

imaging+foto 9 2023 contact

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

**Das kompakte und leichte
Vollformat-Duo
von Sony**

Alpha 7C II



Alpha 7C R mit 61 MP Sensor

Umsetzung der neuen Vorschriften ohne Schrecken E-Passfoto ist gut vorbereitet

Am 1. Mai 2025 soll das „Gesetz zur Stärkung der Sicherheit im Pass-, Ausweis- und ausländerrechtlichen Dokumentenwesen“ in Kraft treten. Ab dann dürfen nur noch digitale Passbilder vorgelegt werden. **S.9**

Jubiläum für das wohl wichtigste Bildprodukt 20 Jahre Fotobuch

In diesem Jahr ist es genau zwei Jahrzehnte her, dass das weltweit erste Fotobuch ausgeliefert wurde - und zwar von dem damaligen Startup fotobuch.de an einen Endkunden in Berlin. **S.20**

Die Photopia Hamburg erwartet die Fotobranche Volles Programm an der Alster

Mit einem qualitativ und quantitativ ausgebauten Programm präsentiert sich die Photopia Hamburg, die vom 21. bis 24. September in der Hansestadt stattfindet. **S.22**

Faszinierend.

Entdecken Sie Ihre schönsten Reismomente immer wieder neu – in Ihrem persönlichen CEWE FOTOBUCH.



Am nächsten Morgen haben wir uns nach einem schnellen Frühstück bereits um 07:30 Uhr mit Samuel an der Schöllhorn Bergbahn getroffen und die erste Fahrt zur Station Ilg genommen. Von hier wanderten wir ein kurzes Stück zum Grauseewli, das wir um diese Uhrzeit noch ganz für uns alleine hatten. Der kleine Bergsee liegt wunderschön vor dem Berggipfel, das sich bei Windstille im See spiegelt. Hier verbrachten wir einige Zeit damit, den See zu fotografieren und die Aussicht zu genießen, bevor wir wieder hoch zur Bergstation wanderten.

mein
cewe fotobuch

„Schweiz“
Original CEWE FOTOBUCH
von Annika Koch

cewe.de

Sind wir plötzlich zu beneiden?

Teuer macht Wachstum

Die Zahlen des von gfu Consumer & Home Electronics und der GfK erhobenen Home Electronics Market Index' (Hemix), über die wir in dieser Ausgabe berichten (siehe Seite 11), sind auf den ersten Blick eine unerwartet positive Überraschung für die Foto- und Imagingbranche. Während der Bereich Consumer Electronics im ersten Halbjahr einen Umsatzverlust von 6,5 Prozent hinnehmen musste und die Erlöse mit Fernsehgeräten gar um 13,1 Prozent einbrachen, gehörte der seit Jahren schrumpfende Kameramarkt zu wenigen Wachstumssegmenten im Technikmarkt. Das traf aber nicht für die Stückzahlen zu: Nach wie vor kaufen nur wenige Menschen Kameras – aber wenigstens teure.



Thomas Blömer, Verleger

So stieg der Durchschnittspreis pro Kamera in den ersten sechs Monaten dieses Jahres um stattliche 18 Prozent auf 869 Euro. Und deshalb legte der Umsatz um 9,0 Prozent auf 270 Millionen Euro zu, obwohl die Zahl der verkauften Kameras um 7,6 Prozent auf 311.000 zurückging. Ich möchte die Party nicht stören, aber vor nicht allzu langer Zeit wären wir angesichts solcher Ergebnisse noch kollektiv in Tränen ausgebrochen.

Das zeigt ein Blick zehn Jahre zurück: Halbjahreszahlen für das Jahr 2013 habe ich kurzfristig nicht gefunden, aber für das Gesamtjahr gab der Photoindustrie-Verband gemeinsam mit der GfK ein Umsatzvolumen von 1,52 Milliarden Euro an. Dafür musste der Fotohandel fleißig arbeiten und 6,1 Millionen Kameras verkaufen – und das zu einem vergleichsweise erbärmlichen Durchschnittspreis von 249,80 Euro. Dabei war der Markt nach Stückzahlen bereits gegenüber 2012 um 1,26 Millionen Kameras zurückgegangen – der damalige PIV Vorsitzende Christoph Thomas kommentierte diese Entwicklung mit der Aussage: „Inwieweit der mengenmäßige Rückgang zwangsläufig den Smartphones geschuldet ist, kann nicht zweifelsfrei beantwortet werden.“

Im Jahr 2023 wissen wir: Der dramatische Einbruch der Stückzahlen auf dem Kameramarkt ist mit Sicherheit den Smartphones geschuldet. Die Telefone machen heute ordentliche

bis wirklich gute Bilder, und deshalb gibt es nur einen einzigen Grund, eine Kamera zu kaufen: wenn man auf sehr gute Fotos und brillante Videos viel Wert legt. Solche Kameras haben ihren Preis, und das ist auch gut so. Noch besser ist, dass sie zu etwa zwei Dritteln im Fachhandel gekauft werden.

Leider gibt es keine Zahlen darüber, wie viele Fachhandelsunternehmen tatsächlich vom Kameraverkauf leben können. Es liegt aber die Vermutung nahe, dass besonders für kleinere Geschäfte die Devise gilt: Handwerk hat goldenen Boden. Sie leben im wesentlichen vom Fotografieren, und es ist ein Segen, dass die Arbeitsgemeinschaft E-Passfoto frühzeitig die Voraussetzungen dafür geschaffen hat, dass dieses Geschäft im Fotohandel bleiben kann.

Eines steht jedenfalls fest: Es gibt keinen Grund, sich angesichts des Umsatzwachstums und der steigenden Marktanteile des Fachhandels zurückzulehnen. Holen Sie sich deshalb Inspirationen auf der Photopia Hamburg und nutzen Sie auch die Gelegenheit, sich nicht nur über die aktuelle Produktpalette zu informieren, sondern auch am Vortag der Messe auf der Konferenz ImagingExecutives@PHOTOPIA, deren Programm Sie in dieser Ausgabe finden.

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Zwei neue Alpha 7C-Modelle von Sony
Viel Leistung zum Mitnehmen 14

Editorial

Sind wir plötzlich zu beneiden?
Teuer macht Wachstum. 3

Wichtiges aus foto-contact.de 6

Internationale Messen und Kongresse

Die Photopia Hamburg erwartet die Fotobranche
Volles Programm an der Alster. 22

ImagingExecutives@Photopia „Generative
Business Intelligence“ für das Imaging-Geschäft
am 20. September 2023 **Wendeumschlag**

Unternehmen

Kamera Express übernimmt Fotohaus Kerstin Säger
Die zehnte Filiale in Deutschland 8

Für einheitliche Außendarstellung
allcop konsolidiert Marken. 16

Cewe im ersten Halbjahr weiter im Plus
Fotofinishing nicht zu bremsen 17

Photopia Hamburg erwartet die Branche Volles Programm an der Alster



Mit einem im Vergleich zum Vorjahr qualitativ und quantitativ ausgebauten Programm will die Photopia Hamburg, die vom 21. bis

24. September in der Hansestadt stattfindet, ihren Anspruch als umfassende Plattform für die Foto- und Imagingbranche unterstreichen. In den zahlreichen Programmpunkten geht es auch, aber nicht nur, um das Trendthema Künstliche Intelligenz (KI), dem mit dem AI-Center in Halle A1 ein eigener Ausstellungs-bereich gewidmet ist. Bereits am Vortag der Photopia Hamburg, dem 20. September, wird die Branche die Zukunftsperspektiven diskutieren, die mit künstlicher und menschlicher Intelligenz gestaltet werden können. **Seite 22**

INTERNATIONALE MESSEN

Zwei neue Alpha 7C-Modelle von Sony Viel Leistung zum Mitnehmen

Mit den neuen Alpha-Modellen 7C II und 7C R bringt Sony zwei neue Vollformatkameras auf den Markt, die in ihren kompakten Gehäusen viel



Ausstattung bieten. Bei der Alpha 7C mit 61-Megapixel-Sensor liegt der Fokus auf besonders hoher Auflösung, bei der Alpha 7C II haben die Ingenieure anspruchsvolle Funktionen für das Fotografieren und Filmen in ein besonders handliches und leichtes Gehäuse gepackt. **Seite 14**



ZUM TITELBILD

Umsetzung der neuen Vorschriften E-Passfoto ist gut vorbereitet



Am 1. Mai 2025 soll das „Gesetz zur Stärkung der Sicherheit im Pass-, Ausweis- und ausländerrechtlichen Dokumentenwesen“ in Kraft treten. Spätestens ab diesem Zeitpunkt dürfen bei den Behörden und Ämtern nur noch digitale Passbilder im Rahmen der Erstellung eines Ausweisdokuments vorgelegt werden. Damit der Fotohandel, die Fotostudios und die Fotografen weiterhin die ersten Ansprechpartner für die Erstellung von Passbildern bleiben, hat die Arbeitsgemeinschaft E-Passfoto bereits jetzt eine funktionierende und gesetzeskonforme Lösung entwickelt. **Seite 9**

Kamera-Umsatz wächst im ersten Halbjahr Teure Modelle sorgen für Plus

Während der Umsatz mit Home Electronics-Produkten im ersten Halbjahr 2023 im Vergleich zum Vorjahres-Zeitraum um 6,4 Prozent auf ein Gesamtvolumen von rund 21,3 Mrd. Euro zurückging, zeigte sich der Kameramarkt trotz weiter gesunkener Stückzahlen im Plus. Das ergibt sich aus den Zahlen des von gfu Consumer & Home Electronics und der GfK erhobenen Home Electronics Market Index' (Hemix). **Seite 11**



HANDEL

ImagingExecutives@Photopia „Generative Business Intelligence“ für das Imaging Geschäft • 20. September 2023



Herzlich willkommen zur dritten Ausgabe unserer B2B-Konferenz ImagingExecutives@Photopia. Wir haben für Sie ein spannendes Programm vorbereitet, auf dem viele Ideen vorgestellt werden, wie die Branche das Imaging Business mit intelligenten Geschäftsmodellen weiterentwickeln kann. **Wendeumschlag**

WENDEBROSCHÜRE

Meinungen zu KI in der Fotografie Viel Skepsis, aber auch Interesse



Der Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI) ist für die Foto- und Imaging-Industrie längst kein Neuland mehr. Entsprechende Technologien werden bereits in Kameras und Bildbearbeitungssoftware zur Verbesserung von Fotos eingesetzt, zudem ermöglichen Plattformen wie Mindserve oder myprint.ai sogar die Erzeugung von Bildern. Gemeinsam mit der GfK hat der Photoindustrie-Verband (PIV) jetzt Ergebnisse einer aktuellen Konsumentenbefragung vorgestellt, die zeigen, wie der Einsatz von KI-Lösungen in der Fotografie nicht von Insidern, sondern von Menschen in privaten Haushalten gesehen wird. **Seite 12**

Cewe im ersten Halbjahr weiter im Plus Fotofinishing nicht zu bremsen



Cewe hat im ersten Halbjahr 2023 seinen Wachstumskurs fortgesetzt. Der Umsatz stieg im Vergleich zur Vorjahresperiode deutlich um 10,7 Prozent auf 299,9 Mio. Euro, das Ergebnis (Ebit) verbesserte sich um 2,2 Mio. Euro auf -0,1 Mio. Euro. Maßgeblich zu den guten Zahlen beigetragen haben die Geschäftsfelder Fotofinishing und Kommerzieller Online-Druck. Belastet wurde das Ergebnis durch Abschreibungen bei der Plattform futalis für individualisierte Hundenahrung im Geschäftsfeld „Sonstiges“ sowie Rückstellungen für Software-Lizenzen. Ohne diese Sondereffekte, die sich auf 1,3 Mio. Euro summierten, wäre das operative Ergebnis um 3,4 Mio. Euro besser ausgefallen als im Vorjahr. **Seite 17**

