

imaging+foto

10
2022

contact

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

50 Jahre imaging+foto-contact Wir sagen Danke



Die neue Systemkamera X-H2 von Fujifilm 40,2 Megapixel und 8K-Video

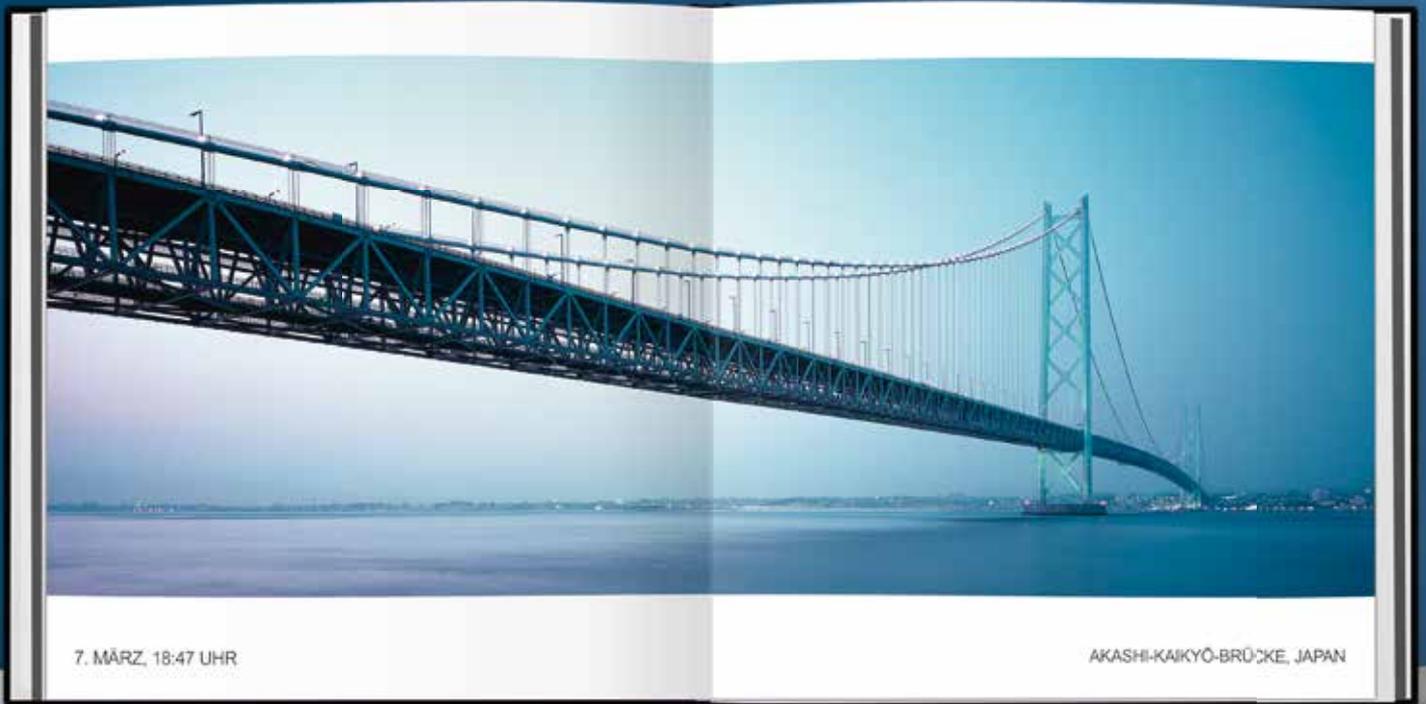
Fujifilm hat mit der X-H2 eine Systemkamera angekündigt, die mit einem neuen 40,2 Megapixel X-Trans CMOS 5 HR APS-C-Sensor die bislang höchste Auflösung in der X Serie bietet. **S.24**

Die neue 4K Super 35-Kamera FX30 von Sony Speziell für Filmemacher

Sony erweitert die Cinema Line um die kompakte 4K Super 35 Kamera FX 30, die für den Einsatz bei professionellen oder semiprofessionellen Filmproduktionen entwickelt wurde. **S.28**

Fotos, die an der Wand schweben Das Xpozer System

Mit dem Xpozer System ist es möglich, Fotos im Posterformat rahmenlos so zu präsentieren, dass sie an der Wand zu schweben scheinen. Das niederländische Unternehmen ist für Partnerschaften offen. **S.30**



Micha Pawlitzki
Profifotograf und CEWE Kunde

mein
cewe fotobuch

Beeindruckend.

Ihre kleinen und großen Fotomomente –
festgehalten in einem CEWE FOTOBUCH.

cewe.de

50 Jahre imaging+foto-contact

Ein dankbarer Blick zurück

Diese Ausgabe von imaging+foto-contact ist etwas Besonderes: Vor 50 Jahren, am 23. September 1972, erblickte unser Branchenmagazin das Licht der Welt – natürlich auf der photokina, wo sonst. Im Rückblick zeigt sich besonders deutlich, wie viel sich in diesen fünf Jahrzehnten verändert hat. Das gilt nicht nur für die Technik, sondern auch für die Menschen und Unternehmen, die unsere Branche geprägt haben und prägen. Große Namen sind verschwunden oder unbedeutend geworden, neue sind dazugekommen. Als Fachzeitschrift durften wir spannende Zeiten begleiten, und das wäre ohne Sie, unsere Leserinnen und Leser, nicht möglich gewesen. Dafür sagen wir Danke.



Thomas Blömer, Verleger

Der erste „foto-contact“ (so hieß unser Medium damals) hatte mit dem heutigen Magazin äußerlich wenig gemeinsam. Es handelte es sich um einen, wie man heute sagen würde, Newsletter, der mit dem Untertitel „VGP Fachinformation“ in gewagtem Lila und der heute unglaublichen Auflage von 26.000 Exemplaren von meinem Vater herausgegeben wurde. Der Hinter-

grund: Von 1955 bis 1971 hatte Josef Blömer als Mitgründer und Geschäftsführer des Düsseldorfer GFV-Verlages zahlreiche Magazine für die Fotobranche, den Fotohandel und engagierte Amateure ins Leben gerufen. Nach seinem Ausscheiden aus diesem Unternehmen stand er vor der Herausforderung, beruflich und unternehmerisch



Gewagte Farbe: Die Erstaussgabe erschien mit der Schmuckfarbe Lila.

noch einmal neu anfangen zu müssen. Unterstützt wurde er dabei vom damals noch mächtigen Fotogroßhandel: Die in der Vereinigung von Grossisten für den Photohandel (VGP) zusammengeschlossenen Unternehmen beauftragten ihn zunächst mit der Herausgabe des Nachschlagewerks „der grosse foto-katalog“, in dem seinerzeit praktisch das gesamte Produktangebot auf dem deutschen Fotomarkt zusammengefasst war. Für einen Verleger wie Josef Blömer war es naheliegend, das jährlich erscheinende Werk mit einem Periodikum zu begleiten, in dem einerseits die Nachträge zum aktuellen Katalog, zum anderen aber das Neueste aus der Branche veröffentlicht wurde. Genau das geschah dann mit foto-contact.

Mit der Digitalisierung wurde „der grosse foto-katalog“ irgendwann obsolet, aber das Branchenmedium foto-contact blieb und entwickelte sich weiter: Ab 1992 erschien es unter dem Namen „foto+video-Contact“, der bereits 1997 in „imaging+foto-contact“ geändert wurde, um den Vorzeichen der Digitalisierung gerecht zu werden. Und so ist es ein glücklicher Zufall, dass der 50. Geburtstag unseres Magazins auch mit dem 25. Geburtstag seines heutigen Namens zusammenfällt.

Verändert hat sich im Laufe der 50 Jahre natürlich nicht nur der Name. Die vierseitige Erstaussgabe entstand auf einer IBM Kugelkopfschreibmaschine, die, wenn ich mich richtig erinnere, von einem freundlichen Menschen an meine Eltern ausgeliehen wurde.



Die Erscheinungsweise wurde in der Erstausgabe, die wir in der Mitte dieses Heftes nachdrucken, als „sporadisch“ angegeben, und so folgte der zweite foto-contact dann erst im Februar 1973 – nicht mehr in Lila, sondern erstmals in der für imaging+foto-contact immer noch typischen, damaligen Trendfarbe Orange (HKS6). Und dieser Vierseiter enthielt als Beilage die Nachträge zum großen Fotokatalog 1972/1973; auch die erste Anzeige wurde dort platziert – von der Agfa, die damals „Das freundliche Fotoverkaufsjahr“ 1973 ausrief.



Bereits die zweite Ausgabe, die im Februar 1973 erschien, zeigte die noch heute prägende Schmuckfarbe Orange.

In der folgenden Ausgabe (April 1973 – vier Seiten plus zwei Seiten Einlegeblatt) findet sich neben einer weiteren halbseitigen Anzeige von Agfa bereits eine weitere halbe Seite, auf der Kodak die auf der photokina 1972 eingeführten Pocketkameras bewarb.

Nach einigen weiteren „Newsletter-Ausgaben“ erschien foto-contact im Februar 1974 erstmals im Umfang von 16 Seiten (Inserenten: Bremaphot, Miranda, J.H. Annacker, Agfa, Kleffel

& Aye und Rolleil), und danach ging es dann stetig aufwärts: Zwei Jahre nach dem Start als Vierseiter war die Messeausgabe zur photokina 1974 bereits 64 Seiten stark.

Keine Sorge, weitere Einzelheiten zur Entwicklung von imaging+foto-contact erspare ich Ihnen und mir. Auf den folgenden Seiten finden Sie einen kleinen Rückblick auf wichtige Meilensteine in der Foto- und Imagingbranche der letzten fünf Jahrzehnte. Das ist keine Geschichte, die in irgendeiner Weise den Anspruch erhebt, die wichtigsten Ereignisse zusammenzufassen. Wir erinnern vielmehr an einige – mehr oder weniger willkürlich herauspickte – Ereignisse, unter denen manches Kuriosum ist und vieles, was im Laufe der Jahre längst in Vergessenheit geriet.

Zu den fünf Jahrzehnten unseres Fachmediums ein persönliches Wort: Ich bin dankbar, dass ich die 50 Jahre imaging+foto-contact praktisch von Anfang an miterleben dürfte – zuerst als Student sporadisch mitarbeitend, seit 1984 hauptberuflich, seit 1994 als



So konnten die Leser den Gründer von imaging+foto-contact, Josef Blömer (1925 - 2019) viele Jahre lang.

Chefredakteur und seit 2004 als Geschäftsführer und Verleger.

Was auch wichtig ist: Die Geschichte von imaging+foto-contact ist nicht nur die Geschichte einer Branche und ein Dokument technologischer Entwicklungen. Die Geschichte von imaging+foto-contact ist auch eine Geschichte von Menschen, die diese Branche und die auch unser Magazin geprägt und gestaltet habe. Ich nenne keine Namen, weil ich fürchte, den einen oder die andere zu vergessen, die auch großen Anteil daran haben. Ich sage deshalb einfach Danke an alle, die imaging+foto-contact fünf Jahrzehnte lang unterstützt, konstruktiv kritisiert und als Medium für Branchenkommunikation aktiv oder passiv genutzt haben. Ein besonderer Dank gilt denen, die durch ihre Glückwünsche in dieser Jubiläumsausgabe zum Ausdruck bringen, dass sie imaging+foto-contact auch nach 50 Jahren als Branchenmedium wertschätzen.

Thomas Blömer



Fast schon ein „richtiges“ Magazin: Im Februar 1974 erschien foto-contact mit 16 Seiten Umfang.



50 JAHRE

imaging+foto contact

Das ist ein Grund zum Feiern.
Canon Deutschland gratuliert
ganz herzlich zu diesem Jubiläum.

Canon

Live for the story_

Inhalt

Zum Titelbild

Die Höhepunkte aus fünf Jahrzehnten
Innovation und Wandel 10

Editorial

50 Jahre imaging+foto-contact
Ein dankbarer Blick zurück. 3

Wichtiges aus foto-contact.de 8, 9

Neuheiten 33, 36

Kleiner Fotodrucker für überall
Canon Zoemini 2 16

Die neue Systemkamera X-H2 von Fujifilm
40,2 Megapixel und 8K-Video. 24

Die neue 4K Super 35-Kamera FX30 von Sony
Speziell für Filmemacher. 28

Herbst-Neuheiten von walther design
Wohnräume = Wohnräume 32

Unternehmen

Thilo Röhrig übernimmt bei Ringfoto
von Michael Gleich
Der Neue kommt von Sony. 34

ImagingExecutive@Photopia

„Intelligent Progress“ 13. Oktober 2022

Für die zweite Ausgabe unserer B2B-Konferenz ImagingExecutives@PHOTOPIA haben wir für Sie ein spannendes Programm mit erstklassigen Referentinnen und Referenten vorbereitet, die viele

Ideen vorstellen, wie die Branche auf die rasanten Veränderungen der Technologien und des Konsumentenverhaltens mit innovativen Geschäftsmodellen reagieren kann, um das Imaging Business weiterzuentwickeln.

Wendumschlag



INTERNATIONALE MESSEN

Die Höhepunkte aus fünf Jahrzehnten

Innovation und Wandel



Ein runder Geburtstag ist immer ein Anlass, zurück zu blicken. Das haben wir getan und dabei manches Ereignis gefunden, das wir schon vergessen hatten. Wir laden Sie ein, auf den folgenden

Seiten einen Blick in die Geschichte der letzten fünf Jahrzehnte zu werfen – nicht in Form einer Chronik, die Anspruch auf Vollständigkeit erhebt, sondern in Form von Schnappschüssen, die uns – wie in einem Fotoalbum – an Menschen, Unternehmen und Vorgänge erinnern, die zum Teil lange der Vergangenheit angehören, zum Teil aber auch noch bis heute wirken und Früchte tragen. Seite 10

ZUM TITELBILD



Kleiner Fotodrucker für überall Canon Zoemini 2

Mit der Einführung eines weiteren kompakten Fotodruckers unterstreicht Canon sein Engagement für den schnellen Druck von Fotos. Der Zoemini 2 ist mit einem Gewicht von 177 g leichter als ein durchschnittliches Smartphone und kann auch dank seiner Abmessungen von 12 x 8,4 x 2,15 cm praktisch überall seinen Zweck erfüllen – zu Hause, bei der Arbeit, auf Parties und auf Reisen. Seite 16

Die neue Systemkamera X-H2 von Fujifilm 40,2 Megapixel und 8K-Video



Wenige Monate nach Ankündigung der auf Schnelligkeit getrimmten X-H2S hat Fujifilm mit der X-H2 eine weitere Systemkamera angekündigt. Sie bietet mit einem neuen 40,2 Megapixel X-Trans

CMOS 5 HR Sensor im Zusammenspiel mit dem X-Prozessor 5 die bislang höchste Auflösung und die beste Detailwiedergabe der X Serie. Das gilt sowohl für Fotos als auch für Videos, denn die X-H2 ist die weltweit erste APS-C-Kamera, die Videos in 8K/30p Apple ProRes-Qualität auf der Speicherkarte aufzeichnen kann. Seite 24

NEUHEITEN

Herbst-Neuheiten von walther design Wohnräume = Wohnräume



In den kommenden Monaten werden wieder viele Menschen mehr Zeit mit ihren Familien in den eigenen vier Wänden verbringen. Dabei spielen auch Dekorationen und Fotos eine wichtige Rolle. Der Nettetaler Alben- und Rahmenspezialist walther design hat dafür sein Angebot weiter ausgebaut. Seite 32

Die neue 4K Super 35-Kamera FX30 von Sony Speziell für Filmemacher



Sony erweitert die Cinema Line um die kompakte 4K Super 35 Kamera FX 30, die noch konsequenter auf den Einsatz bei professionellen oder semiprofessionellen Filmproduktionen abgestimmt wurde als ihr Vollformat-Pendant FX 3.

