

# imaging+foto

# contact

4  
2023

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



Die neue  
Systemkamera  
ZV-E1  
von Sony

Vlogging  
im  
Vollformat

#### Fujifilm Photo Printing Summit 2023 in Tilburg Bekanntnis zum Fotopapier

Zu einem vollen Erfolg wurde der erste Fujifilm Photo Printing Summit, zu dem das Imaging-Unternehmen am 22. und 23. März zahlreiche Kunden und Partner nach Tilburg eingeladen hatte. S.8

#### Ringfoto Roadshow mit guter Beteiligung Erneut Rekord in 2022

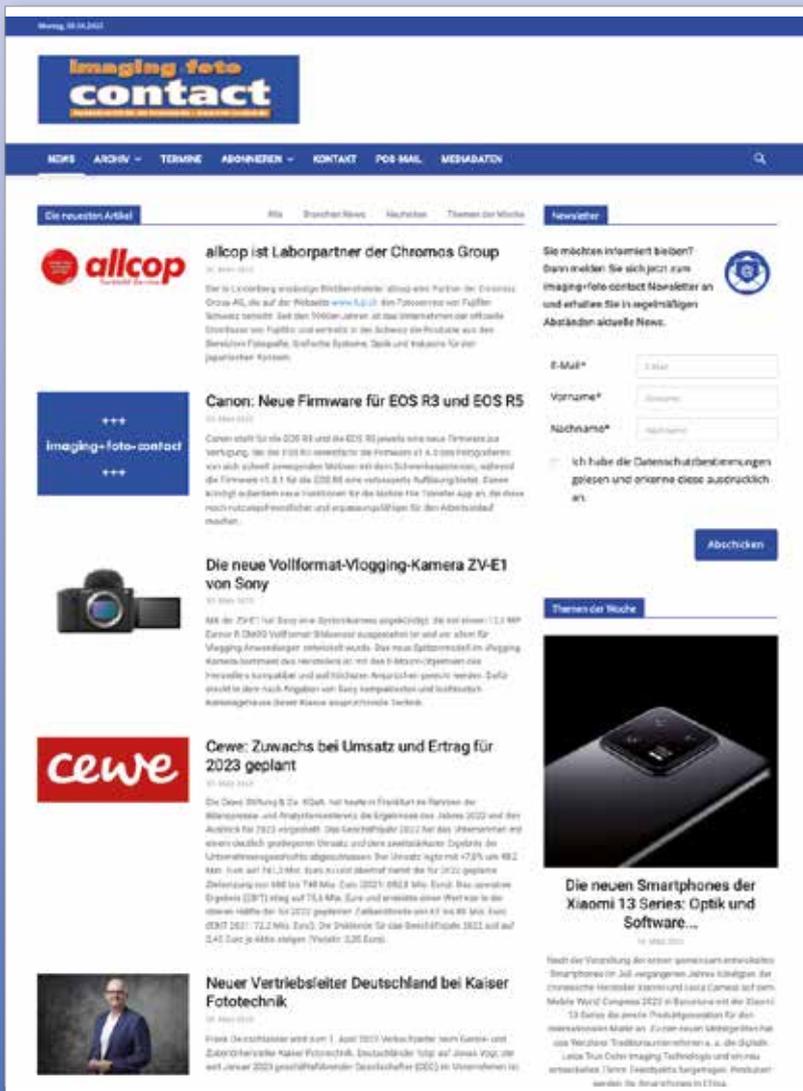
Zahlreiche Mitglieder von Ringfoto nutzten die Roadshow der Kooperation, um sich in Hildesheim, Siegen, Sinsheim oder Fürth über aktuelle Trends und Neuheiten zu informieren. S.14

#### Cewe will 2023 weiter wachsen Stabil durch die Krisen

Auf der endlich wieder physisch stattgefundenen Bilanzpressekonferenz präsentierte Cewe Ende März für das Geschäftsjahr 2022 das zweitbeste Ergebnis der Unternehmensgeschichte. S.24

# Aktuelle Neuheiten und Branchen-News

# auf [www.foto-contact.de](http://www.foto-contact.de)



**Newsletter**

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



Jetzt kostenlosen Newsletter abonnieren  
[newsletter@worldofphoto.de](mailto:newsletter@worldofphoto.de)

## Generative KI verändert die Regeln

# Das ist alles nur geklaut

Spätestens seit der Diskussion über den Textgenerator ChatGPT ist die Debatte über generative KI in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Dabei wurde bislang weniger darüber gesprochen, dass künstliche Intelligenzen nicht nur Texte, sondern auch Bilder erzeugen können, die den Eindruck erwecken, sie seien echte Fotos. Das kann nicht nur fatale Konsequenzen für die politischen Debatten haben, weil sich realistisch erscheinende Fake-News relativ einfach visualisieren und verbreiten lassen. KI-Bildgeneratoren haben auch das Potential, unzählige Fotografinnen und Fotografen um die Früchte ihrer Arbeit zu bringen.



Thomas Blömer, Verleger

Die erste Gefahr besteht natürlich darin, dass man mit KI Bilder, z. B. für Werbung oder Dokumentationen, erzeugen kann, für die man bisher einen Fotografen beauftragt hätte. Fast noch problematischer scheint aber das „Rohmaterial“, aus dem diese KI-Fotos erzeugt werden. Denn, wie „Die Prinzen“ bereits vor fast drei Jahrzehnten gesungen haben: Das ist alles nur geklaut.

Die Leistung künstlicher Intelligenzen hängt nämlich entscheidend von der Datenmenge ab, mit der sie gefüttert werden. Ein Beispiel: Wenn eine künstliche Intelligenz nur ein Dutzend Hundefotos analysiert, um Muster zu erkennen, die sie befähigen, das „Foto“ eines real gar nicht existierenden Hundes zu generieren, wird dabei nicht viel Gescheites herauskommen. Anders sieht es aus, wenn man hunderttausende oder gar Millionen Hundefotos als Rohmaterial verwendet. Und genau das geschieht bei den KI-Bildgeneratoren: Sie werden mit unzähligen Bildern trainiert, die ihre Entwickler aus dem Netz herausfiltern.

Mit Recht hat unlängst der Bundesverband Freier Fotodesigner (BFF) darauf hingewiesen, dass damit die Urheberrechte professioneller Fotografen in ernste Gefahr gebracht werden. „Die Nutzung von Fotos zu Trainingszwecken einer KI stellte eine ökonomische Ausbeutung dar, für die deren Bildurheber bisher weder eine Zustimmung erteilt noch eine

Kompensation erhalten haben“, heißt es in einer Stellungnahme. „Fotografen haben daher ein Interesse daran, die Nutzung ihrer Fotos zum Training von KI-Systemen zu unterbinden. Bisher mangelt es aber diesbezüglich an tragfähigen Schutzkonzepten.“ Deshalb, so die Forderung des BFF, seien gesetzliche Regelungen unumgänglich.

So eine Regelung müsste natürlich mindestens auf europäischer Ebene erlassen und dann in den einzelnen Ländern umgesetzt werden. Sie ahnen es schon: Das wird nicht Jahre, sondern vermutlich Jahrzehnte dauern. Und bei dem rasanten Innovationstempo, das derzeit in der KI-Entwicklung angeschlagen wird, dürfte jedes Gesetz schon überholt sein, wenn es erlassen wird.

Deshalb sieht der BFF mit Recht auch die Kamerahersteller und Software-Entwickler in der Pflicht. Sie sollen, so fordert es der Verband, mit neuen Technologien das Verwerten von Bildern durch KI-Systeme erschweren oder gar unmöglich machen, z. B. durch die Einbindung von maschinenlesbaren Hinweisen in den Metadaten. Da bleibt nur zu hoffen, dass die in jüngster Zeit eher behäbig wirkende Kameraindustrie Wege findet, schneller zu handeln als die politische Bürokratie.

Thomas Blömer

# Inhalt

## Zum Titelbild

Die neue Systemkamera ZV-E1 von Sony  
Vlogging im Vollformat . . . . . 17

## Editorial

Generative KI verändert die Regeln  
Das ist alles nur geklaut . . . . . 3

## Wichtiges aus foto-contact.de

Canon: Neue Firmware  
für EOS R3 und R5. . . . . 6

allcop ist Laborpartner  
der Chromos Group. . . . . 13

Kristian Schuller wird Schirmherr  
des 11. Oberstdorfer Fotogipfels . . . . . 21

Neuer Vertriebsleiter Deutschland  
bei Kaiser Fototechnik. . . . . 21

Nominierte des  
Felix Schoeller Photo Awards benannt . . . . . 21

## Neuheiten

Falcam F50 Quick Release System  
von Transcontinenta . . . . . 6

Neue Taschenserie Veo City  
von Vanguard. . . . . 6

Neuer Einstellschlitten von Novoflex. . . . . 7

Leica Q2 Sonderedition. . . . . 7

Neue Premium-Ferngläser  
von Eschenbach . . . . . 7

## Bilddienstleistungen

Fujifilm Photo Printing Summit 2023  
in Tilburg  
Bekanntnis zum Fotopapier . . . . . 8

Adobe kündigt neue KI-Modelle an  
Rechtssichere Inhalte . . . . . 22

## Die neue Systemkamera ZV-E1 von Sony Vlogging im Vollformat

Mit der ZV-E1 hat Sony eine Systemkamera angekündigt, die mit einem 12,1 MP Exmor R CMOS Vollformat-Bildsensor ausgestattet ist und vor allem für Vlogging-Anwendungen entwickelt wurde. Das neue Spitzenmodell im



Vlogging-Kamera-Sortiment des Herstellers ist mit den E-Mount-Objektiven des Herstellers kompatibel und soll höchsten Ansprüchen gerecht werden.

Dafür steckt in dem nach Angaben von Sony kompaktesten und leichtesten Kameragehäuse dieser Klasse anspruchsvolle Technik. [Seite 17](#)

## Ringfoto Roadshow mit guter Beteiligung Erneut Rekord in 2022



Zahlreiche Mitglieder von Ringfoto nutzten die Roadshow der Kooperation, um sich in Hildesheim, Siegen, Sinsheim oder Fürth über aktuelle Trends und Neuheiten zu informieren. Für gute Stimmung sorgten dabei die Zahlen für das Jahr 2022, die der neue Geschäftsführer Thilo Röhrig präsentieren konnte: Wie in den Vorjahren haben die Mitglieder der Verbundgruppe wieder Rekorde aufgestellt und ihre Marktanteile weiter ausgebaut. Neue Aktivitäten in Vertrieb und Marketing sollen dazu beitragen, die positive Entwicklung auch in diesem Jahr fortzusetzen. [Seite 14](#)

## Der neue PoS-Auftritt für Fidlock Produkte Sehen, anfassen, kaufen



Fidlock, der Spezialist für Zubehör mit magnet-mechanischen Verschlüssen, bietet seinen Handelspartnern jetzt attraktive Lösungen für die Präsentation der erfolgreichen Produktlinien Vacuum, Twist und Hermetic im Geschäft an. Damit trägt der Hersteller der Tatsache Rechnung, dass 80 Prozent der Impuls-Kaufentscheidungen am PoS getroffen werden. Denn viele Kunden legen Wert darauf, Ware selbst zu sehen und anfassen zu können, um sich von ihrer Qualität zu überzeugen. [Seite 20](#)

ZUM TITELBILD

MESSEN UND KONGRESSE

HANDEL

## Fujifilm Photo Printing Summit 2023 in Tilburg Bekenntnis zum Fotopapier



Zu einem vollen Erfolg wurde der erste Fujifilm Photo Printing Summit, zu dem das Imaging-Unternehmen am 22. und 23. März zahlreiche Kunden und Partner nach Tilburg eingeladen hatte. Mehr als 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus 40 Laboren aus ganz Europa, unabhängige Analysten und Vertreter von Partner-Unternehmen nutzten die Gelegenheit, sich in der Stadt, in der Fujifilm silberbasierte Fotopapiere für den Weltmarkt entwickelt und produziert, über neue Technologien und den Markt für Imaging-Produkte zu informieren. Dabei vermittelte der japanische Konzern eine klare Botschaft: Fujifilm wird weiter in die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Fotopapieren investieren. Unterstrichen wurde diese Aussage durch eine Weltpremiere. **Seite 8**

## Ereignisreiche Festivaltage zum Thema Flora 16. Umweltfotofestival „horizonte zingst“



Vom 7. bis 11. Juni soll das 16. Umweltfotofestival „horizonte zingst“, das in diesem Jahr unter dem Thema „Flora“ steht, die Allgegenwärtigkeit,

Faszination und Schönheit von Pflanzen sichtbar machen. Dabei finden die Vernissagen, Fotoworkshops und Fotomarkt, Bilderflut, Multivisionsshows und Fotografengespräche anders als früher parallel von Mittwoch bis Sonntag statt. Der Fotomarkt in der Strandstraße wird um einen Tag verlängert und dauert vom 8. bis 11. Juni. **Seite 25**

## Cewe will 2023 weiter wachsen Stabil durch die Krisen



Auf der endlich wieder physisch stattgefundenen Bilanzpressekonferenz präsentierte Cewe

Ende März für das Geschäftsjahr 2022 das zweitbeste Ergebnis der Unternehmensgeschichte. Auch in diesem Jahr setzt der Druck- und Bilddienstleister weiter auf Wachstum und Ertrag. Dabei sollen aber nichtmonetäre Ziele wie Nachhaltigkeit und die Pflege der FotoKultur nicht aus dem Blick geraten. **Seite 24**

BILDDIENSTLEISTUNGEN

MESSEN UND KONGRESSE

UNTERNEHMEN

### Messen und Kongresse

Ringfoto Roadshow mit guter Beteiligung  
Erneut Rekord in 2022 . . . . . **14**

Fünf ereignisreiche Festivaltage  
16. Umweltfotofestival „horizonte zingst“ **25**

### Handel

Der neue PoS-Auftritt für Fidlock Produkte  
Sehen, anfassen, kaufen . . . . . **20**

### Unternehmen

Cewe will 2023 weiter wachsen  
Stabil durch die Krisen. . . . . **24**

Impressum . . . . . **27**

### Klein-

und Personalanzeigen . . . . . **27**

## Immer aktuell:

### Canon: Neue Firmware für EOS R3 und EOS R5

Canon stellt für die EOS R3 und die EOS R5 jeweils eine neue Firmware zur Verfügung. Bei der EOS R3 vereinfacht die Firmware v1.4.0 das Fotografieren von sich schnell bewegenden Motiven mit dem Schwenkassistenten, während die Firmware v1.8.1 für die EOS R5 eine verbesserte Auflösung bietet. Canon kündigt außerdem neue Funktionen für die Mobile File Transfer App an, die diese noch nutzungsfreundlicher und anpassungsfähiger für den Arbeitsablauf machen.

