

imaging+foto ³ 2024

contact

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

Die neue
Fujifilm X100VI

Die
sechste
Generation

Leica Camera Group meldet drittes Rekordjahr Wachstum made in Germany

Die Leica Camera Group hat im Geschäftsjahr 2022/2023 (1.4.2022 bis 31.3.2023) ein neues Rekordergebnis erzielt. Nach Angaben des Unternehmens stieg der Umsatz um 9 Prozent auf 485 Mio. Euro. S.10

Deutliche Umsatz- und Ergebnissteigerung Cewe auch 2023 im Plus

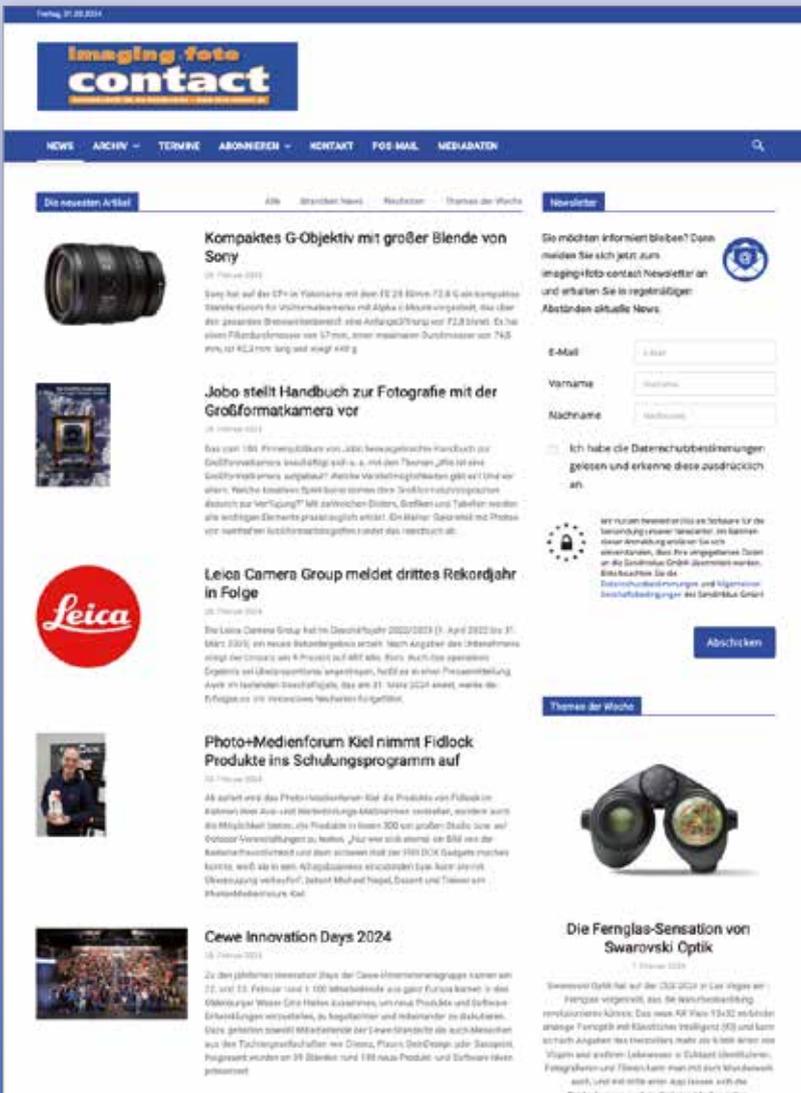
Die Cewe Stiftung & Co. KGaA hat das Geschäftsjahr 2023 nach vorläufigen, noch nicht testierten Zahlen mit einer deutlichen Umsatz- und Ergebnissteigerung abgeschlossen. S.16

Rollei kündigt Rückkehr der Rollei 35 an Moderner Klassiker

Rollei will im Herbst 2024 das legendäre Erfolgsmodell Rollei 35 in modernisierter Form zurückbringen. Damit steht Liebhabern der analogen Fotografie ein interessantes Modell zur Verfügung. S.19

Aktuelle Neuheiten und Branchen-News

auf 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

In Yokohama nichts Neues

Alles bleibt, wie es war

Die gute Nachricht zuerst: Die Foto- und Videomesse CP+, die vom 22. bis 25. Februar im Pacifico Yokohama Congress Center stattfand, hat gegenüber dem Vorjahr die Zahl der Aussteller auf 88 verdoppelt und ist damit zumindest angebotsseitig auf das Vor-Corona-Niveau zurückgekehrt (Besucherzahlen liegen noch nicht vor). Leider bedeutete die gestiegene Masse keinesfalls mehr Klasse: Obwohl es eine echte Herausforderung war, die miserable Neuheiten-Bilanz des Jahres 2023 noch zu unterbieten, ist das der japanischen Kamera-Industrie mit Bravour gelungen.



Thomas Blömer, Verleger

Eine einzige neue Kamera, die Fujifilm X100VI (siehe Seite 20 dieser Ausgabe), erblickte auf der CP+ das Licht der Welt. Damit erreichte die Zahl der Neuheiten nicht einmal das Niveau von 2023, als Canon mit der EOS R8 und der EOS R50 wenigstens zwei wichtige Systemkameras vorstellte. Dazu kamen im vergangenen Jahr noch mehr als zehn neue Objektive japanischer Hersteller, 2024 waren es – großzügig betrachtet – ganze fünf.

Nun sind Neuheiten allein kein Selbstzweck, aber sie haben eine wichtige Funktion: Sie schaffen Aufmerksamkeit für unsere Branche. Für neue Kamera-Modelle wird mehr geworben als für alte, es erscheinen Testberichte, und vielleicht gibt sogar der eine oder andere Influencer seine Erfahrungen auf einschlägigen Plattformen zum Besten. Das alles passiert nun praktisch nicht. Und wenn man sich überlegt, dass der Küchengerätehersteller SharkNinja allein mit der pfiffigen Eismaschine Ninja Creami im vergangenen Jahr 800 Millionen Views auf Tiktok erzielte, dann weiß man nicht, ob man lachen, weinen oder besser Eis essen sollte. Vom Abwarten und Teetrinken hat man ja in unserer Branche inzwischen wirklich genug.

Ironischerweise hatte der japanische Industrieverband CIPA die CP+ 2024 unter das Motto „Nothing stays the same“ gestellt – das kann mit „Nichts bleibt, wie es war“ oder auf gut kölsch „Nix bliev wie et wor“ übersetzen. Leider traf dieses Motto

in keinsten Weise zu: Intelligente Prototypen? Keine! Spannende Visionen führender Branchenköpfe? Fehlannonce! Internationale Aussteller? Einzelfälle! Smartphone-Hersteller? Wo denken Sie hin?

In dieser Ausgabe berichten wir über die jüngsten Aktivitäten des deutschen Kameraherstellers Leica. Die Wetzlarer haben im vorigen Geschäftsjahr nicht nur ein Rekordergebnis erzielt, sondern treiben auch die Partnerschaft mit Xiaomi zügig voran, z. B. durch die Neugründung des Xiaomi x Leica Optical Institutes in Peking; auch eine neue Generation von Xiaomi Smartphones mit Leica Camera System wurde soeben vorgestellt. Kein Zweifel: Leica CEO Matthias Harsch und sein Team machen Ernst mit der Ankündigung, die optische Kompetenz der legendären Marke in die digitale Welt und in Software-Lösungen zu übertragen. Was, um Himmels Willen, tun eigentlich die anderen Kamerahersteller?

Bedauerlich für den Fotohandel ist bei der ganzen Geschichte, dass Leica nur mit ganz wenigen, handverlesenen „Juwelieren“ zusammenarbeitet und darüber hinaus auf den Ausbau seines eigenen globalen Online-Vertriebs und Retail-Netzwerkes setzt. Schade, einen so innovativen Partner können viele Fachhändler gut gebrauchen

Thomas Blömer

Inhalt

Zum Titelbild

Fujifilm: Premium-Kompaktkamera X100VI
Die sechste Generation 20

Editorial

In Yokohama nichts Neues
Alles bleibt, wie es war 3

Wichtiges aus foto-contact.de 6, 8, 13, 18

Verbände

PIV Branchentalk in Kooperation mit Spectaris
Im Zeichen der Nachhaltigkeit 9

Unternehmen

albelli-Photobox Group mit neuem Namen und CEO
Jetzt als Storio group. 7

Leica Camera Group: drittes Rekordjahr in Folge
Wachstum made in Germany 10

Wechsel an der Spitze von Sony Deutschland
Tadato Kimura wird neuer Country Head. . . 14

Wechsel an der Spitze von Sony Deutschland Tadato Kimura wird neuer Country Head



Tadato Kimura (links) folgt am 1. April
John Anderson als Country Head
von Sony Deutschland.

Nach 33 Jahren bei Sony wird John Anderson Ende März 2024 auf eigenen Wunsch aus dem Unternehmen ausscheiden, um sich neuen beruflichen

Aufgaben zu widmen. Für ihn übernimmt am 1. April 2024 Tadato Kimura, bisher Deputy Country Head, als neuer Country Head die Leitung von Sony Deutschland. Mit dem Wechsel in der Geschäftsleitung wird Steffen Feuerpeil, bislang Director of Sales Strategy and Mobile Business, die Position des Marketing Head übernehmen. Er wird weiterhin für den Vertrieb über Mobilfunknetzbetreiber zuständig sein. Als Marketing Head folgt Feuerpeil auf Naoki Sugaya, der nach zwei Jahren in dieser Funktion in die Unternehmenszentrale nach Tokio zurückkehren wird. **Seite 14**

UNTERNEHMEN

Fujifilm: Premium-Kompaktkamera X100VI Die sechste Generation



Mit der nunmehr sechsten Generation der X100 will Fujifilm die Erfolgsgeschichte der Premium-Kompaktkamera fortsetzen. Dazu haben die Ingenieure in die Fujifilm X100VI u. a. einen neuen Bildsensor und einen gehäuseintegrierten Bildstabilisator eingebaut, ohne die kompakte Bauweise wesentlich zu verändern. Damit bleibt das neue Modell ein unauffälliger fotografischer Begleiter mit Ausstattungsmerkmalen, die auch professionellen Ansprüchen genügen können. **Seite 20**

Cewe Innovation Day 2024 Ideen aus 4.000 Köpfen



Zu den jährlichen Innovation Days der Cewe-Unternehmensgruppe kamen am 22. und 23. Februar rund 1.100 Mitarbeitende aus ganz Europa in den Oldenburger Weser-Ems-Hallen zusammen, um neue Produkte und Software-Entwicklungen vorzustellen, zu begutachten und miteinander zu diskutieren. Dazu gehörten sowohl Mitarbeitende der Cewe-Standorte als auch Menschen aus den Tochtergesellschaften wie Cheerz, DeinDesign, Pixum oder Saxoprint. Insgesamt wurden an 39 Ständen rund 180 neue Produkt- und Software-Ideen präsentiert. **Seite 17**

Rollei kündigt Rückkehr der Rolleiflex 35 an Moderner Klassiker



Rolleiflex will im Herbst dieses Jahres das legendäre Erfolgsmodell Rolleiflex 35 in modernisierter Form zurückbringen. Damit steht Liebhabern der analogen Fotografie ein interessantes Modell zur Verfügung. Als Rolleiflex 35AF soll die Neuauflage der 35mm-Kamera genauso kompakt und schön wie das Original werden, aber moderne Funktionen wie z. B. Autofokus bieten. Hergestellt wird das Produkt von MiNT, einem chinesischen Hersteller, der bereits Erfahrung mit Traditionsmodellen für die Sofortbildfotografie hat, die in Deutschland von der Handelsvertretung antonKunze vertrieben werden. **Seite 19**