Sie bietet zahlreiche anspruchsvolle Funktionen wie Dual Base ISO, Log-Aufnahmemodi und benutzerdefinierte LUTs (Look-Up Tables) zu einem Preis, der für viele ambitionierte Filmemacher interessant sein dürfte. Wer will, kann mit der Kamera auch fotografieren, zeichnet dabei aber eigentlich Standbilder mit elektronischem Verschluss auf, denn ein mechanischer ist nicht an Bord. Seite 28

Fotos, die an der Wand schweben Das Xpozer System



Ganz neu ist es nicht mehr, aber auf dem deutschen Markt noch wenig bekannt: Das in den Niederlanden entwickelte

Xpozer System macht es möglich, Fotos im Posterformat rahmenlos und so zu präsentieren, dass sie an der Wand zu schweben scheinen. Das Unternehmen, das von seinem Mitgründer Clemens van Os geführt wird, will nach einem erfolgreichen Start in den Benelux-Ländern jetzt auch auf dem deutschen Markt stärker werden und ist für Partnerschaften offen. Seite 30

Thilo Röhrig übernimmt bei Ringfoto von Michael Gleich Der Neue kommt von Sony



Am 9. September wurde das lange gehütete Geheimnis gelüftet: Der Ringfoto-

Verwaltungsrat hat Thilo Röhrig (47) zum 1. Oktober 2022 zum Geschäftsführer der Kooperation bestellt. In dieser Funktion tritt er die Nachfolge von Michael Gleich an, der nach 29 Jahren an der Spitze von Europas größtem Fotoverbund in den Ruhestand geht. Gleich hatte in seiner Amtszeit die Kooperation erfolgreich geleitet und bereits auf der Gesellschafterversammlung im Juni 2022 bekanntgegeben, dass er zum Jahresende aus dem Unternehmen ausscheidet. Seite 34

Berlin Photo Week meldet guten Verlauf „Emotionale Erlebnis-Aktionen“

Die Berlin Photo Week hat bei ihrem Neustart in der Arena Berlin vom 2. bis 4. September nach Angaben der Veranstalter 20.000 Besucher angezogen. Zirka 40 Prozent seien als Fachbesucher, 60 Prozent dagegen als Privatpersonen in die Arena Berlin gekommen, heißt es in einer Pressemitteilung. Als besondere Höhepunkte hätten sich die Partnerschaft mit der Fotografenagentur Magnum Photos sowie zahlreiche Workshops, Ausstellungen, eine hochkarätig besetzte Konferenz und die Präsentationen der Aussteller erwiesen. Seite 18

NEUHEITEN

BILDDIENSTLEISTUNGEN

UNTERNEHMEN

INTERNATIONALE MESSEN

Bilddienstleistungen

Fotos, die an der Wand schweben
Das Xpozer System 30

Internationale Messen und Kongresse

ImagingExecutive@Photopia
„Intelligent Progress“ **Wendeumschlag**
Berlin Photo Week meldet guten Verlauf
„Emotionale Erlebnis-Aktionen“ 18

Erstausgabe foto-contact 19

Impressum 36

Klein-
und Personalanzeigen 37

Immer aktuell:

The collage features the 'Imaging foto contact' magazine cover with the headline '50 Jahre Imagingfoto-contact Wir sagen Danke'. Below it is a screenshot of the website showing an article about the Sony FX30 camera. Other elements include a 'PHOTOPIA HAMBURG' event announcement for September 13-16, 2022, a snippet about a Canon Z6 printer, and a notice about a conference at PHOTOPIA Hamburg.



Panasonic: Neues Firmware-Update Version 2.2 für Lumix GH6

Panasonic hat die Veröffentlichung des Firmware-Updates Version 2.2 für die Lumix GH6 angekündigt, um die direkte Aufnahme und Wiedergabe von Videos/Fotos mit einer über USB angeschlossenen externen SSD zu unterstützen.

Mit der neuesten Firmware wird es möglich sein, hochwertiges Apple ProRes 422 HQ (maximal 1,9 Gbps) oder hohes Datenvolumen von All-Intra 4:2:2 10-Bit direkt auf dem USB-Laufwerk (SSD) mit maximal 2 TB Kapazität aufzuzeichnen. Die auf der SSD aufgezeichneten Dateien können einfach per USB auf den PC übertragen werden, was den Backup-Aufwand minimiert und den Postproduktionsprozess effizienter macht.

„Unser Anspruch ist es, unsere Kameras stetig für professionelle und semiprofessionelle Videoanwendungen zu verbessern“, erklärte Michael Langbehn, European Manager PR bei Panasonic. „Deshalb werden wir auch zukünftig immer wieder Firmware-Updates für unsere Kameras entwickeln.“

Die Firmware ist ab sofort gratis zum Download verfügbar.

Photo+Medienforum Kiel: Fotokurs für Einsteiger

Ab 2023 bietet das Photo+Medienforum Kiel die Schulung „Fototechnik kompakt – DER Fotokurs für Einsteiger!“ an. Sie findet als Präsenz vom 27.2. bis 10.3.2023 und vom 17. bis 21.4. bzw. 8. bis 12.5.2023 als Online-Unterricht statt. Die Schulung richtet sich vor allem an Auszubildende des Fotohandels im 1. Ausbildungsjahr, wie auch Quereinsteiger in die Branche und sonstige Interessierte.

Die Inhalte umfassen Kamerasysteme und digitale wie optische Grundlagen, zudem Dateiformate und Speichermedien. Kenntnisse der Bildgestaltung, Blitzfotografie und Bildbearbeitung werden ebenfalls vermittelt, ebenso Video-Grundlagen und Fotografieren und Filmen mit dem Smartphone. Zahlreiche Praxisübungen und Lerntests unterstützen den Lernprozess;

Joby startet Kampagne mit Casey Neistat

Joby, Hersteller flexibler Kleinstative sowie mobiler Smartphone- und Kameraequipments für kreative Content Creators, hat eine Zusammenarbeit mit dem millionenfach abonnierten YouTube-Star und Vlogging-Vorreiter Casey Neistat angekündigt. Ziel der gemeinsamen Kampagne sei es, das neue Joby Wavo Pro Richtmikrofon noch mehr in Szene zu setzen. Das Mikrofon für Storyteller, Filmemacher und Content Creators kombiniert Audioleistung auf Broadcast-Niveau mit hervorragender Sprachqualität.



Als Marke, die für Kreativität steht, hat sich Joby mit dem weltbekannten Content-Creator Casey Neistat zusammengetan, um einen Wettbewerb der Extraklasse zu starten. Der Hauptpreis ist nicht nur die Chance, ein Video

mit dem einzigartigen CaseyNeistat zu erstellen, sondern auch, dass dieses auf seinem YouTube-Kanal veröffentlicht wird. Während des Wettbewerbs, der bis zum 17. Oktober in den USA, Großbritannien, Deutschland und Indien läuft, laden Joby und Casey die Community dazu ein, ihr kreativstes und originellstes Video, das sie je produziert haben, zu teilen.

Die fünf Erstplatzierten dürfen sich über eine All-Inclusive-Reise zu einem geheimen Ort in den USA freuen, um dort die ultimative Creator-Erfahrung zu machen: gemeinsam mit Casey ein Video mit Hilfe des Wavo Pro und all seiner Funktionen zu erstellen. Das Video wird am 23. November auf Neistats YouTube-Kanal zu sehen sein und seine derzeit 12,4 Millionen Abonnenten erreichen. Um noch mehr Content Creators mit Joby-Produkten in Kontakt zu bringen, werden die Plätze 6 bis 100 mit Produkten und Rabatten im Wert von rund 100.000 Euro belohnt, die ihnen bei der Verbesserung ihrer Content-Produktion helfen. Zusammen mit den 100 Gewinnern, die am 28. Oktober bekanntgegeben werden, wird Joby ab dem 19. September an fünf aufeinanderfolgenden Mittwochen vier weitere Bonusgewinner auslosen, die wöchentliche Preise erhalten.

am Abschluss stehen eine Prüfung und ein Zertifikat des Photo+Medienforum Kiel.

Die Teilnahme an der Schulung mit Unterbringung im Wohnheim im 2-Bett-Zimmer mit Vollverpflegung kostet 1.750 Euro, bei Buchung bis zum 30.11.2022 beträgt der Preis 1.500 Euro.

Neue Mitglieder im Deutschen Fotorat

Am 30. August fand die zweite Plenums-Jahresversammlung vom Deutschen Fotorat statt. Im Fokus stand hier u. a. die Aufnahme neuer Mitglieder. Gut ein Jahr nach seiner Gründung konnte der Dachverband die Anzahl seiner Mitglieder bereits mehr als verdoppeln. Die Organisation versteht sich als gemeinsame Inte-

ressenvertretung für alle Bereiche der Fotografie wie Kunst, Fotojournalismus, Dokumentation, Design und Werbung sowie Wissenschaft, Vermittlung und Bildung. Neu als ordentliche Mitglieder aufgenommen wurden die VG Bild-Kunst, der Deutsche Journalisten-Verband (DJV), der PIC-Verband und der Female Photoclub. Mit den Gründungsmitgliedern BFF Berufsverband Freie Fotografen und Filmgestalter, Deutsche Fotografische Akademie (DFA), Deutsche Gesellschaft für Photographie (DGPh) und Freelens sowie den Verbänden Bundesverband Architektur fotografie (BVAf) und Fotobus Society (jeweils seit März 2022 dabei) bilden nun zehn ordentliche Mitglieder den Deutschen Fotorat. Als korporatives Mitglied wurde neu aufgenommen das Deutsche Kinder- und Jugendfilmzentrum (KJF) mit seinem Deutschen Jugendfotopreis.

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

Felix Schoeller Photo Award 2023

Bereits zum sechsten Mal seit 2013 lädt die Felix Schoeller Group alle Profi-Fotografinnen und -Fotografen weltweit ein, sich in drei Kategorien um den Felix Schoeller Photo Award 2023, um den Preis für die beste Nachwuchsarbeit sowie um den Deutschen Friedenspreis für Fotografie zu bewerben. Insgesamt werden Preisgelder in Höhe von 30.000 Euro vergeben. Einsendeschluss des Wettbewerbs ist der 15. Januar 2023. Beim Felix Schoeller Photo Award 2023 sind professionelle Fotografinnen und Fotografen aufgerufen, sich in den drei Kategorien „Porträt“, „Fotojournalismus“ und „Nachhaltigkeit“ zu bewerben. In jeder der drei Wettbewerbskategorien wird ein Preisgeld von jeweils 5.000 Euro vergeben.

Mit dem Nachwuchsförderpreis sollen besondere Talente in der Fotografie ausgezeichnet werden: Fotografinnen und Fotografen im Studium, in der Berufsausbildung oder Fotoassistenten. Die beste Arbeit dieser Kategorie, in der es keine thematischen Beschränkungen gibt, wird von der Jury mit dem Nachwuchsförderpreis in Höhe von ebenfalls 5.000 Euro belohnt.

Mit dem Deutschen Friedenspreis für Fotografie werden Arbeiten ausgezeichnet, die sich fotografisch und konzeptio-



Yvonne Rostock

Yvonne Rostock wird neue Vorstandsvorsitzende bei Cewe

Das Kuratorium der Neumüller Cewe Color Stiftung hat Yvonne Rostock (50) in seiner gestrigen Sitzung zur Vorstandsvorsitzenden (CEO) von Cewe berufen. Sie soll im Jahr 2023 spätestens zum 1. April 2023 die CEO-Funktion und die Gesamtverantwortung für den Vertrieb der Cewe-Gruppe übernehmen und damit in diesen Funktionen die Nachfolge von Dr. Christian Friege antreten.

Rostock begann ihre berufliche Karriere 1998 bei Henkel und wechselte danach zum Kosmetik-Konzern L'Oréal, wo sie fast zwei Jahrzehnte in verschiedenen Managementfunktionen im In- und Ausland tätig war. Seit Anfang 2019 ist sie Managing Director der Coty-Gruppe und verantwortet dort in der DACH-Region die Bereiche Prestige und Consumer Beauty.

„Es freut mich sehr, dass wir mit Yvonne Rostock eine national und international so erfahrene Managerin für unser Unternehmen gewinnen konnten“, kommentierte Dr. Rolf Hollander, Vorsitzender des Kuratoriums. „Frau Rostock hat in ihrer 25jährigen Karriere in namhaften Marken-Unternehmen eindrucksvoll gezeigt, dass sie Geschäfte weiterentwickeln und erfolgreich transformieren kann.“

nell mit dem Thema „Frieden“ auseinandersetzen. Die Definition des Begriffs „Frieden“ soll dabei ausdrücklich weit gefasst werden: Von dem Frieden zwischen Völkern und Ländern über das friedliche Zusammenleben in Stadt und Land, in der Familie oder in Gruppen bis hin zur bildlichen Darstellung des inneren Friedens einzelner Menschen. Der Sieger oder die Siegerin des Deutschen Friedenspreises für Fotografie darf sich über ein Preisgeld in

Höhe von 10.000 Euro freuen. Bewertet werden die eingereichten Arbeiten aller Wettbewerbskategorien durch eine kompetente, unabhängige Jury. Die Siegerinnen und Sieger werden im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung am 4. Mai 2023 bekanntgegeben und geehrt. Die ausgezeichneten Fotografien sowie die Arbeiten der Nominierten sind im Anschluss daran in einer umfangreichen Ausstellung im Museumquartier Osnabrück zu sehen.

digitalspezialist®
Videos, Filme und Bilder digitalisieren

Herzlichen Glückwunsch zum 50jährigen Jubiläum

ÜBERSPIEL- & SCANSERVICE
www.digitalspezialist.shop

Kundenbewertungen
TOP DIENSTLEISTER 2022
SEHR GUT

www.tuv.com
TÜV Rheinland
ID: 50002308

Sutthausen Str. 76 · 49080 Osnabrück
0541 - 2028 170 - service@digitalspezialist.de

Die Höhepunkte aus fünf Jahrzehnten

Innovation und Wandel

Ein runder Geburtstag ist immer ein Anlass, zurück zu blicken. Das haben wir getan und dabei manches Ereignis gefunden, das wir schon vergessen hatten. Wir laden Sie ein, auf den folgenden Seiten einen Blick in die Geschichte der letzten fünf Jahrzehnte zu werfen – nicht in Form einer Chronik, die Anspruch auf Vollständigkeit erhebt, sondern in Form von Schnappschüssen, die uns – wie in einem Fotoalbum – an Menschen, Unternehmen und Vorgänge erinnern, die zum Teil lange der Vergangenheit angehören, zum Teil aber auch noch bis heute wirken und Früchte tragen.

1972

Auf der photokina zeigen rund 770 Unternehmen, darunter 400 ausländische Anbieter aus 23 Ländern, ihre Produkte. Mehr als 250.000 Besucher aus 118 Ländern bringen das Kölner Messegelände an seine Kapazitätsgrenzen. Kodak stellt die ersten Pocketkameras (Format 110) vor, die ersten Super-8-Kameras zeichnen auch Ton auf einer Magnetspur auf. Olympus kündigt mit der OM-1 die damals



Fünf photokina-Ausgaben aus den Jahren 1972 - 2012. Die Differenzen der Schmuckfarbe HKS 6 sind interessant.

kleinste Spiegelreflexkamera der Welt an.

1973

Rolle gibt vom 1970 gegründeten Produktionsstandort in Singapur aus ehrgeizige Wachstumspläne bekannt. Die in Fernost produzierten Kameras sollen das Unternehmen zum Global Player machen. Für Diskussionen in der Branche sorgen Bonusforderungen von Ringfoto an die Industrie und ein neues photokina-Konzept als Fachmesse.

1974

Die photokina verzeichnet 825 Aussteller, davon 480 ausländische Unternehmen aus 26 Ländern. Erstmals haben offiziell nur Händler und Fachanwen-

der Zutritt. Die Selektion erfolgt durch den hohen Eintrittspreis. Am Ende melden die Veranstalter rund 95.000 Fachbesucher, von denen jeder dritte aus dem Ausland kommt.

1975

Ringfoto geht eine Kooperation mit der Drogisten-Einkaufsgemeinschaft Esüdro ein und erhöht den Druck auf die Lieferanten. Taschenrechner werden als Nebensortiment auf den Theken vieler Fotohändler angeboten. Agfa bringt den ersten Diafilm für das Pocket-System auf den Markt.

1976

Polaroid ruft das „Jahr der Sofortbildfotografie“ aus und meldet erstmals

den Verkauf von einer Milliarde Sofortbildern. Rivale Kodak kündigt in den USA die ersten eigenen Sofortbildkameras an. Für Aufregung sorgen Foto-Angebote der Kaffeeröster Tchibo (Farbfilm für nur 1 DM) und Eduscho (Pocketkamera für 39,50 DM). *foto-contact* kommentiert: „Die sollen bleiben, wo der Kaffee wächst“. Auf der photokina kündigt Canon mit der AE-1 die erste mikroprozessor-gesteuerte Spiegelreflexkamera an.

1977

Kodak führt Sofortbildkameras in Deutschland ein. Polaroid kontert mit der Ankündigung des Super-8-Sofortfilm-Systems Polavision.

1978

Die photokina meldet über 1.000 Aussteller und 123.000 Fachbesucher. Erst-

mals wird auf der Messe über die magnetische Aufzeichnung von Bewegtbildern gesprochen, die man Video nennt.

1979

Polaroid erweitert das Polavision-System um eine Highspeed-Variante, die mit einer Filmgeschwindigkeit von bis zu 300 Bilder pro Sekunde die sofortige Auswertung von Hochgeschwindigkeitsprozessen ermöglichen soll. Der japanische Objektivhersteller Sigma gründet in Frankfurt die Sigma (Deutschland) GmbH.

