€ 4,– • ISSN 1430 - 1121 • 51. Jahrgang • 30605

imaging+foto contact

9
2022

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

Photopia Hamburg 2022 nimmt Fahrt auf

Die Branche in der Hansestadt

Fidlock setzt seit 15 Jahren auf Magnetkraft
Vom Cello zum Innovator

Seit 2016 bringt der Zubehörspezialist Fidlock, der sich zunächst fast ausschließlich auf Komponenten für andere Hersteller konzentrierte, Magnet-Accessories unter eigener Marke auf den Markt. S.17

allcop bietet Rundumservice für den Fachhandel
Das i-Port Konzept

Der Bilddienstleister allcop aus Lindenberg im Allgäu bietet dem Fotohandel das komplette Rundum-Sorglos-Pakete für das digitale Bildergeschäft über alle wichtigen Bestellwege an. S.20

Der neue lineare PCM-Recorder LS-P5 von OM System
Multitalent für HiResAudio

Mit dem neuen LS-P5 bringt OM System einen linearen PCM-Recorder auf den Markt, der dafür entwickelt wurde, Videos in professioneller Qualität mit gutem Sound zu ergänzen. S.11

PHOTO+MEDIENFORUM KIEL
Aus- und Weiterbildung

BILDUNGSURLAUB

Vom Pixel zum Pigment — Farbmanagement und Druck

Sie sind nach dem Bildungsurlaub in der Lage, eigenständig Profile für die an der Bildproduktion beteiligten Geräte zu erstellen, einzubinden und auf die Druckausgabe anzuwenden.

- **28.11. - 02.12.2022**
- **maximal 10 Teilnehmende**
- **Dozent: Frank Becker**
- **Unterkunft und Verpflegung im Wohnheim möglich**

Affinity Photo und Capture One — ein starkes Duo für Auf- und Umsteiger

Dieses Seminar vermittelt Ihnen anhand von zahlreichen praktischen Übungen rund um die Bildbearbeitung, wie sie Affinity Photo optimal einsetzen. Einen weiteren Anteil bildet die RAW-Workflow-Software »Capture One«, die gerade in professionellen Anwenderkreisen einen hervorragenden Ruf besitzt.

- **24.10. - 28.10.2022**
- **maximal 10 Teilnehmende**
- **Dozent: Frank Becker**
- **Unterkunft und Verpflegung im Wohnheim möglich**

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

www.photomedienforum.de/bildungsurlaub
0431 57970-0
mail@photomedienforum.de

Warum die Photopia Hamburg so wichtig ist

Gute Nachrichten gesucht

Angesichts der täglich von Medien und Politik über die Menschen in diesem Land ausgekübelten Hiobsbotschaften und Schreckensszenarien sind positive Impulse für die Industrie und den Handel genauso wichtig wie für die Konsumentinnen und Konsumenten. Deshalb ist es gut, dass die Messe Hamburg den Mut aufgebracht hat, mit der Photopia eine Veranstaltung für unsere Branche ins Leben zu rufen, die eine Messe und ein umfassendes Kongressprogramm mit einem Foto-Festival verbindet, das viele Menschen für das Fotografieren und Filmen begeistern kann.

Thomas Blömer, Verleger

Wenn die Photopia am 13. Oktober ihre Tore öffnet, wird es sicher Beckmesser geben, die lamentieren, dass die Hamburger Veranstaltung nicht so groß und so international ist, wie es die photokina in ihren besten (und längst vergangenen) Zeiten war. Trotzdem haben die Verantwortlichen in Hamburg ein tolles Programm zusammengestellt, sich die Unterstützung großer Teile der Branche einschließlich des Photoindustrie-Verbandes versichert und so die Voraussetzungen geschaffen, zumindest einen kleinen Leuchtturm über die Grenzen der Hansestadt hinaus sichtbar werden zu lassen. Das kann der Fotohandel mehr als nur gut gebrauchen, denn das Umfeld, in dem in wenigen Wochen die traditionell verkaufsstärkste Saison der Branche startet, ist durch die aktuellen Krisen wirklich eingetrübt. Die GfK verkündet einen historischen Tiefststand des Konsumklimas nach dem anderen, und der Absatz von Digitalkameras ging im ersten Halbjahr noch einmal um kräftige 18,9 Prozent zurück (siehe Seite 6 dieser Ausgabe). Dass viele Fotohändler trotzdem wenig Anlass haben, Trübsal zu blasen, liegt an den weiter gestiegenen Durchschnittspreisen, die den Umsatzverlust in Grenzen hielten. Zudem gibt es Marktsegmente, die trotz allem wachsen, z. B. die Vlogging-Kameras und alles, was dazu gehört. Auch bei den Bilddienstleistungen sieht es, wie die Cewe Zahlen für das zweite Quartal zeigen, nicht schlecht aus. Nach den Corona-Beschränkungen wurde wieder viel gereist, und damit sollte es genug Anlässe für die Konsumenten geben, auch im vierten Quartal noch Fotobücher, Wanddekorationen und andere Bildprodukte zu bestellen.

Natürlich leiden viele Menschen unter der Inflation und kaufen deshalb nur das, was wirklich notwendig ist. Die Fotobranche richtet sich mit ihren Hardware-Produkten aber zu großen Teilen an einkommensstarke Zielgruppen, die von den steigenden Kosten zwar auch nicht begeistert sind, aber sich deswegen nicht wirklich einschränken müssen. Deshalb bestätigt der Blick über den Branchenzaun: Das Luxussegment leidet in Krisenzeiten weniger als der Massenmarkt, und von dem haben sich ja praktisch alle namhaften Kamerahersteller schon seit Jahren verabschiedet.

So darf man hoffen, dass die Photopia im Oktober die richtigen Signale an die relevanten Zielgruppen senden wird, damit der Fachhandel trotz aller Probleme mit teuren Kameras und attraktiven Bildprodukten die Erträge erzielen kann, die er braucht. In diesem Umfeld sollte eines klar sein: Mit Preisnachlässen und Rabattaktionismus wird man kaum jemand motivieren können, in teure Kameras zu investieren.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Photopia Hamburg 2022 nimmt Fahrt auf
Die Branche in der Hansestadt 22

Editorial

Warum die Photopia Hamburg so wichtig ist
Gute Nachrichten gesucht 3

Wichtiges aus foto-contact.de 7, 10

Handel

Home Electronics Market Index 1. Halbjahr 2022
Kamerageschäft geht weiter bergab 6

Neuheiten

Der lineare PCM-Recorder LS-P5 von OM System
Multitalent für HiResAudio. 11

Neue kryptographische Technologien von Sony
Fälschungsschutz in der Kamera. 13

Sigma kündigt 24mm F1.4 DG DN Art und 20mm F1.4DG DN Art an
Nicht nur für Sterne 14

CFexpress Typ A Karte der Gold Serie von Lexar
Die schnelle für 8K. 16

ZUM TITELBILD

Photopia Hamburg 2022 nimmt Fahrt auf
Die Branche in der Hansestadt

Vom 13. bis 16. Oktober trifft sich die Branche zum zweiten Mal auf der Photopia Hamburg. Nach der Pilotveranstaltung 2021, die noch unter Corona-Beschränkungen stattfand, rechnen die Organisatoren in diesem Jahr mit deutlich mehr Ausstellern und Besuchern. Neben der Messe in den Hallen A1 und A2, die mit einem Live-Programm auf mehreren Bühnen ergänzt wird, gibt es auf der Creative Content Conference vom 14. bis 16. Oktober viel Inspiration für Profifotografen und Content Creators. Am 13. Oktober spricht der B2B Kongress Imaging Executives@Photopia mit einem hochkarätigen Programm unter dem Motto „Intelligent Progress" den Fotohandel, Hardware- und Software-Lieferanten, Bilddienstleister, Distributoren ebenso an wie Unternehmen, deren Geschäft die Erzeugung, Bearbeitung, Vermarktung oder Ausgabe von visuellem Content umfasst. Seite 22

HANDEL

Home Electronics Market Index 1. Halbjahr 2022
Kamerageschäft geht weiter bergab

Der Markt für Home Electronics-Produkte (HE) war im ersten Halbjahr 2022 im Vergleich zum Vorjahres-Zeitraum um 2,2 Prozent im Plus. Das zeigen die Zahlen des Home Electronics Market Index' (Hemix), die von gfu Consumer & Home Electronics und GfK Retail and Technology erhoben werden. Insgesamt wurde in den Monaten Januar bis Juni 2022 ein Gesamt-Umsatzvolumen von mehr als 22,6 Milliarden Euro erzielt. In den einzelnen Segmenten gab es dabei deutliche Unterschiede, im Kamerageschäft setzte sich die Flaute fort. Seite 6

NEUHEITEN

Neue kryptographische Technologien von Sony
Fälschungsschutz in der Kamera

Sony hat eine kamerainterne Technologie angekündigt, die Fotos fälschungssicher machen soll. Dazu wird bei der Aufnahme eine digitale Signatur erstellt, damit jegliche Veränderungen an einem Bild erkannt werden und auf diese Weise betrügerische Verwendungen verhindert werden können. Die Funktion ist zunächst nur für die Alpha 7 IV verfügbar; Geschäftskunden, die dieses Modell nutzen, können eine Lizenz zur Aktivierung des Signiermodus von Sony erwerben. Seite 13

CFexpress Typ A Karte der Gold Serie von Lexar
Die schnelle für 8K

Der Speicherspezialist Lexar hat die bislang schnellste Lexar Professional CFexpress Typ A Karte der Gold Serie angekündigt. Zur neuen Karte gibt es auch ein neues CFexpress Typ A/SD Lesegrät, das speziell für die Neuheit und für SD-UHS-II-Karten entwickelt wurde. Seite 16

UNTERNEHMEN

Fidlock setzt seit 15 Jahren auf Magnetkraft
Vom Cello zum Innovator

Die Geschichte ist wirklich lesebuchreif: Es war einmal ein professioneller Cellist, der sich täglich darüber ärgerte, dass er mindestens ein Knie und zwei Hände brauchte, um dem Cellokasten den Bogen zu entnehmen, der dort mit einem per Druckknopf verschlossenen Lederriegel gesichert war. Joachim Fiedler löste das Problem, indem er einen magnet-mechanischen Verschluss erfand, der sich praktisch von selbst verriegelte und mit einem Handgriff wieder öffnen ließ. Dem ersten Patent folgten 400 weitere, und 15 Jahre später setzt Fiedlers Unternehmen Fidlock weltweit rund 28 Millionen Euro um. Seit 2016 bringt die Firma, die sich zunächst fast ausschließlich auf das B2B-Geschäft mit Komponenten für andere Hersteller konzentrierte, Premium-Magnet-Accessories unter eigener Marke auf den Markt. Darunter sind z. B. praktische Lösungen für Biker, innovative Smartphone-Hüllen sowie pfiffiges Zubehör für Hobby- und Profifotografen. Seite 17

Inhalt

NEUHEITEN

Der neue OM System PCM-Reorder LS-P5
Multitalent für HiResAudio

Mit dem neuen LS-P5 bringt OM System einen linearen PCM-Recorder auf den Markt, der dafür entwickelt wurde, Videos in professioneller Qualität mit Sound auf gleichem Niveau zu ergänzen. In Verbindung mit den aktuellen OM System Micro-Four-Thirds-Kameras, z. B. dem Flaggschiff OM-1 mit 4K/60-Videofunktion, kann der Fotohandel professionellen Filmemachern, YouTubern, Musikern und ambitionierten Amateuren eine Komplettlösung für die Produktion anspruchsvoller Reise-, Dokumentar-, Event-, Hochzeits- oder Musikvideos anbieten. Seite 11