Anwenderinnen und Anwender der EOS R3 können mit der Firmware v1.4.0 jetzt bis zu zehn Personen vorregistrieren, damit deren Gesichter anhand einer in der Kamera festgelegten Priorität erkannt und verfolgt werden. Die neue Funktion „Schwenkassistent“ unterstützt besonders Action- und Sportfotografinnen und -fotografen. Mit ihr können sowohl Bildstabilisierung als auch die Motivverwacklungskorrektur während der Belichtung angewendet werden. Dies verbessert die Anzahl der erfolgreichen Schwenks, weil nach Angaben von Canon bis zu zwei Blendenstufen längere Verschlusszeiten als bisher möglich sind.

Sowohl das Firmware-Update v1.4.0 für die EOS R3 als auch das Update v1.8.1 für die EOS R5 ermöglichen den automatischen Schutz von Bildern, die per File Transfer Protocol (FTP) übertragen werden. Dies ist besonders für Freelancer wichtig, die nun ihren Workflow verbessern können, da sie beim Download von der Karte auf den Laptop auf einen Blick sehen, welche Bilder sie bereits übertragen haben.

Die Firmware v1.8.1 für die EOS R5 ermöglicht es dem kamerainternen IS-Mechanismus, den Sensor schrittweise zu verschieben und so Bilder mit einer höheren Auflösung von bis zu 400 Megapixeln zu erzeugen. Diese Funktion wird typischerweise in Bereichen eingesetzt, in denen wenig oder keine Bewegung stattfindet.

Darüber hinaus kündigt Canon neue Funktionen für seine Mobile File Transfer App an. Die App erlaubt das Hochladen und Übertragen einer großen Anzahl von Bildern auf FTP/FTPS/SFTP-Server über 5G-Mobilgeräte. Zu den Aktualisierungen der App gehören eine Bildschirmsperre, die eine unbeabsichtigte Bedienung während der Übertragung verhindert, sowie die Möglichkeit, die Einstellungen des FTP-Servers vor der Übertragung zu ändern und zu bearbeiten, um die Produktivität zu erhöhen. Auch die Nutzungsoberfläche (UI) wurde aufgrund von Rückmeldungen von Fachleuten verbessert.

Canon wurde erneut als weltweite Nummer 1 im Markt für Digitalkameras mit Wechselobjektiven bestätigt. Bereits im Jahr 2003 stellte Canon seine wegweisende EOS 300D vor.

Im September 2018 brachte Canon das EOS R System auf den Markt. Im Juli 2020 führte Canon die spiegellose Vollformatkamera EOS R5 ein, die erste Kamera mit 8K-Video, die mit modernster Technologie ausgestattet ist. Neben acht neuen RF Objektiven kündigte Canon 2021 die spiegellose Vollformatkamera EOS R3 an. Im letzten Jahr führte Canon mit der EOS R7 und der EOS R10 die ersten Modelle der EOS R Serie im APS-C-Format sowie die Vollformatkamera EOS R6 Mark II ein, die über erweiterte AF-Funktionen und hervorragende Videofunktionen verfügt. Darüber hinaus wurden sechs neue RF Objektive vorgestellt. Durch den weiteren Ausbau der Produktpalette sowie durch innovative Entwicklungen wie das EOS VR System konnte sich Canon im 20. Jahr in Folge den ersten Platz auf dem Weltmarkt sichern.



### Falcam F50 Quick Release System von Transcontinenta

Nach der Vorstellung der Systeme F22 und F38 im Februar dieses Jahres bringt Transcontinenta, als Distributor von Falcam in Deutschland und Österreich, jetzt das Falcam F50 auf den Markt. Es ist in den zwei Varianten: Square und Long erhältlich.

Square eignet sich für die Positionierung unter einem Videokopf, während Long dafür geeignet ist, eine Kamera auf einem Rig, Jib oder Gimbal zu platzieren und gegebenenfalls auszubalancieren. Für jede Variante gibt es drei Produkte: das Quick Release Kit, die Basis und die Platte.



Das Falcam F50 Kit, die Basis und die Platte sind aus Aluminium gefertigt und haben zusammen eine Tragfähigkeit von bis zu 50 kg. Darüber hinaus ist das System auch mit bestehenden Quick Release Systemen anderer Marken kompatibel.

Die F50 Quick Release Systeme sind ab sofort zu Preisen (UVP, je nach Modell) zwischen 24,99 Euro und 106,99 Euro verfügbar.

### Neue Taschenserie Veo City von Vanguard

Im April kommt die neue Veo City Taschenserie von Vanguard in den Handel. Sie besteht aus zwei Modellen, Veo City CB und Veo City TP, die in verschiedenen Varianten erhältlich sind.

Beim Modell Veo City CB stehen die Buchstaben CB für Cross Body und machen deutlich, dass die Tasche quer über den Rücken getragen wird. Sie bietet Platz für eine kompakte Kamera-Ausrüstung, denn im Innenraum, der



Veo City CB 29  
in der Farbe Grau.

sich durch Klettabtrennungen individuell einrichten lässt, kann Zubehör wie Tablet, Handy oder andere Kleinigkeiten untergebracht werden. Je nach Modell verfügt die Veo City CB über ein Fassungsvermögen von drei bis acht Litern.

Das Modell Ceo City TP – TP steht für Technical Pouch – kann Zubehör wie Kabel, Ladegeräte, Handys, Blitze etc. verstauen. Im größeren Modell Veo City TP33 findet auch ein Tablet bis 12,9" seinen Platz.

Beide Modelle gibt es in jeweils drei Größen und Farben Grau, Grün und Navy. Im Lieferumfang ist ein Regencover enthalten. Je nach Größe und Modell liegen die Preise (UVP) zwischen 89,99 Euro und 149,99 Euro.

## Neuer Einstellschlitten von Novoflex

Mit dem neuen Castel-M hat Novoflex einen Einstellschlitten für das Focus Stacking mit Abbildungsmaßstäben von bis zu 5:1 entwickelt. Castel-M schließt die Lücke zwischen dem schrittmotorgesteuerten Schlitten Castel Micro und den anderen manuellen Einstellschlitten im Novoflex-Sortiment.

Objektive wie die Lupenobjektive Canon MP-E 65mm f/2.8 1-5x Macro Photo oder das Laowa 25mm f/2.8 2.5-5x Ultra Macro sind bei vielen Makrofotografen sehr beliebt und werden häufig mit der Focus-Stacking-Technik kombiniert. Aus diesem Grund besitzt der Castel-M nicht nur eine Spindel,

die das Gleitstück präzise antreibt, sondern erstmals auch nutzbare Rast-schritte für Abbildungsmaßstäbe von 2:1; 3:1; 4:1 und 5:1. Diese werden über das hintere Fokusrad gesteuert.

Die Rasterungen ermöglichen zudem die Verwendung von Kameras mit APS-C Sensoren bis hin zum Abbil-



dingsmaßstab 4:1 und bei Kameras mit Four Thirds-Sensor bis zum Abbildungsmaßstab 3:1.

Für ein grobe Vorfokussierung lässt sich das Gleitstück aus der Spindel aushängen und per Hand verschieben. Nach der Positionierung wird es mit Hilfe eines Schiebers wieder sicher in der Spindel eingehängt.

Zum Einsatz in der Produktfotografie kann der Castel-M mit dem Balgenaufsatz Castbal-Pro ausgestattet werden und verwandelt sich damit in eine technische Kamera. Die Stacking Schritte erfolgen hierbei über die Bewegung der Kamerastandarte, während die Objektivstandarte fest stehen bleibt.

Darüber hinaus ist der Schlitten auf der Ober- und Unterseite komplett in das ARCA-UniQ/C-kompatible Q-System eingebunden.

Das heißt, dass der Castel-M kompatible Wechselplatten, Novoflex-Balgengeräte sowie Novoflex-Einstellschlitten zum Aufbau eines Kreuzschlittensystems in der um 90 Grad umsetzbaren Schnellkupplung aufnimmt und gleichzeitig direkt in

passende Kupplungsaufnahmen eingesetzt und geklemmt werden kann.

## Leica Q2 Sonderedition

Die neue Sonderedition Leica Q2 | Disney „100Years of Wonder“ ist verziert mit einem außergewöhnlichen Material, das an das Pauspapier erinnert, auf welches Disney Animatoren Szenen und Charaktere gezeichnet haben. Das Material verleiht nach Angaben von Leica der Kamera nicht nur eine anspruchsvolle Ästhetik, sondern macht sie auch zu einem begehrten Sammlerstück.

Zudem zielt ein Mickey Mouse Aufdruck die Kamera-Deckkappe. Die Sonderedition umfasst auch eine vor Staub schützende Tasche mit passenden Original Disney-Grafiken sowie einen speziell gestalteten Trageriemen.

Die Sonderedition ist weltweit auf 500 Sets limitiert und ab April 2023 zum Preis von 6.200 Euro (UVP) erhältlich. Noch bis Ende April können Kundinnen und Kunden beim Kauf eines der sechs SL-Kits des Wetzlarer Unternehmens einen Gutschein im Wert von 1.000 Euro einlösen. Die SL-Kits bestehen aus einer Leica SL2 oder SL2-S mit einem Vario-Elmarit-SL 1:2.8/24-70, dem neuen Summicron-SL 1:2/35 ASPH. oder dem neuen Summicron-SL 1:2/50 ASPH. Zur Aktivierung des Gutscheins wird ein Leica Account benötigt. Dieser kann unter [club.leica-camera.com](http://club.leica-camera.com) eingerichtet werden. Nach erfolgreicher Registrierung oder in einem bereits bestehenden Leica Account kann der Gutschein direkt nach dem Login aktiviert und verwendet werden.





## Fujifilm Photo Printing Summit 2023 in Tilburg

# Bekenntnis zum Fotopapier



Zu einem vollen Erfolg wurde der erste Fujifilm Photo Printing Summit, zu dem das Imaging-Unternehmen am 22. und 23. März zahlreiche Kunden und Partner nach Tilburg eingeladen hatte. Mehr als 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus 40 Laboren aus ganz Europa, unabhängige Analysten und Vertreter von Partner-Unternehmen nutzten die Gelegenheit, sich in der Stadt, in der Fujifilm silberbasierte Fotopapiere für den Weltmarkt entwickelt und produziert, über neue Technologien und den Markt für Imaging-Produkte zu informieren. Dabei vermittelte der japanische Konzern eine klare Botschaft: Fujifilm wird weiter in die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Fotopapieren investieren. Unterstrichen wurde diese Aussage durch eine Weltpremiere.

Gleich zum Einstieg stellte Michiharu Kono, Corporate Vice President und Senior Deputy General Manager der Imaging Solutions Division von Fujifilm, in einem Video-Grußwort fest, silberbasiertes Fotopapier sei der Kern des Imaging-Geschäfts von Fujifilm. Dass der Konzern vor zwei Jahren seine Fabrik in Greenwood/South Carolina geschlossen und die Produktion in Tilburg konzentriert habe, bedeute keinesfalls, dass diese Produkte an Bedeutung verloren hätten. Im Gegenteil: „Wir werden weiterhin in Forschung und Entwicklung und in die Produktion von silberbasiertem Fotopapier investieren“, betonte Kono. Deshalb sollten auch Fotofinisher keine Investitionen in dieses Segment scheuen. „Wir werden auch in Zukunft die Verfügbarkeit von Fotopapier sicherstellen“, versprach Kono.

Tatsächlich hat die Fujifilm Manufacturing Europe B.V. in Tilburg mit wichtigen Lieferanten langfristige Verträge abgeschlossen. So wurde unlängst die Zusammenarbeit mit dem Osnabrücker Spezialpapier-Hersteller Felix Schoeller, der seit der Eröffnung der Tilburger Fabrik im Jahr 1984 das Basispapier für die Fotomaterialien liefert, über das Jahr 2034 hinaus festgeschrieben. Auch mit dem Schwei-

zer Maschinenhersteller Imaging Solutions arbeitet Fujifilm nach wie vor eng zusammen, um die Verfügbarkeit von Maschinen sicherzustellen, mit denen sich Fotopapier belichten und entwickeln lässt.