ZUM TITELBILD

BILDDIENSTLEISTUNGEN

NEUHEITEN

Leica Camera Group: drittes Rekordjahr Wachstum made in Germany



Die Leica Camera Group hat im Geschäftsjahr 2022/2023 (1. April 2022 bis 31. März 2023) ein neues Rekord-

ergebnis erzielt. Nach Angaben des Unternehmens steigt der Umsatz um 9 Prozent auf 485 Mio. Euro. Auch das operative Ergebnis sei überproportional angestiegen, heißt es in einer Pressemitteilung. Auch im laufenden Geschäftsjahr, das am 31. März 2024 endet, werde der Erfolgskurs mit innovativen Neuheiten fortgeführt. [Seite 10](#)

albelli-Photobox Group mit neuem Namen Jetzt als Storio group



Die albelli-Photobox Group, Muttergesellschaft von posterXXL, heißt jetzt Storio group. Zudem hat

der Spezialist für personalisierte Fotoprodukte einen neuen CEO: Alessandro Coppo übernahm am 8. Februar 2024 dieses Amt als Nachfolger von Tristan Money. Mit den Maßnahmen will sich das Unternehmen, das nach eigenen Angaben mit 11 Millionen Kunden einen konsolidierten Umsatz von 340 Mio. Euro erwirtschaftet, für zukünftiges Wachstum strategisch neu ausrichten. [Seite 7](#)

Workshop mit Jobo artisan Analoge Fotografie lebt



Die in Gummersbach ansässige Jobo GmbH bietet Einsteigern und passionierten Fotografen auch in diesem Jahr wieder Workshops an, um das Thema Analoge Fotografie aufleben zu lassen. In den Veranstaltungen geht es u. a. um die Filmentwicklung mit dem Jobo-Prozessor, Fine-Art Printing in der Dunkelkammer, Platinum-Prints mit UV sowie Fotografieren mit dem Zonensystem. Verarbeitet werden Materialien vom Kleinbild über Rollfilm bis zum Großformat. [Seite 26](#)

Drei neue Objektive von Sigma Vom Fisheye bis Supertele



Sigma hat drei neue Objektive angekündigt, die für Kameras mit L-Bajonett sowie Sony E-Mount angeboten werden.

Sie sind in Premium-Preisklassen positioniert und bieten dem Fachhandel so eine hohe Wertschöpfung. Das neue 15mm F1.4 DG DN 500 gehört zur Serie der Art-Objektive, das Supertele 500mm F5.6 DG DN OS und das 70-200mm F2.8 DG DN OS sind Mitglieder der Sports-Familie. [Seite 24](#)

UNTERNEHMEN

SCHULUNG & TRAINING

NEUHEITEN

Bilddienstleistungen

Deutliche Umsatz- und Ergebnissteigerung
Cewe auch 2023 im Plus. 16

Cewe Innovation Days 2024
Ideen aus 4.000 Köpfen. 17

Neuheiten

Xiaomi x Leica Optical Institute gegründet
Neue Smartphones mit Leica Optik. 12

Rollei kündigt Rückkehr der legendären Rollei 35 an
Moderner Klassiker 19

Das neue Lumix S 28-200mm F4-7.1 Macro O.I.S.
Kleines und leichtes Reisezoom. 23

Drei neue Objektive von Sigma
Vom Fisheye bis Supertele 24

Schulung & Training

Workshops bei Jobo artisan
Analoge Fotografie lebt. 26

Impressum 27

Klein- und

Personalanzeigen 27

Immer aktuell:

26. Internationale Naturfototage Fürstfeld 2024

Unter dem Motto „Inseln der Welt“ treffen sich vom 19. bis 21. April natur- und fotointeressierte Gäste auf den 26. Internationalen Naturfototagen in Fürstfeld. Auf dem Programm stehen Vorträge, Seminare und Foto-Workshops sowie ein kostenloses Rahmenprogramm.

Die Eintrittspreise sind abhängig von der Platzkategorie. Premiumplätze liegen am Mittelgang oder auf einer der vorderen Stufen. Die Wochenendkarte kostet im Vorverkauf 110 Euro (Premium) bzw. 90 Euro (Standard) im Vorverkauf, die einzelnen Vorträge kosten im Vorverkauf zwischen 5 Euro und 17 Euro. Die verschiedenen Workshops (15) und Seminare (10) kosten im Vorverkauf zwischen 15 Euro und 169 Euro.

Am Wochenende beginnt dann das kostenlose Rahmenprogramm auf der 7.800 qm großen Veranstaltungsfläche. Verschiedene Märkte laden auf 1.400 qm zur kostenlosen Foto-/Natur-/Reise-Messe mit über 100 Ausstellerständen auf zwei Etagen und im großen Freigelände. Der Besucher kann sich über die verschiedenen Möglichkeiten zu Bildbearbeitung und Bildverwaltung, Fotoreisen und Workshops, Fotobücher und Fotoversicherungen informieren. Auf der großen Kamera-Servicestation bieten die führenden Kamerahersteller einen kostenlosen Service zur Überprüfung und Reinigung der System-Kameras an.

Wechsel in der Geschäftsleitung bei Hama

Nach fast 21 Jahren beim Monheimer Zubehörspezialisten Hama, sieben davon als Mitglied der Geschäftsleitung, wird sich

Wertgarantie: Drittes Wert-Management Modul gestartet

Wertgarantie hat das dritte Modul des in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Managementpsychologie (GMP) aufgesetzten Führungskräfte-Entwicklungsprogramms Wert-Management gestartet. Das Programm soll Führungskräfte im Handel über Wertgarantie qualifizieren und bei der Anlei-



Eva Kaczmarek (Managing Consultant bei GMP) und Thilo Dröge (Geschäftsführer Vertrieb Wertgarantie) wollen mit dem Wertgarantie-Entwicklungsprogramm für Führungskräfte einen Beitrag gegen den Fachkräftemangel im Einzelhandel leisten. Foto: Wertgarantie

tung und Motivation ihrer Mitarbeitenden zur Erreichung von Zielen unterstützen. Damit will der Spezialversicherer auch einen Beitrag gegen den Fachkräftemangel im Einzelhandel leisten.

Wert-Management besteht aus insgesamt vier Modulen, die in verschiedenen Formaten wie E-Learnings, E-Trainings und Präsenz-Workshops angeboten werden. Nach dem E-Learning Basis-Modul und dem vorrangig trainingsbasierten Aufbau-Modul ist jetzt das Ergänzungs-Modul mit dem Titel „Das Selbstverständnis motivierender Mitarbeiterführung“ an der Reihe. Es wird optional als Modul angeboten und kann als offenes Training von GMP sowohl inhouse als auch an zentralen Standorten durchgeführt werden.

Als viertes und abschließende Modul soll ein Umsetzungs-Workshop mit allen Führungskräften und Mitarbeitenden eines Unternehmens folgen, um die Ziele des Programms Wert-Management in der Unternehmenskultur fest zu verankern. Alle Informationen sind auf einer speziellen Webseite zusammengefasst.

Maximilian Bartl Mitte nächsten Jahres aus dem aktiven Berufsleben verabschieden. Nachfolger ist Michael List, der seit August 2022 beim Monheimer Unternehmen als Sales Director tätig ist und im kommenden Juli in die Geschäftsleitung von Hama berufen wird. In seiner neuen Funktion wird List den nationalen und internationalen Vertrieb des Unternehmens verantworten.

Maximilian Bartl wird bis zu seinem Ausscheiden im Sommer 2025 weiterhin als Prokurist tätig sein und sich in dieser Zeit primär auf die Weiter-

entwicklung und Vermarktung der Dienstleistungsmodelle für Handelspartner kümmert.



Michael List (links) wird im Juli 2024 in die Geschäftsleitung von Hama berufen und tritt die Nachfolge von Maximilian Bartl an, der bis zu seinem Ausscheiden im Sommer 2024 weiterhin als Prokurist tätig sein wird.

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

albelli-Photobox Group mit neuem Namen und neuem CEO

Jetzt als Storio group

Die albelli-Photobox Group, Muttergesellschaft von posterXXL, heißt jetzt Storio group. Zudem hat der Spezialist für personalisierte Fotoprodukte einen neuen CEO: Alessandro Coppo übernahm am 8. Februar 2024 dieses Amt als Nachfolger von Tristan Money. Mit den Maßnahmen will sich das Unternehmen, das nach eigenen Angaben mit 11 Millionen Kunden einen konsolidierten Umsatz von 340 Mio. Euro erwirtschaftet, für zukünftiges Wachstum strategisch neu ausrichten.

Der Transformationsprozess wurde im Rahmen einer internen Eröffnungsveranstaltung angekündigt, die per Livestream aus Amsterdam, London und Barcelona in sämtliche europäischen Büros und Produktionsstätten übertragen wurde. Einer Pressemitteilung folgte wurde danach an allen Standorten der Storio group gefeiert, um den Beginn eines neuen Kapitels in der Unternehmensgeschichte zu zelebrieren.

Wachstum und Wandel

Der bisherige CEO, Tristan Money, stand neun Jahre an der Spitze des

Unternehmens und führte u. a. im Januar 2022 die Fusion mit Photobox erfolgreich durch. Sein Nachfolger Alessandro Coppo war zuvor acht Jahre bei der Boston Consulting Group und 17 Jahre lang bei eBay tätig. Dabei leitete er die Expansion der eBay Classifieds Group, deren Umsatz er von 300 Millionen Dollar auf über 1 Milliarde Dollar steigern konnte. Sein strategischer Fokus auf die Verbindung von Menschen durch innovative Technologien und die Schaffung sicherer, angenehmer Handelserfahrungen sei ein Beweis für seine Fähigkeit, Wachstum und Wandel voranzutreiben, betonte die Storio group. Als CEO könne er auf dem soliden Fundament aufbauen, das Tristan



Alessandro Coppo ist neuer CEO der Storio group.



und das bestehende Führungsteam geschaffen habe.

Die Umbenennung der albelli-Photobox Group in Storio group soll die Entwicklung des Unternehmens und das Ziel widerspiegeln, Menschen die Erinnerung an besondere Momente und Episoden zu ermöglichen. Im Mittelpunkt des Rebrandings der Storio group stehe die überarbeitete Absichtserklärung „To Make Joy Unforgettable“, betonte das Unternehmen.

„Es ist spannend, ein Unternehmen an der Schnittstelle zwischen digitaler Welt und physischem Erleben zu leiten, dessen Produkte zudem in einer tiefen emotionalen Verbindung zu den Kunden stehen“, kommentierte Alessandro Coppo. „Unser Engagement für Innovation und den Aufbau persönlicher Beziehungen sucht seinesgleichen, und ich bin froh, dass ich auf einem soliden Fundament aufbauen kann, das Tristan mit seinem Team geschaffen hat. Unsere neue Markenidentität und unsere Werte werden im Mittelpunkt unseres Engagements für Kunden und Mitarbeiter stehen.“

Kaiser Fototechnik auf Messen und Events

Auch in diesem Jahr wird Kaiser Fototechnik sein Sortiment mit hochwertigen Distributionsmarken, darunter die magnet-mechanischen Zubehörartikel von Fidlock, auf Fach- und Endkonsumenten-Messen präsentieren. So tritt das Unternehmen auf der Ringfoto Road Show (18. – 21. März 2024), den Internationalen Fürstenfelder Naturfototagen (20. – 21. April 2024), der Photo + Adventure Duisburg (8. – 9. Juni 2024) und diversen Hausmessen auf. Auch eine Präsenz auf der Photopia Hamburg, die vom 10. bis 13. Oktober in der Hansestadt stattfindet, werde in Betracht gezogen, heißt es in einer Pressemitteilung.