UNTERNEHMEN

Cewe wächst in allen Geschäftsbereichen
Gutes zweites Quartal

Cewe ist im zweiten Quartal in allen Geschäftsbereichen gewachsen und hat mit 132,0 Mio. Euro einen um 13,1 Prozent höheren Umsatz als im Vorjahreszeitraum erzielt. Dabei verbesserte das Unternehmen sein operatives Ergebnis (EBIT) um 2,1 Mio. Euro auf -4,3 Mio. Euro. Saisonbedingt erwirtschaftet der Bild- und Druckdienstleister seit vielen Jahren praktisch das gesamte Jahresergebnis im vierten Quartal. Seite 8

Mediafix arbeitet jetzt in Benelux mit Kamera Express zusammen
Internationale Expansion

Der Scan-Dienstleister Mediafix arbeitet ab sofort mit Kamera Express zusammen, um in die drei Benelux-Länder zu expandieren. In 24 Fotofachgeschäften des nach eigenen Angaben größten Foto- und Videospezialisten Europas bietet das Unternehmen nun in Belgien, den Niederlanden und Luxemburg die Digitalisierung von analogen Medien wie Dias, Negativen, Videokassetten und Schmalfilmen an. Seite 9

BILDDIENSTLEISTUNGEN

allcop bietet Rundumservice für den Fachhandel
Das i-Port Konzept

Der Bilddienstleister allcop aus Lindenberg im Allgäu ist seit vielen Jahrzehnten eine feste Größe für den Fotohandel. 1959 als „Allgäuer Copieranstalt" gegründet, gehört das bis heute inhabergeführte Unternehmen mit 200 Mitarbeitern zu den führenden Fotofinishern im europäischen Raum. Für den Fotohandel bietet das allcop komplette Rundum-Sorglos-Paket für das digitale Bildergeschäft über alle wichtigen Bestellwege an. Seite 20

Unternehmen

Cewe wächst in allen Geschäftsbereichen
Gutes zweites Quartal 8

Mediafix arbeitet jetzt in Benelux
mit Kamera Express zusammen
Internationale Expansion 9

Fidlock setzt seit 15 Jahren auf Magnetkraft
Vom Cello zum Innovator 17

Bilddienstleistungen

allcop bietet Rundumservice für den Fachhandel
Das i-Port Konzept. 20

Impressum 27

**Klein-
und Personalanzeigen** 27

Immer aktuell:

www.foto-contact.de

Home Electronics Market Index 1. Halbjahr 2022

Kerageschäft geht weiter bergab

Der Markt für Home Electronics-Produkte (HE) war im ersten Halbjahr 2022 im Vergleich zum Vorjahres-Zeitraum um 2,2 Prozent im Plus. Das zeigen die Zahlen des Home Electronics Market Index' (Hemix), die von gfu Consumer & Home Electronics und GfK Retail and Technology erhoben werden. Insgesamt wurde in den Monaten Januar bis Juni 2022 ein Gesamt-Umsatzvolumen von mehr als 22,6 Milliarden Euro erzielt. In den einzelnen Segmenten gab es dabei deutliche Unterschiede, im Kerageschäft setzte sich die Flaute fort.

Mit einem Umsatz von mehr als 14,2 Milliarden Euro wies der Bereich Consumer Electronics im ersten Halbjahr 2022 einen Zuwachs von 1,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf, obwohl die Unterhaltungselektronik einen Rückgang um 4,2 Prozent auf knapp 3,7 Milliarden Euro Umsatz verzeichnete. Dagegen legte die privat genutzte Telekommunikation um 14,8 Prozent auf knapp sieben Milliarden Euro Umsatz zu. Bei den privat genutzten IT-Produkten setzte sich das Wachstum des Vorjahres nicht fort; mit einem Umsatz von knapp 3,7 Milliarden Euro verzeichnete das Segment ein Minus von 11,5 Prozent.

In der Unterhaltungselektronik sank der Umsatz mit Fernsehgeräten im ersten Halbjahr 2022 im Vergleich zur Vorjahresperiode um 9,6 Prozent auf rund 1,5 Milliarden Euro, die Stückzahl ging um 16,8 Prozent auf rund 2,2 Millionen Geräte zurück. Der Durchschnittspreis hingegen stieg um 8,7 Prozent auf 688 Euro. Dies ist dem im ersten Halbjahr 2022 weiter gestiegenen Absatz von OLED-TVs zu verdanken, die bei einem Volumen von 295.000 Stück (plus 13 Prozent) für 29 Prozent des Gesamtumsatzes mit Fernsehgeräten standen. Das Home Audio Segment verzeichnete in den ersten sechs Monaten 2022 einen Umsatzrückgang von 1,4 Prozent auf 398 Millionen Euro.

Deutlich weniger Kameras

Der Absatz von Kameras setzte seine Talfahrt fort und ging im ersten Halbjahr 2022 um 18,9 Prozent auf 337.000 Stück zurück. Allerdings milderte der ungebrochene Trend zu hochwertigen Modellen die Verluste deutlich ab: Aufgrund des um 11,1 Prozent auf 718 Euro gestiegenen Durchschnittspreises schrumpfte der Umsatz um vergleichsweise moderate 9,9 Prozent auf 242 Mio. Euro. Ähnlich zeigte sich das Geschäft mit Action Cams (inkl. Camcorder): Hier verringerte sich die Menge um 25,9 Prozent auf 129.000 Stück, der Durchschnittspreis wuchs dagegen um satte 34,4 Prozent auf 371 Euro und sorgte in diesem Segment für einen fast stabilen (minus 0,4 Prozent) Umsatz von 48 Mio Euro.

Der Verkauf von Wechselobjektiven ging um 4,5 Prozent auf 255.000 Stück zurück; der auf 729 Euro (plus 9,6 Prozent) gestiegene Durchschnittspreis führte aber unter dem Strich zum einem Umsatzwachstum von 4,6 Prozent auf 186 Mio. Euro.

Das offensichtlich aus humoristischen Gründen weiter im Hemix ausgewiesene Geschäft mit digitalen Bilderrahmen war im ersten Halbjahr 2022 von heftigen Erschütterungen betroffen: Der Absatz verringerte sich um dramatische 62,6 Prozent auf 6.000 Stück, lediglich dem auch hier gestiegenen Durchschnittspreis von 118 Euro (plus 23 Prozent) ist es zu verdanken, dass sich gerundet ein Umsatzvolumen von einer Million Euro ergibt, obwohl es bei 6.000 Stück rechnerisch nur 774.000 Euro waren.

Der Umsatz mit Produkten der privat genutzten Telekommunikation wuchs in den Monaten Januar bis Juni 2022 in allen Sparten außer bei den klassischen Telefonen. Die Nachfrage nach Smartphones sorgte im ersten Halbjahr 2022 für ein Umsatzplus von 16,1 Prozent auf knapp 6,2 Milliarden Euro, die verkaufte Stückzahl stieg um 4 Prozent auf knapp 10,2 Millionen Geräte, der Durchschnittspreis um 11,6 Prozent auf 605 Euro.

Leica Camera AG kooperiert mit Hisense

Die Leica Camera AG hat eine Kooperation mit Hisense vereinbart, in deren Rahmen die beiden Unternehmen Laser-TVs für die Heimkino-Anwendung weiterentwickeln wollen. Hisense ist bereits einer der weltweit größten Hersteller von Fernsehern und Laser-TVs. Ziel der langfristig angelegten Partnerschaft sei es, die Technologien von Hisense im Segment der Laser-TV Geräte mit der langjährigen Expertise von Leica bei der Entwicklung und Fertigung von hochwertigen Projektionsobjektiven zu einer zukunftsfähigen Technologieplattform für Kurzdistanz-Laser-TV Geräte zusammen zu führen, heißt es in einer Pressemitteilung.

Dr. Lan Lin (l.), Präsident von Hisense, und Leica Camera CEO Matthias Harsch

Das erste Produkt soll bereits auf der IFA präsentiert werden.

Für die Leica Camera AG ist die Projektion kein Neuland. Bereits vor über 50 Jahren gehörte der analoge Projektor Leica Pradovit Linie zum Sortiment, der später auch in einer digitalen Version verfügbar war. „Das Home Cinema Entertainment ist ein rasant wachsender Markt, und die Erweiterung des Leica Produktangebotes in diesem Segment stellt eine vielversprechende Möglichkeit dar, neue Kunden mit Leica Premium Produkten zu begeistern", kommentierte Matthias Harsch, Vorstandsvorsitzender der Leica Camera AG. „Als Technologie- und Marktführer im Bereich der Laser-TV Systeme ist Hisense der ideale Partner, um das Potential der hochauflösenden 4k Filmproduktionen in ein überwältigendes Heimkinoerlebnis zu übertragen." Hisense hält 1.700 Patente im Bereich Laser-TV und zählt damit zur Weltspitze. „Als traditionelle und anerkannte Marke im Bereich der Bildverarbeitung gehört die hohe Expertise in Technologie, Qualität und Design zu den Stärken von Leica", sagte Dr. Lan Lin, Präsident von Hisense. „Ihre bemerkenswerten, optischen Technologien ermöglichen eine klarere und feinere Bildwiedergabe der Laser-TVs, und die Kombination der unverwechselbaren Leica Bildverarbeitung mit den umfangreichen Farben des Laserlichts wird der Welt ein atemberaubendes visuelles Erlebnis bescheren."

Guido Jacobs übernimmt Vorsitz des PIV-Beirats

Guido Jacobs

Nach Abschluss der rechtlichen Formalien, die sich länger hinzogen als erwartet, wurde die von der Mitgliederversammlung 2021 in Hamburg beschlossene Satzungsänderung des Photoindustrie-Verbandes (PIV) beim Amtsgericht Frankfurt a.M. eingetragen. Anschließend hat sich der neu gewählte Beitrag konstituiert. Dabei wurde Guido Jacobs (Canon) einstimmig zum Vorsitzenden gewählt. Ebenfalls einstimmig erfolgte die Bestimmung von Bernd Gansohr (Fujifilm) und Lars Fiedler (Kodak Alaris) als seine Stellvertreter.

Zum geschäftsführenden Vorstand wurde entsprechend der Satzung der bisherige Geschäftsführer des Verbandes und seiner Tochtergesellschaft Prophoto, Christian Müller-Rieker, bestellt.

Neben dem Vorsitzenden, den Stellvertretern und dem geschäftsführenden Vorstand gehören aktuell dem Beirat des PIV an: John Anderson (Sony), Dr. Christian Friege (Cewe), Philipp Maurer (Panasonic), Ralph Naruhn (di support), René Rüdisühli (Nikon) und Christian Sokcevic (Hama).

11. Oberstdorfer Fotogipfel 2023

Auch für die 11. Auflage des Fotogipfels Oberstdorf, die vom 28. Juni bis 2. Juli 2023 stattfinden wird, übernimmt die Staatsministerin beim Bundeskanzler sowie Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien, Claudia Roth, die politische Schirmherrschaft von Europas höchstem Fotofestival. Im kommenden Jahr steht der Fotogipfel unter dem Motto „Familientreffen". Der Fotogipfel präsentiert einmal im Jahr im Juni in zahlreichen Ausstellungen und mit großformatigen Outdoor-Installationen inspirierende Facetten der Fotografie. Zusätzlich werden Workshops und Fotowanderungen angeboten und Besuchern ein spannendes Rahmenprogramm geboten.