1980

Kodak kündigt auf der photokina mit der Tele Ektralite 600 die erste Pocketkamera der Welt an, bei der sich der Blitz je nach Beleuchtung automatisch einschaltet. Die *foto-contact* Messeausgabe hat 204 Seiten.

1981

Pentax meldet 10 Millionen verkaufte Spiegelreflexkameras. Canon stellt die Canon AE-1 Programm vor.

1982

Kodak stellt das Disc-System vor, das mit der kreisförmigen „Filscheibe“ und einem Negativformat von 8x10 mm die Welt der Fotografie verändern soll. Der Verkauf in Europa beginnt mit der photokina.

1983

Das zuvor rasant gewachsene Großlabor Heinze beantragt ein Konkursverfahren. Kodak stellt das DX-System vor. Damit können Kameras den verwendeten Filmtyp automatisch erkennen.

1984

Kodak kündigt das eigene Video-



SEIT 50 JAHREN AM PULS DER ZEIT!

RINGFOTO gratuliert *imaging+foto-contact*
zu 50 Jahren aktueller Berichterstattung
aus der Foto- und Imagingbranche!

50 Jahre imaging+foto-contact

System Kodavision im 8-mm-Format an. Die bei Matsushita in Japan hergestellte Kamera mit eingebautem Recorder war mit „rund 2 kg außerordentlich leicht“, kam aber nie auf den Markt. Der deutsche Kamerahersteller Regula geht in Konkurs.

1985

Der Großfinisher Color GmbH, der zuvor mit der Erfindung der Über-Nacht-Fotos unter dem Namen „Color Nachtexpress“ Furore gemacht hatte, beantragt beim Amtsgericht Stuttgart die Eröffnung eines Konkursverfahrens, das mangels Masse abgelehnt wird. Minolta bringt mit der Minolta 7000 die erste Spiegelreflexkamera mit Gehäuse-integriertem Autofokus-System auf den Markt.

1986

Kodak führt die Kodak Color Gold Farbnegativ Filme ein. Die photokina erweitert ihr Portfolio um den Bereich „Professional Media“, in dem Fernseh-, Kino- und AV-Technik für die professionelle Bild- und Tonkommunikation präsentiert werden.

1987

Kodak stellt ein Ausweissystem mit Thermodruck-Technologie vor. Die elektronische Fotografie gewinnt unter der Bezeichnung „Still Video“ an Aufmerksamkeit. Die Bilder werden auf Floppy Disk aufgezeichnet.

1988

Auch Fotoamateure können den Consumer-Bereich der photokina wieder zu günstigen Preisen besuchen. Die Messe verzeichnet 1.360 Aussteller aus 38 Ländern; der Photoindustrie-Verband stellt mit der Gemeinschaftsaktion „Größte Bilderschau der Welt“ einen Rekord auf: Die Bilderwand, die von den Messehallen über den Rhein bis zum Museum Ludwig reicht, hat eine Länge von 1.300 Metern.

1989

Die Bochumer Hako AG, die auch als Lagerpartner für die angeschlossene Fachhandelskooperation Vision 2000 fungiert, berichtet für das abgelaufene Geschäftsjahr eine Umsatzsteigerung von 27,3 Prozent auf 425,3 Millionen

DM und kündigt den Gang an die Börse an. Das Heuchelheimer Traditionsunternehmen Minox geht nach einem gescheiterten Vergleichsverfahren in Konkurs.

1990

Kodak stellt mit der Photo CD ein neues Medium vor, das der Digitalfotografie den Wind aus den Segeln nehmen soll. Auf der photokina, die am Tag der deutschen Wiedervereinigung, dem 3. Oktober, beginnt, herrscht eine euphorische Stimmung, die von den politischen und technologischen Entwicklungen befeuert wird. Der amerikanische Fotoverband und Messeveranstalter PMA kündigt in Köln die Eröffnung eines Europabüros an, das vom ehemaligen Großhändler Dr. Klaus Petersen geleitet wird. Partner sind die Fachmedien imaging+foto-contact und INTERNATIONAL CONTACT.

1991

Der knallharte Wettbewerb im internationalen Großfinishing zeigt auch in Deutschland Konsequenzen: Kodak übernimmt die Betriebe von Colibri, Copaphot und Foto Annemie und wird damit die Nummer Zwei auf dem deutschen Markt nach Cewe Color. Olympus stellt mit der μ [mju:]1 die vielleicht eleganteste Kompaktkamera aller Zeiten vor.

1992

Zwei Jahre nach ihrer Ankündigung kommt die Photo CD auf den Markt. Der Fotohandel soll dafür Abspielgeräte verkaufen, die einem Videorecorder ähneln. Die Fachhandelskooperationen Plusfoto, Ringfoto und Vision 2000 vereinbaren eine „Kooperation der Kooperationen“.

1993

Der Großfinisher Cewe geht als Cewe



Mit der Photo CD wollte Kodak den Film retten, indem die Kunden von jedem Foto eine 18 MP Bilddatei für den Einsatz in der digitalen Welt bekamen. Ein Player sollte die Aufnahmen auf den Fernseher bringen.

Color Holding AG an die Börse. Gründer Heinz Neumüller ist Vorsitzender des Aufsichtsrats; das operative Geschäft führt als Vorstandsvorsitzender Hubert Rothärmel.

1994

Konica kündigt eine neue Minilab-Generation an, deren Fotochemikalien in Tablettenform geliefert werden. Über digitale Bilder wird auf der photokina viel geredet, hochauflösende Kameras arbeiten oft nach dem Scanner-Prinzip und kosten zwischen 20.000 und 40.000 DM. Die auf einer Nikon F90 basierende Kodak DCS 460 erzeugt mit einem CCD Sensor 6 MB Bilddateien und kostet 28.000 DM.

1995

Kodak Chef George M. C. Fisher kündigt auf einer spektakulären Pressekonferenz in San Francisco den Weg des Unternehmens in die digitale

Zukunft an. Strategische Allianzen mit Technologieunternehmen und Telekom-Anbietern sollen die Führungsposition von Kodak auch im Zeitalter des digitalen Bildes sichern. Auf der Londoner PMA Photo und Imaging Expo 1995 werden die ersten Laborgeräte für das Advanced Photo System (APS) vorgestellt, das 1996 auf den Markt kommen soll.

1996

Boom durch Innovationen: Mehr als 1.600 Aussteller aus 46 Ländern und 160.000 Besucher aus 137 Ländern versammeln sich zur photokina in Köln. Sie erleben die Markteinführung von APS und die Premiere der ersten Digitalkameras, die auch etwas für normale Konsumenten werden könnten.

1997

Während APS die analoge Fotografie und den Film retten soll, setzt Olympus

auf konsumentengerechte Digitalkameras unter der Submarke Camedia. Die Ringfoto Zentrale meldet für 1996 einen Gesamtumsatz von 332,8 Millionen DM.

1998

Nintendo bringt für den Gameboy ein Kameramodul auf den Markt, mit dem man fotografieren und die Bilder sogar bearbeiten kann, bevor man sie mit einem speziellen Printer auf Thermoklebepapier einfarbig ausdruckt. Auf der photokina, die in Köln 180.000 Quadratmeter Hallenfläche belegt, zeigt sich noch eine friedliche Co-Existenz von elektronischer und chemischer Fotografie.

1999

Fujifilm startet eine erfolgreiche Werbekampagne mit „Mr. Bean“. Polaroid bringt mit der Polaroid I-Zone eine Sofortbildkamera heraus, die mit Mini-

XPOZER

⇒ Herzlichen Glückwunsch zu 50 Jahren imaging+foto-contact! ⇒

DAS PERFEKTE BILD MACHT DEN GRÖßTEN EINDRUCK



- ✓ Gestochen scharfe Bilder
- ✓ Resistent gegen Wasser und Kratzer
- ✓ Innovatives Hängesystem



WWW.XPOZER.COM

50 Jahre imaging+foto-contact

bildern im Format 36 x 24 vor allem Kinder und Jugendliche ansprechen soll.

2000

Auf der photokina wird gezeigt, wie man Bilder über das Internet bestellt. Neue Digitalkameras werden zu regelrechten Publikumsmagneten. Kodak zeigt einen Sensor mit 16 Millionen Pixeln.

2001

Die Filmhersteller kämpfen weiter: Kodak ruft das „APS Erlebnisjahr“ aus. Cewe dagegen führt den DigiFilm ein: Digitale Bilddateien werden im Fotogeschäft von der Speicherkarte direkt auf eine CD gebrannt, die mit dem normalen Touredienst ins Labor gebracht wird, wo die Bilder auf Fotopapier belichtet werden.

2002

Digitalkameras werden ihren analogen Pendanten immer ähnlicher. Auf der PMA und auf der photokina werden dutzende Foto-Kiosks für den Sofortdruck im Geschäft gezeigt.

2003

Olympus kündigt ein digitales Spiegelreflex-System an. Es basiert auf dem gemeinsam mit Kodak entwickelten Four Thirds Standard und bietet zuerst 5 Millionen Pixel.

2004

Die fusionierten Hersteller Konica und Minolta treten unter der gemeinsamen Marke Konica Minolta auf. Nokia versucht, den Fotohandel für den Verkauf von Multimedia-Handys zu begeistern. Mehrere Großlabors müssen wegen der zurückgehenden Filmverkäufe Insolvenz anmelden.

2005

Nur ein gutes halbes Jahr nach der Trennung von der Agfa-Gevaert

Gruppe meldet AgfaPhoto Insolvenz an. Durch die Digitalfotografie wächst der deutsche Fotomarkt auf ein Rekordniveau. Der Photoindustrie-Verband meldet für das Jahr 2004 8,43 Millionen verkaufte Kameras, davon 7 Millionen digitale Modelle.

2006

Erstmals findet die photokina in den neuen Kölner Messehallen statt. Leica zeigt dort die erste digitale M Messsucherkamera. Erstmals präsentiert sich Cewe mit einem eigenen Stand und eigener Marke auf der photokina.

2007

Cewe wehrt auf der Hauptversammlung einen Übernahmever such anglo-amerikanischer Hedgefonds erfolgreich ab. Ringfoto will mit einer Partnerschaft mit „The Phone House“ Mobile Imaging im Fotohandel etablieren.

2008

Sony steigt mit mehreren SLR-Modellen offensiv in den Spiegelreflexmarkt ein. Auf der photokina erblickt das Micro Four Thirds System das Licht der Welt: Die erste Kamera ist die Lumix D1 von Panasonic.

2009

Mit der Insolvenz der Arcandor-Gruppe (Karstadt) ist auch Foto Quelle zahlungsunfähig. Auf der Spielemesse gamescom wollen der Photoindustrie-Verband und die Profoto GmbH mit einer „Lifestyle Zone“ neue Zielgruppen für das Fotografieren begeistern.

2010

Mit der NX10 steigt Samsung in den Markt für spiegellose Systemkameras ein. In Anaheim findet die letzte PMA als eigenständige Messe statt. Fujifilm will mit der FinePix Real 3D W3 die

dreidimensionale Fotografie populär machen.

2011

Samsung kündigt mit der SH100 eine WLAN-fähige Digitalkamera an, mit der man die Bilder nicht nur auf HD-Fernseher übertragen, sondern dank einer integrierten Email-Funktion auch in hoher Auflösung verschicken kann. Der japanische Konzern Ricoh übernimmt das Pentax Kamerageschäft von Hoya.

2012

Als letzter großer Kamerahersteller steigt Canon mit der EOS M in das Segment der spiegellosen Systemkameras ein. Samsung präsentiert auf der photokina mit der Galaxy Kamera ein Kompaktmodell mit Android-Betriebssystem.

2013

Die wachsende Popularität von Smartphones führt zu dramatischen Einbrüchen im Kompaktkamera-Segment. Samsung stellt mit der Galaxy NX die erste Systemkamera mit Anbindung an 3G/LTE Mobilfunknetze und Android 4.2 Betriebssystem vor.

2014

Das amerikanische Startup Lytro will mit der Lichtfeldkamera Illum die Fotografie neu definieren. Panasonic stellt mit der Lumix CM1 ein Hybridgerät vor, das sowohl eine hochwertige Kompaktkamera mit 1 Zoll Sensor und Leica DC Elmerit F2.8 28mm Objektiv als auch ein vollwertiges Smartphone ist.

2015

Samsung stellt mit der NX1 die erste Systemkamera mit 4K Videofunktion vor. Die PMA versucht mit der Konferenz „Innovation Now“ in San

Francisco noch einmal einen Neustart als Branchenplattform.

2016

Der amerikanische Branchenverband PMA wird aufgelöst. Die photokina kündigt unter dem Titel „Imaging Unlimited“ ein neues Messekonzept an. Das Startup 360fly stellt eine kugelförmige Panoramakamera vor, die 360° Grad Videos aufnehmen und live streamen kann.

2017

PowerVision kündigt die erste Unterwasserdrohne der Welt an. Die Koelnmesse und der Photoindustrie-Verband geben für die photokina einen jährlichen Turnus ab 2018 bekannt.

2018

Der deutsche Zubehörspezialist Cull-

mann wird von Transcontinenta übernommen. europafoto und Ringfoto kündigen an, den Zusammenschluss der beiden Kooperationen in die Wege zu leiten. Die photokina zeigt sich mit 180.000 Besuchern in guter Form. Trotzdem war es die letzte ihrer Art.

2019

Die für den Mai als erste photokina im jährlichen Rythmus geplante Veranstaltung wird abgesagt und auf 2020 verschoben. Nach dem Beitritt fast aller europafoto Mitglieder in die Ringfoto Gruppe entsteht die United Imaging Group.

2020

Die Corona-Krise erschüttert den Einzelhandel und die Fotobranche. Im Zuge des Lockdowns wird die für Mai geplante photokina abgesagt und

zunächst auf Mai 2022 verschoben. Im November gibt die Koelnmesse bekannt, die photokina nicht mehr durchzuführen.

2021

Leica Camera kündigt das erste eigene Smartphone an: Das mit einem 1-Zoll großen 20,2 Megapixel Bildsensor ausgestattete Leitz Phone 1 wird nur in Japan vermarktet. Die United Imaging Group firmiert wieder unter dem Namen Ringfoto. In Hamburg geht trotz Corona-Beschränkungen mit der PHOTOPIA eine neue Fotomesse mit Festival an den Start.

2022

Der Photoindustrie-Verband wird ideller Träger der PHOTOPIA Hamburg. imaging+foto-contact wird 50 Jahre alt.



allcop gratuliert zum 50-jährigen Jubiläum!

Um 50 Jahre in der Fotowelt zu überleben muss man mit allen Wassern gewaschen sein. Das ganze Team von allcop bedankt sich bei Herrn Blömer für den unermüdlichen Einsatz innerhalb der Fotobranche. Das Magazin spiegelt die Themen rund um unsere Branche hervorragend wieder und begeistert mit top Berichten.

allcop gratuliert allen Beteiligten zu 50 Jahren imaging+foto-contact!



www.allcop.com

Kleiner Fotodrucker für überall

Canon Zoemini 2

Mit der Einführung eines weiteren kompakten Foto-druckers unterstreicht Canon sein Engagement für den schnellen Druck von Fotos. Der Zoemini 2 ist mit einem Gewicht von 177 g leichter als ein durchschnittliches Smartphone und kann auch dank seiner Abmessungen von 12 x 8,4 x 2,15 cm praktisch überall seinen Zweck erfüllen – zu Hause, bei der Arbeit, auf Parties und auf Reisen.

Dank der schnellen Ladefunktion über einen USB-C-Anschluss ist das Gerät in nur 50 Minuten vollständig aufgeladen – 40 Minuten schneller als beim Vorgängermodell Zoemini.



Der kompakte Drucker ist leichter als ein durchschnittliches Smartphone und passt gut in die Hosentasche.



Der Canon Zoemini 2 ist in drei Metallic-Farben erhältlich.

Dabei kann während des Ladens weiter gedruckt werden – dank der Bluetooth-Ausstattung auch direkt aus dem digitalen Fotoalbum eines Handys.

Neu am Canon Zoemini 2 ist auch die farbige LED-Statusanzeige, die signalisiert, ob das Gerät eingeschaltet ist, ob es druckt, Daten verarbeitet oder gerade ein Fehler vorliegt, weil z. B. das Papier ausgegangen ist. Gedruckt wird mit der bewährten Zink Technologie, so dass keine Tintenpatronen ausgetauscht und entsorgt werden müssen. Denn Zink steht für Zero Ink, d. h. ohne Tinte: Das wasserabweisende und reißfeste Material ist mit Mikrokristallen beschichtet, die auf Wärme reagieren und wischfeste Fotos erzeugen, die auch als Aufkleber abgezogen werden können. Der Canon Zoemini 2 ist robuster verarbeitet als das Vorgängermodell und in den Metallic-Farben Marineblau, Perlweiß und Roségold erhältlich.

