

digit!

WWW.DIGIT.DE

DAS PROFI-MAGAZIN FÜR DIGITALE BILDER

1-2026

MAM JJA SON DJF



DEUTSCHLAND: 8,50 €

ÖSTERREICH: 9,50 €

SCHWEIZ: 12,00 CHF

SCHWERPUNKT

Mit KI – und ohne

BIZZ BITS: Joerg Letz Konsequenz auf Kurs | **TWILIGHT ZONE:** Visual Experts Bildagentur mit KI-Service |
PORTFOLIO: Michael Schnabel Weniger ist mehr | **KNOW-HOW:** Nikon Imaging Cloud Bildstile auf Rezept |
SOFTWARE: Affinity vs. Adobe Alternative zum Platzhirschen? | **PRAXISTEST:** Nikon ZR – Hybridkamera mit RED-Genen |
LEICA M EV-1 – ohne Messsucher | **Instax** mini Evo Cinema: Das „Socialiserle“ | **WORKSHOP:** FLUX KI made in Germany |
DIE STORY: Brenda de Vries Kameralos glücklich | **DAS PROJEKT:** Deniz Saylan Liebelei in Wien

MAXIMALE PRÄZISION. MAXIMALE GELASSENHEIT.

Verlassen Sie sich auf die Präzision des neuen **CG3100X**
und lassen Sie Ihrer Kreativität freien Lauf.



31 Zoll, DCI-4K-Auflösung (4096 × 2160 Pixel) für gestochen scharfe Details
Integrierter Kalibrierungssensor für konstante Farbgenauigkeit
Moderne Konnektivität inkl. USB-C-Anschluss mit 94 W PD



Mehr auf [eizo.de](https://www.eizo.de)

TEAMWORK

**Tilo Gockel**→ tilo.gockel@digit.de**Michael Marczok**→ michael.marczok@digit.de**Steffen Rath**→ steffen.rath@digit.de**Peter Schuffelen**→ peter.schuffelen@digit.de**Stefan Steib**→ stefan.steib@digit.de

Alle Beiträge in digit!, die sich mit dem Thema KI und Fotografie beschäftigen, sind mit dem KI-Logo gekennzeichnet – geschrieben wurden sie selbstverständlich von (intelligenten) Menschen.

Registrieren Sie sich für unseren kostenlosen **Newsletter**, um auf dem Laufenden zu bleiben.

→ digit.de/newsletter

→ facebook.com/digit.profinmagazin
→ instagram.com/digit.profinmagazin/
→ twitter.com/digit_de

AUFLÖSUNGS- ERSCHEINUNG

Täglich entstehen Milliarden neue Bilder – teils mit Kameras fotografiert und gefilmt, zunehmend erzeugt von Algorithmen, generativer KI sowie automatisierten Bild- und Überwachungssystemen. Es entsteht ein zunehmend unübersichtlicher Bildkosmos.

Parallel dazu verändern sich die Strukturen in der Foto- und Imagingbranche. Hersteller investieren zunehmend in Social Media und Creator-Marketing, um jüngere Zielgruppen direkt zu erreichen. Das ist nachvollziehbar. Wer heute eine Kamera, ein Smartphone oder ein Zubehöriteil auf den Markt bringt, will dort sichtbar sein, wo die nächste Generation von Nutzern unterwegs ist.

Doch Aufmerksamkeit ist nicht dasselbe wie Einordnung. Influencer können Begeisterung erzeugen. Sie können Reichweite schaffen und Trends verstärken. Was sie nicht immer leisten, ist die systematische Einordnung: technische Hintergründe, ausführliche Vergleiche und die erfahrungsbasierte Bewertung von Produkten und Technologien. Genau deshalb bleibt der Austausch zwischen Industrie, Anwendern und Fachmedien ein wichtiger Bestandteil dieses Ökosystems.

Mit der Technologie verändert sich auch die Rolle der Fotografie selbst. In einer Welt, in der sich Bilder zunehmend generieren lassen, gewinnt die dokumentarische Fotografie eine neue Bedeutung. In anderen Bereichen entwickelt sich die Bildproduktion dagegen in eine neue Richtung. Werbe-, Produkt- und Illustrationsfotografie stehen vor einem tiefgreifenden Wandel: Viele Motive lassen sich heute schneller, flexibler und kostengünstiger mit KI-basierten Werkzeugen erzeugen. Der Prozess, der mit Photoshop und Computer Generated Imaging (CGI) begann, wird durch KI konsequent fortgesetzt. Zwischen diesen Polen bewegt sich die soziale Fotografie: Portrait, Hochzeit oder Reportage. Hier bleibt der Anspruch an Authentizität zentral – gleichzeitig beeinflusst die Bildästhetik aus Social Media die Erwartungen von Auftraggebern und Betrachtern. Die Konsequenz: Natürlichkeit und Inszenierung sind Optionen – im Grunde so wie schon immer, nur mit anderen Werkzeugen.

Auch die Rolle der Fotografie als kulturelles und historisches Medium erlebt eine Renaissance. In der Ära flüchtiger digitaler Bilder wird das fotografische Bild wieder stärker als dauerhaftes Dokument, als künstlerisches Werk und als Teil unseres visuellen Gedächtnisses wahrgenommen.

Die Überschrift „Auflösungserscheinung“ fasst diese Veränderungen symbolisch zusammen. Auflösung bedeutet einerseits Verschwinden. Im technischen – und im übertragenen – Sinn macht sie Details und Zusammenhänge sichtbar.

Ich wünsche Ihnen eine angenehme Lektüre. Bleiben Sie uns gewogen.

Roland Franken



Foto: Tom Barnes

SZENE

- 6 **Deutscher Fotobuchpreis**
DGPh: Otto-Steinert-Preis
- 7 **CEWE:** Auch 2025 erfolgreich
Hahnemühle: Photo-Rag-Papier auf Alu-Dibond
- 8 **Nikon:** 70-200-mm-Objektiv in zweiter Generation
Canon: Ungewöhnliche Perspektiven
Zeiss: Neues Otus-ML-Objektiv
- 10 **Novoflex STACKPRO 1:** Unerreichte Schärfenebenen
Apple: Neues Creator Studio
Aftershoot: Workflow optimieren
Picture Instruments: KI-Bilder einfach erstellen
- 12 **BVPA:** Angemessene Vergütung
- 13 **Irys x WhiteWall:** Von der App an die Wand

EXPERTE

- 14  **„Wir brauchen Menschen mit Konzept und Köpfchen“**
Oliver Kussinger

BIZZ BITS

- 18  **Konsequent auf Kurs**
Joerg Letz

TWILIGHT ZONE

- 22  **„Wären wir in der bildgenerierenden KI nicht aktiv – wir würden untergehen“**
Alice Rauch-Wendlinger und Florian Rauch

PORTFOLIO

- 26 **Weniger ist mehr**
Michael Schnabel

KNOW-HOW

- 36 **Nikon Imaging Cloud:** Rezepte für kreative Looks
- 38 **CEWE:** Interior Trends 2026

PRAXISTEST

- 40 **Evolution in der Mittelklasse**
Canon EOS R6 Mark III und Sony Alpha 7 V

- 44 **Nikon ZR:** Fokus auf Video

- 46 **Sigma BF:** Radikale Reduktion

- 48 **Fujifilm instax mini Evo Cinema:** Das „Socialiserle“

- 50 **Leica M EV1:** M ohne Messsucher

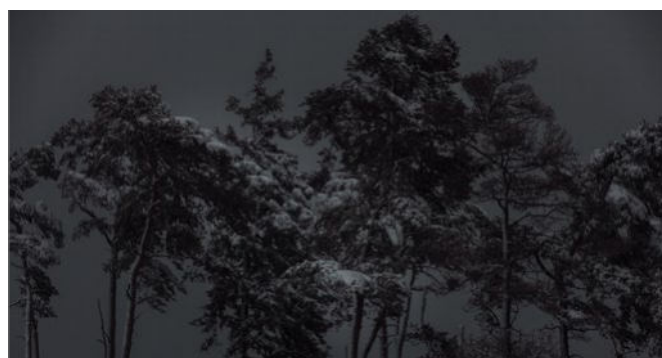
SOFTWARE

- 52 **Konkurrenz für den Platzhirschen?**
Affinity Pixel vs. Adobe Photoshop
- 58 **Aftershoot:** Fotografie-Trends 2026



14 EXPERTE

Oliver Kussinger über die Integration von Lichtbild und KI in der Lehre und die Chancen der Absolventen am Arbeitsmarkt.



26 PORTFOLIO

Michael Schnabels Naturbilder von Bergen und Bäumen sind minimalistisch und laden zum kontemplativen Betrachten ein.



40 PRAXISTEST

Die Mittelklasse macht das Volumen – auch bei der aktuellen Kamerageneration von Canon und Sony.



52 SOFTWARE

Michael Marczok hat ausprobiert, wie konkurrenzfähig der Pixel-Arbeitsbereich der Affinity Suite im Vergleich zu Photoshop ist.



60 WORKSHOP

Eine KI-Plattform aus dem Schwarzwald macht von sich reden.
Tilo Gockel hat FLUX auf dem eigenen Rechner installiert.



66 DIE STORY

Vor drei Jahren entdeckte **Brenda de Vries** Midjourney, legte ihre Kamera beiseite und berichtet von kreativer Befreiung.



72 DAS PROJEKT

Deniz Saylan berichtet über seine wiedergefundene Erzähllust am Beispiel einer Fotoreportage über ein Hotel in Wien.

WORKSHOP

- 60  **KI für Bildermacher (7):**
FLUX – der neue Stern am KI-Himmel?

DIE STORY

- 66  **Kameralos glücklich**
Brenda de Vries

DAS PROJEKT

- 72 **Liebelei in Wien**
Deniz Saylan

WEBCOUT

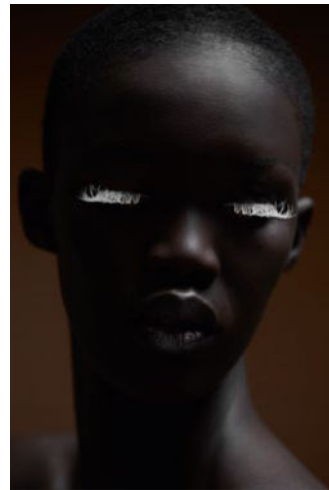
- 78 **This is (not) America**

80 KOLUMNE

Steib geht steil: Utopia mit Perspektive

82 SERVICE | VORSCHAU | IMPRESSUM

Angebote für unsere Leser | Impressum



TITELFOTO

Brenda de Vries
Titel: „Melanine Honey“
Styling, Hair & Make-up: Sonya Bloemhard
Model: Adama Jobe
brendadevries.com

VERLAG UND REDAKTION

Verlag und Herausgeber:
rough concept
Agentur und Verlag GmbH
Hirschbergstraße 32
50939 Köln
Tel. 0221 9411335
Fax 0221 9411336

Geschäftsführer:
Roland Franken/DGPh
(V.i.S.d.P.)

Redaktion:
Redaktion digit!
Hirschbergstraße 32
50939 Köln
Tel. 0221 9411335
Fax 0221 9411336
✉ editors@digit.de

Gestaltung:
Anke Dievernich

Abonentenservice:
digit! Aboservice
Postfach 1331, 53335 Meckenheim
Tel. 02225 7085-340
Fax 02225 7085-399
✉ abo-digit@ips-d.de

Autoren dieser Ausgabe:

Tilo Gockel
Michael Marczok
Steffen Rath
Peter Schuffelen
Stefan Steib



digit! ist Mitglied der
Technical Image Press
Association (TIPA),
www.tipa.com



DEUTSCHER FOTOBUCHPREIS

Die Einreichungsfrist für Titel zum Wettbewerb um den Deutschen Fotobuchpreis 2026/2027 beginnt Mitte April. Ab 15. April bis 15. Juni 2026 können Verlage, Museen, Hochschulen, Herausgeber, Künstler, Autoren, Gestalter usw. aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und dem erweiterten D-A-CH-Raum ihre Titel einreichen. Dazu zählen fotografische Bilder in Buchform, Fotobücher sowie fotografische Text- und Bildbände. Jedes Jahr werden besondere Leistungen von Verlagen, Herausgebern, Autoren und Gestaltern mit dem Fokus auf fotografische Bilder in Buchform ausgezeichnet. Man vergibt Gold-, Silber- und Bronzemedailles in zwölf Kategorien. Sie bilden das Spektrum der fotografischen, gestalterischen, philosophischen und drucktechnischen Möglichkeiten vielfältig ab. Eine unabhängige Experten-Jury ermittelt die Preisträger. Die Regensburger Ausrichter erweiterten den Kategorien-Katalog, um die vielfältige, sich stets verändernde Fotografie- und Fotobuchlandschaft abzubilden. Jetzt kann man auch fototheoretische, fotohistorische und fotophilosophische Publikationen aus den Bereichen der fotografischen Kunst- und Fototheorie, der Philosophie, der Medien- und Kulturwissenschaften sowie der Kunst- und Fotogeschichte einreichen. Im Anschluss an die Preisverleihung gehen die ausgezeichneten Titel ein Jahr lang auf Ausstellungstournee. Anschließend werden alle eingereichten Titel in die Staatliche Bibliothek Regensburg und in die Kunst- und Museumsbibliothek Köln einsortiert. Damit macht man alle Fotobuchtitel jedes Fotobuchjahrganges nicht nur langfristig einer breiten Öffentlichkeit, sondern auch der Wissenschaft zugänglich.

➤ deutscherfotobuchpreis.de

OTTO-STEINERT-PREIS

Die drei diesjährigen Preisträger des Otto-Steinert-Preises – DGPh-Förderpreis für Fotografie stehen fest. Ausgezeichnet wurden Samuel Solazzo (1. Preis), Clarita Maria (2. Preis) und Elliott Kreyenberg (3. Preis). In ihrer Sitzung bestimmte die Jury aus einer Shortlist von zehn Fotoprojekten für den Otto-Steinert-Preis – DGPh-Förderpreis für Fotografie die drei Preisträger. Die Bandbreite der Themen – gesellschaftlich relevant und aktuell – spiegelt sich in den drei ausgezeichneten Projekten wider, die sich mit den existenziellen Fragen wie Akzeptanz, Liebe, Sicherheit, Trauer, Wahrhaftigkeit und Zugehörigkeit beschäftigen. Mit dem 1. Preis wurde Samuel Solazzo (B.F.A. Visuelle Kommunikation an der Bauhaus-Universität Weimar und M.A. Photography Studies and Practice an der Folkwang Universität der Künste, Essen) ausgezeichnet. Der Preis ist verbunden mit einem Stipen-

dium in Höhe von 5.000 Euro zur Förderung der Umsetzung des geplanten Projekts „A Collection of Valuable Copies“. Dessen konzeptionelle Stärke liegt in seiner Kombination aus wissenschaftlicher Archivarbeit und künstlerisch fotografischer Darstellung materieller Kultur anhand der Gipsabguss-Sammlung des Antikenmuseums der Universität Leipzig.

Mit einer Anerkennung (2. Preis) würdigte die Jury das geplante Fotoprojekt „Xola n’abantu“ von Clarita Maria (PhD in Practice | Akademie der bildenden Künste Wien, Diplom Fotografie und Medienkunst an der Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig). Die Arbeit überzeugte durch eine fotografische Idee, mit der sie die Ambivalenzen von Zugehörigkeit, Adoption und familiären Beziehungen sichtbar und emotional erfahrbar macht.



Foto: Clarita Maria

Ebenfalls mit einer Anerkennung (3. Preis) wurde der Fotograf Elliott Kreyenberg (Studium der Fotografie an der Ostkreuzschule für Fotografie Berlin) für seine Projektidee „War Flowers“ geehrt. Dieses Projekt überzeugte die Jury durch eine eindringliche und klare Bildidee, die den Krieg in der Ukraine über ein universelles Symbol erfahrbar macht, das eines der klassischsten Bildvokabeln künstlerischer Darstellungen überhaupt ist – die Blume.

➤ www.dgph.de/preise/steinert

KONSISTENTERE BILDERGEBNISSE

Der deutsche Bildbearbeitungsanbieter Neurapix hat seine KI-Technologie um einen grundlegenden Aspekt erweitert. Die KI bezieht jetzt den Kontext der gesamten Lightroom-Sammlung, die gerade benutzt wird, mit ein. Das Ergebnis sind konsistenter bearbeitete Fotos. Das Ziel vieler Fotografen ist ein homogener Look, der sich durch das gesamte Shooting zieht. Bislang analysierten Bearbeitungs-KIs jedoch jedes Bild einzeln und bearbeiteten es für sich genommen im gewünschten Stil. Der neue Ansatz von Neurapix bezieht auch die anderen Bilder des Projekts mit ein und sorgt für einen einheitlichen Weißabgleich und eine gleichmäßige Belichtung. Bei der Bedienung ändert sich für die Nutzer nur eine Kleinigkeit: Sie können im Neurapix-Bearbeitungsdialog einfach ein Häkchen für „Konsistenz optimieren“ setzen. Damit wird die neue KI aktiviert.

➤ www.neurapix.com/de/

CEWE AUCH 2025 ERFOLGREICH

Die CEWE Stiftung & Co. KGaA hat 2025 nach vorläufigen Zahlen erneut mit einer Umsatz- und Ergebnissteigerung abgeschlossen. Der Gruppen-Umsatz legte danach mit +3,8% auf 864,5 Mio. Euro zu (2024: 832,8 Mio. Euro). Damit erreicht CEWE einen Wert am oberen Ende der eigenen Zielsetzung für 2025 von 835 bis zu 865 Mio. Euro Umsatz. Das operative Ergebnis (EBIT) der CEWE Group steigt auf 88,2 Mio. Euro (2024: 86,1 Mio. Euro) und liegt damit voll innerhalb des geplanten Zielkorridors von 84 bis 92 Mio. Euro. Die für CEWE traditionelle Saisonspitze im Weihnachtsgeschäft des vierten Quartals hat auch 2025 ganz maßgeblich zum Jahreserfolg beigetragen: Der Gruppen-Umsatz legte im vierten Quartal um +2,6% auf 360,8 Mio. Euro zu (Q4 2024: 351,7 Mio. Euro). Dabei gelang es dem CEWE-Team erneut, den immer später, kurz vor Weihnachten eintreffenden Kundenbestellungen voll gerecht zu werden. Weitere Effizienzsteigerungen in der Produktion, Vorteile aus Standorterweiterungen sowie aus neuen Druck- und Versandtechnologien kamen dabei erfolgreich zum Einsatz. Das Gruppen-EBIT im Q4 trägt mit starken 86,4 Mio. Euro erneut den Großteil des Jahresergebnisses (Q4 2024: 81,1 Mio. Euro). Die Gesamtanzahl an Fotos über alle CEWE-Produkte hinweg stieg im Berichtsjahr um +4,1% auf 2,60 Mrd. Stück (2024: 2,50 Mrd. Fotos). Auch das CEWE FOTOBUCH hat seine marktführende Stellung als beliebtestes Fotobuch in Europa eindrucksvoll bewiesen: Die Zahl der abgesetzten CEWE-FOTOBUCH-Exemplare stieg 2025 um +3,5% auf 6,32 Mio. Stück (2024: 6,11 Mio. Exemplare). Im zurückliegenden Weihnachtsgeschäft haben erneut viele Produkt- und

Softwareinnovationen – wie z.B. neue Premium-Cover-Designs, farbige Einband-Innenseiten und die integrierte Erinnerungstasche für das CEWE FOTOBUCH, der neue Adventskalender zum Befüllen mit 24 Schachteln, neue Fotokalender und die Wandbild-Zahlencollage – das Weihnachtsgeschäft zusätzlich gestärkt. www.cewe.de

PHOTO-RAG-PAPIER AUF ALU-DIBOND

Das bei Fotografen beliebte Fine-Art-Papier Hahnemühle Photo Rag kann nun ebenfalls auf Alu-Dibond kaschiert werden. Der bisher obligatorische Weißrand ist nun optional wählbar. Das Hahnemühle Photo Rag zählt zu den bekanntesten Fine-Art-Papieren. Es überzeugt durch seine matte, reflexionsfreie Oberfläche mit feiner, zurückhaltender Struktur und eignet sich gleichermaßen für Farbwie für Schwarzweiß-Fotografien. Es steht für eine natürliche, hochwertige Bildwirkung. Die neue Wahlmöglichkeit beim Weißrand eröffnet zusätzliche gestalterische Optionen. Die auf Alu-Dibond kaschierten Fine-Art-Prints fallen durch hochwertigen Pigmentdruck auf dem gewählten Papier auf, das anschließend dauerhaft kaschiert wird. Die mehrschichtige Konstruktion sorgt für perfekte Planlage, hohe Stabilität und Langlebigkeit – ganz ohne Glas. Die unversiegelte Papieroberfläche bringt die volle Wirkung des Fine-Art-Prints zur Geltung. Erhältlich sind Wunschformate von 9 × 9 cm bis zu einer Maximalgröße von 240 × 105 cm.

www.hahnemuehle.com

Produktfotografie High-End!



