seiner zusätzlichen Funktion als Vertriebsvorstand die britische Drogeriemarkt-Kette Boots als Kunden. Unter Frieges Führung hat Cewe zudem nicht nur die höchsten Umsätze, sondern auch die besten Ergebnisse und die höchsten Dividenden in seiner Unternehmensgeschichte erwirtschaftet. Und das Unternehmen gewann 2020 und 2021 den Axia Best Management

Companies Award, der von Deloitte, WirtschaftsWoche, Credit Suisse und dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) als Gütesiegel für erfolgreiche mittelständische Firmen verliehen wird.

## Das Kuratorium ernennt den Vorstand

Die Unternehmensstruktur von Cewe ist für eine Aktiengesellschaft ungewöhnlich, denn über die Besetzung des Vorstands entscheidet nicht der Aufsichtsrat. Die Geschäftsführung der Cewe Stiftung & Co. KGaA, wie das Unternehmen offiziell heißt, obliegt nämlich der Neumüller Cewe Color Stiftung, deren Kuratorium den Vorstand ernannt. Das Verfahren für die Besetzung dieses Gremiums hat die Stiftung in ihrer Satzung festgelegt, die nicht öffentlich ist. Neben dem Vorsitzenden Dr. Rolf Hollander gehören dem Kuratorium derzeit der Vorsitzende des Aufsichtsrats, Otto Korte (als stellvertretender Vorsitzender), Rechtsanwalt Helmut Hartig (als Vertreter der Erben des Unternehmensgründers) sowie die drei unabhängigen Mitglieder Dr. Kay Hafner (Essen), Katharina Le Thierry (München) und Matthias Peters (Hamburg) an. Nach Informationen der Nordwest-Zeitung haben Korte und Hartig im Kuratorium gegen die Entscheidung gestimmt, den Vertrag mit Friege nicht zu verlängern. Friege selbst wies auf der Bilanzpressekonzferenz am 31. März auf die Kompetenzen des Kuratoriums hin: Die Entscheidungen dieses Gremiums, so der noch amtierende CEO, habe der Vorstand zur Kenntnis zu nehmen und zu akzeptieren. „Wir haben das nicht zu kommunizieren oder Mutmaßungen darüber anzustellen, was als nächstes passieren wird“, betonte Friege. Auf

**Fortsetzung auf Seite 4**

### Fortsetzung von Seite 3

Nachfrage eines Medienvertreters stellte er zudem in einem Versuch, die Wogen der Personaldebatte zu glätten, fest: Die Entscheidung des Kuratoriums, so zitierte er dessen Vorsitzenden, sei mehrheitlich aufgrund unterschiedlicher Auffassungen über die Unternehmensführung getroffen worden. Sie sei nicht getroffen worden, so Friege weiter, weil die Unternehmensergebnisse als unzureichend angesehen oder die strategische Positionierung in Zweifel gezogen würde. Unabhängig davon, wer nach dem 31.12.2022 an der Spitze des Unternehmens stehe, werde sich die Strategie von Cewe nicht ändern, betonte Friege. „Darüber herrscht Konsens zwischen dem Kuratorium, dem Aufsichtsrat und dem Vorstand.“

### Harte Vorwürfe

Wer danach eine Beruhigung der Diskussion erwartet hatte, wurde am Abend des 1. April eines anderen belehrt. In einer knallharten Pressemitteilung über die Gründe der Personalentscheidung erhob die Mehrheit des Kuratoriums schwere Vorwürfe gegen Friege. Im Wortlaut: „Die am 17.3.22 getroffene Mehrheitsentscheidung des Kuratoriums der Neumüller Cewe Color Stiftung, den Vertrag von Vorstandschef Christian Friege nach Ablauf am 31.12.2022 nicht zu erneuern, hat intern und extern zu einer Reihe von Fragen geführt. Der Vorsitzende des Kuratoriums, Rolf Hollander, ist deshalb vom Kuratorium beauftragt worden, für folgende Klarstellung zu sorgen.“



*Trotz der durchaus akzeptablen bis guten Arbeit Frieges, die letzthin 2021 zu leicht rückläufigen Ergebnissen geführt hat, haben sich beim Kuratorium seit längerer Zeit Bedenken gegen Frieges Leistungen und gegen sein Verhalten herausgebildet. Zwei Drittel der Kuratoriumsmitglieder sind der festen Überzeugung, dass Friege nicht mehr das nötige uneingeschränkte Vertrauen für eine Vertragsverlängerung hat - aus persönlichen wie aus inhaltlichen Gründen. Auch bei einem insgesamt gut positionierten Geschäftsmodell und der beliebten Marke Cewe sieht das Kuratorium in einem von immer aggressiver agierender Konkurrenz bedrohten Markt ein dynamischeres Handeln der Gruppe mit neuen gewinnversprechenden Impulsen für erforderlich. Dass Christian Friege das gesellschaftlich und cewe-intern bedeutende Thema Frauen im Vorstand und weiteren leitenden Funktionen nicht erkannt und implementiert hat, ist nach Überzeugung des Vorsitzenden Rolf Hollander ein unentschuldbares Versäumnis. Friege habe die Notwendigkeit der Förderung der Diversität im Unternehmen sowie den Prozess der Berufung einer Frau als Vorständin Personal und Organisationsentwicklung durch das Kuratorium nicht forciert, sondern im Gegenteil massiv behindert. Außerdem habe er eine von Cewe-Mitarbeiterinnen getriebene Initiative der Frauenförderung innerhalb des Unternehmens nicht unterstützt. Dies zeigt, wie unwichtig für Christian Friege Frauenförderung auf allen Ebenen der Cewe-Gruppe ist.“*

Wie die Nordwestzeitung berichtete, war diese Mitteilung vor allem eine Reaktion auf einen Brief, in dem 83 Cewe Führungskräfte der zweiten Leitungsebene das Kuratorium nach den Gründen für seine Personalentscheidung gefragt hatten.

### Widerspruch aus dem Unternehmen

Die operative Führung von Cewe ließ die harten Aussagen nicht auf sich sitzen. In einer Mitteilung mit der Überschrift „Cewe steht für Werteorientierung“ nahm das Unternehmen am 3. April zu Teilen der Vorwürfe Stellung. Hier ist der Text:

„Nach der jüngsten Veröffentlichung des Kuratoriums der Neumüller Cewe Color Stiftung stellt die Cewe Stiftung & Co. KGaA heraus, dass das Unternehmen für eine nachhaltige Werteorientierung und Diversität steht. Zwischen 2017 (Jahr der Amtsübernahme Frieges als CEO – d. Red.) und 2021 stieg die Anzahl der Frauen in Führungspositionen um mehr als 50 Prozent von 95 auf 146. Auf der Geschäftsführungsebene wurde die Hälfte der neu zu besetzenden Positionen mit Frauen besetzt. Insgesamt beträgt der Anteil der Frauen im Unternehmen 48,5 Prozent (31.12.2021). Die Förderung von Frauen in Führungspositionen spiegelt sich in der Diversität bei der Stellenbesetzung wider.“

Dieses Signal ist Cewe insbesondere wichtig, um möglichen Bewerberinnen und Bewerbern ein faktenbasiertes Bild zu vermitteln. Die Ernennung von Vorstandsmitgliedern liegt in der Verantwortung des Kuratoriums der Neumüller Cewe Color Stiftung. Cewe steht für eine werteorientierte, nachhaltig ausgerichtete Führung. Dabei berücksichtigt das Unternehmen sowohl die Interessen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aber auch der Kundinnen und Kunden sowie der Aktionärinnen und Aktionäre. So hat Cewe in den vergangenen zehn Jahren sowohl unter der Führung von Dr. Rolf Hollander als auch unter Dr. Christian Friege nicht nur seine europäische Marktführerschaft ausgebaut und die höchsten Umsätze,



2017 boten Dr. Rolf Hollander (rechts) und Dr. Christian Friege bei der Übergabe des Vorstandsvorsitzes noch ein Bild der Einigkeit.

Ergebnisse und Dividenden in seiner Unternehmensgeschichte erwirtschaftet, sondern stets auch Spitzenergebnisse in der Mitarbeiterbefragung ‚Great Place to work‘ erzielt.“

### Ehemalige Topmanager beziehen Position

Auch ehemalige Top-Manager des Unternehmens haben inzwischen auf die harten Vorwürfe gegen Friege reagiert. So sagte der frühere Personalvorstand, Michael Wefers, der Nordwest-Zeitung, er sei „wirklich bestürzt und entsetzt, was da bei Cewe passiert“, dies gelte auch für zahlreiche seiner ehemaligen Vorstandskollegen. Für die Vorwürfe gegen Friege zeigte Wefers kein Verständnis: „Sie brauchen sich nur die Entwicklung der frauenfördernden Maßnahmen in der Zeit von Herrn Dr. Friege – und vor allem die Entwicklung der tatsächlichen Stellenbesetzungen mit Frauen im Management– anzusehen. Und

dann vergleichen Sie mal die Stellenbesetzungen im Management mit Frauen in der operativen Zeit von Herrn Hollander als Vorstand.“ Und er fügte hinzu, aus seiner Sicht als ehemaliger Personalvorstand sei als Folge der Vorwürfe zu befürchten, „dass Cewe ein Recruitingproblem bei Frauen bekommen wird oder jetzt hat, wenn diese falschen Vorwürfe nicht richtiggestellt werden.“ Sie seien „rufschädigend“, so Wefers in der Nordwest-Zeitung.

### Ein persönliches Wort

Angesichts der betrüblichen Vorgänge in Oldenburg mache ich eine Ausnahme von der Regel, dass Journalisten ihre persönlichen Befindlichkeiten aus der Arbeit heraushalten sollten. Ich kenne Cewe von Kindesbeinen an, und ich habe beruflich mehr als 35 Jahre lang mit diesem Unternehmen und seinen Führungskräften vertrauensvoll, oftmals sogar freundschaftlich,

zusammengearbeitet. Dabei habe ich Cewe immer, und ich meine wirklich immer, als beispielhaft geführtes Unternehmen wahrgenommen, dessen Unternehmenskultur von den klassischen Tugenden hanseatischer Kaufleute geprägt war. Natürlich hat es in den vergangenen sechs Jahrzehnten auch in Oldenburg immer mal wieder interne Meinungsverschiedenheiten gegeben. Aber es war ein ungeschriebenes Gesetz, dass solche Differenzen intern bearbeitet wurden, während nach außen zwischen die Mitglieder des Managements und die Gremien kein Blatt Papier passte.

Dass diese vorbildliche Unternehmenskultur jetzt offenbar der Vergangenheit angehört, tut mir in der Seele weh. Am 4. April, dem Tag, an dem diese Ausgabe von *imaging+foto-contact* in die Druckerei ging, schrieb Rüdiger zu Klampen, Leiter der Wirtschaftsredaktion der Nordwest-Zeitung, in seinem Medium: „Das ungute Bild, das nun vom Unternehmen über eine Reihe bundesweit verbreiteter Mitteilungen entstanden ist, wird Cewe nicht gerecht. Der Foto- und Online-druck-Spezialist ist ja eine Top-Firma. Sie hat in spektakulärer Weise die Transformation von analoger zu digitaler Fotoproduktion gemeistert und ist stetig weiter gewachsen.

Was zurzeit abläuft, wird aber die Suche nach gutem Personal nicht gerade erleichtern. Auch haben die vorhandenen mehr als 4000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter diese Art von Außenwirkung nicht verdient.“ Diesen Aussagen des Kollegen habe ich heute nichts hinzuzufügen.