Kostenlose App

Für alle Canon Zoemini Modelle gibt es die kostenlose Canon Mini Print

App, mit der den Bildern Texte, Rahmen und lustige Überlagerungen hinzugefügt werden können. Auch die Zusammenstellung mehrerer Fotos als Collage ist möglich. Zudem gibt es weitere Personalisierungsoptionen durch neue saisonale und thematische Rahmen und Aufkleber.

Die Canon Mini Print App bietet neben dem direkten und einfachen Zugriff auf Instagram und Facebook auch die Möglichkeit, Bilder aus Alben auszudrucken, die auf Google Fotos gespeichert sind. Mit der Kachelfunktion können auch Poster mit vier oder neun Drucken erstellt werden. Alle Canon Zoemini sind mit drei Versionen des Canon Zink Fotopapiers kompatibel, das in Packungen mit 20 und 50 Blatt im Format 5 x 7,6 cm oder mit 20 Blatt mit 3,3 cm großen, vorgestanzten Kreisen angeboten wird. Der Vorratsbehälter des Druckers fasst zehn Blätter. Der Canon Zoemini 2 ist ab Ende November für 125 Euro (UVPI) in drei Farben verfügbar. Zum Lieferumfang gehören ein USB-C Ladekabel und eine Packung (10 Blatt) Canon Zink Fotopapier.

FUJIFILM

Value from Innovation



**Wir gratulieren zu
50 Jahren
imaging+foto-contact!**

instax

Berlin Photo Week meldet guten Verlauf

„Emotionale Erlebnis-Aktionen“



Die Berlin Photo Week 2022 zog zahlreiche Menschen an. Foto: Lars Hübner, Berlin Photo Week

Die Berlin Photo Week hat bei ihrem Neustart in der Arena Berlin vom 2. bis 4. September nach Angaben der Veranstalter 20.000 Besucher angezogen. Zirka 40 Prozent seien als Fachbesucher, 60 Prozent dagegen als Privatpersonen in die Arena Berlin gekommen, heißt es in einer Pressemitteilung. Als besondere Höhepunkte hätten sich die Partnerschaft mit der Fotografenagentur Magnum Photos sowie zahlreiche Workshops, Ausstellungen, eine hochkarätig besetzte Konferenz und die Präsentationen der Aussteller erwiesen.

„Mit dem diesjährigen Auftritt hat die Berlin Photo Week einen Meilenstein gesetzt, wie die Medien Fotografie und Video über emotionale Erlebnis-Aktionen ihre ganze Lebendigkeit und Attraktivität ausspielen können,“ kommentierte Wolfgang Heinen, CEO der

Berlin Photo Week GmbH. Einer repräsentativen Umfrage während der Veranstaltung zufolge haben die Gesamtzufriedenheit und die Bereitschaft zur Weiterempfehlung überdurchschnittliche Werte gezeigt. Noch höher, nämlich mit über 80 Prozent, sei die Bereitschaft der Befragten, auch beim nächsten Mal wiederzukommen, betonten die Organisatoren.

Hochkarätige Ausstellungen

Auf dem Veranstaltungsgelände der Arena Berlin wurden u. a. die Ausstellungen „Being Human“ von Bobby Sager, „Sports“ von Red Bull Illume oder „Coexist“ von Franziska Stünkel bei Leica präsentiert. „Wir als Leica Camera Deutschland freuen uns sehr, bei der vierten Ausgabe der Berlin Photo Week dabei gewesen zu sein“, erklärte Falk Friedrich, Geschäftsführer Leica Camera Deutschland. „Meines Erachtens nach war es die richtige Entscheidung, das Festival in diesem Jahr in der Arena Berlin stattfinden zu lassen, da dieser Ort ein perfektes Terrain für gleichermaßen Ausstellungen, Workshops, Funplaces und

Markenpräsentationen bietet und somit ein ideales Umfeld für alle Zielgruppen geschaffen wurde. Auch mit dem Ergebnis sind wir absolut zufrieden.“

Auch die Medienresonanz sorgte für zufriedene Gesichter bei den Beteiligten: So berichteten die Berliner Morgenpost, der Tagesspiegel, die B.Z. und die Berliner Zeitung ebenso über das Ereignis wie db mobil, Stern, Süddeutsche Zeitung, Vanity Fair und Panorama (Italien). Auch der Architectural Digest, GQ und zahlreiche Fotografie-Magazine sowie mehrere Radio- und Fernsehsender gaben der Berlin Photo Week – teils auf ihren Titelseiten – Raum. Die Inhalte des Foto-Festivals in den sozialen Medien und Plattformen hätten ebenfalls neue Spitzenwerte erreicht, betonten die Veranstalter.

Nachdem das Foto-Festival in der Arena Berlin am 4. September seine Tore geschlossen hat, ging die Berlin Photo Week mit Ausstellungen an verschiedenen Plätzen in der Bundeshauptstadt weiter. So zeigte die Helmut Newton Stiftung in ihrem Projektraum die Ausstellung „Magnum Photos. The Misfits“, die Chaussee „Dancing through Times of Uncertainty“ mit Werken von Inge Morath und Johanna-Maria Fritz, die Leica Pop-Up Galerie „Champ“ von Thomas Hoepker und die Reinbeckhallen die Gruppenausstellung „Jetzt. Magnum Photos“. Abgerundet wurde das Programm durch die Galerieausstellungen „My Way“ von Thomas Hoepker bei Buchkunst Berlin und „Family Trilogy“ von Christopher Anderson bei Robert Morat.



foto-contact

VGP FACH-INFORMATION

FÜR EILIGE LESER GEDACHT

Unser Motto: SKI. Das heißt: Schnell - Kurz - Informativ! Dazu der Vorsitzende des Großhandelsverbandes, Kurt Bauer: "Wir Grossisten müssen uns mit unserer Pressearbeit den Erfordernissen des ganzen Handels anpassen." Zweiter Vorstand, Heinz Baumann, auf die Frage - warum ein neuer Pressedienst? - "Die Ära der konventionellen Fachzeitschriften scheint mir für uns überholt zu sein. Meine Formel ist: Kurz belichtet, schnell berichtet! Sehen Sie sich den neuen Agfa-Rhombus an. Auch im Hause Agfa-Gevaert hat man damit den alten Pressehut abgelegt und ist zu einer neuen Form gekommen." Offiziell hat die Vereinigung von Grossisten für den Photohandel e.V. durch ihren Vorstand die Geschäftsfreunde in der Industrie vor einigen Tagen durch ein Rundschreiben unterrichtet - wir zitieren: "Es ist das Ziel des Photogroßhandels, mit dem neuen Pressedienst foto-contact einen Informationsträger zu schaffen, der mit einer Auflage von 20.000 bis 25.000 Exemplaren alle Fachleute in Industrie, Groß- und Einzelhandel und damit sämtliche Distributionswege erfaßt."

Der foto-contact wird direkt zugestellt oder kommt über sämtliche Photogrossisten der VGP an deren Kunden zur Verteilung.

Das sind die Photogroßhandlungen der VGP:

Herbert Ank, Kaiserslautern • J.H. Annacker, Köln •
Bremaphot, Bremen • Dominik Dinkel, München •
Dr. Höhn & Co., Düsseldorf • Kleffel & Aye, Hamburg •
Photo-Kosmos, Köln • royal, Braunschweig • A. Topf, Kassel

TROCKENRASIERER HEISS GELAUFEN

Während die Fachwelt am 22.9.1972 auf der großen Pressekonferenz zur photokina das Neueste vom Photomarkt erfahren konnte, schwitzten in Berlin die Vertreter großer bis kleiner Industriefirmen in der ersten Gläubigerversammlung über der Sensations-Pleite der Firma Japan-Discount und Trockenrasiererzentrale. Mit etwa 35.000 DM Tageskasse läpperten sich in den 21 Filialen immerhin ein recht netter Jahresumsatz zusammen, eine Summe, an der auch die Fotobranche mit rund 30% bisher partizipiert, kreditiert, prolongiert und nun zu guter Letzt liquidiert hat.

Wie kam es zu dieser Pleite? Bis vor 4 Monaten discounterte Firmenchef Wolfgang Drost munter drauf los. Dann spielte das Finanzamt nicht mehr mit. Der Betrieb wurde von den Branchen-Neulingen Halbach und Scholz gekauft. Doch nun dürfte der Bart endgültig ab sein: Am 4.9.1972 wurde der Antrag auf Durchführung eines außergerichtlichen Vergleichs gestellt. Inzwischen ist der Konkurs perfekt.

Was von Bundeswirtschaftlern und verbraucherfreundlichen Massenmedien als lobenswerte Tüchtigkeit gepriesen wird, entpuppt sich hinter den Kulissen leider nur zu oft als geschäftlicher Leichtsin.

PHOTOKINA 1972: START ZUR 15. AUFLAGE DES GROSSEN PHOTOKATALOGES

Die Männer im Hintergrund, die das Warenangebot des Großhandels-Kataloges seit mehr als einem Jahrzehnt zusammenstellen, sind die Herren Iske (Annacker, Köln), Trauter (Bremaphot, Bremen) und Hoink (royal, Köln). Dieses eingefahrene Team bereitet schon jetzt, zusammen mit der Firma Kontakta, die Warenpräsentation für die nächste Katalog-Ausschuß-Sitzung für Anfang November vor. Das Ziel für 1973: Zusammenstellung eines noch größeren Warenprogramms.

Der Große Photokatalog soll für den Handel Nachschlagewerk für möglichst alle Fragen bei Ein- und Verkauf sein.

Wichtig: Für die nächste Katalog-Ausgabe werden die aktuellen Nachträge als besonderer Service des Großhandels dann auch kostenlos, zusammen mit dem foto-contact geliefert!

SCHNELL ZUGREIFEN! Die VGP-Grossisten bieten dem Handel bei gesenktem Preis von nur 1,8 Pf. einen modernen Werbeprospekt mit photokina-Neuheiten. Wegen des günstigen Preises nur begrenzte Auflage. Auslieferung Ende Oktober 1972. Titel: foto kino geschenke show.

MARKTFORSCHUNG FÜR DIE GANZE BRANCHE

Bosch-Bauer hat wieder interessantes Zahlenmaterial über die Entwicklung des Kino-Marktes bekanntgegeben. Ohne Schönfärberei zeigt das Unternehmen den Verlauf des Kino-Geschäftes für den bundesdeutschen Markt auf:

FILMKAMERAS	1969		1970		1971		1972 Prognose	
	1000 Stück	%	1000 Stück	%	1000 Stück	%	1000 Stück	%
BRD - Produktion	94	48	95	45	103	37	110	37
Japan - Import	76	39	88	42	145	52	160	53
Sonstige Importe	27	13	29	13	32	11	30	10
Gesamt	197	100	212	100	280	100	300	100

FILMPROJEKTOREN	1969		1970		1971		1972 Prognose	
	1000 Stück	%	1000 Stück	%	1000 Stück	%	1000 Stück	%
BRD - Produktion	66	40	71	38	84	30	85	28
Import - Italien	44	26	56	30	76	27	95	32
Import Österreich	31	19	29	15	47	17	55	18
Import Japan	14	8	25	13	36	13	40	13
Sonstige Importe	11	7	7	4	37	13	25	9
Gesamt	166	100	188	100	280	100	300	100

KODAK'S FOTO-BOMBE



Originalfoto vom 110er Film. Vorerst nur mit Rand.



Am 16. März schrieb die Kodak noch kühn: Die neuen Kodak-Pocket-Instamatic Kameras (für 110er-Film) werden die bekannten für 126er-Film nicht ablösen. Heute streitet man bereits darüber, ob 110 nicht auch das Ende des 35-mm-Films bedeutet. Hat nicht eine neue Ära im Kamera und Objektivbau begonnen?

DER ÄRGER MIT DEM KARTELLAMT HÖRT NICHT AUF!

Nachdem das Kartellamt nach langem zähen Ringen mit Beginn des Jahres 1970 endgültig die Preisbindung zu Fall gebracht hat, war es mit dem Abdruck von Preisen - insbesondere in gemeinsam erstellten Fotokatalogen - vorbei. Manche Händler glaubten mit dem Eintritt in eine Einkaufsgenossenschaft auch dieses Problem gelöst zu haben. Man wollte wenigstens Produkte eigener Handelsmarken der Gruppe in gemeinsam erstellten Werbemitteln mit Preisen anbieten können. Wie "werben und verkaufen" jetzt berichtet, haben die beiden größten deutschen Schuheinkaufsvereinigungen Nord-West-Ring und D.E.-Schuh-Düsseldorf mit einem Bußgeld zu rechnen, wenn sie nicht die Preisempfehlungen in ihren Werbekatalogen für die Mitglieder unterlassen. Die so unbeliebten Berliner Gesetzeswächter beanstanden, daß die zum Abdruck kommenden Preise nicht betriebsindividuell ermittelt würden, sondern allgemein auf einer wechselseitigen Abstimmung der Marktbeteiligten beruhen. Das BKA sieht in dieser Art der Preisfestsetzung einen Verstoß gegen das Empfehlungsverbot des § 38, Abs. 2, Satz 2 GWB. Nachdem von dieser Entscheidung alle deutschen Einkaufsvereinigungen vom Kartellamt unterrichtet wurden, haben auch die Einkaufsvereinigungen des Handels in der Fotobranche ein altes Problem wieder neu auf dem Tisch.

OLYMPIA-VERLOSUNG ZEIGT LATENTE KÄUFERWÜNSCHE AUF

Der Werbeprospekt des Fotogroßhandels zur Sommersaison 72 war mit einer kleinen Leserbefragung unter dem Titel "Olympia-Verlosung" verbunden. Als besonders interessant wurde bei der Auswertung empfunden, daß sich genau so viel Einsender entschieden haben, auf einer Olympia-Sportveranstaltung nur zu filmen wie andere nur fotografieren wollten. Die Gruppe, die beides tun wollte, stellte mit 51% den größten Anteil der Einsender. Fazit: Besucher von Sportveranstaltungen sind besonders fürs Filmen anzusprechen. Besitzer von Fotokameras können mit dem Argument "Sport" fürs Filmen gewonnen werden.

KAMPF UM MARKTANTEILE UNTERHALB DER 50-DM-GÜRTELLINIE

Auf dem Billig-Kamera-Markt wird das Thema nach wie vor heiß, nachdem wieder eine Anzahl neuer Modelle als "Filmfresser" auf den Markt kommen. Es ist immer wieder neu erstaunlich, wie wenig viele Leute für eine Kamera ausgeben und wieviel sie unbekümmert in Filmmaterial und Laborarbeiten investieren.

WUSSTEN SIE SCHON, DASS...

- pro Tag 250 Berater des Fotogroßhandels-Außendienstes 2000 Händler besuchen?
- diese 250 Verkaufsberater täglich ca. 40000 km (einmal um den Erdball) fahren?
- der Fotogroßhandel ca. 35000 verschiedene Artikel liefert?
- vom Fotogroßhandel täglich 5000 Sendungen an den Handel zur Auslieferung kommen?
- der Fotogroßhandel inzwischen rund 300000 Exemplare "Der Große Photokatalog" seinen Kunden kostenlos zur Verfügung stellte?

POLITISCHES

Karl Schiller brachte bei seiner photokina-Eröffnung den Honoratioren der Fotobranche bei, daß sie auf bzw. hinter dem Mond lebten. Gustav Heinemann erwies sich als fotografisch schwierige Person. Er wollte nicht mit Blitzlicht aufgenommen werden. Walter Scheel ist nach Theodor Heuss der zweite FDP-Politiker, der die photokina eröffnet. Frage: Wen können wir von welcher Partei bei der nächsten photokina begrüßen?

VERTEILUNG ANVISIERTER GEWINNE

Das Nürnberger Fotohaus Porst sorgt durch seinen berühmten Chef Hannsheinz wieder für Schlagzeilen. Nach der Einführung der "totalen Mitbestimmung" (ein interessanter Widerspruch in sich) sollen am 8.10.1972 die Firmen der Porst-Gruppe an die 1400 Mitarbeiter übergeben werden. Ohne daß vom agilen Dieter Reiber die Rede ist, wurde berichtet, daß die Porst-Gruppe von drei wählbaren Geschäftsführern, zu denen auch Porst gehören soll, geleitet wird. Neu ist auch die totale Gewinnbeteiligung aller Beschäftigten. Die Auszahlung der "anvisierten Gewinne" soll jedoch erst mit der Pensionierung erfolgen. Über die Aufrechnung möglicher Verluste gibt es noch Unklarheiten. Jedenfalls können sich die Porst-Betriebe bei gutem Geschäftsgang zu einer Gewinnverteilungs GmbH & Co. KG. entwickeln. Nette Aussichten - fürwahr!

FÜR DEN HANDEL: LABORPROBLEME BEI MINIPAK?