- Automatisiertes, hochpräzises Focus Stacking für die Produktfotografie
- Nutzen Sie ihre vorhandenen, hervorragenden Fachkameraobjektive in einem modernen Stacking-Workflow
- Exakt steuerbare Schärfentiefe, nicht nur in einer Ebene (Scheimpflug) sondern dreidimensional
- Maximale Abbildungsleistung
- Verwendbar mit praktisch allen aktuellen Digitalkameras und Backs: Canon EOSR, Nikon Z, Sony E-Mount, Fujifilm GFX, PhaseOne und Hasselblad
- Modulares System, weiteres Zubehör in Vorbereitung

STACKPRO 1
Stackingkamera

NOVOFLEX Präzisionstechnik GmbH • Brahmstraße 7 • 87700 Memmingen

N
NOVOFLEX
Made in Germany

70-200 MM IN ZWEITER GENERATION



Nikon hat das neue S-Line-Zoomobjektiv NIKKOR Z 70-200mm f/2.8 VR S II der zweiten Generation vorgestellt. Mit dem in

seiner Klasse geringsten Gewicht von 998 g bietet es eine deutliche Verbesserung in Bezug auf Balance, Agilität und Stabilität. Videoaufnahmen mit einer Z-Kamera auf einem Gimbal profitieren vom ausbalancierten internen Zoom-Mechanismus, der den Schwerpunkt bei Änderung der Brennweite konstant hält. Das Objektiv bietet außerdem eine integrierte Bildstabilisierung mit bis zu sechs Blendenstufen. Synchro-VR maximiert die Stabilität in der Bildmitte und an den Rändern mit kompatiblen Z-Kameras. Die Reaktionsfähigkeit wird durch die rasante Geschwindigkeit und Geräuscharmheit des neuen AF-Systems, das mit dem Silky Swift Voice Coil Motor (SSVCM) von Nikon ausgestattet ist, deutlich verbessert: Die AF-Geschwindigkeit ist bis zu 3,5-mal schneller als bei der ersten Generation dieses Objektivs, und der AF ist um 50 Prozent leiser. Darüber hinaus reduziert sich auch die Scanzeit im Telebereich, und die Fokussierung beim Zoomen ist präziser. Dank des völlig neuen optischen Aufbaus hat sich auch die Abbildungsleistung erheblich verbessert: In dem schlanken optischen Design wird mit weniger Linsenelementen eine größere Wirkung erzielt – Schärfe, Bokeh und Blendschutz befinden sich auf einem neuen, höheren Niveau. Z. Das NIKKOR Z 70-200mm f/2.8 VR S II ist voraussichtlich Mitte März 2026 erhältlich.

www.nikon.de

UNGEWÖHNLICHE PERSPEKTIVEN



Canon hat die beiden neuen Ultra-Weitwinkel-Objektive RF 7-14mm F2.8-3.5L FISHEYE STM und RF 14mm F1.4L VCM ins Sortiment genommen. Mit ihrer hohen Lichtstärke, kompakten Abmessungen und herausragender optischer Qualität setzen das RF 7-14mm F2.8-3.5L FISHEYE STM und das RF 14mm F1.4L VCM neue Maßstäbe. Das RF 7-14mm F2.8-3.5L FISHEYE STM ist ein einzigartiges Fisheye-Zoomobjektiv. In Kombination mit einer spiegellosen Vollformatkamera des EOS-R-Systems bietet es zwei

charakteristische Bildlooks: ein kreisrundes 190°-Fisheye-Bild bei 7 mm sowie ein formatfüllendes diagonales 180°-Fisheye-Bild bei 14 mm. An APS-C-Kameras entspricht die maximale Weitwinkeleinstellung etwa 8,7 mm für formatfüllende diagonale 180°-Fisheye-Aufnahmen. Basierend auf dem Erfolg des EF 8-15mm f/4L Fisheye USM präsentiert sich das neue RF-Modell breiter, lichtstärker und leichter – bei gleichzeitig verbesserter Schärfe bis in die Bildecken. Ein innovatives Drop-in-Filtersystem ermöglicht die komfortable Nutzung optionaler Zirkularpolfilter und variabler ND-Filter, die in Echtzeit angepasst werden

können. So behalten Kreative in jeder Lichtsituation die volle Kontrolle. Das RF 7-14mm F2.8-3.5L FISHEYE STM richtet sich an Profis, die außergewöhnliche Perspektiven realisieren möchten. Dank einer Naheinstellgrenze von 0,15 Metern lassen sich Verzerrungen besonders kreativ einsetzen. Zwei asphärische Replica-Elemente minimieren sphärische Aberrationen, fünf UD-Elemente reduzieren chromatische Fehler. Zusätzlich verringern ASC-Vergütungen Ghosting und Flare selbst bei starkem Gegenlicht. Der leise STM-Autofokus mit Leadscrew-Mechanismus in Kombination mit Fokus-Breathing-Kompensation macht das Objektiv ideal für Videoaufnahmen.

Mit dem RF 14mm F1.4L VCM setzt Canon neue Maßstäbe im Ultra-Weitwinkelbereich. Mit einem diagonalen Bildwinkel von 114° eignet sich das Objektiv besonders für Landschafts- und Innenaufnahmen. Die hohe Lichtstärke von 1:1.4 erlaubt Aufnahmen bei wenig Licht und sorgt für geringe Schärfentiefe zur gezielten Motivfreistellung. Trotz seiner Leistungsdaten ist das Objektiv mit rund 578 g leicht. Die robuste L-Serie-Konstruktion gewährleistet Zuverlässigkeit auch unter anspruchsvollen Bedingungen. Mit außergewöhnlicher Schärfe von der Bildmitte bis in die Ecken, selbst bei Offenblende f/1.4, erreicht das RF 14mm F1.4L VCM ein ungewöhnlich hohes Leistungsniveau. Möglich wird dies durch den umfangreichen Einsatz spezieller Linsenelemente und Vergütungen. Die außergewöhnliche Schärfe bis in die Bildecken bereits bei offener Blende macht das Objektiv besonders interessant für die Astrofotografie. Die große maximale Blendenöffnung ermöglicht kürzere Belichtungszeiten zur Reduzierung von Sternspuren bei gleichzeitig hoher Bildqualität und moderaten ISO-Werten. Zudem überzeugt das Hybrid-Design des RF 14mm F1.4L VCM mit sanftem, präzisiertem AF-Tracking, Fokus-Breathing-Kompensation, einer 11-Lamellen-Rundblende und einem dedizierten Blendenring auch bei Videoaufnahmen.

www.canon.de

NEUES ZEISS-OTUS-ML-OBJEKTIV



Zeiss erweitert die Otus-ML-Objektivfamilie um das neue, manuell fokussierende Objektiv Zeiss Otus ML 1.4/35. Inspiriert von der legendären Otus-Linie bringt die ML-Generation die bewährte optische Exzellenz und mechanische Präzision von Zeiss auf moderne

spiegellose Systeme für Sony E-, Canon RF- und Nikon Z-Mount. Die Zeiss-Otus-ML-Objektive sorgen für natürliche Farbwiedergabe, außergewöhnliche Schärfe und hohen Mikrokontrast. Die große Anfangsöffnung von f/1,4 ermöglicht eine umfangreiche Kontrolle der Schärfentiefe und erzeugt ein weiches, elegantes Bokeh. Ein aufwändiges asphärisches Design minimiert Verzeichnung und chromatische Aberrationen und unterstützt so eine hohe Bildtreue. In Kombination mit der Zeiss T* Vergütung werden Reflexionen reduziert, Flares minimiert und Kontrast und Farbgenauigkeit verbessert. Das neue ML-Design bietet einen geschmeidigen Metallfokusring mit Helikoid-Mechanik und einem präzise ausgelegten Drehwinkel für exakte Fokussierung. Eine entklickbare Blende ermöglicht stufenlose Übergänge. Das robuste Vollmetallgehäuse sorgt für ein ausgesprochen wertiges Handling.

www.zeiss.de



1000 Erinnerungen. 36 farbige Vorsatzpapiere. 1 Bildband. **One Moment**

Für den Moment, der bleibt.
WhiteWall Fotodruck: Ihr Bild, unsere Leidenschaft.



Ausgezeichnet mit dem TIPA World Award
„Best Photolab Worldwide“ Galerie-Qualität
printed by WhiteWall.com



Der WhiteWall Bildband
Neu. 36 farbige Vorsatzpapiere
Jetzt noch individueller

 **WHITE WALL**

UNERREICHTE SCHÄRFENEbenen



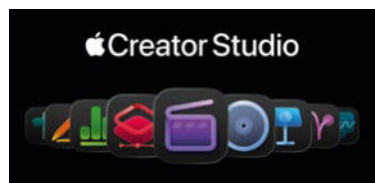
Novoflex' neue Universal-Stackingkamera STACK-PRO 1 ist eine wegweisende Lösung für professionelle Produkt-, Industrie- und Objektfotografie. Das System kombiniert modernste Focus-Stacking-Technik mit der optischen Qualität bewährter Mittel-

und Großformatobjektive und ermöglicht eine bisher unerreichte Schärfenausdehnung – von unendlich bis zum Abbildungsmaßstab 1:1. Die Universal-Stackingkamera sorgt durch präzises Focus-Stacking für eine vollständig definierte Schärfe über das gesamte Motiv. Der Workflow dauert nicht länger als das klassische Arbeiten mit einer Fachkamera, liefert jedoch eine deutlich größere Schärfentiefe und bleibt dabei äußerst praxistauglich.

Im Studio- und Produktfotobereich ermöglicht das System eine gleichmäßige Schärfe von vorn bis hinten und gleichzeitig von oben bis unten – etwas, das mit der klassischen Tilt-Verstellung nicht möglich ist. Dabei kann stets mit der optimalen Blende gearbeitet werden – ohne unerwünschte Beugungsunschärfe. Die Universal-Stackingkamera unterstützt eine Vielzahl aktueller Kamerasysteme, darunter: Canon RF, Fujifilm GFX, Nikon Z, L-Mount, Phase-One-IQ3/IQ4-Rückteile, Hasselblad X und Sony E. Zudem lassen sich hochwertige Objektive aus dem Mittel- und Großformat weiterverwenden, beispielsweise: Mamiya RB/RZ, Rodenstock GF oder Schneider-Kreuznach GF.

➔ novoflex.de

APPLES NEUES CREATOR STUDIO



Apple hat Apple Creator Studio vorgestellt, eine wegweisende Sammlung leistungsstarker Kreativ-apps für professionelle Studioqualität. Bei diesen Apps bauen spannende

neue intelligente Features und Premiuminhalte auf den vertrauten Funktionen von Final Cut Pro, Logic Pro, Pixelmator Pro, Keynote, Pages, Numbers und später Freeform auf. Final Cut Pro erhält außergewöhnliche neue Videobearbeitungswerkzeuge und intelligente Features für Mac und iPad, um selbst die komplexesten Arbeitsabläufe effizienter zu gestalten. Zum ersten Mal kommt Pixelmator Pro auf das iPad mit einer Benutzererfahrung, die für Touchbedienung und Apple Pencil optimiert ist. Die Musikproduktion mit Logic Pro für Mac und iPad bietet noch intelligentere Features wie Synth Player und Chord ID, die jeden dazu inspirieren können, populäre Musikstücke zu schreiben, zu produzieren und zu mischen. Mit neuen Premiuminhalten und intelligenten Features in Keynote, Pages, Numbers und Freeform auf Mac, iPad und iPhone können Abonnenten von Apple Creator Studio jetzt noch ausdrucksstärkere Inhalte erstellen und produktiver sein. Apple Creator Studio ist im App Store für 12,99 Euro pro Monat oder 129 Euro pro Jahr mit einem einmonatigen kostenlosen Probeabo erhältlich. Es beinhaltet den Zugriff auf Final Cut Pro, Logic Pro und

Pixelmator Pro auf Mac und iPad, auf Motion, Compressor und MainStage auf dem Mac sowie intelligente Features und Premiuminhalte für Keynote, Pages, Numbers und zu einem späteren Zeitpunkt für Freeform für iPhone, iPad und Mac.

➔ www.apple.de

WORKFLOW OPTIMIEREN

Das neue Plug-in Retouch4me Stray Hairs von Aftershoot entfernt automatisch abstehende Haare und glättet unordentliches Haar. Die Software zielt auf eine der zeitaufwändigsten Aufgaben bei der Portraitretusche ab und spart Fotografen viel Zeit bei der Bildbearbeitung. Das manuelle Entfernen von abstehenden Haaren erfordert das Vergrößern des Bildes, das Auswählen von Hintergrundbereichen und das sorgfältige Übermalen jedes störenden Haars. Bei einem einzelnen Portrait mit sichtbaren abstehenden Haaren kann dieser Vorgang lange dauern. Für Hochzeitsfotografen und andere Profis, die viele Fotos bearbeiten, summiert sich diese Zeit schnell zu Stunden. Im Gegensatz zu manuellen Photoshop-Workflows, bei denen man jedes Bild einzeln anpassen muss, verarbeitet Retouch4me Stray Hairs ganze Stapel automatisch und sorgt dabei dafür, dass die Haare über das gesamte Set hinweg natürlich und einheitlich aussehen. Das neuronale Netzwerk wurde anhand professionell retuschierter Portraits trainiert und hat gelernt, wie professionelle Retuscheure unerwünschte Haare identifizieren und entfernen. Das Plug-in entfernt abstehende Haare entlang der Haarränder, entfernt Haare, die das Gesicht kreuzen, und bietet optionale Maskenanpassungen für eine präzise Steuerung.

➔ aftershoot.com

KI-BILDER EINFACH ERSTELLEN



Das Leverkusener Unternehmen Picture Instruments hat AI Lab veröffentlicht, ein neues Tool für generative Bild-KI. Es soll eines der größten Probleme der KI-Bildgenerierung lösen: ineffizientes, rein textbasiertes Feedback und endlose Trial-and-Error-Schleifen. Durch die Erweiterung von reinem Text-Prompting durch visuelles Feedback reduziert AI Lab die Anzahl der

notwendigen Iterationen erheblich, um zum gewünschten Ergebnis zu gelangen. Während die meisten Tools zur generativen Bild-KI auf chatbasierte Oberflächen setzen, führt AI Lab einen visuell getriebenen Workflow ein, der es Nutzern ermöglicht, KI-Modelle so anzuleiten, wie sie auch einen menschlichen Designer briefen würden – direkt im Bild. AI Lab ersetzt klassische Chat-Oberflächen durch eine professionelle visuelle Benutzeroberfläche für generative Bilder. Anwender können: neue Bilder kreieren oder Existierende bearbeiten, Referenzbilder direkt im Prompt verwenden, Bildbereiche mit visuellen Anmerkungen versehen, Ergebnisse miteinander vergleichen, Details zoomen und in voller Auflösung prüfen und alle Assets lokal auf der Festplatte verwalten. Es gibt zwei unterschiedliche Applikationen: AI Lab Standalone – eine native Desktop-Anwendung für Windows und macOS – sowie AI Lab UXF Plug-in für Photoshop.

➔ picture-instruments.com

BUILT TO CREATE



Extrem lichtstarkes NOKTON 50mm F/1 verschiebt die Grenzen der Kreativität

Für Licht in Perfektion: Das außergewöhnliche NOKTON erstmals für das Canon RF-Bajonett. Eine lichtstarke Festbrennweite mit fantastischer Hintergrundunschärfe, exzellenter Bildqualität und auf Wunsch stufenloser Blendeneinstellung.

Ausschließlich beim Fotofachgeschäft.

Voigtlander

www.voigtlaender.de • [instagram.com/voigtlander_offiziell](https://www.instagram.com/voigtlander_offiziell)

ANGEMESSENE VERGÜTUNG

Der Bundesverband professioneller Bildanbieter (BVPA) hat die aktuelle Ausgabe seiner Publikation mfm-BILDHONORARE vorgestellt. Die Publikation liefert eine fundierte Übersicht zu Honoraren für unterschiedliche Nutzungsarten und Medien-segmente. Ziel ist es, Transparenz im Bildermarkt zu schaffen und eine verlässliche Orientierung für die angemessene Vergütung kreativer Leistungen bereitzustellen.

Wie üblich wenden sich auch die mfm-BILDHONORARE 2026 an unterschiedliche Zielgruppen. Dazu gehören neben professionellen Fotografen, Bildagenturen und Kreativdienstleistern vor allem Redaktionen, Verlage und Medienhäuser sowie Unternehmen, Marketing- und Kommunikationsabteilungen. Auch für verschiedenste Institutionen und öffentliche Auftraggeber sowie Rechtsanwälte können die Inhalte relevant sein.

Das Spektrum der berücksichtigten Medien ist umfangreich. Es reicht von A wie Advertorials und Anzeigen bis Z wie Zeichenblöcke und Zeitschriften. Auch eher exotisch anmutende Nutzungen wie Münzen, Schulhefte, Online-Pop-ups oder Umschläge werden erfasst. Dabei unterteilen die BILDHONORARE 2026 die Nutzung jeweils in redaktionell, werblich und Handelsprodukte.

Feststehende Parameter

Die Ermittlung der Vergütung erfolgt in der Regel nach feststehenden Parametern. Je nach Nutzungsart werden diese nach

UrhG berücksichtigt: Vervielfältigung, Ausschließlichkeit der Nutzung, Verbreitung, Veröffentlichung und öffentliche Zugänglichmachung. Dies geschieht im analogen Bereich über die Anzahl der Vervielfältigungen/der Druckauflage, im digitalen Bereich über Verbreitung/Reichweite und/oder zeitliche Begrenzungen/Dauer der Nutzung. Man unterscheidet nach der Bedeutung/der Marktdurchdringung des Nutzers.

„Verlässliche Orientierung“

Zum Erscheinen der aktuellen Ausgabe erreichte uns diese Stellungnahme von Martina Landmann, stellvertretende Vorsitzende der mfm: „Die BILDHONORARE der mfm sind für professionelle Fotografen ein zentrales und wichtiges Instrument. Sie schaffen seit vielen Jahren Transparenz im Honorargefüge und bieten eine verlässliche Orientierung für die angemessene Vergütung kreativer fotografischer Leistungen. Die jährlich erhobenen Daten spiegeln realistische Marktwerte wider und helfen sowohl Fotografen als auch Bildagenturen, Nutzungsrechte fair und nachvollziehbar zu kalkulieren.

Besonders wichtig sind die BILDHONORARE auch deshalb, weil sie in rechtlichen Auseinandersetzungen häufig als Referenz herangezogen werden. Wenn es um die Bewertung unlizenzierter Bildnutzungen oder Schadensersatzansprüche geht, dienen die mfm-Honorare vielen Gerichten als objektive Grundlage. Damit stärkt die mfm nicht nur die wirtschaftliche Position von Fotografen, sondern auch den Respekt vor ihrem Urheberrecht.

Gerade für Berufseinsteiger bietet die mfm-Publikation eine solide Grundlage, um Unterbietungsdruck und Dumpinghonorare besser abzuwehren und angemessene Lizenzpreise zu verlangen. Da die Werte jährlich aktualisiert werden, bilden sie zudem Veränderungen im Markt ab – etwa neue Nutzungsformen, digitale und crossmediale Verwertung –



Die mfm-BILDHONORARE 2026, hier das Titelbild der gedruckten Version, sind erschienen.

und helfen Fotografen so, ihre Geschäftsmodelle und Angebote kontinuierlich an die tatsächliche Marktsituation anzupassen.

Die BILDHONORARE basieren auf der umfangreichen Jahresumfrage der mfm. Sie richtet sich an professionelle Bildanbieter aus allen Bereichen – Fotografen, Bildagenturen und andere Marktteilnehmer – und sammelt reale Honorarangaben aus der Praxis. Je breiter die Teilnahme, desto genauer spiegeln die Ergebnisse die Vielfalt unseres Marktes wider. Diese jährliche Erhebung sorgt dafür, dass die BILDHONORARE nicht nur theoretische Empfehlungen sind, sondern tatsächlich auf aktuellen Erfahrungswerten der Fotografen basieren.

Kurz gesagt: Die mfm BILDHONORARE tragen wesentlich dazu bei, den Wert fotografischer Arbeit sichtbar zu machen und eine faire Vergütung im Markt durchzusetzen.“

📄 <https://bvpa.org/shop>



Martina Landmann, stellvertretende Vorsitzende der mfm.

VON DER APP AN DIE WAND

WhiteWall unterstützt Fotowettbewerbe in der neuen Irys Community.

Gute Fotografie lebt von Sichtbarkeit und von der Muße, mit der Bilder präsentiert und betrachtet werden. In sozialen Netzwerken geben zunehmend Videoformate, Algorithmen und schnelle Scroll-Mechanismen den Takt an. Irys ist eine Plattform, die sich bewusst auf die Fotografie konzentriert: hochauflösende Bilder, kuratierte Inhalte und eine Präsentation, bei der das Bild im Mittelpunkt steht.

Initiiert wurde die Plattform vom britischen Street- und Fine-Art-Fotografen Alan Schaller. Sein Ziel war es, eine Plattform zu schaffen, auf der fotografische Arbeiten ohne Social-Media-Druck präsentiert werden können. WhiteWall unterstützt Irys als Gründungspartner und bringt seine Expertise in der Bildproduktion in die Community ein.

„Fotografie ist keine Wegwerfware – sie ist Kunst, Beruf oder Leidenschaft. Irys existiert, um echte Fotografie sichtbar zu machen – mit Sorgfalt“, so betont Alan Schaller. Im Unterschied zu klassischen Social-Media-Feeds verzichtet Irys auf sichtbare Likes, Followerzahlen oder Scroll-Feeds. Stattdessen fördern kuratierte Inhalte und intelligente Entdeckungstools die Inspiration und den Austausch innerhalb der Community.

Ein zentraler Bestandteil der Zusammenarbeit von Irys und WhiteWall sind die Spotlight-Fotowettbewerbe innerhalb der App. Geplant sind insgesamt vier Wettbewerbe pro Jahr, die jeweils einen Monat lang laufen. Die Gewinner erhalten WhiteWall-Gutscheine im Wert von zweihundert bis fünfhundert Euro, mit denen sie ihre Arbeiten in Galeriequalität drucken und rahmen lassen können.



Irys hat den Anspruch, Fotografie mit der gleichen Sorgfalt zu präsentieren, mit der die Bilder aufgenommen wurden.

Vom digitalen Bild zum Galerie-Print

Der Schritt vom digitalen Bild zum hochwertigen Print gehört für viele Fotografen zu den spannendsten Momenten im fotografischen Prozess. Mit WhiteWall unterstützt ein international in der Szene etabliertes Premium-Fotolabor die Plattform. Das Unternehmen bringt seine Erfahrung in der professionellen Fotoproduktion in die Kooperation. „Die Wettbewerbe sind erst der Anfang unserer Kooperation. Unser Ziel ist es, künftig hochwertige WhiteWall-Prints direkt aus der App bestellbar zu machen. Mit der Irys App haben wir dafür den idealen Partner gefunden“, erklärt Thomas Alscheid, Geschäftsführer von WhiteWall.

WhiteWalls Engagement bildet eine Brücke zwischen digitaler Präsentation mit hochwertigen Prints, von der Präsentation in der App bis zum fertigen Bild an der Wand.

Alan Schaller sieht darin einen wichtigen Mehrwert für die Community: „Alle Fotografen, die ich kenne und die mit WhiteWall gearbeitet haben, sind von deren Druck- und Rahmungsqualität begeistert.“

Die Irys App ist in den Stores von Apple und Google verfügbar. Der nächste Wettbewerb startet im April. Für die Teilnahme ist die Premium-Mitgliedschaft erforderlich. Diese kostet 5,99 Euro pro Monat und beinhaltet, neben der Möglichkeit, an den Spotlight-Fotowettbewerben teilzunehmen, eine deutlich umfangreichere Nutzung der Irys-Plattform.

➤ www.iryphotos.com/membership

➤ www.whitewall.com



Links: WhiteWall unterstützt als Partner die Irys-Plattform. Geplant sind vier Spotlight-Fotowettbewerbe im Jahr.
Rechts: Irys-Gründer Alan Schaller.





„WIR BRAUCHEN MENSCHEN MIT KONZEPT UND KÖPFCHEN“

Oliver Kussinger, Professor für das Studienmodul Digital Imaging an der Fakultät Design der TH Nürnberg, über veränderte Ausbildungsinhalte, die Integration von Lichtbild und KI in der Lehre und die Chancen künftiger Absolventen am Arbeitsmarkt. Text: Peter Schuffelen



In den unteren Semestern sind die Aufgabenstellungen werblich angewandt, im vierten Semester müssen hingegen weitaus komplexere Aufgabenstellungen definiert und umgesetzt werden. Oben: „Superfest“ von Luise Schindehuetten. Rechte Seite unten: „MEGAfm“ von Maurice Schirm.