Jubiläum fürs wohl wichtigste Bildprodukt 20 Jahre Fotobuch



In diesem Jahr ist es genau zwei Jahrzehnte her, dass das weltweit erste Fotobuch ausgeliefert wurde – und zwar von dem damaligen Startup fotobuch.de an einen Endkunden in Berlin. Seitdem hat dieses individuelle Bildprodukt eine beeindruckende Erfolgsgeschichte geschrieben und ist aus der Branche nicht mehr wegzudenken. Großen Anteil daran haben die Digitaldruckmaschinen von HP Indigo, ohne die es damals kaum möglich gewesen wäre, ein personalisiertes Fotobuch in der Auflage „ein Exemplar“ wirtschaftlich herzustellen. **Seite 20**

VERBÄNDE

Jubiläum für das wohl wichtigste Bildprodukt
20 Jahre Fotobuch **20**

Verbände

Unterschiedliche Meinungen zu KI in der Fotografie
Viel Skepsis, aber auch Interesse **12**

Handel

Umsetzung der neuen Vorschriften
ohne Schrecken
E-Passfoto ist gut vorbereitet. **9**

Andreas Timm-Stöffhaas will kürzer treten
Neue Führung für Ringfoto Arbeitskreise . . . **10**

Kamera-Umsatz wächst im ersten Halbjahr
Teure Modelle sorgen für Plus **11**

Impressum **25**

**Klein- und
Personalanzeigen** **25**

UNTERNEHMEN

Immer aktuell:

PixelNet, Foto Quelle und myFoto sind jetzt Orwo



Orwo Net, der Spezialist für individualisierbare Fotoprodukte, hat seine neue Webseite jetzt im Netz gestartet. In dem neuen Online-Auftritt wurden unter der traditionsreichen Marke Orwo auch die bisherigen Vertriebsmarken PixelNet, Foto Quelle und myFoto zusammengefasst. Den bisherigen Kunden dieser Marken steht ebenso wie Neukunden ein umfangreiches Sortiment von Bildprodukten zur Verfügung, die über die Orwo Apps, WhatsApp oder die Foto Designer-Software bestellt werden können.

Mit der Bündelung der vorherigen, jetzt unter Orwo vereinten Marken führt Orwo auch neue Bildprodukte, einen Schritt-für-Schritt-Produktkonfigurator und neuen Bestellkanäle ein. Dabei bleiben die Konten und Bestellungen der Kunden von PixelNet, myFoto und Foto Quelle erhalten, so dass der Zugriff mit dem bekannten Login erfolgen kann. Während die vor knapp 60 Jahren in der analogen Ära der Fotografie ins Leben gerufene Marke Orwo (ein Akronym für ORiginal WOLfen) für Kunden viele Jahre nicht sichtbar war, hat Orwo Net seine Produktpalette im Laufe der Zeit an der Digitalfotografie ausgerichtet. Mit der erfolgreichen Markenfusion unter dem Dach von Orwo solle sowohl die Tradition fortgesetzt als auch ein moderner und zeitgemäßer Markenauftritt geschaffen werden, erklärte das Unternehmen. „Mit dem Launch der Marke Orwo haben wir einen wahren Schatz in unserem Unternehmen wiederbelebt und damit den strategischen Ausbau unseres B2C-Geschäfts, neben dem

Gold-Status von Ecovadis für Felix Schoeller



Ecovadis, eine führende unabhängige Plattform für die Bewertung von Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen weltweit, würdigt Felix Schoeller mit dem Gold-Status.

Bereits zum vierten Mal in Folge ist der in Osnabrück ansässige Spezialpapierhersteller Felix Schoeller mit dem Gold-Status von Ecovadis ausgezeichnet worden. Mit dem Gold-Status werden Unternehmen gewürdigt, die in den Bereichen Umwelt, soziale Verantwortung, Ethik und nachhaltige Beschaffung vorbildliche Leistungen erbringen. Die größten Fort-

schritte wurden Felix Schoeller im Bereich Umwelt attestiert. Ebenfalls positiv hervorgehoben wurden von der Rating-Agentur die Bemühungen im Bereich Arbeits- und Menschenrechte.

„Das erneute Gold-Rating ist für uns nicht nur eine Bestätigung unserer bisherigen Bemühungen, sondern auch Motivation, uns kontinuierlich zu verbessern“, betonte Hans-Christoph Gallenkamp, CEO von Felix Schoeller. „Das Thema Nachhaltigkeit ist für uns kein Lippenbekenntnis. Unser Ziel ist, in der Papierindustrie weiterhin eine Vorreiterrolle einzunehmen und gemeinsam nachhaltige Lösungen zu entwickeln, die den Bedürfnissen unserer Kunden und der Umwelt gleichermaßen gerecht werden.“

B2B- und Whitelabel-Business, vorangetrieben“, sagte Geschäftsführerin Claudia Snehotta. „Mit der Einführung unserer Endkundenmarke Orwo stärken wir unser drittes Standbein und bleiben bei einem immer diverser werdenden Markt wettbewerbsfähig.“

Nikon Objektiv Wochen starten

Nikon startet mit einer 10% Rabatt-Aktion auf eine große Auswahl an Nikkor Z- und F-Mount Objektiven. Auch bei dieser Aktion ist keine Registrierung und kein Einreichen von Kaufbelegen notwendig. Der Rabatt wird direkt beim Kauf verrechnet. Der Aktionszeitraum gilt nur vom 31.8. – 18.9.2023 und ist begrenzt auf den Kauf von bis zu drei Objektiven je

Kundin bzw. Kunde. Nur die im Nikon Store und bei teilnehmenden Händlern erworbenen Nikkor Z- und F-Mount Objektive sind aktionsberechtig. Eine nachträgliche Auszahlung des Rabattes ist nicht möglich. Objektive, die im Kit mit einer Kamera zusammengekauft werden, oder von Nikon als ein solches „Kit-Objektiv“ ausgeliefert wurden, sind von der Promotion ausgeschlossen. Ebenso die folgenden Nikkor-Objektive: Nikkor Z 400 mm f/2,8 TC VR S, Nikkor Z 600 mm f/4 TC VR S, Nikkor Z 800 mm f/6,3 VR S, Nikkor Z 58 mm f/0,95 S Noct, Nikkor Z 85 mm f/1,2 S, NIKKOR Z 180-600 mm f/5,6-6,3 VR und das Nikkor Z 70-180 mm f/2,8.

Zur Aktivierung der Zusatz-Garantie von einem auf vier Jahre ist eine Registrierung innerhalb von 90 Tagen ab dem Kaufdatum unter www.mynikon.de/garantie erforderlich.

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



PHOTOPIA
HAMBURG

FESTIVAL OF IMAGING

21.–24. Sept 2023

#ShareYourVision

DIE GANZE WELT DER
FOTOGRAFIE UND
VIDEOGRAFIE



Kamera Express übernimmt Fotohaus Kerstin Sänger

Die zehnte Filiale in Deutschland

Der in den Niederlanden beheimatete Foto- und Videospezialist Kamera Express übernimmt am 1. Oktober 2023 mit dem Stuttgarter Fotohaus Kerstin Sänger ein weiteres angesehenes Fotofachgeschäft in Deutschland. Damit die Kunden die Übernahme kaum bemerken, würden die bekannten Gesichter weiterhin im Geschäft arbeiten, heißt es in einer Pressemitteilung. Auch der komplette Service des Geschäfts werde weitergeführt, betonte Kamera Express.

Nach der Eingliederung in die Kamera Express Gruppe soll das Fotohaus Kerstin Sänger auch vom erfolgreichen Omnichannel-Geschäft profitieren. „Die Kooperation mit Kamera Express ermöglicht es uns, an den Erfolg von Kamera Express anzuknüpfen, während unsere gewohnten Leistungen und Services erhalten bleiben“, kommentierte Kerstin Sänger, Gründerin und Inhaberin von Fotohaus Kerstin Sänger. „Dazu gehört, dass Kamera Express weiterhin den vollen Umfang im Fotostudio leistet sowie Seminare für engagierte Amateure und Fotoenthusiasten anbietet.

Unser Geschäft ist bekannt für den hochwertigen Service und die Kompetenz unserer Mitarbeiter. Das werden wir auch nach der Übernahme beibehalten.“ Nach der Übernahme soll den Kunden auch ein umfangreicheres Sortiment als bisher zu günstigen Preisen zur Verfügung stehen. Die Öffnungszeiten bleiben gleich, und auch die bekannten Gesichter des Fotohauses, darunter Kerstin Sänger selbst, werden weiterhin im Geschäft zu sehen sein.

Auf Wachstumskurs

Mit der Übernahme des Fotohauses Kerstin Sänger baut Kamera Express die Zahl seiner Filialen in Deutschland auf 10 Geschäfte aus. „Damit stärken wir die nationale Verteilung der Geschäfte und machen den nächsten Schritt auf dem Weg zu unserem Ziel, auch in Deutschland Marktführer zu werden“, sagte Ben Cornelisse, CEO von Kamera Express.

Seit 2019 hat Kamera Express mehrere deutsche Fotospezialisten, darunter z. B. Foto Gregor, übernommen. „Das Ergebnis der nahtlosen Integration dieser Unternehmen ist deutlich sichtbar an dem beeindruckenden Wachstum, das Kamera Express in Deutschland in den letzten Jahren verzeichnet“, betonte Cornelisse. „Was Kamera Express auszeichnet, ist das einzigartige Gesamtpaket an Dienst-



Im Fotohaus Kerstin Sänger werden die Kunden auch nach der Übernahme die vertrauten Gesichter sehen.

leistungen, das wir den Bildermachern anbieten. Die hohe Kundenzufriedenheit, die wir erreicht haben, ist ein Beweis für unsere erfolgreiche Arbeit, auf die wir in den kommenden Jahren aufbauen werden.“

Neben den zehn Filialen in Deutschland betreibt Kamera Express 13 Geschäfte in den Niederlanden, neun in Belgien und zwei Filialen in Luxemburg. Dazu kommen Webshops in den Niederlanden, Belgien, Deutschland, Luxemburg, Frankreich, dem Vereinigten Königreich, Irland, Österreich, Spanien und Italien. Das Unternehmen bietet ein umfassendes Hardware-Sortiment an, das von zahlreichen Dienstleistungen ergänzt wird. Dazu gehören der Verleih von Foto- und Videoausrüstung, Bildprodukte wie Prints, Fotobücher und Wanddekorationen, die Digitalisierung von Medien sowie das Leasing von Ausrüstung.

Umsetzung der neuen Vorschriften ohne Schrecken

E-Passfoto ist gut vorbereitet

Am 1. Mai 2025 soll das „Gesetz zur Stärkung der Sicherheit im Pass-, Ausweis- und ausländerrechtlichen Dokumentenwesen“ in Kraft treten. Spätestens ab diesem Zeitpunkt dürfen bei den Behörden und Ämtern nur noch digitale Passbilder im Rahmen der Erstellung eines Ausweisdokuments vorgelegt werden. Damit der Fotohandel, die Fotostudios und die Fotografen weiterhin die ersten Ansprechpartner für die Erstellung von Passbildern bleiben, hat die Arbeitsgemeinschaft E-Passfoto bereits jetzt eine funktionierende und gesetzeskonforme Lösung entwickelt.