Claudia Roth, Abgeordnete von Bündnis 90/Die Grünen setzt sich seit vielen Jahren aktiv für die Kulturpolitik im Allgemeinen und die Fotografie im Speziellen ein. „Wir freuen uns sehr, die Staatsministerin für Kultur und Medien, Claudia Roth erneut als Schirmfrau des Oberstdorfer Foto-gipfels in Oberstdorf begrüßen zu dürfen, um außergewöhnlicher Fotografie und Fotokünstlern eine besondere Bühne zu bieten", so Christian Popkes, künstlerischer Leiter des Oberstdorfer Fotogipfels.

Täglich neue Branchen-Nachrichten: www.foto-contact.de

Cewe wächst in allen Geschäftsbereichen

Gutes zweites Quartal

Cewe ist im zweiten Quartal in allen Geschäftsbereichen gewachsen und hat mit 132,0 Mio. Euro einen um 13,1 Prozent höheren Umsatz als im Vorjahreszeitraum erzielt. Dabei verbesserte das Unternehmen sein operatives Ergebnis (EBIT) um 2,1 Mio. Euro auf -4,3 Mio. Euro. Saisonbedingt erwirtschaftet der Bild- und Druckdienstleister seit vielen Jahren praktisch das gesamte Jahresergebnis im vierten Quartal.

Nach Ansicht von CEO Dr. Christian Friege bestätigen die Quartalszahlen die Prognose für das laufende Geschäftsjahr: „Die positive Entwicklung im zweiten Quartal hat sämtliche Geschäftsbereiche wachsen lassen und bestätigt unsere Zielsetzung für 2022.

Die wieder deutlich wachsende Zahl von Urlaubsreisen, Feiern und Veranstaltungen schaffen aktuell zahlreiche Foto-Anlässe, die im Laufe des zweiten Quartals zunehmend unser Geschäft gestärkt haben. Insbesondere sollen diese Fotoaufnahmen im kommenden vierten Quartal in einem Cewe Fotobuch, einem Fotokalender, auf einem Wandbild und vielen weiteren persönlichen Fotogeschenken zu bleibenden Erinnerungen werden."

Für das erste Halbjahr 2022 ergibt sich ein Umsatz von 270,9 Mio. Euro (plus 3,2 Prozent) und ein EBIT von -2,2 Mio. Euro (1. HJ 2021: 2,1 Mio. Euro). Ursache für das im Vergleich zum Vorjahr niedrigere Halbjahresergebnis sei die im ersten Quartal 2021 aufgrund des Lockdowns verzeichnete Sonderkonjunktur, erklärte das Unternehmen.

Fotofinishing legt um 8,2 Prozent zu

Der Fotofinishing-Umsatz stieg im Zuge der Corona-Normalisierung im zweiten Quartal um 8,2 Prozent auf 101,2 Mio. Euro, die Zahl der verarbeiteten Fotos erhöhte sich um 10,7 Prozent auf 410 Mio. Stück.

Besonders gut entwickelte sich im zweiten Quartal der Absatz des Cewe Fotobuchs, der um 14,3 Prozent auf 1,031 Millionen Stück wuchs. Das operative Ergebnis verbesserte sich in diesem Geschäftsbereich im Vergleich zum Vorjahresquartal um 1,4 Mio. Euro auf -4,3 Mio.

Auch im Vergleich zum zweiten Quartal 2019 legte der Fotofinishing-Umsatz um 4,1 Prozent zu. Aufgrund bereits vereinbarter Preiserhöhungen rechnet das Cewe-Management im zweiten Halbjahr 2022 mit steigenden Deckungsbeiträgen.

Erholung im Kommerziellen Online-Druck

Die Wiederbelebung des Geschäftslebens und die steigende Anzahl von (Groß-) Veranstaltungen führten im kommerziellen Online-Druck im Vergleich zum Vorjahresquartal zu einem Umsatzwachstum um 52,5 Prozent auf 20,8 Mio. Euro, das operative Ergebnis zeigte sich mit 0,1 Mio. Euro ausgewogen nach einem leichten Verlust von 0,2 Mio. Euro (inkl. Kurzarbeiteffekte) im Vorjahresquartal.

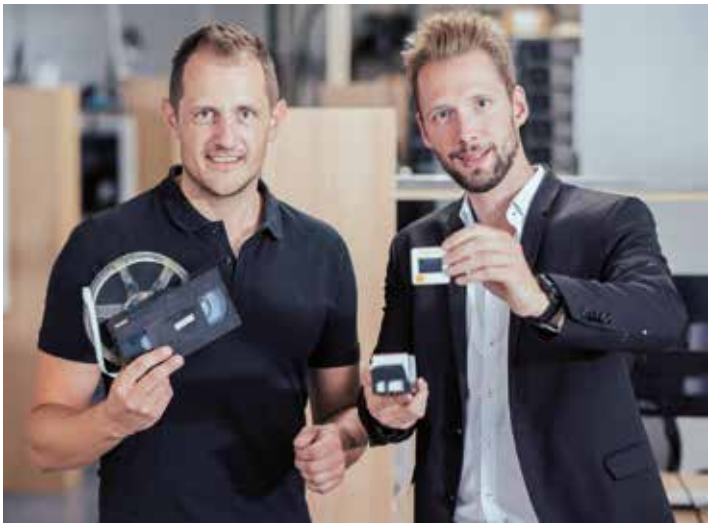
Im Einzelhandel verzeichnete Cewe im zweiten Quartal ein Umsatzplus von 4,4 Prozent auf 7,9 Mio. Euro, das operative Ergebnis verbesserte sich um 0,1 Mio. Euro auf -0,2 Mio. Euro (Q2 2021: -0,3 Mio. Euro). Auch im Einzelhandel wird nach Angaben des Unternehmens traditionell der größte Anteil des Jahresergebnisses im vierten Quartal erwirtschaftet.

Cewe bestätigte auf der Basis dieser Zahlen seine Ziele für 2022: Der Gruppenumsatz soll 2022 ein Volumen vvon 680 bis 740 Mio. Euro erreichen, das Gruppen-EBIT wird im Korridor von 65 bis 80 Mio. Euro erwartet.

Mediafix arbeitet jetzt in Benelux mit Kamera Express zusammen

Internationale Expansion

Der Scan-Dienstleister Mediafix arbeitet ab sofort mit Kamera Express zusammen, um in die drei Benelux-Länder zu expandieren. In 24 Fotofachgeschäften des nach eigenen Angaben größten Foto- und Videospezialisten Europas bietet das Unternehmen nun in Belgien, den Niederlanden und Luxemburg die Digitalisierung von analogen Medien wie Dias, Negativen, Videokassetten und Schmalfilmen an.



Christoph Kind (links, heute technischer Leiter) und Hans-Günter Herrmann gründeten 2012 gemeinsam mit dem inzwischen ausgeschiedenen Stefan Wickler (nicht im Bild) die Mediafix GmbH.

Mediafix versteht sich in diesem Segment als deutscher und europäischer Marktführer und hat seit seiner Gründung im Jahr 2012 nach eigenen Angaben bereits über 160 Millionen Bilder und Filmminuten digitalisiert. Das Kölner Unternehmen bietet seine Dienstleistungen auf seiner Website mediafix.de, an zwei eigenen Standorten sowie in 23 kooperierenden Fotofachgeschäften deutschlandweit an.

Seit 2019 arbeitet der Scandienstleister an seiner internationalen Expansion. Auf den Eintritt in den österreichischen und schweizerischen Markt mit jeweils einem Fotofachgeschäft als Partner vor Ort folgen nun mit den Benelux-Ländern die ersten Staaten außerhalb der DACH-Region.

Durch die geografische Nähe der Benelux-Länder sei dies der nächste logische Schritt, erklärte Geschäftsführer Hans-Günter Herrmann: „Da sich unser Hauptsitz in Köln befindet, sind die Benelux-Länder zum Greifen nah. Mit unseren Preisen unterbieten wir die dortige Konkurrenz deutlich und werden sicherlich viele neue Kunden für Mediafix gewinnen."

Starker Partner

Mit Kamera Express als Partner kann die Expansion schneller als in anderen Ländern erfolgen. Das Unternehmen betreibt Onlineshops in zehn Ländern und bietet seine Produkte auch in stationären Fotofachgeschäften in den Benelux-Ländern und Deutschland an. Durch die Zusammenarbeit mit Kamera Express vertreibt Mediafix seine Dienstleistungen nun in 24 zusätzlichen Geschäften und verdoppelt damit nahezu die Anzahl der Annahmestellen im Fotohandel.

Auch Kamera Express will von der Erweiterung der Dienstleistungspalette profitieren. „Wir stellen fest, dass Kunden ihre kostbaren Erinnerungen vermehrt erhalten möchten", kommentierte Ben Cornelisse, CEO von Kamera Express, „Die Digitalisierung analoger Medien passt perfekt zu diesem Trend. Dank der Zusammenarbeit mit Mediafix können wir die Dienstleistungen für unsere Kunden optimieren und professionalisieren."

In der Corona-Pandemie hat Mediafix ein stark gestiegenes Auftragsvolumen verzeichnet und erwartet von der Erschließung der Benelux-Länder weiteres Wachstum. Deshalb ist das Kölner Unternehmen im Juli in eine größere Produktionsstätte umgezogen, die mit rund 3.100 Quadratmetern Fläche etwa doppelt so groß ist wie die am vorherigen Standort.

MEDIAFIX
Wir retten Erinnerungen

Neuer Deutschlandchef bei MediaMarktSaturn

Dr. Sascha Mager

Gábor Szilágyi, seit Februar 2022 Deutschland-Chef von MediaMarkt-Saturn, hat sich aus persönlichen Gründen entschieden, den Vorsitz der Geschäftsführung der deutschen Landesgesellschaft abzugeben und in seine Heimat Ungarn zurückzukehren. Dort wird er zum 1. Oktober 2022 wieder die Führung der ungarischen Landesgesellschaft von MediaMarkt-Saturn übernehmen. Nachfolger von Szilágyi an der Spitze von Media-MarktSaturn Deutschland wurde mit Wirkung zum 15. August 2022 der bisherige Chief Digital Officer (CDO) Dr. Sascha Mager, der weiterhin Mitglied des Executive Committees der MediaMarktSaturn Retail Group bleibt.

„Wir respektieren die Entscheidung von Gábor Szilágyi und freuen uns, dass er mit seinem Talent und seiner Erfahrung unserem Unternehmen erhalten bleibt", kommentierte Dr. Karsten Wildberger, CEO von Ceconomy und MediaMarktSaturn. „Mit Sascha Mager als internem Nachfolger sorgen wir für einen nahtlosen Übergang in der Führung von MediaMarktSaturn Deutschland. Als CDO für die gesamte Gruppe hat er bereits in den vergangenen Monaten in enger Zusammenarbeit mit der Geschäftsführung auch das Digitalgeschäft in Deutschland maßgeblich gestützt und zugleich auch erste, wichtige Impulse zur weiteren Stärkung des stationären Geschäfts gesetzt. Gemeinsam mit dem Team wird Sascha Mager die Weiterentwicklung unserer größten Landesgesellschaft vorantreiben." „Mit dieser Neuordnung nutzen wir zudem unsere bestehenden internen Kompetenzen noch gezielter für die Gesamtgruppe, ohne zusätzliche Zentralstrukturen zu schaffen – ganz im Sinne eines schnellen und schlanken Unternehmens", fügte Wildberger hinzu.