I Herr Kussinger, mit dem Studienmodul Digital Imaging stehen Sie für den bildgebenden Teil der Ausbildung an der Fakultät Design. Vor dem Hintergrund der Ausbildungslandschaft hierzulande: Wie würden Sie das Profil Ihrer Lehre beschreiben?

Oliver Kussinger: (lacht). Gleich zu Beginn eine wirklich komplexe Frage, nicht zuletzt in Anbetracht der großen Veränderungen,

die sich aktuell vollziehen. Zunächst einmal muss man sagen: Design ist inzwischen überall, vom kunsthandwerklichen Bastler über das industriell gefertigte Artefakt bis zum reinen Prozess. Schon deshalb ist die Fakultät sehr breit aufgestellt. Generell gesprochen, steht bei uns immer die designbasierte Problemlösung im Mittelpunkt, ganz gleich ob es um kommerzielle oder gemeinnützige Herausforderungen geht. An diesem Punkt unterscheiden wir uns von Kunst aber auch, wenn wir an Fotografie denken, von Hochschulen wie Hannover mit ihrem journalistischen Schwerpunkt. Im Kern geht es bei uns – heruntergebrochen auf das von mir vertretene Darstellungsmedium – um die Frage: Wie kann ich ein Bild so gestalten bzw. inszenieren, dass die Botschaft von der Zielgruppe angenommen und verstanden wird? Das Wesentliche dabei ist die Bildsprache.

I Wie funktioniert Bildsprache?

OK: Bildsprache beruht im Wesentlichen auf drei Säulen: Die primäre ist die „Bildauffassung“, man könnte auch sagen der Blick, also in welche „Rolle“ versetzen wir die Betrachtenden. Zweitens geht es um die Bildkomposition, also Frage nach der Positionierung und Ausgestaltung der Motivelemente, und drittens um die Bildgestaltung, also die Wahl von Farben und Licht, von weichen oder harten Schatten und Farbharmonien etc. Na-

„Die Grundlagen erhalten angesichts KI einen Bedeutungsschub.“

türlich sind diese drei Aspekte komplex miteinander verschränkt. Mein Auftrag in der Lehre ist es, hier diese – zur messerscharfen Formulierung mittels Bildsprache – wesentlichen Kompetenzen zu vermitteln, unabhängig davon, ob ein Bild fotografiert oder per KI erstellt wird. Die Grundlagen erhalten angesichts KI einen Bedeutungsschub.

I Sie sprechen von „fotografisch gedachten“ bzw. „fotografisch gestalteten“ Bildern. Bleibt das Lichtbild in Zeiten von KI also die Referenz?



Arbeit von Konstantin Arwanitakis zum Thema Fischerei, v.l.: „Dystopie“, „Jetzt“, „Utopie“.

OK: Absolut, denn es ist das über jahrzehntelang gelernte Darstellungsmedium. Man könnte auch sagen: Die Bildsprache ist das verbindende Glied und Grundlage von Fotografie und KI, jedenfalls aus unserem „angewandten“ Blick auf die Bildgenerierung.

! Welche Rolle spielt die KI denn in der aktuellen Ausbildung?

OK: Eine große. Wer bei diesem Thema den Kopf in den Sand steckt, hat am Markt schon verloren, das ist nicht anders als seinerzeit bei der digitalen Fotorevolution. Ich muss als Bildschaffender die KI im Griff haben, und damit meine ich nicht allein die Beherrschung von ChatGPT, Firefly oder Nano Banana. Mit simplem Prompten komme ich nicht zu einem bildsprachlich hervorragend designten Ziel.

! Was braucht es stattdessen?

OK: KI ist erst mal nichts anderes als „Machine Learning“, hummeldumm also – und per se weder innovativ noch kreativ. Es geht deshalb darum, unter die Maschinenhaube zu gucken und zu fragen: Was muss ich wie ansteuern, um zu einem kreativen Ergebnis zu kommen? Ein guter Weg dazu führt über ComfyUI, eine grafische Benutzeroberfläche für das KI-Tool

Stable Diffusion, die statt einer einzelnen Eingabemaske viele kleine und miteinander vernetzbare Oberflächen bietet und damit eine detaillierte Kontrolle bei der KI-Bildgenerierung ermöglicht. ComfyUI ist Open Source und läuft auf unseren eigenen Servern – aus meiner Sicht ein wichtiger Aspekt, um mehr Unabhängigkeit von den US-Tech-Unternehmen zu erreichen.

! Wie blicken die Studierenden auf die KI?

OK: Wir haben das Thema bereits aufgegriffen, als es noch in den Kinderschuhen steckte, etwa über Veranstaltungen mit dem KI- >>>





Alle auf diesen Seiten gezeigten Arbeiten sind hybrid entstanden (klassisches Foto plus AI-Workflow). Oben: Aus der Abschlusspräsentation „Green Microcosmos“ von Johanna Schuetze. Rechte Seite: „Female rage“ von Susanne Schwarzenau.

>>>

Künstler Boris Eldagsen oder dem Rechtsexperten Sebastian Deubelli. Die Studierenden haben sehr früh begriffen, dass da etwas Bahnbrechendes passiert. Am Anfang überwog die Ablehnung, mittlerweile hat sich das ins Gegenteil verkehrt: Die Reaktionen reichen von „Ich komm nicht drum herum“ bis zu spielerischer Begeisterung.

! Aber werden nicht eben diese KI-Bilder einen großen Teil des Markts auffressen, auf den Sie die Studierenden vorbereiten?

OK: Das ist mir zu billig. Wahr ist: Die Jobs werden sich verlagern, es wird generalistischer, und man muss künftig noch mehr können. Was ganz klar wegbricht, sind die Einstiegersjobs in den Agenturen, also die Aufgabenbereiche, die derzeit noch die Juniors übernehmen. Eigentlich müssten wir also Seniors ausbilden.

! Alles scheint derzeit im Umbruch: Wie wird der Studiengang in einigen Jahren aussehen?

OK: Er wird sich auf jeden Fall sehr verändern, wir entwickeln den Studiengang gerade von Grund auf neu.

! In welche Richtung?

OK: Für einen detaillierten Fahrplan ist es noch zu früh, klar ist aber: Wir müssen weg von der reinen Artefakt-Herstellung und viel mehr in Richtung Konzeptdenken.

Wir brauchen Menschen mit Köpfchen. Design ist in seiner Rolle 2026 integrativer und transformierender Gesellschaftsbestandteil. Angesichts der Computerisierung der Bilderstellung bekommt das menschengemachte Konzept einen neuen Stellenwert.

! Was macht Sie da so sicher?

OK: Menschen finden es großartig, wenn andere Menschen sich anstrengen. Einem Kinderchor applaudieren wir von Herzen, auch wenn der vielleicht nicht perfekt ist. Einen KI-Chor finden wir hingegen schnell langweilig. Die Lehre wird sich rückbesinnen in Richtung eines grundlegenden Verständnisses des Bildes als kommunikativem Medium. Denn manchmal genügt vielleicht der KI-Chor, aber ganz oft werden wir den Menschen den Vorzug geben; an der Stelle des gefühlten Anspruchs wird sich die spezifische Ausgestaltung einer Designlösung definieren.

! KI, analoge, digitale Fotografie: Wie bringen Sie das alles im Lehrplan unter?

OK: Das ist das Problem, zumal der Bachelor-Studiengang ja zeitlich knapp gestrickt ist. Wir können aber nichts weglassen. Die Studierenden müssen Erfahrungen im analogen Labor sammeln, wissen, wie ein Bildsensor aufgebaut ist, wie Colormanagement funktioniert, und dann kommt noch die KI-Bildgenerierung on top. Das ist schon ein dickes Brett – zumal die meisten Studierenden nebenbei arbeiten müssen.

! Wie nah ist die Lehre am späteren beruflichen Alltag?

OK: Es ist eine Ausbildung mit Blick auf den Markt. In den unteren Semestern sind wir sehr angewandt, im zweiten etwa geht es darum, ein Produkt zu bewerben. Im vierten Semester muss unter dem Über-Thema „Freiheit“ fotografisch eine eigene, weit aus komplexere Aufgabenstellung definiert und umgesetzt werden, ob werblich oder kulturell. Wenn ich die knacken kann, dann knacke ich auch jedes Kommunikationsproblem, das später von Industrieseite an mich herangetragen wird.

! In der beruflichen Praxis braucht es darüber hinaus kommunikative und vermarktungstechnische Skills. Sind diese Teil des Lehrplans?

OK: Definitiv. In meinem Modul gibt es pro Semester vier große Präsentationstermine, bei denen die Studierenden ihre Ergebnisse vorstellen und ein Feedback bekommen. Das ist ähnlich wie eine Zwischenabnahme beim Kunden. Die zeitgemäße Rolle der

Designer ist es, als Schnittstelle zwischen Industrie, Kultur etc. und den jeweiligen Zielgruppen zu funktionieren.



OLIVER KUSSINGER studierte Fotografie und Filmproduktion an der Georg-Simon-Ohm-Hochschule in Nürnberg. Nach seinem Diplom 2004 war er freiberuflicher Kommunikationsdesigner und Mitbegründer einer Agentur für visuelle Medien im Bereich Bewegtbild, Fotografie und Grafik, gleichzeitig übernahm er Lehraufträge und Dozententätigkeiten unter anderem an der Bayerischen Akademie für Fernsehen und Digitale Medien, der Fachhochschule Salzburg, der Hochschule für Film und Fernsehen München und der Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm. Von 2019 bis 2022 hatte er die Professur für Mediendesign inne und die Studiengangleitung für Fernstudium und Duales Studium an der IU Internationalen Hochschule. Seit 2022 ist er Professor für das Studienmodul Digital Imaging an der Fakultät Design der Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm.

📍 d.th-nuernberg.de/foto | 📄 d.th-nuernberg.de/personen



Klappern gehört zum Geschäft: Joerg Letz im Selbstportrait.

KONSEQUENT AUF KURS

Food, Business, Corporate, Industrie, Architektur und Event: Joerg Letz behauptet sich seit mehr als 20 Jahren als Fotosolist und blickt optimistisch in die Zukunft – der KI zum Trotz. Sein Rezept: Innovationswille, Anpassungsfähigkeit und die richtige Kundenansprache. **Von Peter Schuffelen**

Darum geht's

Von der Dunkelkammer über die digitale Revolution bis zur KI-Bildgenerierung: In den letzten 30 Jahren hat die Bilderbranche revolutionäre Umbrüche erlebt – und diese lassen sich im Wer-

degang von Joerg Letz ablesen, der schon als Kind gerne mit seiner „Agfa Click“ fotografierte. Gleich nach der Schule absolvierte er eine Ausbildung in einem Aachener Werbestudio, das auf Automobilfotografie spezialisiert war. Letz erzählt von Stunden in der Dunkelkammer, Testaufnahmen und Polabzügen, Filterkorrekturen, dem Warten der Models auf das „Go“ der Kunden.

Dann, in den 90er-Jahren, der Aufbruch ins Digitale. Letz war da schon weitergezogen nach Düsseldorf in ein großes Studio, das Werbeaufnahmen für Großkunden wie Coca-Cola, Ikea oder Sony machte. Es war die Zeit der Macs, Trommelscanner, der ersten digitalen Kameras, die lediglich Stillaufnahmen ermöglichten, bis die ersten „echten“ digitalen Profikameras verfügbar waren und die Beschleunigung des digitalen Workflows nicht mehr aufzuhalten war. „Als der Umbruch einsetzte, hatte ich gemeinsam mit einem Kompagnon bereits ein eigenes Studio samt angestellten Fotografen“, erklärt Letz und blickt zurück. „Ich selbst war in Deutschland einer der Ersten, die mit Photoshop umgehen konnten, und habe mich eine Zeit lang fast ausschließlich auf Composings und Retuschen konzentriert. Eines Tages sagte ein Kunde: „Du bist doch auch Fotograf, warum übernimmst du nicht den kompletten Workflow?“ Das, sagt Letz, sei die Initialzündung zu



Business- und Peopleportraits (hier und rechte Seite oben) gehören ebenso zu Letz' Portfolio wie ...

einem neuen Schritt in seiner Karriere gewesen.

Das steckt dahinter

2004 verließ er das Gemeinschaftsstudio und machte sich selbstständig – diesmal allein. Letz war und ist breit aufgestellt. Sein Portfolio reicht von der Food-Fotografie (inklusive Styling und Rezeptentwicklung) über People und Businessportraits sowie Industrie- und Architekturaufnahmen bis hin zu FotografiEVERfahren; hier und da setzt er auch Mode- und Still-Life-Jobs um. Den größten Teil seines Umsatzes generiert er in den Bereichen Food und Business sowie Event. Neben zahlreichen mittelständischen Unternehmen und inhabergeführten Kreativagenturen gehören auch große Marken wie Aldi Süd, Aldi Sports, Bofrost, NRW Tourismus, Miele sowie Vorwerk zu seinen Kunden. Wenn nicht „on location“, finden die Shootings in seinem 140 m² großem Fotostudio samt Shooting-Küche im Düsseldorfer



Hafen statt, das er darüber hinaus auch vermietet. Im Laufe seiner Karriere hat Letz sein Leistungsspektrum immer wieder an die Marktgegebenheiten angepasst. Als mit der zunehmenden Auto- >>>



... die Food-Fotografie: Per KI lassen sich derartige Bilder nicht den Kundenwünschen entsprechend generieren, sagt der Fotograf mit eigenem Studio samt „Fotoküche“.



Auch die Industrie- und Architektur fotografie sind Genres ...

>>> matisierung ein Preisverfall in der Produktfotografie absehbar war, legte er seinen Fokus auf die von dieser Entwicklung weniger betroffenen Bereiche Food, Business und People sowie Industrie- und Architektur fotografie, in denen die Kunden sich und ihre Produkte authentisch abgebildet sehen wollen.



Kundennähe zählt: Behind-the-scene-Bild von Letz beim Shooting im Studio.

Das sagt der Fotograf

„Zu analogen Zeiten konnte man wirklich gutes Geld verdienen. Als die Fotografie dann digital wurde, haben viele Fotografen gesagt: ‚Das machen wir nicht mehr mit‘ und haben sich zur Ruhe gesetzt oder wurden von den digitalaffinen Youngstern aus dem Markt gedrängt, weil sie aufgrund der sinkenden Budgets ihre Kosten nicht mehr decken konnten. Der Kostendruck hat sich mit dem Aufkommen der Künstlichen Intelligenz nochmals deutlich verschärft. Natürlich habe auch ich mich mit Aufkommen der KI mit entsprechender Full-KI-Bildgenerierung auseinandergesetzt, aber relativ bald festgestellt, dass das für die Genres und Kunden, die ich bediene, bislang keinen Sinn macht. Die Idee, CI- und Business-Shots durch das Erstellen digitaler Zwillinge zu ersetzen, scheitert nicht nur an der mangelnden Glaubwürdigkeit der Ergebnisse, sondern vor allem daran, dass meine Kunden das gar nicht wollen. Für sie stellen handgemachte, nachweislich echte Fotos einen Mehrwert dar. Hinzu kommt, dass sich die Mitarbeiter der Unternehmen auf die Shootings freuen. Die Geschäftsleitung hingegen sieht durch die zwischenmenschliche Interaktion den Teamgeist gestärkt.“

Auch für meine Kunden im Food-Bereich sind KI-Bilder derzeit keine Option. Für Aldi, einen meiner Hauptkunden in diesem Bereich, ist es wichtig, dass die Original-Produkte der Zulieferer auf den Verpackungen so abgebildet werden, wie sie sind – ein bisschen schöner vielleicht, aber nicht verfremdet. Ähnliches gilt für den auf



... in denen die Kunden sich und ihre Produkte authentisch abgebildet sehen wollen.

Kochbücher spezialisierten GU Verlag, für den ich gemeinsam mit der Foodstylistin Sylvia Hartmann Bilder inszeniere, die wirklich Lust aufs Kochen machen. So etwas lässt sich – anders als sagen wir irgendein Spaghettiteller – nicht so einfach per KI generieren, jedenfalls nicht in angemessener Zeit. Bei den abschließenden Korrekturen – hier den Garungszeitpunkt etwas erhöhen, dort die Fleischstruktur des Bratens noch etwas weiter ‚schließen‘ – kommt dann aber doch die KI ins Spiel: Solche Finetunings, die früher Stunden in Anspruch genommen haben, lassen sich dank Tools wie Adobe Firefly heute in wenigen Minuten erledigen.

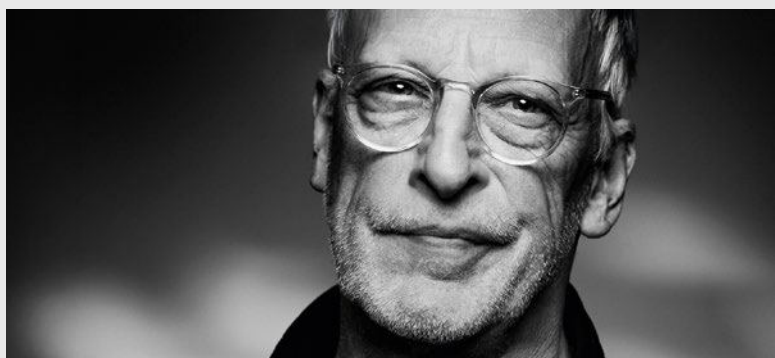
Ich suche kontinuierlich nach neuem kreativem Input und bin neugierig auf neue Looks und Techniken. Gleichzeitig glaube ich, dass meine Arbeitsweise auch mittelfristig fotografisch bleibt. Nicht zuletzt, weil meine Kunden die Kommunikation und die Shootings mit mir schätzen – den menschlichen Faktor sollte man an dieser Stelle nicht unterschätzen. Manchmal werde ich gefragt, wann ich vorhabe, in den Ruhezustand zu gehen. Um ehrlich zu sein: Dieser Gedanke ist mir bislang nie in den Sinn gekommen, dazu liebe ich die Fotografie einfach zu sehr. Nicht nur das eigentliche Shooting, sondern auch und vor allem das Arbeiten mit und für andere Menschen.“

JOERG LETZ, Jahrgang 1965, absolvierte nach der Schule eine fotografische Ausbildung und realisiert seit über 20 Jahren Fotoproduktionen für Werbeagenturen, Marken und Verlage mit dem Schwerpunkt auf Food, Business & People, Produkt & Still, Fashion, Industry, Architektur sowie Event. Ein Gutteil seiner Shootings setzt Letz in seinem Fotostudio in Düsseldorf-Hafen um, das er auch an den kreativen Nachwuchs gerne vermietet.

📧 joerg-letz.com

📍 fotomietstudio-duesseldorf.de

📷 [instagram.com/letz_fotostudio_duesseldorf](https://www.instagram.com/letz_fotostudio_duesseldorf)





Löwe mit Federn: Maßgeschneiderte KI-Bilder für Werbeagenturen, Verlage und Unternehmen.



„Wären wir in der bildgenerierenden KI nicht aktiv – wir würden untergehen“

Alice Rauch-Wendlinger und Florian Rauch von der Bildagentur Visual Experts – Interfoto über Stockbilder, Promptografie im Allgemeinen und ihren KI-Bildservice im Besonderen.

! Können Sie sich bzw. Ihr Unternehmen kurz vorstellen?

Alice Rauch-Wendlinger: Interfoto gibt es bereits seit 1953. Unser Vater, ein gelernter Pressefotograf, hat die Agentur ursprünglich gegründet, um seine Fotos an die Medien zu verkaufen, und diese dann durch Zukäufe sukzessive erweitert. Ich bin 1983 und mein Bruder ist 1994 in die Agentur eingestiegen. Da umfasste das

Archiv rund acht Millionen Analogbilder. Ich leite den Vertrieb, mein Bruder leitet den kreativen Bereich.

! Wofür steht Interfoto – inhaltlich?

ARW: Unsere Spezialgebiete sind Bilder von historischen Ereignissen sowie von Persönlichkeiten aus Kunst, Kultur und Geschichte. Im klassischen Agenturbereich stammen unsere Kunden überwiegend aus

dem redaktionellen Bereich, unter anderem Die Zeit, die FAZ sowie Buch-, Schulbuch- und Kalenderverlage. Und nun ist die KI-Bildgenerierung hinzugekommen.

! Wie viele KI-Bilder haben Sie in Ihrem Stockbestand?

ARW: Kein einziges.

! Das müssen Sie erklären.

ARW: Das klassische Bildagenturgeschäft stagniert seit Jahren und ist zumindest für mittelgroße Player wie uns kaum noch rentabel. Der Niedergang begann schon in den 1990er-Jahren mit der Einführung von „Royalty-Free“, gefolgt von der Möglichkeit, über das Internet weltweit einzukaufen und den damit einhergehenden Preisverfall. Ökonomisch macht es für uns keinen Sinn, KI-Bilder über die Stockbildschiene zu verkaufen. Zumal wir für echten, gut verschlagworteten historischen Content bekannt sind.

Florian Rauch: Außerdem springen ja derzeit alle auf den KI-Zug auf, das Bildaufkommen ist inflationär: Die Anzahl der KI-generierten Bilder bei Anbietern wie Adobe übertrifft inzwischen bei Weitem die Zahl der „echten“ Fotos. Angesichts dieser Menge sehe ich noch ein anderes Problem: Branchenriesen wie Adobe oder Getty Images haben trotz ihrer Ressourcen Probleme, jedes KI-Bild korrekt als solches zu kennzeichnen – schon weil sie auf die Angaben der Uploader angewiesen sind. Wir haben recht früh entschieden, dass wir in diesem Markt nicht mitspielen.

! Worauf haben Sie sich stattdessen spezialisiert?

FR: Wir produzieren maßgeschneiderte, qualitativ hochwertige Inhalte auf Kundenwunsch, etwa für Werbeagenturen, Verlage oder Unternehmen, die einen bestimmten Ausdruck in einem Bild benötigen, den sie mit Stockfotos nicht erzeugen können.

! Beispielsweise?

FR: Nehmen Sie unsere „Impossible Selfies“, ein Projekt mit Kalendermotiven, das wir für den Athesia Verlag entwickelt haben. Zu sehen sind historische Persönlichkeiten wie Einstein oder Churchill im Selfie-Look. Ein anderes Beispiel, bei dem eine fotografische Umsetzung vielleicht möglich, aber sehr aufwändig und teuer gewesen wäre: Wir haben für eine Werbekampagne der Thermen in der Steiermark Motive entwickelt, die sportliche Aktivitäten unter Wasser zeigen. Die Bilder waren in der ganzen Stadt zu sehen – unter anderem auch auf einem Hochhaus – auf einer Fläche von 1.000 Quadratmetern.

! Unter dem Label AINEXT bieten Sie auch KI-Workshops an. Wer sind die Kunden?



Romancover (oben) und eins von über 100 Diät-Rezepten für die Webseite eines Pharmakunden (unten).