Bis zur photokina waren nur wenige Händler vorgeprescht - an der Spitze das Kaufhaus Horten - die an Kodak, Stuttgart vorbei sich ein paar Kameras aus Amerika besorgt hat - ten, um vor ihren Kunden zu glänzen. Die Entwicklung des neuen Films für diese Kameras wurde improvisiert. Wir fragten den Chef eines Großlabors, Wolf Häusgen (Copaphot), ob seiner Meinung nach der Handel Schwierigkeiten bekommt, wenn er die ersten 110er Kassetten abliefert. Häusgen: "110 verlangt eine völlig neue Laborlinie. Offiziell liefert Kodak erst nach der photokina die benötigten Chemikalien und Zubehörgeräte für diesen neuen Entwicklungsprozess. Wir haben uns darauf eingerichtet, Colornegativ- und Color-Umkehr-Filme sowie Schwarz/Weiß entgegennehmen zu können. Ich meine, daß meine Kollegen sich maschinenmäßig auch darauf eingestellt haben, so daß es zu keinen längeren Lieferzeiten kommt, zumal dann ja auch die Höhepunkte der Saison längst vorbei sind." Wie sieht es mit den Preisen aus? Häusgen: "Wir liefern ab photokina das Minipak-Print zum gleichen Preis wie das 9x13-Standard-Bild, bei gleichpreisiger Entwicklung wie für Kodacolor X. Der Handel kann wohl seine Kunden darauf aufmerksam machen, daß in absehbarer Zeit die entwickelten Filme mit einem Papierstreifen versehen werden, um Nachbestellungswünsche ankreuzen zu können."

Minipak, wie die 110er-Kassette auch genannt wird, enthält mit dem Kodacolor II einen völlig neuen, wenig maskierten Film, mit größerem Auflösungsvermögen als bisher. Dieses Filmmaterial wird also sicher bald auch in anderen Konfektionierungen erscheinen. Hinter der Hand kann man im Hause Kodak erfahren, daß man in 3 Jahren für Minipak-Kassetten-Film mit einem Marktanteil von 30% rechnet. Herrliche Geschäfte kommen auf den Handel zu.

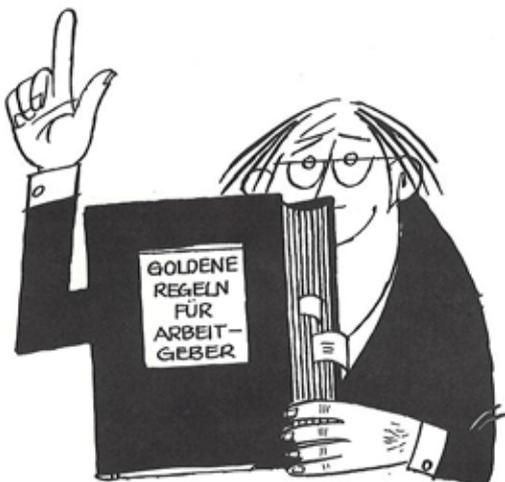
HERTIE WIRTSCHAFTLICH VERNÜNFTIG, PROZESS GEGEN RITTER GEWONNEN!

Gerade ist das Urteil zugestellt worden in der Landgerichtssache Frankfurt, 2 O II 6/438/71, mit dem der Hertie-Konzern den Rechtsstreit gegen die Firma Ritter, die in Deutschland die Generalvertretung für Beaulieu-Filmkameras innehat, wegen der Rechtmäßigkeit der von ihr vorgenommenen Importe gewonnen worden. Wesentliches: Das Gericht hat festgestellt, daß von Hertie kein Dritter zum Vertragsbruch verleitet worden ist. Es gilt als bewiesen: Hertie hatte praktische und nicht nur theoretische Möglichkeiten aus Frankreich zu importieren, wobei diese Importe wirtschaftlich vernünftig waren. Es ist festgestellt worden, daß keine Absicht bestand durch wirtschaftlich unvernünftige Importe ein bestehendes Vertriebsbindungs-System zu zerstören.

Anmerkung: Dieses Urteil ist insofern interessant, weil nicht grundsätzlich innerhalb der EWG ein bestehendes Vertriebsbindungs-System als ungültig angesehen wurde, sondern weil der Tatbestand in dem Urteil nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten beurteilt wird. Also: Einfach ein paar Kameras in einem EWG-Land kaufen und hier spektakulär unter dem Einkaufspreis abgeben ist nicht zulässig.

NEUE REDAKTIONSRÄUME

sind von der Kontakta GmbH für den Großen Photokatalog in Ratingen, Voisweg 2, eingerichtet worden. Unterlagen bitte gleich nach dort an den Leiter der Katalog-Redaktion, Herrn Th. Six, schicken. Telefon 02102-25060/69.



Motto eines Direktors der Fotoindustrie:
"Lieber g'sund als g'scheit!"
Seine Firma hatte im letzten Jahr eine Umsatzsteigerung von fast 40%...

NORMALER STELLUNGSWECHSEL UNGEWÖHNLICH!

Wenn Top-Manager heute ihre Stellung wechseln, sind sie von heute auf morgen weg vom Fenster; gefeuert oder freiwillig. Das es auch anders geht, sieht man zur Zeit bei der Braun AG, wo der Direktor der Bereichsgruppe Foto, Dr. Steybe, zum konkurrierenden Bosch-Konzern wechselt und bis zum Schluß in Amt und Würden bleibt. Man fragt sich, trotz oder wegen der amerikanischen Mutter Gilette?

foto-contact, VGP-Fachinformation · Herausgegeben von der Kontakta GmbH, 4032 Lintorf, Tiefenbroicher Str. 69, Tel. 02102/31344 · Redaktionsbüro 403 Ratingen, Voisweg 2, Tel. 02102/25060 und 25069 · Commerzbank AG, 403 Ratingen, 8329666; Postscheck Essen 164565 · Verantwortlich für Redaktion: H. J. Blömer, Beauftragter der Vereinigung von Grossisten für den Photohandel e.V. (VGP) · Als Presseorgan des Deutschen Photogroßhandels erscheint der foto-contact sporadisch · Garantierte Auflage: 24000 Exemplare · Anzeigen und Beilagen auf Anfrage · Für namentlich gezeichnete Beiträge übernimmt der Herausgeber keine Verantwortung · Erfüllungsort und Gerichtsstand Ratingen



PHOTO+MEDIENFORUM KIEL
Aus- und Weiterbildung

MEDIENFACH- WIRT*IN DIGITAL (IHK)/ BACHELOR PROFESSIONAL IN MEDIA extra Qualifikation „Social Media Content“

Als geprüfte Medienfachwirt*innen (IHK)/ Bachelor Professional in Media sind die Absolvent*innen für die Erstellung hochwertiger Informations- und Marketingmaterialien zuständig. Medienfachwirt*innen verfügen über ein umfangreiches Know-How in den Bereichen „Medienrecht“ und „Kostenabwicklung“. Dieser Abschluss vereint die kreative Seite der Medienbranche mit betriebswirtschaftlichem Handeln und befähigt die Absolvent*innen im Anschluss, Positionen als Führungskräfte einzunehmen.

- **Nächster Lehrgangsbeginn am 09.06.2023**
- **18 Monate berufsbegleitender Lehrgang**
- **Kombination aus Wochenendseminaren und Onlineschulung**
- **Online-Seminar jeweils Dienstag und Donnerstag von 18:00-20:45 Uhr**
- **6 Wochenendseminare und 2 Projektphasen je 14 Tage vor Ort**
- **Übernachtung und Verpflegung im angeschlossenen Wohnheim möglich**

www.photomedienforum.de/medienfachwirt-digital-ihk
PHOTO+MEDIENFORUM KIEL e.V.
Feldstraße 9-11, 24105 Kiel
Tel.: 0431 57970-0
mail@photomedienforum.de

**Nächster Online-
Infoabend am
19.10.2022**



Die neue X-H2 von Fujifilm erscheint im vertrauten Design der X-Serie von Fujifilm.

Die neue Systemkamera X-H2 von Fujifilm

40,2 Megapixel und 8K-Video

Wenige Monate nach Ankündigung der auf Schnelligkeit getrimmten X-H2S hat Fujifilm mit der X-H2 eine weitere Systemkamera angekündigt. Sie bietet mit einem neuen 40,2 Megapixel X-Trans CMOS 5 HR Sensor im Zusammenspiel mit dem X-Prozessor 5 die bislang höchste Auflösung und die beste Detailwiedergabe der X Serie. Das gilt sowohl für Fotos als auch für Videos, denn die X-H2 ist die weltweit erste APS-C-Kamera, die Videos in 8K/30p Apple ProRes-Qualität direkt auf der Speicherkarte aufzeichnen kann.

Der hohe Auflösung des 40,2 Megapixel Sensors wird von einem verbesserten Algorithmus unterstützt, der störendes Bildrauschen unterdrückt. Zudem bewirkt eine weiterentwickelte Pixelstruktur, dass mehr Licht den Sensor erreicht. So wird ISO 125 als Standard-Empfindlichkeit möglich – nach oben reicht der Bereich bis ISO 12.800 und kann bis zu ISO 51.200 erweitert werden. Da sich der neue Sensor besonders präzise ansteuern lässt, konnte Fujifilm die schnellste Verschlusszeit des elektronischen Verschlusses von 1/32.000 Sek. um 2,5 EV-Stufen auf 1/180.000 Sek. verkürzen. So werden auch in der prallen Sonne und im Schnee schöne Bokeh-

Effekte mit offener Blende möglich und schnelle Bewegungen mit hoher Schärfe eingefroren.

Bis zu 160 Megapixel

Mit der Funktion „Pixel Shift Multi-Shot“ kann die Fujifilm X-H2 nacheinander 20 hochaufgelöste RGB-Bilder im Rohdatenformat aufnehmen, wobei der Bildsensor nach jeder Belichtung minimal verschoben wird. Die so entstandenen Fotos lassen sich mit der kostenlosen Software „Pixel Shift Combiner“ zu einer einzelnen Bilddatei mit einer Auflösung von 160 Megapixeln zusammenfügen.

Hohe Auflösung spielt auch beim Videofilmen mit der neuen Systemkamera eine wichtige Rolle, denn der neue Sensor erlaubt die Aufzeichnung im 8K/30p 4:2:2 10-Bit-Format. Da die dabei entstehende Wärme sehr effizient aus dem Kameragehäuse abgeleitet wird, kann die X-H2 ohne Unterbrechung bis zu 160 Minuten in 8K filmen. Zudem bringen die 8K-Fähigkeiten auch in

4K-Workflows Vorteile. So greift die Kamera z. B. beim internen Oversampling auf die Detailtiefe der 8K-Daten zurück, um besonders gute 4K-Bilder zu erzeugen.

Durch die hohe Auflösung des 40,2 Megapixel-Sensors wird auch bei 4K-Aufnahmen digitales Zoomen mit bis zu 2-facher Vergrößerung möglich. In Kombination mit dem XF18-120mmF4 LM PZ WR wechselt die X-H2 nach Erreichen der maximalen Brennweite nahtlos zum Digitalzoom.

Komfortable Nachbearbeitung

Die X-H2 unterstützt die drei Apple Codecs ProRes 422 HQ, ProRes 422 und ProRes 422 LT. Bei der Aufnahme von Videos bis zu 4K-Auflösung können parallel auch Proxy-Filme (ProRes 422 Proxy) mit niedriger Bitrate und entsprechend kleineren Dateien aufgezeichnet werden. In Verbindung mit einem kompatiblen externen HDMI-Recorder von Atomos oder Black-

magic Design lassen sich mit der X-H2 auch 12-Bit-RAW-Videodateien aufzeichnen, die als Apple ProRes RAW oder Blackmagic RAW in bis zu 8K-Auflösung mit Bildraten bis 29,97 Bildern pro Sekunde gespeichert werden. Neben dem bekannten F-Log unterstützt die X-H2 auch F-Log2, das dank seines erweiterten Dynamikumfangs von mehr als 13 Blendestufen besonders viel Spielraum bei der Videobearbeitung bietet.

Intelligenter Autofokus

Die X-H2 ist mit einem Autofokussystem ausgestattet, das mit Hilfe des X-Prozessors 5 und künstlicher Intelligenz Motive erkennt. So kann die Kamera nicht nur Gesichter und Augen von Menschen, sondern auch Tiere, Vögel, Autos, Motorräder, Fahrräder, Flugzeuge und Züge verfolgen.

Da der 40,2 Megapixel-Sensor mehr Phasendetektionspixel besitzt als die bisherigen Modelle der X Serie, werden Motive im AF-S-Modus noch präziser scharfgestellt. Außerdem verfügt

Lichtstarkes 56mm-Objektiv

Mit dem Fujinon XF56mmF1.2 R WR ergänzt Fujifilm die Objektivpalette für die X-Serie um eine kompaktes und lichtstarkes Porträt- und Reportage-Objektiv mit der leichten Telebrennweite von 85 mm (KB). Das Nachfolgemodell des XF56mmF1.2 R bietet im Vergleich zum Vorgänger eine kürzere Nahdistanz (50 statt 70 cm), ein höheres Auflösungsvermögen und eine harmonischere Hintergrundunschärfe.

Der optische Aufbau des Objektivs umfasst 13 Elemente, darunter zwei asphärische Linsen, ein ED-Element und drei Elemente aus optischem Glas mit besonders hohem Brechungsindex, das üblicherweise in hochwertigen Cine-Objektiven eingesetzt wird, um chromatische Aberrationen und Koma-Abbildungsfehler (Farb- und Asymmetriefehler) zu reduzieren und die Auflösung zu erhöhen. Die Fokusgruppe und die Blendeneinheit werden von einem schnellen Gleichstrom-Motor angetrieben, der besonders leise arbeitet. Der Objektivtubus ist an neun Stellen abgedichtet, um ein Eindringen von Feuchtigkeit und Staub zu verhindern und den Einsatz auch bei Kälte bis minus 10 Grad zu ermöglichen.

Das Fujinon XF56mmF1.2 R WR ist ab sofort für 1.199 Euro (UVP) lieferbar.



Das Fujinon XF56mmF1.2 R WR wurde gegenüber dem Vorgänger in mehreren Punkten verbessert.

Neuheiten

die X-H2 (wie die X-H2S) über einen neuen AF-Algorithmus zur Vorhersage von Motivbewegungen, was eine noch zuverlässigere Schärfenachführung ermöglicht.

Da 8K-Videos eine besonders präzise Fokussierung erfordern, hat Fujifilm auch den Video-AF-Algorithmus überarbeitet. Zudem gibt es einen neuen Fokusindikator, der mit der Fokus-Peaking-Funktion verwendet werden kann, um das manuelle Scharfstellen beim Filmen zu erleichtern.

Viel Ausstattung

Die Fujifilm X-H2 ist mit einer integrierten Fünf-Achsen-Bildstabilisierung (IBIS) ausgestattet, die nach Angaben der Hersteller um bis zu sieben EV-Stufen längere Verschlusszeiten aus der Hand ermöglicht. Der elektronische Sucher der X-H2 hat 5,76 Millionen Bildpunkte und zeigt den Bildausschnitt in 0,8-facher Vergrößerung. Die hohe Bildwiederholrate von ca. 120 Bildern pro Sekunde sorgt für eine natürliche Darstellung sehr schneller Bewegungen. Dabei werden Paralla-

xenfehler und Verzeichnungen korrigiert, die bei Veränderungen der Augenposition auftreten können.

Die X-H2 ist für professionelles Arbeiten geeignet. Das Gehäuse ist an 79 Stellen gegen das Eindringen von Feuchtigkeit und Staub abgedichtet und wetterfest. So bleibt die Kamera auch bei Kälte bis minus 10 Grad Celsius voll einsatzfähig.

Für Bedienkomfort sorgen das auch Subdisplay auf der Kameraoberseite, der rückwärtige LCD-Monitor mit 1,62 Millionen Bildpunkten, die individuell konfigurierbare AF On-Taste und die separate Videoaufnahmetaste. Der Dual-Speicherkarten-Slot der X-H2 unterstützt neben den herkömmlichen SD-Karten auch CFexpress Type B-Karten, damit bei Fotoserien (bis zu 13 Bilder/s bzw. 20 Bilder/s mit 1,29 Crop) und Videoaufnahmen das Potenzial der Kamera ausgeschöpft werden kann.

Wie die X-H2S ist die Fujifilm X-H2 mit dem File-Transmitter FT-XH kompatibel, der kabelgebundene LAN- und drahtlose WLAN-Tethered-Videoauf-



Die neue Systemkamera ist wetterfest und auch für harte Einsatzbedingungen geeignet.

nahmen erlaubt. Bis zu vier X-H2 und X-H2S können so über eine Browseranwendung gesteuert werden.

Die neue Systemkamera ist ab sofort für 2.249 Euro (UVP) erhältlich.