Imaging Solutions hat zudem durch die Entwicklung von Geräten zur Herstellung von Blöcken für Layflat-Fotobücher entscheidend dazu beigetragen, dass heute fast 30 Prozent der verkauften Fotobücher auf Fotopapier hergestellt werden; im professionellen und Hochzeits-Segment ist der Anteil sogar noch höher. Zum Vergleich: Im Jahr 2008 - vor der Entwicklung der fastBook Systeme von Imaging Solutions - wurden Fotobücher zu 100 Prozent auf Digitaldruckmaschinen produziert.

### Komplettes Portfolio

David Honey, General Manager Sales & Marketing bei Fujifilm Europe, betonte, der Konzern beherrsche alle wichtigen Technologien für den Fotodruck und den Digitaldruck. Dazu gehören neben dem klassischen Fotopapier auch tonerbasierte Verfahren, die Fujifilm nach der vollständigen Übernahme von Fuji Xerox nunmehr weltweit anbietet, sowie der Inkjet-Druck in Verbindung mit dem Schwesterunternehmen Dimatix. Dazu kommen die instax

Sofortbilder und die Digitalkameras des Unternehmens.

Während Fujifilm seine Position im Digitaldruck weiter verstärken wolle, gehe es auch darum, die Führungsposition beim silberbasierten Fotopapier weiter auszubauen, betonte Honey. Dafür will das Unternehmen nicht nur sein Produktportfolio weiterentwickeln, sondern mit Werbe- und Marketing-Kampagnen in digitalen und klassischen Medien auch mehr Aufmerksamkeit für die Fotoprodukte schaffen.

### Ein Milliardenmarkt

Nach Einschätzung des Marktforschungsunternehmens Futuresource wird der Fotomarkt in Westeuropa (Benelux, Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien und Vereinigtes Königreich) auch in den nächsten Jahren wachsen. Das machte Jeremy Wills, Principal Analyst Pro Displays & Imaging, in seiner Präsentation deutlich. Eine Studie aus dem Jahr 2022 geht von einem Gesamtvolumen von 3,2 Milliarden Euro aus, das bis 2026 auf 3,44 Milliarden Euro wachsen soll. Dabei wird die Zahl der in Westeuropa verkauften Fotobücher von 711 Millionen im Jahr 2022 auf 822 Millionen Stück zunehmen. Ein besonders großer Teil dieses Volumens entfällt auf Deutschland. Auch im Segment Fotomehrwertprodukte (Kalender, Poster, Wanddekorationen und Fotogeschenke), dessen Volumen in der Region im Jahr 2022 auf 1,1 Milliarden Euro geschätzt wird, rechnet Futuresource bis 2026 mit durchschnittlich jährlichen Wachstumsraten von 4 bis 6 Prozent.

Getrieben wird dieses Wachstum durch die Popularität von Smartphones. Auf 4,3 Milliarden aktive Geräte schätzt Futuresource die derzeitige weltweite Population; dazu kommen als Aufnahmegeräte 373



*Fujifilm hat langfristig sichergestellt, dass den Kunden silberbasiertes Fotopapier zur Verfügung steht.*

## Bilddienstleistungen

Millionen Tablets, aber nur 120 Millionen aktive Kameras. Deren Zahl werde bis 2026 um 88 Millionen Geräte abnehmen, sagte Wills. Dagegen besitzen bereits jetzt 53 Prozent der Weltbevölkerung ein Smartphone.

### Höchste Qualität

Das wichtigste Argument für Foto-produkte aus silberbasiertem Fotopapier ist die hohe Qualität der Bilder. Das betonte Evert Groen, Key Account & Business Development Manager bei Fujifilm Europe. Zwar sei der weltweite Gesamtmarkt für Imaging-Printmedien (aller Art) wegen der Corona-Effekte von 800 Millionen Quadratmetern im Jahr 2019 auf 600 Millionen Quadratmeter im Jahr 2022 zurückgegangen, aber silberbasierte Fotopapiere stünden für 38 Prozent des weltweiten Fotodrucks. Auf 220 Millionen Quadratmeter wird der Verbrauch im Jahr 2022 geschätzt; 300 Millionen

Quadratmeter entfielen auf tinten- und tonerbasierte Digitaldruckverfahren, der Rest auf Fotodrucke im Geschäft, die für die Thermosublimations- und Inkjetpapiere gesetzt werden. Am höchsten ist der Anteil silberbasierter Papiere in Europa (42 Prozent), gefolgt von Asien (36 Prozent) und Amerika (22 Prozent).

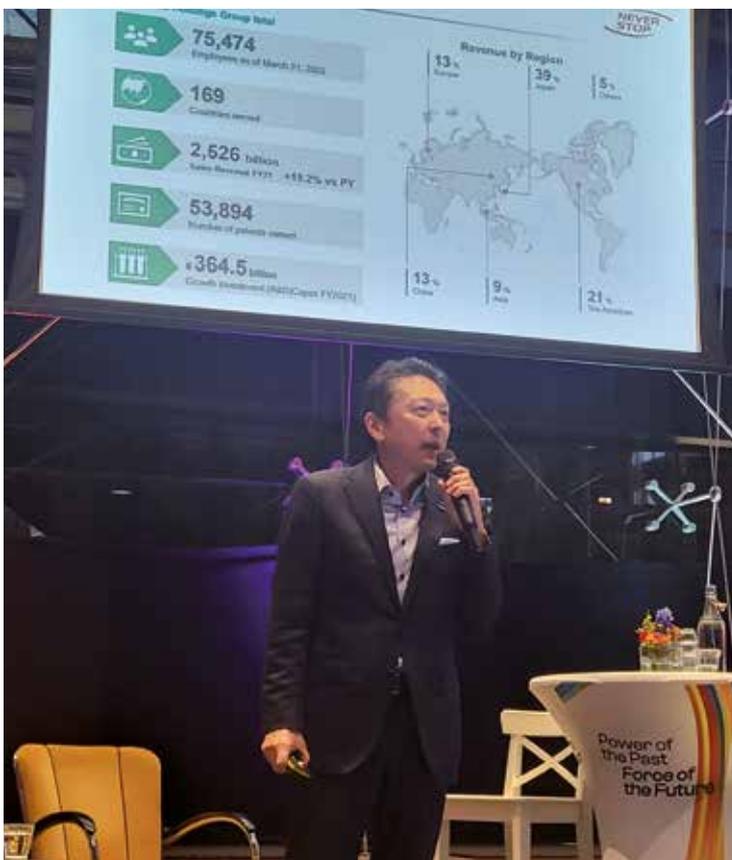
Am häufigsten wurden silberbasierte Fotopapiere für die Herstellung von Prints und Fotobüchern eingesetzt. 47 Prozent des Fotopapierverbrauchs entfallen demnach auf Abzüge: In Westeuropa werden insgesamt 75 Prozent aller Fotos auf Fotopapier hergestellt, in Großlabors sogar 95 Prozent. Um die unterschiedlichen Einsatzgebiete und Anwendungen abzudecken, bietet Fujifilm zahlreiche Produktvarianten, darunter neben den „Klassikern“ Chrystal Archive und Supreme auch das professionelle Material Maxima, das besonders dünne Alumpapier XS und das Fujifilm Pearl Paper mit

perlmuttartiger Oberfläche, das häufig für Werbe- und Modofotografie sowie professionelle Portraits eingesetzt wird.

### Weltpremiere: Biologisch abbaubares Fotopapier

Überraschend wurde auf dem Fujifilm Photo Printing Summit eine Weltneuheit angekündigt: Gemeinsam mit dem Spezialpapierhersteller Felix Schoeller hat Fujifilm das erste biologisch abbaubare Fotopapier der Welt entwickelt. Das innovative Material, das von Hendrik Seeger, General Manager und Senior Vice President der Felix Schoeller Gruppe, vorgestellt wurde, verwandelt sich innerhalb von ca. 8 Wochen zu Kompost, wenn es in dunkle, feuchte Umgebungen gelangt. Die Haltbarkeit der Bilder bei korrekter Lagerung soll dadurch ebenso wenig beeinträchtigt werden wie die Qualität. Möglich werden die Eigenschaften des noch nicht marktreifen Produkts dadurch, dass es nicht wie herkömmliches Fotopapier mit Polyethylen (PE), sondern mit biologisch abbaubarem Plastik beschichtet ist. Unterstützt wurde die Entwicklung auf Anwenderseite durch Gewe.

Das biologisch abbaubare Fotopapier, so betonte Seeger, sei Teil der umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie der Felix Schoeller Gruppe. So sind bereits jetzt alle an Fujifilm gelieferten Basispapiere (für Fotopapiere und Inkjet-Medien) FSC-zertifiziert. Zudem hat der Hersteller in den letzten fünf Jahren seine CO<sub>2</sub>-Emissionen um 16 Prozent verringert. Auch der Wasserverbrauch wurde drastisch reduziert: Geschlossene Kreisläufe machen es möglich, dass Felix Schoeller den traditionell hohen Wasserverbrauch bei der Papierherstellung um 1,2 Milliarden Liter pro Jahr verringert hat. Auch für Fujifilm spielt Nachhaltig-



Toshihisa Iida, Präsident und Geschäftsführer von Fujifilm Europe, hob die Bedeutung des Imaging-Geschäfts für Fujifilm hervor.



Podiumsdiskussion ohne Meinungsverschiedenheiten: v. l. Richard van den Bergh (Fujifilm), Andrea Mainetti (PhotoSi), Guido Hofmeyer (Felix Schoeller) und Dr. Matthias Hausmann (Cewe) waren sich einig, dass es sich bei Nachhaltigkeit nicht um ein Kür-, sondern um ein Pflichtprogramm handelt.

keit eine große Rolle. Das betonte Richard van den Bergh, Business Manager Photo Imaging Products bei Fujifilm Europe. Um 50 Prozent will das Unternehmen bis 2030 seinen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck über den gesamten Lebenszyklus der Produkte reduzieren und 2040 in Tilburg CO<sub>2</sub>-neutral werden. Bereits seit 2015 bezieht die Fabrik 100 Prozent ihres Stroms aus Windkraftwerken. Im kommenden Jahr sollen die Dachflächen noch mit Solarzellen versehen werden, um eine positive Energiebilanz zu erreichen.

Darüber, dass es sich bei Nachhaltigkeit nicht um ein Kür-, sondern um ein Pflichtprogramm handele, herrschte ausgesprochene Einigkeit bei einer Podiumsdiskussion, an der neben Richard van den Bergh auch Dr. Matthias Hausmann (Direktor Chemie und Umwelt bei Cewe), Guido Hofmeyer (CIO der Felix Schoeller Gruppe) und Andrea Mainetti (Gründer und CEO des italienischen Fotofinishers PhotoSi) teilnahmen. Hier gebe es keine endgültigen Lösungen, sondern vielmehr einen stetigen Lernprozess mit immer wieder neuen Ergebnissen. Anders als früher seien silberbasierte Foto-

materialien keine schmutzigen Technologien mehr, betonte Hausmann. Natürlich gebe es Einflüsse auf die Umwelt, die gebe es auch bei Digitaldruck und sogar bei der Cloud-Speicherung. In jedem Fall liege die Verantwortung bei den Anbietern, denn viele Konsumenten wüssten zu wenig über die Einflüsse von Produkten auf die Umwelt, um eine fundierte Entscheidung treffen zu können. „Wir als Hersteller wissen dagegen viel darüber und müssen deshalb Verantwortung für die Produkte übernehmen, die wir herstellen. Dann können wir mit dem Konsument über Qualität reden.“

Zum Abschluss des ersten Veranstaltungstages ordnete Toshihisa Iida, Präsident und Geschäftsführer von Fujifilm Europe, die Bedeutung des Imaging-Geschäfts für Fujifilm ein. Aufgrund des stetigen Wachstums in anderen Geschäftsbereichen wie Medizin und Gesundheit sei zwar der Umsatzanteil der Imaging-Sparte seit 2012 deutlich gesunken, trotzdem habe das Volumen in den vergangenen zehn Jahren um mehr als ein Drittel zugelegt. Noch wichtiger: Während das Imaging-Geschäft bei Fujifilm 2012 noch rote Zahlen

schrrieb, trage es inzwischen spürbar zum Unternehmensgewinn bei, betonte Iida.

## Nachhaltige Entwicklung

Zum Einstieg in den zweiten Konferenztag betonte Richard van den Bergh, dass Nachhaltigkeit ein wichtiger Schwerpunkt für die Entwicklung von Fotopapieren bleibe, die seit 2006 für den gesamten Fujifilm-Konzern in Tilburg angesiedelt ist. Neben der Arbeit am biologisch abbaubaren Papier geht es z. B. darum, zum Schutz der empfindlichen Bildeoberflächen wasserbasierte anstelle der derzeit verwendeten UV-Beschichtungen einzusetzen, aber auch Ausschuss und die Menge der Verpackungsmaterialien zu reduzieren.

Bei der Logistik wird ebenfalls auf Schonung der Umwelt geachtet. So gelangen die von Felix Schoeller im sächsischen Weißenborn produzierten Basispapierrollen mit dem Zug nach Tilburg; für den Transport der fertigen Waren setzt Fujifilm ebenfalls möglichst auf Züge und Schiffe anstelle von LKWs.