FR: Kreative aus unterschiedlichsten Bereichen: Einzelpersonen, Redakteure, Grafikdesigner, Mitarbeiter in der Unternehmenskommunikation, freie Fotografen usw. Es gibt verschiedene Stufen, vom Anfänger bis zum Fortgeschrittenen-Kurs. Wir haben auch einen On-Call-Service eingerichtet, mit dem wir unseren Kunden akut helfen, wenn Sie mit einer KI-Arbeit nicht weiterkommen. Darüber hinaus bieten wir auch

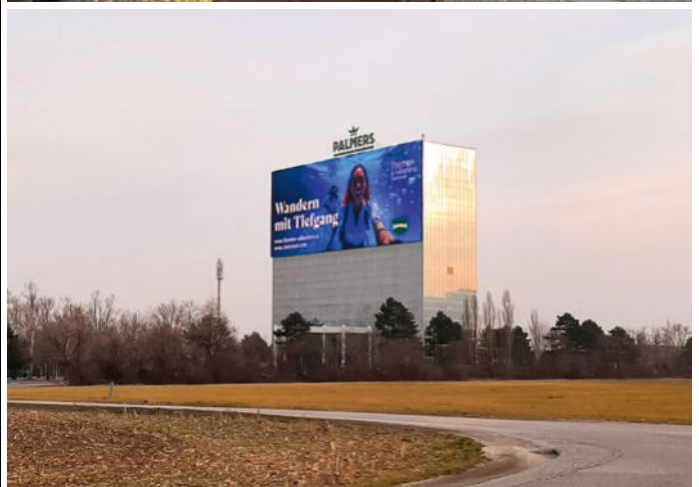
Schulungen für komplette Teams großer Konzerne, die individuell auf die Anwendungsbereiche der jeweiligen Firma zugeschnitten sind. Da geht es neben dem technischen Part auch viel um Ethik und Recht. Dies machen wir zusammen mit der Firma Die Bildbeschaffer aus Hamburg.

! Hat das klassische Foto verloren angesichts der KI-Bilder?

>>>



Im Uhrzeigersinn: Gepromptetes Editorialbild, „Impossible Selfie“ von Louis de Funès und Werbekampagne für die Thermen in der Steiermark. | **Rechte Seite:** Covermotiv für einen Roman.



>>> **ARW:** Nein. Immer dort, wo ethische oder moralische Aspekte eine Rolle spielen, gibt es keine Alternative zu Fotos. KI-Bilder im News- oder historischen Bereich etwa sind für uns ein absolutes Tabu. Aber es gibt auch ökonomische Argumente pro Foto: Wenn ich ein Bild von einer Tomate oder einer Giraffe in der Serengeti brauche, fange ich nicht an, zu prompten, sondern investiere lieber ein, zwei Euro und kaufe ein entsprechendes Foto. Ein gutes KI-Bild lässt sich ja nicht einfach per Knopfdruck erstellen, auch wenn das manch einer glaubt.

■ Welche Rolle spielt das KI-Segment für Sie aktuell und in Zukunft?

FR: Eine große: Wir setzen uns schon seit rund vier Jahren – also seit den absoluten Bildgenerierungsanfängen – mit dem Thema auseinander. Mittlerweile macht die KI mehr als die Hälfte meiner täglichen Arbeit aus.

ARW: Lassen Sie es mich so formulieren: Wären wir in diesem Bereich nicht aktiv, könnten wir unseren eigenen Untergang mitverfolgen. KI ist also ein für uns elementar wichtiger weiterer Schritt im Bildmarkt. Wir haben uns in unserer Unternehmensgeschichte kontinuierlich weiterentwickelt – technisch wie in Sachen Servicebreite.

■ Was meinen Sie damit konkret?

ARW: Unser Aufgabengebiet hat sich in den letzten Jahren deutlich erweitert: Wir verfügen über die nötige Erfahrung, um alle möglichen bildbezogenen Arbeiten zu übernehmen: Bildrecherche, Prepress, Klärung rechtlicher Aspekte oder Verwaltung von visuellem Content. Diese Servicebreite ist unsere Stärke, das können nicht viele Bildagenturen.

FR: Und der Dienstleistungsbereich wächst weiter.

■ Woran liegt das?

FR: Viele Verlage müssen Kosten sparen und haben ihre Bildredaktionen aufgelöst. Wir bieten ihnen unsere Expertise als externe Bildredaktion an. Wir kennen uns mit Künstlerrechten, Zusatzrechten an Fotos und nicht zuletzt mit der Relevanz und redaktionellen Eignung von Bildern bestens aus. Das hilft auch enorm bei der Wissensvermittlung in Sachen bildgenerierende KI.

■ Wie wird der Markt in fünf Jahren aussehen?

FR: Das ist eine sehr gute Frage. Die Antwort lautet: Niemand kann heute sagen, was in fünf Jahren ist, schon weil sich die KI derart rasant entwickelt. Ich denke, man darf nicht aufhören, zu lernen, und muss die Kundenbedürfnisse im Auge behalten. Wir sind da, glaube ich, auf dem richtigen Weg – und wir helfen unseren Kunden, sich in dieser Entwicklung zurechtzufinden.



INTERFOTO wurde 1953 von dem Pressefotografen und späteren BVPA- sowie VG-Bild/Kunst-Gründer Friedrich Rauch gegründet. Seine Kinder Alice Rauch-Wendlinger und Florian Rauch leiten das Geschäft seit 1993. Interfoto Visual Experts, wie sich das in München ansässige Unternehmen heute nennt, unterstützt mit vielfältigen Serviceleistungen rund ums Bild viele große Verlagshäuser, versorgt als Bildagentur mit insbesondere historischem Bildmaterial den deutschen Markt und vertritt zahlreiche internationale Sammlungen und Kollektionen mit verschiedenen Spezialgebieten sowie Hunderte von Fotografen. Seit etwa vier Jahren ist die hausinterne KI-Bildgenerierung sowie Wissensvermittlung in diesem Bereich hinzugekommen.

www.interfoto.de





WENIGER IST MEHR

Bäume und Berge, schwarz und weiß: Michael Schnabels Naturbilder berühren uns auf minimalistische Weise – emotional wie kognitiv. Von Peter Schuffelen

>>>

Kieferngruppe I, Wental 2022.

Konturen, flüchtig wie der Rauch einer glimmenden Zigarette

>>> Stille.

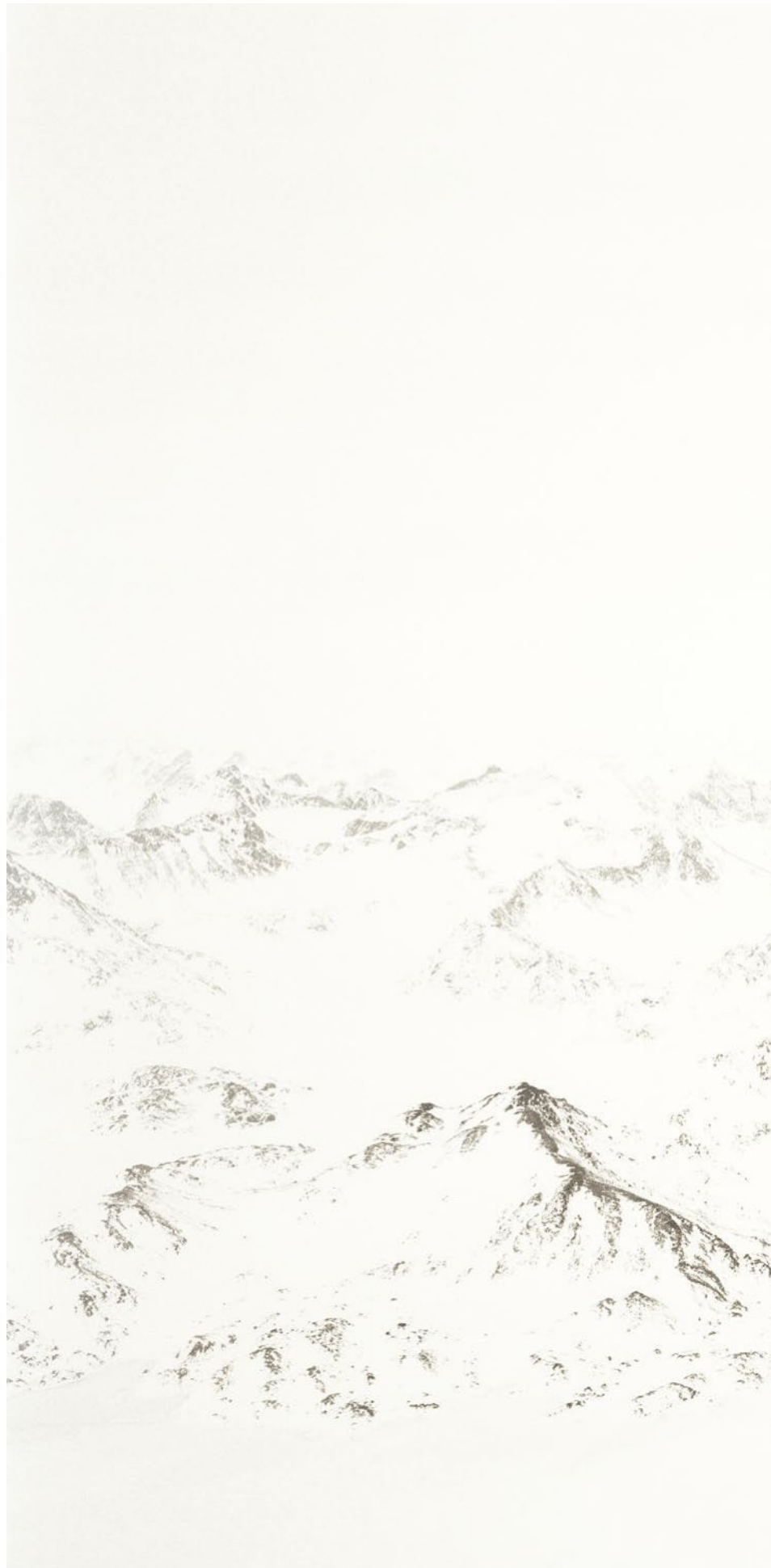
Das ist vielleicht das Wort, das einem als Erstes in den Kopf kommt, wenn man Michael Schnabels Bäume und Berge betrachtet; interessanterweise bleibt dieses Wort nicht im Kopf, es rutscht vielmehr tiefer, in die Herzgegend, verursacht einen kleinen Stich. Es muss etwas Vorbewusstes sein, das uns da trifft, etwas Evolutionsbiologisches vielleicht. Was womöglich daran liegt, dass wir als Menschen zu Bäumen wie zu Bergen ein archaisches Verhältnis haben. Bäume stehen für Nahrung, Schutz, Schatten, Zuflucht, Berge für Größe, Himmelsnähe, Ewigkeit – und: Eroberungsdrang.

„Der Berg ruft“, heißt es. Schnabels Berge aber schweigen. „Stille Berge“ hat der Fotokünstler seine vor mehr als 20 Jahren entstandene Bilderserie bezeichnenderweise genannt, für die er Bergmassive in den Alpen fotografiert hat, in dunkelster Nacht, bei Belichtungszeiten von rund einer Stunde. Vieles lässt sich nur erahnen im spärlichen Licht der Sterne und in dem wenigen, das aus der fernen Zivilisation bis ins Hochgebirge durchsickert. Paradoxaerweise ist dieses Nicht-Licht „erhellend“. Weil unsere Augen suchen, weil wir verstehen und ja: spüren wollen, was Nacht ist oder besser einmal war, bevor wir sie aus unserem Leben getilgt haben.

Ein paar Jahre später, kurz vor den Zehnerjahren, hat sich Schnabel dann erneut den Grenzen des Sichtbaren genähert, diesmal vom anderen Ende aus. In seiner Serie „Weißes Land“ zeigt er Berge und Meere, deren Konturen sich im Nichts des Schnees verlieren. Auch hier sucht das Auge nach Strukturen, nach dem Wesen der Landschaft, die nahtlos mit dem endlosen Weiß verschwimmt. Es findet Konturen, flüchtig wie der Rauch einer glimmenden Zigarette. Weniger ist mehr.

An der Grenze des Sichtbaren

Schnabel ist im Laufe seiner Karriere immer wieder an die Grenzen des Sichtba- >>>





Die Grenzen des Sichtbaren: Die Serie „Weißes Land“ zeigt Berge und Meere, deren Konturen sich im Nichts des Weiß verlieren.

>>>



Foz do Iguaçu I, 2007.



*Paradoxerweise
ist das Nicht-Licht
„erhellend“ – weil
unsere Augen
verstehen wollen,
was Nacht ist oder
besser einmal war.*

ren gegangen, mal hat er bei Dunkelheit in den Ausstellungsräumen von Museen fotografiert, mal in mondlosen Nächten an verschiedenen Punkten der Erde auf das Meer geblickt mit seiner Kamera, mal in den nächtlichen Himmel.

Ein Jahrzehnt lang hat er sich dann auf die Autofotografie konzentriert, für große Automobilmarken gearbeitet – und die Kunst ein wenig aus den Augen verloren. Seit Anfang der 20er-Jahre aber hat er zu ihr zurückgefunden und betreibt das Genre intensiver denn je. Schnabel knüpft dazu an seine beiden ersten, besonders erfolgreichen Serien an. Wieder erkundet der Fotograf den High- und Low-key-Bereich, diesmal allerdings anhand von Bäumen, genauer gesagt: Nadelbäumen in den Alpen. In „Bäume I“ zeigt er Kiefern bei Tag, die mal in Gruppen dastehen, mal solitär, aber immer „für sich“. Klar und scharf umrissen erinnern die Bilder an japanische Tuschezeichnungen, zugleich aber sind sie gegenständlich – „foto“-grafisch eben.

„Bäume II“ versammelt Nachtaufnahmen von Kiefern, die einmal mehr das Auge und die Fantasie des Betrachters herausfordern, weil sich die Konturen in der Nacht verlieren. Schnabels Fotografie wirft, wie jede Kunst, Fragen auf: Was ist Weiß, was Schwarz, was Dunkelheit, was Licht, was ein Berg, was ein Baum? Es sind grundsätzliche, erkenntnistheoretische Fragen, die über die Bilder schweben, und es ist die Reduziertheit, die seinen Naturbildern etwas Erhabenes verleiht. Indem wir weniger sehen, sehen wir mehr. Während uns die Bilder in Werbung und Social Media täglich lauter anbrüllen und unsere Sehnerven betäuben, sind Schnabels Bilder wohltuend leise. Ihre Stille fesselt uns, weil sie nachhallt.

>>>

>>> „Ich habe eine Sehnsucht nach Ruhe und Stille.“

I Michael, die Nacht bzw. die Dunkelheit spielt in deinen Bildern eine zentrale Rolle.

Michael Schnabel: Das stimmt. Angefangen habe ich mit urbanen Räumen, die ich bei Nacht fotografiert habe, in denen relativ viel Restlicht vorhanden ist. Dann aber bin ich einen Schritt weiter gegangen und habe Landschaften und Räume „ohne Licht“ gesucht. Die Berge als Sujet haben mich schon lange fasziniert, aber erst mit den Nachtaufnahmen habe ich einen Weg gefunden, mein „inneres Bild der Berge“ sichtbar zu machen: die Erhabenheit, Ursprünglichkeit und auch die Unnahbarkeit.

I Mit welchen Kameras arbeitest du?

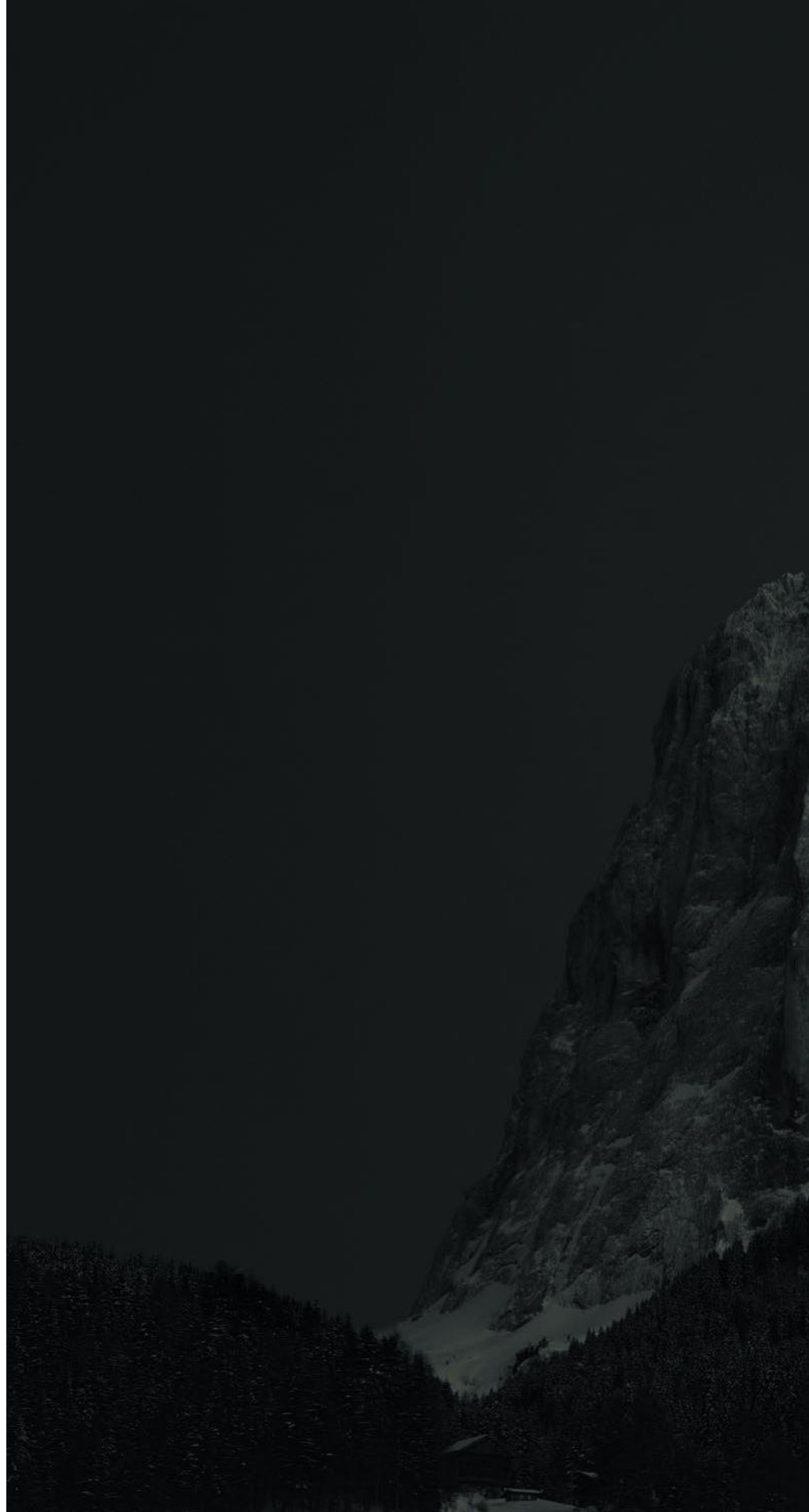
MS: „Stille Berge“ ist damals noch mit analogen Großformatkameras entstanden, inzwischen arbeite ich mit digitalen Mittelformatkameras wie der Fujifilm GFX 100, teilweise auch mit der Canon EOS R5.

I Du hast deinen Lebensunterhalt lange im Wesentlichen als Autofotograf bestritten. Wie passt das zusammen: kontemplative Naturbilder und dynamische Automotive-Bildwelten?

MS: Das war eine Entwicklung. Ich habe mich immer schon sehr für Landschaften interessiert und wurde für Landschaftsaufnahmen auch im werblichen Zusammenhang gebucht. Ursprünglich war ich nicht besonders autoaffin, meine Repräsentantin hat mich dann aber ermutigt, in diesem Bereich aktiv zu werden. Auto und Landschaft sind ja nun mal zwei komplementäre Motivwelten. Automotive ist ein lukratives Genre mit großen Projekten an reizvollen Orten. Das habe ich viele Jahre genossen – irgendwann das freie Arbeiten aber wirklich vermisst. Anfang des Jahr-

zehnts habe ich die Fotokunst dann wieder aufgegriffen, derzeit konzentriere ich mich fast vollständig auf diesen Bereich.

I Das heißt das freie Arbeiten ist für dich nicht nur ein kreativer Ausgleich, sondern auch ein finanzielles Standbein?





Langkofel I, 2010.

MS: Inzwischen definitiv.

■ Wie vermarktest du deine Bilder?

MS: Als hochwertige Inkjet-Prints, die ich in verschiedenen Formaten bis 160x220 cm auf Hahnemühle- oder Awagami-Kozo-

Papier ausgeben und edel rahmen lasse. Die Auflage ist auf fünf Exemplare limitiert, die Vermarktung erfolgt über Gale-

>>>

>>> rien, Museen und auf Kunstmessen, wie beispielsweise der Paris Photo.

! Welche Rolle spielt die Postproduktion für deine Kunstbilder?

MS: Eine große, jedenfalls mit Blick auf die Lookgebung. Für mich ist die digitale Datei nur das Rohmaterial. Die ersten 95 % der Arbeit gehen recht schnell, für die verbleibenden fünf Prozent brauche ich dann aber noch mal ebenso viel Zeit.

! Abschließend: Wie ist es, in diesen einsamen Landschaften unterwegs zu sein?

MS: Mir geht es immer gut da draußen, ich habe eine Sehnsucht nach Ruhe und Stille, bin gerne allein unterwegs und während des Fotografierens auch nicht wirklich kommunikationsfähig.



MICHAEL SCHNABEL,

Jahrgang 1966, studierte Fotografie in Darmstadt. 1995 machte er sich selbstständig – zunächst in der Werbe-, dann in der Autofotografie. Daneben verfolgte er stets freie Projekte. Seine Liebe zu Landschaften entdeckte er während eines dreijährigen Aufenthalts in San Francisco kurz nach seinem Studiumabschluss.

michaelschnabel.com

[instagram.com/michaelschnabelphoto](https://www.instagram.com/michaelschnabelphoto)

Alle Bilder: Courtesy Galerie Esther Woerdehoff, Paris



Seekiefer, 2021.



REZEPTE FÜR KREATIVE LOOKS

Mit der Picture-Control-Funktion und der Nikon Imaging Cloud wird das kreative Spektrum beim Fotografieren größer. Wir haben mit der Nikon Z5II ausprobiert, wie das Fotografieren mit Bildprofilen und Cloud-Rezepten funktioniert.

Zu Zeiten des analogen Films wurde der Look eigener Fotos vor allem durch die Wahl des Filmmaterials und der Entwicklung im Labor bestimmt. Mit der digitalen Fotografie und Bildbearbeitung entstand der Look dann außerhalb der Kameras – mit unendlichen, beliebigen Variationsmöglichkeiten. Die Picture-Control-Taste der aktuellen Nikon-Z-Kameras verlagert die Wahl des fotografischen Stils wieder zurück in die Kamera.