Dafür hat die 2019 auf Anregung von Ringfoto gegründete Arbeitsgruppe das kombinierte Knowhow aller Beteiligten genutzt, damit die Endkunden auch in Zukunft optisch ansprechende und präzise aufgenommene, biometrische Passbilder vor dem Behördentermin im nahegelegenen Geschäft oder Studio anfer-

tigen lassen können. So soll die Erstellung des Passbilds vom Besuch im Amt entkoppelt werden, um lange Wartezeiten vor den Passbildautomaten zu vermeiden und die Aufenthaltsdauer in der Behörde zu verkürzen. Zudem wird die jahrelange Erfahrung und Expertise von Profi-Fotografen mit hochwertiger Ausrüstung nicht nur von Menschen geschätzt, die Wert auf ein Bild in professioneller Qualität legen, sondern kommt auch den oft speziellen Anforderungen für das Fotografieren von kleinen Kindern, älteren Mitbürgern, Brillenträgern oder Menschen mit Behinderung entgegen.

Flächendeckendes Angebot

Mit der Passbildlösung des Fotohandels und der Fotografen können über 6.000 Fachleute ein flächendeckendes Angebot sicherstellen, das hohe Bildqualität gewährleistet und höchsten Sicherheitsstandards bei der Aufnahme und Übertragung

der digitalen Passfotos entspricht. Nach der Aufnahme erhalten die Bürgerinnen und Bürger im Studio einen QR-Code, mit dem die Behördenmitarbeiter das biometrische Passbild einfach, schnell und sicher aus der autorisierten Sicherheitscloud herunterladen können, um es für den Personalausweis oder Reisepass zu nutzen. Darüber hinaus kann das digital aufgenommene und gespeicherte Passbild auch für viele andere Dokumente wie z. B. Schüler-, Studenten- und Mitarbeiterausweise oder Gesundheitskarten eingesetzt werden.

Da viele Fotohändler und Fotostudios bereits eng mit den Ämtern und Behördenvertretern vor Ort zusammenarbeiten, werden bei der Umsetzung des neuen Verfahrens keine Probleme erwartet: „Sowohl meine Ansprechpartner beim Bürgeramt in Einbeck als auch meine Kunden sind froh darüber, dass auch weiterhin die Zusammenarbeit zwischen uns als Fotograf/Fotohändler und dem Amt bestehen bleibt“, kommentierte z. B. Hans-Martin Kröger, Inhaber von Fotogen in Einbeck. „Somit sind die Kompetenzen bestens verteilt, und der Kunde erhält weiterhin das optimale Ergebnis.“



Andreas Timm-Stöffhaas will kürzer treten

Neue Führung für Ringfoto Arbeitskreise

Der Begriff „Urgestein“ ist nicht besonders originell, aber in diesem Fall zutreffend: Nach 55 Berufsjahren, davon 49 in der Fotobranche, will Andreas Timm-Stöffhaas kürzer treten. Darum hat er die Leitung von drei betriebswirtschaftlichen Arbeitskreisen (BAK) bei Ringfoto in jüngere Hände gegeben. Die Angelegenheit bleibt dabei praktisch in der Familie: Timm-Stöffhaas' Tochter Nicole Sadowski tritt die Fußstapfen ihres Vaters.

Nach seiner Ausbildung zum Exportkaufmann stieg Andreas Timm-Stöffhaas zunächst im Jahr 1968 bei 3M Deutschland in das Berufsleben ein, bevor er 1974 zu Rollei wechselte. 1983 wurde er Verkaufsleiter Deutschland bei Tetenal. 1991 trat er in die Geschäftsleitung der deutschen Pentax Organisation ein, wo er 49 Mitarbeiter im Innen- und Außendienst führte und 64 Millionen DM Umsatz verantwortete.

Mehr als 20 Jahre Ringfoto

Im Jahr 2001 wechselte Timm-



Andreas Timm-Stöffhaas hat fast 50 Jahre seines Berufslebens in der Fotobranche verbracht.

Stöffhaas die Seiten und arbeitete fortan für die Fachhandelskooperation Ringfoto, zuerst als Vertriebsleiter, dann als Unternehmensberater, der Händler in Planungsfragen, Kostenkalkulation und -kontrolle, Sortimentsgestaltung, Personalfragen und Bankgesprächen unterstützte. Zudem gehörte die Planung und Durchführung der sechs Erfa Gruppen zu seinem Aufgabenbereich. Unzählige Ringfoto Händler konnten von seinen umfassenden Erfahrungen profitieren, die er nicht nur in seinen beruflichen Positionen, sondern auch in Ehrenämtern gesammelt hat: Von 1995 bis 1999 war er Mitglied im Marketingausschuss und von 1999 bis 2002 im Vorstand des

Photoindustrie-Verbands. Zudem gehörte er dem Kuratorium des Photo+Medienforums Kiel an und war als neutraler Berater Mitglied im Strategieausschuss der Ringfoto Gruppe.

Erfahrene Nachfolgerin

Timm-Stöffhaas' Nachfolgerin als Leiterin von drei betriebswirtschaftlichen Arbeitskreisen, Nicole Sadowski, ist keine Anfängerin, sondern unterstützte ihren Vater bereits seit 2008 bei der Planung und Durchführung von Erfa Gruppen. Zuvor war die gelernte Groß- und Außenhandelskauffrau mehr als 10 Jahre für die Otto GmbH & Co. KG tätig.



Nicole Sadowski hat bereits seit 2008 Erfahrung bei der Planung und Durchführung von Erfa Gruppen gesammelt.

Kamera-Umsatz wächst im ersten Halbjahr

Teure Modelle sorgen für Plus

Während der Umsatz mit Home Electronics-Produkten im ersten Halbjahr 2023 im Vergleich zum Vorjahres-Zeitraum um 6,4 Prozent auf ein Gesamtvolumen von rund 21,3 Mrd. Euro zurückging, zeigte sich der Kameramarkt trotz weiter gesunkener Stückzahlen im Plus. Das ergibt sich aus den Zahlen des von gfu Consumer & Home Electronics und der GfK erhobenen Home Electronics Market Index' (Hemix).

Der gesamte Bereich Consumer Electronics wies mit einem Umsatz von knapp 13,4 Mrd. Euro im ersten Halbjahr 2023 ein Minus von 6,5 Prozent auf. Dabei ging die Nachfrage nach Fernsehgeräten und privat genutzten IT-Produkten besonders deutlich zurück. Positiv zeigte sich dagegen der Bereich Fotografie: Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2022 stieg der Umsatz mit Digitalkameras um 9,0 Prozent auf 270 Mio. Euro, obwohl die Zahl der verkauften Produkte um 7,6 Prozent auf 311.000 zurückging; der Durchschnittspreis legte um 18,0 Prozent auf 869 Euro zu. Mit dem Verkauf von 240.000 Wechselobjektiven wurde in den

ersten sechs Monaten 2023 ein Umsatz von 197 Mio. Euro (+ 3,7 Prozent) erzielt; der Durchschnittspreis legte um 1,8 Prozent auf 823 Euro zu. Der Absatz von Actionscams und Camcordern stieg geringfügig auf 122.000 Einheiten (+ 1,1 Prozent), der Umsatz zeigte sich in diesem Segment mit 41 Mio. Euro stabil.

TV-Markt deutlich im Minus

Hohe Verluste in wichtigen Segmenten musste der Handel im Bereich der klassischen Unterhaltungselektronik hinnehmen: Der Umsatz mit Fernsehgeräten brach im ersten Halbjahr um 13,1 Prozent auf nur noch 1,3 Mrd. Euro ein. Dabei ging der Absatz um 12,8 Prozent auf 1,94 Mio. Stück zurück. Das Home Audio Segment verzeichnete einen Umsatzrückgang von 6,3 Prozent auf 368 Mio. Euro.

Im Segment privat genutzte Telekommunikation verzeichnete die Branche 6,6 Mrd. Euro Umsatz – ein Rückgang um 5,6 Prozent. Hier waren nur Core Wearables wie Fitness-tracker und Smartwatches mit einem Volumen von 646 Mio. Euro im Plus (3,2 Prozent); dabei ging die Stückzahl um 16,88 Prozent auf 2,7 Mio. zurück, während der Durchschnittspreis um 24 Prozent auf 238 Euro

zulegen. In der größten Produktgruppe dieses Segments, den Smartphones, ging der Absatz um 17,1 Prozent auf knapp 8,5 Mio. Stück zurück, der Umsatz sank um 6,4 Prozent auf 5,8 Mrd. Euro. Hier wurde ebenfalls ein deutlich gestiegener Durchschnittspreis von 689 Euro (+ 12,9 Prozent) verzeichnet.

Außergewöhnliches Wachstum in einzelnen Segmenten bescherte dem Gesamtmarkt Unterhaltungselektronik mit knapp 3,7 Mrd. Euro Umsatz ein kleines Plus von 0,6 Prozent. Zu verdanken ist dies u.a. starken Umsätzen mit Videogames-Konsolen: Hier legte der Absatz um 52,0 Prozent auf 0,99 Mio. Stück zu, der Umsatz stieg um 90,4 Prozent auf 446 Mio. Euro. Ein Grund für diesen Wachstumssprung war die Verfügbarkeit von Halbleiterkomponenten, die im Vorjahr nur sehr eingeschränkt lieferbar waren. Mit einem Volumen von 787 Mio. Euro (+ 7,0 Prozent) verzeichnete auch die Produktsparte Audio-/Video-Zubehör gute Zuwächse.

Negativ entwickelte sich das Geschäft mit privat genutzten IT-Produkten: Hier ging der Umsatz um 15,3 Prozent auf 3,1 Mrd. Euro zurück. Dabei gab es in den Segmenten Desktop-PCs, Notebooks, Tablet-PCs und Monitore durchweg zweistellige Rückgänge bei Umsätzen und Stückzahlen. Gestiegene Durchschnittspreise wurden für Notebooks (+ 7,2 Prozent auf 887 Euro) und Tablet-PCs (+ 3,4 Prozent auf 458 Euro) ermittelt.



Unterschiedliche Meinungen zu KI in der Fotografie

Viel Skepsis, aber auch Interesse

Der Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI) ist für die Foto- und Imaging-Industrie längst kein Neuland mehr. Entsprechende Technologien werden bereits in Kameras und Bildbearbeitungssoftware zur Verbesserung von Fotos eingesetzt, zudem ermöglichen Plattformen wie Mindserve oder myprint.ai sogar die Erzeugung von Bildern. Gemeinsam mit der GfK hat der Photoindustrie-Verband (PIV) jetzt Ergebnisse einer aktuellen Konsumentenbefragung vorgestellt, die zeigen, wie der Einsatz von KI-Lösungen in der Fotografie nicht von Insidern, sondern von Menschen in privaten Haushalten gesehen wird.

Erste Erkenntnis: Die Meinungen sind geteilt. 19,5 Prozent der Befragten lehnten allgemein den Einsatz von KI in der Fotografie als auch zur Bildgenerierung ab, da sie die Authentizität und Kreativität der Fotografie gefährdet sehen. 26,8 Prozent zeigten sich zwar ebenfalls skeptisch, sehen aber mögliche Vorteile

bei bestimmten Anwendungen. Eine neutrale Position nahmen 23,9 Prozent ein: Sie waren der Meinung, dass es auf den Kontext ankommt, in dem KI eingesetzt wird. Aber es gab auch Zustimmung für die Nutzung der neuen Technologien: 13 Prozent fanden den Einsatz von KI-Lösungen in der Fotografie interessant, und 3,8 Prozent waren sogar begeistert von den Möglichkeiten, die sich dadurch ergeben. Zu den letzteren Gruppen gehörten vor allem jüngere Befragte zwischen 18 und 39 Jahren: So zeigten 29,8 Prozent der 18-29-jährigen und 21,8 Prozent der 30-39-jährigen Interesse am oder sogar Begeisterung für den Einsatz von KI-Lösungen in der Fotografie.