Auch Imaging Solutions kann als Hersteller von Fotofinishing-Maschinen einiges dazu beitragen, dass silberbasiertes Fotopapier eingesetzt werden kann, ohne die Umwelt über Gebühr zu belasten. Das betonte Anthony Pieters, CEO des Unternehmens, das vor genau 20 Jahren aus den Trümmern der damals zusammengebrochenen Gretag Imaging Gruppe entstand. Viele der ersten, vor zwei Jahrzehnten installierten fastPrint Belichtungssystemen seien immer noch im Einsatz. Ausgemusterte Geräte würden von Imaging Solutions zurückgenommen, überarbeitet und wieder installiert.

Zudem könne Fotopapier in der gesamten Breite für die Bildproduk-

## Bilddienstleistungen

tion genutzt werden, erklärte Pieters, während im Digitaldruck größere Mengen Beschnitt anfallen. Die entsprechenden Druckmaschinen hätten nur eine Lebensdauer von rund sieben Jahren, stellte Pieters fest. Auch mit seinem Angebot von Schneidemaschinen trägt Imaging Solutions dazu bei, dass möglichst wenig Abfall entsteht. Und im Unternehmen selbst wird die Abwärme eines benachbarten Datacenters genutzt. Das alleine spare etwa 20.000 Tonnen CO<sub>2</sub> im Jahr ein, betonte Pieters.

Dass man auch mit hoher Bildqualität etwas für die Umwelt tun kann, machte Servi Peters deutlich, der bei Imaging Solutions als Chief Information Officer für Softwareentwicklungen und als Product Manager für die Bildverbesserungstechnologie Viesus verantwortlich ist. Viesus ist eine Softwarelösung, die Bilder im

Fotofinishing analysiert und ihre Qualität in Farbe, Dichte und Schärfe verbessert. Das funktioniert für alle Printverfahren und Fotoanwendungen – analog, digital oder in sozialen Medien. Zudem kann Viesus niedrig aufgelöste Bilddateien hochskalieren, um sie in größerem Format zu drucken.

Mit Viesus können Bilddienstleister nicht nur größere Bildprodukte herstellen und so eine höhere Wertschöpfung erzielen, sondern auch Abfall vermeiden. Denn die Praxis habe gezeigt, dass Viesus die Zahl der Kunden-Reklamationen deutlich reduziere, betonte Pieters. Das Ergebnis: weniger Ausschuss, weniger Abfall und weniger Wiederholungen nach Reklamationen. Rund zehn Millionen Bilddateien werden weltweit jeden Tag mit Viesus analysiert und verbessert.

Wie man Fotoprodukte gut vermark-

tet, stellte Raymond Luijks, General Manager des niederländischen Dienstleisters Profotonet, dar. Das 1965 als klassisches Großlabor in Gouda gegründete Unternehmen setzt bereits seit 2009 auf die Fotobuch-Produktion mit dem fastBook- und fastBlock-System von Imaging Solutions. Profotonet bietet neben Bildprodukten in den Standardformaten auch Großformate auf Fotopapier an, für deren Herstellung zwei 50" Printer von Polieletronica im Einsatz sind. 65 Prozent der Aufträge kommen von Konsumenten, 35 Prozent von Profis; zusätzlich arbeitet Profotonet auch als White-Label Lieferant für andere Anbieter. Seit 2019 gehört der Bilddienstleister zu Kamera Express; im vergangenen Jahr setzte das Unternehmen in der Vorweihnachtszeit erstmalig TV-Spots ein und erzielte damit einen deutlichen Nachfrageschub.

## Viesus Cloud kooperiert mit Fiery

Viesus Cloud, ein Geschäftsbereich von Imaging Solutions, der Tools zur Bildverbesserung und -skalierung für Großformatdruck anbietet, hat eine Partnerschaft mit Fiery, dem Spezialisten für Digital Front End (DFE)-Technologie im Produktions- und Industriedruck, bekanntgegeben. Sie macht es möglich, Viesus Bildverbesserungs- und Upscaling Funktionen direkt in die automatische Fiery Jobflow Lösung zu integrieren.

Auf diese Weise lässt sich nach Angaben von Viesus Cloud die Druckqualität und -konsistenz automatisch verbessern. Das gelte besonders beim Großformatdruck, bei dem das Vergrößern von Bildern häufig zu einer verminderten Qualität und zur Entstehung von Artefakten führen könne, heißt es in einer Pressemitteilung.

„Durch die Integration von Viesus Cloud in Fiery JobFlow bieten wir unseren Nutzern die fortschrittlichsten Bildverbesserungs- und Upscale-Tools, die auf dem Markt erhältlich sind“, sagte Hans Sep, Product Line Manager bei Fiery, LLC. „Wir freuen uns, ihnen eine intuitive, benutzerfreundliche Lösung zur Verfügung zu stellen, die die Druckqualität erheblich verbessert und den manuellen Aufwand reduziert.“

Zu den Funktionen von Viesus Cloud, auf welche direkt aus Fiery JobFlow zugegriffen werden kann, gehören automatische Farbkorrektur, Bildschärfung und Rauschunterdrückung. „Unsere KI-unterstützte Technologie wurde entwickelt, um Bilder für den Druck zu optimieren und zu vergrößern“, kommentierte Servi Pieters, Produktmanager bei Viesus. „Das macht sie zu einer idealen Lösung für die Nutzer des Fiery JobFlows. Wir freuen uns darauf, die Vorteile zu sehen, die diese Integration für Druckdienstleister bringen wird.“

Die Viesus Cloud-Integration ist ab sofort als Teil der neuesten Version von Fiery JobFlow verfügbar. Mit über 2 Millionen weltweit verkauften Lösungen gehört Fiery zu den führenden Anbietern von Cloud-basierten Technologien für die Verbesserung des Farbdrucks von zahlreichen Produktionsdruckmaschinen. Die Digital Front End (DFE)-Technologien des Unternehmens, das früher zur EFI Gruppe gehörte und seit Januar dieses Jahres unabhängig ist, werden u. a. im Akzidenz-, Verpackungs und Schilderdruck sowie bei Displaygrafik und dem Bedrucken von Keramik, Baumaterialien und Textilien eingesetzt.



Anthony Pieters, CEO von Imaging Solutions, machte deutlich, dass moderne Fotofinishing-Maschinen nicht nur die effiziente Verarbeitung von Fotopapier ermöglichen, sondern auch zur Schonung der Umwelt beitragen.

Für das deutsche Software-Unternehmen IP Labs, einer 100prozentigen Tochter von Fujifilm, stellte Heiner van den Berg, Director Business Operations Sales & Marketing, die Möglichkeiten dar, mit entsprechenden Software-Lösungen Bilder zur Personalisierung zahlreicher Produkte zu nutzen – und zwar in praktisch jedem Internet-Shop. Anders als früher biete IP Labs zwar keine kompletten Webshops für Fotoprodukte mehr an, dafür aber Module, die sich praktisch in jedes Shopsystem integrieren lassen. Ähnlich sieht im Mobilbereich aus: Auch hier gibt es keine Apps von IP Labs mehr, dafür aber Software Developer Kits, mit denen Entwickler Fotoanwendungen in ihre Apps integrieren können.

### Wichtige Impulse

Den Verantwortlichen von Fujifilm ist es gelungen, ein spannendes Konferenzprogramm zusammenzustellen, das allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern wichtige Impulse gab. Dazu

trugen auch Gastredner wie die Marketing & Nachhaltigkeitsexpertin Isabel Verstraete, The Care Principles, mit einem Vortrag über die Verbindung von Innovation, Nachhaltigkeit, Marketing und jungen Zielgruppen bei. Ebenso gelang es Rodolfo Groenewoud van Vliet, Business Director In4Art, das Publikum zu faszinieren, indem er künstlerische Ansätze zur Entwicklung von Innovationen präsentierte. Am Ende der Konferenz unterstrich Shinichiro Udono, Senior Vice President Imaging Solutions bei Fujifilm Europe, das Bekenntnis des Unternehmens zum Imaging-Geschäft und zur Fotografie. Die Zusammenfassung der früher getrennten Geschäftsbereiche Print- und Businesslösungen, instax und Professional Imaging (Kameras und Objektive) zu einer Photo Imaging Division habe den Bereich spürbar gestärkt und die Möglichkeit geschaffen, mit Cross Marketing Strategien noch mehr Menschen für gute Bilder zu begeistern.

### allcop ist Laborpartner der Chromos Group

Der in Lindenberg ansässige Bild-dienstleister allcop wird Partner der Chromos Group AG, die auf der Webseite [www.fuji.ch](http://www.fuji.ch) den Fotoservice von Fujifilm Schweiz betreibt. Seit den 1960er-Jahren ist das Unternehmen offizieller Distributor von Fujifilm und vertreibt in der Schweiz die Produkte aus den Bereichen Fotografie, Grafische Systeme, Optik und Industrie für den japanischen Konzern. Das Angebot auf [fuji.ch](http://fuji.ch) umfasst Bildprodukte wie Fotobücher und -kalender im Digitaldruck und auch Fotopapier, Wandbilder und Poster auf Fotopapier, Echtfotokalender sowie Fotoabzüge und Fotogeschenke. Dabei werden vor allem ambitionierte Fotografen und Profis angesprochen.

„Es freut uns, einen weiteren Partner zu unterstützen und mit unserer maßgeschneiderten White Label Lösung die Bedürfnisse der Kunden erfüllen zu können“, kommentierte Andreas Schätzle, CCO und Mitglied der Geschäftsführung bei allcop.

Auch Marcel Weber, Division Manager Foto Fujifilm Schweiz, begrüßte die Partnerschaft: „Die Qualität und das attraktive Produktsortiment von allcop stand für uns primär im Vordergrund. Dass die Nähe zur Schweiz zudem noch die Lieferzeiten verkürzt, kommt unserer anspruchsvollen Kundschaft zusätzlich zugute.“



allcop bietet für unterschiedliche Zielgruppen vom Influencer bis zum großen Konzern White Label Fertigung, B2B Shop Integration und Fulfillment-Lösungen an.

## Ringfoto Roadshow mit guter Beteiligung

# Erneut Rekord in 2022

Zahlreiche Mitglieder von Ringfoto nutzten die Roadshow der Kooperation, um sich in Hildesheim, Siegen, Sinsheim oder Fürth über aktuelle Trends und Neuheiten zu informieren. Für gute Stimmung sorgten dabei die Zahlen für das Jahr 2022, die der neue Geschäftsführer Thilo Röhrig präsentieren konnte: Wie in den Vorjahren haben die Mitglieder der Verbundgruppe wieder Rekorde aufgestellt und ihre Marktanteile weiter ausgebaut. Neue Aktivitäten in Vertrieb und Marketing sollen dazu beitragen, die positive Entwicklung auch in diesem Jahr fortzusetzen.

Die Ringfoto GmbH & Co. KG hat im Jahr 2022 einen Umsatz von 514,6 Mio. Euro erzielt, 11,5 Prozent mehr als im Vorjahr. Der Lagerumsatz erreichte 349,5 Mio. Euro und lag damit um 44,1 Mio. Euro oder 14,4 Prozent über dem Wert von 2021. Mit einem Volumen von 165,1 Mio. Euro und einem Plus von 5,6 Prozent entwickelte sich auch der Strecken-

*Der neue Ringfoto-Geschäftsführer Thilo Röhrig stellte den Mitgliedern auf der Roadshow die Maßnahmen für das Jahr 2023 vor.*



umsatz (Zentralregulierung) positiv. Der Konzernumsatz inklusive der Auslandsumsätze aller Tochtergesellschaften wuchs auf 590,5 Mio. Euro und lag damit um 11,2 Prozent über dem Vorjahr.

Wie gewohnt, soll das Jahresergebnis von Ringfoto anlässlich der Gesellschafterversammlung im Juni veröffentlicht werden. Schon heute könne aber gesagt werden, dass das Ergebnis und die Ausschüttung an die Händler überdurchschnittlich hoch sein werde, erklärte Röhrig.

Mit Ausnahme von Spiegelreflexkameras (-12,6 Prozent) und Kompaktkameras (-6,9 Prozent) verzeichnete Ringfoto in allen relevanten Sortimentsbereichen Umsatzzuwächse. Das spiegelt sich auch in den Marktzahlen der GfK wider, die für den Vertriebskanal Fotofachhandel im vergangenen Jahr einen Markt-

anteil von 64,8 Prozent ausweisen. Am besten entwickelten sich bei Ringfoto die Geschäfte mit spiegellosen Systemkameras (+12,2 Prozent), Objektiven (+20,8 Prozent) und Videoprodukten (+26,7 Prozent). Der Anteil spiegelloser Kameras an der Gesamtzahl der im Ringfoto Lagergeschäft verkauften Kameras mit Wechselobjektiven lag 2022 erstmals über 90 Prozent.

### Eigenmarken legen zu

Zahlreiche Neuheiten führten bei der Exklusivmarke Voigtländer zu einem Umsatzplus von 19,3 Prozent; bei Peter Hadley, der Eigenmarke für hochwertiges Foto-Zubehör, wuchs der Umsatz um 25,6 Prozent. Ringfoto will die beiden Handelsmarken im Jahr 2023 intensiver bewerben, um die Umsätze deutlich auszubauen. So soll Voigtländer noch stärker als Premium-Marke positioniert werden. Dazu sollen u.a. selektive Distributionsverträge für die Produktlinie Voigtländer-Pro sowie Voigtländer





Zahlreiche Lieferanten präsentierten im Ausstellungsbereich ihre Neuheiten. Foto: Ringfoto

Aktivtage und andere Aktivitäten beitragen. Das Potential von Voigtländer sei trotz der Wachstumsraten noch nicht ausgereizt, betonte Röhrig; die Exklusivmarke könne durchaus einen Anteil von mindestens drei Prozent am Objektivgeschäft der Händler erreichen.