Neuer Internet-Auftritt von Ricoh Imaging

Ricoh Imaging will seine derzeitige Webseite durch einen neuen, markenorientierten Auftritt ersetzen. Im Zuge der Neupositionierung soll das derzeitige Online-Portal am 5. September abgeschaltet werden. Damit haben die Kundinnen und Kunden ab diesem Zeitpunkt keinen Zugang mehr zu ihren Konten im Webshop. Die persönlichen Daten werden nicht auf die neuen Websites übertragen, und die gesammelten Treuepunkte verfallen. Auch Rechnungen können dann nicht mehr heruntergeladen werden.

Die Treuepunkte könnten bis zum 5. September 2022 auf ricoh-imaging.eu eingelöst werden, teilte Ricoh Imaging in seinem Kundennewsletter mit. Alle Bestellungen, die bis zum 5. September 2022 eingehen, sollen bearbeitet und ausgeliefert werden.

Foto Erhardt übernimmt fotogena

Das Fachhandelsunternehmen Foto Erhardt, Westerkappeln, übernimmt voraussichtlich zum 1. Oktober 2022 die Geschäftstätigkeiten der fotogena GmbH und der fotogena Pro GmbH, Darmstadt. Für Foto Erhardt bedeutet die Transaktion den ersten Schritt über die bisherigen Standorte in Norddeutschland und Nordrhein-Westfalen hinaus.

„Mit den vier Geschäften von fotogena in Darmstadt und Worms erweitern wir unser Filialnetz in den Süden und freuen uns, bald auch im Rhein-Main-Gebiet nicht nur mit unserem Online-Shop, sondern auch vor Ort präsent zu sein", kommentierte Geschäftsführerin Birthe Erhardt, die von dem Zusammenschluss mit fotogena auch Synergieeffekte für die gesamte Foto Erhardt-Gruppe erwartet. „Hier wachsen zwei Traditionsunternehmen zusammen. Mit der Übernahme bündeln wir die Kompetenz zweier bekannter Namen in der Fotobranche unter einem Dach und investieren so weiter in die Zukunft."

Auch die Geschäftsführer der fotogena GmbH, Helgard Zebisch und Stefan Zebisch, sehen klare Vorteile in der Firmenübernahme: „Als familiengeführtes Unternehmen war es uns wichtig, einen Partner zu finden, dessen Strategie unseren Vorstellungen für die Zukunft unserer Mitarbeiter und Filialen am nächsten kommt", erklärten sie in einer Pressemitteilung. „Mit den Inhabern von Foto Erhardt sind wir schon länger persönlich bekannt und wissen, dass die Philosophie und Stärken von Foto Erhardt ideal mit den unseren harmonieren."

Nach der Übernahme sollen die fotogena-Filialen in Darmstadt und Worms, die fotogena Pro in Darmstadt sowie die fotogena Bilderwelt in Darmstadt weiterhin unter der Marke „fotogena" und mit der gewohnten Beratungskompetenz und den bewährten Dienstleistungen weitergeführt werden. Auch ist die Übernahme der Mitarbeiter gesichert, damit den Kunden die Ansprechpartner vor Ort erhalten bleiben.

Der neue lineare PCM-Recorder LS-P5 von OM System

Multitalent für HiResAudio

Mit dem neuen LS-P5 bringt OM System einen linearen PCM-Recorder auf den Markt, der dafür entwickelt wurde, Videos in professioneller Qualität mit Sound auf gleichem Niveau zu ergänzen. In Verbindung mit den aktuellen OM System Micro-Four-Thirds-Kameras, z. B. dem Flaggschiff OM-1 mit 4K/60-Videofunktion, kann der Fotohandel professionellen Filmemachern, YouTubern, Musikern und ambitionierten Amateuren eine Komplettlösung für die Produktion anspruchsvoller Reise-, Dokumentar-, Event-, Hochzeits- oder Musikvideos anbieten.

Der neue lineare PCM-Recorder LS-P5 von OM System ist bestens als Ergänzung der OM-1 geeignet, weil er die 4K/60-Videofunktion mit hochaufgelöstem Sound unterstützt.

Trotz seiner Ausstattung mit drei Mikrofonen ist der Recorder mit Abmessungen von 39,6 x 112,2 x 16,1 mm und einem Gewicht von ca. 78 g (einschließlich Akkus) kompakt und leicht.

Der Anschluss an die Kamera erfolgt mit dem optionalen 3,5mm-Audiokabel KA-335 über den Mikrofoneingang, mit Hilfe des 1/4"- Stativgewindes und eines separat erhältlichen Blitzschuhadapters findet der LS-P5 komfortabel auf der Oberseite Platz. Zur Dämpfung von Betriebsgeräuschen und Vibrationen kann der optionale SM2 Shock Mount Adapter zwischen dem Blitzschuh der Kamera und dem Stativanschluss des LS-P5 angebracht werden. Auch ein Windschutz (WJ-2) ist als Zubehör erhältlich.

Mit der DVR.Remote App kann der Recorder aus einer Entfernung von bis zum 10 Metern mit dem Smartphone gesteuert werden.

Hochaufgelöste Tonaufnahmen

Der LS-P5 ist mit einem aus drei Mikrofonen bestehenden Aufnahmesystem ausgestattet, das Stereo-Aufzeichnungen mit erweitertem Frequenzgang sowie hochaufgelöste Dateiformate wie Linear PCM und FLAC mit 96 kHz/24-Bit unterstützt. Dabei ist eine

gezielte Zoomsteuerung der Richtmikrofone möglich, um die Töne von verschiedenen Quellen originalgetreu einzufangen. Die Eingangssignale der drei Mikrofone verden vom Recorder automatisch gemischt; dabei passt das Gerät die Direktionalität in 21 Stufen an, ohne die Audioqualität zu beeinträchtigen. Da die Mikrofone einen Schalldruckpegel von bis zu 125 dB (SPL) vertragen, ohne darauf mit Verzerrungen zu antworten, sind sie für ganz unterschiedliche Aufgaben geeignet. Sie können zartes Vogelgezwitscher ebenso festhalten wie Vorträge oder klangvolle Musikdarbietungen mit großem Dynamikbereich.
Praktisch beim Aufnehmen von Vorträgen und Meetings sowie von Gesprächen in lauten Umgebungen ist der neue Modus „Bright Sound", mit dem Sprache besonders klar aufgezeichnet wird. Durch die Aufnahme mit erhöhten Pegeln im mittleren und hohen Bereich werden auch bestimmte Umgebungsgeräusche unterdrückt. Zusätzlich zu den Modi „Auto" und „Manuell" bietet der LS-P5 einen neuen Smart-Modus an. Ist dieser aktiviert, führt das Gerät bei länger gedrückter Aufnahmetaste einen automatischen „Soundcheck" durch, um den Aufnahmepegel an die jeweilige Umgebung und Soundquelle anzupassen. Das werden vor allem Einsteiger zu schätzen wissen.

Durch erneutes Drücken der Taste wird dann die Aufnahme gestartet.

Fernsteuerung per App

Dank integrierter Bluetooth-Technologie kann der LS-P5 drahtlos mit kompatiblen Geräten verbunden werden. So lässt er sich mit der App DVR. Remote per Smartphone aus der Ferne steuern (bis zu 10 m). Dabei kann man nicht nur die Aufnahme starten und stoppen, sondern auch den Lautstärkepegel während der Aufzeichnung anpassen und die Filtereinstellungen sowie die Direktionalität ändern. Für das Sound-Monitoring können (im 16-Bit-Aufnahmemodus) auch Funkkopfhörer genutzt werden.
Der LS-P5 von OM System ist mit einem 16 GB großen internen Speicher, einem MicroSD XC I-Steckplatz für Speicherkarten bis 2 TB sowie einem Micro-B-USB-Anschluss ausgestattet. Die USB-Klasse Composite ermöglicht den direkten Anschluss an einen PC oder Mac, um z. B. Online-Konferenzen in guter Audioqualität aufzuzeichnen. Der PCM-Recorder wird mit zwei AAA-Akkus (NiMh) geliefert, die über USB aufgeladen werden können und nach Angaben von OM System eine Laufzeit von bis zu 37 Stunden ermöglichen. Der LS-P5 von OM System ist ab Mitte September 2022 erhältlich und soll 219 Euro (UVP) kosten.

Der eingebaute Speicher kann mit MicroSD-Karten erweitert werden.

Sony: Neues Firmware-Update für die Alpha 7 IV

Sony hat ein neues Firmware-Update für die Alpha 7 IV angekündigt, das zahlreiche Neuerungen u. a. für die AF-Funktion, Komprimierungsstufen sowie Betriebsstabilität der Kamera beinhaltet.

Bei der Nutzung der verlustfreien Komprimierungsmethode für RAW-Dateien ist es dank des Updates möglich, Bilddateien während des Prozesses neben der bereits verfügbaren Größe L nun auch auf die Größen S und M zu komprimieren. Neu hinzugefügt wird die Touch-Shutter-Funktion, wobei die Kamera automatisch auf den angetippten Bereich scharfstellt, um ein Standbild zu erzeugen. Eine weitere technische Neuerung ist die Verbesserung der Augen-AF-Funktion. Der scharfe Fokus auf die Augen des Motives kann nun mit gesteigerter Genauigkeit erzielt werden.

Neben den überarbeiteten technischen Details wurden ebenfalls Features, die die Funktionalität der Alpha 7 IV erleichtern, hinzugefügt. So kann mittlerweile die Seriennummer der Kamera in den Metadaten der Filmdateien abgespeichert werden.

Neben der Betriebsstabilität wurde auch die Funktionsfähigkeit von WiFi-Verbindungen verbessert. Mit dem neuen Firmware-Update lässt sich über den Monitor eine 1-Minuten-Einstellung im Energiespar-Menü einrichten.

Neue kryptographische Technologie von Sony

Fälschungsschutz in der Kamera

Sony hat eine kamerainterne Technologie angekündigt, die Fotos fälschungssicher machen soll. Dazu wird bei der Aufnahme eine digitale Signatur erstellt, damit jegliche Veränderungen an einem Bild erkannt werden und auf diese Weise betrügerische Verwendungen verhindert werden können. Die Funktion ist zunächst nur für die Alpha 7 IV verfügbar; Geschäftskunden, die dieses Modell nutzen, können eine Lizenz zur Aktivierung des Signiermodus von Sony erwerben.

Geschäftskunden von Sony, die eine Lizenz für den Signiermodus erwerben, können mit der Alpha 7 IV zertifizierte, garantiert unveränderte Bilder erzeugen.

Mit der Technologie adressiert Sony ein bekanntes Problem, denn die unbefugte Bearbeitung von digitalen Fotodaten ist weit verbreitet. Der neue Fälschungsschutz, der nach Angaben des Unternehmens auf kryptographischen Standards basiert, soll darum die Manipulation und den Missbrauch von Bildern verhindern.

Ist der kamerainterne Signiermodus aktiviert, werden die Bilder bei der Aufnahme sofort vom Kameraprozessor kryptografisch signiert. Diese Signatur wird nach einer Veränderung selbst einzelner Pixel automatisch gelöscht, da die Manipulation bei der Überprüfung durch den kundeneigenen Zertifikatsserver erkannt wird.