Zu wenig informiert

Die Umfrage macht deutlich, dass



WE ARE IMAGING

sich rund drei Viertel (74 Prozent) der Befragten gar nicht oder nur wenig über die aktuellen Entwicklungen von KI in der Fotografie informiert fühlen. Nicht einmal jeder Zehnte (9,5 Prozent) gab an, gut oder sehr gut mit dem Thema vertraut zu sein. Dabei zeigten sich junge Menschen zwischen 18 und 29 Jahren besser informiert als die Gesamtheit. Sie beschäftigen sich häufiger mit dem Einsatz von KI-Technologie in der Fotografie als Personen über 30

Auf Plattformen wie Mindserve lassen sich schon heute mit KI Bilder, die keine Realität abbilden, erzeugen.



Jahre. 24,1 Prozent der Befragten zwischen 18-29 Jahren haben schon eigene Erfahrungen mit dem Einsatz von KI-Lösungen im Hard- und Softwarebereich gesammelt oder verfolgen zumindest die aktuellen Entwicklungen.

Aktive Nutzung von KI in der Fotografie

Auf die Frage nach ihrer aktiven Nutzung von KI zur Bildbearbeitung und/oder Bildgenerierung gaben 23,8 Prozent aller Befragten an, in den letzten sechs Monaten eine entsprechende KI-Software genutzt zu haben. In dieser Gruppe finden sich vor allem junge Menschen zwischen 18 und 39 Jahren (58,2 Prozent der 18-29jährigen und 33 Prozent der 30-39jährigen). Auffallend ist, dass 35,4 Prozent der aktiven KI-Nutzer auch ganz allgemein den Einsatz

von KI in der Fotografie und zur Bildgenerierung befürworten. Das sind wesentlich mehr als in der Gesamtheit; mit der aktiven KI-Nutzung wächst also die Akzeptanz

KI-Lösungen werden relevanter

Der PIV sieht in den Ergebnissen der Umfrage die zunehmende Relevanz von KI in der Fotografie bestätigt. Die unterschiedlichen Meinungen spiegeln die Komplexität des Themas wider und ließen keine einheitliche Haltung erkennen, erklärte der Verband in einer Pressemitteilung. Vielmehr sei für die Befragten vor allem der Kontext sowie das eigene Nutzungsverhalten beim Einsatz von Künstlicher Intelligenz in der Fotografie wichtig. Der zunehmende Einsatz von KI-Lösungen eröffne aber auch neue Chancen und Herausfor-

derungen für die Branche. Der PIV regt daher an, das Thema in weiteren Diskussionen und einem Informationsaustausch zwischen den Bereichen Bildkreation, -bearbeitung, -optimierung, -erstellung und -vermarktung zu vertiefen. „Es ist wichtig, die unterschiedlichen Perspektiven beim Einsatz und bei der Weiterentwicklung zu berücksichtigen und einen offenen Dialog mit den Anwendern zu führen, um das volle Potenzial von KI in der Fotografie zu entfalten“, sagte Christian Müller-Rieker, geschäftsführender Vorstand des PIV. „Die Möglichkeiten von KI in der Fotografie sind vielfältig, und die Branche ist aufgefordert, diese neue Technologie den Anwendern zur Verfügung zu stellen und sie weiterzuentwickeln, um die fotografische Kreativität und Qualität zu fördern.“



Die Ergebnisse der Umfrage zeigen die Vielfalt der Meinungen zu dem komplexen Thema KI.

Zwei neue Alpha 7C-Modelle von Sony

Viel Leistung zum Mitnehmen

Mit den neuen Alpha-Modellen 7C II und 7C R bringt Sony zwei neue Vollformatkameras auf den Markt, die in ihren kompakten Gehäusen viel Ausstattung bieten. Bei der Alpha 7C mit 61-Mega-pixel-Sensor liegt der Fokus auf besonders hoher Auflösung, bei der Alpha 7C II haben die Ingenieure anspruchsvolle Funktionen für das Fotografieren und Filmen in ein besonders handliches und leichtes Gehäuse gepackt.

Tatsächlich wiegt die Nachfolgerin der Alpha 7C bei Abmessungen von ca. 12 x 7 x 6 Zentimetern (B x H x T) nur 513 Gramm. Das Gehäuse des Schwestermodells Alpha 7C R hat ähnliche Dimensionen. Beide Modelle sind mit der KI-Verarbeitungseinheit und dem Bionz XR Prozessor ausgestattet, die auch in der Alpha 7R V und der Alpha 6700 eingesetzt werden. Die Echtzeit-AF-Erkennung kann viele verschiedene Motive wie Menschen, Tiere, Vögel, Insekten, Autos, Züge und Flugzeuge schnell identifizieren. Dank der integrierten 5-Ach-



*Mobiles Duo:
Die beiden
neuen
Kameras
Alpha 7C II ...*

*... und
Alpha 7C R
von Sony sind
besonders
kompakt
und leicht.*

sen-Bildstabilisierung werden nach Angaben des Herstellers bis zu sieben EV-Stufen kompensiert. Beim Videofilmen unterstützen beide Modelle 10-Bit-4:2:2-Aufzeichnung mit bis zu 4K/60p, und beide

Kameras bieten auch S-Cinetone von Sony für einen kinoähnlichen Bildeindruck. Dank S-Log3 mit einem weiten Belichtungsspielraum von 14+ Stufen gelingen auch bei schwierigen Licht-

verhältnissen kontrastreiche Aufnahmen mit feinen Abstufungen und geringer Über- und Unterbelichtung. Zur weiteren Ausstattung gehören integrierte Bildstabilisierung mit Active-Modus, KI-basiertes Auto-Framing, eine digitale Audioschnittstelle sowie die Möglichkeit, Raw-Aufnahmen mit 16 bit abzuspeichern.

Beide Kameras haben einen berührungsempfindlichen, verstellbaren LCD-Monitor mit Touch-Funktionen. Die intuitive Bedienung über das neu gestaltete Menü ermöglicht komfortables Arbeiten. Neben dem vorderen Einstellrad, dem die Nutzer häufig verwendete Funktionen zuweisen können, sorgen Merkmale wie ein Foto-/Video-/S&Q-Drehrad und ein hochauflösender XGA-Sucher für leichte Bedienbarkeit.

Viele Details

Der 61 MP Vollformat-Bildsensor der Alpha 7C R ist von der Alpha 7R V bekannt, wird hier jedoch in ein kompakteres und leichteres Gehäuse integriert. In Größe und Gewicht ähnelt die Kamera der Alpha 7C II, sie wiegt ca. 513 Gramm. Im Vergleich

zur 725 Gramm schweren Alpha 7R V ist sie rund 29 Prozent leichter und hat rund 52 Prozent weniger Volumen. Dank dieser Kombination von sehr hoher Auflösung und Handlichkeit ist die Alpha 7C R sehr gut für Porträt-, Tier- und Landschaftsaufnahmen geeignet.

Der Lichtempfindlichkeitsbereich kann zwischen ISO 100 und 32.000 für Fotos und Videos eingestellt werden; für Fotos ist er auf ISO 50 bis 102.400 erweiterbar. Neben der integrierten optischen 5-Achsen-Bildstabilisierung bietet die Kamera auch die Möglichkeit einer Kompensation bis auf die Einzelpixelebene, damit die Nutzer selbst leichte Unschärfen erkennen und korrigieren können.

Mit der Pixel-Shift-Multi-Aufnahmefunktion lassen sich mehrere Bilder aufnehmen, die am Computer zu einem extrem hoch aufgelösten Foto zusammengesetzt werden.

Die Alpha 7C R von Sony ist ab Oktober für 3.699 Euro (UVP Gehäuse) erhältlich. Im Lieferumfang ist die Griffverlängerung GP-X2 enthalten, die auch bei längerem Arbeiten und dem Einsatz langer

Brennweiten eine komfortable Handhabung ermöglicht.

Vielseitig und mobil

Im Vergleich zur 698 Gramm schweren Alpha 7 IV ist die Alpha 7C II rund 22 Prozent leichter und hat ca. 45 Prozent weniger Volumen. Damit spielt sie ihre Stärken auch auf Reisen aus. Sie ist mit einem rückwärtig belichteten 33 MP Exmor R CMOS-Vollformatsensor ausgestattet. Der Standard-ISO-Bereich reicht von 100 bis 51.200 für Fotos und Filme (erweiterbar auf ISO 50 bis 204800 bei Fotos).

Die Alpha 7C II kommt im September zum Preis von 2.399 Euro (UVP Gehäuse) bzw. 2.699 Euro (im Kit mit Objektiv SEL2860) auf den Markt.

Zum Marktstart der neuen Kameras gibt es ein spezielles Vorbestellangebot, das bis zum 30. September gilt: Bis zu 300 Euro lassen sich beim Kauf einer Alpha 7C II oder Alpha 7C R in Verbindung mit einem der folgenden Objektive sparen: SELP1635G, SEL2070G, SEL70200G2, SEL200600G und SEL50F14GM.

Kompaktes Weitwinkel-Zoom

Das neue G Master FE 16-35 mm F2.8 GM II von Sony ist nach Angaben des Herstellers das derzeit kleinste und leichteste Weitwinkel-Zoomobjektiv der Welt: Bei einem Durchmesser von 87,8 mm ist es 111,5 mm lang und wiegt 547 Gramm.

Dank eines neuen optischen Designs, bei dem ein asphärisches Element vom Typ Extreme Aspherical eingesetzt wird, erreicht das FE 16-35 mm F2.8 GM II bei einer maximalen Blende von F2,8 nach Angaben von Sony eine hervorragende Auflösung über den gesamten Zoombereich. Mit einem Mindestabstand von nur 22 cm und einem maximalen Vergrößerungsfaktor von 0,32 ist das Objektiv sehr gut für Nahaufnahmen geeignet. XD (Extreme Dynamic) Linearmotoren ermöglichen eine leise und besonders schnelle Fokussierung. In Kombination mit der Kamera Alpha 1 werden so Serienaufnahmen mit bis zu 30 Bildern/s bei voller Schärfenachführung möglich.

Das FE 16-35 mm F2.8 GM II Objektiv von Sony ist ab Ende September für 2.699 Euro (UVP) lieferbar.



Für einheitliche Außendarstellung

allcop konsolidiert Marken

Die allcop Farbbild-Service GmbH & Co. KG verändert ihre Markenstruktur, um den Kunden nach eigenen Angaben ein noch klareres Spektrum an digitalen Lösungen zu bieten. So firmiert die Foto Online Service GmbH bereits seit einigen Monaten unter dem Namen allcopTech GmbH; die Eigenmarke FotoPremio wird zur allcopStore GmbH. Unabhängig davon hat der Bilddienstleister aus dem Allgäu bekanntgegeben, sich erstmals mit einem Stand an der Photopia Hamburg zu beteiligen.

Die Foto Online Service GmbH, die seit 15 Jahren individuelle Lösungen für Print und Foto anbietet, soll auch unter der neuen Marke ihre Kernkompetenzen in der Entwicklung

von Desktop-Software und Online-Systemen ausbauen.