Ultra-Weitwinkel für GFX-Serie



Trotz seines großen Blickwinkels ist das neue GF-Objektiv durchaus kompakt.

Für die GFX-Systemkameras mit großem Sensor stellt Fujifilm das Ultra-Weitwinkel-Zoomobjektiv Fujinon GF20-35mm F4 R WR vor. Mit einem Zoombereich 16 bis 28 mm (KB) ist es besonders gut dafür geeignet, breite und hohe Motive bei der Landschafts- und Architekturfotografie zu erfassen. Im Inneren setzt Fujifilm verschiedene Speziallinsen ein, darunter drei asphärische und drei ED-Elemente sowie eine asphärische ED-Linse.

Trotz der hohen Abbildungsleistung und der konstanten Lichtstärke von F4 ist das GF20-35mm F4 R WR mit nur 725 Gramm überraschend leicht und mit einer Länge von 112,5 mm auch kompakt. Dank des Innenzoom-Mechanismus werden die Abmessungen auch beim Zoomen nicht verändert.

Das wetterfeste und frostsichere (bis minus 10 Grad) Objektiv ist ab sofort für 2.799 Euro (UVP) verfügbar.

ENTFALTE DEINE

KREATIVITÄT

Wir gratulieren zum Jubiläum und
wünschen weiterhin viel Erfolg!
Danke für die langjährige gute
Zusammenarbeit!



TablePod **FLEX**

Ein flexibles Tischstativ aus Carbonfaser mit einem versteckten Satz biegsamer, flexibler Beine, mit denen Sie alle Arten von Bildern und Inhalten von praktisch überall aus aufnehmen können.

BENRO[®]
Let's go!

<http://de.benroeu.com>

Die neue 4K Super 35-Kamera FX30 von Sony

Speziell für Filmemacher

Sony erweitert die Cinema Line um die kompakte 4K Super 35 Kamera FX 30, die noch konsequenter auf den Einsatz bei professionellen oder semiprofessionellen Filmproduktionen abgestimmt wurde als ihr Vollformat-Pendant FX 3. Sie bietet zahlreiche anspruchsvolle Funktionen wie Dual Base ISO, Log-Aufnahmemodi und benutzerdefinierte LUTs (Look-Up Tables) zu einem Preis, der für viele ambitionierte Filmer interessant sein dürfte. Wer will, kann mit der Kamera auch fotografieren, zeichnet dabei aber eigentlich Standbilder mit elektronischem Verschluss auf, denn ein mechanischer ist nicht an Bord.

Für Ergebnisse im typischen Film-Look ist die FX 30 mit einem neuen, rückseitig belichteten 20,1 Megapixel APS-C Exmor R CMOS-Sensor (Super 35-Format) mit Dual Base ISO (800/2500) ausgestattet, der eine hohe Empfindlichkeit mit geringem Rauschen und einen Dynamikumfang von 14+ Stufen kombiniert. Die Bilddaten werden mit dem Bionz XR Prozessor verarbeitet. Die Kamera, die zahlreiche Video-Codecs unterstützt, kann 4K Super 35-Filme (16:9) durch Oversampling von 6K mit bis zu 60 Bildern/s aufneh-

men. Auch 4K Videos mit 120 Bildern/s sind möglich, bei Full HD Auflösung sogar mit 240 Bildern/s. Beide 16:9-Aufnahmemodi unterstützen 10 Bit 4:2:2, und über einen HDMI Typ-A-Anschluss können 4K 16 Bit RAW-Bilder an einen externen Recorder ausgegeben werden. Wie bei der FX3 kann auch bei der FX30 der Timecode über ein optionales Kabel synchronisiert werden. Wie die anderen Modelle der Cinema Line von Sony unterstützt die FX30 Log-Aufnahmemodi wie Cine EI, Cine EI Quick und Flexible ISO für Aufnahmen mit der S-Log3-Gammakurve für vielseitige Farbkorrekturen. In allen drei Modi können die Aufnahmen mit einer geeigneten LUT überwacht werden, um eine Vorschau des endgültigen Bildes zu sehen. Darüber hinaus bietet die Kamera mehrere Film-Looks, z. B. S-Cinetone von Sony.

Professionelle AF-Funktionen

Das Autofokussystem arbeitet mit Augenerkennung in Echtzeit (für Menschen, Tiere oder Vögel) und erlaubt Echtzeit-Tracking, zahlreiche manuelle Einstellungen sowie das Scharfstellen mit der Assist-Funktion (nicht mit A-Mount Objektiven und den Modellen SELP1650 und SEL18200LE). Für weitere Steuerungsmöglichkeiten muss die Fokuskarte genutzt werden, mit der sich die Schärfentiefe visualisieren lässt, während dank



Das kompakte und leichte Gehäuse der FX30 bietet zahlreiche Möglichkeiten für die Befestigung von Zubehör.

Breathing-Compensation ein stabiler Blickwinkel erhalten bleibt. Im Active-Modus gleicht die Kamera mit der ins Gehäuse integrierten optischen 5-Achsen-Bildstabilisierung Bewegungen bei handgeführten Aufnahmen aus. Ein neues, individuell anpassbares Hauptmenü in Listenform erlaubt den schnellen Zugriff auf häufig verwendete Elemente, zudem können die Nutzer bei Filmaufnahmen spezielle Tasten und Einstellräder nutzen. Für die Arbeit in professionellen Workflows unterstützt die FX30 die Nachbearbeitung mit eingebetteten LUT- und EI-Metadaten, die mit der jeweils neuesten Version der Anwendungen Catalyst Prepare und Catalyst Browse von Sony verfügbar sind. Ein neues Catalyst Prepare Plugin für Adobe Premiere Pro wurde im August veröffentlicht.

Kompakte Bauweise

Die FX30 ist kompakt und leicht; das Flat-top-Design bietet zahlreiche Möglichkeiten für die Befestigung von Zubehör. So kann man sie leicht an einem Gimbal anbringen; Aufnahmen aus niedrigem Winkel werden durch den XLR-Handgriff erleichtert, der in einem Kit mit der Kamera erworben werden kann, aber im Frühjahr 2023 auch als Einzelprodukt auf den Markt kommen soll. Für Tonaufnahmen gibt es zwei XLR-Anschlüsse sowie eine 3,5 mm Stereo-Mini-Buchse für 4-Kanal-Sound. Externe Mikrofone lassen sich über den Multi Interface-Zubehörschuh oder die Mikrofonbuchse direkt an die Kamera anschließen. Auch ein internes Stereomikrofon für Audioaufnahmen ist vorhanden. Die FX30 und die FX30B sind mit zwei Steckplätzen ausgestattet, die sowohl für CFexpress Typ A- als auch für SDXC/SDHC-Speicherkarten geeignet sind. Auch die neuen, gegen Wasser und Staub geschützten (IP57) CFexpress Typ A-Speicherkarten, die Sony jetzt mit großen Kapazitäten von 320 und 640 GB auf den Markt bringt, können mit der FX30 genutzt werden. Sie unterstützen Schreibgeschwindigkeiten von bis zu 700 MB/s und VPG (Video Performance Garantie) 400 für bis zu 400 MB/s bei Serienaufnahmen und 4K 120p Videoaufnahmen mit hoher Datenrate. Dank



Spezielle Tasten und Einstellräder machen die Bedienung komfortabel.

einer effektiven Wärmeableitung erlaubt die FX30 unterbrechungsfreie 4K/60p-Aufnahmen. Sie ist mit den E-Mount-Objektiven von Sony kompatibel. Die FX30 Sony kommt im Oktober auf den Markt und kostet 2.299 Euro (UVP) bzw. 2.799 Euro (UVP mit XLR-Griff). Die CFexpress Typ A-Speicherkarte CEA-G320T ist dann für 709 Euro (UVP), die CFexpress Typ A-Speicherkarte CEA-G640T für 1.349 Euro erhältlich.

einer effektiven Wärmeableitung erlaubt die FX30 unterbrechungsfreie 4K/60p-Aufnahmen. Sie ist mit den E-Mount-Objektiven von Sony kompatibel.

Die FX30 Sony kommt im Oktober auf den Markt und kostet 2.299 Euro (UVP) bzw. 2.799 Euro (UVP mit XLR-Griff). Die CFexpress Typ A-Speicherkarte CEA-G320T ist dann für 709 Euro (UVP), die CFexpress Typ A-Speicherkarte CEA-G640T für 1.349 Euro erhältlich.



Herzlichen Glückwunsch zu 50 Jahren Berichterstattung

– nach wie vor „schnell,
kurz, informativ“!

Danke!

Marcus Kunkel
EO Executives



Consumer & Retail
Results through people

T. +49 (0) 2651 704 2610

E. marcus.kunkel@eoexecutives.com

Wir besetzen Führungspositionen.

www.eo-personalberatung.de

Fotos, die an der Wand schweben

Das Xpozer System

Ganz neu ist es nicht mehr, aber auf dem deutschen Markt noch wenig bekannt: Das in den Niederlanden entwickelte Xpozer System macht es möglich, Fotos im Posterformat rahmenlos und so zu präsentieren, dass sie an der Wand zu schweben scheinen. Das Unternehmen, das von seinem Mitgründer Clemens van Os geführt wird, will nach einem erfolgreichen Start in den Benelux-Ländern jetzt auch auf dem deutschen Markt stärker werden und ist für Partnerschaften offen.

Xpozer verbindet exzellente Bildqualität mit einem patentierten Aufhängesystem, das es möglich macht, Fotos im Posterformat ohne sichtbaren Rah-



Mit Xpozer werden Poster schnell und einfach zu einem attraktiven Wandschmuck.

men an der Wand zu befestigen. Da sich die Motive ganz einfach wechseln lassen, bringt das System nicht nur Abwechslung in Wohnräume, sondern ist auch gut für den Einsatz im Einzelhandel oder auf Messen geeignet.

Einfach aufspannen

Xpozer kann bereits von Deutschland aus online über Xpozer.com bestellt werden. Das vom Kunden hochgeladene Bild wird auf einer hochwertigen Folie, deren matte Oberfläche Reflektionen praktisch ausschließt, in Galerie-Qualität gedruckt. Dabei stehen zahlreiche Formate von 40 x 60 cm bis 120 x 180 cm zur Verfügung. Zu einem Xpozer wird das Foto dann durch das optionale Spannsystem aus Aluminium, das sich mit wenigen Handgriffen auf der Rückseite der Folie anbringen lässt. Dazu ist das Bild an jeder Ecke mit einem Aufnahme-Element aus Kunststoff versehen, in das zwei



Das waagerechte Alu-Profil mit integrierter Spannfeder lässt sich ganz leicht an die Größe des Bildes anpassen.

Aluminium-Profilrohre gesteckt werden. Ein drittes, waagrechtes Alu-Profil mit integrierter Spannfeder verbindet dann die kürzeren Profile in der Bildmitte. Dabei kann es ganz einfach an die Breite des Bildes angepasst werden.

Das Xpozer System wird mit einem praktischen Clip zum Aufhängen geliefert, der mit nur einer Schraube und einem Dübel (im Lieferumfang) an der Wand befestigt wird. Da das Gesamtkunstwerk wenig wiegt, kann der Clip je nach Wandbeschaffenheit auch mit einem Nagel oder einem doppelseitigen Klebeband befestigt werden.

Die spezielle Beschaffenheit der Folie sorgt nicht nur für detailreiche Bilder mit satten Schwärzen und sauber definierten Lichtern. Sie ist auch unempfindlich gegen Feuchtigkeit und bleibt bei höheren Temperaturen stabil. Wenn nötig, können die Fotos einfach



Das gedruckte Bild wird an jeder Ecke mit einem Aufnahme-Element aus Kunststoff versehen.

mit einem feuchten Tuch abgewischt werden.

Soll das Motiv gewechselt werden, lassen sich neue Fotos bei Xpozer.com auch ohne Haltesystem nachbestellen. Die Preise für Xpozer Bilder inkl.

Haltesystem liegen derzeit zwischen 49,95 Euro (Format 40 x 60 cm) und 199,95 Euro (Format 120 x 180 cm). Die Bilder werden gerollt geliefert, so dass sie in einem handlichen, dreieckigen Karton Platz finden.

Herzlichen Glückwunsch zum 50jährigen Bestehen!



All brands distributed by

transcontinenta



Herbst-Neuheiten von walther design

Wohnräume = Wohnträume

In den kommenden Monaten werden wieder viele Menschen mehr Zeit mit ihren Familien in den eigenen vier Wänden verbringen. Dabei spielen auch Dekorationen und Fotos eine wichtige Rolle. Der Nettetaler Alben- und Rahmenspezialist walther design hat dafür sein Angebot weiter ausgebaut.

Neu bei Unique Frames ist der Holzrahmen Urban Nature, der in den Varianten mit Aufsteller und Holzpassepartout, Holzpassepartout und mit drei Cliphalterungen erhältlich ist.



Neu bei Unique Frames ist der Holzrahmen Urban Nature.

In den in Naturfarben mit gewaschenem Klarglas erhältlichen Rahmen passen je nach Modell ein bis drei



Der Holzrahmen Fiorito ist in zahlreichen Farben erhältlich.

Mit Pimp'n Create sind bei der Selbstgestaltung von Alben- und Rahmen-geschenken der Kreativität keine Grenzen gesetzt.



Fotos im Format 10 x 15 cm. Der Holzrahmen ist ab Oktober erhältlich. Die Erfolgsserie Holzrahmen Fiorito wird ab Herbst 2022 um diverse Formate mit Acrylglas ergänzt und findet so die praktische Anwendung auch im Kinderzimmer.

Alben- und Rahmen-geschenke selber basteln

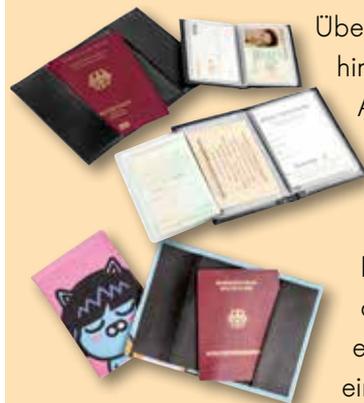
Wenn die Tage kürzer werden, verbringen viele Menschen die Zeit mit Basteln, Gestalten und Dekorieren. Hier setzt walther design mit dem neuen Produktsortiment Pimp'n Create an. Verschiedene Leporellos, Spiralalben, Fotoalben und Boxen, aber

auch Foto- und Kartenhalter, Schlüsselanhänger oder Fotoseile können Fotos attraktiv in Szene setzen.

Mit Deko- und Zeichenstiften in vielen Farben, darunter auch leuchtstarke Neon-Farben sowie dem Highlight Pen in Gold, Silber und Weiß, können Zeichnungen und Kalligraphien angefertigt werden. Liebevoll gestaltete Sticker und Klebebuchstaben laden die Fotogeschichten emotional auf.

Mit bunten Fotoecken, einem speziellen Klebestift und doppelseitigem Klebeband können Fotos und andere Erinnerungsstücke wie Eintrittskarten, getrocknete Blüten oder Notizen sicher befestigt werden.

Lederetuis für Erwachsene und Kinder



Über das klassische Sortiment von walther design hinaus bietet der Nettetaler Rahmen- und Albenspezialist auch Lederetuis für Erwachsene und Kinder an. Gefertigt aus robustem Leder ist das in Schwarz erhältliche Etui als Variante für Scheckkarten, Ausweise oder Reisepässe erhältlich. Auch das Ausweisdokument der lieben Kleinen findet in den entsprechenden Lederetuis in Rosa oder Blau einen sicheren Platz.

Neuer Controller für Content Creators

Transcontinenta hat die Erweiterung seines Portfolios um TourBox Neo, den Controller für Content Creators, bekanntgegeben. Er soll die kreative Arbeit von der digitalen Illustration bis zur Farbkorrektur und Videonachbearbeitung unterstützen.



Die Bearbeitung von Videoproduktionen, Fotobearbeitung, Audibearbeitung und Grafikdesign funktioniert zusammen mit der Tastatur, Maus oder einem Grafiktablett. TourBox Neo ist ein intuitiv, mit einer Hand bedienbarer Controller mit verschiedenen geformten Tasten, die mit verschiedenen Funktionen belegt werden können. Die TourBox Neo funktioniert mit Programmen wie Photoshop, Lightroom, Illustrator, Final Cut Pro, Camera Raw und vielen anderen. Die TourBox Neo wird über USB-C oder USB-A angeschlossen. Die TourBox ist ab sofort verfügbar; ein Preis steht noch nicht fest.

Neues Super-Weitwinkel-Objektiv für Lumix S-Serie

Mit dem Lumix S 18mm F1.8 bringt Panasonic ein Super-Weitwinkel-Objektiv mit 100° Bildwinkel für die Lumix S-Kameras auf den Markt.