In der Warengruppe Objektive verzeichnete Ringfoto mit einem Plus von mehr als 21 Prozent (Markt + 8 Prozent) überproportionale Umsatzsteigerungen. Hier zeige sich deutlich, dass die Endverbraucher beim Erwerb hochwertiger Produkte die Beratung des Fotofachhandels zu schätzen wissen und diesen Vertriebsweg anderen Verkaufskanälen vorziehen, betonte Röhrig. Bei den Kompaktkameras fiel der Umsatzverlust dank exklusiver Bundles und Aktionen mit -7 Prozent gegenüber dem Gesamtmarkt (-18 Prozent) deutlich geringer aus. Sehr positiv hat sich bei Ringfoto auch der Videobereich entwickelt. Dank innovativer Produkte sowie einer stetig wachsenden Zielgruppe (z. B. Influencer, Contentcreator, Vlogger, Industriebusiness) habe sich dieses Geschäft als eine weitere feste Säule des Fotofachhandels etabliert, sagte Röhrig.

Zum 31.12.2022 hatte die Ringfoto GmbH & Co. KG 1.109 Mitglieder (Vorjahr: 1.180) mit 1.434 (Vorjahr 1.539) Vertriebsstellen. Die Anzahl der Gesellschafter lag zum Jahresende bei 350 (18 weniger als Ende 2021). Zwei Eintritten standen 20 Austritte gegenüber. Ursache für das Ausscheiden von Mitgliedern seien unverändert finanzielle Gründe, Betriebsübergaben oder Betriebsaufgaben, berichtete Ringfoto.

## Aktivitäten im Frühjahr

Im Frühjahrsgeschäft unterstützt die Kooperation ihre Mitglieder gemeinsam mit den Partnern aus der Industrie mit einer vierseitigen Aktionsbei-



Wieder in seinem Element: Martin Wagner, Leiter Trends & Training, präsentierte aktuelle Neuheiten und Konzepte. Foto: Ringfoto

lage im Format DIN A3, von der auch eine Online-Version für die Integration auf der Homepage des Händlers angeboten wird. Darüber hinaus stehen den Mitgliedern umfangreiche Social Media Bausteine für ihre Auftritte auf Facebook, Instagram etc. zur Verfügung. Die ersten 40 Ringfoto-Händler, die sich für den Einsatz der Osterbeilage angemeldet haben, erhielten einen Zuschuss in Höhe von jeweils bis zu 1.000 Euro für Streukosten und/oder die Online-Ausspielung der Beilage.

## Impulse durch neue Schwerpunkte

Für die Geschäftsentwicklung 2023 in Deutschland und den weiteren Ländern, in denen die Kooperation aktiv ist, zeigt sich die Ringfoto-Führung optimistisch. Neben der Zusammenlegung der Bereiche Vertrieb und Marketing sollen neue Schwerpunkte in diesem Jahr dazu beitragen, die seit Jahren zu verzeichnende positive Entwicklung fortzusetzen. Dafür soll das Sortiment im Lagergeschäft so ausgebaut werden, dass möglichst viele Produkte auch kleineren Händlern kurzfristig zur Verfügung stehen. Parallel dazu werden auch die Vertriebsaktivi-



### **DIE FOTOMESSE** DES FACHHANDELS.

Im Herbst soll Die Fotomesse des Fachhandels am 13. und 14. Oktober 2023 den Ringfoto-Mitgliedern wieder Impulse für das Weihnachtsgeschäft geben. Die Veranstaltung findet wie im Vorjahr in der Location redblue in Heilbronn statt.

täten mit einem professionellen Key Account Management und der Einrichtung eines Call Centers mit festen Ansprechpartnern verstärkt, um die Mitglieder mit individuellen Umsatzplanungen zu unterstützen.

Auch die Trainings- und Schulungsaktivitäten sollen ausgebaut werden – sowohl bei den Händlern vor Ort als auch auf dem Ringfoto Campus in Fürth.

#### **Dienstleistungsgeschäft stärken**

Potential für die Ringfoto-Mitglieder sieht Thilo Röhrig vor dem Hinter-

grund der zunehmenden Nachfrage nach Foto-Mehrwertprodukten auch im Dienstleistungsbereich. „Hier können wir uns stärker aufstellen“, erklärte der Ringfoto-Geschäftsführer. In diesem Zusammenhang gehört auch das Thema E-Passbild, für das die Kooperation bereits sehr gut vorbereitet ist. Der inzwischen vorliegende Referentenentwurf des BMI/BSI sehe keine Vorgaben für die Aufnahme der Passfotos und ihre Übertragung in die sichere Cloud vor, berichtete Röhrig den Mitgliedern auf der Roadshow. Das seien gute Voraussetzungen, bereits im Juli mit der (obligatorischen) Registrierung der teilnehmenden Fotografen und Händler zu beginnen, um nach der für November zu erwartenden Verabschiedung der endgültigen Richtlinien Anfang nächsten Jahres mit der Pilotierung zu beginnen. Darauf sei Ringfoto dank der frühzeitig aufgenommenen Vorarbeiten und Kontakte zu den Behörden bestens aufgestellt, betonte Röhrig.

#### **Christian Reichenauer leitet Ringfoto Vertrieb und Marketing**



Christian Reichenauer ist neuer Bereichsleiter Vertrieb/Marketing bei Ringfoto.

Um eine stärkere Verzahnung von Vertrieb und Marketing zu erreichen, hat Ringfoto zum 1. Februar 2023 die beiden ehemals eigenständigen Bereiche zusammengelegt. Die neu geschaffene Position des Bereichsleiters Vertrieb/Marketing wurde mit Christian Reichenauer intern besetzt. Er ist seit August 2016 bei Ringfoto – bisher als Bereichsleiter Logistik und Kundenservice.

Seit Juli 2020 bekleidet Reichenauer außerdem die Position des Country Managers Austria und ist in dieser Position zuständig für die Entwicklung der Ringfoto GmbH mit Sitz in Wien – diese Funktion wird er weiterhin parallel innehaben und an Ringfoto Geschäftsführer Thilo Röhrig berichten.

Durch die Zusammenlegung der beiden Bereiche Vertrieb und Marketing sollten bestehende Synergieeffekte innerhalb der Kooperation genutzt werden, um den Mitgliedern noch bessere und zielgerichtetere Leistungen anbieten zu können, betonte Ringfoto in einer Pressemitteilung. Ziel sei es, für alle Kundensegmente das passende Angebot zu bieten und darüber hinaus auch die Bedürfnisse der Lieferanten zu berücksichtigen.

#### **Neue Premium-Ferngläser von Eschenbach**

Eschenbach Optik stellt im Segment Sport Optics zwei neue Premium-Ferngläser vor. Die hochwertigen Modelle der neuen farlux Apo-Serie vereinen nach Herstellerangaben eine großartige Abbildungsqualität mit einem



extra breiten Sehfeld sowie einer hohen

Lichttransmission zu einem außergewöhnlichen Seherlebnis.

Die farlux Apo-Serie gibt es als farlux Apo 8 x 42 mit 8-facher und als farlux Apo 10 x 42 mit 10-facher Vergrößerung. Highlight des farlux Apo, so der Hersteller, sei die apochromatische Farbkorrektur für eine Abbildungsleistung auf höchstem Qualitätsniveau. Fluoridhaltige ED-Linsen sorgen für außergewöhnlich natürliche und klare Farben sowie eine kontrastreiche Bildwiedergabe. Dabei werden Farbsäume zum Bildrand hin auf ein Minimum reduziert. Dank der vollständig mehrschichtvergüteten Optik erreichen die Ferngläser zudem eine Lichttransmission von über 90 Prozent. Die spezielle Rechnung des Okulars reduziert die Krümmung des Bildes und sorgt so für ein geglättetes Blickfeld sowie eine höhere Randschärfe. Zudem ermöglicht ein langer Augenabstand ein bequemes und entspanntes Einblickverhalten. Alle Modelle verfügen außerdem über phasenkorrigierte BaK-4-Prismen mit dielektrischer Verspiegelung für eine brillante, farbechte und kontraststarke Abbildung.

Eine wasser- und schmutzabweisende Objektiv- und Okularbeschichtung sorgen für klare Sicht. Die Stickstofffüllung verhindert das Beschlagen der Innenoptik.

Der UVP für das 8 x 24 ist 689 Euro bzw. 699 Euro für das 10 x 42.

## Die neue Systemkamera ZV-E1 von Sony

# Vlogging im Vollformat



*Die ZV-E1 wurde von Sony für Vlogger entwickelt, die professionelle Ergebnisse erzielen wollen.*

Mit der ZV-E1 hat Sony eine Systemkamera angekündigt, die mit einem 12,1 MP Exmor R CMOS Vollformat-Bildsensor ausgestattet ist und vor allem für Vlogging-Anwendungen entwickelt wurde. Das neue Spitzenmodell im Vlogging-Kamera-Sortiment des Herstellers ist mit den E-Mount-Objektiven des Herstellers kompatibel und soll höchsten Ansprüchen gerecht werden. Dafür steckt in dem nach Angaben von Sony kompaktesten und leichtesten Kameragehäuse dieser Klasse anspruchsvolle Technik.

Die ZV-E1 ist mit einem Bionz XR Bildprozessor ausgestattet, der nach Herstellerangaben eine bis zu 8-mal höhere Verarbeitungsleistung als frühere Typen bietet, um deutliche Verbesserungen bei Empfindlichkeit, Farbabstufung, Farbwiedergabe und Rauschunterdrückung zu erzielen. Auch bei 4K-Aufnahmen (3840

x 2160) mit hoher Bildfrequenz können die Daten in Echtzeit verarbeitet werden. So nimmt die neue Kamera 4K/60p Videos in 10 Bit 4:2:2 ohne Pixel-Binning, Moiré- oder Treppeneffekte auf. Mit einer Aktualisierung über die Creators' Cloud von Sony lässt sich die Bildfrequenz flüssige Zeitlupenbilder (bis zu 5-fach) auf bis

zu 4K 120p steigern. Nach dem Upgrade sind im XAVC S-Format (Full HD) auch bis zu 10-fache Zeitlupeneffekte mit 240 BpS möglich.

Der Dynamikumfang der Aufnahmen übertrifft nach Angaben von Sony 15 Blendenstufen, ohne dass die Detailzeichnung in besonders hellen oder dunklen Bildbereichen beeinträchtigt wird. Für Foto- und Filmaufnahmen steht ein Bereich von ISO 80 bis 102.400 zur Verfügung, der für Fotos auf ISO 40 bis 409.600 und für Filme auf ISO 80 bis 409.600 erweitert werden kann.

### Für Nutzer mit Film-Ambitionen

Mit Cinematic-Vlog-Einstellungen soll es die ZV-E1 ambitionierten Filmern möglich machen, Szenen in

## Neuheiten

beeindruckender Spielfilm-Optik zu realisieren. Dafür lassen sich durch die Auswahl eines geeigneten Looks Stimmungen erzeugen, die genau zur jeweiligen Szene und zur individuellen kreativen Intention passen. So kann man ganz einfach die natürlichen Mitteltöne, weichen Farben und sanften Glanzlichter erzielen, die für Kinofilme charakteristisch sind, und zugleich die Hauttöne verbessern.

Für außergewöhnliche Stimmungen lassen sich auch bestimmte Farben betonen und die Übergangsgeschwindigkeiten des Fokusantriebs bei Motivwechseln bestimm-

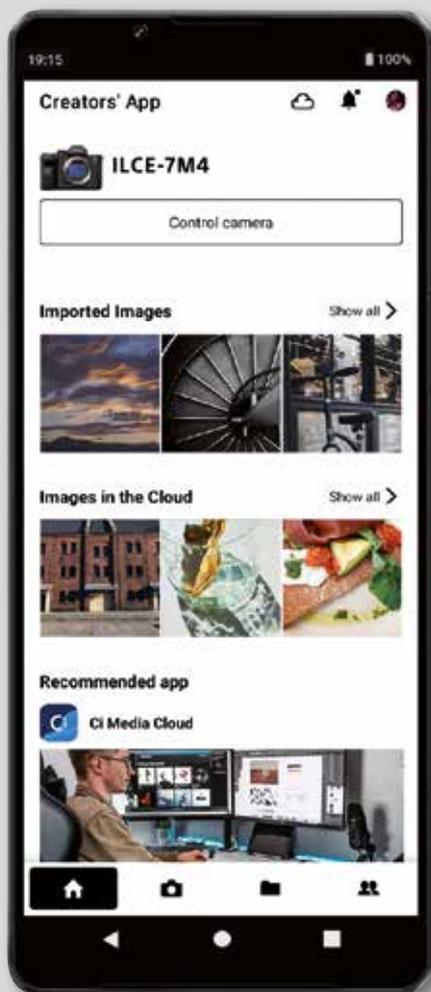
men. Eine Bildwiederholrate von 24 BpS22 und das Cinema-scope-Breitbildformat (2,35:1) mit schwarzen Streifen über und unter dem Bild kann diese Kinowirkung zusätzlich verstärken.