„Die Erklärungsbedürftigkeit vieler Produkte nimmt zu, und die Angebotsvielfalt erschwert Entscheidungen“, kommentierte Jonas Vogt, Geschäftsführer der Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG. „Daher ist der Erfahrungsaustausch und das persönliche Vertrauensverhältnis heute wichtiger denn je. Online-Messen oder Videokonferenzen können aus



Auch die Marke Fidlock gehört zum Vertriebsprogramm von Kaiser Fototechnik.

unserer Sicht nur eine Ergänzung sein, um neue Handelsbeziehungen aufzubauen.“

Internationale Raumstation erhält Nikon Z 9

Im Januar wurde die spiegellose Nikon Z 9 in die Umlaufbahn zur Internationalen Raumstation (ISS) gebracht und soll den Astronautinnen und Astronauten dabei helfen, die ikonischen und atemberaubenden Bilder der Erde und des Weltraums in herausragender Qualität und Klarheit einzufangen. Insgesamt wurden 13 Z 9, mehr als 15 Nikkor Z-Objektive, darunter Supertele- und Makroobjektive, sowie 15 FTZ II-Adapter an das Weltraumlabor geschickt. Das Frachtraumschiff Cygnus, getragen von der SpaceX Falcon 9-Rakete, startete am 30. Januar 2024 vom Space Launch Complex 40 auf der Cape Canaveral Space Force Station.

Die Z 9 nutzt die neueste spiegellose Technologie und ersetzt den aktuellen Bestand an digitalen Spiegelreflexkameras Nikon D6 und D5 auf der Raumstation, wobei die D5 seit 2017 im Einsatz ist. Seit der Apollo-15-Mission vor mehr als 50 Jahren werden Nikon-Kameras und -Objektive von der NASA für die Weltraumforschung bei verschiedenen Missionen und den Space Shuttles eingesetzt. Seit 1999 werden Nikon-Kameras (die Nikon F5) und Nikkor-Objektive an Bord des Weltraumlabor eingesetzt, um die wissenschaftliche Forschung und Wartung zu unterstützen. Ausrüstung wird sowohl innerhalb der Raumstation als auch im Vakuum des Weltraums in einer speziellen, von der NASA entwickelten „Decke“ eingesetzt.

Im Jahr 2008 erhielt die NASA die

digitale Spiegelreflexkamera D2XS, und 2013 wurden 38 digitale Spiegelreflexkameras Nikon D4 und 64 Nikkor-Objektive an die Besatzung der Raumstation geliefert.

Instax Winterkampagne 2023 mit Jubiläum

Die Winterkampagne 2023, mit der Fujifilm vom 6. November 2023 bis zum 14. Januar 2024 Aufmerksamkeit für die Instax Sofortbildprodukte erzeugte, hat nach Angaben des Unternehmens 257 Millionen Brutto-Mediakontakte erreicht. Dabei



Während der Kampagne wurde die dreimillionste Instax Sofortbildkamera in Deutschland verkauft.

gab es ein besonderes Jubiläum: Im Aktionszeitraum wurde die dreimillionste Instax Sofortbildkamera in Deutschland verkauft. Erst im Oktober 2021 hatte der Hersteller den Verkauf von zwei Millionen dieser erstmals 2009 eingeführten Erfolgsmodelle gefeiert, nachdem die erste Millionengrenze im Januar 2019 übersprungen worden war. Fujifilm setzte bei der Instax Winterkampagne 2023 auf eine breit aufgestellte Multi-Channel-Strategie. Die Werbebotschaften wurden über Plattformen wie Meta (Facebook, Instagram), Pinterest, TikTok, YouTube und das Google-Netzwerk platziert. Zusätzlich gab es Kooperationen mit Influencern und Platzierungen bei Streaming-TV-Diensten.

PIV Branchentalk in Kooperation mit Spectaris

Im Zeichen der Nachhaltigkeit

Erstmals in Kooperation mit dem Industrieverband Spectaris lädt der Photoindustrie-Verband (PIV) am 11. April zum inzwischen schon traditionellen Branchentalk ein. Die Veranstaltung im Hotel Scandic Frankfurt Hafenpark soll in diesem Jahr unter dem Titel „Nachhaltige Unternehmensführung – Wettbewerbsvorteile oder Alibi?“ konkrete Ansätze und Lösungsvorschläge für eine konsequente Nachhaltigkeitsorientierung in der Unternehmensführung aufgreifen.

Nach der Begrüßung durch den Geschäftsführenden PIV-Vorstand Christian Müller-Rieker wird Sebastian Tripp, Geschäftsführer der Panda Fördergesellschaft für Umwelt, das Thema Nachhaltigkeit aus Sicht des WWF in der deutschen Wirtschaft mit Fokus auf technische Konsumgüter darstellen. Der diplomierte Sportwissenschaftler leistet mit der Panda Fördergesellschaft einen Großteil der Unter-

nehmensarbeit des WWF Deutschland und setzt sich dabei für eine nachhaltige Zukunft ein.

Im Anschluss an Tripp wird mit Henning Ohlsson ein guter Bekannter in der Foto- und Imagingbranche das Wort ergreifen. Bis Ende letzten Jahres war er Geschäftsführer Epson DACH und Director Sustainability in der Epson Region EMEAR. Heute leitet er mit seiner Firma Ohlsson Consulting ein Netzwerk von Sustainability Management Consultants und spricht zum Thema „Wie erreiche ich eine ‚Grüne Null‘?“ Über Nachhaltigkeit und ihre konkrete Umsetzung in einer heterogenen Unternehmensgruppe werden Maik Müller, Vorstand der Nynomic AG, und Dietmar Wüller, Gründer und Geschäftsführer von Image Engineering referieren. Den Unterschied zwischen Greenwashing und Greenacting wird in sei-

nem Vortrag über Risiken und Potentiale von Nachhaltigkeitsversprechen Tobias Biró, Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM) erklären. Anschließend stellt Jens Hermann Paulsen, Direktor des Deloitte Blockchain Institutes, dar, wie sich Blockchain-Technologien im Lieferkettenmanagement auf Transparenz, Effizienz und Nachhaltigkeit in Unternehmen auswirken. Zum Abschluss des Vortragsprogramms gibt Prof. Dr. Jan Oliver Schwarz vom Bayerischen Foresight-Institut der Technischen Hochschule Ingolstadt, einen Ausblick auf die Ergebnisse des Corporate Foresight-Projekts, das auch von Mitgliedsfirmen des Photoindustrie-Verbandes unterstützt wird. Dabei geht es darum, Veränderungen in Technologien oder Märkten möglichst frühzeitig zu bewerten, ihr Potential zu erkennen und strategisch vorzugehen, um innovative Produkte und zukunftsfähige Geschäftsmodelle zu entwickeln.

Nach dem Vortragsprogramm treffen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Branchentalks auf Einladung der Hamburg Messe und Congress GmbH zu einem Networking-Dinner.

Anmeldungen zum PIV Branchentalk sind bis zum 2. April auf piv-imaging.com möglich. Die Teilnahme kostet für Mitglieder des Photoindustrie-Verbandes und des Industrieverbandes Spectaris 149 Euro pro Person. Weitere Personen aus demselben Unternehmen zahlen 99 Euro, Nichtmitglieder 199 Euro pro Person. Diese Preise verstehen sich zzgl. der gesetzl. MwSt.

PIV Branchentalk: Nachhaltige Unternehmensführung - Wettbewerbsvorteil oder Alibi?

Nachhaltige Unternehmensführung - Wettbewerbsvorteil oder Alibi?

Sebastian Tripp
Panda Fördergesellschaft für Umwelt

Henning Ohlsson
Ohlsson Consulting

Maik Müller
Nynomic

Dietmar Wüller
Image Engineering

Tobias Biró
Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM)

Jens Hermann Paulsen
Deloitte Blockchain Institute

Prof. Dr. Jan Oliver Schwarz
Bayerisches Foresight-Institut

Frankfurt am Main | 11. April 2024 | 12:00-18:00 Uhr

PIV BRANCHENTALK IN KOOPERATION MIT SPECTARIS



Leica Camera Group meldet drittes Rekordjahr in Folge

Wachstum made in Germany

Die Leica Camera Group hat im Geschäftsjahr 2022/2023 (1. April 2022 bis 31. März 2023) ein neues Rekordergebnis erzielt. Nach Angaben des Unternehmens stieg der Umsatz um 9 Prozent auf 485 Mio. Euro. Auch das operative Ergebnis sei überproportional angestiegen, heißt es in einer Pressemitteilung. Auch im laufenden Geschäftsjahr, das am 31. März 2024 endet, werde der Erfolgskurs mit innovativen Neuheiten fortgeführt.

„Die Marke Leica steht seit jeher für optische Kompetenz ‚Made in Germany‘ und für technische Innovationen, zuletzt im Bereich der Content Authenticity Technology“, kommen-

tierte Matthias Harsch, CEO der Leica Camera AG. „Mit der Markteinführung der Leica M11-P setzt Leica ein Zeichen gegen Fake-Fotos und künstlich generierte Bilder. Als welt-



Die Leica M11-P ist die weltweit erste Kamera, die mit „Content Credentials“ die Authentizität digitaler Bilder nachweisen kann.

weit erste Kamera mit „Content Credentials“, die die Authentizität digitaler Bilder sicherstellt, hat Leica erneut Pioniergeist bewiesen. Dank verstärktem Engagement in zukunftsorientierte Technologiefelder, einem innovativen Produktportfolio und dem konsequenten Ausbau des globalen Vertriebsnetzwerkes erwarten wir auch für das aktuelle Geschäftsjahr eine positive Umsatzentwicklung.“

Erfolgreich mit der Leica M11

Zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren gehört die Messsucher-Kamera Leica M11-Serie, die im laufenden Geschäftsjahr mit der Leica M11 Monochrom (mit Schwarzweiß-Kamerasensor) und der Weltneuheit Leica M11-P weiter ausgebaut wurde. Gerade das letztgenannte Modell (siehe *imaging+foto-contact* 12/2023, S. 8 - 9) gilt als Meilenstein im Leica M-System, das im Jahr 2024 sein 70jähriges Bestehen feiern wird. Aber auch die Vollformatkamera Leica Q3 sowie die Kameras und Objektive aus dem spiegellosen Leica SL-System trugen zum guten Ergebnis des Geschäftsjahrs ebenso bei wie die Produkte aus der Leica Sportoptik (wie Ferngläser und Wärmebildkameras), die den höchsten Umsatz seit ihrer Einführung verzeichneten.

Leica Kameras gelten als Synonym für Langlebigkeit und erzielen im gebrauchten Zustand immer wieder spektakuläre Preise. So wurde eine seltene Kamera der Leica O-Serie aus dem Jahr 1923/24 bei der 40. Leitz Photographica Auction im vergangenen Geschäftsjahr für 14,4 Mio. Euro (inklusive Premium) versteigert; das bedeutete den Weltrekord für die teuerste Kamera der bisherigen Geschichte.