Thomas Blömer

# Inhalt

## Zum Titelbild

Photoindustrie-Verband ist ideeller Träger der Photopia Hamburg  
Exklusive Partnerschaft . . . . . 11

## Editorial

Kampf um den Vorstandsvorsitz eskaliert  
Zeitenwende bei Cewe . . . . . 2

## Handel

Umsatzzuwachs im achten Geschäftsjahr in Folge  
Ringingfoto wieder mit Rekord . . . . . 8

## Verbände

Foto- und Imaging-Markt 2021 unterbelichtet  
Schwachtes viertes Quartal . . . . . 14

## Interview

Christian Müller-Rieker, Geschäftsführer PIV  
„Den Foto- und Imaging-Markt im Ganzen fördern“ 12

## Neuheiten

Neues FE PZ 16-35 mm F4 G Objektiv von Sony  
Kompakt, schnell und leise . . . . . 19

Neue Pentax Jupiter Porroprismengläser  
Unterwegs mehr sehen. . . . . 20

## Foto- und Imaging-Markt 2021 unterbelichtet Schwachtes viertes Quartal



Der Markt für Foto- und Imaging-Produkte war auch im zweiten Pandemiejahr rückläufig. Das ergibt sich aus den vom Photoindustrie-Verband (PIV) und der GfK veröffentlichten Marktzahlen, die für 2021 im Vergleich zum Vorjahr einen Umsatzrückgang von rund sechs Prozent ausweisen. Noch stärker waren die Verluste beim Absatz: Hier musste die Branche einen Rückgang der Stückzahlen von rund 16,6 Prozent hinnehmen. Abgedefert wurde die negative Entwicklung im Kamerageschäft durch den anhaltenden Trend zu Premium- und Luxusgeräten sowie die Bereitschaft zu Investitionen im Bereich Bewegtbild. Auch Fotoprodukte bleiben bei den Konsumenten beliebt. **Seite 14**

VERBÄNDE

## PIV ist ideeller Träger der Photopia Hamburg



### Exklusive Partnerschaft

Die Hamburg Messe und Congress (HMC) und der Photoindustrie-Verband (PIV) haben eine Partnerschaft vereinbart, in deren Rahmen der PIV exklusiv die ideale

Trägerschaft der Photopia Hamburg übernommen hat. Die 2021 gestartete Veranstaltung, die eine Messe für das Foto- und Imaging-Business mit zahlreichen Events verbindet, soll vom 13. bis 16. Oktober 2022 auf dem Hamburger Messegelände und in der Hansestadt Festival-Atmosphäre erzeugen. **Seite 11**

## Neues FE PZ 16-35 mm F4 G Objektiv von Sony



### Kompakt, schnell und leise

Mit dem Weitwinkel-Zoom FE PZ 16-35 Millimeter F4 G erweitert Sony sein E-Mount Sortiment auf nunmehr 66 Objektive. Das nach Angaben des Herstellers weltweit leichteste Vollformat-Weitwinkelobjektiv mit Power-Zoom passt gut zu kompakten Systemkameras, die häufig für Vlogging, Filmproduktionen, ferngesteuerte Aufnahmen und Landschaftsfotografie eingesetzt werden. **Seite 19**

## Neue Pentax Jupiter Porroprismengläser

### Unterwegs mehr sehen



In den vergangenen zwei Jahren haben viele Menschen den Freizeitwert kurzer Wanderungen oder Spaziergänge in der Nähe ihres Wohnortes neu entdeckt. Wer auf dem Weg ein Fernglas dabei hat, sieht mehr von der Natur. Ricoh Imaging bietet dem Fotohandel für diese Zielgruppe jetzt vier neue Porroprismengläser mit attraktivem Preis-/Leistungsverhältnis an, die im April auf den Markt kommen. **Seite 20**

## Ricoh Imaging bringt GR IIIx im Special Limited Kit

### „Urban Edition“



25 Jahre nach der Vorstellung des ersten Ricoh GR Modells bringt Ricoh Imaging die aktuelle Kamera GR IIIx in einem Special Limited Kit als „Urban Edition“ auf den Markt. Es enthält neben der Kamera, deren Leistungsprofil mit neuen Funktionen ergänzt wurde, einen Lederhandriemen mit einer Applikation in der Farbe des Objektivrings sowie eine schwarze Metall-Blitzschuhabdeckung mit der Gravur „Since 1996“. Die Auflage ist auf weltweit 2.000 Stück begrenzt. **Seite 21**

ZUM TITELBILD

NEUHEITEN

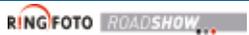


Christian Müller-Rieker

## Christian Müller-Rieker, Geschäftsführer PIV „Den Foto- und Imaging-Markt im Ganzen fördern“

In einem Interview erläutert PIV Geschäftsführer Christian Müller-Rieker die Hintergründe der Partnerschaft mit der Photopia, spricht über die große Bedeutung der Veranstaltung für die gesamte Imaging-Branche und skizziert die Ziele für die nächsten zwei Jahre. **Seite 12**

## Umsatzzuwachs im achten Geschäftsjahr in Folge



## Ringfoto wieder mit Rekord

Auch die Pandemie und die angespannte Liefersituation konnten Ringfoto nicht daran hindern, im Jahr 2021 zum achten Mal in Folge einen Umsatzzuwachs zu verbuchen. Das gab die Kooperation anlässlich ihrer Roadshow bekannt, die zur Freude vieler Mitglieder wieder als Präsenzveranstaltung an vier Orten stattfand. Der Konzernumsatz inklusive der Auslandsumsätze aller Tochtergesellschaften lag 2021 mit 531,0 Mio. Euro um 13,6 Prozent über dem Vorjahr, der Umsatz der Ringfoto GmbH & Co. KG verzeichnete mit einem Volumen 461,6 Mio. Euro ein Plus von 57,0 Mio. Euro bzw. 14,1 Prozent. **Seite 8**

## Cewe plant auch 2022 mit gutem Ergebnis Im Zeichen der Verlässlichkeit



Trotz des Umsatzrückgangs um 4,7 Prozent im Jahr 2021 (siehe imaging+foto-contact 3/2022, S. 22) überwogen auf der Bilanzpressekonferenz von Cewe die guten Nachrichten. Denn das Unternehmen hat mit einem operativen Ergebnis (EBIT) von 72,2 Millionen Euro den Zielkorridor erreicht und lag damit ebenso wie beim Nettogewinn (48,9 Millionen Euro) und beim Ergebnis pro Aktie (6,77 Euro) deutlich über den Ergebnissen des Vor-Corona-Jahres 2019. Davon sollen auch die Aktionäre profitieren, indem die Dividende zum 13. Mal in Folge steigt – auf 2,35 Euro. **Seite 16**

## 15 Jahre F&G Digitalspezialist in Osnabrück Erinnerungen bewahren



Als Hans Frömbling und Dr. Hans-H. Graen im Frühjahr 2007 in einem 50 qm großen Büro in der Mindener Straße in Osnabrück die F&G Digitalspezialist GmbH gründeten, hatten sie nicht viel mehr als die Idee, die auf analogen Filmen, Videos und Fotos festgehaltenen Erinnerungen vieler Menschen durch Digitalisierung für die Nachwelt zu erhalten. 15 Jahre und zwei Umzüge später gehört das mit mehreren Innovationspreisen ausgezeichnete Unternehmen zu den führenden Anbietern solcher Dienstleistungen in Europa. **Seite 22**

INTERVIEW

HANDEL

UNTERNEHMEN

Ricoh Imaging bringt GR IIIx im Special Limited Kit „Urban Edition“. . . . . **21**

### Unternehmen

Cewe plant auch 2022 mit gutem Ergebnis  
Im Zeichen der Verlässlichkeit . . . . . **16**

15 Jahre F&G Digitalspezialist in Osnabrück  
Erinnerungen bewahren . . . . . **22**

Wichtiges aus foto-contact.de . . . . . **25**

Kreative starten Hilfsprojekte für Kinder in der Ukraine  
Workshops für UNICEF . . . . . **26**

Impressum . . . . . **27**

Klein-  
und Personalanzeigen . . . . . **27**

## Immer aktuell:



## Umsatzzuwachs im achten Geschäftsjahr in Folge

# Ringfoto wieder mit Rekord

Auch die Pandemie und die angespannte Liefersituation konnten Ringfoto nicht daran hindern, im Jahr 2021 zum achten Mal in Folge einen Umsatzzuwachs zu verbuchen. Das gab die Kooperation anlässlich ihrer Roadshow bekannt, die zur Freude vieler Mitglieder wieder als Präsenzveranstaltung an vier Orten stattfand. Der Konzernumsatz inklusive der Auslandsumsätze aller Tochtergesellschaften lag 2021 mit 531,0 Mio. Euro um 13,6 Prozent über dem Vorjahr, der Umsatz der Ringfoto GmbH & Co. KG verzeichnete mit einem Volumen von 461,6 Mio. Euro ein Plus von 57,0 Mio. Euro bzw. 14,1 Prozent.

Wesentlich getrieben wurde das Wachstum vom Lagerumsatz, der 305,3 Mio. Euro erreichte und damit den Wert des Vorjahres um 53,5 Mio.

Euro bzw. 21,2 Prozent übertraf. Der Streckenumsatz (Zentralregulierung) wuchs um 3,5 Mio. Euro (2,3 Prozent) auf 156,3 Mio. Euro.

Mit Ausnahme von Spiegelreflexkameras (minus 43,0 Prozent) verzeichnete Ringfoto in allen Sortimentsbereichen Umsatzzuwächse. Besonders deutlich stieg der Umsatz mit Systemkameras (plus 24,1 Prozent), Objektiven (plus 29,4 Prozent), Videoprodukten (plus 52,3 Prozent) und Zubehör für System- und Spiegelreflexkameras (plus 42,1 Prozent). Das Objektivsortiment der Exklusivmarke Voigtländer schnitt mit

einem Umsatzwachstum von 22,4 Prozent wieder deutlich besser ab als im Vorjahr. „Während gefühlt kaum Ware verfügbar war, haben unsere Mitglieder und auch wir in der Zentrale immer wieder etwas zum Verkaufen gefunden“, kommentierte Ringfoto Geschäftsführer Michael Gleich das Wachstum.

Obwohl Kompaktkameras überproportional von Lieferschwierigkeiten betroffen waren, konnte Ringfoto den Umsatz auch in diesem Bereich steigern, was vor allem auf die exklusiven Packages der Special Edition zurückzuführen war. Im Rahmen dieser Bundles, die in dieser Form ausschließlich im Fotofachhandel erhältlich sind, werden Kompaktkameras in Kombination mit Zubehör der Exklusivmarke Peter Hadley angeboten. Bei dieser Eigenmarke will Ringfoto in Zukunft einen



Viele Mitglieder machten von der Möglichkeit Gebrauch, sind endlich wieder persönlich untereinander und mit wichtigen Lieferanten austauschen zu können.



Das moderne redblue Conventioncenter in Heilbronn ist Austragungsort der Fotomesse 2022.

besonderen Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit legen. Beispiele dafür sind Fototaschen, die aus recycelten PET-Flaschen bestehen, und Akkuverpackungen aus recyceltem Material.

### Fachhandel im Trend

„Dass das Unternehmen den Umsatz auch im zweiten Pandemie-Jahr noch einmal steigern konnte und dass mittlerweile fast 59 Prozent aller Fotoprodukte über den Fotofachhandel gekauft werden, zeigt uns zwei Dinge“, betonte Gleich. „Zum einen, dass das Verbraucherinteresse an hochwertigem Fotoequipment nach wie vor ungebrochen ist und zum anderen, dass viele Händler trotz der zahlreichen Corona-Einschränkungen neue, innovative Wege gefunden haben, um ihre Kunden zu erreichen und ihre Umsätze zu stabilisieren.“

Am 31.12.2021 hatte die Ringfoto GmbH & Co. KG 1.180 Mitglieder (Vorjahr: 1.259) mit 1.539 Vertriebsstellen, die Anzahl der Gesellschafter belief sich zum Jahresende auf 368 (10 weniger als Ende 2020). Zwei Eintritten

stehen 12 Austritte gegenüber. Die Ursachen für das Ausscheiden von Mitgliedern seien unverändert finanzielle Gründe und Betriebsaufgaben, die bei einigen Mitgliedern durch die Pandemie noch beschleunigt worden seien, erklärte Gleich.

Das Jahresergebnis von Ringfoto wird traditionell erst anlässlich der Gesellschafterversammlung veröffentlicht, die am 20. Juni endlich wieder als Präsenzveranstaltung in Bremen stattfinden soll. Schon jetzt stehe aber fest, dass das Ergebnis und die Ausschüttung an die Händler überdurchschnittlich hoch ausfallen würden, kündigte Gleich an.