„Die Umfirmierung der Foto Online Service zur allcopTech GmbH markiert einen bedeutenden Schritt in unserer Entwicklung und unserem einheitlichen Markenbild“, kommentierte Monika Sommerfeld, geschäftsführende Gesellschafterin bei allcop. „Unsere Kunden profitieren weiterhin von maßgeschneiderten Lösungen, die mit den Leistungen des Fotolabors der allcop Farbbild-Service noch stärker verschmelzen.“

Die bisherige Eigenmarke Foto Premio soll zusammen mit der ebenfalls umbenannten Filiale allcopStore Lindenberg in erster Linie als Schaufenster für technische Lösungen und als Produkteshop für Mitarbeiter und regionale allcop Fans dienen. Bestandskunden können auch unter dem neuen Namen weiterhin die zahlreichen Fotoprodukte von allcop beziehen. Für die B2B Partner, den wichtigsten Kunden von allcop, bedeute dies, dass sie von dem im allcopStore erprobten Lösungen profitieren, betonte der Bilddienstleister in einer Pressemitteilung.

allcop auf der Photopia

An der Photopia Hamburg will sich allcop in diesem Jahr erstmals mit einem Stand beteiligen. Auf der Veranstaltung, die vom 21. bis zum 24. September 2023 auf dem Hamburger Messegelände stattfindet, wird das Unternehmen als Mitaussteller in Halle A1 auf Stand 261, den allcop als Laborpartner mit fotograf.de betreibt, zu finden sein. Dort können sich Interessierte über das Online Shopsystem für Kita- und Schulfotografen informieren.

Die seit einigen Jahren etablierte Kooperation zwischen allcop und fotograf.de, dem nach eigenen Angaben marktführenden System für Kita- und Schulfotografen, bestimmt den Messeauftritt der beiden Partner in Hamburg. Dort wird gezeigt, wie Kindergarten- und Schulfotografen genauso wie die Endkunden in diesem Segment die Plattform nutzen können.

Neben den Dienstleistungen für Kindergarten- und Schulfotografie gibt es auf dem Messestand auch Informationen über die bekannte Fotofachhandelslösung i-Port von allcop, die seit kurzem im neuen Look erscheint.

Bereits am Tag vor dem offiziellen Messebeginn, nämlich am 20. September, stellt allcop auf der hochkarätig besetzten B2B-Konferenz ImagingExecutives@Photopia sein neuestes Produkt „Natur Pur Fotobuch“ vor. Es soll auch während der Messe am 21. September 2023 von 12:30 bis 13:00 Uhr auf der Container Stage in Halle A1 präsentiert werden.



Cewe im ersten Halbjahr weiter im Plus

Fotofinishing nicht zu bremsen

Cewe hat im ersten Halbjahr 2023 seinen Wachstumskurs fortgesetzt. Der Umsatz stieg im Vergleich zur Vorjahresperiode deutlich um 10,7 Prozent auf 299,9 Mio. Euro, das Ergebnis (Ebit) verbesserte sich um 2,2 Mio. Euro auf -0,1 Mio. Euro. Maßgeblich zu den guten Zahlen beigetragen haben die Geschäftsfelder Fotofinishing und Kommerzieller Online-Druck. Belastet wurde das Ergebnis durch Abschreibungen bei der Plattform futalis für individualisierte Hundenahrung im Geschäftsfeld „Sonstiges“ sowie Rückstellungen für Software-Lizenzen. Ohne diese Sondereffekte, die sich auf 1,3 Mio. Euro summierten, wäre das operative Ergebnis um 3,4 Mio. Euro besser ausgefallen als im Vorjahr.



Yvonne Rostock, Vorstandsvorsitzende von Cewe: „Mit der erreichten Ergebnisverbesserung haben wir uns nun eine gute Startposition für die zweite Jahreshälfte mit dem für uns besonders wichtigen vierten Quartal erarbeitet.“

„Mein ganz herzlicher Dank für das erstklassige Ergebnis im ersten Halbjahr 2023 geht an das gesamte Cewe-Team“, kommentierte Yvonne Rostock, Vorstandsvorsitzende von Cewe. „Erfolg ist immer eine Teamleistung, die nur zusammen mit allen Mitarbeitenden gelingt. Mit der erreichten Ergebnisverbesserung haben wir uns nun eine gute Startposition für die zweite Jahreshälfte mit dem für uns besonders wichtigen vierten Quartal erarbeitet.“

Fotofinishing wächst weiter

Der Fotofinishing-Umsatz von stieg im ersten Halbjahr 2023 deutlich

um 10,6 Prozent auf 236,5 Mio. Euro, die Zahl der abgesetzten Fotos legte um 9,1 Prozent auf 957 Mio. Stück zu. Damit wurden in den Betrieben 80 Mio. Bilder mehr verarbeitet als in der Vorjahresperiode. Die Verkaufszahlen für das Cewe Fotobuch wuchsen um 7,3 Prozent auf 2,333 Mio. Exemplare, das operative Ergebnis (Ebit) des Geschäftsbereichs fiel um 2,9 Mio. Euro besser aus als im ersten Halbjahr 2022. Das führte nach einem operativen Verlust von 188 Mio. Euro im ersten Halbjahr 2022 zu einem positiven Resultat von 1,1 Mio. Euro.

Im zweiten Quartal dieses Jahres legte der Umsatz des Geschäftsfelds Fotofinishing um 9,0 Prozent auf 110,4 Mio. Euro zu, das Ebit verbesserte sich um 0,2 Mio. Euro auf -4,1 Mio. Euro. Aufgrund der hohen Fixkosten ist das operative Ergebnis im Geschäftsfeld Fotofinishing im saisonbedingt nachfrageschwächeren zweiten Quartal traditionell negativ, zudem wurden die Zahlen durch eine außerordentliche Rückstellung für nicht mehr benötigte Software-Lizenzen in Höhe von 0,5 Mio. Euro beeinflusst.

Kommerzieller Online-Druck erholt sich weiter

Das in den letzten Jahren stark von den Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffene Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck ver-



Cewe Photo Award auf der Photopia Hamburg

So schön ist die Welt

Mit 509.612 eingereichten Fotos von Amateuren und Profis aus aller Welt unterstrich der diesjährige Cewe Photo Award „Our World is beautiful“ erneut seine Position als größter Fotowettbewerb der Welt. Die Preise für die besten Fotos aus den zehn Kategorien sowie das beste Foto des Wettbewerbs werden erstmals auf der Photopia Hamburg verliehen – und zwar am 21. September von 16.30 bis 18.00 Uhr auf der Photopia Stage in Halle A4. Gewonnen haben bereits jetzt die SOS-Kinderdörfer weltweit: Da Cewe für jedes eingesandte Foto 10 Cent an die Organisation spendet, erhalten sie eine Zuwendung in Höhe von 50.961 Euro.

Auch in diesem Jahr zeigt sich der Cewe Photo Award wieder international: Die Fotos stammen aus 147 Ländern. Dabei wurden die meisten Bilder aus europäischen Ländern eingesandt, aber auch Menschen aus Papua Neuguinea, Chile oder Nepal beteiligten sich an dem Wettbewerb. Von den zehn Kategorien war „Natur“ mit 104.753 hochgeladenen Motiven am beliebtesten.

„Es ist uns wieder einmal gelungen, den von uns ins Leben gerufenen Cewe Photo Award zum weltgrößten Fotowettbewerb erklären zu dürfen“, kommentierte Cewe Vorstand Thomas Mehls. „Mit ungebrochener Begeisterung wenden sich Menschen weltweit dem Thema Fotografie zu, und Cewe sieht es als seine Herzensaufgabe an, das Thema Fotokultur auch weiterhin auf allen Ebenen stark zu fördern. Außerdem freut es uns ganz besonders, mit unserer hohen Spendensumme von über 50.000 Euro die SOS-Kinderdörfer weltweit tatkräftig zu unterstützen.“

Hauptgewinne des Cewe Photo Awards sind eine Reise im Wert von 15.000 Euro, eine Fotoausrüstung im Wert von 7.500 Euro und Fotoprodukte von Cewe im Wert von 2.500 Euro. Insgesamt werden die Ränge zwei bis 1.000 mit Preisen bedacht.



Ein Beispiel für die hohe Qualität der Einsendungen zum Cewe Photo Award: Wanderung mit Lamas und Lamaführern auf einem alten Inkapfad durch die Berge Perus. Foto: Bjorn Snelders

zeichnete im ersten Halbjahr 2023 ein Umsatzwachstum von 14,8 Prozent auf 44,4 Mio. Euro; die nachhaltig optimierte Kostenstruktur und das höhere Volumen führten zu einem um 1 Mio. Euro auf einen Gewinn von 0,8 Mio. Euro verbesserten operativen Ergebnis. Die erreichte Kosteneffizienz in der Produktion von Saxoprint und die dadurch mögliche Bestpreisgarantie ließen den kommerziellen Online-Druck weiter profitabel wachsen, erklärte Cewe in einer Pressemitteilung.

Einzelhandel gut aufgestellt

Das im Segment Einzelhandel ausgewiesene Handelsgeschäft mit Foto-Hardware (Kameras, Objektive, Fotozubehör) entwickelte sich mit einem Umsatzplus von +1,1 Prozent auf 14,6 Mio. Euro im ersten Halbjahr 2023 leicht positiv; auch das Ebit im saisonbedingt typischerweise noch negativen ersten Halbjahr verbesserte sich leicht um 0,1 Mio. Euro auf -0,3 Mio. Euro. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich Cewe im Einzelhandel vor allem auf Bildprodukte fokussiert, deren Umsatz- und Ergebnisbeitrag im Geschäftsfeld Fotofinishing ausgewiesen werden. Das Geschäft mit Foto-Hardware soll nach Angaben des Unternehmens weiterhin mit Blick auf die Marge optimiert werden. Im Geschäfts-

feld Sonstiges, in dem Cewe seine Struktur- und Gesellschaftskosten sowie die Ergebnisse aus Immobilienbesitz und Beteiligungen zusammenfasst, verzeichnete das Unternehmen im ersten Halbjahr 2023 einen operativen Verlust von 1,7 Mio. Euro (1. Halbjahr 2022: 0,1 Mio. Euro). Dabei wirkte sich vor allem ein geringeres Ergebnis der Gesellschaft fatalis aus, das einen Sondereffekt von -0,8 Mio. Euro wegen einer Maschinenabschreibung beinhaltet, die im Rahmen eines zur Vorbereitung des Verkaufsprozesses durchgeführten Impairment-Tests erfolgte. Die Eigenkapitalquote lag nach dem bereits sehr soliden Vorjahresniveau von 60,0 Prozent zu und lag am 30. Juni 2023 bei 66,1 Prozent.

Ausblick 2023 bestätigt

Das Cewe-Management sieht durch die Ergebnisse des ersten Halbjahres die abgegebene Zielsetzung bestärkt und bekräftigt den Ausblick für das Gesamtjahr 2023: Der Gruppenumsatz soll 2023 in der Bandbreite von 720 bis 780 Mio.

Euro liegen, das Gruppen-Ebit wird im Korridor von 70 bis 82 Mio. Euro erwartet. Diese Zahlen reflektieren die Unsicherheiten, die sich aus der inflationsbedingten Verteuerung sowohl für die Wareneinsatz- bzw. Kostenseite als auch für die Nachfrage ergeben könnten, erklärte Cewe.