Für Fotos und Videos stehen zudem 10 Creative Looks zur Verfügung, die individuell an die Vorlieben des Nutzers angepasst werden können. Dabei ermöglicht die neue Funktion „My Image Style“ auch Aufnahmen im Modus „Intelligente Automatik“ oder „Szenenauswahl“. Symbole auf dem berührungsempfindlichen Monitor dienen der direkten Anpassung von Hintergrund-Bokeh, Hellig-

keit und Farbton sowie der Auswahl eines Creative Looks.

### Schneller Autofokus mit KI

Die Schnelligkeit des XR Bildprozessors beschleunigt auch die AF-Funktionen und trägt zudem zu deren Präzision bei. Dabei erkennt der Autofokus mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz (KI) Bewegungen des Motivs in Echtzeit. Zudem werden anhand erlernter menschlicher Formen und Haltungen nicht nur Augen, sondern auch Körper- und Kopfpositionen mit großer Genauigkeit erkannt, um die Schärfe auch dann nachzuführen, wenn sich Personen



Mit der Creators' App von Sony lassen sich Aufnahmen in die Creators' Cloud hochladen, dort bearbeiten und mit anderen Nutzern teilen.

## Die Sony Creators' Cloud

Mit der Creators' Cloud hat Sony eine Plattform mit cloudbasierten Anwendungen und Diensten für Content-Ersteller entwickelt, auf der die Grenzen zwischen Hardware und Software sowie die Barrieren zwischen online und offline zunehmend verschwinden sollen. Nutzer können ihre Videos und Fotos von verschiedenen Geräten aus sofort hochladen, um sie schnell zu bearbeiten und mit Kollegen zu kooperieren. Dafür gibt es einen Cloud-Speicher, auf den man von überall aus zugreifen kann, und eine Community, in der man Inhalte veröffentlichen, die Arbeiten anderer Nutzer entdecken und sich mit Gleichgesinnten austauschen kann. Dazu kommt mit der cloudbasierten, KI-gestützten Anwendung Master Cut (Beta) ein Online-Dienst mit vielen Tools zur Videobearbeitung.

Besonders komfortabel lässt sich die Creators' Cloud von Sony mit der neuen Creators' App nutzen. Sie tritt die Nachfolge von Imaging Edge Mobile an und soll und wird als Erweiterung der Kamera dienen, mit der die Nutzer/-innen ihre Inhalte (Videos und Fotos) in die Cloud hochladen und dort verwalten können. Dazu stehen den Besitzern von Sony Kameras 25 GB kostenloser Cloud-Speicherplatz zur Verfügung. 5 GB Speicher gibt es kostenlos für alle Nutzer mit einem Sony Konto. Zu den Funktionen gehören die Bildstabilisierung mit Hilfe von Metadaten sowie die Geräuschreduzierung und Verbesserung des Audiopegels durch Trennung von Schallquellen.

Neben der neuen ZV-E1 sind die Alpha 7 IV und die ZV-1F mit der Creators' App kompatibel, in Kürze sollen die Alpha 7R V sowie die Modelle FX3 und FX30 dazu kommen. Je nach Modell wird dafür ein Software-Update notwendig sein.

Sony will die Creators' Cloud in Zukunft um weitere Dienste und Funktionen erweitern.



*Der Vollformat-Sensor bietet viel Platz für die 12,1 Millionen Pixel.*

von der Kamera abgewandt haben. Dabei kann das System zwischen mehreren Personen mit unterschiedlichen Körperhaltungen unterscheiden, zudem wurde die Erkennung individueller Gesichter auch im Schatten oder bei Gegenlicht verbessert. Die KI-Verarbeitungseinheit kann zwischen Menschen, bestimmten Tieren, Vögeln, Insekten, Autos, Zügen und Flugzeugen unterscheiden. Die Kamera bietet auch eine multiple Gesichtserkennung, um die Schärfe bei der Aufnahme von Gruppen-Selfies oder -porträts automatisch auf mehrere erkannte Gesichter zu legen. So wird verhindert, dass nur die Gesichter im Vordergrund scharf sind, diejenigen im Hintergrund dagegen unscharf. Das KI-basierte Echtzeit-Tracking wird aktiviert, indem der Auslöser halb heruntergedrückt wird. Die Kamera verfolgt das Motiv dann automatisch. Zur Vermeidung von Unschärfen durch Verwacklungen ist die ZV-E1 mit einem Bildstabilisierungssystem ausgestattet, das mit Hilfe von Gyrosensoren und verbesserten Algorithmen auch dann bis zu 5,0 EV-Stufen kompensiert, wenn das eingesetzte Objektiv nicht über eine eigene Stabilisierung verfügt. Dabei arbeitet die Bildstabilisierung im dynamischem Active-Modus nach Angaben von Sony um rund 30 Prozent effektiver als der Active-Modus

der Vorgängermodelle, um auch bei Videos, die im Gehen aufgenommen werden, ansprechende Ergebnisse zu erzielen.

### Ideale Bildausschnitte

Eine weitere neue Video-Funktion der ZV-E1 ist das KI-basierte Auto-Framing für Videos: Mit Hilfe der KI-basierten Motiverkennung können Bildausschnitte automatisch so zugeschnitten werden, dass das Motiv bei der Aufnahme stets prominent im Bild zu sehen ist. Das ist praktisch, wenn z. B. Interviews, Musikdarbietungen oder Kochsendungen ohne Team aufgezeichnet werden. Das Motiv, das nachverfolgt werden soll, wird einfach über das Display der Kamera oder die Creator's App auf dem Smartphone ausgewählt.

Hauttöne können von der ZV-E1 für Fotos und Videos individuell verbessert werden, damit die aufgenommenen Personen natürlich wirken. Dabei lassen sich auch kleine Unregelmäßigkeiten entfernen. Mit einem speziellen Bokeh-Schalter kann man die Hintergrund-Effekte schnell anpassen.

Die Bedienung der ZV-E1 wurde auf die Ansprüche von Vloggern abgestimmt. Der Zoomhebel an der Oberseite des Griffs steuert nicht nur kompatible motorische Zoomobjektive, sondern soll auch Einbußen bei der

Bildqualität verringern, wenn der Clear Image Zoom mit nicht-motorischen Zoom- und Prime-Objektiven verwendet wird. Die AF-Einstellungen und das Echtzeit-Tracking bleiben auch beim digitalen Zoomen und bei der Verwendung des Clear Image Zooms aktiv. Die Kamera zeichnet von der Bildstabilisierung und der Kameradrehung Metadaten auf, die bei der Nachbearbeitung mit der kostenlosen Desktop-Anwendung Catalyst Browse, der kostenpflichtigen Desktop-Anwendung Catalyst Prepare oder dem Catalyst Prepare Plugin dabei helfen können, das Material schnell zu stabilisieren. Während der Bearbeitung kann auch die Breathing Compensation genutzt werden.

### Gute Audio-Ausstattung

Die ZV-E1 ist mit einem 3-Kapsel-Mikrofon mit variabler Richtcharakteristik ausgestattet, das auch in Außenbereichen klare Tonaufnahmen ermöglicht. Der mitgelieferte Windschutz kann Windrauschen deutlich reduzieren. Für die Richtcharakteristik stehen die Einstellungen Auto, Vorne, alle Richtungen und Hinten zur Verfügung. Zudem kann das Mikrofon in Verbindung mit der Gesichtserkennung automatisch in die Richtung wechseln, in der sich die entsprechende Person befindet. In einem Multi Interface (MI)-Schuh mit digitaler Audioschnittstelle lassen sich weitere Komponenten hinzufügen.

Die ZV-E1 ist staub- und feuchtigkeitsbeständig. Wenn sie über USB an einen PC oder ein Smartphone angeschlossen wird, kann sie auch als 4K (2160p)-Webcam dienen.

Das neue Modell kommt Ende April auf den Markt und soll 2.699 Euro (UVP) bzw. 2.999 Euro (UVP mit SEL-2860 Objektiv von Sony) kosten.

## Der neue PoS-Auftritt für Fidlock Produkte

# Sehen, anfassen, kaufen



Das Tresen-Display lädt förmlich zum Ausprobieren der Produkte ein.

Fidlock, der Spezialist für Zubehör mit magnet-mechanischen Verschlüssen, bietet seinen Handelspartnern jetzt attraktive Lösungen für die Präsentation der erfolgreichen Produktlinien Vacuum, Twist und Hermetic im Geschäft an. Damit trägt der Hersteller der Tatsache Rechnung, dass 80 Prozent der Impuls-Kaufentscheidungen am PoS getroffen werden. Denn viele Kunden legen Wert darauf, Ware selbst zu sehen und anfassen zu können, um sich von ihrer Qualität zu überzeugen.

Die neuen PoS-Elemente sind so gestaltet, dass sie die Wertigkeit der Marke mit den wichtigsten Produktvorteilen des magnet-mechanischen Zubehörs gut transportieren und die Kunden dazu einladen, den kurzen Moment des Öffnens und Schließens selbst zu erleben. Denn häufig ist es der erste Eindruck, der eine Kaufentscheidung auslöst.

Ein neues, variabel bestückbares Stand-alone-Shopteil und ein kompaktes Tresen-Display machen es dem Fotohandel leicht, die Aufmerksamkeit der Kunden auf die Fidlock Produkte zu lenken.

### Blickfang am PoS

„Wir haben ein modernes PoS-Konzept entwickelt, das flexibel, komfortabel und eindrucksvoll zugleich ist“, kommentierte Holger Knorr, Fidlock Director Sales Retail. „Die Themen optimale Sichtbarkeit, Steigerung von Impulskäufen, simple Montage und intuitive Nutzung standen bei der Entwicklung Pate.“ Zudem solle sich ein Shopteil, das sich immer im Gesellschaft anderer Marken befinde, harmonisch in den Verkaufsraum integrieren und trotzdem Aufmerksamkeit erzeugen, fügte Knorr hinzu.

Mit Abmessungen von 160 x 78 x 45 cm (H x B x T) macht es das Fidlock Stand-alone-Shopteil möglich, auch auf wenig Raum zahlreiche Produkte zu präsentieren. Dafür

kann das mit Rollen ausgestattete Element ein- oder beidseitig bestückt werden, das Fidlock Logo auf den halbhohen Seitenwänden ist ein weiterer Blickfang.

Als Alternative oder Ergänzung zum Stand-alone-Shopteil lädt das 25 cm breite und 20 cm tiefe Tresen-Display förmlich zum Ausprobieren der Fidlock Produkte ein.

Die 27,5 cm hohe, schräge Auflage-



Blickfang für die Marke: Das neue Stand-alone-Shopteil von Fidlock.

fläche wird mit einer magnetischen Infografik ausgestattet, zudem kann das aus Metall gefertigte Display mit einem 25 x 25 cm großen Topper versehen werden.

Auch in die Präsentationsflächen des Stand-alone-Shopteils lässt sich das Display ganz einfach einhängen. Dank ihrer hochwertigen Verarbeitung sind die neuen PoS-Elemente von Fidlock sehr gut für den dauerhaften Einsatz geeignet. Zudem können sie einfach aktualisiert werden: „In den nächsten Wochen werden wir weitere Infotafeln entwickeln, damit einer aktuellen Warenpräsentation nichts im Wege steht“, kündigte Knorr an. „Denn wir können mit unseren Produkten nur so erfolgreich sein wie unsere Kunden im Fachhandel.“



## Kristian Schuller wird Schirmherr des 11. Oberstdorfer Fotogipfels 2023



Kristian Schuller

Der international renommierte Modefotograf Kristian Schuller übernimmt die Schirmherrschaft des 11. Oberstdorfer Fotogipfels, der vom 28. Juni bis 2. Juli 2023 stattfindet. Schuller, mit rumänischen Wurzeln, versammelt neben Stars wie Elyas M'Barek, Karoline Herfurth oder Anne-Sophie Mutter zahlreiche weitere Schauspieler, Tänzer, Künstler, DJs und Designer vor der Kamera. „Der Fotogipfel ist zum einen ein wirklich außergewöhnliches, künstlerisches Projekt, und zum anderen ist es einfach eine

Freude, die eigene Arbeit mit einem wunderbaren Aufenthalt in den Bergen zu kombinieren“, kommentierte Schuller seine Ernennung.

Im Rahmen einer spektakulären, großformatigen Outdoor-Installation auf dem Gipfel des Nebelhorns will Schuller neue Arbeiten zeigen.

## Neuer Vertriebsleiter Deutschland bei Kaiser Fototechnik

Frank Deutschländer ist seit dem 1. April 2023 Verkaufsleiter beim Geräte- und Zubehörhersteller Kaiser Fototechnik. Deutschländer folgt auf Jonas Vogt, der seit Januar 2023 geschäftsführender Gesellschafter (CEO) im Unternehmen ist. In seiner neuen Position verantwortet Deutschländer zukünftig im Inland nicht nur den Vertrieb der Marke Kaiser, sondern auch der Marken Nanlite, Nanlux, Fidlock, Artisan&Artist, Tiltall und Kinetronics.

Durch seine langjährige Vertriebserfahrung in der Fotoindustrie, zuletzt tätig als Key Account Manager Fotofachhandel bei Panasonic, ist er in der Branche bestens vernetzt und kennt auch die Bedürfnisse seiner Kunden aus seiner Zeit als Ringfoto-Händler, heißt es in einer Pressemitteilung.