### Neues Extranet Online

Ein weiteres gutes Ergebnis von Ringfoto ist die Tatsache, das neue B2B-Portal RIO 4.0 Anfang Februar planmäßig freigeschaltet wurde und seitdem reibungslos funktioniert. Das neue E-Commerce-System der Ringfoto-Gruppe wurde auf einer der modernsten technischen Plattformen – SAP Spartacus – implementiert. So

können mit einem speziellen Filter nur lieferbare Artikel angezeigt werden. Für Verkaufsgespräche gibt es nun eine Kundensicht, bei der die Konditionen ausgeblendet werden.

Die Nachfrage will Ringfoto auch in diesem Jahr wieder mit Marketing-



Ringfoto Geschäftsführer Michael Gleich: „Viele Händler haben trotz der zahlreichen Corona-Einschränkungen neue, innovative Wege gefunden, um ihre Kunden zu erreichen und ihre Umsätze zu stabilisieren.“

## Handel

Aktivitäten ankurbeln. Ein besonderer Schwerpunkt soll im Sommer auf Google-Kampagnen liegen, mit denen die Kunden effizient zu ihrem örtlichen Fachgeschäft geführt werden.

### Zurück zur Normalität

Nachdem es lange Zeit unsicher war, ob die Roadshow 2022 tatsächlich stattfinden konnte, waren viele Ringfoto Mitglieder und das Management der Zentrale froh darüber, sich nach zwei Jahren ohne Präsenzveranstaltung wieder persönlich austauschen zu können. An den Stationen in Bad Lippspringe, Nümbrecht, Sinsheim und Fürth brachten das viele Besucher zum Ausdruck, auch wenn das Angebot mit 21 Ausstellern und 40 Marken etwas kleiner war als früher.

Das war vor allem dem Bestreben geschuldet, Abstände zu ermöglichen und Konzentrationen vieler Menschen auf engem Raum zu vermeiden.

Die bereits fest geplante Ringfoto-Herbstmesse soll nach der Hauptversammlung einen weiteren Beitrag zur Normalisierung und zur persönlichen Begegnung leisten.

Die Fotomesse 2022 findet am 30. September und 1. Oktober 2022 an einem neuen Standort – dem redblue in Heilbronn – statt und soll wichtige Impulse für das Weihnachtsgeschäft geben.

### Vorsichtiger Ausblick

Beim Ausblick auf das laufende Jahr zeigte sich Gleich angesichts der aktuellen Ereignisse vorsichtig: Da sich

nach Einschätzung der Lieferanten die Unterbrechung der Lieferketten und die damit verbundene beschränkte Warenverfügbarkeit über das gesamte 1. Halbjahr 2022 fortsetzen und wahrscheinlich auch noch das 2. Halbjahr beeinflussen könne, sei eine spürbare Besserung der Liefersituation wohl erst zum Ende des Jahres zu erwarten. „Bis dahin werden wir mit Lieferzeiten, Teillieferungen und Rückständen leben müssen“, erklärte Gleich. „Ob unter dieser Voraussetzung die ambitionierte Planung mit einer weiteren leichten Umsatzsteigerung zu erreichen ist, werden die nächsten Monate zeigen. Der Start ins neue Geschäftsjahr war in jedem Fall positiv, und die ersten beiden Monate lagen leicht über dem Plan.“

## Neuheiten von Voigtländer

Die Ringfoto Exklusivmarke Voigtländer führt mit dem Nokton 23 mm F1.2 X ein Objektiv ein, das für Fujifilm Kameras mit APS-C Sensor entwickelt und mit einer Brennweite von 35 mm KB gut für Reportagen und Alltagsmotive geeignet ist. Die große Anfangsblende von F1.2 ermöglicht detailreiche, geradezu plastische Fotos, deren Hauptmotive sich eindrucksvoll vom Hintergrund abheben. Das neue Nokton ist ausschließlich aus Glas und Metall gefertigt; die Fokussierung erfolgt ausschließlich manuell, die Blende lässt sich in 1/3-Stufen einstellen, und elektrische Kontakte ermöglichen die Kommunikation mit kompatiblen Modellen, sofern diese mit der aktuellen Firmware ausgerüstet sind. Kompakte Abmessungen und ein Gewicht von nur 214 Gramm machen das Objektiv zu einem unaufdringlichen Begleiter. Eine Gegenlichtblende ist im Lieferumfang enthalten. Der Marktstart ist für April geplant, der Preis soll bei 699 Euro (UVP) liegen.



*Wie alle Voigtländer Objektive ist auch das neue Nokton ausschließlich aus Glas und Metall gefertigt.*



*Das 40 mm f2.8 Heliar asphärisch kommt in Schwarz und Silber auf den Markt.*

Ebenfalls neu ist das 40 mm f2.8 Heliar asphärisch. Die Linsenkonfiguration von fünf Linsen in drei Gruppen basiert auf dem traditionellen Voigtländer Heliar Design. Dazu gibt es den Systemadapter Nah+ Typ Leica M Mount auf Fujifilm X, der exklusiv für Voigtländer Objektive entwickelt wurde. Das Objektiv ist mit dem VM-Anschluss und mit M39-Schraubgewinde (hier Voigtländer L\* genannt) erhältlich. Das Objektiv ist mit einer Gesamtlänge von 21,2 mm (VM-Bajonettanschluss) bzw. 20,2 mm (L\*-Schraubfassung) besonders kompakt. Das Gewicht liegt bei 131 g (VM-Anschluss) bzw. 110 g (L\* /M39-Anschluss). Eine Gegenlichtblende und ein Stülpedeckel sind im Lieferumfang enthalten. Beide Anschlussversionen sind jeweils in Schwarz oder Silber erhältlich (Gegenlichtblende und Stülpedeckel nur in Schwarz verfügbar – auch bei der silbernen Variante). Das 40 mm f2.8 Heliar asphärisch wird zu einem Preis von 549 Euro (UVP) angeboten. Der neue Systemadapter Nah+ Typ Leica M Mount auf Fujifilm X, der exklusiv für Voigtländer Objektive entwickelt wurde, zeichnet sich durch komfortable Bedienung aus; eine Verlängerung der kürzesten Aufnahmedistanz ist durch einen Helicoid mit einem Auslieferungshub von 4,5 mm möglich. Eine stufenlose Verriegelung soll versehentliches Unschärfstellen verhindern. Mit einem maximalen Durchmesser von 62,7 mm und einem Gewicht von 74 g ist der Systemadapter Nah+ ab sofort zum Preis von 299 Euro (UVP) erhältlich.



Foto: Hamburg Messe und Congress/A. Kotte

## Photoindustrie-Verband ist ideeller Träger der Photopia Hamburg

# Exklusive Partnerschaft

Die Hamburg Messe und Congress (HMC) und der Photoindustrie-Verband (PIV) haben eine Partnerschaft vereinbart, in deren Rahmen der PIV exklusiv die ideale Trägerschaft der Photopia Hamburg übernommen hat. Die 2021 gestartete Veranstaltung, die eine Messe für das Foto- und Imaging-Business mit zahlreichen Events verbindet, soll vom 13. bis 16. Oktober 2022 auf dem Hamburger Messegelände und in der Hansestadt Festival-Atmosphäre erzeugen.

Die Vereinbarung sieht vor, dass der PIV, der die wichtigsten Unternehmen der Branche vertritt, sich für mindestens zwei Jahre als ideeller Träger der Photopia Hamburg engagiert, die bei ihrer Premiere 2021 ausstellende Unternehmen, Fachpublikum und viele Menschen, deren Leidenschaft das Fotografieren und Videofilmen ist, gleichermaßen begeistern konnte. „Mit wegweisenden Trends und Innovationen aus der Digital-Imaging-

## Internationale Messen und Kongresse

Branche präsentiert sich die Photopia Hamburg im Oktober wieder als inspirierendes Umfeld für das Fachpublikum und die gesamte Community“, erklärte Bernd Aufderheide, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Messe und Congress. „Wir freuen uns sehr, dass der Photoindustrie-Verband die Photopia künftig exklusiv und mit allen Kräften unterstützen wird. Unser gemeinsames Ziel ist es, ein führendes, internationales Imaging-Event in Europa zu etablieren.“

### Fachliche Expertise

„Durch regelmäßige Erhebungen von Wirtschaftsdaten und Marktbeobachtungen verfügt der PIV über fundierte Einsichten in die aktuellen Trends der Branche“, kommentierte PIV Geschäftsführer Christian Müller-Rieker. „Dieses Wissen stellen wir den Messemachern zur Verfügung.“

Mit der Entscheidung, exklusiv als ideeller Träger der Photopia Hamburg aufzutreten, wollen wir jetzt allen

Beteiligten ein Zeichen geben, welche Veranstaltung nach unserer Wahrnehmung das bessere Konzept und größere Potenzial hat, den Foto- und Imaging-Markt im Ganzen zu fördern.“ Vom 13. bis 16. Oktober soll die Photopia Hamburg der Imaging-Branche und -Community zahlreiche Treffpunkte und Formate für Information und Austausch bieten. Erwartet werden Unternehmen aus den Bereichen Bild- und Video-Aufnahme, Be- und Verarbeitung, Speicherung,

# Christian Müller-Rieker, Geschäftsführer des Photo „Den Foto- und Imaging-M

In einem Interview erläutert PIV Geschäftsführer Christian Müller-Rieker die Hintergründe der Partnerschaft mit der Photopia, spricht über die große Bedeutung der Veranstaltung für die gesamte Imaging-Branche und skizziert die Ziele für die nächsten zwei Jahre.

**imaging+foto-contact:** Im vergangenen Jahr ist der PIV als Partner von zwei Branchenveranstaltungen, nämlich der Berlin Photo Week und der Photopia Hamburg, aufgetreten. Jetzt hat sich der PIV Beirat dafür entschieden, exklusiv die ideale Trägerschaft der Photopia Hamburg zu übernehmen. Bedeutet das einen Kurswechsel in Ihrer Messepolitik?

Christian Müller-Rieker: Bekanntlich hat der PIV 70 Jahre lang bis 2020 die photokina in Köln als ideeller Träger unterstützt. Als diese Leitmesse nicht mehr durchgeführt werden konnte, standen wir tatsächlich vor der Heraus-

*Christian Müller-Rieker, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes (PIV): „Als ideeller Träger wollen wir dazu beitragen, dass die Photopia Hamburg als führende Plattform der Foto- und Imaging-Branche in Deutschland und mittelfristig auch in Europa wahrgenommen wird.“ Foto: Firat Bagdu*



forderung, unsere Messepolitik neu zu definieren. Deshalb haben wir im vergangenen Jahr mit der Berlin Photo Week und der Photopia Hamburg zwei Veranstaltungen als Partner unterstützt, um ihnen die Chance zu geben, sich als Plattformen für unsere Branche zu profilieren. Mit der Entscheidung, exklusiv als ideeller Träger der Photopia Hamburg aufzutreten, wollen wir jetzt allen Beteiligten ein Zeichen geben, welche Veranstaltung

nach unserer Wahrnehmung das bessere Konzept und größere Potenzial hat, um den Foto- und Imaging-Markt im Ganzen zu fördern.

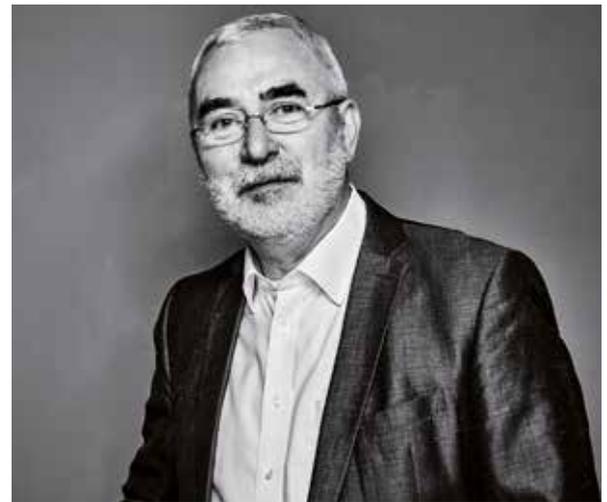
**imaging+foto-contact:** Welche Gründe haben zu dieser Entscheidung des PIV Beirats geführt?

**Christian Müller-Rieker:** Die Entscheidung wurde nicht vom Beirat allein getroffen, sondern spiegelt das Votum wider, das unsere Mitglieder in

Display und Sharing. Die Veranstaltung soll Menschen anziehen, deren Leidenschaft und Business das Fotografieren und Filmen ist.