Es enthält dreizehn Linsenelemente in zwölf Gruppen, darunter drei asphärische Linsen, drei ED-Linsen (Extra-Low Dispersion), eine UED-Linse (Ultra Extra-Low Dispersion) und eine UHR-Linse (Ultra High Refractive Index). Eine kreisförmige Blendenöff-

nung aus 9 Blendenlamellen sorgt für ein schönes Bokeh.

Das Lumix S 18mm F1.8 arbeitet praktisch geräuschlos mit dem Kontrast-AF-System der Lumix-S-Kameras zusammen. Dabei wird der Sensor mit maximal 240 Bildern pro Sekunde ausgelesen. Bei der manuellen Einstellung ändert sich die Schärfe entsprechend der Drehgeschwindigkeit des Fokussierings.

Bei Videoaufnahmen wird „Focus Breathing“ mit einem speziellen Mechanismus wirksam unterdrückt, so dass mit einer Mikroschritt-Blendensteuerung Videoaufnahmen in professioneller Qualität möglich werden.



Das 340 g leichte Lumix S 18mm F1.8 ist staub- und spritzwassergeschützt sowie für den Einsatz bei Kälte von bis zu -10 Grad geeignet, denn das Objektiv ist robust.

Neue LED Leuchten von Godox

Transcontinenta bietet jetzt die neuen LED Leuchten Knowled M200D/



Die neuen LED Leuchten von Godox (hier das Modell Knowled M200D) sind für verschiedene Foto- und Video-Anwendungen geeignet.

M200Bi (max. 230 Watt) und M300D/M300Bi (max. 330 Watt) von Godox an, bei denen das D jeweils für Daylight und die Abkürzung Bi für Bicolor steht. Sie wurden für Fotografen, Videofilmer und YouTuber entwickelt und erfüllen mit hervorragenden Ratings bei CRI (96+) und TLCI (97+) die hohen Qualitätsanforderungen an die farbgetreue Wiedergabe. Die Daylight Leuchten erzeugen konstant Licht mit einer Farbtemperatur von 5.600K, das Spektrum des Bicolor-Varianten reicht von 2800 bis 6500K. Integrierte FX-Effekte und vier Dimm-Kurven erlauben den Einsatz in ganz unterschiedlichen Szenarien. Die Knowled M200D/M200Bi und M300D/M300Bi Leuchten von Godox sind ab sofort zu Preisen von 899,99 Euro (UVP M200D) bis 1.299,99 Euro (UVP M330Bi) erhältlich.

Herzlichen Glückwunsch,

über viele Jahre immer gern gelesen !





Unter der Führung von Michael Gleich zog Ringfoto vor 22 Jahren in die Zentrale in Fürth um, die sich im Eigentum der Kooperation befindet.

Thilo Röhrig übernimmt bei Ringfoto von Michael Gleich

Der Neue kommt von Sony

Am 9. September wurde das lange gehütete Geheimnis gelüftet: Der Ringfoto-Verwaltungsrat hat Thilo Röhrig (47) zum 1. Oktober 2022 zum Geschäftsführer der Kooperation bestellt. In dieser Funktion tritt er die Nachfolge von Michael Gleich an, der nach 29 Jahren an der Spitze von Europas größtem Fotoverbund in den Ruhestand geht. Gleich hatte in seiner Amtszeit die Kooperation erfolgreich geleitet und bereits auf der Gesellschafterversammlung im Juni 2022 bekanntgegeben, dass er zum Jahresende aus dem Unternehmen ausscheidet.

Röhrig wird Ringfoto als Geschäftsführer gemeinsam mit Ines Ebersberger (49) führen, die bereits seit drei Jahren als Geschäftsführerin für die Ressorts Finanzen und IT verantwortlich zeichnet.

In der Foto- und Imaging-Branche ist Thilo Röhrig sehr gut bekannt. Er war 17 Jahre bei Sony tätig, zuletzt als Commercial Director für das CAV &

Mobile Consumer Business in Deutschland. „Ich freue mich auf die neue Aufgabe bei Ringfoto, einem der erfolgreichsten Handelsunternehmen unserer Branche, und hoffe mit meiner Erfahrung aus über 20 Jahren auf Industrieseite auch neue Impulse und Ideen für die Zukunft einbringen zu können“, kommentierte der Manager seine neue Aufgabe. „Das vorhandene Potential

in dem Markt und vor allem im Fachhandel ist enorm.“

Garant für den Erfolg

„Wir haben uns die Auswahl der Nachfolge für Michael Gleich nicht leicht gemacht“ betonte der langjährige Ringfoto-Verwaltungsratsvorsit-



War 29 Jahre
der Garant
für den
Erfolg von
Ringfoto:
Michael Gleich

zende Rainer Th. Schorcht. „Herr Gleich war ein Garant für die sehr erfolgreiche Entwicklung der gesamten Ringfoto Gruppe im In- und Ausland in den letzten 29 Jahren, wofür wir ihm sehr dankbar sind. Gleichzeitig haben wir mit Thilo Röhrig nun den Kandidaten, bei dem wir überzeugt sind, dass er die Kooperation in den kommenden Jahren weiterentwickelt und mit seiner Persönlichkeit und Erfahrung bereichern wird. Als Verwaltungsrat freuen wir uns auf die neue enge Zusammenarbeit.“

In einer Video-Botschaft an die Ringfoto Mitglieder erinnerte Schorcht an die wichtigsten Meilensteine der Ära Michael Gleich. Nachdem Ringfoto von 1965 bis 1993 fünf Geschäftsführer hatte kommen und gehen sehen, blieb Gleich danach 29 Jahre eine verlässliche Größe an der Spitze der Verbundgruppe. In diesen Jahrzehnten, betonte Schorcht, sei es

Gleich gelungen, die Zentrale mehrerer anderer Fachhandelskooperationen, darunter Vision 2000, Plusfoto, allkauf foto, Photo Porst und zuletzt die Fotovo, in die Ringfoto-Gruppe zu integrieren. Zudem sei die Kooperation 22 Jahre in einer Zentrale zu Hause, die sie selbst besitze.

Ringfoto hatte auf der Gesellschafterversammlung im Juni ein hervorragendes Geschäftsergebnis für das Jahr 2021 bekanntgegeben, in dem die Kooperation zum achten Mal in Folge ein Umsatzwachstum verzeichnete.

Auch für 2022 erwartet die Verbund-



Der Vorsitzende des Ringfoto Verwaltungsrats, Rainer Th. Schorcht (links), mit dem neuen Ringfoto-Geschäftsführer Thilo Röhrig.

gruppe trotz des schwierigen Umfelds eine weitere Steigerung von Umsatz und Gewinn.

50 Jahre imaging+foto-contact

Der PIV gratuliert



50 Jahre imaging+foto-contact – dieses bemerkenswerte Jubiläum einer der führenden Fachzeitschriften unserer Branche markiert ein bedeutsames Kapitel in der deutschen Foto- und Imaging-Geschichte. Das Heft begleitet mit seinen authentischen Inhalten, klaren Analysen und klugen Kommentaren Facheinzelhandel, Fachanwender, Fotodienstleister, Industrie und Lieferanten generationenübergreifend und wird uns hoffentlich noch lange erhalten bleiben.

Es gibt also viele gute Gründe dafür, der Verlagsleitung und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zum 50. Geburtstag der imaging+foto-contact zu gratulieren. Ihnen wünsche ich auch künftig viel Erfolg.



Christian Müller-Rieker, geschäftsführender Vorstand Photoindustrie-Verband e.V. (PIV)

Neuheiten

Voigtländer Macro Apo-Ultrason D35mm F2 für Nikon Z Mount

Voigtländer hat das kompakte, apochromatische Objektiv Macro Apo-Ultrason D35mm F2 angekündigt, das für Nikon Z Mount im APS-C Format (Nikon DX Format) konstruiert wurde. Trotz seiner kompakten Bauweise bietet es mit der maximalen Blendenöffnung von F 2,0 eine hohe Lichtstärke und signalisiert mit seiner robusten Ganzmetallkonstruktion hohe Qualität. Der Helicoid Ring ermöglicht ein seidenweiches Fokussieren von Unendlich bis zur Naheinstellgrenze von 16,3 cm, bei der man einen Abbildungsmaßstab von 1:2 erreicht.



Durch das Frontfokussierungssystem, bei dem die vorderen vier Linsengruppen zusammen bewegt werden, ver-

ändert sich die Auszugslänge beim Fokussieren nur unwesentlich.

Das Voigtländer Macro Apo-Ultrason D35mm F2 ist ab sofort für 729 Euro erhältlich. Eine Gegenlichtblende ist im Lieferumfang enthalten.

Rollei erweitert Freeze-Blitz-Serie

Rollei erweitert die HS-Freeze-Blitz-Familie um den ersten Aufsteckblitz HS Freeze 1s, der mit den Kameras von Canon, Nikon, Fuji, Panasonic und Olympus kompatibel ist. Mit einem separat erhältlichen Adapter kann der Blitz auch mit Systemkameras von Sony verwendet werden. Das Gerät, das ohne Akku 460 Gramm wiegt, bietet bei einer Farbtemperatur von 5.500 Kelvin eine Leistung von 80 Wattsekunden, die in 9 Blendenstufen verstellbar ist.

Ein integrierter 2,4-Gigahertz-Fernauslöser ermöglicht die Auslösung anderer Freeze-Blitze oder die Nutzung von kompatiblen Rolleifunkauslösern im Slave-Modus. Um Interferenzen mit weiteren Geräten zu vermeiden, können Einstellungen über die 31 Kanäle und 6 Gruppen aufgeteilt werden. Zudem stehen ein Speedlite-, Master-



Der Aufsteckblitz HS Freeze 1s ist mit den Kameras von Canon, Nikon, Fuji, Panasonic und Olympus kompatibel.

und ein manueller Modus zur Verfügung, sowie die Synchronisations-Modi HSS, TTL, Synchronisation auf 1. / 2. Verschlussvorhang und Freeze.

Für den neuen HS Freeze 1s bietet Rolleifunk Zubehör an, darunter den HS Freeze 1s Softball (UVP: 14,99 Euro) für „weiches“ Licht und ein Zubehör-Set (UVP: 19,99 Euro) mit sechs Farb-Aufsätzen sowie eine Honeycomb-Wabe für härteres und gerichtetes Licht. Der separat erhältliche Bowens-Adapter (UVP: 24,99 Euro) macht eine Nutzung von weiteren Lichtformern mit Bowens S-Type-Anschluss möglich und erleichtert den Betrieb als Slave-Blitz per Fernauslöser.

Der neue HS Freeze 1s Aufsteckblitz ist ab sofort für 249 Euro (UVP) erhältlich.

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

**Anzeigenschluss
für Kleinanzeigen
im
imaging+foto-contact
Ausgabe 11/2022 ist der
12. Oktober 2022.**

Senden Sie uns einfach

ein Fax an:

0 21 02/20 27 49

oder

eine E-Mail an:

b.klumps@cat-verlag.de

walther design im
Herbst 2022



Es erwarten Sie viele schöne Neuheiten rund um das Thema Foto.

Alle Neuheiten und Sortimentsartikel finden Sie auch unter www.waltherdesign.de



Wir gratulieren der imaging + foto contact herzlichst zum 50-jährigen Jubiläum und möchten uns für 50 Jahre kompetente Berichterstattung und zahlreiche professionelle Kooperationen bedanken. Wir wünschen eine weiterhin erfolgreiche Zukunft.

Herzlichen Glückwunsch vom gesamten Team von walther design.



walther design GmbH & Co. KG
Herrenpfad-Süd 26 • 41334 Nettetal • Germany
Tel. +49 2157 8186 0 • Fax +49 2157 8186 50
E-Mail: service@waltherdesign.de

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

Wir digitalisieren alles...

Wie z. B. S8, N8, VHS, HI-8,
Mini-DV, Digi Beta, Dia Scan

www.video.az-display.com

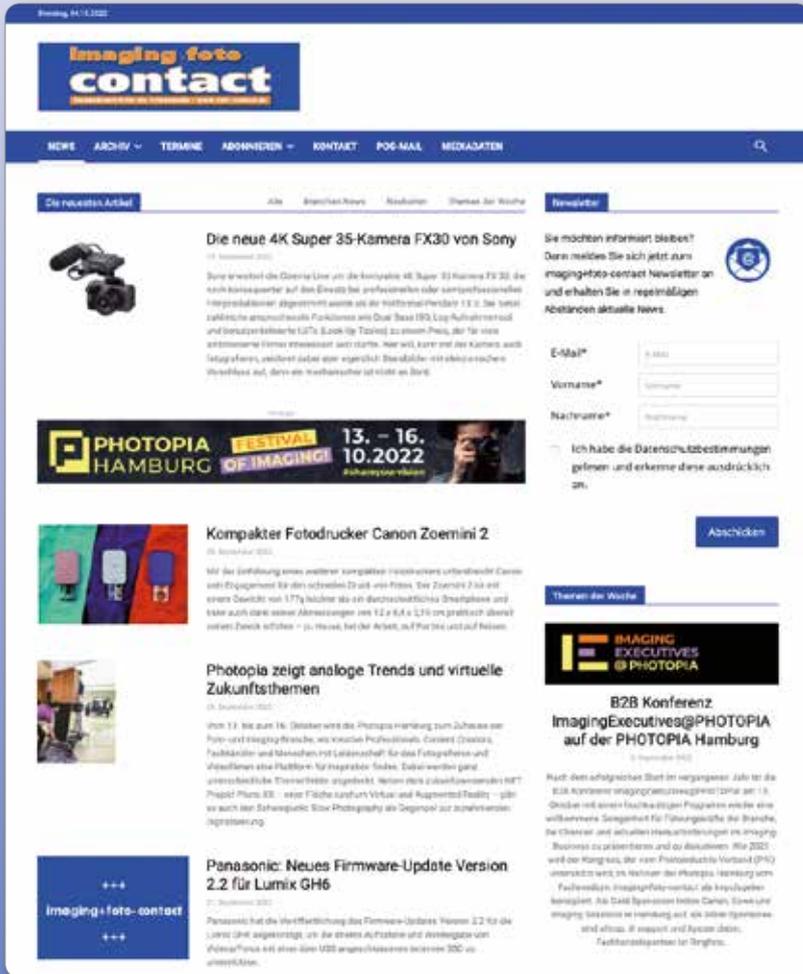
Tel.: 02502 224599

Inserentenverzeichnis

allcop	Personal- und
Farbbild-Service..... 15	Kleinanzeigen..... 37
Anton Kunze GmbH..... 33	Photo +
Canon..... 5	Medienforum Kiel..... 27
Cewe..... 2. U.	Photoindustrie-
digitalspezialist 9	Verband (PIV)..... 35
EO Executives 29	Ringfoto 11
Fujifilm instax..... 17	Transcontinenta..... 31
GroTura 23	walther design 37
Imaging Solutions AG 13	

Tagesaktuelle Branchen-News

www.foto-contact.de



Newsletter

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



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

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

16.30 Uhr Podiumsdiskussion auf Einladung des PIV: Neue Zielgruppen für den Fotohandel, Teilnehmer: Günter Kiener, CEO Transcontinenta GmbH, Christof Bergmann, Geschäftsführer Fotoprofi GmbH, Alexander Hantke, Head of Solectric Photo/Video DACH, Haluk Özdemir, Accountmanager Photo, Market Intelligence GfK

Wachstumssegmente sind derzeit rar in der Foto- und Videobranche. Video, Vlogging und Content Creation gehören aber mit Sicherheit dazu. Denn immer mehr professionelle Influencer und Blogger, aber auch anspruchsvolle Amateure suchen nicht nur nach Aufnahmegegeräten, sondern auch nach smartem Zubehör und praktischen Komplettlösungen. Was haben Fotohandel und Lieferanten für diese Zielgruppen zu bieten, und wie können sie diese adressieren?

4:30 p.m. Panel discussion hosted by PIV: New target groups for photo retailers, Participants: Günter Kiener, CEO Transcontinenta GmbH, Christof Bergmann, Geschäftsführer Fotoprofi GmbH, Alexander Hantke, Head of Solectric Photo/Video DACH, Haluk Özdemir, Accountmanager Photo, Market Intelligence GfK

Growth segments are currently rare in the photo and video industry. But Video, Vlogging and Content Creation are certainly trending. Professional influencers and bloggers as well as amateur enthusiasts are looking not only for recording devices, but also for smart accessories and complete solutions. What do photo retailers and suppliers have to offer to these target groups, and how can they address them?



Von links/From left: Günter Kiener, CEO Transcontinenta GmbH, Christof Bergmann, Geschäftsführer Fotoprofi GmbH, Alexander Hantke, Head of Solectric Photo/Video DACH, Haluk Özdemir, Accountmanager Photo, Market Intelligence GfK

17.20 Uhr Schlusswort / 5:20 p.m. Closing remarks

Wir danken allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern für ihr Kommen, der PHOTOPIA Hamburg für das großartige Ambiente und unseren Sponsoren für ihre Unterstützung, ohne die dieser Kongress nicht möglich gewesen wäre.