Der neue Signiermodus macht es gewerblichen Nutzern der Alpha 7 IV möglich, zertifizierte, garantiert unveränderte und damit sichere Bilder für viele Anwendungen zu erzeugen.

Auch für Passbilder

Die Technologie eigne sich besonders gut zur Verifizierung von Bildern in Pässen und Ausweisen, erklärte Sony. Darüber hinaus kann sie aber auch eingesetzt werden, um Bildmanipulationen in Medien, im Gesundheitswesen und bei der Strafverfolgung zu bekämpfen. Im Versicherungs- und Bausektor soll die kryptographische Methode eine sichere Grundlage für die Untersuchung und Erfassung von Schäden bieten.

„Sony hat es sich zur Aufgabe gemacht, Geschäftslösungen durch hochmoderne Bildtechnologien zu stärken, und unsere kamerainterne digitale Signatur ist ein echter Game-Changer im Kampf gegen Bildmanipulationen und Bildfälschungen in zahlreichen Sektoren," erklärte Yasuo Baba, Director of Digital Imaging and European Product Marketing bei Sony. „Zwar müssen für jeden Sektor entsprechende Anpassungen vorgenommen werden, doch die digitale Signatur ist multilingual und lässt sich international einsetzen. So können Unternehmen weltweit mit Hilfe der Technologie von Sony das obligatorische Signieren von Bildern vereinfachen."

Im Zusammenhang mit der neuen Technologie kündigte Sony an, weitere Wege zu erkunden, um mit seinen Bildtechnologien die Sicherheit in den verschiedenen Sektoren zu erhöhen. Zudem soll die Palette der mit der Signierfunktion kompatiblen Kameras in Zukunft erweitert werden.

Sigma kündigt 24mm F1.4 DG DN Art und 20mm F1.4 DG DN Art an

Nicht nur für Sterne

Mit dem 24mm F1.4 DG DN | Art und dem 20mm F1.4 DG DN | Art bringt Sigma zwei lichtstarke Weitwinkel-Objektive auf den Markt, die sich durch hohe optische Leistung, kompakte Bauweise und ein besonders attraktives Preis-Leistungsverhältnis auszeichnen. Mit ihrem aufwändigen optischen Aufbau sind sie besonders gut für Astro-Aufnahmen geeignet, machen aber auch in Innenräumen sowie bei der Street-, Landschafts- und Architekturfotografie eine gute Figur.

Trotz der große Blende von F1.4 sind die beiden neuen Sigma Objektive überraschend kompakt.

Mit einer Länge von 95,5 mm, einem Durchmesser von 75,7 mm und einem Gewicht von 520 g ist das Sigma 24mm F1.4 DG DN Art leicht zu handhaben und zu transportieren. Im Inneren des Tubus stecken 17 Elemente in 14 Gruppen, darunter zwei FLD-Linsen, eine SLD-Linse und vier asphärische Linsenelemente.

Die wirksame Unterdrückung von Abbildungsfehlern wie die der sagittalen Koma, die sich in der Kamera nicht mehr korrigieren läßt, trägt zu sauber definierten, detailreichen Bildern bei. Durch den Einsatz der Super Multi-Layer sowie der nano-porösen Vergütung (NPC) hat Sigma das Objektiv auch auf gute Leistungen bei Aufnahmen im Gegenlicht und mit weit geöffneter Blende ausgerichtet.

Ultimative Astro-Fotos

Als ultimatives Objektiv für die Astrofotografie bezeichnet Sigma das für das Vollformat entwickelte 20mm F1.4 DG DN | Art. Es ist nach Angaben des Hersteller als die für spiegellose Kameras berechnete Version des Sigma 20mm F1.4 DG HSM | Art das einzige Objektiv, das die große Blende von F1.4 mit einer Ultraweitwinkel-Brennweite von 20mm verbindet. Trotzdem ist es mit einer Länge von 111,2 mm, einem Durchmesser von 87,8 mm und einem Gewicht von 635 g nicht zu groß geraten.

Um eine ausgezeichnete Abbildungsleistung mit überzeugender Schärfe über das gesamte Bildfeld zu erzielen, setzt Sigma in diesem Objektiv 17 Glaslinsen in 15 Gruppen ein. Zwei SLD-Elemente, drei Asphären und die bislang größte beidseitig asphärische Glaslinse der Unternehmensgeschichte unterdrücken verschiedene Abbildungsfehler wie sagittale Koma und Verzeichnung; um besonders bei der Astrofotografie spektakuäre Bild-

ergebnisse zu erzielen. Wird das 20mm F1.4 DG DN | Art bei Dunkelheit und klarem Himmel auf Unendlich fokussiert, bildet es die Sterne als klare, präzise abgegrenzte Lichtpunkte ab. Sogar an eine Vorrichtung zur Aufnahme eines Objektivwärmers, der das Beschlagen in kalten Nächten verhindert, haben die Sigma Ingenieure gedacht. Trotz der kurzen Brennweite und der großen Blendenöffnung ist das Objektiv, ebenso wie das 24mm Schwestermodell, mit einem frontseitigen Filtergewinde ausgestattet. Auch ein rückseitiger Filterhalter ist bei beiden Produkten vorhanden.

Zudem sind die zwei Objektive gegen das Eindringen von Staub- und Spritzwasser geschützt und mit dem optionalen USB-Dock UD-11 (nur für L-Mount) kompatibel. Ausstattungsdetails wie ein Schalter für den Fokusmodus, eine konfigurierbare AFL-Taste, ein Blendenring-Sperrschalter gegen ein versehentliches Verstellen sowie der neue MFL-Schalter (Manual Focus Lock) zur Deaktivierung des Fokusrings erleichtern die Handhabung.

Die beiden Objektive sind sofort verfügbar und kosten 899 Euro (UVP 24mm F1.4 DG DN Art) bzw. 999 Euro (UVP 20mm F1.4 DG HSM | Art).

Um das 20mm F1.4 DG HSM | Art in kalten Nächten gegen das Beschlagen zu schützen, kann ein Objektivwärmer angebracht werden.

Ceconomy: Umsatz wächst im dritten Quartal

Der Umsatz von Ceconomy, der Muttergesellschaft von MediaMarktSaturn, ist im dritten Quartal des laufenden Geschäftsjahres um 6,3 Prozent auf 4,7 Mrd. Euro gestiegen. Das operative Ergebnis (EBIT) ging dabei allerdings um 16 Mio. Euro auf einen Verlust von 109 Mio. Euro zurück. Diese Zahlen seien durch die deutlich gestiegene Inflation negativ beeinflusst worden, die auch zu höheren Warenbezugskosten geführt habe, erklärte das Unternehmen. Wegen des intensiven Wettbewerbs seien zudem zusätzliche Investitionen in Kampagnen und Sonderaktionen erforderlich. Zudem sei beim Vergleich mit dem Vorjahr zu berücksichtigen, dass das Ergebnis 2020/2021 durch staatliche COVID-19-Hilfen in Höhe von 45 Mio. Euro gestützt worden war.

Im Segment DACH ist der Umsatz im dritten Quartal mit der Erholung des stationären Geschäfts im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um gut 5 Prozent gewachsen. Allerdings sei hier im Laufe des Quartals ein spürbarer Nachfragerückgang zu verzeichnen gewesen, vor allem in Deutschland, heißt es in einer Pressemitteilung. Im Segment West-/Südeuropa wurde das Umsatzniveau des Vorjahres wegen eines schwächeren Geschäftsverlaufs in den Niederlanden und in Belgien nicht ganz erreicht. Dagegen ist Ceconomy mit einem währungs- und portfoliobereinigten Umsatzplus von annähernd 65 Prozent in Osteuropa erneut am stärksten gewachsen. Dazu hat vor allem die anhaltend gute Kundennachfrage in der Türkei beigetragen. Allerdings ist hier auch der Einfluss der extrem hohen Inflation zu berücksichtigen.

Vor dem Hintergrund der Erholung des stationären Geschäfts nach dem Wegfall der Corona-Restriktionen lag der Online-Umsatz im dritten Quartal mit rund 1,1 Mrd. Euro um rund 400 Mio. Euro unter dem Wert des Vorjahresquartals und erreichte 22,9 Prozent des Gesamtumsatzes. Damit habe sich der Anteil im Vergleich zum dritten Quartal 2018/19, dem letzten direkten Vergleichszeitraum vor der Corona-Pandemie, nahezu verdoppelt, betonte Ceconomy. Mittelfristig will das Unternehmen weiterhin einen Online-Anteil von 30 Prozent des Gesamtumsatzes erreichen. Im strategisch wichtigen Geschäftsfeld Services & Solutions legte der Umsatz im dritten Quartal um 23,1 Prozent auf 299 Mio. Euro zu; der Anteil am Gesamtumsatz erhöhte sich damit von 5,5 auf 6,4 Prozent. Dazu habe auch das stärkere stationäre Geschäft beigetragen, erklärte Ceconomy. So habe es in den Märkten eine gute Nachfrage nach Smartbar-Dienstleistungen, Garantieverlängerungen und Mobilfunkverträgen gegeben.

Für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2021/22 ergibt sich für Ceconomy ein Umsatz von 16,5 Mrd. Euro, 3,2 Prozent mehr als in der Vorjahresperiode. Das EBIT liegt mit 102 Mio. Euro fast auf dem Niveau des Vorjahres (106 Mio. Euro). Im gesamten Geschäftsjahr soll der Umsatz das Vorjahresniveau (21,4 Mrd. Euro) erreichen, das EBIT wird im Korridor von 150 Mio. bis 210 Mio. Euro (2020/21: 237 Mio. Euro) erwartet.

CFexpress Typ A Karte der Gold Serie von Lexar

Die schnelle für 8K

Die neue Karte wurde für die Aufnahme von hochaufgelösten Fotos und 8K-Videos entwickelt.

Der Speicherspezialist Lexar hat die bislang schnellste Lexar Professional CFexpress Typ A Karte der Gold Serie angekündigt. Zur neuen Karte gibt es auch ein neues CFexpress Typ A/SD Lesegerät, das speziell für die Neuheit und für SD-UHS-II-Karten entwickelt wurde.

Mit einer Lesegeschwindigkeit von bis zu 900 MB/s, einer Schreibgeschwindigkeit von bis zu 800 MB/s und einer Mindestschreibgeschwindigkeit von 700 MB/s ist die Lexar CFexpress Typ A Karte der Gold Serie für professionelle Anwender gedacht, die hochaufgelöste Bilder und 8K-Videos in bestmöglicher Qualität aufnehmen möchten. Mit der Videoleistungsklasse 400 (VPG 400) wird nach Angaben von Lexar eine stabile Videoaufzeichnung mit mindestens 400 MB/s gewährleistet. Die Karten sind mit Kapazitäten bis zu 160 GB erhältlich, damit es nicht notwendig ist, sie häufig zu wechseln. Neben ihrer großen Kapazität und der Schnelligkeit sind sie auch durch ein robustes Design auf die Anwedung in professionellen Umgebungen abgestimmt und zeichnen sich durch Widerstandsfähigkeit gegen extreme Temperaturen sowie Stöße und Vibrationen aus. Zudem gibt Lexar auf die Karten eine lebenslange Garantie, die aber in Deutschland und Regionen, die keine lebenslange Garantie anerkennen, auf 10 Jahre ab Kaufdatum begrenzt ist.

Mit dem neuen Lesegerät lassen sich die Leistungsparameter der neuen Karten voll ausnutzen.