Neben Influencern, Händlern, Profi-Fotografen, Semi-Pros, Hobby-Fotografen und Foto-Kulturinteressierten gehören dazu ausdrücklich auch Smartphone-User, die ihr Handy für die Aufnahme, Bearbeitung und das Teilen von Fotos und Videos nutzen.

*Bernd Aufderheide,  
Vorsitzender der  
Geschäftsführung der  
Hamburg Messe  
und Congress:  
„Unser gemeinsames  
Ziel ist es, ein führendes,  
internationales  
Imaging-Event in  
Europa zu etablieren.“*



## Industrie-Verbands (PIV)

# Markt im Ganzen fördern“

einer Befragung abgegeben haben. Dabei hat sich klar herauskristallisiert, dass eine große Mehrheit das Konzept der Photopia Hamburg für besonders vielversprechend hält, weil die Veranstaltung bereits bei ihrer Premiere Aussteller, Fachbesucher sowie Foto- und Videoenthusiasten gleichermaßen überzeugen konnte. Mit der Entscheidung, für mindestens zwei Jahre als ideeller Träger der Photopia Hamburg aufzutreten, geben wir der Hamburg Messe und Congress die Möglichkeit, die Veranstaltung nach dem erfolgreichen Start 2021 zielgerichtet weiterzuentwickeln.

**imaging+foto-contact:** Welche Leistungen stellen Sie als ideeller Träger der Photopia Hamburg zur Verfügung?

**Christian Müller-Rieker:** Durch regelmäßige Erhebungen von Wirtschaftsdaten und Marktbeobachtungen verfügt der PIV über fundierte Einsichten in die aktuellen Trends der Branche. Dieses Wissen stellen wir den Messemachern zur Verfügung. Darüber hinaus werden wir die Photo-

pia Hamburg bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unterstützen und gemeinsam mit dem Photopia Team das Rahmenprogramm mitgestalten.

**imaging+foto-contact:** Welche Ziele wollen Sie als ideeller Träger erreichen?

**Christian Müller-Rieker:** Die vergangenen zwei Jahre, in denen wegen der Corona-Beschränkungen nur wenige physische Veranstaltungen möglich waren, haben deutlich gezeigt: Unsere Branche braucht dringend eine Plattform, auf der sich Hersteller, Software-Entwickler, Bilddienstleister und der Fachhandel untereinander austauschen können. Wenn diese Plattform auch viele foto- und video-begeisterte Anwender und Endkunden erreicht, dann lässt sich damit eine signifikante Signalwirkung in der Öffentlichkeit erzielen. Dafür bietet das Konzept der Photopia Hamburg mit dem Photopia Summit auf dem Messegelände, den zahlreichen Ausstellungen, Workshops und Events in der Stadt und der Online-Plattform Photopia 365 sehr gute Vorausset-

zungen. Als ideeller Träger wollen wir dazu beitragen, dass die Photopia Hamburg als führende Plattform der Foto- und Imaging-Branche in Deutschland und mittelfristig auch in Europa wahrgenommen wird.

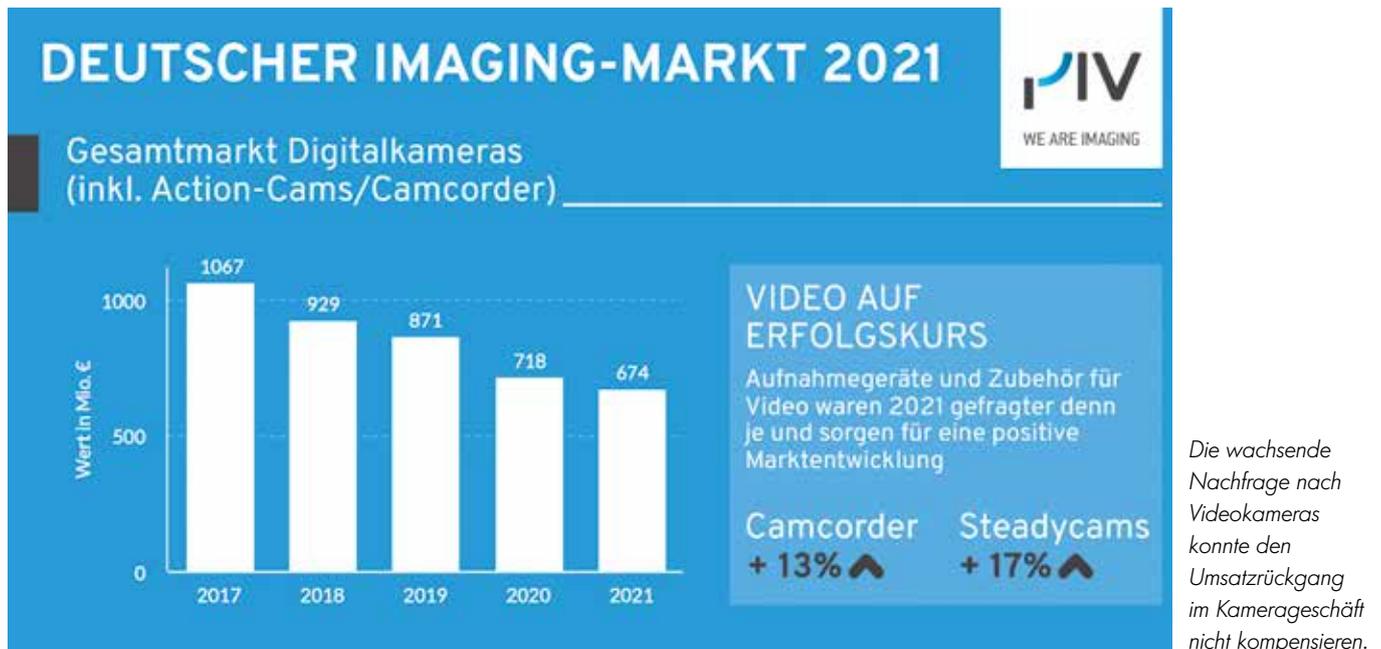
**imaging+foto-contact:** Warum ist die Vereinbarung mit der Messe Hamburg auf zwei Jahre begrenzt?

**Christian Müller-Rieker:** In unserer schnelllebigen Zeit, die nicht nur vom digitalen Tempo, sondern auch von äußeren Einflüssen wie der Pandemie geprägt wurde und wird, ist es wenig realistisch, langfristige Vorhersagen zu treffen. Als ideeller Träger der Photopia Hamburg geben wir der Messe Hamburg die Sicherheit, die nächsten zwei Veranstaltungen mit unserer Unterstützung planen und die Zielgruppen für ihr Konzept begeistern zu können. Wenn das gelingt, wird der PIV gerne die Zusammenarbeit über viele Jahre hinweg fortsetzen.

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

## Foto- und Imaging-Markt 2021 unterbelichtet

# Schwaches viertes Quartal



Der Markt für Foto- und Imaging-Produkte war auch im zweiten Pandemiejahr rückläufig. Das ergibt sich aus den vom Photoindustrie-Verband (PIV) und der GfK veröffentlichten Marktzahlen, die für 2021 im Vergleich zum Vorjahr einen Umsatzrückgang von rund sechs Prozent ausweisen. Noch stärker waren die Verluste beim Absatz: Hier musste die Branche einen Rückgang der Stückzahlen von rund 16,6 Prozent hinnehmen. Abgefedert wurde die negative Entwicklung im Kamerageschäft durch den anhaltenden Trend zu Premium- und Luxusgeräten sowie die Bereitschaft zu Investitionen im Bereich Bewegtbild. Auch Fotoprodukte bleiben bei den Konsumenten beliebt.

Bei einem Mengenrückgang um 16,65 Prozent auf insgesamt 1,31 Mio. Stück ging der Umsatz mit Digitalkameras (inkl. Actioncams und Camcorder) 2021 im Vergleich zum Vorjahr um 6,1 Prozent auf 674 Mio. Euro zurück. Dabei führte der Trend zu

hochpreisigen Produkten aber zu einer positiven Entwicklung im Segment kompakte Systemkameras (CSC), dessen Wert 2021 im Vergleich zum Vorjahr um rund 10,5 Prozent gewachsen ist. Ein deutliches Plus gab es auch bei hochwertigen

Objektiven: So legten CSC-Objektive sowohl in der Menge (+ 10,5 Prozent) als auch im Wert (+ 23,4 Prozent) zu. Die Nachfrage nach Sofortbildkameras und -filmen entwickelte sich weiterhin zufriedenstellend. Hier konnte das starke Absatz- und Umsatzniveau des Vorjahres trotz erschwelter Marktbedingungen gehalten werden.

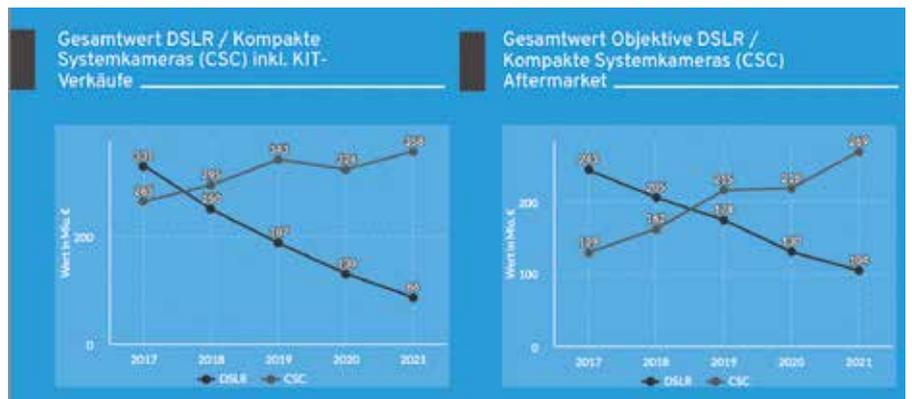
### Schwaches Weihnachtsgeschäft

Im Sommer 2021 waren Marktteilnehmer noch davon ausgegangen, durch das bevorstehende Weihnachtsgeschäft mit attraktiven Neuheiten und Mehrwert-Aktionen der Industrie sowie Vertriebsmaßnahmen des Fachhandels zu einem positiven Jahresabschluss im Kamerageschäft zu kommen. Diese Erwartungen wurden aber bis

auf einige Ausnahmen nicht erfüllt, denn vor allem bei hochpreisigen Modellen führten Lieferengpässe im Dezember 2021 beim Fotohandel zu Umsatzrückgängen von bis zu 30 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Mit dem Aufkommen der neuen Coronavirus-Variante Omikron hatte sich dieser Negativtrend bereits zu Beginn des vierten Quartals ange-deutet. Zum Nachfragerückgang trug neben der mangelnden Verfügbarkeit von Produkten auch eine insgesamt rückläufige Ausgabebereitschaft der Konsumenten bei, da die Inflation und steigende Energiekosten die Stimmung dämpften. Dieser Trend habe aber nicht nur die Foto- und Imaging-Branche betroffen, betonte der PIV in einer Pressemitteilung: Der Gesamtmarkt für technische Konsumgüter sei im vierten Quartal ebenfalls deutlich zurückgegangen.

**Fotobücher und -produkte weiterhin gefragt**

Der Bereich Fotofinishing erwies sich auch im Jahr 2021 als verlässliche Konstante. Weil hochwertige Print-Produkte besonders im Weihnachtsgeschäft wieder stark gefragt waren, ergab sich für das Gesamtjahr erneut eine positive Entwicklung. So legte der Umsatz mit Fotobüchern um 1,7 Prozent auf rund 315 Mio. Euro zu, für Fotoartikel wie Wandbildern, Kalen-



Die steigende Popularität kompakter Systemkameras sorgte auch für mehr Umsatz bei Wechselobjektiven.