Frank Deutschländer

## Nominierte des Felix Schoeller Photo Awards 2023 benannt

Die Fachjury um die Kunsthistorikerin und Kuratorin Cathérine Hug vom Kunsthaus Zürich, dem Direktor des Museumsquartiers Osnabrück Nils-Arne Kässens, der Art Advisor Simone Klein und der Visual Director des Kunstmagazins ART Hannah Schuh sowie dem Jurysprecher und Fotografen Michael Dannemann hat in den Kategorien Portrait, Nachhaltigkeit, Fotojournalismus und Nachwuchs sowie für den Deutschen Friedenspreis für Fotografie die jeweils fünf besten Arbeiten ausgewählt. Für den Deutschen Friedenspreis für Fotografie wurde die Jury mit Ulrich Schneckener, Professor für Internationale Beziehungen & Friedens- und Konfliktforschung an der Universität Osnabrück, ergänzt. Aus der Shortlist von etwa 150 Arbeiten hat die Jury die interessantesten Konzepte und besten Fotografien herausgesucht. Nach konstruktiven und kontroversen Diskussionen stehen die Nominierten jetzt fest. Sie spiegeln nach Ansicht der Jury nicht nur die ganze visuelle Kraft des Mediums Fotografie wider, sondern setzen auch Trends in der fotografischen Umsetzung wichtiger gesellschaftlicher Themen, heißt es in einer Pressemitteilung.

Alle Bilder der Nominierten sind ab sofort in der Galerie auf der Wettbewerbs-Website zu sehen. Die Siegerinnen und Sieger in den einzelnen Kategorien werden am 4. Mai 2023 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung in Osnabrück bekanntgegeben. Außerdem werden die Siegerbilder und Arbeiten der 25 Nominierten vom 5. Mai bis 6. August 2023 in einer umfangreichen Ausstellung im Museumsquartier Osnabrück zu sehen sein.

# Cewe will 2023 weiter wachsen

# Stabil durch die Krisen

Auf der endlich wieder physisch stattgefundenen Bilanzpressekonferenz präsentierte Cewe Ende März für das Geschäftsjahr 2022 das zweitbeste Ergebnis der Unternehmensgeschichte. Auch in diesem Jahr setzt der Druck- und Bilddienstleister weiter auf Wachstum und Ertrag. Dabei sollen aber nichtmonetäre Ziele wie Nachhaltigkeit und die Pflege der FotoKultur nicht aus dem Blick geraten.

Wie berichtet (siehe *imaging+foto-contact* 3/2023, S. 8) legte der Umsatz von Cewe 2022 im Vergleich zum Vorjahr um 7,0 Prozent bzw. 48,2 Millionen Euro zu und übertraf mit einem Gesamtvolumen von 741,0 Millionen Euro den vom Management gesetzten Zielkorridor (680 bis 740 Millionen Euro). Das operative Ergebnis (EBIT) lag mit 75,6 Millionen Euro um 4,7 Prozent über dem des Jahres 2021 und erreichte damit die obere Hälfte der für 2022 definierten Zielspanne (65 bis 80 Millionen Euro). Bei einem Gewinn nach Steuern von 51,1 Millionen Euro (Vorjahr: 48,9 Millionen Euro) ergibt sich ein Ergebnis pro Aktie von 7,20 Euro (Vorjahr: 6,77 Euro). Angesichts dieser Zahlen ist es keine Überraschung, dass Aufsichtsrat und Vorstand der Hauptversammlung im Juni eine



Erhöhung der Dividende auf 2,45 Euro pro Aktie (Vorjahr: 2,35 Euro) vorgeschlagen werden.

Wenn die Aktionäre zustimmen, wird Cewe damit zu den fünf deutschen Index-Unternehmen gehören, die eine über so viele Jahre stetig steigende Dividende vorweisen können.

### Gemeinsam stark

Die guten Zahlen für 2022 waren eine positive Kulisse für den ersten öffentlichen Medienauftritt der neuen CEO Yvonne Rostock, die am 1. März ihre Tätigkeit in Oldenburg aufgenommen hat. Sie überließ die detaillierte Darstellung des Geschäftsverlaufs im vergangenen Jahr dem Finanzvorstand Dr. Olaf Holzkämper, nutzte aber die Gelegenheit, sich vorzustellen und auf eine besondere Stärke von Cewe hinzuweisen: „Neben dem starken Markenportfolio, den kontinuierlichen Innovationen und den exzellenten Handelsbeziehungen ist es vor allem eine erstklassige Teamleistung – also das We in Cewe – was unser Unternehmen so stark macht“, betonte Rostock. „Daher danke ich allen Kolleginnen und Kollegen für die herausragende Leistung im zurück-

liegenden Jahr. Ich freue mich sehr, gemeinsam mit allen Mitarbeitenden und Partnern auch im Jahr 2023 diese Erfolgsgeschichte fortzusetzen.“ Dabei, so fügte Rostock hinzu, wolle sie das „We“ als leitendes Prinzip der Management-Kultur in der Cewe Gruppe noch stärker machen – durch interne Kommunikation und Zusammenarbeit auch über die verschiedenen Marken hinweg, weitere Steigerung der Loyalität der Mitarbeitenden sowie den freien Austausch von Talenten und Expertise für die Entwicklung von Innovationen. Dabei, so hob Rostock hervor, könne sie auf eine starke Basis in der Unternehmenskultur zurückgreifen. So ist Cewe beim vom internationalen Forschungs- und Beratungsinstitut Great Place To Work durchgeführten Landeswettbewerb „Deutschlands bester Arbeitgeber 2022“ als einer der hundert besten ausgezeichnet worden. Grundlage dafür war eine Befragung, an der sich 3.250 Mitarbeitende der Cewe Gruppe in Europa und damit 84 Prozent der Teilnahmeberechtigten beteiligten. 81 Prozent der Befragten bewerteten Cewe als Arbeitgeber mit „Sehr Gut“. Für vorbildliche Unter-

nehmensführung wurde Cewe 2022 zudem – bereits zum dritten Mal hintereinander – mit dem Axia Best Managed Companies Award ausgezeichnet. Auch die Cewe Innovationstage am 9. und 10. Februar in Oldenburg hätten gezeigt, wie sehr Ideen der Mitarbeitenden zum Erfolg des Unternehmens beitragen, sagte Rostock.

### Fotofinishing im Plus

Der Umsatz im Fotofinishing wuchs 2022 um 4,4 Prozent auf 616,1 Millionen Euro; im Vorjahr war er dagegen nach der Sonderkonjunktur 2020 wegen der coronabedingten Reisebeschränkungen und Lockdowns zurückgegangen. Insgesamt verarbeitete Cewe 2022 mit 2,28 Milliarden Fotos 4,4 Prozent mehr Bilder als im Vorjahr; der Umsatz pro Foto zeigte sich dabei stabil bei 27,4 Prozent. Dass dieser Wert trotz inflationsbedingter Preiserhöhungen nicht gewachsen ist, erklärt sich aus einem veränderten Produktmix. So war der Anteil hochpreisiger Wanddekorationen 2021 besonders hoch, weil weniger Urlaubsbilder aufgenommen und gedruckt wurden. Durch die

verstärkte Reisetätigkeit 2022 stieg der Anteil von Bildprodukten, die eine große Anzahl von Fotos enthalten, aber pro Bild weniger Umsatz generieren als große Einzelbilder. Entsprechend nahm der Absatz des Flaggschiffprodukts Cewe Fotobuch 2022 wieder um 3,6 Prozent zu und erreichte 5,85 Millionen Stück. Das operative Ergebnis dieses Geschäftsbereichs folgte mit 73,7 Millionen Euro dem langfristig positiven Trend. Einmal mehr erwiesen sich im Fotofinishing Innovationen als Wachstumstreiber. 28 neue Produkte brachte Cewe im vergangenen Jahr auf den Markt und legte dabei einen besonderen Schwerpunkt auf das Premium-Segment, z. B. mit dem personalisierten Schubert für das Cewe Fotobuch, veredelten Designs sowie Buchdecken aus Leder und Leinen. Auch Nachhaltigkeit spielte bei der Entwicklung von Neuheiten eine Rolle, z. B. durch den Einsatz recycelter Papiere beim Tischkalender Nature und die Zusammenarbeit mit Tony's Choclonely, einem Spezialisten für fair gehandelte Schokolade, die Einzug in neue XXL Adventskalender hielt.

### Einzelhandel im Plan

Im Geschäftsfeld Einzelhandel profitierte Cewe in 2022 von der Aufhebung vieler Corona-Beschränkungen: Der Umsatz stieg um 3,9 Prozent auf 32,4 Millionen Euro; das operative Ergebnis zeigte sich mit 0,2 Millionen Euro stabil. Diese Zahlen reflektieren ausschließlich das Hardware-Geschäft; die Fotofinishing-Umsätze der insgesamt 101 Fachgeschäfte in Norwegen, Polen, Tschechien und der Slowakei werden dem Geschäftsfeld Fotofinishing zurechnet. In diesen Ländern werden die Einzelhandelsmarken wie Japan Photo, Photo Joker und Photo Lab inzwischen mit dem Cewe Logo kombiniert; bei der Warenpräsentation im Geschäft stehen Bildprodukte massiv im Vordergrund.

### Online-Druck wächst wieder

Im Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck kehrte Cewe nach den coronabedingten Einbrüchen in den Jahren 2020 und 2021 wieder zum Wachstum zurück: Der Umsatz stieg 2022 im Vergleich zum Vorjahr um 31 Prozent auf 86,5 Millionen Euro;



Auf der Bilanzpressekonferenz: Die neue Cewe CEO Yvonne Rostock mit Finanzvorstand Dr. Olaf Holzkämper (rechts) und Axel Weber, Leiter Investor Relations.

## Unternehmen

das operative Ergebnis lag mit 2,3 Millionen Euro um 1,1 Millionen Euro über dem des Vorjahres. Im Geschäftsfeld „Sonstige“ erzielte Cewe 2022 einen Umsatz von 8,3 Millionen Euro (plus 8,6 Prozent), der ausschließlich dem Online-Anbieter für individualisiertes Hundefutter, Futalis, zuzurechnen ist. Mit einem Verlust von 0,6 Millionen Euro verschlechterte sich das operative Ergebnis in diesem Segment gegenüber dem Vorjahr (minus 0,4 Millionen Euro), das allerdings durch Steuerrückzahlungen im Zusammenhang mit der Immobilie Saxopark in Dresden, die ebenfalls diesem Geschäftsbereich zugerechnet werden, beeinflusst war. Insgesamt zeigte sich der Cewe Vorstand mit der Entwicklung bei Futalis zufrieden.

### Innovationen und Nachhaltigkeit

Wie auf der Cewe Bilanzpressekonferenz Tradition, gab der für Technik, Forschung und Entwicklung verantwortliche Vorstand Dr. Reiner Fageth einen Ausblick auf die Innovationen, an denen derzeit gearbeitet wird. Noch in diesem Jahr will Cewe den aus der App und der Desktop-Software bekannte Online-Editor, der Cewe Fotobücher mit Hilfe künstlicher Intelligenz automatisch gestaltet, auch in den Browser bringen. Denn die Verantwortlichen wissen, dass etwa ein Drittel

der mit dem Smartphone aufgegebenen Bestellungen direkt aus dem Browser stammen. Da liegt es nahe, diese komfortable Gestaltungsfunktion auch für Kunden zu öffnen, die keine App oder Software nutzen möchten. Dabei werden die ausgewählten Bilder auch im Browser automatisch gruppiert (Veränderungen sind natürlich möglich); künstliche Intelligenz hilft dabei, die Ausschnitte so festzulegen, dass sie nicht nur das wichtigste Motiv zeigen, sondern auch ästhetischen Ansprüchen genügen. Noch vor dem Weihnachtsgeschäft will Cewe auch die automatische Bildauswahl über den Browser anbieten.

Nachhaltigkeit soll im Jahr 2023 weiterhin eine große Rolle bei Cewe spielen. Im vergangenen Jahr konnte das Unternehmen seine CO<sub>2</sub>-Emissionen auf 5.198 Tonnen reduzieren und hat damit das ursprünglich für 2025 gesetzte Ziel von 6.700 Tonnen bereits drei Jahre früher deutlich unterschritten. Der Anteil von FSC-zertifizierten Papieren im Digitaldruck wurde auf über 95 Prozent gesteigert und soll in Zukunft 100 Prozent erreichen. Auch die Plastikmenge in den Verpackungen wurde bereits deutlich reduziert und soll noch weiter vermindert werden. Alle neuen Produkte werden bei Cewe einer Evaluierung in Sachen Nachhaltigkeit unterzogen, um ihre Auswirkungen auf Ökologie, Gesell-

schaft und Ökonomie zu prüfen. Bereits zum 13. Mal hat Cewe unlängst einen Nachhaltigkeitsbericht herausgegeben, der einen Überblick über alle Aktivitäten im Unternehmen bietet. Der Bild- und Druckdienstleister erzielt in den einschlägigen Bewertungen unabhängiger Institutionen ausgezeichnete Ergebnisse und will seine Bestrebungen auch in Zukunft fortsetzen.