Zum jetzigen Zeitpunkt hätte die anhaltend hohe Inflation jedoch keinen spürbaren Einfluss auf das Bestellverhalten von Kundinnen und Kunden und damit auf die Umsatzentwicklung gezeigt. Vielmehr habe die stärkere Nachfrage nach Urlaubs- und Fernreisen auch Anlässe zum Fotografieren mit sich gebracht und die Auftragslage im Fotofinishing bereits im zweiten Quartal gestärkt. Dieser Effekt soll sich auch weiter auswirken, besonders im entscheidenden Weihnachtsgeschäft: „Auf das bereiten wir uns schon heute in der Produktion, im Marketing, im Kundendienst und in allen anderen Unternehmensbereichen intensiv vor“, sagte Rostock. „Auch hier sind wir sehr positiv gestimmt, entstehen bei unseren Kundinnen und Kunden

doch gerade in diesen Wochen auf den in diesem Jahr besonders stark nachgefragten Urlaubsreisen viele neue Fotos. Das ist eine gute Basis für viele Fotoproduktbestellungen direkt nach Urlaubsende oder als Geschenk zu Weihnachten.“



Auch in diesem Jahr soll das Cewe Fotobuch wieder vielen Menschen Freude machen.

Jubiläum für das wohl wichtigste Bildprodukt

20 Jahre Fotobuch

In diesem Jahr ist es genau zwei Jahrzehnte her, dass das weltweit erste Fotobuch ausgeliefert wurde – und zwar von dem damaligen Startup fotobuch.de an einen Endkunden in Berlin. Seitdem hat dieses individuelle Bildprodukt eine beeindruckende Erfolgsgeschichte geschrieben und ist aus der Branche nicht mehr wegzudenken. Großen Anteil daran haben die Digitaldruckmaschinen von HP Indigo, ohne die es damals kaum möglich gewesen wäre, ein personalisiertes Fotobuch in der Auflage „ein Exemplar“ wirtschaftlich herzustellen.

Fotobücher sind heute die wohl wichtigsten Fotoprodukte und werden nicht nur von Endverbrauchern, sondern auch von Unternehmen geschätzt. Sie dienen z. B. als wertvolle Zeitkapseln für Erinnerungen an denkwürdige Reisen und wichtige Lebensstationen wie Hochzeiten, Familienfeiern usw. Dabei sind die Druckerzeugnisse nicht nur bei



Historisches Dokument aus dem Jahr 2003: Das erste Produktfoto eines Fotobuchs.

Familien und älteren Zielgruppen beliebt, sondern haben auch bei der jüngeren Menschen, der Generation Z und den Millennials, Anklang gefunden. Im geschäftlichen Kontext werden sie häufig bei Firmenjubiläen genutzt oder dienen als visuelle Dokumentationen, die z. B. den Verlauf und den Abschluss von Bau-

oder Architekturprojekten verewigen. „Anfangs wurden wir für unsere Idee, individuell gestaltbare Fotobücher in Einzelaufgabe anzubieten, von der Fotobranche nur belächelt,“ erinnert sich Werner Krachtus, CEO und Gründer von fotobuch.de. „Wir haben eng mit einem lokalen Buchbinder zusammengearbeitet, um ein perfekt gebundenes Fotobuch mit echtem Hardcover zu verwirklichen. Dennoch hätten wir ohne die Qualität der ersten HP Indigo Maschinen kaum eine Chance gehabt – unsere Kunden waren von der hervorragenden Druckqualität wirklich begeistert. Seit 20 Jahren kann kein anderer Hersteller die HP Fotoqualität übertreffen, deshalb setzen wir bei Fotobüchern und Kalendern ausschließlich auf HP Indigo.“



So sah der erste Flyer aus.

Der Rettungsanker

Im Rückblick auf die Geschichte des Fotobuchs darf man nicht vergessen, dass zum Zeitpunkt seiner Einführung der überwiegende Teil des

damals stark rückläufigen Foto-finishing-Geschäfts noch auf die Entwicklung von Filmen und die Produktion von Fotoabzügen entfiel. Im Jahr 2004, in dem hierzulande rund sieben Millionen Digitalkameras verkauft wurden, folgte das große Beben in der Großlaborlandschaft, dem u.a. renommierte Betriebe wie die von Kodak und V-Dia zum Opfer fielen. Insgesamt reduzierte sich in diesem Jahr die Zahl der Großlabors in Deutschland von 42 auf 24 Standorte, 2.500 Menschen verloren dabei innerhalb von 12 Monaten ihren Arbeitsplatz. Die verbliebenen Anbieter investierten kräftig, um die Menschen zum Drucken ihrer digitalen Aufnahmen zu motivieren, und sie bekamen dabei unerwartete Unterstützung von Startups wie fotobuch.de und „fotofremden“ Maschinenherstellern wie HP Indigo. Dagegen meldete der langjährige globale Marktführer für Großfinishing-Geräte, Agfaphoto, im Frühjahr 2005 Insolvenz an. Ohne das Fotobuch wäre das heutige Geschäft mit personalisierten Fotoprodukten kaum denkbar.

Immer noch Wachstum

Beim Absatz von Fotobüchern zeigt



Werner Krachtus, CEO und Gründer von fotobuch.de: „Anfangs wurden wir für unsere Idee, individuell gestaltbare Fotobücher in Einzelaufgabe anzubieten, von der Fotobranche nur belächelt.“

die Wachstumskurve immer noch nach oben: Wurden im Jahr 2007 in Deutschland 1,5 Millionen Fotobücher gedruckt, verkaufte die Branche nach Angaben des britischen Marktforschungsunternehmens Futuresource und des BGL im Jahr 2022 8,4 Millionen dieser Einzelstücke; das bedeutete ein Plus von 7 Prozent im Vergleich zum Jahr 2021, das wegen der Corona-Pandemie eines der wenigen mit rückläufiger Nachfrage war. Auch in diesem Jahr rechnet die Branche mit weiterem Wachstum, wie die Zahlen des heutigen Marktführers Cewe für das

erste Halbjahr bereits andeuten. Fotobücher sind zwar bei den Verbrauchern in Deutschland besonders beliebt, spielen aber auch in anderen europäischen Ländern eine wichtige Rolle im Bildergeschäft. So kam Frankreich 2022 auf 3,4 Millionen, Großbritannien auf 3,1 Millionen Stück – insgesamt wurden in Westeuropa im vergangenen Jahr 20,34 Millionen Exemplare bestellt. Fortune Business Insight rechnet für Europa in diesem Jahr mit einer Wachstumsrate von 4,6 Prozent.

„Wir haben die kontinuierliche Weiterentwicklung und Verbesserung der HP Indigo Digitaldruckmaschinen in den letzten zwei Jahrzehnten live miterlebt“, berichtete Krachtus. „Jedes neue Indigo Modell hat uns mit gesteigerter Auflösung, Stabilität und Geschwindigkeit überzeugt. In Partnerschaft mit HP werden wir unsere anspruchsvollsten Kunden auch in Zukunft begeistern.“

Mit der wegweisenden Innovation hat die immer noch inhabergeführte Fomanu AG, welche die Plattform fotobuch.de betreibt, vom bayerischen Neustadt aus die Fotoindustrie weltweit verändert und sich seither im Wettbewerb auch gegen große Konzerne behauptet.



Ohne die ständig weiterentwickelten Digitaldruckmaschinen von HP Indigo wäre die Erfolgsgeschichte des Fotobuchs nicht denkbar.



Hinweis: Foto: Hamburg Messe und Kongress GmbH/Rene Zieger

Die Photopia Hamburg erwartet die Fotobranche

Volles Programm an der Alster



**PHOTOPIA
HAMBURG**

21. - 24.09.23
photopia-hamburg.com

Mit einem im Vergleich zum Vorjahr qualitativ und quantitativ ausgebauten Programm will die Photopia Hamburg, die vom 21. bis 24. September in der Hansestadt stattfindet, ihren Anspruch als umfassende Plattform für die Foto- und Imagingbranche unterstreichen. In den zahlreichen Programmpunkten geht es auch, aber nicht nur, um das Trendthema Künstliche Intelligenz (KI), dem mit dem AI-Center in Halle A1 ein eigener Ausstellungsbereich gewidmet ist. Bereits am Vortag der Photopia Hamburg, dem 20. September, wird die Branche die Zukunftsperspektiven diskutieren, die mit künstlicher und menschlicher Intelligenz gestaltet werden können.

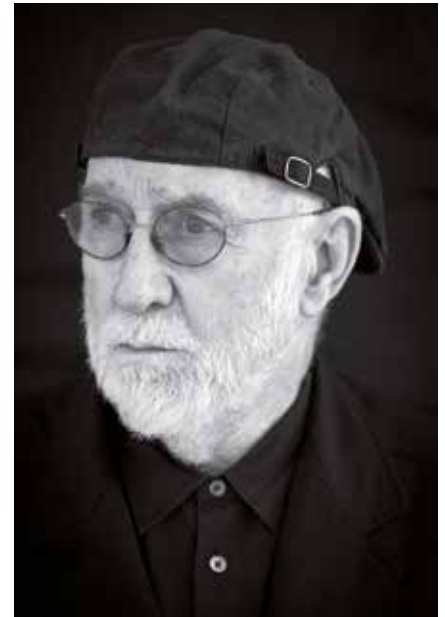
Der Fotohandel wird in Hamburg fast alle wichtigen Lieferanten treffen können; nur wenige bekannte Namen fehlen auf der Ausstellerliste, z. B. Hama und Ricoh Imaging. Auch namhafte Fotohändler stellen auf der Photopia aus, darunter Calumet, Foto Erhardt, Fotoprofi, IPS Fotohandel Kleiner Kielort und Kamera Express. Der erste Messetag (21. September) ist als B2B Tag konzipiert, dessen Programm auf die Erwartungen von Fachbesuchern abgestimmt wurde.

Spannendes Konferenzprogramm

Ein umfassendes Konferenzprogramm gibt den Besuchern der Photopia Hamburg die Gelegenheit, sich aus erster Hand über aktuelle Themen der Branche zu informieren, neue Konzepte zu entdecken und sich mit Kollegen und Experten auszutauschen. Fotohändler und Bild-dienstleister finden auf der B2B-Kon-

ferenz `ImagingExecutives@Photopia` bereits am 20. September, dem Vortag der Messe, ein spannendes Programm unter dem Titel „Generative Business Intelligence“ (siehe Seite 27 bis 32 dieser Ausgabe).

Am 21. September von 12.30 bis 13.30 Uhr diskutieren beim PIV Expertalk Fachleute über KI in der Fotografie. Vom 22. bis 24. September bietet die Creative Content Conference viele Anregungen und Impulse für professionelle Fotografen und Content Creators. Auch hier darf das Trendthema KI nicht fehlen. Darum steht der Freitag, 22. September, im Zeichen von AI Generated Imagery. Hier geht es unter anderem darum, wie sich KI Tools sinnvoll und rechtssicher in den Workflow integrieren lassen und welche Chance diese Technologie für professionelle Bildermacher bietet. Am Samstag (23. September) dreht sich alles um Foto und Business. Dabei werden Ideen und Konzepte präsentiert, wie Fotografen und



Der Starfotograf Albert Watson, Schirmherr der Photopia Hamburg 2023, wird am 21. September um 15 Uhr auf der Photopia Stage erwartet. Foto: Mark Edward Harris

Videofilmer ihre Umsätze erhöhen und ihre geschäftliche Zukunft sichern können. Am Sonntag (24. September) stehen Inspiration und Kreativität auf dem Programm.



Auch in diesem Jahr steht die Zukunft der Foto- und Imagingbranche im Mittelpunkt der B2B Konferenz `ImagingExecutives@Photopia`, die am Vortag der Messe, dem 20. September, stattfindet. Foto: Mustafa Morad

Internationale Messen und Kongresse

Erfolgreiche Fotografen und Content Creators geben dabei Einblicke in ihre Schaffenswelten.