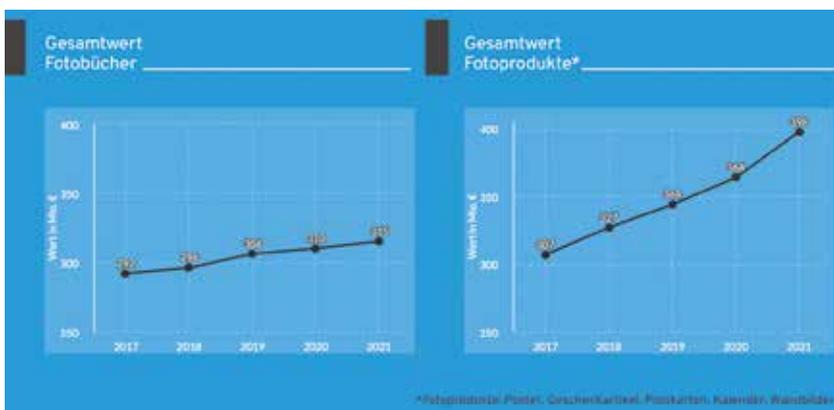
der, Grußkarten etc. gaben die Konsumenten mit 398 Mio. Euro 9,3 Prozent mehr aus als im Vorjahr. Beim Fotofinishing habe sich besonders ausgezahlt, dass Fotodienstleister frühzeitig die Transformation in digitale Geschäftsmodelle vorangetrieben hätten, betonte der PIV. So werde der allergrößte Teil der Fotoprodukte heute online oder mobil über Apps bestellt.

Bewegte Bilder gewinnen vor allem bei jungen Menschen weiter an Bedeutung. So waren Video-Aufnahmegeräte und Zubehör im Jahr 2021 gefragter denn je; daraus ergab sich eine positive Marktentwicklung. Der Umsatz mit – insbesondere hochpreisigen – Camcordern stieg um 13 Prozent auf rund 37 Mio. Euro, auch Steadycams wurden dank Vlogging und Co. stark nachgefragt: Hier stieg der Umsatz um 16,6 Prozent auf 28 Mio. Euro. Die wachsende Bedeutung

von Social Media und Home Office erzeuge neue Anwendungsbereiche für Foto- und Videoprodukte, erklärte der PIV. Diese Anforderungen würden von der Imaging-Industrie mit innovativen Produkten für junge und digitale Zielgruppen konsequent bedient.

**Wachstum im Premiumsegment**

Die Marktentwicklung 2022 wird nach Ansicht des PIV stark vom weiteren Verlauf der Pandemie abhängen. Blieben Lockdowns und Impfrückschläge aus, würden Fotoevents und -anlässe wie Hochzeitsfeiern oder Fernreisen wiederkehren und damit die Lust auf das Fotografieren fördern, betonte der Verband. Dabei sei jetzt schon klar, dass Verbraucher auch 2022 bereit seien, Geld für Premiumprodukte auszugeben und dafür auch höhere Durchschnittspreise zu akzeptieren. Deshalb geht die Branche für dieses Jahr von einem wertstabilen Markt aus. Die Tatsache, dass immer mehr Menschen Gefallen am Bewegtbild finden, sei es auf Vlogging-Ebene für Social Media oder als professionelle Filmemacher, werde weiterhin Hersteller und Händler motivieren, ihr Produkt-Portfolio mittel- und langfristig an diesen Trend anzupassen, um sowohl neue als auch bestehende Kunden zu mobilisieren, erklärte der PIV.



Das Bildergeschäft erwies sich auch 2021 als verlässliche Konstante. Besonders deutlich stieg der Umsatz mit Fotoartikeln wie Wandbildern, Kalendern oder Grußkarten.

## Cewe plant auch 2022 mit gutem Ergebnis

# Im Zeichen der Verlässlichkeit

Trotz eines Umsatzrückgangs um 4,7 Prozent im Jahr 2021 (siehe *imaging+foto-contact* 3/2022, S. 22) überwogen auf der Bilanzpressekonferenz von Cewe die guten Nachrichten. Denn das Unternehmen hat mit einem operativen Ergebnis (EBIT) von 72,2 Millionen Euro den Zielkorridor erreicht und lag damit ebenso wie beim Nettogewinn (48,9 Millionen Euro) und beim Ergebnis pro Aktie (6,77 Euro) deutlich über den Ergebnissen des Vor-Corona-Jahres 2019. Davon sollen auch die Aktionäre profitieren, indem die Dividende zum 13. Mal in Folge steigt – auf 2,35 Euro.

Gleich zu Beginn ging der Vorstandsvorsitzende Dr. Christian Friege auf die aktuelle politische und gesellschaftliche Situation ein. Das Unternehmen sei weder auf der Beschaffungs- noch auf der Absatzseite von dem Krieg in der Ukraine direkt betroffen, da keine Waren oder Dienstleistungen aus diesem Land oder Russland bezogen würden. Die Auswirkungen auf das Konsumentenverhalten seien aber noch nicht abzusehen.

Mit den vom Krieg betroffenen Men-



Auf der diesjährigen Cewe Bilanzkonferenz überwogen trotz der aktuellen Herausforderungen die guten Nachrichten.

schen in Ukraine zeigt sich Cewe solidarisch. So hat das Unternehmen kurzfristig an den langjährigen Partner SOS Kinderdörfer 100.000 Euro gespendet, die für die Betreuung von Kindern und Jugendlichen in den vom Krieg betroffenen Gebieten eingesetzt werden sollen. Im polnischen Kozle,



Cewe CEO Dr. Christian Friege: „Es ist diese kontinuierliche und verlässliche Entwicklung auf allen Dimensionen, die Cewe strategisch ein sicheres und solides Fundament bietet.“

### CEWE Annual Press & Analysts' Conference

CEWE Stiftung & Co. KGaA

March 31, 2022

cewe

wo Cewe im Vorjahr Saisonarbeitskräfte aus der Ukraine beschäftigte, wurde die Belegschaft des dortigen Betriebes aktiv. Sie hat die ehemaligen Kollegen nach Kozle eingeladen, wo sie in einem Haus, das die Cewe Mitarbeiter renoviert haben, untergebracht werden sollen. 27.000 Euro haben die Mitarbeiter bereits für ihre ehemaligen Kollegen gespendet; Cewe verdoppelt diesen Betrag.

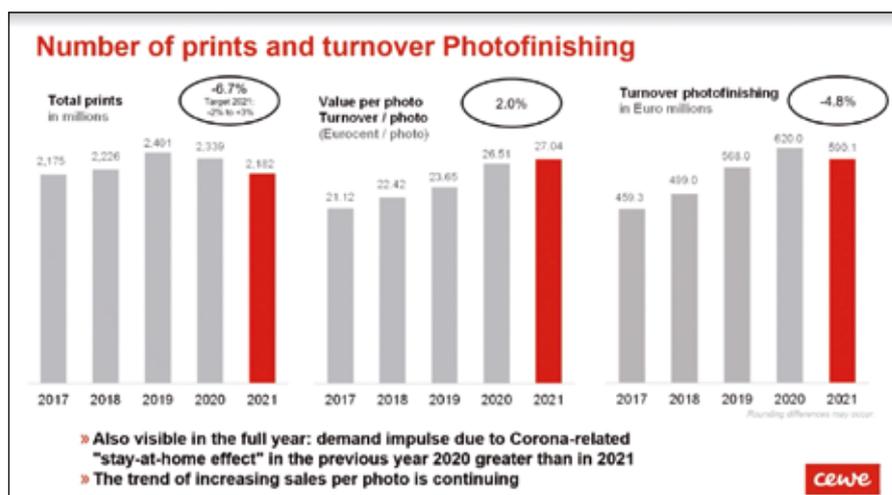
### Fotofinishing spielt tragende Rolle

Das Kerngeschäftsfeld Fotofinishing blieb auch 2021 entscheidend für das Jahresergebnis der Cewe Gruppe. Zwar ging der Umsatz nach den außergewöhnlichen „Stay-at-Home“-Effekten im Jahr 2020 um 4,8 Prozent auf 590,1 Millionen Euro zurück; trotzdem erwirtschaftete der Bereich mit einem operativen Ergebnis (EBIT) von 71,2 Millionen Euro (2020: 88,6 Millio-

nen Euro) fast das gesamte Cewe Jahresergebnis. Umsatz und Gewinn lagen dabei deutlich über dem Niveau des Vorkrisenjahres 2019, obwohl die Zahl der verkauften Cewe Fotobücher um 13,4 Prozent auf 5,65 Millionen Stück zurückging. Dieser Effekt wurde teilweise durch eine Steigerung der Wertschöpfung kompensiert: So stieg der Umsatz pro Foto über alle Produkte von 26,51 Cent im Jahr 2020 um 2 Prozent auf 27,04 Cent im Jahr 2021. Das trug zu einer Ergebnismarge im Geschäftsfeld Fotofinishing bei, die mit 12,7 Prozent ebenfalls über der des Jahres 2019 (12,4 Prozent) lag. Im Corona-Jahr 2020 hatte der außergewöhnliche Nachfrageschub auch zu einer besonders hohen Marge von 15,1 Prozent geführt.

### Kommerzieller Online-Druck leicht erholt

Der Geschäftsbereich Kommerzieller Online-Druck war seit Beginn der Corona-Pandemie besonders von den Auswirkungen der Lockdowns betroffen. So führte die Absage von Messen, für die keine Drucksachen benötigt wurden, die Schließung von Geschäften, die deshalb keine Flyer brauchen, der drastische Rückgang persönlicher Begegnungen, für die keine Visitenkarten mehr nötig waren, und die Schließung von Restaurants, die keine Speisekarten mehr brauchten, im Jahr 2020 zu einem Umsatzabsturz auf 67,8 Millionen Euro nach 103,2 Millionen Euro im Jahr 2019. Auch 2021 musste Cewe im Kommerziellen Online-Druck noch einen leichten Umsatzrückgang von 2,6 Prozent auf 66,0 Millionen Euro hinnehmen. Ein straffes Kostenmanagement und Maßnahmen zur Effizienzsteigerung führten aber zu einer Verbesserung des operativen Ergebnisses um 4,9 Millionen Euro, so dass am Ende ein Gewinn von 1,2 Millio-



Nach dem außerordentlichen Wachstum im Jahr 2020 ging der Umsatz im Geschäftsfeld Fotofinishing zwar zurück, trotzdem erwirtschaftete der Bereich fast den gesamten Jahresgewinn des Unternehmens.

nen Euro verbucht werden konnte; 2019 war in dem Geschäftsbereich ein operativer Verlust in Höhe von 3,7 Millionen Euro entstanden.



Finanzvorstand Dr. Olaf Holzkemper stellte auf der Bilanzpressekonferenz dar, wie solide Cewe finanziert ist.

Auch im Geschäftsfeld Einzelhandel, zu dem Geschäfte in Norwegen, Polen, Tschechien und der Slowakei sowie das Stammhaus Wöltje in Oldenburg gehören, schaffte Cewe im vergangenen Jahr den Turnaround, nachdem 2020 die Schließung von mehr als 40 Filialen beschlossen worden war. Trotz 30 Prozent weniger Standorte verbuchte das Geschäfts-

feld nur einen um 8,7 Prozent reduzierten Umsatz von 31,2 Millionen Euro und trug nach einem Verlust von 4,2 Millionen Euro im Jahr 2020 0,2 Millionen Euro zum operativen Ergebnis der Gruppe bei. Ohne die bekannten Lieferschwierigkeiten wäre noch mehr möglich gewesen, erklärte Friege. Die über die Einzelhandelsgeschäfte erzielten Fotofinishing-Umsätze werden bei Cewe traditionell dem entsprechenden Geschäftsfeld zugeschlagen.

Mit einer starken Bilanzstruktur zeigt sich Cewe auch weiterhin solide finanziert und gut darauf vorbereitet, notwendige Investitionen aus eigener Kraft finanzieren und dabei auch Chancen, z. B. für Akquisitionen, wahrnehmen zu können. Das machte Finanzvorstand Dr. Olaf Holzkemper, auf der Pressekonferenz deutlich. Die Eigenkapitalquote des Unternehmens stieg im vergangenen Jahr von 48,1 Prozent Ende 2020 auf nunmehr 56,0 Prozent.