### Zuversicht für 2023

Für das laufende Geschäftsjahr zeigte sich der Cewe Vorstand auf der Bilanzpressekonferenz zuversichtlich. Allerdings wurden die Korridore für die Unternehmensziele breit gewählt, weil die Auswirkungen der derzeitigen Krisen sowie der inflationsbedingten Verteuerung auf der Wareneinsatz- bzw. Kostenseite nicht präzise eingeschätzt werden können. Zum jetzigen Zeitpunkt habe die anhaltend hohe Inflation aber keinen Einfluss auf das Bestellverhalten der Kundinnen und Kunden und damit auf die Umsatzentwicklung von Cewe, sagte Rostock. Beim Umsatz wird für 2023 ein Volumen von 720 bis 780 Millionen Euro erwartet; das operative Ergebnis soll im Bereich von 70 bis 82 Millionen Euro liegen, das Nachsteuer-Ergebnis zwischen 47 und 55 Millionen Euro. Diese Zuversicht hat reale Hintergründe: Während der Euro-Krise ging z. B. das Bruttoinlandsprodukt in den 17 wichtigsten europäischen Ländern um 4,2 Prozent zurück; der Cewe Umsatz stieg dagegen währungsbereinigt um 1,8 Prozent. Und als in der Corona-Krise die europäische Wirtschaft um 6,3 Prozent einbrach, zeigte sich Cewe mit einem Plus von 1,5 Prozent ebenfalls widerstandsfähig. Die „Tradition“ möchte der Vorstand auch in den aktuellen Krisen fortsetzen.



Bei den Fachgeschäften wird die Einzelhandelsmarke mit dem Cewe Logo ergänzt.

Fünf ereignisreiche Festivaltage zum Thema „Flora“

# 16. Umweltfotofestival „horizonte zingst“

Vom 7. bis 11. Juni soll das 16. Umweltfotofestival „horizonte zingst“, das in diesem Jahr unter dem Thema „Flora“ steht, die Allgegenwärtigkeit, Faszination und Schönheit von Pflanzen sichtbar machen. Dabei finden die Vernissagen, Fotoworkshops und Fotomarkt, Bilderflut, Multivisionsshow und Fotografengespräche anders als früher parallel von Mittwoch bis Sonntag statt. Der Fotomarkt in der Strandstraße wird um einen Tag verlängert und dauert vom 8. bis 11. Juni.

„Dieses Jahr feiern wir ‚horizonte zingst‘ an fünf Tagen und das mit großer fotografischer Energie“, erklärte Stefan Orth, Geschäftsführer der Kur- und Tourismus GmbH Zingst. „Mit dieser Entscheidung bringen wir die wesentlichen Inhalte des Festivals zusammen und bieten einen Mehrwert für die Besucher, Partner und Fotografen.“

„In den Ausstellungen werfen wir mit dem Thema Flora einen Blick auf unsere sehr leisen Mitbewohner, die uns im ewigen Kreislauf der Erneuerung mit Nahrung, Schönheit und frischer Luft versorgen“, beschreibt

„Flora“ ist das Thema des diesjährigen Umweltfotofestival „horizonte zingst“.  
Foto: Jan von Holleben.



Kuratorin Edda Fahrenhorst das inhaltliche Konzept. „Pflanzen sind unsere engsten Verbündeten – trotz ihrer allgegenwärtigen Selbstverständlichkeit tun wir trotzdem gut daran, sie sehr genau wahrzunehmen und vor allem sehr sorgfältig auf das Gleichgewicht aufzupassen, das unsere Lebensgemeinschaft mit der Flora ermöglicht.“

## Hochkarätige Fotos

Einige Beispiele für die Ausstellungen: Auf der Jordanstraße werden sich die romantisch-mythischen Wälder von Ellie Davies und der „Waldschadensbericht“ von Peter Bialobrzeski gegenüber stehen. Mitten in Zingst überwuchert „Kudzu“ US-amerikanische Landschaften, fotografiert von Sabine Bungert und Stefan Dolfen. Am Strand ist die Arbeit „Flora Obscura“ von Jennifer Markwirth zu sehen, die essbare Pflanzen aus der ganzen Welt fotografiert hat. Frederik Busch dagegen war in deutschen Büros und Unternehmen zu Gast und hat dort die

„German Business Plants“ portraitiert – die Ausstellung ist im Max Hüntens Haus zu sehen. In der Peter-Pauls-Kirche ist wieder die Ausstellung rund um das Unicef-Foto des Jahres zu Hause, in der Galerie Hotel Stone zeigen 15 Fotografinnen und Fotografen von der Neuen Schule für Fotografie ihre Arbeiten zum Festival-Thema; zwei große Gruppenausstellungen gibt es auch in der Panzerhalle und in der Multimediahalle.

## Fotoworkshops und Multivisionsshow

Bereits seit Februar können auf [www.zingst.de/fotofestival-horizonte](http://www.zingst.de/fotofestival-horizonte) die Fotoworkshops der Fotoschule Zingst und die Multivisionsshow zum Festival gebucht werden. Das Spektrum reicht von Makrofotografie über das Fotografieren von Blumen, Blüten und Farben, Wald- und Pflanzenfotografie, kreativer Naturfotografie bis hin zum Entdecken von Strukturen, Mustern und Details in der Natur rund um die Ostsee.

# Adobe kündigt neue generative KI-Modelle an

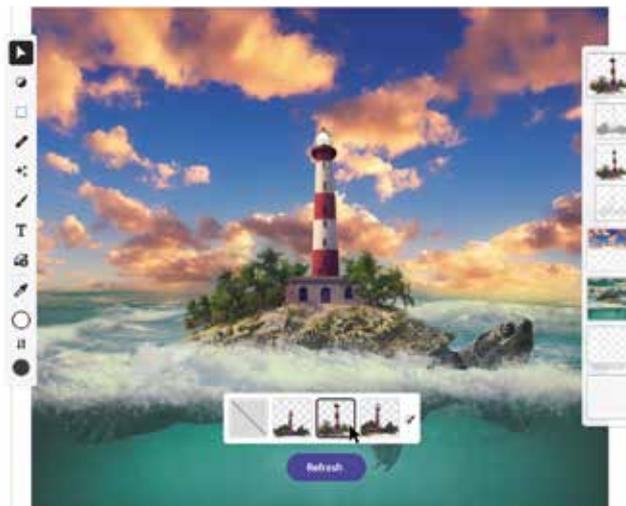
# Rechtssichere Inhalte

Mit Firefly hat Adobe eine neue Produktfamilie mit generativer Künstlicher Intelligenz (KI) für die Erstellung von Bildern und Texteffekten angekündigt. Sie gehört zu den KI-Diensten von Adobe Sensei, die direkt in die Workflows der Creative Cloud, Document Cloud, Experience Cloud sowie in Adobe Express integriert werden sollen.

Adobe hat nach eigenen Angaben mit Adobe Sensei bereit Hunderte von smarten KI-Funktionen in Anwendungen integriert. Tools wie Neural Filter in Photoshop, Content Aware Fill in After Effects, Attribution AI in Adobe Experience Platform und Liquid Mode in Acrobat machen es den Anwendern möglich, ohne großen Aufwand Inhalte zu erstellen und zu bearbeiten. Dabei seien KI-Ethik-Prinzipien wie Rechenschaftspflicht, Verantwortung und Transparenz gewährleistet, betonte das Unternehmen in einer Pressemitteilung.

„Generative KI ist die nächste Evolutionsstufe der KI-gesteuerten Kreativität und Produktivität, die die Konversation zwischen Creatoren und Computern natürlicher, intuitiver und leistungsfähiger macht“, erklärte David Wadhvani, President, Digital Media Business, Adobe. „Mit Firefly bringt Adobe generative KI-gestützte ‚kreative Zutaten‘ direkt in die

*Die mit Firefly generierten Bilder werden nach Angaben von Adobe keine Urheberrechte verletzen.*



Arbeitsabläufe der Kunden und steigert so die Produktivität und das kreative Selbstvertrauen vom High-End-Kreativen bis hin zum ‚Long Tail‘ der Kreativwirtschaft.“

### Möglichkeiten für Kreative

Mit Firefly will es Adobe Kreativen möglich machen, auf einfache Weise aus Worten neue Inhalte mit Bildern, Audio, Vektoren, Videos und 3D-Animationen zu erzeugen. Dafür soll Firefly in die populären Dienste integriert werden, damit die Nutzer die generativen KI in bestehende Arbeitsabläufe einbinden können. Das betrifft zunächst die Applikationen Adobe Express, Adobe Experience Manager, Adobe Photoshop und Adobe Illustrator. Bei der Weiterentwicklung der nun veröffentlichten Beta-Version von Firefly will Adobe mit der Kreativ-Community und den Kunden zusammenarbeiten. Firefly soll aus mehreren Modellen für verschiedene Anwendungen bestehen. Wichtig: In den ersten Optionen wird die eingesetzte KI für die Erzeugung von Bildern und

Texteffekten nur mit Adobe Stock-Fotos, offen lizenzierten Inhalten und Public Domain-Inhalten trainiert, deren Copyright abgelaufen ist. So sollen nur Inhalte entstehen, die rechtssicher kommerziell genutzt werden können. Da allein Adobe Stock 100 Millionen hochwertige lizenzierte Bilder enthalte, sei sichergestellt, dass Firefly keine Inhalte generiere, die auf dem geistigen Eigentum anderer Personen oder Marken basieren, betonte Adobe.

In einer aktuellen Adobe-Studie, bei der 2,600 Spezialisten aus Kundenbetreuung und Marketing in acht Ländern befragt wurden, gaben 88 Prozent der Antwortenden an, dass sich die Nachfrage nach Inhalten im letzten Jahr mindestens verdoppelt habe. Zwei Drittel erwarten, dass sie in den nächsten zwei Jahren um das Fünffache steigen wird. Adobe will bei der Weiterentwicklung seiner generativen KI die Möglichkeit schaffen, dass Kunden Firefly mit ihrem eigenen Material trainieren können, um Inhalte in ihrem persönlichen Stil zu erstellen.

## Porträt-Fotostudio mit Laden in Süddeutschland zu verkaufen

Nachfolger altershalber gesucht für ca. 120 m<sup>2</sup> großes, gut eingeführtes, renommiertes Fotostudio bestehend aus Verkaufs- u. Studioräumen.

Das ca. 120 m<sup>2</sup> große Studio wird momentan in Kombination mit einem Fotogeschäft geführt. Das Sortiment besteht aus Bilderrahmen, Fotoalben und Postkarten.

Kaum Mitbewerber, umsatzstark, äußerst gut frequentierte Lage. Große Stamm- und Laufkundschaft sowie Firmenkunden. Das Studio liegt gut erreichbar zentral, zu Fuß, per Pkw, Bus und Bahn. Öffentliche Parkplätze und Bushaltestelle befinden sich in unmittelbarer Nähe.

### Fotografische Tätigkeitsfelder:

- Pass- und Bewerbungsbilder • Business- und Firmenporträts • Babybauch- und Newborn-Shootings • Hochzeitsshootings • Familienaufnahmen • Werbe- und Reportageaufnahmen

### Dienstleistungsangebot:

- Bilder-Sofortdruck vom Handy und allen gängigen Speichermedien
- Fotodienstleistungen (Bild vom Bild, Digitalretuschen)
- Fotodesign/Layouten von Karten, Fotobüchern etc.)

Keine Personalübernahme erforderlich.  
Ideal für Existenzgründer oder Filialbetrieb.

**Angebote bitte unter Chiffre: 1364404**

## Reparatur, Justage und Reinigung für Kameras und Objektive

www.geissler-service.de

**Reparaturservice Herbert Geissler GmbH**  
Vertragswerkstatt für Foto-, Video-, TV- und HiFi-Geräte

Lichtensteinstr. 75, 72770 Reutlingen

Tel.: +49 (0)7072 9297-0  
Mail: [info@geissler-service.de](mailto:info@geissler-service.de)



Autorisierte Vertragswerkstatt  
**Panasonic SONY TAMRON**

**Pioneer** **PRO SUPPORT** **ZEISS**

Autorisierter Ersatzteil-Vertriebspartner  
**Canon**

**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](http://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

# 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 2023

### 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 Geschäfts-  
bedingungen 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



(c) Jolanda Prescher

# VISUAL CONTENT MANAGER

## NEUER KURS- NUR IN KIEL

Sie werden in die Lage versetzt, in **Social-Media-, Marketing- und PR-Abteilungen** von Unternehmen zu arbeiten, mit dem Schwerpunkt auf der Produktion und Auswahl von Bild-Content für Social Media.

### FAKTEN ZUM KURS

- nächster Termin: 18.09. - 29.09.2023
- Prüfung am letzten Tag des Lehrgangs
- insgesamt **96 Unterrichtsstunden**
- Kosten: 1500,- Euro
- Lernen in kleinen Gruppen: max. 12 Teilnehmende
- Wohnheimzimmer: 345,- Euro pro Woche inklusive Verpflegung als Einzelzimmer oder 219,- Euro pro Woche als Doppelzimmer.

Anmeldung unter  
[www.photomedienforum.de/visual-content-manager](http://www.photomedienforum.de/visual-content-manager)

### INHALTE DES KURSES

1. Social-Media in Unternehmen
2. Medien-/Urheberrecht
3. Bildbasierte Networks: Facebook, Instagram, TikTok, Pinterest, YouTube
4. Bildsprache entwickeln
5. Bildredaktion
6. Technische Grundlagen für Foto und Video in den Networks
7. Kennzahlen, Controlling, Monitoring

Detaillierte Infos  
finden sie unter:

### DIE PRÜFUNG

Sie erstellen nach dem Lehrgang eine Facharbeit. Diese muss beinhalten:

1. Bildkonzept sowie dessen Umsetzung (sechs Fotos, alternativ Video-Reel)
2. Konzept einer Social-Media-Strategie



### KONTAKT

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

[mail@photomedienforum.de](mailto:mail@photomedienforum.de)  
0431 57 97 00

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