Mit der Eröffnung zusätzlicher eige-



Matthias Harsch, CEO der Leica Camera AG: „Dank verstärktem Engagement in zukunftsorientierte Technologiefelder, einem innovativen Produktportfolio und dem konsequenten Ausbau des globalen Vertriebsnetzwerkes erwarten wir auch für das aktuelle Geschäftsjahr eine positive Umsatzentwicklung.“

ner Stores (mit Leica Galerie) in Paris, Mexico City, Amsterdam und New York hat Leica Camera in den Jahren 2023 und 2024 sein Geschäft in strategisch wichtigen Premiummärkten weiter ausgebaut und verfügt jetzt weltweit über mehr als 100 Monobrand-Stores. Der Verkauf über die eigenen Stores ist gegenüber dem Vorjahr um 16 Mio. Euro (13 Prozent) gestiegen.

Neue Geschäftsbereiche

Der Ausbau neuer Geschäftsbereiche wird fortgesetzt. Im Bereich Mobile Business steht neben der strategischen Partnerschaft mit dem Smartphone-Hersteller Xiaomi die Weiterentwicklung des derzeit ausschließlich in Japan vertriebenen Leitz Phones im Fokus. Mit dem Verkaufsstart des ersten eigenen Cinema TV (Leica Cine 1) ist

Leica zudem in das Home Cinema Segment eingestiegen, um Heimkinoerlebnisse in exzellenter Leica Bildqualität zu ermöglichen.

Die Tochtergesellschaft Leica Eyecare nahm 2023 die eigene Fertigung von Brillengläsern auf, die in Deutschland entwickelt und mit den nach Herstellerangaben europaweit modernsten Fertigungstechnologien produziert werden.

In Zusammenarbeit mit der Tochtergesellschaft Ernst Leitz Werkstätten

bietet Leica auch edle Uhrenkollektionen an, die 2023 um eine Leica ZM Monochrom Edition, die Uhrenmodelle der ZM 11 und eine ZM 1 Gold Limited Edition erweitert wurde.



Die ZM 1 Gold Limited Edition gehört zu der Kollektion edler Leica Armbanduhren.

Xiaomi x Leica Optical Institute gegründet

Neue Smartphones mit Leica Optik

Die Leica Camera AG und der chinesische Smartphone-Hersteller Xiaomi haben die Gründung des Xiaomi x Leica Optical Institute bekanntgegeben, das einen wichtigen Meilenstein für die Smartphone-Industrie darstellen soll. Es wird optische Technologien mit interdisziplinären Wissenschaftsbereichen, darunter die digitale Bildgebung und KI-Technologien, vereinen. In dem Institut wollen Xiaomi und Leica gemeinsam ein optisches System für die Bildgebung von Mobilgeräten sowie einen bahnbrechenden Industriestandard für die optische Leistung mobiler Geräte entwickeln, der neue Qualitätsmaßstäbe setzen soll.

Das Institut bündelt die Kernkompetenzen von Leica und Xiaomi und konzentriert sich auf vier entscheidende technische Faktoren: die Entwicklung hochpräziser, optischer Linsen in kompaktem Formfaktor, das Erzielen hoher Leistungen in der computergestützten Fotografie, die

Das neue Xiaomi 14 Ultra ist mit einem Vierfach-Kamerasystem ausgestattet, dessen Leica Optiken Brennweiten von 12 mm bis 120 mm (KB) bieten. Es ist auch in weiß erhältlich.



Einhaltung strenger optischer Standards für Linsen und die Erforschung und Anwendung modernster, optoelektronischer Technologien.

Für den Aufbau des neuen Instituts haben Xiaomi und Leica erhebliche Mittel investiert und ein gemeinsames Team von über 200 Experten zusammengestellt. Peter Karbe, der als legendärer Optikdesigner für die vierte Generation der Leica Objektive, darunter auch die Noctilux- und die Apo-Serie, verantwortlich zeichnet - wird der Optik-Experte des Instituts, dessen Leitung Zeng Xuezhong, Senior Vice Präsident Xiaomi und Präsident Xiaomi Mobile Phone übernimmt. Stellvertretende Direktoren werden Yi Yan, Leiter des Software Technical Teams von Xiaomi, und Wang Xuanran, General Manager von Xiaomi Camera.

Xiaomi stellt dem Institut umfangreiche F&E-Ressourcen zur Verfügung. Derzeit sind drei große Labore in Peking geplant, die sich auf Kamera-Hardware, Bildgebung sowie objektive und subjektive Bildqualitätsbewertung konzentrieren.

Mit einer Gesamtfläche von 2.644 m² zählten sie zu den besten, größten und am stärksten automatisierten Kameralaboren, heißt es in einer Pressemitteilung.

„Unsere Partnerschaft mit Xiaomi in den letzten zwei Jahren war wirklich bemerkenswert“, kommentierte Matthias Harsch, CEO der Leica Camera AG. „Gemeinsam ist es uns gelungen, die ikonische Leica Fotografie in die Welt der mobilen Bildgebung zu integrieren, zum Beispiel mit unseren gemeinsam entwickelten Leica Summilux Objektiven. Das optische System des neuen Xiaomi 14 Ultra stellt einen Meilenstein unserer Zusammenarbeit dar. Als bisher bestes Summilux-Objektiv für Smartphones wird es die nächste Generation mobiler, optischer Bildgebung anführen. Durch die Gründung des Xiaomi x Leica Optical Institute sind wir in der Lage, hochkarätige Teams beider Seiten im Bereich der Optik zusammenzubringen. Gemeinsam läuten wir eine neue Ära in der Optik für die mobile Bildgebung ein, definieren die

Grenzen der mobilen Bildgebung neu und schaffen ein fortschrittliches, optisches System für die mobile Bildgebung, das der heutigen Zeit entspricht.“

Die Xiaomi 14 Serie

Auf dem Mobile World Congress 2024 in Barcelona stellten Leica und Xiaomi neue Smartphones der Xiaomi 14 Serie vor. Sie markieren die dritte Generation von Mobilgeräten, die im Rahmen der strategischen Partnerschaft der beiden Unternehmen entwickelt wurde, und sind mit Leica Summilux Objektivsystemen ausgestattet.

Im Flaggschiffmodell Xiaomi 14 Ultra ist ein Vierfach-Kamerasystem verbaut, dessen Leica Optiken Brennweiten von 12 mm bis 120 mm (KB) bieten. Die Hauptkamera arbeitet mit einem 1 Zoll großen 50 MP Bildsensor und bietet eine mehrstufige, variable Blende von F/1,63 bis F/4,0. Durch die Vergrößerung der Blendenöffnung von F/1.8 auf F/1.63 wird die Leistung bei schlechten Lichtverhältnissen im Vergleich zum Vorgänger deutlich verbessert.

Komplettiert wird das Vierfach-Kamerasystem durch eine Leica 75mm Telekamera mit Floating-Fokusgruppe, eine Leica 120mm Periskopkamera und eine Leica 12mm Ultraweitwinkelkamera. Der kürzlich eingeführte „Fastshot-Modus“ bietet dank der variablen Blende jetzt mehr Möglichkeiten. So wird der Fokuspunkt manuell eingestellt, um Verzögerungen bei Schnappschüssen zu vermeiden.

Videos kann das Xiaomi 14 Ultra in 8K mit 30 Bildern pro Sekunde bei voller Brennweite aufnehmen. Für Nachbearbeitungen stehen 5fache Zeitlupeneffekte mit 4K 120fps-Aufnahmen und Full-Range-Zooming bei 60fps in 4K-Auflösung zur Verfügung. Das neue UltraRAW 2.0 bietet



Die Dreifach-Kamera des Xiaomi 14 deckt einen Brennweitenbereich von 14 mm bis 75 mm (KB) ab.

mehr Nachbearbeitungsmöglichkeiten und kann lineare Dateien mit bis zu 16 Bit erzeugen.

Zur neuen Smartphone-Serie gehört auch das Xiaomi 14, dessen Dreifach-Kamera einen Brennweitenbereich von 14 mm bis 75 mm (KB) abdeckt. Die Hauptkamera ist mit Leica Summilux-Objektiven ausgestattet und bietet eine Anfangsöffnung von F/1,6, die Auflösung der Leica 14mm Ultraweitwinkelkamera wurde auf 50MP erhöht. Das bewährte Leica 75mm Teleobjektiv macht bereits ab einem Mindestabstand von nur 10 cm scharfe Bilder. Wie bei der Xiaomi 13 Serie stehen beim Xiaomi 14 mit dem von Leica entwickelten „Leica Authentic Look“ und dem „Leica Vibrant Look“ zwei unterschiedliche Bildprofile zur Verfügung. Zusätzlich wird dank einer bewusst reduzierten Vignettierungskorrektur ein geringer Lichtabfall zwischen der Bildmitte und den Ecken erzeugt, um den charakteristischen Look eines mit einem Leica Summilux Objektiv aufgenommenen Bildes zu erzielen.

Photo+Medienforum Kiel: Fidlock Produkte im Programm

Ab sofort wird das Photo+Medienforum Kiel die Produkte von Fidlock im Rahmen ihrer Aus- und Weiterbildungs-Maßnahmen vorstellen, sondern auch die Möglichkeit bieten, die Produkte in ihrem 300 qm großen Studio bzw. auf Outdoor-Veranstaltungen zu testen.

Die Kieler Institution pflegt einen engen Kontakt zur Foto- und Imaging-Branche, heißt es in einer Pressemitteilung, um die neuesten Trends und Produktentwicklungen aktiv in ihre Lehrpläne aufzunehmen. „Von den praktischen Gadgets, die Fidlock sowohl für Smartphone-User als auch Hobby- und Profifoto-



Michael Nagel, Dozent und Trainer am Photo+Medienforum Kiel.

grafien entwickelt hat, ist die „Kieler Fotoschule“ mehr als begeistert“, erklärte Michael Nagel, Dozent und Trainer am Photo+Medienforum Kiel, der die analogen und digitalen Episoden der Fotografie in vielen Facetten erlebt hat.

Wechsel an der Spitze von Sony Deutschland

Tadato Kimura wird neuer Country Head



Tadato Kimura (links) folgt am 1. April John Anderson als Country Head von Sony Deutschland.



Nach 33 Jahren bei Sony wird John Anderson Ende März 2024 auf eigenen Wunsch aus dem Unternehmen ausscheiden, um sich neuen beruflichen Aufgaben zu widmen. Für ihn übernimmt am 1. April 2024 Tadato Kimura, bisher Deputy Country Head, als neuer Country Head die Leitung von Sony Deutschland. Mit dem Wechsel in der Geschäftsleitung wird Steffen Feuerpeil, bislang Director of Sales Strategy and Mobile Business, die Position des Marketing Head übernehmen. Er wird weiterhin für den Vertrieb über Mobilfunknetzbetreiber zuständig sein. Als Marketing Head folgt Feuerpeil auf Naoki Sugaya, der nach zwei Jahren in dieser Funktion in die Unternehmenszentrale nach Tokio zurückkehren wird.

John Anderson habe während seiner langen Karriere bei Sony Europe maßgeblich zum Unternehmenser-

folg in den europäischen Märkten beigetragen, betonte Sony in einer Pressemitteilung. Vor seiner Tätigkeit

als Country Head von Sony Deutschland verantwortete er die Geschäftsleitung von Sony in Großbritannien und Irland, zuvor war er als Vice President Home Entertainment & Sound sowie als Vice President Customer Services Europe im europäischen Headquarter tätig, wo er eine Turnaround- und Transformationsphase des Geschäfts leitete.