### Weiter innovativ

Einen Einblick in die Innovationsstrategie von Cewe gab Technikvorstand Dr. Reiner Fageth. In den vergangenen Jahren hat das Unternehmen viele Pro-

## Unternehmen

zesse durch den Einsatz künstlicher Intelligenz deutlich verbessern können. Wichtige Beiträge dazu leistet das vor vier Jahren ins Leben gerufene Mobile and Artificial Intelligence Campus (MAIC) in Oldenburg, in dem das Thema interdisziplinär vorangetrieben wird. So unterstützt künstliche Intelligenz die Gestaltungsassistenten in der Cewe Bestellsoftware bei der Bildauswahl, und auch die Nutzer der Plattform Cewe MyPhotos können von dieser Technologie profitieren, indem sie Bilder von bestimmten Orten, Objekten oder Personen schneller finden. Dabei ermöglicht eine Ereigniserkennung das intelligente Zusammenfassen von Fotos, z. B. für Cewe Fotobücher.

In der Produktion ermöglicht die Bildanalyse mit künstlicher Intelligenz z. B. die korrekte Ausrichtung von digitalisierten Analogfotos. Niedrig aufgelöste digitale Bilder, die z. B. über Messenger an Cewe geschickt werden, können mit Hilfe intelligenter Technologien so hochskaliert werden, dass sie druckfähig sind.

Künstliche Intelligenz nutzt Cewe auch bei internen Prozessen, z. B. im Kundendienst (Spracherkennung), bei der Textanalyse von Emails (Vorselektion für



Die Cewe Fotowelt App wurde 2021 wegen ihrer komfortablen Sicht- und Gestaltungsfunktionen mit dem EISA-Award ausgezeichnet.

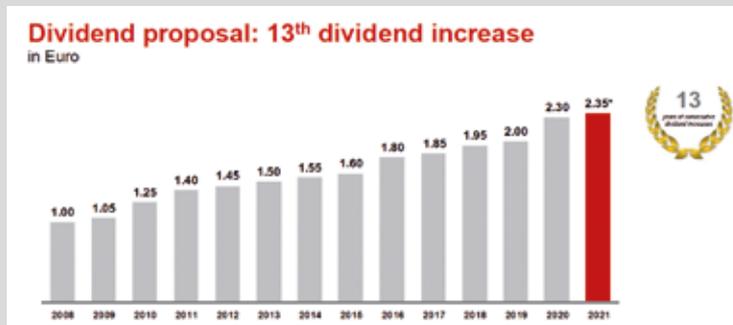
die Bearbeitung) und bei der Preisgestaltung im Einzelhandel.

### Vorsichtiger Ausblick

Die Ziele für das Jahr 2022 hat der Cewe Vorstand in einer ungewöhnlich großen Bandbreite definiert. So soll der Gruppenumsatz ein Volumen in der Spanne von 680 bis 740 Millionen Euro erreichen. Der operative Gewinn wird im Korridor von 65 bis 80 Millionen Euro erwartet und das Nachsteuer-Ergebnis in der Spanne von 42 bis 52 Millionen Euro. „Diese Bandbreite reflektiert die Unsicherheit, die sich derzeit aus der anhaltenden

Corona-Lage, der allgemeinen Verteuerung sowie aus der sich abzeichnenden Inflation und ihren potentiellen Auswirkungen auf die Cewe Geschäftsentwicklung ergibt“, erklärte Friegle. „Unsere Planung berücksichtigt etwaige Auswirkungen eines sich zeitlich oder räumlich ausdehnenden Ukraine-Krieges auf die Konsumhaltung der Kunden nicht. Corona-Erleichterungen könnten aber 2022 wieder mehr Urlaubs- und Fernreisen möglich machen, die Anlass zu vielen neuen Fotos geben und damit auch die Auftragslage im Fotofinishing bei Cewe positiv unterstützen könnten.“

## Dreizehnte Dividendensteigerung in Folge



Nach dem starken Ergebnis des Geschäftsjahres 2021 schlägt der Vorstand der Cewe Stiftung & Co. KGaA dem Aufsichtsrat und der Hauptversammlung vor, eine Erhöhung der Dividende für das Geschäftsjahr 2021 auf 2,35 Euro (Vorjahr: 2,30 Euro) zu beschließen. Vorbehaltlich der Zustimmung dieser Gremien ist dies die dreizehnte Dividendenerhöhung in Folge. Damit gehört Cewe zu den wenigen deutschen Unternehmen, die eine über so viele Jahre kontinuierlich steigende Dividende vorweisen können.

„Die herausragende Leistung aller Cewe-Mitarbeitenden hat es ermöglicht, die Dividende auch im dreizehnten Jahr in Folge erneut zu steigern“, kommentierte Cewe CEO Dr. Christian Friegle. „Es ist diese kontinuierliche und verlässliche Entwicklung auf allen Dimensionen, die Cewe strategisch – auch angesichts der aktuellen politischen und wirtschaftlichen Krisenlage – ein sicheres und solides Fundament bietet.“ Durch das unternehmensinterne Mitarbeiteraktienprogramm werden nach Unternehmensangaben weit über 80 Prozent der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als Aktionäre von der jetzt vorgeschlagenen Dividende profitieren.

## Neues FE PZ 16-35 mm F4 G Objektiv von Sony

# Kompakt, schnell und leise



*Das kompakte und leichte Objektiv passt besonders gut zu kompakten Systemkameras wie der Alpha FX3 aus der Cinema-Line von Sony.*

Mit dem Weitwinkel-Zoom FE PZ 16-35 Millimeter F4 G erweitert Sony sein E-Mount Sortiment auf nunmehr 66 Objektiv. Das nach Angaben des Herstellers weltweit leichteste Vollformat-Weitwinkelobjektiv mit Power-Zoom passt gut zu kompakten Systemkameras, die häufig für Vlogging, Filmproduktionen, ferngesteuerte Aufnahmen und Landschaftsfotografie eingesetzt werden.

Der optische Aufbau des Objektivs, dessen Gesamtlänge beim Fokussieren und Zoomen gleich bleibt, beinhaltet zwei AA (Advanced Aspherical)-Elemente, ein asphärisches Standardelement, je ein Super ED (Extra-low Dispersion)- und ED-Glaselement sowie ein asphärisches ED-Element. Der Einsatz der AA-Elemente unterstützt nicht nur die Korrektur chromatischer und sphärischer Aberrationen, sondern ermöglicht auch eine hervorragende Nahaufnahmeleistung über den gesamten Zoombereich; dabei beträgt der Mindestabstand 28 cm Meter bei 16 Millimeter und 24 cm bei 35 Millimeter Brennweite mit einer

maximal 0,23-fachen Vergrößerung. Die verbesserte Beschichtung unterdrückt unerwünschte Lichtreflexionen und Geistereffekte.

### Neuer Antrieb

Als erstes Alpha-Objektiv nutzt das FE PZ 16-35 Millimeter F4 G für den Fokus- und den Zoomantrieb sechs XD (Extreme Dynamic)-Linearmotoren von Sony. Sie arbeiten nach Angaben des Herstellers besonders reaktionsschnell, flüssig und leise, gewährleisten dabei aber eine präzise Fokussierung auch bei Zeitlupen-, 4K- oder 8K-Aufnahmen. Das Objektiv unterstützt die Aufnahme von Serienfotos mit einer Geschwindigkeit von bis zu 30 Bildern/s.

Die neuen Motoren arbeiten beim Fokussieren, Zoomen und Verstellen der Blende so leise, dass störende Geräusche und Vibrationen bei Filmaufnahmen praktisch nicht wahrnehmbar sind. Bei Verwendung von kompatiblen Kameras oder Zubehörteilen

können deren Tasten und Regler zur Fernsteuerung des Zooms verwendet werden.

Da die Länge des Objektivs immer gleich bleibt, ist es besonders gut für das Filmen mit Kardangriffen geeignet. Der Fokusring lässt sich mit einem Finger bedienen, und die hintereinander angebrachten Ringe für Fokus und Zoom sind so abgestuft, dass sie mit dem Tastgefühl leicht unterschieden werden können, während man auf den Monitor oder durch den Sucher blickt. Mit einer aktivierbaren Sperre lässt sich verhindern, dass der Blendenring versehentlich verschoben wird.

Das Objektiv ist staub- und feuchtigkeitsabweisend; eine Fluorbeschichtung schützt die Frontlinse vor Verschmutzungen und erleichtert die Reinigung.

Das FE PZ 16-35 mm F4 G (SEL1635G) von Sony kommt im Mai für 1.499 Euro (UVP) auf den Markt.

# Neue Pentax Jupiter Porroprismengläser

# Unterwegs mehr sehen



Die drei 50 mm Modelle unterscheiden sich trotz der unterschiedlichen Vergrößerungsfaktoren äußerlich nicht.

In den vergangenen zwei Jahren haben viele Menschen den Freizeitwert kurzer Wanderungen oder Spaziergänge in der Nähe ihres Wohnortes neu entdeckt. Wer auf dem Weg ein Fernglas dabei hat, sieht mehr von der Natur. Ricoh Imaging bietet dem Fotohandel für diese Zielgruppe jetzt vier neue Porroprismengläser mit attraktivem Preis-/Leistungsverhältnis an, die im April auf den Markt kommen.

Die vier Modelle der neuen Pentax Jupiter-Serie zeichnen sich durch einen großen Frontlinsendurchmesser aus, der eine gute Lichtausbeute für ein helles, klares Sichtfeld ermöglicht. Die optische Kompetenz des Herstellers

drückt sich in guten Abbildungseigenschaften aus, so dass dank der Mehrschichtvergütung der Frontlinse weder Verzerrungen noch Farbsäume den Blick auf die Motive beeinträchtigen.

### Große Linsen

Die lichtstärksten Varianten der neuen Serie sind auch für den Einsatz bei schlechten Lichtverhältnissen und in der Dämmerung geeignet: Das Pentax Jupiter 8x40 (UVP 89,99 Euro), das auch das kompakteste Fernglas der neuen Familie ist, verbindet eine achtfache Vergrößerung (Sichtfeld in 1000m 143m) mit 40 mm Frontlinsendurchmesser; das Schwestermodell 10x50 (UVP 99,99 Euro) bringt es, wie die Typenbezeichnung schon sagt, auf zehnfache Vergrößerung (Sichtfeld 114m) und 50 mm Durchmesser. Mit einem Gewicht von 735g bzw. 870g hält sich die Traglast in Grenzen. Mit ebenfalls 50 mm Frontlinsendurch-

messer sind die Varianten 12x50 (UVP 109,99 Euro) und 16x50 (UVP 119,99 Euro) eine gute Empfehlung für Kunden, die entfernte Objekte mit 12- (Sichtfeld 98m) bzw. 16facher (Sichtfeld 61m) Vergrößerung noch näher „heranholen“ möchten. Auch bei diesen Versionen ist das Gewicht kein Hinderungsgrund fürs Mitnehmen, denn sie wiegen mit 860g bzw. 885g praktisch genauso viel bzw. wenig wie ihre Schwestern. Trotz der unterschiedlichen Vergrößerungsfaktoren sind die Abmessungen der drei 50 mm Modelle identisch. Dank ihres gummierten Gehäuses liegen die Ferngläser gut und sicher in der Hand. Für längere Beobachtungen können sie mit dem eingebauten Gewinde auch auf einem Stativ befestigt werden.

Bei allen neuen Pentax Jupiter Porroprismengläsern gehören Tragegurt, Okular- und Objektivdeckel sowie Tasche zum Lieferumfang.

## Ricoh Imaging bringt GR IIIx im Special Limited Kit

# „Urban Edition“

25 Jahre nach der Vorstellung des ersten Ricoh GR Modells bringt Ricoh Imaging die aktuelle Kamera GR IIIx in einem Special Limited Kit als „Urban Edition“ auf den Markt. Es enthält neben der Kamera, deren Leistungsprofil mit neuen Funktionen ergänzt wurde, einen Lederhandriemen mit einer Applikation in der Farbe des Objektivrings sowie eine schwarze Metall-Blitzschuhabdeckung mit der Gravur „Since 1996“. Die Auflage ist auf weltweit 2.000 Stück begrenzt.

Das Gehäuse der Kamera ist in einem grauen Metallic Finish gehalten, mit dem ein dunkelblauer Objektivring kontrastiert. Diese Kombination, welche die Farben der Großstadt wieder spiegeln soll, wurde nach Aussage des Herstellers durch den grauen Asphalt und die Neonlichter inspiriert, die von regennassen Straßen reflektiert werden.