Die Nikon-Picture-Control-Funktion bestimmt, wie Farben im Motiv in der Kamera verarbeitet werden, wie Global- und Detailkontraste gehandhabt und wie Details durch Schärfung betont oder gedimmt werden. Die Nikon Imaging Cloud dient dabei als Austauschplattform, um „Rezepte“ für die Picture Controls auszutauschen. Darüber hinaus lässt sich die Cloud als Zwischenspeicher für Bilder und für Firmware-Updates nutzen.

Cloud einrichten und verbinden

Nachdem der Nikon-Imaging-Cloud-Account über den Webbrowser des Rechners oder Tablets eingerichtet ist, wird die Ni-



Die Picture-Control-Taste an der Nikon Z5II erlaubt den direkten Zugriff auf die in der Kamera gespeicherten Bildprofile.

kon Z5II per WLAN verbunden. Im Browser lassen sich nun „Rezepte“ auswählen und übertragen. Über die Picture-Control-Taste an der Oberseite der Kamera aktiviert man jene für Foto- und Videoaufnahmen. Umgekehrt lassen sich eigene Picture-Control-Einstellungen als Rezept aus den Bildern extrahieren, die zur Cloud übertragen wurden. Die dritte Möglichkeit besteht darin, eigene Looks in der Nikon-NX-Studio-Software zu definieren und in die Cloud zu übertragen.

Der kreative Faktor der Rezepte liegt darin, dass die Bildwirkung der gewählten Looks beim Fotografieren oder Filmen im elektronischen Sucher oder auf dem Kameradisplay sofort sichtbar ist – quasi wie ein digitaler Film, der direkt in der Kamera entwickelt wird.

Farbanpassung in der Kamera

Die Nikon Z5II beherrscht das Picture-Control-System in allen Facetten. Die Anpassung erfolgt im Kameramenü über „Picture Control konfigurieren“ im Menü Fotoaufnahme. Als Basis dienen die Nikon-Bildprofile wie *Standard*, *Neutral*, *Brillant* oder *Portrait*.

Dabei werden zentrale Bildparameter verändert. Dazu gehören Kontrast und Helligkeit, Schärfung, Klarheit (Mikrokontrast), Farbsättigung und Farbton. Aus dem Zusammenspiel dieser Einstellungen entsteht die charakteristische Tonwert- und Farbinterpretation eines Bildes.

Das fertige individuelle Set-up wird als Custom Picture Control Profile im Kameramenü abgelegt. Der neue Bildstil ist dann über die Picture-Control-Taste abrufbar.



Fotos, die im Nikon-RAW-Format aufgenommen wurden, können in der Kamera mit den Picture-Control-Bildprofilen entwickelt werden.

Picture Controls im Überblick

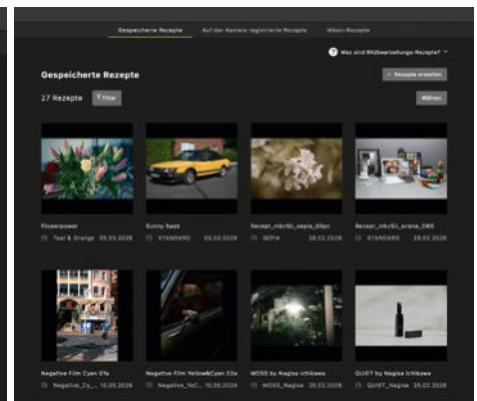
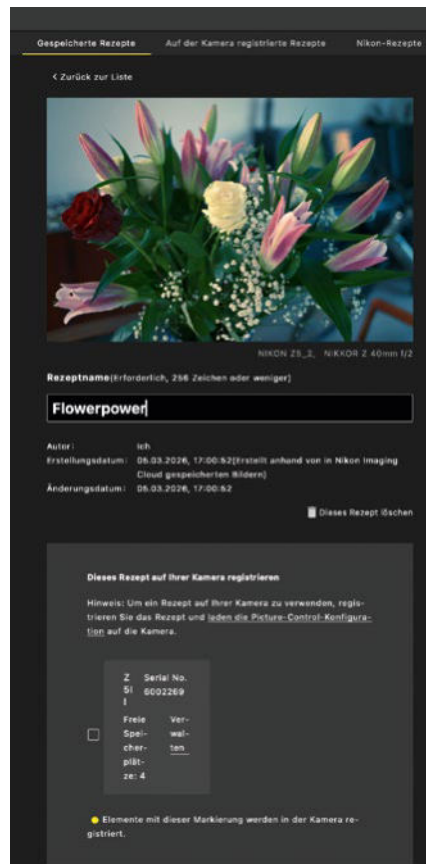
Es gibt mehrere „Klassen“ von Picture-Control-Einstellungen, die in den Nikon-Kameras nutzbar sind. Die Nikon-Imaging-Cloud-basierten Rezepte sind nur für kompatible Kameramodelle nutzbar, aktuell sind das die Nikon Zf, Z50II, Z6III, Z5II und ZR.

Fest installiert sind die **Standard Picture Controls**. Das sind Bildstile wie *Standard*, *Neutral*, *Brillant*, *Portrait* oder *Mono-chrom*. Sie dienen als Basis für die Entwicklung eigener Picture Controls.

Unter **Custom Picture Controls** werden eigene Bildprofile erstellt – entweder direkt in der Kameras oder in der NX-Studio-Software. Diese individuellen Profile sind die Basis für eigene Looks, z. B. für konsistente Looks bei Portrait-, Hochzeits- oder Event-Shootings. Neun Speicherplätze sind belegbar.

Die **Creative Picture Controls** wie *Pop*, *Sunday* oder *Ruß* sorgen für plakative Effekte und interpretieren Farben sowie Tonwerte durch reduzierte Sättigung, hohen Mikrokontrast oder gezielte Farbverschiebungen. Sie sind ebenfalls fest im Menü „verdrahtet“ und lassen sich zu Custom Controls ausbauen.

Die vierte „Spielart“ sind die **Cloud Picture Controls**, für die es neun Plätze gibt.



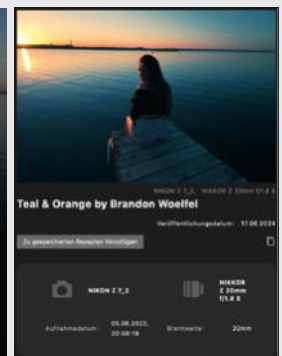
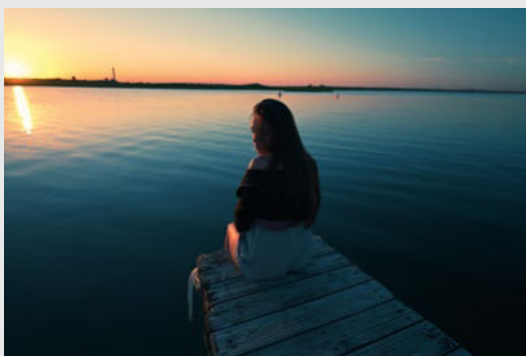
In der Nikon Imaging Cloud können Rezepte aus eigenen Fotos extrahiert werden. Außerdem stellen Nikon-Creator in der Cloud ihre Rezepte zur Verfügung.

wie Standard Picture Controls, sind aber nicht veränderbar.

Fazit: Die Picture-Control-Funktion erfordert ein wenig Eingewöhnung, macht aber Lust auf mehr, sobald man das Prinzip verinnerlicht hat. Wie zu analogen Zeiten gilt: weniger ist mehr. Extreme Looks nutzen sich ab, und das planlose Herumspielen mit eigenen oder fremden Looks führt zu einer gewissen Beliebigkeit. Wenn man seine drei, fünf oder zehn Lieblingslook gefunden und gespeichert hat, wird der „digitale Filmwechsel“ über die Picture-Control-Taste schnell zu einer kreativen Routine.

www.nikon.de

Über die Nikon Imaging Cloud lassen sich diese Bildrezepte speichern und laden. Neben den eigenen Looks stehen Imaging-Rezepte von Nikon-Creatoren zur Verfügung. In der Kamera verhalten sie sich



Links: „Teal & Orange“-Einstellung. | Mitte: Standard-Einstellung. (Foto: Brandon Woelfel)

PRAXISBEISPIEL: TEAL & ORANGE

Die beiden Aufnahmen zeigen denselben Moment mit identischer Belichtung, jedoch unterschiedlicher Bildinterpretation durch ein Picture-Control-Rezept. Im Ausgangsbild wirkt die Farbwiedergabe neutral und natürlich: Warme Sonnenuntergangsfarben dominieren den Himmel, Wasserflächen erscheinen farblich ausgewogen, Hauttöne folgen der realen Lichtsituation.

Das angewendete Rezept verschiebt gezielt die Farbgewichtung in Richtung eines klassischen „Teal & Orange“-Looks. Dabei werden kühle Farb-

anteile im Blau- und Cyanbereich verstärkt, während warme Tonwerte im Orange-Spektrum selektiv betont bleiben. Die Schattenbereiche erhalten eine leicht türkisfarbene Tönung, wodurch Wasser und Himmel kühler wirken. Gleichzeitig bleiben die Hauttöne warm, wodurch sich die Person stärker vom Hintergrund absetzt. Unterstützt wird dieser Effekt durch einen erhöhten Mikrokontrast und eine moderat angehobene Sättigung in den Mitteltönen, während die Lichter leicht komprimiert werden, um die Abendstimmung zu erhalten.

INTERIOR TRENDS 2026

Mit den Interior Trends 2026 zeigt CEWE, wie Wände Geschichten erzählen, selbst gestaltete Poster gute Laune versprühen und individuelle Fotoleinwände eine entspannte Atmosphäre schaffen. Ob poetisch, farbenfroh oder harmonisch – jeder Trend ist eine Einladung, die eigenen vier Wände mit Kreativität und Freude neu zu gestalten. Ganz hoch im Kurs stehen dabei mehrteilige Wandbilder.



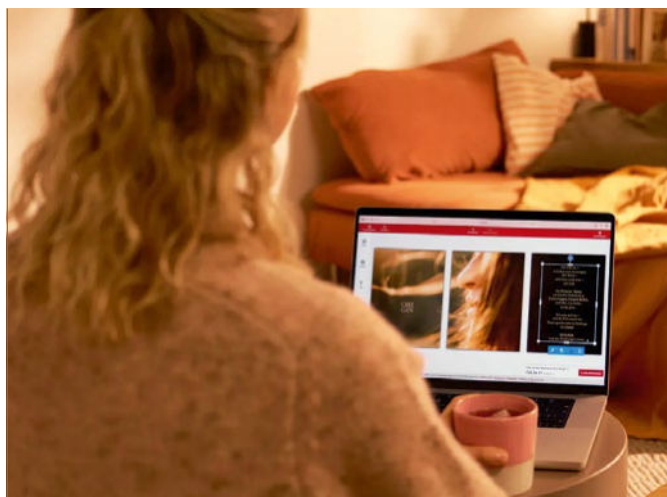
Mit einem mehrteiligen Wandbild geben Fotografen und Designfans ihrer Lesecke mehr Dimension, Wärme und Persönlichkeit.

Wie diese kreativ eingesetzt werden, hat Julia Gillo aus dem CEWE-Team demonstriert. Sie ist von Literatur fasziniert und kann sich in ihrer Lesecke stundenlang einkuscheln und in der Welt ihrer Bücher verlieren. Weil sie in diesem Teil ihrer Wohnung so viel Zeit verbringt, sollte es aber noch gemütlicher werden. Deshalb entschied sie sich dazu, die Lesecke mit einem Mehr-

teiler aufzuwerten. „Ein Blickfang an der Wand, der ganz viel Ruhe in den Raum bringt. Das war für mich die perfekte Lösung“, so berichtet Gillo. „Für die Gestaltung habe ich einfach bei CEWE online ein dreiteiliges Alu-Dibond für mein Foto ausgewählt und ein selbst geschriebenes Gedicht ergänzt.“

Gemütlicher Roots Trend

Das Wichtigste bei der Gestaltung war für sie die Atmosphäre im Raum. „Da ich mein Wohnzimmer im gemütlichen Roots-Trend eingerichtet habe, achte ich bei meinem Mehrteiler darauf, dass die Farben warm und erdig sind. Auch das Motiv sollte nicht zu unruhig sein – das sorgt für Tiefe und Gemütlichkeit“, so beschreibt die CEWE-Mitarbeiterin ihr Vorgehen und ihre Gedanken. Die Gestaltung erwies sich als sehr einfach. Auf der entsprechenden Online-Seite zog sie, sobald sie sich für ein Foto entschieden hatte, einfach auf die Gestaltungsoberfläche, und schon wurde es automatisch auf die einzelnen Bilder aufgeteilt. Zusätzlich integrierte sie ein selbst geschriebenes Gedicht auf der dunklen Farbfläche des ausgewählten Fotos. Gillo: „So wird meine Lesecke noch persönlicher.“ Wer selbst keine Gedichte schreiben mag, aber dennoch Text verwenden möchte, könne natürlich auch ein Gedicht seines Lieblingsautors oder ein Zitat wählen. Das Ergebnis ihrer Gestaltungsarbeit gefällt Julia Gillo vor allem deshalb, weil die einzelnen Teile des Mehrteilers nicht klassisch



Julia Gillo gestaltet den Mehrteiler für ihre Lesecke.

nebeneinander hängen, sondern sich auch flexibel über Eck anordnen lassen. „Egal, ob zwei, drei oder noch mehr Teile: Mit einem mehrteiligen Wandbild geben Fotografen und Designfans ihrer Lesecke noch mehr Dimension, Wärme und Persönlichkeit. Probieren Sie es aus und gestalten Sie eine gemütliche Foto-Ecke für Ihr Zuhause“, empfiehlt sie.

Trend 2: Color Pop 2026

Während sich der Roots-Trend vor allem durch die Farbtöne Ocker, Karamell und einen Hauch von Rosé auszeichnet, die mit weichen Textilien kombiniert werden und so eine Atmosphäre zum Entspannen schaffen, mag es Color Pop 2026 als zweiter Interior-Trend deutlich „lauter“. Color Pop 2026 steht für einen frischen Look für alle, die das Leben gern bunt und knallig sehen: Leuchtend bunte Wandbilder, typografisch gestaltet, fallen ins Auge und verbreiten gute Laune. Wenn rote, pinke, gelbe oder blaue Töne und ausdrucksstarke Schriftzüge aufeinandertreffen, entsteht im Handumdrehen eine farbintensive Bildsprache, die jeden Raum zum Strahlen bringt.

Ideal für diese kreative Art der Wandgestaltung sind die Premium Poster im Rahmen von CEWE. Deren hochwertige Druckqualität lässt knallige Farben intensiv zur Geltung kommen. Kombiniert mit einem passenden Holzrahmen entsteht so ein harmonischer Mix aus Modernität und Wärme.

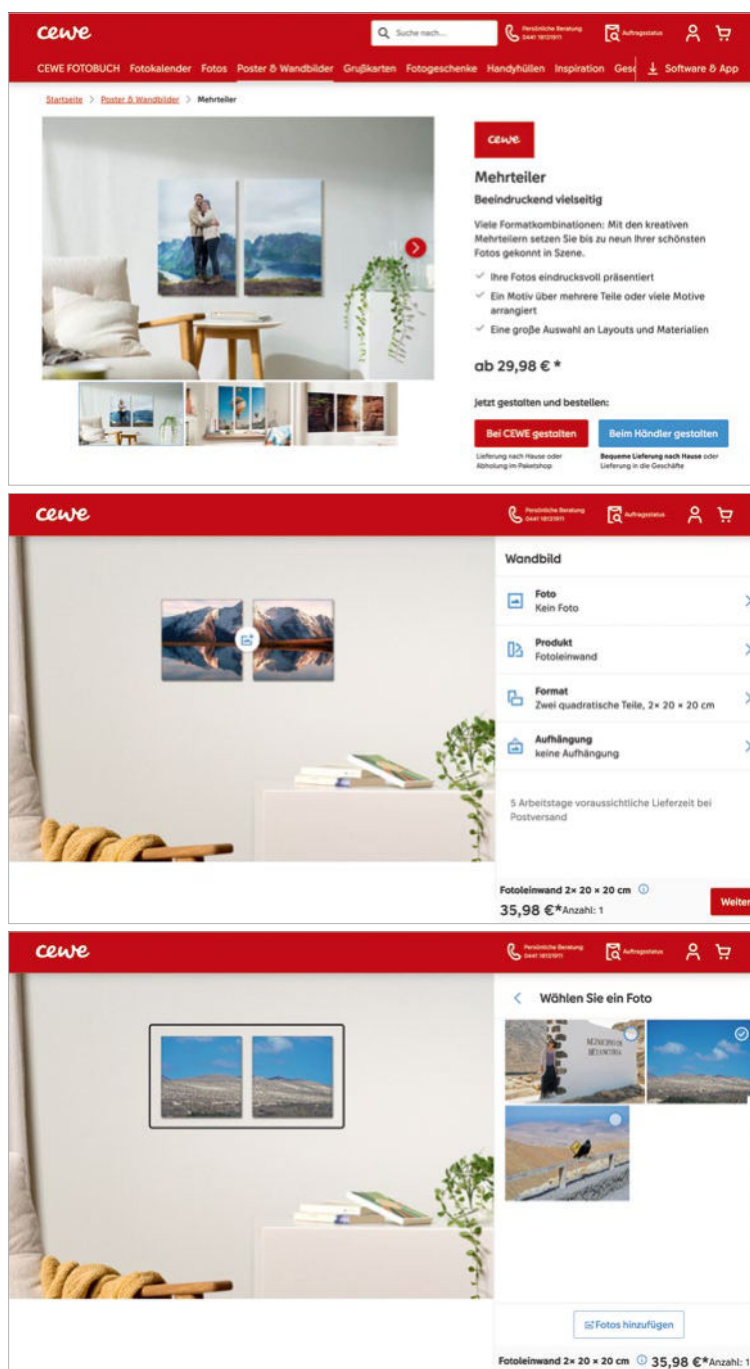
Flow als dritter Trend

Als dritter Trend hat sich zum Jahresbeginn Flow herauskristallisiert. Flow ist dabei ein Synonym für Leichtigkeit, Kreativität und achtsame Gesten. Sanfte Farben wie Salbei, Flieder oder Blassblau prägen diesen Stil und schaffen eine ruhige, entspannte Atmosphäre in jedem Zuhause. Insbesondere Naturaufnahmen in zarten Pastelltönen sorgen für eine harmonische Stimmung – und eignen sich perfekt als Motive für fein aufeinander abgestimmte Fotoleinwände.

Ein Produkt, das hervorragend zum Flow-Trend passt, ist das CEWE FOTOBUCH. Zum Beispiel als Geschenk für Mama oder Oma. Tragen Sie doch einmal unter einem Titel wie „12 Gründe, warum ich dich liebe“ Bilder, kleine Anekdoten und Botschaften in einem selbst gestalteten CEWE FOTOBUCH im Flow Stil zusammen. Zarte Farben und ruhige Layouts verleihen dem Ganzen dabei eine besonders warme, persönliche Note. Und alles, was man dafür braucht, sind Lieblingsbilder, ein bisschen Zeit und eine große Portion Herz.

Einfache Onlinegestaltung

Wie immer bei CEWE ist die Gestaltung der verschiedenen Foto-produkte online sehr einfach. Hat man über die Homepage die entsprechende Seite angesteuert, ist die Schritt-für-Schritt-



In wenigen einfachen Schritten ist der Mehrteiler bei CEWE online gestaltet.

Bedienung selbsterklärend. So können Kunden beispielsweise beim Produkt „Mehrteiler“ zunächst entscheiden, ob sie ihre individuellen Gestaltungsideen direkt bei CEWE oder einem kooperierenden Händler umsetzen und das finale Produkt zu sich nach Hause schicken oder im Geschäft abholen wollen. Dann wählen sie Produkt, Format, Aufhängung und das eigentliche Foto. Als Produkte bietet CEWE Fotoleinwand, Foto hinter Acrylglas, Foto auf Alu-Dibond, Gallery Print und Foto auf Hart-schaumplatte an.

Schließlich lässt sich über den Zoomfaktor und das Verschieben des Bildes der gewünschte Ausschnitt auswählen. Jeder Schritt wird dabei optisch direkt umgesetzt. Auf diese Weise sehen die Kunden sofort, wie das endgültige Produkt an der Wand wirkt.

www.cewe.de



1 Die Canon EOS R6 Mark III kommt mit deutlich mehr Auflösung daher: 32,5 statt 24 MP sind drin. Neu ist die bei Videoaufnahmen rot leuchtende Tally-Lampe. | 2 Wie gehabt: Joystick, Quick-Control-Rad sowie Einstellräder für Zeigefinger und Daumen ermöglichen eine schnelle und direkte Bedienung der Kamera. | 3 Das beschriftete Moduswahlrad ermöglicht einen schnellen Zugriff auf zahlreiche Aufnahmemodi, darunter drei Custom-Programme. | 4 Neu ist der CFexpress Typ B, der zweite für SD-Karten (UHS-I/II). | 5 Der neue Fullsize-HDMI-Port, Kopfhörer- und Mikrofonbuchse, Fernauslöser sowie USB – sind unter robusten Gummiabdeckungen geschützt.

EVOLUTION IN DER MITTELKLASSE

Die EOS-R6-Modellreihe von Canon und Alpha-7-Kameras von Sony gehören in die Kategorie der Allroundkameras, die auch professionell genutzt werden. Canons EOS R6 Mark III und Sonys Alpha 7 V, beide Ende 2025 vorgestellt, bieten verbesserte Leistungen in den Bereichen Fotografie und Video.

In der Mittelklasse digitaler Kameras entscheidet nicht die maximale Auflösung über die Attraktivität einer Kamera. Der ausgewogene Mix macht's: Geschwindigkeit, Autofokusleistung, Video-Performance und Anschlussfähigkeit bestimmen, wie gut sich eine Kamera in Produktionsabläufe einfügt.

Canons EOS-R6- und Sonys Alpha-7-Modellreihe spielen eine zentrale Rolle im Portfolio der beiden Hersteller. Die Kameras

richten sich an Fotografen und zunehmend auch an hybride Bildermacher, die Fotos und Videos mit einer Kamera produzieren. Das Konzept ist ähnlich – die Gewichtung der Funktionen fällt jedoch etwas unterschiedlich aus.

Die vergleichende Betrachtung basiert auf den Tests der TIPA (Technical Image Press Association), bei denen sowohl Labormessungen als auch Praxiserfahrungen in die Bewertung einfließen.

OPEN GATE RECORDING: VOLLE FLÄCHE FÜR VERSCHIEDENE FORMATE

Open Gate nutzt bei Videoaufnahmen die gesamte Sensorfläche im nativen Seitenverhältnis. Statt des üblichen 16:9-Ausschnitts wird das vollständige 3:2-Sensorformat aufgezeichnet. Dadurch entsteht bei der Canon EOS R6 Mark III ein hochauflösendes 7K-Video, das zusätzlichen Raum in der Bildhöhe bietet und deutlich mehr Flexibilität in der Postproduktion ermöglicht.