„Ich hatte in den letzten 33 Jahren eine spannende Laufbahn bei Sony, und es ist ein Privileg, so lange mit dieser herausragenden Marke verbunden gewesen zu sein“, kommentierte Anderson. „Gleichzeitig sehe ich, dass es jetzt ein guter Zeitpunkt ist, den Staffeln an die nächste Generation weiterzugeben. Mit Tadato Kimura als meinem Nach-

folger, Steffen Feuerpeil als neuem Marketing Head sowie Ulf Schreurs und Frederik Lange als Vertriebsdirektoren hat Sony Deutschland ein Senior Management-Team mit hervorragender fachlicher Kompetenz. Ich wünsche dem Unternehmen das Allerbeste für die Zukunft.“

Erfahrener Manager

Andersons Nachfolger Tadato Kimura hat große internationale Erfahrung, denn von seinen mehr als 25 Jahren bei Sony hat er 21 Jahre in Positionen außerhalb Japans verbracht. Dabei war er unter anderem Marketingleiter von Sony China, Vice President & Head of Region APAC, Vice President & Head of Premium Category Business Management bei Sony Mobile Communications sowie Senior General Manager von Sony Indien.

Seit September 2023 ist Kimura als Deputy Country Head bei Sony Deutschland tätig. In seiner neuen Position als Country Head will er ab 1. April die erfolgreiche Strategie seines Vorgängers fortsetzen und wertehaltige Konzepte entwickeln, bei denen die Partnerschaft mit dem Fachhandel eine wichtige Rolle spielt. Angesichts der aktuellen Marktentwicklungen im TV-Geschäft

sieht Kimura die Steigerung der Profitabilität in diesem Segment als besonders wichtige Aufgabe an. Dafür will er zusammen mit den Handelspartnern Zielgruppen adressieren, die gemeinsame Interessen haben. Für Heimkino-Produkte seien das z. B. Sportfans, Spielfilm-Enthusiasten und Gamer, sagte Kimura bei einem Pressegespräch auf der KOOP. Ähnliches gelte auch für das Audio-Geschäft und die Foto-Produkte.

Bewährtes Management

In seiner neuen Position kann sich Kimura auf ein bewährtes Management-Team stützen: Es besteht aus Steffen Feuerpeil, der auch als neuer Marketing Head für den Vertrieb über Mobilfunknetzbetreiber zuständig bleibt, Ulf Schreurs, der als Director of Multi-Channel-Einzelhandel für MSH, Buying Groups und den regionalen Außendienst verantwortlich ist, und dem Director of Etail, Fotoeinzelhandel und B2B, Frederik Lange. Alle drei Manager blicken auf erfolgreiche Karrieren bei Sony zurück: So ist Steffen Feuerpeil seit 2005 bei Sony und arbeitete u. a. in der Strategieabteilung der Unternehmenszentrale in Tokio sowie als Director of Global Analytics in San

Francisco. Danach war er bis 2017 als Head of Etail, Hypers & B2B bei Sony Deutschland tätig, bevor er bis 2019 die Position des Head of Regional Sales ausfüllte. Nach einem Jahr Mid-Career Master Studium an der Harvard University/USA übernahm Feuerpeil 2020 die Leitung der Mobil-Sparte von Sony Deutschland.

Ulf Schreurs begann seine Karriere bei Sony Deutschland im Jahr 2007, zunächst als Senior Product Manager TV, bevor er 2014 als Head of Digital Imaging Business die Verantwortung für das Kamerageschäft übernahm. Von 2019 an war Ulf Schreurs als Head of Region Sales für die Leitung des gesamten Regionalvertriebs verantwortlich.

Frederik Lange arbeitete zu Beginn seiner Tätigkeit bei Sony ab 2004 in Weybridge/UK. Mehrere Jahre war er dann in Logistik und Marketing im pan-europäischen Headquarter tätig, 2016 übernahm er als Category Head die Verantwortung für den Bereich Digital Imaging auf dem britischen und irischen Markt. Drei Jahre später wechselte Frederik Lange in den Sales-Bereich als Head of Photo Specialists Channel, bevor er 2020 als Head of Digital Imaging Business zu Sony Deutschland kam.



In seiner neuen Position wird Tadato Kimura von einem erfahrenen Management-Team unterstützt: v. l. Steffen Feuerpeil, der auch als neuer Marketing Head für den Vertrieb über Mobilfunknetzbetreiber zuständig bleibt, Ulf Schreurs, Director of Multi-Channel-Einzelhandel für MSH, Buying Groups und den regionalen Außendienst, und Frederik Lange, Director of Etail, Fotoeinzelhandel und B2B.

Deutliche Umsatz- und Ergebnissteigerung

Cewe auch 2023 im Plus

Die Cewe Stiftung & Co. KGaA hat das Geschäftsjahr 2023 nach vorläufigen, noch nicht testierten Zahlen mit einer deutlichen Umsatz- und Ergebnissteigerung abgeschlossen. Nach Angaben des Unternehmens stieg der Gruppen-Umsatz einschließlich der im Dezember 2023 veräußerten Gesellschaft futalis um 6,5 Prozent oder 47,8 Mio. Euro auf 788,8 Mio. Euro (2022: 741,0 Mio. Euro), das operative Ergebnis (EBIT) der Cewe Gruppe legte um 11 Prozent auf 81,6 Mio. Euro (2022: 75,6 Mio. Euro) zu.

Der Oldenburger Bild- und Druckdienstleister hatte für 2023 einen Gruppen-Umsatz in der Bandbreite von 720 bis 780 Mio. Euro. und ein EBIT von bis zu 82 Mio. Euro geplant. „Hinter diesen überzeugenden

Zahlen steht ein Team, das im Jahr 2023 erneut Millionen Menschen in ganz Europa glücklich gemacht hat“, erklärte Yvonne Rostock, Vorstandsvorsitzende der Cewe Stiftung & Co. KGaA. „Denn das ist unser Versprechen, besonders zu Weihnachten: Hochwertige, einzigartige Produkte voller persönlicher Erinnerungen – pünktlich und zuverlässig zugestellt. Gemeinsam mit unseren Handelspartnern schreiben wir somit eine großartige Erfolgsgeschichte fort.“

Cewe werde weiterhin fokussiert in Innovationen, immer nachhaltigere Produkte höchster Qualität sowie endkundenorientierte und reichweitenstarke Markenkommunikation investieren, fügte Rostock hinzu. Wichtigste Kennzahl sei dabei die als ‚Net Promoter Score‘ gemessene Kundenzufriedenheit, die auch 2023 im Vergleich zu den Vorjahren noch einmal gestiegen sei.

Gutes viertes Quartal

Die für Cewe traditionelle Saisonspitze im Weihnachtsgeschäft des vierten Quartals hat auch 2023 maßgeblich zum Jahreserfolg beigetragen: Der Gruppen-Umsatz legte im vierten Quartal um 3,3 Pro-

zent auf 327,0 Mio. Euro zu, das Gruppen-EBIT verbesserte sich um 4,6 Mio. Euro bzw. 5,9 Prozent auf 81,6 Mio. Euro. Dabei konnte Cewe weiter von seiner frühzeitigen Transformation in ein Online-Geschäftsmodell profitieren: Sowohl der Trend zum Fotografieren mit dem Smartphone als auch einfach online oder mobil über Apps bestellbare Fotoprodukte treiben nach Angaben des Unternehmens das Wachstum. Gemeinsam mit seinen starken Handelspartnern, die mit über 20.000 Ladengeschäften in Europa Garant für einen kunden-nahen Service sind, entwickle Cewe den Fotomarkt durch Innovationen kontinuierlich weiter, betonte das Unternehmen in einer Pressemitteilung.

Die Gesamtanzahl der verarbeiteten Fotos (für alle Cewe-Produkte) stieg im Berichtsjahr um 4,8 Prozent auf 2,39 Mrd. Stück. Das Flaggschiff-Produkt Cewe Fotobuch bestätigte seine Relevanz für das Unternehmen mit einem Plus von 3,4 Prozent; insgesamt setzte Cewe im Jahr 2023 6,1 Mio. Exemplare (Vorjahr 5,85 Mio.) ab.

Auch das Geschäftsfeld Kommerzieller Online-Druck und der Einzelhandel haben nach vorläufigen Berechnungen das Geschäftsjahr 2023 mit einem deutlich verbesserten Ergebnis abgeschlossen. Dazu trugen zum einen die Bestpreisgarantie sowie die verbesserte Produktions- und Kostenstruktur im Kommerziellen Online-Druck, zum anderen die verbesserte Filialstruktur im Einzelhandel bei.



Cewe Innovation Days 2024

Ideen aus 4.000 Köpfen

Zu den jährlichen Innovation Days der Cewe-Unternehmensgruppe kamen am 22. und 23. Februar rund 1.100 Mitarbeitende aus ganz Europa in den Oldenburger Weser-Ems-Hallen zusammen, um neue Produkte und Software-Entwicklungen vorzustellen, zu begutachten und miteinander zu diskutieren. Dazu gehörten sowohl Mitarbeitende der Cewe-Standorte als auch Menschen aus den Tochtergesellschaften wie Cheerz, DeinDesign, Pixum oder Saxoprint. Insgesamt wurden an 39 Stunden rund 180 neue Produkt- und Software-Ideen präsentiert.

Unabhängig von ihrer Position und ihrem Tätigkeitsbereich konnten sich alle Kolleginnen und Kollegen vor Ort zu den vorgestellten Ideen austauschen und Feedback geben. Denn Innovation wird bei Cewe traditionell als Teamarbeit verstanden, die nicht alleine der Forschungs- und Entwicklungsabteilung vorbehalten ist. Darum spricht das Unternehmen gerne von 4.000 Innovatoren, die im Fotofinishing und kommerziellen Onlinedruck arbeiten.

Zu den Innovation Days gehörten neben einer großen Abendveranstaltung auch Betriebsführungen für auswärtige Kolleginnen und Kollegen am Standort Oldenburg. Ein Höhepunkt am Freitag war der Impulsvortrag, in dem Ranga Yogeshwar, Physiker und Wissenschaftsjournalist, seine Sicht des Themas Künstliche Intelligenz (KI) vorstellte und in einer anschließenden Diskussionsrunde zahlreiche Fragen beantwortete. Dabei wurde noch einmal deutlich,



In einem Impulsvortrag stellte der Physiker und Wissenschaftsjournalist Ranga Yogeshwar seine Sicht des Themas Künstliche Intelligenz (KI) vor.

dass KI die nächste Transformation vorantreiben könnte.

Aus der KI das Beste machen

Denn nach Ansicht von Yogeshwar steht der Umbruch durch KI nicht erst bevor, sondern hat schon begonnen.



Innovation als Teamwork: Rund 1.100 Mitarbeitende aus ganz Europa kamen in den Oldenburger Weser-Ems-Hallen zusammen, um auf den Cewe Innovation Days neue Produkte und Software-Entwicklungen vorzustellen und zu diskutieren.

Bilddienstleistungen

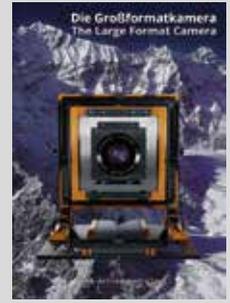
Maschinen mit dieser Technologie seien bereits heute Teil des menschlichen Alltags: „Mit Blick auf die Fotografie heißt das, dass immer mehr Bilder künstlich generiert werden“, sagte der Wissenschaftsjournalist. „Die Scheinwirklichkeit der KI wird unsere Lebenswirklichkeit prägen.“ Zwar seien Fotos ebenfalls eine Interpretation der Wirklichkeit, doch es werde den Menschen künftig schwerer fallen, künstliche von authentischen Bildern zu unterscheiden, stellte Yogeshwar fest.