Die Ricoh GR IIIx ist eine Weiterentwicklung der 2019 eingeführten GR III, die das System GR von Grund auf neu definierte. 2021 folgte mit der GR IIIx ein Modell, in dem der Hersteller das Chassis, den 24,2 Megapixel APS-C Sensor und das User-Interface der GR III übernahm, aber das 28 mm Objektiv (KB) durch eine 40 mm Brennweite (KB) ersetzte, die



Die GR IIIx „Urban Edition“ im Special Limited Kit ist ab April erhältlich.

annähernd der eines klassischen Normalobjektivs und damit der menschlichen Sehperspektive entspricht. Da dieses Objektiv eine größere Distanz zum Motiv erlaubt als Modelle mit 28mm Brennweite, wird auch eine Freistellung des Motivs mit größerer Tiefenwirkung möglich.

### Neue Funktionen

Für die GR IIIx im Special Limited Kit „Urban Edition“ hat Ricoh Imaging das Leistungsprofil des Modells um neue Funktionen erweitert, die auch für die aktuellen GR III und GR IIIx Modelle als Firmware-Update zur Verfügung stehen.

Im Snap-Distance-Priority-Modus können die Entfernung und die Schärfentiefe vorgegeben und abgerufen werden, um im Panfokus-Modus ohne Verzögerung auszulösen. Dabei wird die Entfernung von 3,5 m als weiterer Fix-

fokuswert zu den Voreinstellungen hinzugefügt.

Die Speicheroptionen für den Auslöser werden mit der neuen Firmware erweitert. So kann er jetzt auf Druck unabhängig von der Belichtungsspeicherung auch die Entfernungseinstellung speichern. Dadurch wird das Vorfokussieren auf ein bestimmtes Motiv möglich, das trotzdem individuell belichtet werden kann. Bei der Bildwiedergabe kann das Bearbeitungsmenü jetzt mit einem Druck auf das berührungsempfindliche Display direkt gestartet werden.

Die GR IIIx „Urban Edition“ im Special Limited Kit ist ab April erhältlich und soll 1.099,99 Euro (UVP) kosten.

Im Sommer soll die Kamera als „Urban Edition“ Farbvariante des Standardmodells (ohne Lederriemen und Metall-Blitzschuhabdeckung) auf den Markt kommen.

## 15 Jahre F&G Digitalspezialist in Osnabrück

# Erinnerungen bewahren

Als Hans Frömbling und Dr. Hans-H. Graen im Frühjahr 2007 in einem 50 qm großen Büro in der Mindener Straße in Osnabrück die F&G Digitalspezialist GmbH gründeten, hatten sie nicht viel mehr als die Idee, die auf analogen Filmen, Videos und Fotos festgehaltenen Erinnerungen vieler Menschen durch Digitalisierung für die Nachwelt zu erhalten. 15 Jahre und zwei Umzüge später gehört das mit mehreren Innovationspreisen ausgezeichnete Unternehmen zu den führenden Anbietern solcher Dienstleistungen in Europa.



*Hans Frömbling (links) und Dr. Hans-H. Graen gründeten 2007 die F&G Digitalspezialist GmbH.*

Dabei war die junge Firma, die man heute als Startup bezeichnen würde, nach ihrer Gründung durchaus auf Skepsis gestoßen. Denn damals gab es kaum leistungsfähige, technische Geräte und Software-Lösungen, mit denen die Digitalisierung von analogen Film- und Fotomaterialien in industriellem Umfang möglich gewesen wäre.

Deshalb blieb den Gründern nichts anderes übrig, als eigene Lösungen zu entwickeln, indem sie vorhandene Technologien und Geräte modifizierten und Schnittstellen für aktuelle Computer schufen. Dafür wurden z. B. Hochleistungsscanner für klassische Großlabore an die neuen Anforderungen angepasst. Zudem wurden auch Abspielgeräte wie Videorecorder angeschafft, die heute kaum noch erhältlich sind. „Um die Qualität der Digitalisierung auch in Zukunft gewährleisten zu können, ist es entscheidend, hochqualifizierte Techniker zur Verfügung zu haben, die den vorhandenen Gerätepark warten und lauffähig halten“, betonte Dr. Hans-H. Graen, Geschäftsführer von F&G Digitalspezialist.

### Modernes Digitallabor

Heute beschäftigt digitalspezialist in den 2016 bezogenen, 800 qm großen Räumlichkeiten eines ehemaligen Supermarktes in der Sutthausener Straße in Osnabrück 25 Spezialisten für Fotografie, IT, Mediengestaltung,



*In einem 50 qm großen Büro, von den Gründern liebevoll „Raketenbude“ genannt, begann die Unternehmensgeschichte.*

Druck und Naturwissenschaften. Sie nutzen moderne, oftmals selbstentwickelte oder modifizierte Systeme, um analoge Fotos, Dias und Filmsequenzen in Bits und Bytes zu übersetzen und mit spezieller Software so zu bearbeiten, dass auch die digitalen Medien in derselben Qualität erscheinen wie die Originale. Oft sehen die digitalisierten Bilder dank KI-basierter Bearbeitungssoftware sogar besser aus als ihre häufig schon vom Alter gezeichneten Vorbilder.

Eine Grundlage für den Erfolg von digitalspezialist ist die Fähigkeit, nahezu alle analogen Foto- und Filmmedien digitalisieren zu können: Schmalfilme, VHS-Videokassetten, Fotos, komplette Fotoalben, Dias und Negative (letztere in Kleinbild-, Mittel- und Großformat) ebenso wie Minox-, Halbformat- und Instamatic-Dias und Negative sowie Videos in den fast vergessenen Standards U-matic, Video 2000, Video 8 und Betamax.

**Erfolg mit starken Partnern**

In den vergangenen 15 Jahren hat das Unternehmen über 500.000 Aufträge bearbeitet und dabei fast 180 Millionen Medien digitalisiert. Der schnelle Weg zur industriellen Produktion ist auch dem ersten Großkunden zu verdanken: digitalspezialist war noch in



*In der rund 800 qm großen Produktionshalle in den Räumlichkeiten eines ehemaligen Supermarktes werden jedes Jahr Millionen Bilder, Dias und Filme bearbeitet.*

der Gründungsphase, als sich der Tchibo-Konzern meldete, der gerade auf der Suche nach einem Partner für die Film- und Bilddigitalisierung war. Das Osnabrücker Startup bekam den Zuschlag und war dadurch praktisch gezwungen, seine Produktionskapazitäten umgehend hochzufahren. Heute beliefert digitalspezialist zahlreiche, ganz verschiedene Kunden wie Fotohändler und Großlabore in Deutschland, Österreich, BeNeLux sowie der Schweiz und bietet seine Dienstleistungen über seine Webseite [digitalspezialist.shop](https://digitalspezialist.shop) auch Endkunden an. Nicht zuletzt arbeitet das Unternehmen auch häufig für Berufsfoto-

grafen, Firmen, Archive und Museen, die ihre Bestände digitalisieren wollen. „Der größte Einzelauftrag der Firmengeschichte war aber die Digitalisierung von knapp 80.000 Dias für einen Privatkunden“, erinnerte sich Graen.

Die „heiße Phase“ der Produktion findet regelmäßig im Winter statt, wenn besonders viele Menschen ihre privaten Fotoarchive durchforsten und dann ihre wertvollen Erinnerungen in digitale Medien transferieren lassen. „In den Herbst- und Wintermonaten stocken wir trotz kontinuierlicher Optimierung und Automatisierung der Produktionsprozesse das Personal deutlich auf und arbeiten bei Bedarf auch im Mehrschichtbetrieb“, berichtete Graen.

**Mehr Qualität zum Jubiläum**

Zum 15jährigen Bestehen will digitalspezialist die Qualität der Digitalisierung von Dias und Negativen nochmals steigern. Dafür werden für Dias der Profi-Stufe Auflösungen von 6.000ppi/dpi angeboten, bei der Digitalisierung von Color- und Schwarzweiß-Negativen sind es



*Zur Verbesserung der Bilder wird KI-gestützte Bearbeitungssoftware eingesetzt.*

## Unternehmen

3.000ppi/dpi oder 4.500ppi/dpi. Für die Premium- und Profi-Qualität setzt das Unternehmen Bildbearbeitungssoftware ein, die mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz (KI) eine besonders differenzierte Wiedergabe von hellen und dunklen Bereichen unterstützt, um detailreiche Bilder mit natürlichen, sattem Farben zu erzeugen. „Die Qualität der Digitalisierung ist das eine, moderne Datenträger und der Upload in eine Cloud sowie eine sichere, schnelle Auftragsbearbeitung das andere“, betonte Graen. „Weil beides bei uns selbstverständlich ist, sind wir für unsere Qualität und Zuverlässigkeit bekannt.“

Damit das so bleibt, lässt digitalspezialist seit 2008 als einziger Dienstleister der Branche jährlich die Abläufe bei der Überspielung von Schmalfilmen, Videos und Dias im Rahmen einer Revision der Fertigungsstätte vom TÜV Rheinland überprüfen. „Das gibt unseren Kunden die Sicherheit, dass sie sich auf die Qualität unserer Produkte verlassen können“, betonte Graen. „Die Beurteilung der Qualität und der Serviceleistungen überlassen wir gern direkt unseren Kunden, dazu braucht es keinen TÜV.“

Die Reaktionen der Kunden sammelt das unabhängige, externe Bewertungsportal Proven Expert im Internet ein. Um Fake-Bewertungen auszu-



*Komplette analoge Fotoalben können ohne Beschädigung oder Zerlegung digitalisiert werden.*

schließen, wird geprüft, ob die Kommentare von „echten“ Kunden stammen. Alle verifizierten Bewertungen werden dann in das Portal eingestellt, auch wenn sie einmal kritisch ausfallen.

### Ausgezeichnete Innovationskraft

Für seine innovativen, selbst entwickelten Lösungen wurde digitalspezialist schon mehrfach ausgezeichnet. So prämierte z. B. die Initiative Mittelstand das Verfahren, analoge Fotoalben ohne Beschädigung oder Zerlegung komplett zu digitalisieren, mit dem Innovationspreis IT.

Um sich für die Zukunft richtig aufzustellen, setzt digitalspezialist vor allem auf Nachhaltigkeit, die schon heute in allen Bereichen des Unternehmens fest verankert ist. Dazu gehört neben dem ressourcenschonenden Umgang mit Rohstoffen auch ein Maßnahmenkatalog zur deutlichen Senkung des Kohlendioxid-Ausstoßes bis 2025; langfristig streben Graen und seine Mitarbeiter komplette Klimaneutralität an. Um das zu erreichen, sollen Konzepte zur signifikanten Einsparung von Energie durch die Umstellung des Betriebes auf 100 Prozent zertifiziertem Ökostrom ergänzt werden.

Natürlich arbeitet das Team auch an der weiteren Verbesserung der automatisierten Produktionsprozesse. „Fotografie ist ein unbestreitbar mächtiges Medium“, betonte Graen. „Frei von den Zwängen der Sprache friert sie die Einzigartigkeit eines Moments in der Zeit ein. Um diese jetzt und in der Zukunft zu bewahren, arbeiten wir auch an der Entwicklung von neuen Dienstleistungen zur Sicherung von analogen und digitalen Medien.“ Welche das sind, soll die Branche (und der Wettbewerb) dann erfahren, wenn sie fertig sind.

### Fidlock auf dem Foto- und Umweltfestival „horizonte zingst“

Fidlock, der Spezialist für Taschen mit magnetischem Schnappverschluss und weiteres pfiffiges Fotozubehör, wird seine Produkte erstmals auf dem Fotomarkt des Foto- und Umweltfestivals „horizonte zingst“ präsentieren. Die Veranstaltung, die regelmäßig tausende ambitionierte Hobby- und Profifotografen anzieht, findet vom 20. – 29. Mai 2022 auf der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst statt. Neben den bereits verfügbaren Hermetic dry bags und dem Twist-System zur Halterung der Trinkflasche am Fotorucksack wird Fidlock auch das mit dem Design & Innovation Award 2021 ausgezeichnete Vacuum-Produktport-



folio sowie einen magnetischen Kameragurt präsentieren, der den Nacken vor und nach der Aufnahme komplett vom Kameragewicht entlasten soll. Auch ein vielseitig einsetzbarer Adapter, der Magnet- und Saugkraft kombiniert, wird auf dem Festival gezeigt.