Spezieller Kartenleser

Das für die neuen Karten entwickelte Lexar Professional CFexpress Typ A/SD Lesegerät kann über USB 3.2 Gen 2 Schnittstellen die Daten von CFexpress Typ A und SD UHS-II Speicherkarten gleichzeitig mit einer Geschwindigkeit von 10 Gbps übertragen. Dank seines geringen Gewichts und der robusten Bauweise aus Metall ist der Kartenleser gut zum Transport geeignet, um auch unterwegs eingesetzt zu werden. So kann die Komplettlösung für die Erfassung und Übertragung von Inhalten von der Aufnahme bis zur Postproduktion verwendet werden.

„Dank der branchenführenden Leistung und der VPG 400 Einstufung können professionelle Anwender Videos in Kinoqualität aufnehmen ohne ein einziges Bild zu verpassen", kommentierte Joel Boquiren, General Manager von Lexar. „In Kombination mit dem neuen 10Gbps Lexar CFexpress Typ A/SD High-Speed Kartenleser können Kreative einen effizienten Arbeitsablauf für die Übertragung von Inhalten vom Drehort zur Postproduktion einrichten."

Die Lexar Professional CFexpress Typ A Karte der Gold Serie und der Lexar Professional CFexpress Typ A/SD Kartenleser sind ab sofort erhältlich. Die Karte wird für 139 Euro (UVP 80 GB) bzw. 259 Euro (UVP 160 GB) angeboten.

Fidlock setzt seit 15 Jahren auf Magnetkraft

Vom Cello zum Innovator

15 Jahre nach der Gründung setzt Fidlock 28 Millionen Euro (2021) um, beschäftigt fast 100 Mitarbeiter und arbeitet mit 60 Partnern in 40 Ländern zusammen.

Die Geschichte ist wirklich lesebuchreif: Es war einmal ein professioneller Cellist, der sich täglich darüber ärgerte, dass er mindestens ein Knie und zwei Hände brauchte, um dem Cellokasten den Bogen zu entnehmen, der dort mit einem Knopfdruck verschlossenen Lederriegel gesichert war. Joachim Fiedler löste das Problem, indem er einen magnet-mechanischen Verschluss erfand, der sich praktisch von selbst verriegelte und mit einem Handgriff wieder öffnen ließ. Dem ersten Patent folgten 400 weitere, und 15 Jahre später setzt Fiedlers Unternehmen Fidlock weltweit rund 28 Millionen Euro um. Seit 2016 bringt die Firma, die sich zunächst fast ausschließlich auf das B2B-Geschäft mit Komponenten für andere Hersteller konzentrierte, Premium-Magnet-Accessories unter eigener Marke auf den Markt. Darunter sind z. B. praktische Lösungen für Biker, innovative Smartphone-Hüllen sowie pfiffiges Zubehör für Hobby- und Profifotografen.

Dass dem ersten Patent für den magnet-mechanischen Verschluss bisher rund 400 weitere folgten, ist kein Zufall, denn das Anwendungsspektrum für die Verschlüsse, die sich praktisch von selbst sicher verriegeln und mit einem Handgriff wieder öffnen lassen, ist praktisch unbegrenzt. Fidlock Komponenten stecken darum in zahlreichen Produkten anderer Hersteller, von Schuhen weltbekannter Marken wie Nike über Rucksäcke bis zu Fahrradhelmen für Kinder und Erwachsene. Der letztgenannte Bereich zeigt das große Potential der magnet-mechanischen Verschlüsse: Sie sind nicht nur praktisch in der Bedienung, sondern auch so sicher, dass sie die strengen gesetzlichen Vorgaben für Helme erfüllen können.

Kein Wunder, dass die Komponenten millionenfach verkauft werden – und das weltweit. Fidlock ist mit knapp 100 Mitarbeitern und 60 Distributionspartnern in rund 40 Ländern tätig. Und der Unternehmensgründer Joachim Fiedler, der bis heute seiner Firma mit einem 25-köpfigen Entwicklerteam vorsteht, wurde in diesem Jahr vom Europäischen Patentamt für den Europäischen Erfinderpreis 2022 nominiert. Am Ende gewann zwar ein kreativer Kopf aus der Medizintechnik, aber Fiedler schaffte es, gemeinsam mit drei weiteren Kandidaten in die engere Wahl für den Preis in der

Kategorie der kleinen und mittelständischen Unternehmen.

Für Radfahrer, Fotografen und andere

Die ersten Consumer-Produkte unter eigener Marke entwickelte Fidlock für die Fahrradbranche, mit der das Unternehmen bereits durch seine Helmverschlüsse vertraut war. Auch hier wandte sich Fidlock wieder einem Problem mit hohem Frustationspotential zu: Während es mit herkömmlichen Systemen nicht wirklich einfach ist, während der Fahrt eine am Rahmen befestigte Trinkflasche zu nutzen und danach wieder zu verriegeln, kombinierte er für das Verschlusskonzept Twist die Kraft von Magneten mit einer sicheren mechanischen Rastung, die auch starken Belastungen gewachsen ist. Trotz dieses offensichtlichen Vorteils war der Start mit den ersten Twist Produkten nicht leicht, denn sie sind deutlich teurer als die bisherigen Lösungen. „Die Branche hielt es für unmöglich, dass die Kunden für eine Trinkflasche mit Halterung rund 40 Euro ausgeben", erzählt Joachim Fiedler. „Wir waren dagegen von unserer Lösung so überzeugt, dass wir sie einfach unter eigener Marke auf den Markt brachten."

Im Fidlock Hermetic Dry Bag ist das Smartphone sicher gegen Schmutz, Feuchtigkeit und Regen geschützt und kann dennoch wie gewohnt bedient werden.

Mit Erfolg: In der ZEG, die als Europas führende Einkaufsgemeinschaft in diesem Segment rund 1.000 Zweirad-Fachhändler vereinigt, ist das Produkt von Fidlock inzwischen die umsatzstärkste Flasche. Zudem hat das Unternehmen bereits rund 250.000 Fahrräder mit dieser Lösung ab Werk ausgestattet.

Inzwischen nutzt Fidlock das Twist Verschlusskonzept auch für andere Produkte, z. B. die brandneue Twist Essential Bag. Diese Tasche, die sich ähnlich wie eine Trinkflasche mit einem Handgriff am Fahrradrahmen befestigen bzw. abnehmen lässt, ist z. B. für Fotografen geeignet, die bis zu 700 g Zubehör auch in rauhem Gelände sicher transportieren wollen. Zur Ausstattung der Twist Essential Bag, die in zwei Größen jeweils in Schwarz bzw. mit grüner oder blauer Kontrasteinfassung ab 79,99 Euro (UVP) erhältlich ist, gehört auch ein Tragegurt – natürlich mit magnet-mechanischer Schnalle.

Für Smartphones und Kameras

Das Foto-Segment gehört derzeit zu den wichtigsten, strategischen Wachstumsfeldern von Fidlock. Dabei will das Unternehmen Smartphone-Knipser und anspruchsvolle Kameranutzer gleichermaßen ansprechen. So schützen die Smartphone-Taschen der Hermetic

Die Fidlock Twist Essential Bag lässt sich mit einem Handgriff am Fahrradrahmen befestigen und wieder abnehmen. Sie ist bestens dazu geeignet, z. B. eine kleine Fotoausrüstung von bis zu 700 g Gewicht mitzuführen.

Dry Bag Produktlinie das Mobilgerät zuverlässig gegen Schmutz, Staub und Wasser. Die magnet-mechanische Verriegelung schließt sich praktisch von allein, und das geht so schnell, dass die Smartphone-Tasche unter Umständen beim Eintauchen bereits verschlossen ist, wenn sie jemandem in offenem Zustand versehentlich aus der Hand ins Wasser fällt. Garantieren kann Fidlock dieses Tempo allerdings nicht. Ein weiterer wichtiger Produktvorteil: Da die Hermetic Dry Bag aus einer transparenten, touchfähigen Folie besteht, kann das Smartphone auch bedient und genutzt werden, wenn es sich in der Tasche befindet. Das gilt auch für die Fotofunktion.

Bei der Produktlinie Vacuum, mit der Fidlock im vergangenen Jahr den Design & Innovation Award gewann, wird die Kraft von Magneten mit sicherem Halt durch Unterdruck kombiniert. So lassen sich Smartphones ganz einfach an einem Stativ, dem Fahrrad oder dem Armaturenbrett im Auto befestigen. Dafür bietet Fidlock verschiedene Halterungen an, um das entweder in einer Tasche oder in einer kompatiblen Hülle untergebrachte Smartphone zu befestigen. Für Smartphone-Hüllen anderer Fabrikate gibt es das Uni Phone Patch zum Aufkleben. In jedem Fall sind die Mobilgeräte auf der Halterung nicht nur sicher untergebracht, sondern lassen sich durch das einfache Betätigen eines Hebels an der Seite auch schnell wieder lösen. Auch für anspruchsvolle Fotografen mit hochwertigen Ausrüstungen hat Fidlock ebenfalls Lösungen im Programm. So stellte das Unternehmen vor einigen Monaten den magnet-mechanischen Kameragurt SnapSnap vor, der für mittlere und große Kameras mit schweren Objektiven bis zu einer Traglast von 10 kg geeignet ist. In Verbindung mit einem Rucksack funktioniert SnapSnap zum einen als Tragesystem, das automatisch in die entsprechenden Konnektoren einrastet und für eine ausgezeichnete Balance sorgt, indem das Gewicht über den Oberkörper verteilt und der Nacken vollständig entlastet wird. Wird die Kamera zum Fotografieren ans Auge geführt, lösen sich die Verriegelungen am Rucksack praktisch von selbst, und damit der Objektivdeckel nicht verloren geht, kann er mit dem SnapSnap Lens Cap Clip mit einem Handgriff am Schultergurt des Rucksacks sicher untergebracht werden – natürlich mit Magnetkraft.

Mit dem Fidlock SnapSnap kann eine schwere Kamera samt Objektiv so am Rucksack befestigt werden, dass der Nacken vollständig entlastet wird. Am SnapSnap Lens Cap Clip lässt sich auch der Objektivdeckel sicher unterbringen.

Die Fotoprodukte von Fidlock haben innerhalb kurzer Zeit viele zufriedene Käuferinnen und Käufer gefunden. So wurde der Auftritt des Unternehmens auf dem Fotofestival in Zingst zu einem vollen Erfolg, auch die Zusammenarbeit mit führenden Fachhändlern hat bereits begonnen. Und auf jeden Fall kann man sicher sein, dass aus der Fidlock Entwicklungsabteilung noch viele pfiffige Lösungen kommen werden. Ob sie so weit gehen wie Joachim Fiedlers Kindheitstraum, kann man natürlich nicht wissen: Schon als Schüler skizzierte der Erfinder bereits einen Mähdrescher, der vorne das Korn drosch und hinten die Marmeladenbrote ausspuckte. Allerdings dürfte die Zielgruppe für dieses Produkt auch relativ klein sein.

Eigentlich spielte er Cello: Fidlock Gründer Joachim Fiedler wurde in diesem Jahr vom Europäischen Patentamt für den Europäischen Erfinderpreis 2022 nominiert.

allcop bietet Rundumservice für den Fachhandel

Das i-Port Konzept

allcop, 1959 als „Allgäuer Copieranstalt" gegründet, ist heute einer der führenden Bilddienstleister in Europa.