Die Aufzeichnung kann – je nach Workflow – sowohl in hochwertigen internen Codecs als auch im RAW-Format erfolgen.

Vorteile in der Praxis:

- ideal für flexible Multi-Plattform-Workflows
- Videohoch- und Querformate aus einem Clip
- mehr Spielraum für Reframing und Bildausschnitte
- hochwertige 4K-Ausschnitte aus 7K-Material



1 Hinter dem E-Mount-Bajonett sitzt, rückseitig belichtend, der 33-MP-Vollformat-CMOS-Sensor mit integriertem Tiefpassfilter. | 2 Auf der Rückseite befinden sich ein Multi-Selector-Joystick sowie ein Einstellrad, an dem sich durch Druck auf die vier Seiten zusätzlich vier frei belegbare Funktionstasten nutzen lassen. | 3 Der Monitor lässt sich direkt hinter dem Kameragehäuse nach oben und unten neigen. | 4 Zusätzlich kann das Display seitlich ausgeschwenkt und nach vorne gedreht werden – ideal für Self-Recording oder Videoaufnahmen. | 5 Die Kamera bietet zahlreiche Anschlüsse, darunter zwei USB-C-Ports sowie Fullsize-HDMI.



Canon EOS R6 Mark III: mehr Auflösung für Foto und Video

Wie schon bei den beiden ersten Generationen setzt Canon auch bei der EOS R6 Mark III auf Geschwindigkeit und Low-Light-Leistung. Der neue 32,5-Megapixel-Sensor liefert allerdings rund 30 Prozent mehr Auflösung.

Die Kamera bleibt dabei schnell genug für Reportage und Action, gewinnt aber gleichzeitig an fotografischer Reserve für Portrait-, Hochzeits- und Editorial-Shootings. Mehr Cropping-Spielraum, größere Druckformate und flexiblere Bildausschnitte sind in diesen Genres wichtig.

Die Labormessungen der TIPA bestätigen der Kamera eine stabil hohe Detailauflösung über den gesamten ISO-Bereich hinweg. Selbst bei ISO 3.200 werden noch rund 98% der theoretischen Maximalauflösung erreicht.

Parallel dazu hat Canon die Ausstattung verbessert. Ein vollwertiger HDMI-Typ-A-Anschluss ersetzt den kleinen Micro-HDMI-Stecker, während das zusätzliche CFexpress-Typ-B-Kartenfach höhere Datenraten für die Videoaufzeichnung ermöglicht.

Das ist sinnvoll, weil das Recording von 7K-Open-Gate oder RAW-Video deutlich mehr Daten produziert. Die Nutzung der vollen 3:2-Bildsensorfläche vereinfacht es, mit einem Take Clips im Hoch-, Quer- oder quadratischen Format zu produzieren. Die Labormessungen zeigen eine hohe Detailabbildung sowohl im 4K-Modus als auch bei Open-Gate-Aufnahmen.

Fotografisch bleibt die Kamera ihrer High-Speed-/High-ISO-DNA treu: bis zu 40 Bilder pro Sekunde, die Voraufnahme-Funktion für dynamische Motive und der Deep-Learning-basierte Dual-Pixel-CMOS-Autofokus.

Sony Alpha 7 V: Evolution im Detail

Sony setzt mit der Alpha 7 V auf technologische Verfeinerung. Die Weiterentwicklung betrifft Autofokus, KI-unterstützte Aufnahme- und Videoprozesse und die Konfigurierbarkeit der Kamera.

Äußerlich bleibt die Alpha 7 V ihrem Vorgänger ähnlich. Das Herzstück ist ein 33-Megapixel-Sensor, der einen ausgewogenen Kompromiss zwischen hoher Auflösung und High-ISO-Performance darstellt. Die Labormessungen zeigen eine konsistente Detailwiedergabe bis ISO 6.400, wo noch rund 85% der theoretischen Auflösung erhalten bleiben.

Typisch für Sony ist die zurückhaltende kamerainterne Bildaufbereitung. Schärfung und Signalverarbeitung greifen vergleichsweise moderat ein, wodurch Dateien neutral wirken und sich gut für individuelle Bildgestaltung und Color-Grading eignen.

Einen deutlichen Entwicklungsschritt macht die Kamera beim Autofokus. Die KI-gestützte Motiverkennung erkennt Menschen, Tiere und Fahrzeuge noch zuverlässiger und hält Motive auch in komplexen Situationen stabil im Fokus. Das Tracking arbeitet sehr präzise und entlastet Fotografen besonders bei dynamischen Aufnahmen. >>>



Canon R6 Mark III – Color Reproduction ISO 100



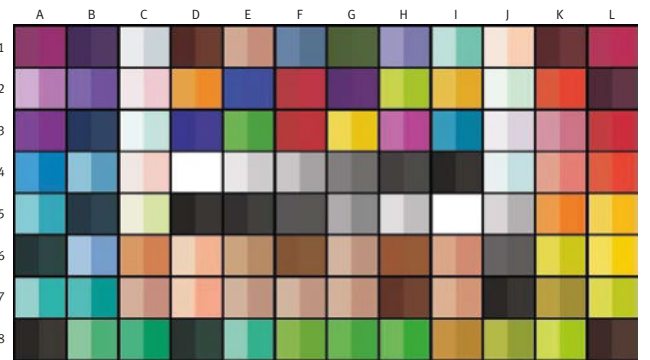
The left half of each square shows the color reproduction of the camera, compared to the reference color on the right-hand side.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	9,4	12,0	8,6	11,4	8,5	9,4	8,1	9,1	13,9	7,7	11,5	17,5
2	9,5	15,3	8,0	9,4	19,9	19,1	11,1	13,8	11,3	7,9	13,8	9,2
3	11,2	12,9	8,9	21,7	18,5	19,0	12,0	8,6	17,1	7,4	8,6	17,5
4	16,4	14,2	7,7	0,0	8,5	10,1	4,0	5,8	9,4	8,1	11,8	14,5
5	15,9	7,3	9,6	9,2	7,9	2,9	8,8	10,0	0,3	11,1	10,2	12,8
6	6,0	13,2	13,1	8,8	9,2	10,1	8,5	12,6	9,9	1,5	13,0	13,0
7	16,8	20,1	9,4	9,6	8,3	8,2	8,4	11,4	9,2	8,5	12,8	13,4
8	8,5	15,6	18,0	6,9	15,3	17,0	18,6	17,7	10,8	15,5	14,2	8,7

Very strong deviation Visible deviation Moderate deviation

The structure of the delta E-table mirrors that of the chart shown above

Sony Alpha 7 V – Color Reproduction ISO 50



The left half of each square shows the color reproduction of the camera, compared to the reference color on the right-hand side.

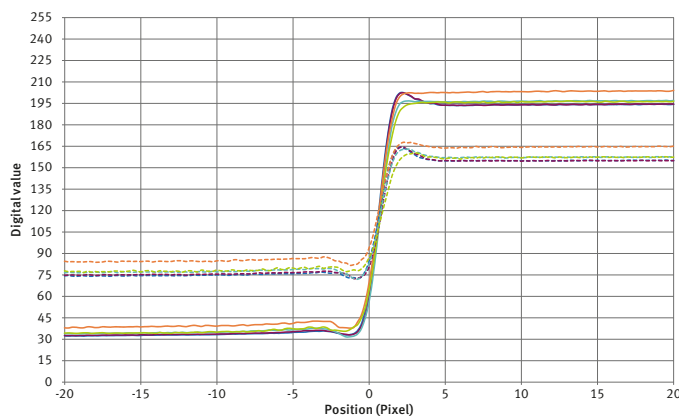
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	10,0	5,0	9,4	9,3	11,4	6,7	3,4	12,2	23,8	16,4	6,4	6,4
2	24,1	9,0	12,8	15,6	6,9	5,4	3,6	12,1	13,1	15,9	12,8	7,3
3	8,1	8,1	16,4	6,7	9,0	4,9	14,7	18,6	13,9	9,2	14,8	8,3
4	12,8	17,0	13,1	0,0	9,2	13,6	6,5	4,5	8,0	11,2	19,4	14,0
5	17,9	6,0	21,9	8,0	7,4	1,8	12,8	11,6	0,5	13,4	19,3	19,0
6	7,2	18,9	11,1	19,5	9,2	10,1	11,9	2,9	12,9	3,1	11,9	19,7
7	20,7	21,1	13,1	23,3	11,9	11,9	12,3	6,9	13,4	7,5	9,0	12,5
8	8,2	17,9	16,7	8,6	20,8	9,1	9,7	13,9	5,3	11,1	17,5	8,0

Very strong deviation Visible deviation Moderate deviation

The structure of the delta E-table mirrors that of the chart shown above

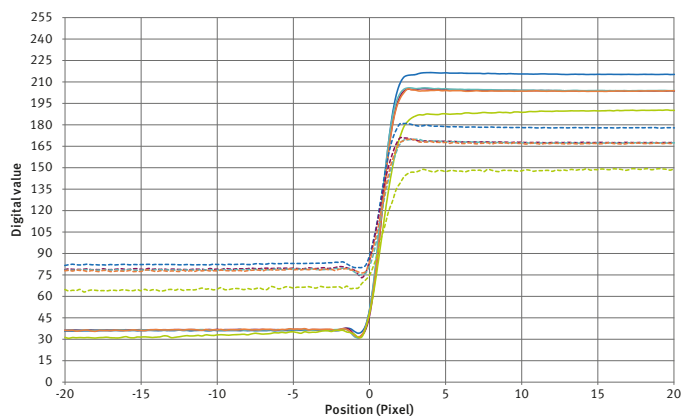
Links Canon EOS R6 Mark III, rechts Sony Alpha 7 V: Beide Kameras zeigen bei der TIPA-Testszene, die mit automatischem Weißabgleich bei 5.000 Kelvin aufgenommen wurde, eine ausgewogene Farbwiedergabe. Den visuellen Eindruck unterstreicht die Vergleichsfarbmatrix aus dem TIPA-Testlabor, wobei Canon die Farben noch etwas neutraler wiedergibt (Quelle: TIPA).

Canon R6 Mark III – Sharpening



ISO100 HC ISO400 HC ISO1600 HC ISO6400 HC ISO12800 HC
ISO100 LC ISO400 LC ISO1600 LC ISO6400 LC ISO12800 LC

Sony Alpha 7 V – Sharpening



ISO50 HC ISO400 HC ISO1600 HC ISO6400 HC ISO12800 HC
ISO100 LC ISO400 LC ISO1600 LC ISO6400 LC ISO12800 LC

Die Diagramme zeigen die kamerainterne Nachschärfung entlang kontrastreicher Kanten bei verschiedenen ISO-Werten. Die Kurven zeigen, dass die Canon EOS R6 Mark III eine deutlichere Kantenakzentuierung einsetzt, insbesondere bei niedrigen ISO-Werten und in Bereichen mit geringem Kontrast. Die Sony Alpha 7 V arbeitet zurückhaltender: Die Kurven verlaufen flacher, was auf eine geringere kamerainterne Schärfung hinweist. (Quelle: TIPA)

>>> schen Motiven. Ergänzt wird das System durch eine Pre-Capture-Funktion, bei der bereits beim Antippen des Auslösers Bilder aufgezeichnet werden – ein Feature, das sich vor allem im Sport- und Wildlife-Bereich bewährt hat.

Zahlreiche frei belegbare Tasten, verschiedene Quick-Menüs und ein sehr flexibles Bedienkonzept erlauben es, die Kamera exakt an den eigenen Workflow anzupassen.

Videoseitig setzt Sony auf hohe 4K-Bildqualität. Die getesteten Videos erreichen eine sehr hohe Detailauflösung von über 100% der theoretischen Maximalleistung bei gleichzeitig sehr geringem Rauschen. Das Ergebnis sind in der Postproduktion gut bearbeitbare Dateien.

Die flexible Monitor-Konstruktion kombiniert zwei Mechaniken: klassisches Kippen nach oben und unten sowie seitliches Aus-schwenken. Damit lässt sich die Kamera sowohl für fotografische Perspektiven als auch für Video-Setups oder Self-Recording flexibel einsetzen.

Fazit

Schon die EOS R6 Mark II und die Sony Alpha 7 IV waren exzellente Allroundkameras. Die neue Generation baut diese Position jeweils weiter aus.

Canon erweitert mit der EOS R6 Mark III die Einsatzmöglichkeiten der Serie deutlich – mehr Auflösung, schnellere Serienbilder und Open-Gate-Video machen sie zu einer flexiblen Hybridkamera.

Die Sony Alpha 7 V entwickelt das ausgereifte Konzept der Serie weiter. Verbesserungen bei Autofokus, Bedienung und Video-funktionen sorgen für ein ausgewogenes Gesamtpaket.

Während Canon mit Open-Gate-Recording stärker in Richtung Multiformatvideos denkt, setzt Sony bei der Alpha 7 V auf effiziente 10-Bit-Codecs und bietet 4K-Oversampling aus 7K-Daten.

Welche Kamera die bessere Wahl ist, entscheiden am Ende nicht die Messkurven im Labor. Beide Kameras sind exzellente Werk-zeuge mit etwas unterschiedlichem Funktionsumfang.



AUF EINEN BLICK

CANON EOS R6 MARK III

SONY ALPHA 7 V

Sensortyp	Vollformat CMOS	Vollformat CMOS
Auflösung	32,5 MP	33 MP
ISO-Bereich (Basis)	ISO 100–64.000 (erweitert 50-102.400)	ISO 100–51.200 (erweitert 50-204.800)
Serienbild (elektronisch)	bis 40 fps	bis 30 fps
Serienbild (mechanisch)	bis 12 fps	bis 10 fps
Autofokus-System	Dual Pixel CMOS AF II, Deep-Learning-Motiv-erkennung	Phase Detection AF + AI Processing Unit
Pre-Capture / Voraufnahme	ja	ja
Bildstabilisierung (IBIS)	5-Achsen-IBIS, bis ca. 8,5 EV mit RF-Objektiven	5-Achsen-IBIS, bis 7,5 EV
Videauflösung	7K 30p Open Gate (3:2), 4K bis 120p	4K bis 60p, 4K 120p (mit Super35 Crop)
Video-Codecs	10-Bit interne Codecs	10-Bit interne Codecs
elektronischer Sucher	OLED EVF	OLED EVF
Sucherauflösung	3,69 Mio. Punkte	3,69 Mio. Punkte
Display	3,0 Zoll Vari-Angle-Touchdisplay	3,2 Zoll Multi-Angle-Display
Displayauflösung	ca. 1,62 Mio. Punkte	ca. 2,1 Mio. Punkte
Speicherkarten	CFexpress Typ B + SD UHS-II	CFexpress Typ A + SD UHS-II
HDMI	HDMI Typ A	HDMI Typ A
Tally-Lampe	ja	-
Abmessungen (B×H×T)	ca. 138,4 × 98,4 × 88,4 mm	ca. 130,3 × 96,4 × 82,4 mm
Gewicht	ca. 699 g	ca. 695 g
UVP Deutschland (Body)	ca. 2.899 €	ca. 2.999 €



Neues, reduziertes Design ohne ausgeprägten Handgriff. Daneben das Nikkor-Z-28-135mm-f4-Powerzoom-Objektiv.

FOKUS AUF VIDEO

Mit der Nikon ZR hat der traditionsreiche Fotokamera-Hersteller im Herbst 2025 eine Z-Systemkamera vorgestellt, bei der das Bewegtbild stärker als bisher im Mittelpunkt steht – ohne dass man die fotografischen Wurzeln aufgeben hätte. Was die ZR kann, hat **Steffen Rath** für digit! getestet.

Die ZR ist ein Brückenprodukt: kompakt, videoorientiert und zugleich vertraut für alle, die aus der Nikon-Z-Fotowelt kommen. Genau diese Mischung macht sie für Content-Creator interessant – und für Filmemacher als mögliche Zweit- oder B-Roll-Kamera.

Im Frühjahr 2024 gab Nikon die Übernahme von RED bekannt – ein Hersteller, der in der professionellen Filmproduktion seit Jahren für modulare Digitalkameras und RAW-Workflows steht. Für Fotografen ist der Name weniger präsent, in der Videowelt gehört RED jedoch zu den etablierten Marken. Die strategische Richtung war damit klar: Nikon möchte seine Kompetenzen im Bewegtbild erweitern. Die ZR ist aber kein RED-System im Miniaturformat, sondern ein erster Schritt, vorhandene Z-Technologie stärker mit videofokussierten Workflows zu verbinden.

Design und Technik

Der Body der ZR präsentiert sich kompakt und funktional schlicht. Das reduzierte Block-Design ohne ausgeprägten Handgriff ist typisch für Cine-Kameras und bringt für fotokameragewohnte Hände auch praktische Herausforderungen mit sich: Besonders mit schwereren Objektiven ist das Handling auf Dauer anstrengend. Andererseits: In typischen Video-Set-ups relativiert sich das, da die Kamera meist im Rig mit zusätzlichen Griffen oder auf dem Stativ oder mit einem Gimbal eingesetzt wird – bei den Video-Set-ups spielt das kompakte Gehäuse dann seine Vorteile aus.

Ein sichtbarer Hinweis auf das Vorhandensein der RED-Gene ist der „Nikon RED“-Schriftzug auf der Rückseite des Displays. Bezüglich der Hardware basiert die Kamera auf der bestehenden Nikon-Z-Plattform.

So arbeitet in der ZR ein Vollformat-CMOS-Sensor mit 24,5 Megapixeln, kombiniert mit Dual-Base-ISO (800 und 6.400). Auch der Expeed-7-Prozessor – bekannt aus höher positionierten Z-Kameras – sorgt für Funktionen wie Echtzeit-Motiverkennung und leistungsfähige Bildverarbeitung. Und klar: Der Z-Mount ist mit allen Z-Nikkoren kompatibel.

Die RED-Gene werden vor allem in den videospezifischen Einstellungen und Menüs der Kamera sichtbar: Neben Nikons eigenem N-RAW unterstützt die Kamera professionelle Videoformate wie ProRes RAW sowie RED-nahe Codec- und Farbworkflow-Ansätze.

Speicher und Workflow

Beim Speichermedium setzt Nikon auf CFexpress-Karten. Auf einen SD-Karten-Slot wird verzichtet – das ist nachvollziehbar angesichts der hohen Datenraten bei RAW-Aufnahmen, für die CFexpress mit deutlich höheren Schreibgeschwindigkeiten prädestiniert ist.

Die Position des Akku- und Kartenfachs an der Unterseite erwies sich jedoch als wenig praxisfreundlich: Sobald die Kamera auf einem Stativ oder Gimbal montiert ist, lässt sich das Fach nicht mehr öffnen.



Oben: Roland bei der Testaufnahme – bei eingesteckten Kopfhörern lässt sich das Display nicht mehr vollständig schwenken.
Unten: Vlogging-Aufnahmen gelingen dank klappbarem Display auch ohne externen Monitor.

Praxis: Content-Creation im Fokus

Im Test probierten wir die Nikon ZR unter anderem für Social-Media-Produktionen für die digit! Kanäle aus. Bei diesen kurzen Clip-Formaten fühlt man sich mit der Kamera richtig wohl: 6K-Auflösung mit bis zu 60 fps sowie Full HD mit bis zu 240 fps bieten viel Spielraum und Qualität.

Kleiner Wermutstropfen: Die Nikon ZR unterstützt aktuell kein Open-Gate-Recording. Für Content-Creator bedeutet das: Hochformat-Varianten entstehen durch nachträgliches Cropping aus dem Querformat, wodurch der Bildausschnitt bereits bei der Aufnahme entsprechend mitgedacht werden muss.

Der Aufbau für unsere kleine Testproduktion war unkompliziert: Licht setzen, Kamera aufbauen – und Roland konnte die neue digit! Ausgabe für Instagram präsentieren. Klassische Video-Tools wie Präsentationsmodus, Fokus-Peaking oder Zebraanzeigen lassen sich bei der Aufnahme direkt über das Touch-Menü des 4-Zoll-Monitors steuern.

Die integrierten Mikrofone liefern eine klare Sprachaufnahme, reagieren jedoch entsprechend sensibel auf Umgebungsgeräusche. Der Akkuverbrauch ist moderat: Nach rund 30 Minuten Aufnahmezeit waren etwa 25 Prozent der Kapazität verbraucht. Bei längeren Produktionen sind Wechselakkus selbstverständlich Pflicht. Die ZR verfügt über keine aktive Kühlung. Das Gehäuse wird entsprechend spürbar warm, lief bei unseren Aufnahmen aber ohne Probleme durch.

In der Postproduktion wird deutlich, dass Video-RAW sehr große Datenmengen erzeugt: Ein 30-Sekunden-Clip kann bereits über ein Gigabyte groß sein. Die Nikon-Standardfarbprofile wirken weich und zurückhaltend und liefern direkt nutzbare Ergebnisse ohne aufwendiges Grading. Wer maximale Flexibilität in der Nachbearbeitung sucht, wird eher zu Log- oder RAW-Aufnahmen greifen. Hier zeigt sich der Einfluss der RED-Integration: Erweiterte Farbprofile und RAW-Codecs bieten deutlich mehr Spielraum beim Grading.

Fazit

Die Nikon ZR markiert einen sichtbaren Schritt in Nikons Entwicklung vom klassischen Fotokamera-Hersteller hin zu einem Anbieter, der Foto- und Videowelten stärker zusammenführt. Sie ist keine Mini-RED-Cinema-Kamera, sondern eine kompakte, videoorientierte Z-Systemkamera, die Video-Content-Creator anspricht und gleichzeitig als kompakte und flexible Ergänzung für bestehende Video-Set-ups funktionieren kann.

Für rund 2.350 Euro bietet die Kamera ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis, moderne Codecs und eine vertraute Bedienung für Nutzer des Z-Systems. Einige Punkte – etwa Open Gate oder ergonomische Details – könnten zukünftige Updates verbessern. Wer bereit ist, kleinere Kompromisse einzugehen, erhält eine vielseitige Kamera, die vor allem für bestehende Z-Mount-Nutzer einen unkomplizierten Einstieg in videolastige Workflows ermöglicht.

Hier geht es zum Video-Review der Video ZR:

www.digit.de/digit-links-1-2026/



RADIKAL REDUZIERT

Die Sigma BF ist im besten Sinne eine Sonntagskamera. Nicht für die Vitrine, sondern für Momente, in denen das Fotografieren ein bewusst gewählter Blick auf die Welt sein soll.



Eine Kamera wie in Zen-Bogen – nur schöner: Die SIGMA BF besticht durch ihr einzigartiges Design und eine intuitiver Bedienung, die alle Aufmerksamkeit aufs Motiv lenkt.

Die SIGMA BF ist hinsichtlich ihres Designs die wohl radikalste spiegellose Systemkamera. Ein Gehäuse, das buchstäblich Ecken und Kanten hat, wunderschön anzuschauen – aber auch praktisch?