„Wir möchten das Fotofestival nutzen, um mit potenziellen Kunden, Fotografen, Fotohändlern sowie Industriepartnern ins Gespräch zu kommen“, erklärte Holger Knorr, Director Sales Retail von Fidlock. „Nur durch den aktiven Austausch können wir gezielt der Imaging-Branche nicht nur neue, sondern auch nachhaltige Impulse geben.“

## Glanzlichter 2022 entschieden

Bereits zum 24. Mal wurden die „Glanzlichter der Naturfotografie“ gesucht. Fast 16.000 Bildeinsendungen von Fotografen aus 41 Ländern sind in diesem Jahr eingereicht worden. 2.703 Bildeinsendungen haben am Fritz Pölking Award und 339 Bildeinsendungen am Junior Award teilgenommen.

Seit August hatten die Fotografen die Möglichkeit, ihre Bilder einzureichen. Für diesen Glanzlichter-Jahrgang hat erst-



mals Steffi Lemke, Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz die Schirmherrschaft übernommen.

Die Auszeichnung mit dem Patronat des „Deutschen Verbandes für Fotografie“ ist ebenfalls eine Würdigung des hohen Glanzlichter-Standards. Die Glanzlichter-Sponsoren aus der Fotoindustrie stellen Preise im Gesamtwert von über 28.000 Euro zur Verfügung.

Die Jury bestand in diesem Jahr aus Gisela Pölking, Naturfotografin, Sven Meurs, Fotojournalist sowie die Veranstalterin des Naturfoto-Wettbewerbs und Naturfotografin Mara Fuhrmann. Gewinner ist Ivan Pedretti aus Italien mit dem Bild „Das Auge“. Die Siegerehrung findet während der 24. Internationalen Fürstenfelder Naturfototage am Freitagabend, 22. April 2022, statt.

## Luminar Neo jetzt im Microsoft Store

Luminar Neo von Skylum ist ab sofort im Microsoft Store für Windows erhältlich. Die Anwendung, die mit Windows 11 kompatibel ist, soll es ihren Nutzern mit KI-basierten Werkzeugen möglich machen, Bilder nach ihren eigenen Vor-



durchführen lassen“, erklärte Ivan Kutinin, CEO von Skylum. „Wir freuen uns sehr, Teil der Microsoft-Erfahrung als

## European Imaging Group übernimmt Mehrheit von Cyfrowe.pl

Die European Imaging Group (EIG) hat eine Mehrheitsbeteiligung an dem polnischen Omnichannel-Fachhändler für Foto- und Videoprodukte, Cyfrowe.pl, erworben. Die Transaktion, die vorbehaltlich der Genehmigung durch die zuständige Wettbewerbsbehörde im zweiten Quartal 2022 abgeschlossen sein soll, werde die Position der EIG als führender paneuropäischer Multichannel-Fachhändler weiter stärken und eine Basis für die weitere Expansion in die osteuropäischen Märkte schaffen, heißt es in einer Pressemitteilung.

Cyfrowe hat seinen Hauptsitz in Danzig und betreibt fünf erfolgreiche Einzelhandelsgeschäfte in Polen sowie eine gut etablierte E-Commerce-Plattform. Das Angebot des Unternehmens umfasst Neu- und Gebrauchtgeräte sowie Dienstleistungen wie Kundens Schulungen und Workshops. Das Managementteam soll unter der Leitung von Gründer und CEO Jaroslaw Banacki bleiben, der weiterhin Anteilseigner ist und für die zukünftige Entwicklung von Cyfrowe verantwortlich sein wird.

„Wir freuen uns sehr über diese Übernahme“, kommentierte Richard Glatzel, Group CEO der European Imaging Group. „Cyfrowe ist der stark wachsende Akteur Nr. 1 in Polen – ein Markt, der neu für die European Imaging Group ist und der für uns eine großartige Basis für den Eintritt in den osteuropäischen Markt sein wird. Auch Cyfrowe wird weiterhin vom Austausch bewährter Verfahren innerhalb der gesamten EIG profitieren. Wir freuen uns besonders, dass Jaroslaw Banacki als CEO von Cyfrowe an Bord bleibt, um die zukünftige Entwicklung des Unternehmens voranzutreiben.“

„Seitdem ich Cyfrowe im Jahr 2003 gegründet habe, hat sich unser Unternehmen erfolgreichen zur Nummer 1 unter den Omnichannel-Foto- und Videohändlern in Polen entwickelt“, fügte Jaroslaw Banacki hinzu. „Jetzt ist es an der Zeit, dass wir den nächsten Schritt in unserer Wachstumsgeschichte gehen. Ich bin davon überzeugt, dass die European Imaging Group der ideale Partner für uns ist, um die starke Entwicklung von Cyfrowe voranzutreiben und unsere Erfolgsgeschichte fortzuschreiben.“

stellungen zu gestalten und dabei, so das Software-Unternehmen, mit weniger Erfahrung professionelle Ergebnisse zu erzielen.

„Luminar Neo wurde von Grund auf mit einer neuen Engine entwickelt und verfügt über brandneue KI-Tools, mit denen sich sonst zeitaufwendige Korrekturen wie das Entfernen von Stromleitungen aus einer Landschaft oder das Ausgleichen schlechter Beleuchtung schnell

unabhängiger Softwareentwickler zu sein und sind gespannt auf den weiteren Ausbau des Microsoft-Vertriebsnetzes. Die neuesten Verbesserungen in Windows 11 wurden mit Luminar Neo übernommen.“

Skylum stellte bereits während der Vorstellung von Windows 11 im Sommer 2021 Luminar AI für Windows vor, um zu zeigen, wie Apps unter Windows 11 die menschliche Kreativität unterstützen können, wenn sie künstliche Intelligenz nutzen. Nun ist die gesamte Luminar-Produktlinie, einschließlich des neuen Luminar Neo, für Windows verfügbar.

Die KI- und ML-Fotobearbeitungsfunktionen von Luminar Neo sind eine gute Ergänzung zu Windows 11, das hohe Geschwindigkeiten und große Effizienz bei der Verarbeitung und Verwaltung von Fotos bietet.

## Kreative starten Hilfsprojekt für Kinder in der Ukraine

# Workshops für UNICEF

Das von Nina Claussen-Dölle, Alexander Heinrichs und Sven Dölle gegründete Projekt „Photographers for Charity“ hat eine gemeinsame Spendenaktion für die „Nothilfe Ukraine“ von UNICEF ins Leben gerufen. Im Rahmen der Aktion „forCharity x you“ veranstalten mehr als 40 Fotografen und Fotografinnen, Digital Artists und Content Creators im Zeitraum vom 4. April bis zum 21. Mai 2022 Workshops, Webinare und Fotowalks, um mit dem Erlös die Arbeit von UNICEF in der Ukraine zu unterstützen.

Alle Angebote werden auf der Eventplattform [www.forCharity.de](http://www.forCharity.de) vorgestellt. Hier finden sich außerdem weitere Informationen über das Projekt, Möglichkeiten zur Buchung von Veranstaltungen und ein Link zum UNICEF-Portal für direkte Spenden. Unterstützt werden sollen vor allem die 7,5 Millionen Mädchen und Jungen, deren Leben und Wohlergehen durch den Krieg in Gefahr ist. UNICEF, das Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen, ist vor Ort im Einsatz, um humanitäre Hilfe zu leisten: So finden geflüchtete Familien z. B. Schutz in sicheren Anlaufstellen entlang der



Fluchtrouten und werden mit Lebensmitteln, Hygieneartikeln, Kleidung und Erste-Hilfe-Sets versorgt.

### Breites Programm

„Wir haben uns angesichts der erschreckenden Lage in der Ukraine gefragt, wie wir als Kreative helfen können“, erklärte Sven Dölle, Mitbegründer von „Photographers for Charity“. „Ganz einfach: Mit dem, was wir am besten können und leidenschaftlich gerne tun: kreativ werden.“ Ziel des aktuellen Fundraising-Projekts sei es, die Community hinter einem breiten Kreativprogramm zu versammeln und über die Teilnahmegebühren für Workshops, Webinare und Fotowalks Spenden für die Ukraine-Nothilfe von UNICEF zu generieren, fügte Dölle hinzu.

„Das Projekt wird von vielen Kreativen unterstützt“, sagte Mit-Initiatorin Nina Claussen-Dölle. „Neben Ulla Lohmann, Manfred Baumann, Robert Maschke und Michael Ginzburg wer-

den viele weitere Fotografen und Fotografinnen, Digital Artists und Content Creators exklusive Veranstaltungen anbieten, die Interessierte auf [www.forCharity.de](http://www.forCharity.de) finden. Die so erzielten Einnahmen werden an UNICEF weitergeleitet. Wir rufen alle Fotofans – von Amateuren, über Profis bis zu Fotoorganisationen, Fotofachgeschäfte und die Imaging-Industrie auf, sich an dieser Aktion zu beteiligen.“ Auch weitere Kreative, die mit entsprechenden Veranstaltungen helfen wollen, sind den Organisatoren herzlich willkommen.

Bereits seit 2014 organisiert das von Nina Claussen-Dölle, Alexander Heinrichs und Sven Dölle gegründete Projekt „Photographers for Charity“ in Zusammenarbeit mit namhaften Kreativen Fotografie-Workshops, deren Erlöse für wohltätige Zwecke gespendet werden. Bisher wurden u. a. die Organisationen „Roundtable Childrens Wish“, „Tabalugahaus Duderstadt“ und „One Day e.V.“ unterstützt.

**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

**Stative u. Zubehör**  
Wegen Betriebsumstellung verkaufen wir zum halben Preis die Artikel laut unserer Homepage „lump-stative“.  
0176 380 79 349

**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

Aus Altersgründen  
**Nachfolger/in gesucht**  
für Fotogeschäft/-Studio  
in **89269 Vöhringen**  
Mobil 0176 73 56 52 25

Anzeigenschluß für Ausgabe 5/2022 ist der 11. April 2022  
E-Mail an: b.klombs@cat-verlag.de

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



**GEISSLER**

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**



Wir sind ein familiengeführtes Unternehmen in Konstanz seit 1924. Unser Team aus professionellen Fachkräften berät unsere Kunden individuell und nach ihren Wünschen. Das ist unser Markenzeichen. Wir führen Firmen wie Leica, Nikon, Canon, Panasonic, Sony, Olympus u.v.m..

Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir ab sofort oder nach Absprache eine/n

**Fotofachverkäufer/in** oder eine/n  
**Fotograf/in**

Sie haben die passende Ausbildung, sind engagiert, zuverlässig und haben Freude am Umgang mit Kunden? Ein stilvolles Erscheinungsbild und eine positive Ausstrahlung runden ihr Profil ab? Sie erwarten eine herausfordernde, interessante und perspektivenreiche Tätigkeit.

**Interesse geweckt?**

Dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung z.H. Michael Hepp (michael.hepp@optik-hepp.de) oder per Post.

**Hepp & Hepp Optik-Photo GmbH**  
Marktstätte 9 · 78462 Konstanz · Telefon 07531/23552 · www.optik-hepp.de

**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. 51 v. 1. Januar 2022

**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



PHOTO+MEDIENFORUM KIEL

Aus- und Weiterbildung

# Bildungs- urlaub und Meer

- 30.05. - 03.06.2022 Erstellen eines Video-Firmenportraits
- 30.05. - 03.06.2022 Adobe Lightroom und Photoshop
- 18.07. - 29.07.2022 Ausbildung der Ausbilder\*innen, AEVO nach IHK
- 29.08. - 02.09.2022 CGI und Blender
- 26.09. - 30.09.2022 Filmen mit dem Smartphone
- 17.10. - 21.10.2022 Produktfotografie
- 24.10. - 28.10.2022 Affinity Photo und Capture One
- 21.11. - 25.11.2022 Adobe Lightroom und Photoshop
- 28.11. - 02.12.2022 Farbmanagement und Druck

[www.photomedienforum.de/bildungsurlaub](http://www.photomedienforum.de/bildungsurlaub)

PHOTO+MEDIENFORUM KIEL e.V.  
Feldstraße 9-11 24105 Kiel

Ansprechpartnerin: Hannah Agel  
0431 57970-18  
[hannah.agel@photomedienforum.de](mailto:hannah.agel@photomedienforum.de)