Fotografie im Spannungsfeld von NFT, AI, Web3, Metaverse und Crypto ist das Thema der vom Art Director Club für Deutschland (ADC) kuratierten Konferenz „Beyond the Photoverse“ am 21. September. Hier geht es neben den kreativen Aspekten auch um Antworten zu Rechtsfragen im Zusammenhang mit der Nutzung von AI, die für Kreative und Werbetreibende gleichermaßen interessant sind.

Zahlreiche Sonderflächen

Auf zahlreichen Sonderflächen bietet die Photopia Hamburg ihren Besuchern die Möglichkeit, sich über interessante Themen der Branche zu informieren. Hier präsentiert AI.Hamburg als Partner der Photopia im AI-Center die Productivity Tools, Möglichkeiten und Innovationen, die künstliche Intelligenz bringen kann. Auch Unternehmen und Startups, die solche Innovationen anbieten, sind am Start. Neben zahlreichen Vorträ-

gen wird es auch Masterclasses und Workshops geben, in denen Experten ihr Wissen mit dem Fachpublikum und anderen Interessierten teilen.

Sozusagen die Antithese zum AI-Center ist das Khromeland in Halle A4, denn hier dreht sich alles um die analoge Fotografie und ihre Rolle als Alternative zum digitalen Dauerzustand. Kuratiert wird die Fläche von Khrome, dem Fachgeschäft für analoge Fotoprodukte in der Hamburger Innenstadt. Zu Gast auf dem Areal sind auch der deutsche Filmhersteller Adox, die Filmmarke Ferrania aus Italien, der Labormaschinen-Hersteller Colenta aus Österreich und weitere internationale Unternehmen, z. B. Silvergrain Classics, die zusammen mit Hollywood-Legende Jeff Bridges und seiner Frau die legendäre Widelux Kamera wieder auflegen. Keks Camera aus Taiwan zeigt einen neuentwickelten Belichtungsmesser, Valoi aus Finnland macht sich dafür stark, Filme mit DSLR-Kameras zu digitalisieren. Nicht zuletzt ist mit

Jobo auch eines der ältesten deutschen Unternehmen dabei, die sich der analogen Fotografie verschrieben haben. Die Gummersbacher präsentieren ihre Prozessoren und Chemikalien zum Selbstentwickeln von Filmen.

Zu den weiteren Sonderflächen auf der Photopia gehören Far and Wild (Naturfotografie), eine Startup Area, die DroneZone und die Young Professionals Area.

Spitzenleistungen der Fotografie

Auf der Photopia Stage in Halle A4 und der Container Stage in Halle A1 werden praktisch während der gesamten Messe erstklassige Fotografen ihre Expertise mit den Messebesuchern teilen. An der Spitze steht der Starfotograf Albert Watson, der die Schirmherrschaft für die Photopia Hamburg 2023 übernommen hat. Er gehört zu den bekanntesten Persönlichkeiten der internationalen Fotoszene und hat Bilder geschaffen, die Kunst-, Mode- und Werbefotografie verschmelzen. Watson wird am 21. September um 15 Uhr auf der Photopia Stage erwartet. Auch seine Ausstellung „Iconic“ ist auf der Photopia zu sehen.

Auch eindrucksvolle Ausstellungen gehören zum Messeprogramm, darunter die besten Fotos des Cewe Photo Awards, die am 21. September von 16.30 bis 18.00 Uhr auf der Photopia Stage in Halle A4 prämiert werden.

Auch weitere Auszeichnungen werden auf der Photopia verliehen, darunter der Profifoto New Talent Award. Und zum dritten Mal ist mit den TIPA World Awards ein Foto-Event mit globaler Ausstrahlung in Hamburg zu Gast – die Verleihung der begehrten Auszeichnungen wird am 22. September auf der Photopia Stage stattfinden.



Wie 2022 werden auch in diesem Jahr die weltweiten TIPA Awards auf der Photopia verliehen. Foto: Hamburg Messe und Kongress GmbH.

**Anzeigenschluss
für Kleinanzeigen im
imaging+foto-contact
Ausgabe 10/2023 ist der
5. September 2023.**

Senden Sie uns einfach ein Fax an:

0 21 02/20 27 49 oder

eine E-Mail an:

b.kloms@cat-verlag.de

Inserentenverzeichnis

Cewe 2. U.
Hamburg Messe + Congress 7
Photo+Medienforum Kiel Wendeumschlag
Personal- und Kleinanzeigen 25.

**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



Autorisierte Vertragswerkstatt
Panasonic SONY TAMRON



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

Ankauf - Verkauf
gebrauchter Fotogeräte,
Minilabs und Laborgeräte.
Fotoservice Jungkuz
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 Kloms

Anzeigen:

Thomas Blömer (verantwortlich),
Barbara Kloms
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 51 v. 1. Januar 2023

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Kloms

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

2023

BILDUNGSURLAUBE



PHOTO+MEDIENFORUM KIEL

Aus - und Weiterbildung

Über 20 mehrtägige Workshops rund um die Themen Fotografie und Medien bietet das Photo+Medienforum in Kiel in diesem Jahr an. Die Palette der Inhalte reicht dabei vom Shooting unter professionellen Bedingungen über die Bildbearbeitung bis zur Bildsprache und dem Social Media Auftritt. Die renommierten Dozenten nehmen sich viel Zeit, um zusammen mit den Teilnehmenden in die Tiefe eines Themas einzutauchen und einen nachhaltigen Lernerfolg aber auch viel Spaß zu bieten.



UNSER GESCHENK FÜR SIE

Neu in 2023 ist eine Kooperation mit FotoTV. Beiträge der online Video-Plattform werden in Kiel genutzt, um Themen weiter zu vertiefen. Und alle, die einen Workshop/Bildungsurlaub buchen, erhalten den FotoTV Zugang für 3 Monate kostenlos.

Photo+Medienforum Kiel
Feldstraße 9-11
24105 Kiel

www.photomedienforum.de

THEMEN

Bildbearbeitung,
Portraitfotografie,
Produktfotografie, Marketing,
Social-Media, Farbmanagement,
Filmen, Photogrammetrie, CGI,
Kreativitätstechniken, Beauty,
Bildsprache, Dunkelkammer

ANERKENNUNG

In den Ländern Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Hamburg, Bremen, Hessen (außer 3-Tages und Online-Kurse) und Berlin kann für den Besuch der Kurse Bildungsurlaub beantragt werden.

Alle Kurse können selbstverständlich auch als "normale" Workshops gebucht werden.

KOSTEN

5-Tage: 590,- Euro
3-Tage: 350,- Euro



17.00 Uhr Kamingsgespräch / 5:00 p.m. Fireside chat



17.00 Uhr / 5.00 p.m.

Teilnehmer: Thilo Röhrig, Geschäftsführer von Ringfoto

Moderation: Thomas Blömer

Participant: Thilo Röhrig, CEO of Ringfoto

Moderation: Thomas Blömer

Intelligente Konzepte für den Fotohandel

Während seit Jahren immer weniger Kameras verkauft werden, ist der Marktanteil des Fofofachhandels stetig gewachsen. Ringfoto, Europas größte Handelskooperation für Foto und Imaging, meldet deshalb ein Rekordergebnis nach dem anderem. Können sich die Beteiligten also zurücklehnen und entspannen? Thilo Röhrig, der im Herbst 2022 die Geschäftsführung von Ringfoto übernommen hat, spricht mit Thomas Blömer darüber, wie er die Kooperation und Branche seit seinem Einstieg bei Ringfoto erlebt, vor welchen Herausforderungen der Fotohandel steht und mit welchen intelligenten Ideen und Konzepte die Zukunft des qualifizierten Vertriebs von Fotoprodukten und -dienstleistungen gesichert werden kann.

Intelligent concepts for photo retailing

While the camera market has been declining in volume for many years, the market share of the specialty photo retailers has grown steadily. As a result, Ringfoto, Europe's largest buying group for photo and imaging, has been recording record results for many consecutive years. Is this a reason to sit back and relax? Thilo Röhrig, who took over the management of Ringfoto in Fall 2022, talks with Thomas Blömer about how he has experienced the organization and the industry since he started in his position, which challenges the specialty photo retailing trade faces and which intelligent ideas and concepts are needed to safeguard the future of qualified marketing and distribution of photo and imaging products and services.

17.35 Uhr Schlusswort / 5:35 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.

Gold-Sponsoren

Canon

cewe

Silber-Sponsoren

allcop
Emotionen werden Unikats

FELIX SCHOELLER

**my.ai
print**

SHIFTCAM

Partner
Marktforschung

GfK
An NIQ
Company

Fachhandels-
partner

RINGFOTO

supported
by

PIV
WE ARE IMAGING

17.45 Uhr Networking Reception / 5:35 p.m. Networking Reception

GEHEIM!

TOP
SECRET!

15.20 Uhr / 3:20 a.m.

Geheim! Top Secret!

Innovation Impuls: Referent und Thema noch unter Sperrfrist
Innovation Impulse: Speaker and topic still under embargo

15.25 Uhr Kaffeepause / 3:25 p.m. Coffee break



15.45 Uhr / 3.45 a.m.

Thorsten Tourbier, Leitung Marketing/Head of marketing, allcop Farbbild-Service

Innovation Impuls: Nachhaltige Bildprodukte am Beispiel des „Fotobuch Natur pur“

**Innovation Impulse: An example of a sustainable photo product:
The “Fotobuch Natur pur“**



15.50 Uhr / 3.50 p.m.

Simon Diegmann, Mitgründer und CEO, neurapix UG, co-founder and CEO, neurapix UG

Fotos in Echtzeit individuell und automatisch bearbeiten lassen

Das 2021 gegründete deutsche Startup Neurapix mit Sitz in Göttingen hat eine Technologie entwickelt, die mit Hilfe künstlicher Intelligenz die individuellen Stile ihrer Anwender bei der Bildbearbeitung erlernt und anwendet. So lassen sich innerhalb von Adobe Lightroom Classic sehr große Mengen Fotos automatisch und vor allem schnell bearbeiten, ohne dass diese in eine Cloud hoch- und wieder heruntergeladen werden müssen. Im Gegensatz zu klassischen Presets passt sich die Neurapix KI verschiedensten Lichtsituationen an. Simon Diegmann stellt dar, wie die Technologie funktioniert und wie Fotografen und Content Creators damit ihre Geschäftsmodelle jetzt und in Zukunft profitabler machen können.

Let photos be edited in real-time individually and automatically

The German startup Neurapix, founded in 2021 and based in Göttingen, has developed a technology that uses artificial intelligence to learn and apply the individual styles of its users in photo editing. This allows for the automatic and, above all, fast editing of large quantities of photos within Adobe Lightroom Classic, without the need to upload and download them to and from a cloud. Unlike traditional presets, the Neurapix AI adapts to various lighting situations. Simon Diegmann explains how the technology works and how photographers and content creators can make their business models more profitable now and in the future.



16.25 Uhr / 4.25 p.m.

Melanie Rudolph, Head of Social Media & Performance Marketing und
Kai Stadelmann, Head of Digital Consulting, rtfm GmbH

Influencer als verlängerte Marketing-Werkbank

In diesem Vortrag geht es um die aktuellen Trends im Influencer-Marketing, das Konzept „Content Creation“ und die Bedeutung von erlebnisbasierter PR für Unternehmen. Im Rahmen eines Panel Talks berichten Influencer und Unternehmensvertreter über ihre Erfahrungen und die Rolle von Influencern im Kundenkontakt. Ein abschließender Ausblick beleuchtet wichtige Erkenntnisse und gibt einen Ausblick auf zukünftige Entwicklungen im Marketing über soziale Medien.