Anders als die Systemkameras anderer Hersteller legt es die BF nicht darauf an, einer möglichst breiten Zielgruppe alles recht zu machen. Sie zielt nicht darauf ab, Feature-Nerds zufriedenzustellen und für jede erdenkliche Situation einen Knopf oder einen Menüpunkt zur Verfügung zu stellen.

Ihr Design mag gefallen oder nicht – auf jeden Fall fordert die BF dazu auf, sich mit ihr zu beschäftigen. Und das auch ohne zu fotografieren: Das aus dem Vollen gefräste Gehäuse. Die Punzierung auf der Vorderseite, deren Haptik an die Schaftgravierung edler englischer Flinten erinnert. Ein klares Design zwischen den schlicht-funktionalen Braun-Design-Ikonen eines Dieter Rams und der elegant schimmernden Oberfläche eines Apple MacBooks aus der Ära von Jonathan Ive.

Designed und made by SIGMA – gefertigt im japanischen Aizu, wo das Unternehmen seit Jahrzehnten Kameras und Objektive in eigener Produktion herstellt. Auf dem Gehäuse stehen nur zwei Worte: oben BF und auf der Rückseite SIGMA.

Entdeckung statt Irritation

Die erste Begegnung erfordert einen Moment der Orientierung: Wer von klassischen Systemkameras kommt, sucht vergeblich nach Aufnahmeprogrammen und Beschriftungen. Die BF folgt einer anderen Logik. Auf der Oberseite sitzt der große runde Auslöser. Auf der Rückseite befinden sich ein Multifunktionsrad mit zentraler Taste, ein elliptischer Menü-Button, der Wiedergabe-knopf und die Taste zum Ein- und Ausschalten. Das war's.

Der Irritation folgt die Phase des Entdeckens. Für die BF braucht man kein Handbuch. Ihre Bedienung erschließt sich spielerisch beim Fotografieren. Die Kamera möchte nicht erklären, sie möchte benutzt werden. Einstellungen erscheinen direkt auf einem



Wie aus einem Guss: Die SIGMA BF, hier mit dem 45mm F2,8 DG Contemporary Objektiv.



kleinen OLED-Display, lassen sich über das Wahhrad verändern und verschwinden dann wieder. Kein verschachteltes Menüsystem, keine überbordenden Individualisierungsoptionen. Radikal reduziert – der Zen-Bogen für Fotografen.

Der fotografische Workflow

In der Hand vermittelt die BF kühle Solidität. Keine Nähte, keine sichtbaren Gehäuseübergänge, kein Kunststoff. Diese Materialität prägt auch die Bedienung. Der große Auslöser bietet einen sanft definierten Druckpunkt, das zentrale Wahhrad läuft mit angenehm dosiertem Widerstand. Die eingelassenen Tasten reagieren mit einem präzisen haptischen Klick.

Die wichtigsten Aufnahmeparameter – Belichtungskorrektur, ISO, Weißabgleich oder Autofokusmodus – werden direkt im Aufnahmebild auf dem rückseitigen 3,2-Zoll-Hauptdisplay eingeblendet und lassen sich via Multifunktionsrad anpassen.

Die Reduktion mag zunächst ungewohnt sein, erweist sich in der Praxis aber als fotodienlich. Einstellungen werden im Kontext des Motivs vorgenommen – und nicht im Kontext eines Menüs.

Die Technik

So unkonventionell sich die SIGMA BF in ihrer Bedienung gibt, so solide ist ihre technische Basis. Im Inneren arbeitet ein 24,6 MP BSI-CMOS Vollformatsensor, der sowohl für Fotografie als auch für Video ausgelegt ist. Die Kamera besitzt den L-Mount, der gemeinsam von SIGMA, Leica und Panasonic entwickelt wurde und eine große Auswahl hochwertiger Objektive bietet.

Der Hybrid-Autofokus arbeitet mit Phasen- und Kontrasterkennung und unterstützt Motiv-Erkennung für Menschen und Tiere.

Serienaufnahmen mit dem elektronischen Verschluss sind mit bis zu acht Bildern pro Sekunde möglich.

Statt eines Kartenfachs besitzt die BF einen internen Speicher von 230 GB. Bilder und Videos werden direkt auf der Kamera abgelegt und anschließend über USB-C übertragen. Bei Videoaufnahme unterstützt die BF hochauflösende Aufnahmen bis 6K 30p sowie verschiedene Farbprofile für die Nachbearbeitung.

Trotz ihres radikal reduzierten Designs ist die BF eine vollwertige Vollformatkamera – sie präsentiert ihre Möglichkeiten nur deutlich dezenter als andere Modelle.

Eine Kamera, eine Brennweite

Das silberne SIGMA 35mm F2 DG Contemporary passt perfekt zur Idee der BF. Die Kombi lädt dazu ein, sich zu bewegen, den Bildausschnitt aktiv zu gestalten und Motive bewusster wahrzunehmen. Gerade weil die Kamera kaum technische Ablenkung bietet, rückt die fotografische Entscheidung wieder stärker in den Mittelpunkt.

Das klingt zunächst selbstverständlich – tatsächlich ist es aber eine Erfahrung, die im Alltag mit hochfunktionalen Systemkameras manchmal verloren geht. Die BF erinnert daran, dass Fotografie nicht aus Optionen besteht, sondern aus Entscheidungen.

Fazit: In einer Zeit, in der viele Kameras über technische Daten definiert werden wollen, ist die BF ein Gegenentwurf. Klar ist auch: Die SIGMA BF will keine Kamera für jedermann oder für jede Situation sein. Sie ist kein Arbeitstier für Hochzeiten, Events oder hektische Produktionsumgebungen. Dafür fehlen Schnittstellen und Komfortfunktionen. Stattdessen bietet sie für 2.339 Euro (Gehäuse) eine sehr konzentrierte Form des Fotografierens.

➔ www.sigma-foto.de/sigma-bf

DAS „SOCIALISIERLE“

Hippe Imaging-Produkte sind nur etwas für junge Influencer?

Weit gefehlt, wie der Erfahrungsbericht von **Stefan Steib** zur Fujifilm instax mini Evo Cinema zeigt.

Denn diese Kamera ist vor allem eines: ein soziales Spielzeug für Fotografie-Enthusiasten.



Alles an dieser „Kamera“ erinnert an Super 8 – die Form, das Handling und tatsächlich auch ein bisschen der Nutzwert. Auch Super 8 war teuer, unscharf und wackelig, aber ein Heidenspaß – wer diese „Filmabende“ noch kennt, wird sich erinnern.

Das ist kein „Kamerateat“. Denn diese Fujifilm instax mini Evo Cinema ist etwas anderes. Ja, es gibt eine Kamera, und die kann Bilder mit maximal 2.560 × 1.920 Pixeln aufnehmen sowie Videos mit 1.440 × 1.080 Pixeln Auflösung. Es gibt eine feste Blende von f/2.0 und Belichtungszeiten von 1/4 bis 1/8.000 Sekunde. Der 1/5-Zoll-Sensor hat einen Empfindlichkeitsbereich von ISO 100 bis 1.600.

Aber dann ist dieses „Ding“ auch noch ein tragbarer Drucker für Bilder im Mini-Format von 86 × 54 Millimetern, wobei die eigentliche Bildgröße nochmals kleiner ist: 62 × 46 Millimeter.

Das sind alles Daten und Spezifikationen, die man nicht braucht. Diese kleine Retro-Fujifilm ist eine Liebeserklärung an alle Menschen, die Fotografie lieben, einen ausgeprägten Spieltrieb haben und den

am liebsten zusammen mit anderen ausleben.

Beginnen wir mit dem Look

So haben früher einmal Super-8-Kameras ausgesehen. Die Bedienelemente betreiben hier Mimikry – denn sie sind nicht das, was sie vorgeben, zu sein.

Da gibt es einen Zeitenregler, der in Wirklichkeit ein Zeitreisewahlrad ist – von 1930 bis 2020. Dazwischen kann man in zehn Stufen den Stil der jeweiligen Zeit wählen. Es gibt einen „Filmaufzug“, der den Druckprozess der Mini-Sofortbilder startet. Der Zoomhebel ist tatsächlich das, was er vorgibt, zu sein.

Die „optische Sucherlupe“ zeigt einem das Mini-Display und das Menü der elekt-

ronischen Einstellungen. Es gibt ein Stativgewinde (für die ernsthafteren Benutzer, die auch einmal die Fernbedienung über das Smartphone aktivieren wollen), und es gibt einen Handgriff für die Leute mit normal großen Händen (Kinder brauchen den nicht).

Die originale Fujifilm-Ledertasche dafür wirkt wie aus den 1950er-Jahren. Ich habe sie ausprobiert und gleich wieder abgenommen – viel zu fummelig. Ein gepolsterter Transportbeutel scheint mir da die bessere Lösung zu sein.

Die Bedienung

Beim Sich-Vertrautmachen mit der instax staunt man zunächst einmal. Wer das entworfen und gebaut hat, der liebt Fotografie und Film. Es sind alles Zitate aus einer langen Firmengeschichte, die Fujifilm ja hat. Und dann: Das ist keine Kamera, mit der man losgeht, um ernsthaft zu fotografieren oder zu filmen. Jedes Handy hat heute einen höher auflösenden Sensor und eine „bessere“ Bildqualität. Wenn es dunkel wird, rauscht das wie verrückt – aber noch verrückter ist: Das ist Absicht.

Je nach eingestellter Dekade wird das Bild oder Video „degradiert“ und seiner „Qualität“ beraubt. Es wird unschärfer, körniger oder farbstichiger – oder sogar schwarzweiß ohne jegliche Farbe. Und genau das soll so sein.

Nostalgie pur – auf die Spitze getrieben

Die Bilder aus der „Kamera“ sind Mini-Fakes alter Fotos, aber eben sofort verfügbar. Nicht nur auf dem Display: Das Ding ist auch ein vollwertiger Drucker – wenn auch ein sehr kleiner.

Man kann die mit der Kamera geschossenen Bilder ausdrucken. Man kann aus mit der Videofunktion gefilmten Videos Einzelbilder auswählen und diese dann ausdrucken.

Und dann bekommt man in rund 90 Sekunden ein Bild – so wie früher mit den Polaroid-Kameras. Das hier ist der geschrumpfte Enkel, der aber genauso viel

Spaß macht wie der Ur-Ahne aus den 1940er- und 1950er-Jahren.

Man spielt damit herum und erkennt ziemlich schnell: Dazu braucht man Publikum. Für einen allein ist die Fujifilm instax mini Evo Cinema nicht gebaut. Dieses Ding will „sozialisieren“. Mit Kindern, bei Partys und Feiern, bei Treffen mit Verwandten und Freunden, beim Essen – kurz: überall dort, wo man mehrere Modelle hat, die dann auch die Druckergebnisse dieser seltsamen „Kamera“ bestaunen und gemeinsam lachend – ob dieser völligen Etikettenlosigkeit als reines Spaßgerät mit fast null ernsthaftem Nutzwert – die Bilder herumreichen und sich über die Ergebnisse amüsieren.

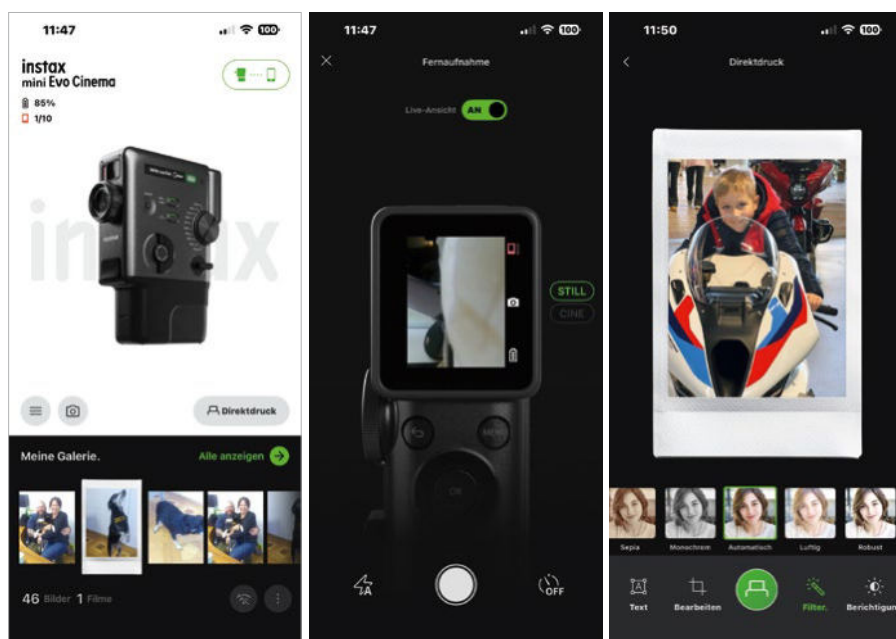
Selfies ... nö, danke

Und es wird noch besser. Fujifilm hat sich keinerlei Mühe gegeben, dieses „Ding“ für Selfies zu optimieren. Hält man sich die Linse selbst vor die Nase, wird nichts Vernünftiges dabei herauskommen. Auf dem Stativ mit der instax-Handy-App und Fernauslösung wird man das irgendwie hinbekommen, aber man sieht ja nichts – und deswegen werden Selfie-Shooter das auch nicht machen.

Es ist also vor allem „Socialiserle“, wie der Schwabe sagen würde. Ohne Publikum geht nichts. Und genau dafür ziehe ich meinen Hut. Diese Marktlücke wurde früher einmal bespielt – von Polaroid. Aber auch vom Erfinder des Sofortbildes wurde so etwas nie entwickelt. Vor allem nicht mit Video und einer digitalen Schnittstelle. Der Drucker printet auch Handybilder, und die sind beim Ausdruck knackscharf.

Bemerkenswert ist das Mindset: Wahrscheinlich ist diese „Kampai“-Mentalität etwas sehr Japanisches. Dort wird nach der Arbeit gerne gefeiert – und das in Gruppen. Die Verbesserung solcher Interaktionen ist also tatsächlich kulturell begründet. Da können wir Europäer noch einiges lernen.

Wobei unsere Kinder – und Betrunkene – das Gerät ohnehin ganz von alleine verstehen. Auch ohne sich um irgendwelche Add-ons zu kümmern, kann diese „Kamera“ mit integriertem Speicher und der nicht wechselbaren internen Batterie bei voller Ladung mindestens 50 Bilder und bis zu zehn maximal 16 Sekunden lange Videos aufnehmen. Mit einer zusätzlichen MicroSD-Karte dann beliebig viele.



Die App ist genau richtig für dieses „Ding“. Übersichtlich, sofort verständlich und hat alles, was man braucht. Die Startseite (links) zeigt sofort, ob die Bluetooth- oder WiFi-Verbindung geklappt hat. Die Fernaufnahme-Funktion (Mitte) ist super einfach, und man kann tatsächlich auch aus der normalen Fotobibliothek des Phones Bilder importieren und dann knackscharf ausdrucken (rechts)!

Hand in Hand mit der App

Die App ist ein weiteres Highlight. Sie funktioniert auf meinem iPhone auf Anhieb, ist sehr übersichtlich und grafisch schön gestaltet. Man kann die Schnittstelle per Bluetooth oder WiFi mit der Fujifilm instax mini Evo Cinema verbinden. Die Galerie der Bilder wird gemächlich aufs Handy übertragen. Aber das ist ja auch keine Mode- oder Highspeed-Kamera, sondern ein sehr spezielles, nostalgisches – im besten positiven Sinn – „Spielzeug“.

Für wen lohnt sich das?

Für alle Menschen mit Sinn für Ironie und Spieltrieb. Für Menschen, die Fotografie kennen – aber auch für solche, die sich damit gar nicht beschäftigen.

Für Kindergeburtstage ist sie ideal, für feuchtfröhliche Feiern ebenfalls. Und sobald man einmal angefangen hat, damit Spaß zu haben, kann ich mir persönlich sehr gut vorstellen, die Fujifilm instax mini Evo Cinema auf Social Events grundsätzlich mitzunehmen.

Der Preis ist **379,99 Euro** – nicht billig. Aber ich denke, das Gerät ist es wert. Die Farbfilme liegen bei etwa **0,80 bis 0,90 Euro** pro gedrucktem Bild. Ich habe mir zusätzlich noch einen Schwarzweiß-Film besorgt – der liegt bei etwa **1,10 Euro pro Blatt**.

Habe ich schon erwähnt, dass ich und die Leute, die ich damit fotografiert habe, sehr viel Spaß damit hatten? Genau so war es nämlich.



Kinder lieben die Fuji und diese kleinen Bildchen, Erwachsene werfen sich freiwillig in Pose, ganz ohne Überredung – sie drängeln sich geradezu. Klasse!

DIE M OHNE MESSSUCHER

Das „M“ steht für „Messsucher“, und ja, auch die Leica M hat den roten Punkt, sie hat keine abgewetzten Kanten, sie hat ein Display und einen Sucher. Aber sie ist dennoch anders als jede „M“ in der Leica-Geschichte vor ihr. Denn an der Vorderseite rechts, wo bislang das Fenster für den Messsucher war, weist die EV-1 eine glatte Fläche auf.

Ich gebe zu: Die M und ich haben eine schwierige Geschichte. Ich mochte sie immer, konnte aber als Brillenträger nie richtig damit fotografieren. Die Filmversionen waren für mich „out of bounds“, ich habe es einfach nicht gesehen – es ging nicht. Die M-Optiken der Leica habe ich deshalb an meine Sonys adaptiert oder sogar an die Fujifilm GFX, das ging super. Mit den ersten digitalen M-Leicas kam dann der Bildschirm dazu. Aber ein elektronischer Sucher fehlte eben.

Besonders die „Altherrenriege“ unter den Leica-M-Usern hatte mit dem Messsucher so ihre Probleme. Mit der M entstanden trotz oder wegen des Messsuchers einige der ikonischsten Bilder der Fotogeschichte. Das lag meiner Meinung nach vor allem an der Übung und Erfahrung, die diese Fotografen nach vielen Jahren mit ihren Optiken an der M hatten. Die wussten in- und auswendig, wo die Schärfe bei welchen Blenden und Fokuswerten (nach Skala) lag. Die hätten auch im Dunkeln wie Fledermäuse damit scharfe Bilder machen können. Für den Rest von uns war es schwierig, und deshalb besaß ich privat nie einen M-Body.

M wie Moderne Zeiten

Nachdem Leicas Ingenieure in den vergangenen Jahren bewiesen haben, dass sie die digitale Klaviatur mit Kameras wie der Leica Q beherrschen, haben sie der M endlich einen digitalen Sucher verpasst.

Der Formfaktor ist pure Leica M. Software und Objektive bleiben gleich, aber bei der Bedienung ist eine Revolution passiert. Wer hat ein Noctilux? Wer hat irgendwelche f/1,2- oder f/1,4-Voigtlän-

Der neue Elektroniksucher ist groß und praxisgerecht.

der-, Zeiss- oder Leica-Summilux-Linsen? Wie war das bei offener Blende bisher? Jetzt ist Schluss mit Gefummel.

Diese M EV-1 bringt einen einstellbaren automatischen zweistufigen Fokuszoom und Fokus-Peaking im elektronischen Sucher. Man sieht, wo man hin fokussiert – und das millimetergenau, auch bei wenig Licht, eben auf der Höhe der aktuellen Digitaltechnik.

Um das zu bewerkstelligen, musste dort, wo früher der Messsucher war, komplett ausgeräumt werden und in dem nicht wirklich üppigen Gehäusevolumen ein sehr guter digitaler Sucher untergebracht werden. Zusätzlich erhielt die M EV-1 einen kleinen Sensor im M-Bajonett (Leica nennt ihn „zusätzlicher Sensor für 6-Bit-Codierung“), der die Objektivcodierung erkennt und elektronisch überträgt. Das heißt: Alle codierten Leica-Objektive erkennt die Kamera automatisch.

Und jetzt kommt es noch besser: Mit diversen Adaptern kann man jetzt so ziemlich jede Brennweite sinnvoll verwenden – von Ultraweitwinkel bis Supertele. An einer M. Das allein ist schon sensationell.

Das alles klingt fast zu gut, um wahr zu sein. Daher habe ich mir bei Mac-Consult in München (Leica-Händler) den M-EV-1-Body



Links oben: Glatt, glatter am glattesten! So aufgeräumt war noch keine M, bis auf historische Reprobodys vielleicht. Steht der Kamera wirklich gut! | **Links unten:** Wie die Vorderseite, slick und schön. So geht Kameradesign. | **Mitte:** Mit dem optionalen Handgriff finde ich sie fast noch ein bisschen schöner. | **Rechts:** Der Sensor-Möppel. Hier passiert das Wunder – die mechanischen Objektive werden elektronisch!

ausgeliehen und bin an einem verregneten Tag einige Stunden damit fotografieren gegangen.

Als Objektiv hatte ich ein 75 mm Apo-Summicron f/2 ASPH an der Kamera. Wer es kennt, weiß, wie gut dieses Objektiv ist – aber eben auch, wie schwierig es zum Scharfstellen sein kann, vor allem mit offener Blende. Mein Vorsatz also: ordentlich selektiv scharfe Bilder machen – nur mit offener Blende – und schauen, wie weit ich dabei ausschließlich mit dem Sucher komme.

Die Kamera war auf die zweithöchste automatische Zoomstufe beim manuellen Fokussieren eingestellt, der rote Fokus-Peak ebenfalls aktiviert. Eigentlich wollte ich mit Brille testen, habe dann aber – genau wie bei meiner Sony oder GFX – die Dioptrienkorrektur am Leica-Sucher eingestellt und ohne Brille fotografiert. Die wäre bei dem Regen sowieso permanent nass gewesen.

Meine ersten Eindrücke waren sehr positiv. Das ist ein moderner Sucher mit einem großen Blickwinkel (Vergrößerung: 0,76-fach). Wenn man jetzt motzen wollte, könnte man vielleicht sagen: Die 60-Hz-Frequenz könnte bei dem Preis auch 120 Hz sein. Die Auflösung beträgt 5,76 Millionen Bildpunkte – Leica-typisch mit gut abgestimmten Farben und großem Farbumfang. Man sieht also ganz genau, was man treibt.

Heureka, ich hab's gesehen

Und dann dreht man am Fokusring der Optik – und siehe da, das Sucherbild springt auf 100 % und Fokus-Peaking. Man sucht sich den Fokuspunkt, drückt den Auslöser kurz an, das Bild geht zurück auf die Komplettansicht, man holt sich den gewünschten Bildausschnitt – fertig.

Das geht sehr schnell. So arbeite ich auch mit meinen anderen Kameras, wenn ich manuell fokussiere. Das ist der richtige Weg zu scharfen Bildern – und zur optimalen Komposition der Schärfeebenen bei weit offenen Blenden.