Der Bilddienstleister allcop aus Lindenberg im Allgäu ist seit vielen Jahrzehnten eine feste Größe für den Fotohandel. 1959 als „Allgäuer Copieranstalt" gegründet, gehört das bis heute inhabergeführte Unternehmen mit 200 Mitarbeitern zu den führenden Fotofinishern im europäischen Raum. Für den Fotohandel bietet allcop das komplette Rundum-Sorglos-Paket für das digitale Bildergeschäft über alle wichtigen Bestellwege an.

„Als reiner B2B-Dienstleister haben wir keine eigene Marke, sondern arbeiten ausschließlich für unsere Handelspartner", betont Matthias Zahn, Head of Key Account/Vertrieb bei allcop. „Dabei bieten wir unseren Kunden nicht nur eine umfassende Produktpalette, sondern auch die Möglichkeit, über unsere i-Port Plattform ihre Kunden im eigenem Namen anzusprechen."

allcop bietet dem Fotohandel ein Vollsortiment von Bildprodukten an. Dazu gehören neben Prints und Fotobüchern im Digitaldruck oder auf Fotopapier auch zahlreiche Artikel für das Wachstumssegment Wanddekoration. Sehr beliebt ist z. B. das individuell als Collage gestaltbare Faltposter im XXL-Format (70 x 100 cm), das im Inkjet-Verfahren auf 90 g Papier gedruckt wird, um eine gute Bildqualität zum günstigen Preis zu realisieren. Auch Premium-Poster (bis zum Panorama-Format 50 x 150 cm) und edle Dekorationen auf Leinwand oder Alu-Dibond (auf Wunsch auch hinter Acryl) sind verfügbar. Besonders dekorativ sind die Fotowand-Elemente in verschiedenen Formaten, die auf hochwertigem Rasterpapier gedruckt und auf Hartschaumplatte kaschiert werden. Sie lassen sich ganz einfach zu eindrucksvollen Kollagen zusammenstellen, denn das magnetische Aufhängesystem macht das Anbringen an der Wand kinderleicht.

Umfangreich ist auch das Sortiment von Fotogeschenken, zu denen u. a. Tassen, Gravur-Geschenke und Fotoaufsteller auf stabiler Holzfaserplatte gehören.

Matthias Zahn, Head of Key Account/ Vertrieb bei allcop: „Das Bildergeschäft bringt nicht nur Umsatz, sondern auch Kundenfrequenz in den Laden."

Rundumservice mit der i-Port Plattform

Auf der i-Port Plattform bietet allcop dem Fotohandel intuitiv bedienbare Tools und Werkzeuge für alle digitalen Bestellmöglichkeiten an. Dazu gehört der Online-Shop, in dem sich zahlreiche Fotoprodukte ganz einfach gestalten und online beim ausgewähl-

Sehr beliebt ist das individuell als Collage gestaltbare Faltposter im XXL-Format (70 x 100 cm hoch oder quer).

ten Händler bestellen lassen, ohne dass zuvor eine Software heruntergeladen werden muss. Diese Plattform kann über ein Banner direkt von der Webseite des jeweiligen Fotohändlers aus erreicht werden. Auf Wunsch steht auch eine Desktop-Software (Windows) für die Gestaltung von Fotoprodukten am PC zum Download bereit.

Dem Trend zur mobilen Bestellung folgt allcop mit der i-Port App (Android und iOS), mit der sich Fotobücher auf dem Smartphone oder Tablet schnell und einfach gestalten lassen. Die mobil bestellbaren Produkte sind in den Formaten 10 x 10, 13 x 13 und 20 x 20 cm mit Hard- oder Softcover-Einband erhältlich und können mit individuellem Titel versehen werden. Da die App die Bilder automatisch auf den Seiten verteilt, ist das mobile Fotobuch im Handumdrehen fertig.

Die Auslieferung der Fotoprodukte erfolgt in der Regel direkt an das Geschäft des Handelspartners, wo die Kunden die Aufträge abholen und an der Kasse bezahlen können. „Dieser Weg ist für klassische Fachgeschäfte immer noch ausgesprochen attraktiv", sagt Matthias Zahn. „Denn auf diese Weise bringt das Bildergeschäft nicht nur Umsatz, sondern auch Kundenfrequenz in den Laden."

Mit seiner jahrzehntelangen Erfahrung als Fotofinisher und modernen Logistiksystemen stellt allcop sicher, dass der Versand zuverlässig zum vereinbarten Zeitpunkt erfolgt. Die Verpackungen werden auf die Dimensionen der verschiedenen Produkte ausgerichtet, damit so wenig Material eingesetzt wird wie möglich.

Für Bestellungen vor Ort bietet allcop zwar keine eigenen Terminals, dafür aber Schnittstellen für die Lösungen von di support und Silverlab Solutions an. Dort können dann Fotoprodukte im Geschäft gestaltet und bestellt werden. Sofortdruck-Aufträge werden gegebenenfalls auf Rechnung des Fachhändlers ohne Beteiligung von allcop durchgeführt.

Viel Unterstützung

Zum Rundumservice von allcop gehört nicht nur die Bereitstellung der Bestellplattformen und die Produktion der Bildprodukte für den Fotohandel, sondern auch Marketing-Unterstützung durch jahreszeitlich passende Kampagnen. Zudem stehen den Kunden natürlich auch klassische Großlabor-Dienstleistungen wie die Verarbeitung analoger Filme zur Verfügung. Auch die Digitalisierung von alten Fotoschätzen wie Dias, Negativen und Abzügen gehört zu den Dienstleistungen von allcop.

Die Fotowand-Elemente sind in verschiedenen Formaten erhältlich und können zu attraktiven Wanddekorationen kombiniert werden.

Der Lindenberger Bilddienstleister ist auf der kommenden Ringfoto Messe, die am 30. September und 1. Oktober in Heilbronn stattfindet, sowie auf der auf der bpp Convention 2022 2. bis 3. Oktober in Köln als Aussteller vertreten. Zudem ist allcop auch auf der B2B Konferenz ImagingExecutives@Photopia am 13. Oktober in Hamburg präsent.

Auch zahlreiche Fotogeschenke werden bei allcop produziert.

Photopia Hamburg nimmt 2022 Fahrt auf

Die Branche in der Hansestadt

Vom 13. bis 16. Oktober trifft sich die Branche zum zweiten Mal auf der Photopia Hamburg. Nach der Pilotveranstaltung 2021, die noch unter Corona-Beschränkungen stattfand, rechnen die Organisatoren in diesem Jahr mit deutlich mehr Ausstellern und Besuchern. Neben der Messe in den Hallen A1 und A2, die mit einem Live-Programm auf mehreren Bühnen ergänzt wird, gibt es auf der Creative Content Conference vom 14. bis 16. Oktober viel Inspiration für Profifotografen und Content Creator. Am 13. Oktober spricht der B2B Kongress Imaging Executives@Photopia mit einem hochkarätigen Programm unter dem Motto „Intelligent Progress" den Fotohandel, Hardware- und Software-Lieferanten, Bilddienstleister, Distributoren ebenso an wie Unternehmen, deren Geschäft die Erzeugung, Bearbeitung, Vermarktung oder Ausgabe von visuellem Content umfasst.

In diesem Jahr werden in Hamburg alle großen Foto- und Kameramarken als Aussteller erwartet. Auch Zubehörhersteller sowie wichtige Unternehmen aus dem Fotohandel wie Calumet, Foto Erhardt und Fotoprofi sind dabei. Dazu kommen Bildienstleister wie Cewe, Pictrs, PixelfotoExpress, nPhoto und Whitewall sowie Anbieter von Investitionsgütern wie Imaging Solutions und Mümken Sales. Auf Sonderflächen wie der DroneZone und Photopia XR werden Wachstumssegmente präsentiert, der kreative Nachwuchs stellt sich in der Young Professionals Area vor.

Es gehört zum Konzept der Photopia, nicht nur die wichtigsten Produkte, Konzepte und Technologien auf dem Messegelände zu präsentieren, sondern auch die Begeisterung für das Fotografieren und vor allem für Ergebnisse in die Hansestadt zu tragen. So werden an verschiedenen Stellen im Stadtgebiet hochkarätige Ausstellungen präsentiert, Fototörns und Fotowalks laden zum Mitmachen ein, und bei verschiedenen Fotowettbewerben gibt es attraktive Preise zu gewinnen.

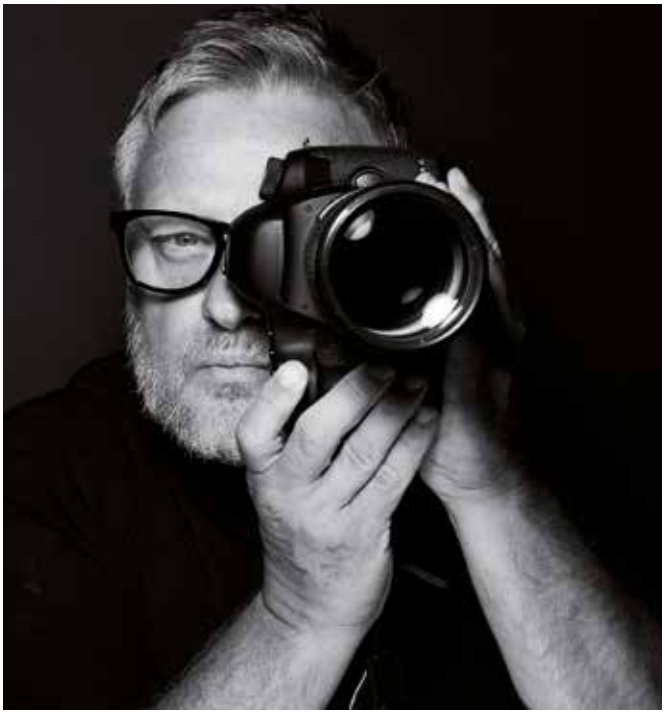
Claudia Roth und Rankin

Nachdem im vergangenen Jahr die international renommierte Mode-Fotografin Ellen von Unwerth der Photopia ihr Gesicht gab, geht die Veranstaltung in diesem Jahr gleich unter zwei Schirmherrschaften an den Start: Das urbane Festival für Foto und Video wird sowohl von Claudia Roth, Mitglied des Deutschen Bundestages sowie Staatsministerin und Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien, als auch dem britischen Starfotografen Rankin unterstützt.

„Die beiden sind die ideale Besetzung für unser urbanes Imaging-Festival", erklärt Christian Popkes, Künstlerischer Leiter der Photopia Hamburg. „Und weil sie aus so verschiedenen Bereichen kommen, bringen sie ganz unterschiedliche Impulse mit. Das ist eine wahre Bereicherung."

Claudia Roth, die ihre Verbundenheit mit der Fotografie zuletzt als Schirmherrin des Oberstdorfer Fotogipfels zeigte, ist aktuell die Kulturstaatsministerin im Kabinett von Bundeskanzler Olaf Scholz. Zuvor war die Grünen-Politikerin bis 2013 zwei Mal Parteivorsitzende und bis 2021 Vize-Präsidentin des Deutschen Bundestages. Vor ihrem politischen Engagement arbeitete Claudia Roth unter anderem als Dramaturgie-Assistentin und Dramaturgin bei den Städtischen Bühnen Dortmund sowie bei Hoffmanns Comic Theater (HCT) in Unna. Von 1982 bis 1985 war sie Managerin der Politrockband Ton Steine Scherben um Rio Reiser.