Deshalb will Cewe die aktuellen Entwicklungen proaktiv begleiten und KI in die Unternehmensstrategie integrieren. „Schon immer werden Innovationen bei Cewe von allen Mitarbeitenden mitgestaltet“, betonte die Cewe Vorstandsvorsitzende Yvonne Rostock. „Dies gilt ebenso für die Themen, die uns rund um die Künstliche Intelligenz beschäftigen. So erhalten zum Beispiel alle Kolleginnen und Kollegen einen unkomplizierten Zugang zur KI mittels Cewe GPT. Gleichzeitig arbeiten Expertenteams wie unser Mobile & Artificial Intelligence Campus – kurz MAIC – an der Entwicklung neuer Technologien. Wir nutzen heute schon KI – zum Beispiel zur Qualitätsverbesserung der Fotos, die vorher per WhatsApp versandt wurden.“

KI biete für Cewe ein vielversprechendes Potenzial entlang der gesamten Wertschöpfungskette und für die verschiedenen Stakeholder, fügte Rostock hinzu. „Unser Anspruch ist es, diese mit Verantwortung einzusetzen. Wenn wir KI richtig integrieren, können wir sie als Partner nutzen, der uns assistiert und von Routineaufgaben entlastet – für Konsumenten als Co-Creator, für Mitarbeitende als Co-Worker und für uns als Unternehmen als Co-Pilot.“

Jobo stellt Handbuch zur Fotografie mit der Großformatkamera vor

Das zum 100. Firmenjubiläum von Jobo herausgebrachte Handbuch zur Großformatkamera beschäftigt sich u. a. mit den Themen „Wie ist eine Großformatkamera aufgebaut? Welche Verstellmöglichkeiten gibt es? Und vor allem: Welche kreativen Spielräume stehen dem Großformatfotografen dadurch zur Verfügung?“ Mit zahlreichen Bildern, Grafiken und Tabellen werden alle wichtigen Elemente praxistauglich erklärt. Ein kleiner Galerieteil mit Fotos von namhaften Großformatfotografen rundet das Handbuch ab.



Das Handbuch ist in enger Zusammenarbeit mit dem Profi-Fotografen Detlef Grosspietsch entstanden, der über jahrzehntelange Erfahrung mit der Großformatfotografie verfügt und auch schon für die Publikation zum Platinum Printing Pate gestanden hat, heißt es in einer Pressemitteilung. Das Handbuch kann zum Preis von 16,90 Euro (UVP) erworben werden. Beim Kauf einer Chamonix Kamera gibt es das Handbuch gratis dazu.

Neu: Firmware-Version 2.00 für Nikon Z 8

Die neue Firmware-Version 2.00 ist das erste große Update für die Z 8 seit ihrer Markteinführung. Sie bietet nach Angaben von Nikon eine deutliche Verbesserung der Aufnahmen – sowohl bei Fotos als auch Videos – dank der Integration innovativer Funktionen, die auch in der Nikon Z 9 und der Nikon Z f zum Einsatz kommen.

Die AF-Motiverkennungsoptionen der Z 8 wurden um die Sonderfunktion [Vögel] erweitert, die die Leistung bei der Erkennung von Vögeln vor unterschiedlichen kontrastreichen Hintergründen wie z. B. Wäldern und felsigen Bergen und in verschiedenen Zuständen verbessert.

Mit der Firmware-Version 2.00 für die Z 8 wird auch eine neue Auto Capture-Funktion eingeführt, die automatische Aufnahmen sowohl für Fotos als auch für Videos ermöglicht, indem Auto Capture-Kriterien wie Bewegungs-, Entfernungs- und Motiverkennung vorkonfiguriert werden. Diese Optionen können je nach Anforderung einzeln oder zusammen verwendet werden.

Die neue Pixel-Shift-Aufnahmefunktion, bei der mehrere NEF-Dateien (RAW) mit Hilfe einer speziellen Software zusammengeführt werden, ermöglicht zudem hochauflösende Fotos. Damit lassen sich feinste Details bei z. B. komplexen Motiven – wie Gebäuden und Kunstwerken – mit präziser Wiedergabe der Farben, Texturen und Strukturen des Motivs erfassen.

Darüber hinaus bietet das Firmware-Update eine neue Picture-Control-Konfiguration für Porträts. Dabei werden Porträt-Motive mit hohem Tonwertumfang aufgezeichnet, sodass feinste Details in den Hauttönen erhalten bleiben. Jetzt können weitere Funktionen und Vorgänge der benutzerdefinierten Steuerung zugewiesen werden, was die allgemeine Benutzerfreundlichkeit der Z 8 verbessert, heißt es in einer Pressemitteilung.

Rollei kündigt Rückkehr der legendären Rollei 35 an

Moderner Klassiker



Das endgültige Design der Rollei 35AF ist noch nicht bekannt, soll aber dem des Originals ähneln.

Rollei will im Herbst dieses Jahres das legendäre Erfolgsmodell Rollei 35 in modernisierter Form zurückbringen. Damit steht Liebhabern der analogen Fotografie ein interessantes Modell zur Verfügung. Als Rollei 35AF soll die Neuauflage der 35mm-Kamera genauso kompakt und schön wie das Original werden, aber moderne Funktionen wie z. B. Autofokus bieten. Hergestellt wird das Produkt von MiNT, einem chinesischen Hersteller, der bereits Erfahrung mit Traditionsmodellen für die Sofortbildfotografie hat, die in Deutschland von der Handelsvertretung antonKunze vertrieben werden.

Die Neuauflage der Kompaktkamera soll den Charakter des Originals

bewahren. „Als Antwort auf die Nachfrage nach einer echten kompakten Filmkamera, die für die moderne Zeit konzipiert ist, präsentieren wir die Rollei 35AF“, erklärte Gary Ho, Gründer und CEO von MiNT. „Obwohl das endgültige Produkt viel Ähnlichkeit mit seinem Vorgänger aufweist, hat es eine bemerkenswerte Transformation durchlaufen. Sie ist schneller, einfacher und benutzerfreundlicher.“ Die Rollei 35AF soll die erste 35-mm-Filmkamera werden, deren Autofokus mit der laserbasierten Lidar-Technologie ausgestattet ist, die bisher vor allem in Smartphones

und Drohnen zum Einsatz kam. Auch Saugroboter arbeiten häufig mit Lidar, um Hindernisse zu erkennen und Räume genau zu vermessen. Die Technologie zeichnet sich durch hohe Präzision bei der Fokussierung aus – auch bei großen Blendenöffnungen.

Anders als das Original wird die neue Rollei 35AF mit einem eingebauten Blitz ausgestattet sein. „Die seit drei Jahren bestehende Zusammenarbeit mit MiNT stellt sicher, dass die neue Rollei 35AF den Geist des Originals bewahren kann und dennoch mit neuester Technik ausgestattet ist“, kommentierte Rollei Geschäftsführer Thomas Güttler. „Rollei steuert hierfür wertvolle Einblicke, Erfahrung und Wissen bei. Die Rollei 35AF steht für ein innovatives, gleichzeitig aber auch nostalgisches Fotografie-Erlebnis, das sowohl Liebhaber der analogen Fotografie als auch Technikenthusiasten begeistern wird. Im Herbst wird Rollei den exklusiven Vertrieb der Rollei 35AF in Europa übernehmen.“

Weitwinkel für Nikon Z

Rollei bringt das bisher nur für den Sony E-Anschluss verfügbare Viltrox Objektiv AF 20 mm/2.8 jetzt auch für das Nikon Z-Bajonett zum Preis von 149 Euro (UVP) auf den Markt. Mit einem Gewicht von nur 152 Gramm und nur 5,95 Zentimetern Länge ist es gut zum Mitnehmen geeignet. Dass es den kamerainternen Bildstabilisator unterstützt, erweist sich vor allem beim Videofilmen als nützlich; der kürzeste Aufnahmeabstand liegt bei 19 Zentimetern. Für Firmware-Updates ist das Objektiv mit einem USB-C-Anschluss ausgestattet.



Das Viltrox Objektiv AF 20 mm/2.8 ist kompakt und leicht.

Fujifilm kündigt Premium-Kompaktkamera X100VI an



Die sechste Generation

Mit der nunmehr sechsten Generation der X100 will Fujifilm die Erfolgsgeschichte der Premium-Kompaktkamera fortsetzen. Dazu haben die Ingenieure in die Fujifilm X100VI u. a. einen neuen Bildsensor und einen gehäuseintegrierten Bildstabilisator eingebaut, ohne die kompakte Bauweise wesentlich zu verändern. Damit bleibt das neue Modell ein unauffälliger fotografischer Begleiter mit Ausstattungsmerkmalen, die auch professionellen Ansprüchen genügen können.

In der Fujifilm X100VI steckt ein neuer, rückwärtig belichteter 40,2 Mega-

pixel X-Trans CMOS 5 HR Sensor. Trotz seiner im Vergleich zum Vorgängermodell (26,1 Megapixel) deutlich höheren Auflösung kann der Bildwandler mehr Licht erfassen, so dass jetzt ISO 125 als Standard-Empfindlichkeit zur Verfügung steht und nicht mehr über den erweiterten ISO-Bereich gewählt werden muss. Dieser bietet nun als untere Grenze ISO 64 an. Die höchste Lichtempfindlichkeit liegt unverändert bei ISO 12.800 (erweiterbar auf ISO 51.200). Auf den Sensor fällt das Licht durch das bewährte 23mm F2.0 II Fujinon-Objektiv, dessen Brennweite (35mm KB) sich mit dem optionalen Weitwinkelkonverter WCL-X100 II auf 28mm (KB-Äquivalent) verringern bzw. mit dem Telekonverter TCL-X100 II auf 50mm verlängern lässt. Ein bemerkenswerter Fortschritt ist die gehäuseintegrierte Fünf-Achsen-Bildstabilisierung, die nach Angaben von Fujifilm bis zu sechs Blendenstufen kompensieren kann. Trotz dieser Komponente bleibt die Fujifilm X100VI kompakt:

Sie ist genauso hoch und breit wie die Vorgängerin, die Bautiefe nahm um maximal 2mm zu, und mit einem Gewicht von 521 g ist sie nur 43 g schwerer als die Fujifilm X100V.

Mehr Leistung

Verarbeitet werden die Bilddaten mit dem schnellen X-Prozessor 5, der neue Leistungsmerkmale ermöglicht, darunter ein Autofokus-System mit Motiverkennung, die auf künstlicher Intelligenz basiert. Nach Angaben von Fujifilm erkennt und verfolgt die Kamera automatisch nicht nur Gesichter und Augen von Menschen, sondern hält auch Tiere, Vögel, Autos, Motorräder, Fahrräder, Flugzeuge, Züge, Insekten und Drohnen im Fokus. Dabei kann menschliche Intelligenz nachhelfen, indem man für das Erkennen von Insekten die Einstellung „Vögel“ und für die Wahrnehmung von Drohnen den Modus „Flugzeuge“ wählt. Der AF-Algorithmus berechnet die Motibewegung im Voraus, um in der AF-C-Einstellung die Schärfe auf dem gewünschten

Bildelement zu halten. Die Serienbild-Geschwindigkeit liegt bei 11 (mechanischer Verschluss) bzw. 23 Bildern/s, die kürzeste Belichtungszeit bei 1/180.000 s (elektronischer Verschluss).