Influencer as an extended workbench in marketing

This presentation is about the current trends in influencer marketing, the concept of “content creation” and the importance of experience-based PR for companies. In a panel talk, influencers and company representatives will report on their experiences and the role of influencers in customer contact. A concluding outlook highlights important learnings and will provide an outlook future developments in marketing through social media.



1:30 p.m.

Marilyn Repp, Deputy Managing Director Mittelstand-Digital Zentrum Handel in the HDE

Intelligent ways into the future of retail

As a sought-after retailing expert, Marilyn Repp has been dealing with digitization, innovations and trends in this sector for many years. At the German Retail Association HDE, she is Deputy Managing Director of the Mittelstand-Digital Zentrum Handel, and as the host of the podcast "The Future of Shopping", she translates the latest technology trends for the industry into concepts for intelligent action. In her speech, Marilyn Repp will outline how owner-managed retail companies can leverage their individual strengths for an exciting future while innovations such as the metaverse, blockchain technologies and Web 3.0 are redefining the rules of the game.



14.05 Uhr / 2.05 p.m.

Nebojsa Savicic, Mitgründer von Plainly/ co-founder of Plainly

Mehr Umsatz mit automatisch erzeugten Videos

Plainly, ein Startup mit Sitz in London (Großbritannien) und Novi Sad (Serbien), hat eine Technologie entwickelt, die aus zahlreichen Fotos oder sogar Texten professionelle Videos erstellt. Damit haben Schul- und Eventfotografen sowie wie Bilddienstleister die Möglichkeit, die Macht der bewegten Bilder nutzen, um ihren Kunden neue Dienstleistungen und Fotoprodukte anzubieten. Nebojsa Savicic, Mitgründer des Unternehmens, stellt die Vorteile der Technologie dar und präsentiert neue Möglichkeiten, mit wenig technischem Aufwand zusätzliche Umsätze zu erzielen.

Additional business with automatic video creation

Plainly, a startup based in London (UK) and Novi Sad (Serbia), has developed a technology that helps businesses to automatically create videos from a number of pictures or even text, enabling school and social photographers as well as imaging service providers to leverage the power of moving pictures to offer new services and products to their customers. The company's co-founder Nebojsa Savicic will explain the benefits of the technology and its capabilities to create new business for the photo and imaging sector fast and easily.



14.40 Uhr / 2.40 p.m.

Benson Chiu, Gründer und CEO von ShiftCam, Founder and CEO of ShiftCam

Innovation Impuls: Die Zukunft der mobilen Content Creation mit ShiftCam **Innovation Impulse: The Future of Mobile Content Creation with ShiftCam**



14.45 Uhr / 2.45 p.m.

Oliver Heinemann, Mitgründer von Khrome, Hamburg/co-founder of Khrome, Hamburg

Film ist nicht tot - Analoge Fotoprodukte und Dienstleistungen **intelligent vermarkten**

Im Juni 2021 eröffnete in Hamburg ein einzigartiges Fotofachgeschäft: Khrome, der Spezialist für analoge Fotografie, bietet ein beeindruckendes Sortiment von Kameras und Filmen an. Inzwischen kam auch ein Laborservice dazu. Mitgründer Oliver Heinemann stellt dar, wie das neue Geschäft von der analogen Community in Hamburg mit offenen Armen empfangen und zum Fixpunkt in der Szene wurde. Und er gibt einen Ausblick auf die Möglichkeiten zur intelligenten Weiterentwicklung des erfolgreichen Konzepts.

Film is not dead - Intelligent marketing of analog photo products and services

In June 2021, a unique photo shop opened in Hamburg: Khrome, the specialist for analogue photography, offers an impressive range of cameras and films. In the meantime, a laboratory service has also been added. Khrome's co-founder Oliver Heinemann shows how the new business was welcomed by the analogue community in Hamburg to become the center of attention in the scene. And he gives an outlook on the possibilities to further develop the successful concept intelligently.

11.25 Uhr / 11.25 a.m.

Haluk Özdemir, Customer Success Manager bei der GfK
Customer Success Manager at GfK

Signals from Noise - KI in der Marktforschung



In diesem Vortrag geht es darum, wie Künstliche Intelligenz in der Marktforschung genutzt werden kann. Denn Machine Learning und künstliche Intelligenz haben die Marktforschung in den letzten Jahren zum Teil grundlegend verändert und sich auch innerhalb des Portfolios der GfK ausgewirkt. Özdemir zeigt die vielfältigen neuen Möglichkeiten, die sich aus den neuen Technologien ergeben, beleuchtet aber auch die Herausforderungen, die damit verbunden sind, und stellt zur Debatte, welche Grenzen beachtet werden müssen.

Signals from Noise - AI in market research

This lecture is about how artificial intelligence can be used in market research. In recent years, machine learning and AI have fundamentally changed market research and have also had an impact within the GfK portfolio. Özdemir shows the many new possibilities that arise from the new technologies, but also examines the challenges associated with them and debates which limits must be observed.

12.00 Uhr / 12.00 a.m

Servi Pieters, Gründer / Founder MyPrint.ai

Innovation Impuls: So entstehen unvergessliche, personalisierte und künstlerische Printprodukte mit generativer KI.



Innovation Impulse: Using Generative AI to create personalized, artistic, and memorable print products.

12.05 Uhr / 12.05 p.m.

Guido Krebs, Channel Manager, ITCG Marketing Management, Canon Deutschland
Channel Manager, ITCG Marketing Management, Canon Germany

Wie KI-Technologien in Canon Consumer Produkten Mehrwerte schaffen



Als führender Kamera-Hersteller setzt Canon KI in seinen Produkten ein. Dabei steht das Unternehmen vor der Herausforderung, mit Hilfe dieser Technologien einerseits Fotos und Videos auf ein Qualitätsniveau zu heben, das früher undenkbar war, andererseits aber die Realität authentisch abzubilden. Zudem ergeben sich neue Möglichkeiten, das Leistungsprofil von Kameras zu individualisieren und den Nutzern zahlungspflichtige Dienste auf der Basis neuronaler Netzwerke anzubieten.

How AI technologies create added value in Canon consumer products

As a result, the company is faced with the challenge of using these technologies to raise photos and videos to a level of quality that was previously unthinkable, and at the same time making sure that reality is captured authentically. In addition, there are new opportunities to customize the performance of cameras and to offer users paid services based on neural networks.

12.40 Uhr Mittagspause / 12:40 p.m. Lunch break

13.30 Uhr

Marilyn Repp, Stellvertretende Geschäftsführerin Mittelstand-Digital Zentrum Handel im HDE
Mit Intelligenz in die Zukunft des Einzelhandels



Als gefragte Handelsexpertin beschäftigt sich Marilyn Repp seit vielen Jahren mit Digitalisierung, Innovationen und Trends. Beim Handelsverband Deutschland leitet sie als stellvertretende Geschäftsführerin das Mittelstand-Digital Zentrum Handel, und als Host des Podcasts „Zukunft des Einkaufens“ übersetzt sie die neuesten Technologie-Trends für die Branche in Konzepte für intelligentes Handeln. In ihrem Vortrag zeigt Marilyn Repp, wie inhabergeführte Einzelhandelsunternehmen ihre Stärken auch in einer Zukunft ausspielen können, in denen Innovationen wie das Metaverse, Blockchain-Technologien und das Web 3.0 die Spielregeln neu definieren.

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

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



Dany Lyons, Gründer und CEO, Lyons Consulting, Founder and CEO, Lyons Consulting

Intelligenz fürs Business

Als Spezialisten für innovative Kommunikations-, Marketing- und Business-Lösungen im Bereich Künstliche Intelligenz (KI) zählen Dany Lyons und sein interdisziplinäres Team namhafte Unternehmen aus Industrie, Fachhandel, Dienstleistung und Telekommunikation zu ihren Klienten. Der Autor des Buchs „Healthy Happy Rich - Dialog mit einer künstlichen Intelligenz“ stellt in seinem Eröffnungsvortrag praxisnah die Chancen dar, die sich durch die neuen Technologien ergeben. Dabei macht er Mut, über die traditionellen Grenzen hinaus zu denken, um neue Geschäftsfelder zu erschließen. Denn KI bietet nicht nur Großkonzernen, sondern auch inhabergeführten Unternehmen spannende Möglichkeiten.

Intelligence for business

As specialists for innovative communication, marketing and business solutions in the field of artificial intelligence (AI), the client list of Dany Lyons and his interdisciplinary team includes well-known companies and brands from industry, specialist retailing, services and telecommunications. In his opening keynote, the author of the book „Healthy Happy Rich - Dialogue with an Artificial Intelligence“ will focus on the opportunities that arise from the new technologies, encouraging businesses to think beyond traditional boundaries in order to open up new growth areas. The message: AI offers exciting opportunities not only for large corporations, but also for owner-managed enterprises.

10.25 Uhr / 10:25 a.m.



Thomas Mehls, Mitglied des Vorstands, Cewe Stiftung & Co. KGaA
Member of the Board of Management, Cewe Stiftung & Co. KGaA

Mit intelligenten Nachhaltigkeitskonzepten zu langfristigem Unternehmenserfolg

Bereits seit 2010 bildet Cewe in einem ausführlichen Nachhaltigkeitsbericht regelmäßig die Wirkung aller Maßnahmen in den Kategorien Umwelt, Soziales und Wirtschaft ab. Der Bild- und Druckdienstleister gehörte zu den ersten Unternehmen in Deutschland, die sich verbindliche Klimaschutzziele gemäß der Science Based Targets Initiative gesetzt haben. Thomas Mehls, der im Vorstand von Cewe u. a. für Marketing und Nachhaltigkeit verantwortlich ist, macht in seinem Vortrag deutlich, wie die intelligente Umsetzung von Nachhaltigkeitskonzepten einen Beitrag zur wirtschaftlichen Zukunftsfähigkeit der Unternehmensgruppe leistet.

Leveraging intelligent sustainability concepts for long-term corporate success

Since 2010, Cewe has regularly published the results of the company's environmental, social and economic measures in a detailed sustainability report. Additionally, Cewe was among the first companies in Germany to commit itself to climate protection targets in accordance with the Science Based Targets initiative. In his presentation, Thomas Mehls, responsible for marketing and sustainability on the board of Cewe, will outline how the intelligent implementation of sustainability concepts contributes to the future economic viability of the Cewe group.

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



11.20 Uhr / 11:20 a.m.

Hendrik Seeger, Senior Vice President, General Manager Felix Schoeller Photo Imaging

Innovation Impuls: Paper made for Life



**DIE GANZE WELT DER
FOTOGRAFIE UND
VIDEOGRAFIE**

**FESTIVAL
OF IMAGING**

photopia-hamburg.com



ImagingExecutives@PHOTOPIA

**„Generative Business Intelligence“
für das Imaging-Geschäft**

20. September 2023

Willkommen auf der PHOTOPIA Hamburg

**Wir begrüßen Sie herzlich zur dritten Ausgabe unserer B2B-Konferenz
ImagingExecutives@PHOTOPIA. Wir haben für Sie ein spannendes Programm
vorbereitet, auf dem viele Ideen vorgestellt werden, wie die Branche das
Imaging-Business mit intelligenten Geschäftsmodellen weiterentwickeln kann.**

Welcome at PHOTOPIA Hamburg

**We warmly welcome you to the third edition of our B2B conference,
ImagingExecutives@PHOTOPIA. We have prepared an exciting
program that features a lot of ideas on how the industry can further develop
the imaging business with intelligent concepts and models.**