Vor der Kamera des Starfotografen Rankin standen bereits internationale Superstars wie David Bowie, Kate Moss, Kendall Jenner und Heidi Klum. Der Brite, dessen Portfolio neben Portraits und Modefotografien auch Dokumentationen umfasst, ist dem deutschen Publikum unter anderem durch „Germany's Next Topmodel" bekannt. Seine Bilder erschienen in Top-Medien wie Elle, Vogue, GQ und Rolling Stone und waren auch im New Yorker MoMA und dem Victoria & Albert Museum in London zu sehen.



In diesem Jahr steht die Photopia Hamburg unter der Schirmherrschaft von Claudia Roth und dem britischen Starfotografen Rankin.

Creative Content Conference@Photopia

Nach dem erfolgreichen Auftakt im letzten Jahr präsentiert der Fachkongress Creative Content Conference@Photopia vom 14. bis 16. Oktober 2022 ein vielfältiges Programm für Fotoprofis und Content Creators. Die drei Konferenztage stehen jeweils unter einem thematischen Schwerpunkt: „Wedding & Portrait" am Freitag, „Editorial & Documentary" am Samstag und „Commercial & Lifestyle" am Sonntag.

Am 14. Oktober geht es um aktuelle Trends in der Hochzeits-, Porträt- und Peoplefotografie. Den Startschuss geben das Hochzeitsfotografen-Duo Julia & Gil mit ihrem Vortrag „Mehr ist nicht die Lösung – Höhere Umsätze mit weniger Arbeit". Neben weiteren Vorträgen, unter anderem von Michael Taterka mit „Ich bin kein Hochzeitsfotograf" oder Kerstin und Paul Rockstein zum Thema „The Power of Nudging – Wie wir unsere Kunden zu Brand-Botschaftern machen", wird es einen Branchen-Talk des bpp (bund professioneller portraitfotografen) geben, der die Schirmherrschaft für den ersten Konferenztag übernommen hat.

Am Samstag, den 15. Oktober, sprechen im Rahmen des Schwerpunktthemas „Editorial & Documentary" die Bildjournalisten Ksenia Kuleshova und David Klammer zu den Themen „Persönliche Langezeitprojekte und Aufträge: Vorbereitung, Ablauf und Highlights" und „Der andere Blick – Synergien zwischen freien Projekten und Auftragsproduktionen". Das Fotografenkollektiv Docks berichtet über seine Dokumentation der Flutkatastrophe im Ahrtal, bevor es zum Abschluss des Tages in einer Podiumsdiskussion des Female Photoclubs um die Frage „Karriere oder Kind? – Wie sich Elternschaft und Selbstständigkeit miteinander vereinbaren lassen" gehen wird.

Der letzte Tag der Creative Content Conference, Sonntag, der 16. Oktober, thematisiert Commercial- und Lifestyle-Fotografie. Hier wird beispielsweise Bob Sala mit seinem Vortrag „Die Seele des Barmanns – Leichte Bemerkungen über die mehrbändigen Werke eines Tagelöhnerpoeten" persönliche Einblicke in seine Arbeitsweise geben, bevor es mit „How to Start – 3 junge Fotografen und Fotografinnen über ihren beruflichen Einstieg" hilfreiche Tipps von Felix Brauner, Caroline Gerst und Marcel Kusch für Berufseinsteiger gibt. Außerdem beleuchtet Silke Güldner in ihrem Vortrag „Von der Anfrage zum Auftrag – Honorare, Nutzungsrechte und Kundenkommunikation" die Hintergründe und Faktoren einer professionellen Honorargestaltung. Das Highlight zum Abschluss der Creative Content Conference ist ein Vortrag des Fotografen Joachim Baldauf über den Wandel der werblichen Porträtfotografie in Zeiten von Social Media. Das Programm steht unter der Schirmherrschaft des Berufsverbands Freie Fotografen und Filmgestalter e. V. (BFF e. V.) und wird aktiv mitgestaltet von der BFF Akademie.

Tickets für die Creative Content Conference@Photopia sind ab sofort über den Ticketshop der Photopia erhältlich.

Nach dem erfolgreichen Start im vergangenen Jahr ist die B2B Konferenz ImagingExecutives@PHOTOPIA am 13. Oktober mit einem hochkarätigen Programm wieder eine willkommene Gelegenheit für Führungskräfte der Branche, die Chancen und aktuellen Herausforderungen im Imaging-Business zu präsentieren und zu diskutieren. Wie 2021 wird der Kongress, der vom Photoindustrie-Verband (PIV) unterstützt wird, im Rahmen der Photopia Hamburg vom Fachmedium imaging+foto-contact als Impulsgeber konzipiert.

Als Gold-Sponsoren treten Canon, Cewe und Imaging Solutions in Hamburg auf, als Silber-Sponsoren sind allcop, di support und Xpozer dabei. Fachhandelspartner ist Ringfoto.

Tickets sind ab sofort über den Ticketshop der Photopia für 199 Euro (inkl. MwSt.) erhältlich. Ringfoto-Mitglieder zahlen für das Konferenzticket nur 149 Euro (regulär 199 Euro) inkl. MwSt. Den dafür notwendigen Rabattcode erhalten sie von der Zentrale.

Ab Mitte September erhalten alle angemeldeten Teilnehmer der Konferenz ImagingExecutives@PHOTOPIA eine Einladung zur Teilnahme an einer exklusiven VIP-Abendveranstaltung,

B2B Konferenz ImagingExecutives@PHOTOPIA auf der PHOTOPIA Hamburg

Das Imaging-Geschäft der Zukunft

die zum Preis von 69 Euro gebucht werden kann.

Unter dem Motto „Intelligent Progress" wird ImagingExecutives@PHOTOPIA Hardware- und Software-Lieferanten, Bilddienstleistern, Einzelhändlern und Distributoren sowie Unternehmen, deren Geschäft die Erzeugung, Bearbeitung, Vermarktung oder Ausgabe von visuellem Content umfasst, neue Impulse für ihr Geschäft geben und eine Plattform für den persönlichen Austausch bieten. Neben hochkarätigen Mitgliedern des Managements führender Imaging-Unternehmen wie Canon, Cewe und Imaging Solutions werden auch Unternehmen aus Fotohandel und Bilddienstleistung sowie unabhängige Expertinnen und Experten ihre Ideen und Konzepte präsentieren.

Die Buchautorin, Wirtschafts- und Arbeitswissenschaftlerin Simone Gerwers will mit ihrer Keynote zum Auftakt des Kongresses „Mutausbrüche" provozieren.

In ihrer Keynote „Zukunft wird aus Mut gemacht" schlägt die Buchautorin, Wirtschafts- und Arbeitswissenschaftlerin Simone Gerwers gleich zum Auftakt des Kongresses vor, auf die aktuellen Krisen nicht mit Sorgen oder gar Angst, sondern mit einem „Mutausbruch" zu reagieren. Das gilt natürlich auch für den Einzelhandel, der sich besonderen Herausforderungen stellen muss. Ralf Haberich, CEO des Spezialisten für Shopping-Apps und Omnichannel, Shopgate, zeigt unter dem Titel „Was die Kunden wirklich erwarten… ist keine Kaffeebar in der Filiale", wie digitale und stationäre Vertriebsplattformen mit kundenzentrierten Omnichannel-Lösungen intelligent verzahnt werden können. Dabei stellt er die Ergebnisse einer aktuellen Studie vor, für die im Auftrag von Shopgate 2.300 Konsumenten sowie Einzelhändler aus verschiedenen Branchen befragt wurden.

Ralf Haberich, CEO des Spezialisten für Shopping-Apps und Omnichannel, Shopgate, stellt dar, wie digitale und stationäre Vertriebsplattformen mit kundenzentrierten Omnichannel-Lösungen intelligent verzahnt werden können.

Was neue Technologien und Medien wie NFT und das Metaverse für die Zukunft des Einzelhandels bedeuten, ist das Thema von Marilyn Repp, Stellvertretende Geschäftsführerin des Mittelstand-Digital Zentrums Handel im HDE. Die gefragte Handelsexpertin, die sich seit vielen Jahren mit Digitalisierung, Innovationen und Trends im

Marilyn Repp, Stellvertretende Geschäftsführerin des Mittelstand-Digital Zentrums Handel im HDE, wird die Bedeutung von neuen Technologien und Medien wie NFT und Metaverse für den Einzelhandel erläutern.

→

Nach dem erfolgreichen Piloten im Vorjahr wird die B2B Konferenz ImagingExecutives@Photopia der Branche am 13. Oktober wieder wichtige Impulse geben.

Handel beschäftigt, ruft den Unternehmen der Branche zu: Raus aus der Komfortzone – rein in die Zukunft! Expertinnen und Experten aus der Foto- und Imagingbranche werden diskutieren, mit welchen Produktkategorien der Fotohandel angesichts sinkender Verkaufszahlen im Kamerageschäft neue Zielgruppen ansprechen kann. Dabei spielen natürlich auch Bilddienstleistungen eine Rolle: Cewe Vorstand Dr. Reiner Fageth wird darstellen, wie Künstliche Intelligenz (KI) die Kunden bei der Bildauswahl unterstützen kann, ohne sie zu „gläsernen Konsumenten" zu machen. Aus dem Fotohandel zeigt das Management von Foto Erhardt, wie ein inhabergeführtes Unternehmen trotz zurückgehender Nachfrage auf dem Kameramarkt und harten Wettbewerbs durch kapitalstarke Wettbewerber erfolgreich auf dem Markt agieren und dabei profitabel wachsen kann. In einer Podiumsdiskussion geht es zudem um die wachsende Bedeutung bewegter Bilder und erfolgreiche Konzepte für das Zubehörgeschäft.

Cewe Vorstand Dr. Reiner Fageth wird Wege zeigen, die Kunden mit Künstlicher Intelligenz (KI) bei der Bildauswahl zu unterstützen, ohne sie zu „gläsernen Konsumenten" zu machen.

Ständig aktualisierte Informationen zum B2B Kongress ImagingExecutives@Photopia gibt es auf https://www.photopia-hamburg.com/programm/imagingexecutivesphotopia

Goldsponsoren / Goldsponsors

Canon

cewe

ImagingSolutions

Viesus

Silbersponsoren / Silversponsors

di support

allcop Farbbild-Service

XPOZER

Retailing Partner

RINGFOTO

Unterstützt von / Supported by

PIV WE ARE IMAGING

Sie sind Journalist?

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

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

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

Alteingeführtes Fotostudio in 1-A-Lage in südhessischer Großstadt, großes Portraitstudio ca. 120 qm, Laden ca. 100 qm mit Geschenkabteilung, Rahmenabteilung und Amateurbildstation. Aus Altersgründen zum Ende des Jahres **zu verkaufen**.
Zuschriften unter Chiffre 1363319 an:
C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH,
imaging+foto-contact,
Am Potekamp 20, 40885 Ratingen

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

**Anzeigenschluss
für Kleinanzeigen im
imaging+foto-contact
Ausgabe 10/2022 ist der
13. September 2022.**

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

Inserentenverzeichnis

Cewe ..... 4. U.

Personal-
und Kleinanzeigen ..... 3. U.

Photo + Medienforum Kiel ..... 2. U.

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für die
deutsche Foto- und Imagingbranche

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

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

Redaktion:
Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klomps

Anzeigen:
Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Klomps
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 51 v. 1. Januar 2022

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

mein cewe fotobuch

cewe.de