We thank all participants for coming, PHOTOPIA Hamburg for the great atmosphere and our sponsors for their support, without whom this congress would not have been possible.

Goldsponsoren / Goldsponsors



Silbersponsoren / Silversponsors



Retailing Partner



Unterstützt von Supported by



15.00 Uhr Kaffeepause / 3:00 p.m. Coffee break



15.15 Uhr / 3:15 p.m.

Andreas Schätzle, CCO, allcop Farbbild-Service

Innovation Impuls: „Ein Fotofinisher im Wandel“ Innovation Impulse: “A photofinisher adapting to change”



15.20 Uhr / 3:20 p.m.

Joachim Fiedler, Geschäftsführer, Fidlock GmbH

Vom Cello zum globalen Innovator

Eigentlich wollte der professionelle Cellist Joachim Fiedler nur den Bogen seines Instruments schnell aus dem Cellokasten heraus und wieder hineinbekommen. Nachdem er dafür einen innovativen magnet-mechanischen Verschluss entwickelt hatte, wurde innerhalb von 15 Jahren aus der von ihm gegründeten Firma ein global operierendes Unternehmen, das heute 400 Patente hält und mit 100 Mitarbeitern sowie 60 Distributionspartnern in rund 40 Ländern tätig ist. In seinem Vortrag stellt Fiedler anschaulich dar, wie man mit Ideen und Augenmaß intelligenten Fortschritt realisiert und damit neue Geschäftsfelder für Hersteller, Distributoren und den Fachhandel erschließt.

From the cello to global innovation

Actually, the professional cellist Joachim Fiedler just wanted to get the bow of his instrument out of the cello case and back in again quickly and easily. After he had invented an innovative magneto-mechanical lock for this purpose, the company he founded became a global company within 15 years. Today, it holds 400 patents, employs 100 people and is active in around 40 countries with 60 distribution partners. In his presentation, Fiedler will clearly tell the audience how intelligent progress can be realized with new ideas and a sense of what's possible, thereby opening up new business areas for manufacturers, distributors and specialist retailers.



15.55 Uhr / 3:55 p.m.

Anabel und Birthe Erhardt, Geschäftsführerinnen Foto Erhardt,
und Martin Wagner, Leiter Trends und Training, Ringfoto

Erfolg im Fotohandel trotz Krise und Wandel

Auch nach der digitalen Transformation ist der Foto- und Imagingmarkt vom Wandel geprägt: Der Siegeszug der Smartphones, die Entwicklung des Kamerageschäfts zum Premium- und Luxusmarkt sowie harter Wettbewerb stellen den Fotohandel vor immer neue Herausforderungen. Im Gespräch mit Martin Wagner zeigen Anabel und Birthe Erhardt, wie ein inhabergeführtes Unternehmen mit dem richtigen Gespür für Trends, zielgerichtetem Marketing, professionellen Omnichannel-Strategien und unternehmerischem Mut erfolgreich agieren und wachsen kann.

Success in photo retailing in a time of crisis and change

The power of „moving“ images is well known - they can keep the memories of important moments alive, enforce messages in various media formats and, of course, inspire people as pieces of art. During the pandemic, „moving images“ allowed us to keep close to our family members, friends and business partners despite physical distance. Hybrid working and home schooling are now accepted as the „new normal“ - and the constantly increasing quality of „moving pictures“ allows the development of new applications. Christian Klausener shows how „moving images“ can enrich our lives by being used in the „man-machine-software“ communication chain to create solutions and emotional added value in education and healthcare, public safety and industrial applications.



13.40 Uhr / 1:40 p.m.

Hans-Günter Herrmann, Geschäftsführer, Mediafix GmbH

Digitaler Erfolg mit analogen Erinnerungen

Zehn Jahre nach seiner Gründung sieht sich die Kölner Mediafix GmbH als Europas Marktführer in der Digitalisierung analoger Medien. In dieser Zeit hat das Unternehmen, das seine Digitalisierungsgeräte für Analogmaterial größtenteils selbst entwickelt, am Firmenstandort in Köln über 162 Millionen Dias, Negative, Fotos und Fotoalben, Videokassetten, Schmalfilme, Tonbänder und Musikkassetten in Datensätze verwandelt und so in die

Zukunft gerettet. Hans-Günter Herrmann stellt in seinem Vortrag dar, was die Kunden von Mediafix erwarten und wie das Unternehmen die eigene Online Plattform mit stationären Annahmestellen und der Zusammenarbeit mit dem Fachhandel kombiniert, um nicht nur in Deutschland, sondern auch international gemeinsam mit Partnern zu wachsen.

Digital success with analogue memories

Ten years after it was founded, Cologne-based Mediafix GmbH sees itself as Europe's market leader in the digitization of analogue media. In fact, the company mostly develops the devices needed to digitize analog material itself. During the past decade, Mediafix has converted more than 162 million slides, negatives, photos and photo albums, video cassettes, small films, audio tapes and music cassettes into data files at its production facilities in Cologne, saving them for the future. In his presentation, Hans-Günter Herrmann explains what customers expect from Mediafix and how the company combines its own online platform with physical order acceptance points and cooperations with specialist retailers in order to grow not only in Germany, but also internationally together with partners.



14.15 Uhr / 2:15 p.m.

Ralf Haberich, CEO, Shopgate GmbH

Was die Kunden wirklich erwarten... ist keine Kaffeebar in der Filiale

Nicht erst seit der Corona-Krise muss der Handel auf die veränderten Kundenbedürfnisse reagieren, denn es wird immer schwieriger, Menschen in die Filialen zu bringen und zu begeistern. Doch dafür gibt es eine Lösung: Omnichannel. Ralf Haberich, CEO von Shopgate, stellt die Ergebnisse einer aktuellen Studie vor, für die im Auftrag des Spezialisten für Shopping-Apps und Omnichannel insgesamt 2.300 Konsumenten sowie Einzelhändler aus verschiedenen Branchen befragt wurden. Dabei zeigt sich, dass Omnichannel mehr bedeutet, als parallel zum stationären Geschäft einen Online-

shop zu betreiben. Vielmehr kommt es darauf an, digitale und stationäre Vertriebsplattformen mit kundenzentrierten Omnichannel-Lösungen intelligent zu verzahnen. Denn Digitalisierung im Einzelhandel bedeutet weit mehr als nur das Einrichten einer Kaffeebar in der Filiale.

What customers really expect... is not an in-store coffee bar

The pandemic has made it even more critical for retailers to adjust to changing customer needs, because it is becoming increasingly difficult to attract people to the stores. But there is a solution: Omnichannel. Ralf Haberich, CEO of the specialist for shopping apps and omnichannel, Shopgate, presents the results of a recent study that surveyed a total of 2,300 consumers as well as retailers from various industries. The findings clearly indicate that omnichannel means more than just running an online shop beside the brick-and-mortar business. Rather, it is important to take advantage of customer-centric omnichannel solutions that intelligently combine digital and on-site sales platforms. After all, digitization in retail means much more than just setting up a coffee bar in the store.

14.50 Uhr / 2:45 p.m.

Clemens van Os, CEO, Xpozer



Innovation Impuls: Xpozer – Trends in Wanddekoration, Fotografie und Nachhaltigkeit

Innovation Impulse: Xpozer –

Trends in wall decor, photography, and sustainability





11.30 Uhr / 11:30 a.m.

Dr. Reiner Fageth, Mitglied des Vorstands der Cewe Stiftung & Co. KGaA

Künstliche Intelligenz (KI) nutzen, Privatsphäre erhalten

Heute wird so viel fotografiert wie nie zuvor. Damit vergrößert sich die Menge der für Bildprodukte nutzbaren Fotos ebenso wie die Herausforderung für die Kunden, ihre relevanten Erinnerungen in der Bilderflut zu finden. Dr. Reiner Fageth, im Vorstand von Cewe verantwortlich für die Bereiche Technik, Forschung und Entwicklung, zeigt, wie das Unternehmen durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) Menschen dabei unterstützt, ihre wichtigen Fotos zu finden, ohne dass sie dabei zu „gläsernen Verbrauchern“ werden. Denn die Daten werden nach europäischen Maßstäben geschützt – anders als bei manchen Anbietern aus anderen Regionen.

Using artificial intelligence (AI) without sacrificing privacy

Due to the stunning photo capabilities of smartphones, people take more pictures than ever before. As a result, the number of photos that can be used for image products becomes bigger and bigger, as does the challenge for customers to find their relevant memories in the flood of images. Reiner Fageth, Cewe's board member responsible for technology, research and development, shows how the company uses artificial intelligence (AI) to help people find their important photos, but does not transform them into "transparent consumers". Instead, at Cewe, all customer data are safely processed according to European privacy standards – unlike some providers from other regions.



12.05 Uhr / 12:05 p.m.

Marilyn Repp, Stellvertretende Geschäftsführerin des Mittelstand-Digital Zentrums Handel im HDE

NFT, das Metaverse und die Zukunft des Einzelhandels

Die Digitalisierung ist in aller Munde, und seit Corona hat sie im Einzelhandel noch mehr Fahrt aufgenommen. Dabei geht es nicht nur um die gewachsene Bedeutung von E-Commerce und die Notwendigkeit von Omnichannel-Konzepten auch für inhabergeführte Geschäfte. Mit NFT und dem Metaverse stehen die nächsten potentiellen Game-Changer schon in den Startlöchern. Marilyn Repp stellt anschaulich dar, was die neuen Trendbegriffe bedeuten und welche Chancen sie aus heutiger Sicht für die Zukunft des Einzelhandels bieten.

NFT, the metaverse and the future of retail

These days, digitization is on everyone's lips, and due to the pandemia, it has picked up even more speed. In retail, it's not only about the growing importance of e-commerce and the need for omnichannel concepts for owner-managed businesses. With NFT and the Metaverse, the next potential game changers are already on the horizon. Marilyn Repp, Deputy Managing Director of the Digital Center Retailing in the German Retailing Trade Association HDE, has been dealing with digitization, innovations and trends in retail for many years. In her presentation, she outlines what the new buzzwords mean and which opportunities they will offer for the future of retail.

12.45 Uhr Mittagspause / 12:45 p.m. Lunch break



13.30 Uhr / 1:30 p.m.

Servi Pieters, CIO, Imaging Solutions/Viesus

Innovation Impuls: Viesus - Fotos, wie sie sein sollen.

Innovation Impulse: Viesus - Photos as they're meant to be



9.30 Uhr Begrüßung / 9:30 a.m. Opening remarks



9.40 Uhr Eröffnungsvortrag / 9:40 a.m. Keynote address

Simone Gerwers – coaching4change

Impuls zur Eröffnung: Zukunft wird aus Mut gemacht

Die Diplomwirtschaftswissenschaftlerin, Arbeitswissenschaftlerin und Buchautorin Simone Gerwers hat sich als Executive Coach für Führungskräfte und Managementberaterin darauf spezialisiert, Unternehmen und Menschen im Wandel und bei der Transformation zu begleiten. Zum Auftakt der ImagingExecutives@PHOTOPIA Konferenz regt sie an, auf sinkende Nachfrage und die politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Krisen nicht mit Sorgen oder gar Angst, sondern voller Zuversicht mit einem „Mutausbruch“ zu reagieren. Dabei heißt Mut nicht, keine Angst zu haben, sondern mutig durch sie hindurch zu gehen. Alle reden über die Krise – besser ist es, über Mut zu sprechen.

The future is made of courage

Accompanying companies and people in transition and transformation, the economist, ergonomist and author Simone Gerwers has specialized in being a coach for executives and management consultants. At the beginning of the ImagingExecutives@PHOTOPIA conference, she suggests reacting to falling demand and the political, economic and social crises not with worry or even fear, but instead with an “outburst of courage” in a mood of confidence. In this context, courage does not simply mean not being afraid, but boldly going through worries and fears. While everyone is talking about the crisis – Simone feels it’s better to talk about courage.



10.25 Uhr / 10:25 a.m.

Christian Klausener, B2B Business Development Manager, Canon Deutschland GmbH

(E-)Motion Pictures – Mit „bewegenden“ Bildern kommunizieren

Die Kraft von „bewegenden“ Bildern ist bekannt – ob als Erinnerung an private Momente, zur Unterstützung von Nachrichten in verschiedenen Medienformaten und als Kunst. In der Pandemie erlaubten uns „bewegende Bilder“, trotz räumlicher Distanz, eine gewisse Nähe zu unseren Mitmenschen zu wahren und die Kommunikation aufrecht zu erhalten. Hybrid Working und Home Schooling sind mittlerweile als das „Neue Normal“ akzeptiert – und die stetig steigende Qualität von „bewegenden Bildern“ erlaubt immer neue Einsatzmöglichkeiten.

Christian Klausener zeigt, wie „bewegende Bilder“ unser Leben bereichern, indem sie in der Kommunikationkette „Mensch-Maschine-Software“ genutzt werden können, um Lösungen und emotionale Mehrwerte im Bildungs- und Gesundheitswesen, der öffentlichen Sicherheit und in industriellen Anwendungen zu erzeugen.

(E-)Motion Pictures – Communicate with „moving“ pictures

The power of „moving“ images is well known – they can keep the memories of important moments alive, enforce messages in various media formats and, of course, inspire people as pieces of art. During the pandemic, “moving images” allowed us to keep close to our family members, friends and business partners despite physical distance. Hybrid working and home schooling are now accepted as the “new normal” – and the constantly increasing quality of „moving pictures“ allows the development of new applications.

Christian Klausener shows how “moving images” can enrich our lives by being used in the “man-machine-software” communication chain to create solutions and emotional added value in education and healthcare, public safety and industrial applications.

11.00 Uhr Kaffeepause / 11:00 a.m. Coffee break



11.20 Uhr / 11:20 a.m.

Gregor Kohle, CMO, Imaging Solutions

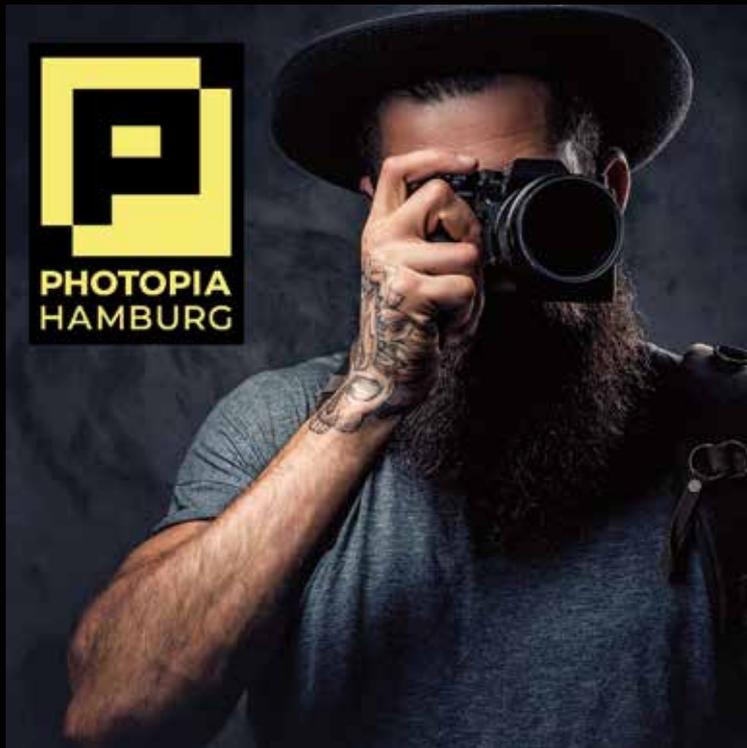
Innovation Impuls: Fotofinishing Trends für 2023

Innovation Impulse: Photofinishing Trends for 2023

ImagingExecutives@PHOTOPIA

„Intelligent Progress“

13. Oktober 2022



Willkommen auf der PHOTOPIA Hamburg

Wir begrüßen Sie herzlich zur zweiten Ausgabe unserer B2B-Konferenz ImagingExecutives@PHOTOPIA. Wir haben für Sie ein spannendes Programm mit erstklassigen Referentinnen und Referenten vorbereitet, die Ihnen viele Ideen vorstellen, wie die Branche auf die rasanten Veränderungen der Technologien und des Konsumentenverhaltens mit innovativen Geschäftsmodellen reagieren kann, um das Imaging Business weiterzuentwickeln.

Welcome at PHOTOPIA Hamburg

We warmly welcome you to the second edition of our B2B conference, ImagingExecutives@PHOTOPIA. We have prepared an exciting program with first-class speakers who will share with you a large number of ideas on how the industry can react to the rapid changes in technology and consumer behavior with innovative business models in order to further develop the imaging business.