Die Fujifilm X100VI bietet insgesamt 20 (Vorgängermodell: 17) Filmsimulationsmodi, darunter den neuen „Reala Ace“ Modus für eine besonders natürliche Farbwiedergabe mit kontrastreicher Tonalität. Als erste Kamera der X100 Serie kann die X100VI Videos in 6,2K/30P aufnehmen und das Motiv mit der Tracking-AF-Funktion während des Filmen verfolgen. Da die Kamera den

Die Bedienung der X100VI erinnert nach Angaben von Fujifilm an eine Zeit, in der jedes Bild eine besondere Bedeutung und über Generationen hinweg Bestand hatte.



Cloud-Dienst „Frame.io | Camera to Cloud“ unterstützt, können Fotos und Videos direkt auf die Plattform hoch-

geladen werden, um den Workflow von der Aufnahme bis zur Bearbeitung zu beschleunigen. →

Fujifilm lädt zur „Fujikina“

Am 6. April 2024 ist es so weit: Fujifilm lädt Fotografie-Fans zur „Fujikina 2024 Berlin“ ein. Die Veranstaltung, die am 6. April im Telegraphenamt im Herzen Berlins stattfindet, richtet sich an erfahrene Profi-Fotografen, ambitionierte Semi-Profis oder kreative Hobbyfotografen. Diesen soll weit mehr als eine herkömmliche Produktpräsentation geboten werden. Fujifilm will sein gesamtes Sortiment für digitale Fotografie und Videofilmen vorstellen und zahlreiche interaktive Elemente anbieten.

Auch die neue Premium-Kompaktkamera X100VI wird auf der Fujikina zu sehen sein. Zudem haben die Besucher Gelegenheit, die Fujifilm X-Serie und das GFX-System aus erster Hand zu erleben. Auf dem Programm stehen zudem Vor-



trräge renommierter Fotografinnen und Fotografen, Live-Shootings, Workshops und Photo Walks sowie ein kostenloser „Check & Clean“-Service für Fujifilm Ausrüstungen. Kameras und Objektive können vor Ort ausgeliehen und ausprobiert werden.

Auf den Live-Bühnen wird ein abwechslungsreiches Programm geboten. Auftreten werden u. a. Stephan Wiesner (Reise- und Landschaftsfotografie), Martin Krolop (Peoplefotografie), Annika und Mathias Koch (Travel Photography), Elke Vogelsang (Hundefotografie) und Bernd Ritschel (Landschafts- und Bergfotografie). In Live-Shootings zeigen Ines Thomsen (Fashionfotografie), Thomas B. Jones (Fotografieren mit Filmsimulationen), Michael Damböck (Actionfotografie), Chris Keller (Videografie) und Anna Cor (Still Life Fotografie) ihre Arbeitsweise. In Workshops zeigen Prof. Stefan Finger (Porträtfotografie) und Martin Krolop (Peoplefotografie) den Einsatz von Kameras der GFX Serie.

„Die Fujikina Berlin ist nicht nur eine Veranstaltung für Fujifilm Fans, sondern für alle, die ihre Leidenschaft für Fotografie entdecken oder vertiefen wollen“, kommentierte Fujifilm Geschäftsführer Bernd Gansohr. „Es geht darum, die Menschen zu inspirieren und ihnen die Möglichkeit zu geben, die Welt der digitalen Fotografie in ihrer ganzen Vielfalt zu erleben.“

Neuheiten

Gute Ausstattung

Zu den wesentlichen Merkmalen der X100 Serie gehört Fujifilms großer Hybridsucher, der wahlweise als optischer Sucher mit 0,52-facher Vergrößerung, 95-prozentiger Bildfeldabdeckung und einer integrierten Korrektur des Parallaxen-Effekts oder als elektronischer Sucher (EVF), der mit 3,69 Millionen Bildpunkten in Echtzeit eine Vorschau des späteren Bildergebnisses zu zeigen vermag, genutzt werden kann. Dabei kann man zwischen den beiden Modi schnell und einfach wechseln. Die X100VI bietet darüber hinaus einen elektronischen Messsucher (ERF). In dieser Einstellung wird rechts unten im optischen Sucher ein kleines EVF-Fenster angezeigt.

Auch die X100VI zeigt sich im typischen, klassischen Design der X100 Serie. Die obere und die untere Gehäuseplatte sind aus massivem Aluminium gefertigt. Wird das 7,6 cm (3 Zoll) große, berührungsempfindliche LC-Display eingeklappt, integriert es sich vollständig in das Gehäuse, damit das elegante Erscheinungsbild der Kamera erhalten bleibt. Die Position der Tasten auf der Rückseite der X100VI wurde so gewählt, dass sie mit der rechten Hand gut bedient werden können. Zur X100VI bietet Fujifilm optionales Zubehör an. Dazu gehören der Adapterring AR-X100 und der Schutzfilter PRF-49, mit denen die Kamera rundum gegen Spritzwasser, Frost und Staub geschützt werden kann. Zudem gibt es die aus

Metall gefertigte Gegenlichtblende LH-X100, und die Ledertasche LC-X100V passt hervorragend zum klassischen Design der X100VI. Die Fujifilm X100VI ist in Silber und Schwarz ab sofort zum Preis von 1.799 Euro (UVP) lieferbar.

Aus Anlass des 90-jährigen Jubiläums von Fujifilm in diesem Jahr bietet das Unternehmen eine Limited Edition der X100VI an, die weltweit auf 1.934 Stück begrenzt ist. Die Jubiläumskamera wird in einer speziellen Box geliefert, die auch einen besonderen Trageriemen, einen Soft-Release-Button und Historienkarten enthält. Auf dem Kameragehäuse sind das Fujifilm Logo aus dem Jahr 1934 sowie die individuelle Seriennummer eingraviert.

Partnerschaft mit World Press Photo

Fujifilm hat mit der World Press Photo Foundation eine strategische Partnerschaft vereinbart. Die unabhängige, gemeinnützige Organisation mit Sitz in den Niederlanden bietet Fotojournalisten und Dokumentarfotografen eine globale Plattform, um vertrauenswürdige Geschichten, die die Zeit widerspiegeln, durch die Kraft der Bilder einem weltweiten Publikum zu vermitteln.

WORLD PRESS PHOTO

Im Rahmen der strategischen Partnerschaft will Fujifilm die World Press Photo

Wettbewerbe sowie die von der World Press Photo Foundation organisierten Ausstellungen unterstützen. Darüber hinaus wird das Unternehmen den Preisträgern des Wettbewerbs Digitalkameras zur Verfügung stellen. Alle weltweiten Gewinner in den vier Kategorien des World Press Photo Contests sollen eine Fujifilm GFX100 II, zwei GF-Objektive, zwei Li-Ionen-Akkus und ein Doppel-Akkuladegerät erhalten. Gemeinsam mit der World Press Photo Exhibition will Fujifilm zudem Workshops in 10 Städten auf verschiedenen Kontinenten veranstalten.

„Wir freuen uns sehr über diese strategische Partnerschaft, die es uns ermöglicht, durch die Kraft der Fotografie zum Wachstum von vertrauenswürdigen Storytelling und globaler Kommunikation beizutragen“, sagte Masato Yamamoto, Director, Executive Vice President und General Manager der Imaging Solutions Division, Fujifilm Corporation. „Durch diese Partnerschaft mit der World Press Photo Foundation unterstützen wir die kreativen Menschen, die in diesem dynamischen Bereich der Fotografie tätig sind.“



Fujifilm will auch die von der World Press Photo Foundation organisierten Ausstellungen unterstützen.

Das neue Lumix S 28-200mm F4-7.1 Macro O.I.S.

Kleines und leichtes Reisezoom

Mit dem Lumix S 28-200mm F4-7.1 Macro O.I.S. stellte Panasonic auf der CP+ ein besonders kompaktes Objektiv für das L-Bajonett vor. Mit 93,4 Millimeter Länge, einem Durchmesser von 77,3 Millimetern und einem Gewicht von nur 413 Gramm sei es das bisher kleinste und leichteste Superzoom der Welt, erklärte der Hersteller. Damit sei es besonders gut für Reise-, Schnappschuss- und Makro-Fotografie, aber auch für Vlogging-Einsätze geeignet.

Tatsächlich trägt das neue Objektiv einiges dazu bei, das Fotografieren und Filmen mit einer Vollformat-Systemkamera komfortabel zu machen: So kommt z. B. eine Ausrüstung, die aus einer Lumix S5II, dem neuen S 28-200mm F4-7.1 Macro O.I.S. und einer der lichtstarken F1,8 Festbrennweiten des Herstellers besteht, auf ein Gesamtgewicht (je nach Festbrennweite) von 1.448 bis 1.508 Gramm, hat Panasonic ausgerechnet.



Das Lumix S 28-200mm F4-7.1 Macro O.I.S. ist vielseitig einsetzbar.

Neben dem Brennweitenbereich von 28 mm Weitwinkel bis 200 mm Telezoom bietet das neue Objektiv auch die Möglichkeit zu Makro-Aufnahmen in halber Lebensgröße (Vergrößerungsfaktor 0,5) bei einem Mindestabstand von nur (bei 28 mm Brennweite) drei Zentimetern zwischen Objektivende und Motiv bzw. 14 Zentimetern ab Bildsensor. Gegen Verwacklungen hilft der Bildstabilisator 5-Achsen-Dual-I.S. 2, der nach Angaben des Herstellers dank verbesserter Algorithmen bis zu 6,5 EV-Stufen kompensieren kann. Wie bei anderen Lumix S Objektiven kann die Blende in Mikroschritten gesteuert werden, der Fokusring lässt lineare und nichtlineare Einstellungen zu. Das erweist sich vor allem bei Videoaufnahmen als sinnvoll; die Unterdrückung von Fokus Breathing wird unterstützt. Das Objektiv ist aus 17 Elementen in 13 Gruppen aufgebaut und enthält

je eine asphärische und UHR-Linse sowie 3 ED-Elemente. Die kreisförmige Blende aus neun Lamellen erzeugt schöne Bokeh-Effekte. Dank seines geringen Gewichts und des ausgewogen balancierten Schwerpunkts ist es auch gut zum Einsatz mit einem Gimbal geeignet. Für die Verwendung unter robusten äußeren Bedingungen ist das Objektiv gegen das Eindringen von Staub und Spritzwasser geschützt; es funktioniert bei Temperaturen von -10 bis +40°C.

Das Lumix S 28-200mm F4-7.1 Macro O.I.S. ist ab April 2024 für 999 Euro (UVP) erhältlich.



Dank seiner kompakten Bauweise ist das Zoom in Verbindung mit einer Vollformatkamera wie der Lumix S5II eine unauffällige Begleitung.

Drei neue Objektive von Sigma

Vom Fisheye bis Supertele

Sigma hat drei neue Objektive angekündigt, die für Kameras mit L-Bajonett sowie Sony E-Mount angeboten werden. Sie sind in Premium-Preisklassen positioniert und bieten dem Fachhandel so eine hohe Wertschöpfung. Das neue 15mm F1.4 DG DN 500 gehört zur Serie der Art-Objektive, das Supertele 500mm F5.6 DG DN OS und das 70-200mm F2.8 DG DN OS sind Mitglieder der Sports-Familie.

Als weltweit erstes F1.4-Fisheye-Wechselobjektiv für das 35mm-Vollformat bietet das 15mm F1.4 DG DN 500 ein – so Sigma wörtlich – „unvergleichliches Auflösungsvermögen, das die herkömmliche Meinung über Fisheye-Objektive auf den Kopf stellt.“ Beim optischen Aufbau aus 21 Elementen in 15 Gruppen setzt der Hersteller vier FLD- und drei SLD- Glaslinsen mit geringer Dispersion sowie zwei asphärische Komponenten ein. Durch die Korrektur von sagittalem Koma und anderen Abbildungsfehlern könne das Objektiv helle Lichtpunkte über den gesamten Bildbereich selbst bei großer Blendenöffnung präzise wiedergeben, betont Sigma. Damit sei es besonders gut für die Astrofotografie geeignet, die hohe Abbildungsqualität bei weit geöffneter Blende

Das Sigma 15mm F1.4 DG DN 500 Fisheye zeichnet sich nach Angaben des Herstellers durch eine besonders hohe Auflösung aus.



erziele aber auch in der Landschafts- und Architektur fotografie ausgezeichnete Resultate. Das gegen das Eindringen von Staub und Spritzwasser geschützte Objektiv ist ab März für 2.129 Euro (UVP) erhältlich.

Neues Zoom-Flaggschiff

Mit einer durchgehenden Lichtstärke von F2,8 ist das 70-200mm F2,8 DG DN OS das neue Zoom-Flaggschiff des japanischen Herstellers. Der High-Speed-Autofokus mit neuem dualen HLA-Antrieb stellt auch bewegte Motive bei Foto- und

Videoaufnahmen zuverlässig scharf, durch den neuen OS2-Algorithmus von Sigma kann der optische Bildstabilisator bis zu 7,5 EV-Stufen kompensieren. Für hohe Abbildungsleistung setzt Sigma sechs FLD- und zwei SLD-Linsen sowie drei asphärische Elemente ein, die integrierte Floating-Fokus-Technologie soll gute Ergebnisse auch im Nahbereich sicherstellen.

Da der HLA-Antrieb besonders leise arbeitet, ist das Objektiv gut für Natur- und Tierfotografie geeignet, der optische Bildstabilisator kann bis zu 7,5 (Weitwinkel) bzw. bis zu 5,5



Das 70-200mm F2,8 DG DN OS ist das neue Zoom-Flaggschiff von Sigma.



Das Supertele Sigma 500mm F5.6 DG DN OS auch gut für Aufnahmen aus der Hand geeignet.

EV-Stufen (Tele) ausgleichen. Dabei steht für statische Motive sowie Tier- oder Sportaufnahmen je ein Modus zur Verfügung.

Ein Blendenring, eine neu entwickelte Stativeschelle und individualisierbare Funktionstasten machen die Handhabung einfach. Das Sigma 70-200mm F2,8 DG DN OS ist ab

März für 1.699 Euro (UVP inkl. Gegenlichtblende) lieferbar.

Handliches Supertele

Dank seiner kompakten und leichten Bauweise ist das Supertele Sigma 500mm F5.6 DG DN OS auch gut für Aufnahmen aus der Hand geeignet, zumal der optische Bildstabilisator

(mit zwei Modi) bis zu fünf EV-Stufen kompensieren kann. Die Begrenzung der Baulänge wurde durch den Einsatz von exklusiven konvexen Linsenelementen erreicht, die nur eine sehr geringe Streuung im Frontbereich aufweisen und zudem zur Aberrationskorrektur beitragen. Das gelte auch für axiale chromatische Aberration, die von der Kamerasoftware nicht korrigiert werden könne, betont Sigma. Die L-Mount-Version des Objektivs kann mit den Sigma Tele-Konvertern TC-1411 (1,4x) und TC-2011 (2x) ohne Beeinträchtigung der AF-Funktion verwendet werden. Um das Gewicht zu begrenzen, setzt der Hersteller an geeigneten Stellen des Gehäuses Materialien wie TSC und Magnesium ein, ohne Kompromisse bei der Stabilität zu machen. Auch das Sigma 500mm F5.6 DG DN OS kommt im März auf den Markt. Es soll 3.199 Euro (UVP) kosten.

Kompaktes G-Objektiv mit großer Blende von Sony

Sony hat auf der CP+ in Yokohama mit dem FE 24-50mm F2.8 G ein kompaktes Standardzoom für Vollformatkameras mit Alpha E-Mount-vorgestellt, das über den gesamten Brennweitenbereich eine Anfangsöffnung von F2,8 bietet. Es hat einen Filterdurchmesser von 67 mm, einen maximalen Durchmesser von 74,8 mm, ist 92,3 mm lang und wiegt 440 g.

Vier asphärische Elemente und zwei ED (Extra Low Dispersion)-Glaselemente sollen für scharfe, detailreiche Bilder mit geringen chromatischen und anderen Aberrationen sowie einer hohen Auflösung von der Bildmitte bis zum Rand sorgen. Eine zirkulare Blende mit 11 Lamellen erzeugt das für die G-Objektive charakteristische schöne Bokeh. Mit einem Mindestabstand von 0,19 m im Weitwinkelbereich und einer maximalen 0,30-fachen Vergrößerung ist das FE 24-50mm F2.8 G auch für Nahaufnahmen mit Autofokus geeignet. Zwei Linearmotoren erlauben schnelles und leises Fokussieren.

In Verbindung mit der spiegellosen Vollformatkamera Alpha 9 III sind Serienaufnahmen mit Geschwindigkeiten von bis zu 120 Bildern pro Sekunde mit AF/AE-Tracking möglich. Das funktioniert nach Angaben von Sony auch bei Filmaufnahmen mit hoher Bildfrequenz (4K 120p oder FHD 240p). Da das Objektiv die Active-Mode-Bildstabilisierung in Kameragehäusen unterstützt, kann es auch für handgeführte Aufnahmen im Gehen eingesetzt werden. Mit kompatiblen Kameras kann auch die Breathing Compensation genutzt werden.

Das FE 24-50mm F2.8 G ist mit einer verstellbaren Fokushaltetaste, einem Blendenring, einem Ein-/Aus-Schalter für die Blendenstufen und Fokuswahlschalter ausgestattet sowie gegen das Eindringen von Staub und Feuchtigkeit geschützt. Es kommt Ende April zum Preis von 1.299 Euro (UVP) auf den Markt.



Workshops bei Jobo artisan

Analoge Fotografie lebt

Die in Gummersbach ansässige Jobo GmbH bietet Einsteigern und passionierten Fotografen auch in diesem Jahr wieder Workshops an, um das Thema Analoge Fotografie aufleben zu lassen. In den Veranstaltungen geht es u. a. um die Filmentwicklung mit dem Jobo-Prozessor, Fine-Art Printing in der Dunkelkammer, Platinum-Prints mit UV sowie Fotografieren mit dem Zonensystem. Verarbeitet werden Materialien vom Kleinbild über Rollfilm bis zum Großformat.

Bereits am 22. und 23. März, jeweils von 10.00 bis 18.00 Uhr, findet unter der Leitung von Detlef Grosspietsch bei Jobo in Gummersbach der Workshop „Das Platinum Print“ statt, der sich sowohl an Einsteiger als auch an Teilnehmer mit Vorkenntnissen richtet. Maximal vier Interessierte können sich anmelden; der Preis beträgt 399 Euro. Darin eingeschlossen ist das Material für ein Platinum Print, das die Teilnehmer mit ihrer Vorlage nach dem Workshop mit nach Hause nehmen können. Der Workshop „Das Platinum Print“ ist auch für den 15. und 16. November, jeweils von 10 Uhr bis 18 Uhr, vorgesehen.



Die in diesem Jahr bei Jobo artisan stattfindenden Workshops lassen die analoge Fotografie wieder aufleben.

Vom 2. bis 6. Mai findet auf Gut „Deutsch-Nienhof“ in der Region Region Rendsburg-Eckernförde von Donnerstag 15 Uhr bis Montag 12 Uhr ein Großformat-SW-Workshop unter der Leitung Urs Bernhard und Volker Wettlin statt. Die beiden Leiter werden die Teilnehmer zu interessanten Orten führen, um das baumreiche weite Land, die typische Siedlungs-Architektur und historisch-technische Bauwerke zu entdecken. Zwei s/w-Negative pro Teilnehmer werden jeden Tag entwickelt, um sie detailliert zu besprechen. Der Workshop mit maximal 8 Teilnehmern richtet sich an Amateur- oder Profifotografen, die ihre Kenntnisse über Fachkameras, analoge Großformatfotografie und Planfilmentwicklung in der herrlichen Umgebung der Endmoränen-Landschaft um den Westensee anwenden und/oder vertiefen möchten. Die Teilnahmegebühr beträgt 800 Euro und beinhaltet vier Übernachtung im Hotel mit Frühstück und Abendessen.

Weitere Infos und Buchung gibt es unter <https://www.ursbernhard.com/fotoworkshop/>. Ebenfalls mit dem Thema Großformat beschäftigt sich der Workshop unter dem Motto „Architektur mit Großformat - Essen Oper - Alvar Aalto“, der am 6. und 7. September jeweils von 10 Uhr bis 18 Uhr in Gummersbach stattfinden wird. Er richtet sich an Fortgeschrittene und wird von Detlef Grosspietsch geleitet. Die Teilnahmegebühr beträgt 349 Euro.

Jobo auf der photopia 2024

Auch in diesem Jahr wird Jobo auf der photopia 2024 sein, die vom 10. bis 13. Oktober in Hamburg stattfindet. Fans der analogen Fotografie finden das Traditionsunternehmen am Stand von Khromeland. Khrome wurde im Juni 2021 in Hamburg als Geschäft für analoge Fotografie eröffnet.



**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
Pioneer PRO **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

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

Anzeigenschluss
für Kleinanzeigen im
imaging+foto-contact
Ausgabe 4/2024
ist der **12. März 2024.**

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

Inserentenverzeichnis

C.A.T.-Publishing
Thomas Blömer GmbH 2. U.

Personal-
und Kleinanzeigen 3. U.

Photo+Medienforum Kiel 4. U.

<p>IMPRESSUM imaging+foto-contact</p> <p>Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und Imagingbranche</p> <p>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</p> <p>Herausgeber: C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH, Geschäftsführer: Thomas Blömer, Martina Blömer</p> <p>Redaktion: Thomas Blömer (verantwortlich), Barbara Klomps</p>	<p>Anzeigen: Thomas Blömer (verantwortlich), Barbara Klomps Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 51 v. 1. Januar 2023</p> <p>Gestaltung: Susanne Blum</p> <p>Vertrieb: Barbara Klomps</p> <p>Satz- und Repro: C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH</p> <p>Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt</p> <p>Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder.</p> <p>Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Haftung übernommen. Rückporto ist beizufügen.</p>	<p>Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen</p> <p>Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.</p> <p>Copyright by C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH</p> <p>Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.</p> <p>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.</p> <p>ISSN: 1430-1121</p>
--	--	---



Foto: Michael Nagel

FILMEN MIT DEM SMARTPHONE – BASIC

18.03. – 22.03.2024

Die Teilnehmenden lernen den gesamten Film-Workflow, von der konzeptionellen Idee über das Storybord, bis zur finalen Postproduktion umfassend kennen und sind in der Lage, ein professionelles Video mit dem Smartphone zu erstellen.

INFOS UND ANMELDUNG UNTER
WWW.PHOTOMEDIENFORUM.DE