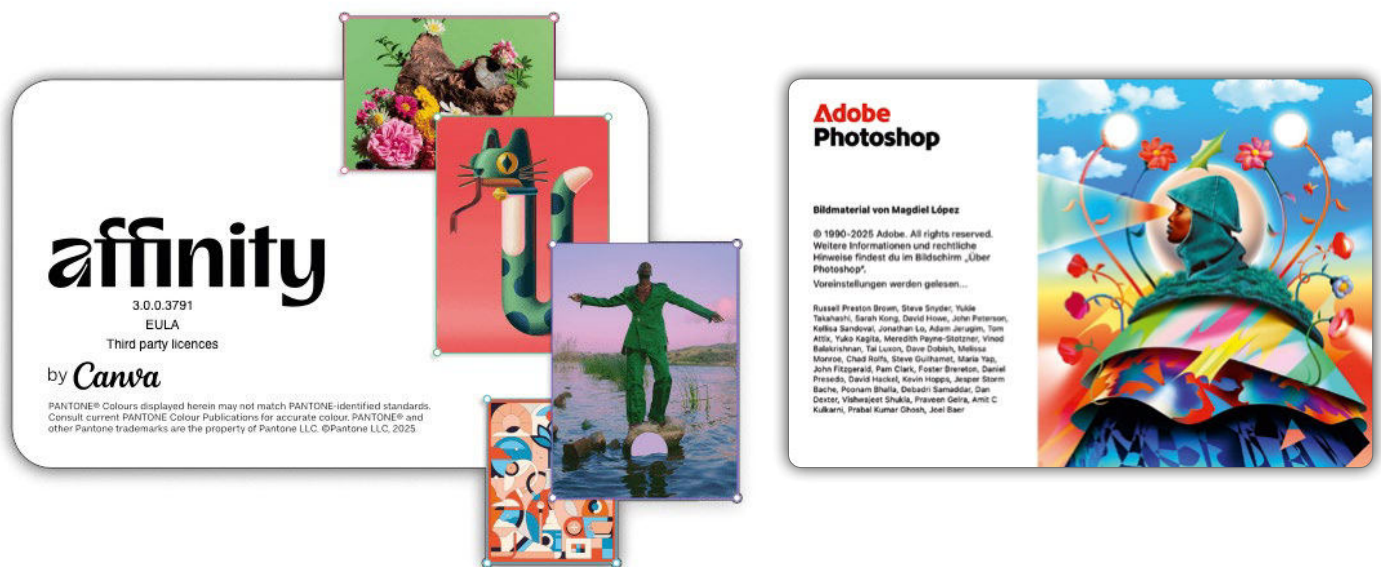
Die Bilder aus der Münchner U-Bahn wären mit dem Messsucher schwierig zu kontrollieren gewesen. Auch mit dem Display kaum zu machen. Bei der EV-1 aber sieht man auf den Millimeter genau, wo und wie man landet – und wie das Bild dann aussehen wird. Der 60-Megapixel-Sensor und der Rest der Kamera entsprechen weitgehend den anderen aktuellen Leica-M-Modellen. Zumindest habe ich sonst keine Unterschiede entdecken können.

Fazit: Ich bin versöhnt. Nach über 50 Jahren Fotografie habe ich eine Leica M gefunden, mit der ich fotografieren und die wirklich genialen M-Optiken – und nicht nur die – benutzen kann. Es hat etwas gedauert, aber vielleicht hat sich das Warten ja auch für mich gelohnt. Ich werde die M EV-1 definitiv wieder benutzen – auch, weil mich all das schöne M-Glas wirklich wuschig macht.

Und eines muss man den Leuten aus Wetzlar lassen: Das Ding fühlt sich einfach genial an. Da kommt so schnell nichts dran. Haptik ist hier Religion. Besser geht es kaum. Einen Wunsch hätte ich doch noch, liebe Leicas: baut die EV-1 als **Monochrom-Version**.

Die Münchner U-Bahn musste bei dem Platzregen als Motiv herhalten. Das war aber kein Beinbruch, denn mit 1.600 ISO und mit offener Blende f/2 war es ein leichtes Spiel für die M EV-1. Mir hat es Spaß gemacht.





KONKURRENZ FÜR DEN PLATZHIRSCHEN?

Affinity Photo hat sich in den vergangenen Jahren als leistungsfähige und vergleichsweise kostengünstige Alternative zu Adobe Photoshop etabliert. Mit der Übernahme des Entwicklers Serif durch Canva nähert sich die Affinity-Suite der Creative Cloud von Adobe an. **Michael Marczok** hat ausprobiert, wie konkurrenzfähig der Pixel-Arbeitsbereich der neuen Affinity-Plattform im Vergleich mit dem Branchenstandard Photoshop ist.

Die bei Affinity bislang getrennten Anwendungen für Bildbearbeitung, Grafikdesign und Layout wurden mit dem Relaunch zu einer gemeinsamen Plattform zusammengeführt, innerhalb derer sich zwischen verschiedenen Arbeitsmodi für Pixel-, Vektor- und Layout-Aufgaben wechseln lässt. Während die Basisversion kostenfrei verfügbar ist, werden zusätzlich cloudbasierte KI-Funktionen über optionale Canva-Abonnements freigeschaltet. Im Folgenden bezieht sich der Begriff Affinity auf den Pixel-Modus der Affinity-Suite.

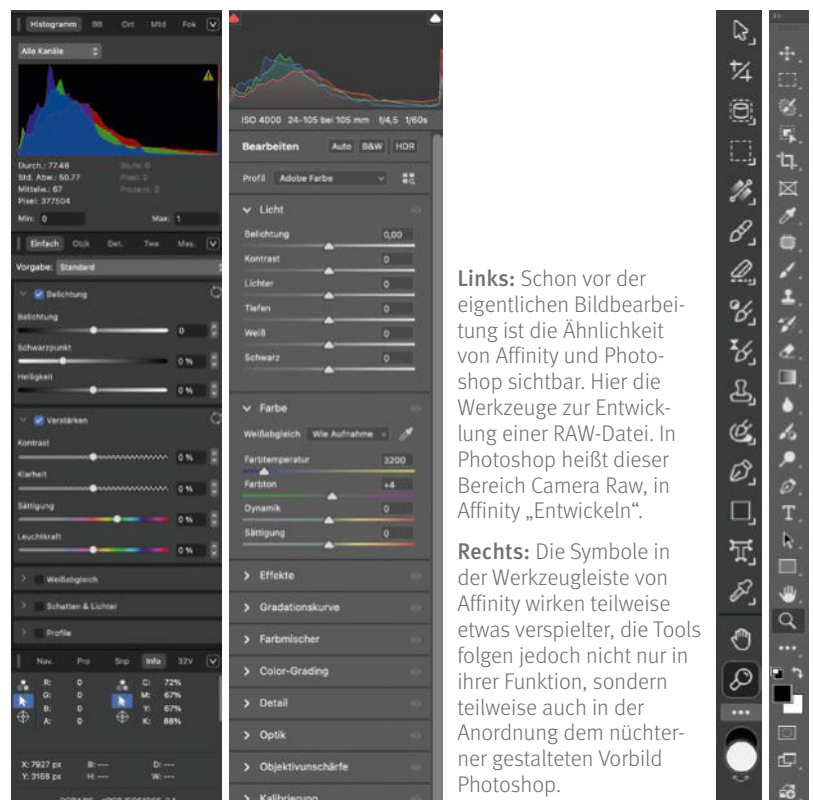
Beide Programme verfolgen in vielen Bereichen ähnliche Konzepte, sodass ein Wechsel zwischen ihnen grundsätzlich möglich erscheint. Gleichzeitig hat Adobe Photoshop in den vergangenen Jahren stark in KI-gestützte Funktionen investiert und die Integration in das Creative-Cloud-Ökosystem mit Premiere, InDesign & Co weiter ausgebaut. Vor diesem Hintergrund lohnt sich ein Blick darauf, wo Gemeinsamkeiten liegen, welche Unterschiede sich im Detail zeigen – und für welche Zielgruppen Affinity heute eine realistische Alternative darstellt.

Oberfläche und Bedienkonzept

Beide Programme bieten ein klassisches Layout: Links befindet sich eine vertikale Werkzeugleiste, rechts Paletten für Ebenen, Anpassungen, Kanäle und weitere Einstellungen. Das erleichtert den Umstieg, da sich typische Arbeitsschrit-

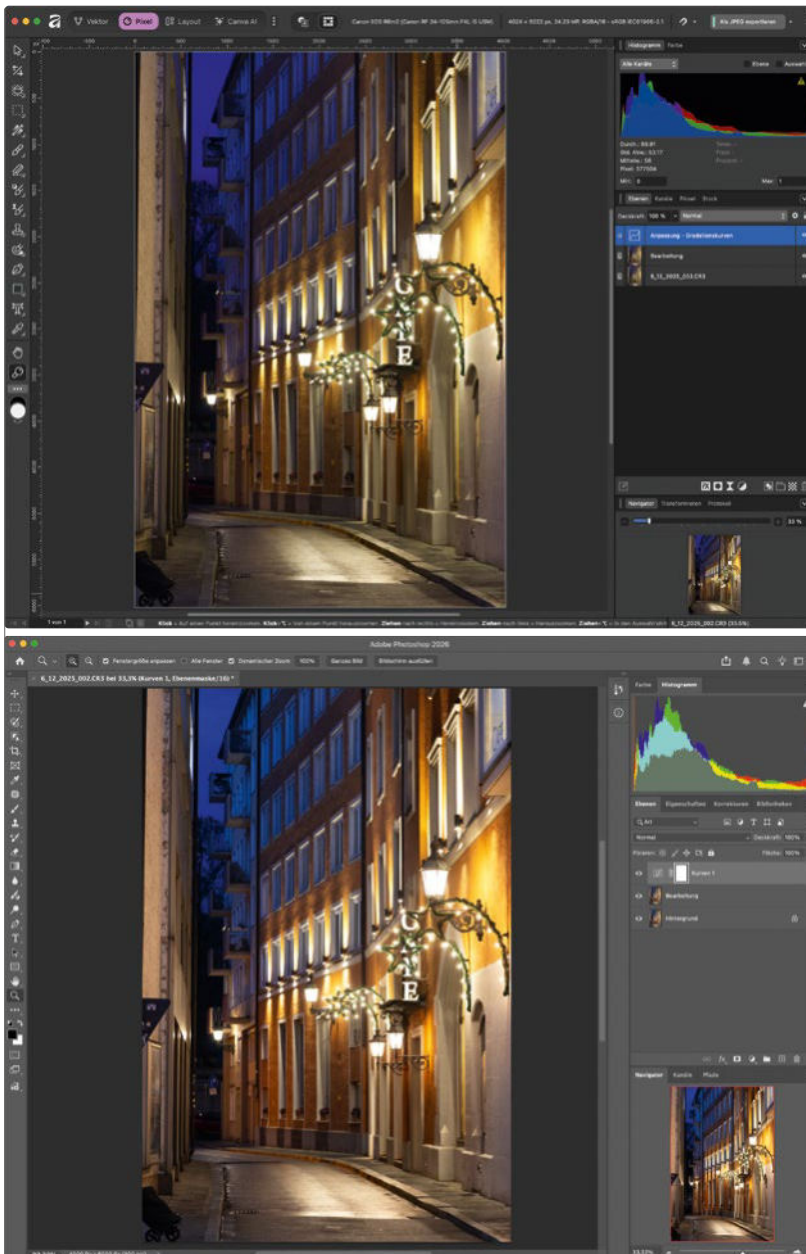
te – etwa Auswahl, Retusche oder Ebenenbearbeitung – an vertrauten Stellen wiederfinden.

Zudem werden viele bekannte Photoshop-Tastenkombinationen in Affinity unterstützt, sodass Kurzbefehle für Pinsel, Auswahlwerk-



Links: Schon vor der eigentlichen Bildbearbeitung ist die Ähnlichkeit von Affinity und Photoshop sichtbar. Hier die Werkzeuge zur Entwicklung einer RAW-Datei. In Photoshop heißt dieser Bereich Camera Raw, in Affinity „Entwickeln“.

Rechts: Die Symbole in der Werkzeugleiste von Affinity wirken teilweise etwas verspielter, die Tools folgen jedoch nicht nur in ihrer Funktion, sondern teilweise auch in der Anordnung dem nüchterner gestalteten Vorbild Photoshop.



Noch auffälliger werden die Übereinstimmungen im eigentlichen Bearbeitungsfenster. Unterschiede zeigen sich vor allem im Design. Das Layout lässt sich in beiden Programmen stark individualisieren.

zeuge oder Zoom nahezu identisch funktionieren. Auch die Struktur von Menüs, Filtern und Effekten orientiert sich am Branchenstandard, wodurch sich erfahrene Photoshop-Nutzer in Affinity schnell zurechtfinden.

Grundlegende Bildbearbeitung

Beide Programme beherrschen alle grundlegenden Funktionen der digitalen Bildbearbeitung: Zuschneiden, Drehen, Belichtung und Kontrast, Farbkorrekturen, Schärfen, Rauschreduzierung sowie weitere Standardwerkzeuge. RAW-Dateien lassen sich in beiden Anwendungen öffnen und entwickeln – bei Affinity über das Modul „Entwickeln“, bei Photoshop über den Camera-Raw-Dialog.

Auch fortgeschrittene Anpassungen wie Gradationskurven, Weißabgleich, HSL-Korrekturen oder selektive Farbbänderungen stehen in beiden Lösungen zur Verfügung. Für die praktische Arbeit bedeutet das: Die typischen Schritte vom Import über Retusche und

Farbgestaltung bis hin zum Export lassen sich nach einem vergleichbaren Schema umsetzen.

Ebenen, Masken und Composings

Ein zentrales Workflow-Element sind Ebenen: Beide Programme unterstützen Ebenen, Ebenengruppen, Ebenenmasken und Mischmodi für komplexe Composings. Zusätzlich stehen Ebenenstile beziehungsweise Ebeneneffekte wie Schatten, Schein, Konturen und weitere Stilooptionen zur Verfügung, um Layouts und Bildmontagen flexibel zu gestalten.

Auch nicht destruktives Arbeiten ist in beiden Systemen möglich: Photoshop nutzt hierfür unter anderem Smart Objects, während Affinity mit Anpassungsebenen sowie Live-Filtereffekten arbeitet, die sich nachträglich verändern lassen. Für die Praxis bedeutet das, dass Bearbeitungsschritte weitgehend reversibel bleiben und Projekte im laufenden Prozess angepasst werden können.

Retusche und Spezialwerkzeuge

Sowohl Affinity als auch Photoshop stellen umfangreiche Retusche-Tools bereit, etwa Reparaturpinsel, Klonstempel, Bereichsreparatur sowie Werkzeuge zum Entfernen unerwünschter Objekte. Funktionen wie Weichzeichnen, Scharfzeichnen, Verflüssigen und diverse künstlerische Filter gehören ebenfalls zum Standardrepertoire beider Programme.

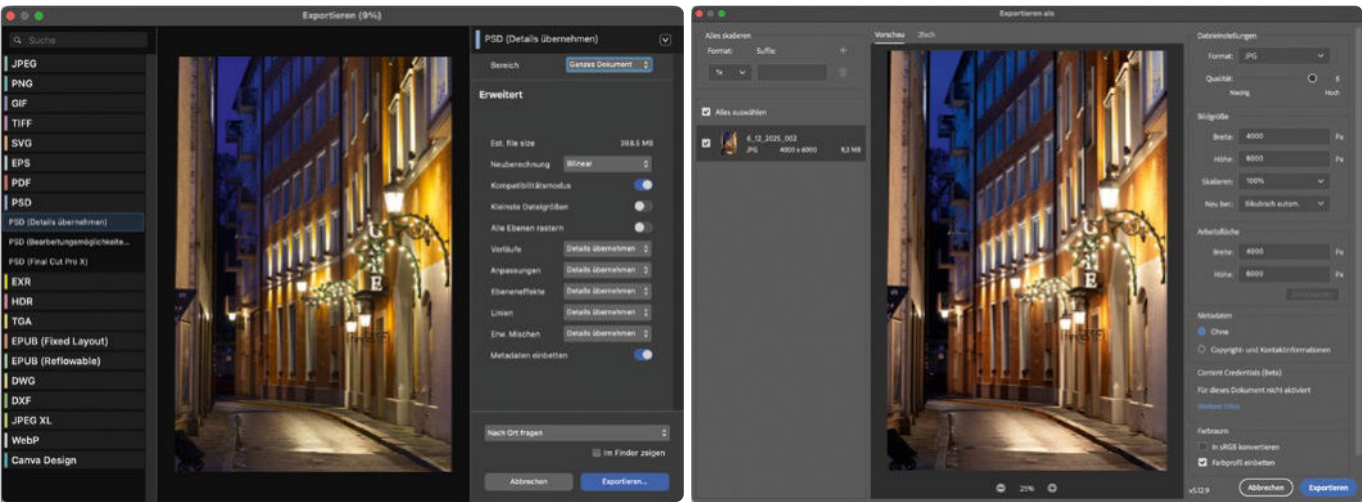
Affinity integriert einige Spezialfunktionen zusätzlich in den Filterbereich; so bietet etwa der Liquify-Filter vergleichbare Möglichkeiten wie der Verflüssigen-Filter in Photoshop. Dadurch lassen sich typische Retusche- und Beauty-Workflows in beiden Programmen sehr ähnlich umsetzen.

Workflow, Dateien und Kompatibilität

Der typische Ablauf – Import, grundlegende Korrekturen, detaillierte Retusche, kreative Effekte und Export – ist bei beiden Programmen konzeptionell sehr ähnlich. Anwender, die mit Ebenen, Masken und Filtern in Photoshop vertraut sind, können diese Arbeitsweise daher ohne große Umstellung in Affinity weiterführen.

Affinity unterstützt gängige Bildformate und kann Photoshop-PSD-Dateien öffnen sowie exportieren, sodass ein Austausch von Projekten zwischen beiden Programmen grundsätzlich möglich ist, inklusive vieler Bild- und Einstellungsebenen. Bei besonders komplexen Photoshop-Projekten, etwa mit Smart Objects oder spezialisierten Filtern, kann es jedoch zu Abweichungen kommen; die grundlegende Kompatibilität für typische Bildbearbeitungen ist dennoch gegeben.

>>>



Selbst im Export-Dialog finden sich Photoshop-Anwender in Affinity schnell zurecht – und umgekehrt. In Affinity erscheinen die wählbaren Ausgabeformate teilweise etwas übersichtlicher.

>>> **Fazit mit Fokus auf Gemeinsamkeiten**

Für den Großteil klassischer Bildbearbeitungsaufgaben – von der RAW-Entwicklung über die Retusche bis hin zu Compositings mit Ebenen – bieten Affinity und Adobe Photoshop vergleichbare Werkzeuge und ermöglichen ähnliche Ergebnisse.

KI-Funktionen und Arbeitsweisen

Wie beschrieben, stehen für Affinity zusätzliche Funktionen aus dem Bereich KI zur Verfügung. Nach der Übernahme durch Canva wurden cloudbasierte KI-Werkzeuge integriert, die über ein optionales Canva-Abonnement genutzt werden können. Nach der Aktivierung erscheinen zusätzliche Werkzeuge und Panels innerhalb der Anwendung. Für die praktische Arbeit ist es sinnvoll, häufig genutzte KI-Funktionen direkt in die Werkzeugumgebung des Pixel-Modus einzubinden. Trotz ähnlicher Oberflächen unterscheiden sich die Arbeitsweisen im Detail zwischen beiden Programmen. Zu den KI-gestützten Funktionen gehören unter anderem generatives Bearbeiten, Hintergrundentfernung, Motivauswahl sowie verschiedene automatisierte Bildkorrekturen. Auch generative Bildfunktionen stehen zur Verfügung, wobei Funktionsumfang und Bedienlogik nicht vollständig mit den generativen Werkzeugen in Photoshop identisch sind.

In Affinity wird zwischen cloudbasierten KI-Funktionen und lokal arbeitenden Verfahren des maschinellen Lernens unterschieden. Cloudbasierte Funktionen greifen auf Online-Dienste zu, wäh-

rend bestimmte lokal ausgeführte Funktionen – etwa spezielle Machine-Learning-Filter – zusätzliche Modelle benötigen können, die über die Programmeinstellungen heruntergeladen werden. Hinweise dazu stellt die integrierte Hilfefunktion bereit. Auch in Photoshop sind einige KI-Funktionen optional oder müssen aktiv hinzugefügt werden, etwa über die Neural Filters. Weitere generative Funktionen wie Generatives Füllen oder Generatives Erweitern sind direkt in die Oberfläche integriert und basieren auf Adobes Firefly-Modellen.

Wer bereits mit KI-Funktionen in Photoshop gearbeitet hat, wird sich grundsätzlich schnell orientieren können, benötigt jedoch eine Einarbeitung in die Affinity-Workflows. Im Praxisvergleich zeigte sich beispielsweise beim generativen Bearbeiten, dass Affinity stärker auf das Ersetzen oder Erzeugen von Bildinhalten ausgelegt sein kann, während Photoshop bestimmte Arbeitsabläufe – etwa das Entfernen von Objekten über generatives Füllen – direkter anbietet. Vergleichbare Ergebnisse lassen sich jedoch in beiden Programmen erzielen, auch wenn sich die Wege dorthin unterscheiden.

Fazit zu den KI-Funktionen

KI-gestützte Werkzeuge sind inzwischen ein fester Bestandteil moderner Bildbearbeitung. Entsprechend bietet auch Affinity eine wachsende Auswahl an KI-Funktionen. Viele der für die Praxis relevanten Werkzeuge – etwa zum Entfernen von Objekten oder Hintergründen, zum Erweitern der Bildfläche, zum Generie-

FUNKTIONEN IM DIREKTEN VERGLEICH (AUSWAHL)

BEREICH	PHOTOSHOP	AFFINITY STUDIO PIXEL
User Interface und Layout	vertikale Werkzeugleiste links, Panels	sehr ähnliches Layout, Ebenen- und Einstellungs-Panels
RAW-Bearbeitung	Adobe Camera Raw mit umfangreichen Reglern	Studio Entwickeln mit typischen Anpassungs-Reglern
Ebenen und Masken	Ebenen, Gruppen, Masken, Mischmodi, Ebenenstile	Ebenen, Gruppen, Masken, Mischmodi, Ebeneneffekte
Retusche	Klonstempel, Reparaturpinsel, Bereichsreparatur, Verflüssigen und mehr	vergleichbare Retuschewerkzeuge, Liquify-Filter
Non-destruktiv	Smart-Objects, Anpassungsebenen	Anpassungsebenen, non-destruktive Effekte mit Einschränkungen
Tastaturkürzel	Photoshop Standard Shortcuts	viele identische Shortcuts
Dateiformate	umfangreiche Formatunterstützung	Standardformate plus PSD-Import und -Export, .afphoto

ren von Inhalten oder für Upscaling-Aufgaben – finden sich grundsätzlich in beiden Programmen, auch wenn sich Bedienlogik und Arbeitsweise im Detail unterscheiden. In der praktischen Anwendung ist in Affinity mitunter mehr Feinabstimmung bei Prompts oder Einstellungen erforderlich. Gleichzeitig punktet die Software durch die enge Verzahnung von KI-Werkzeugen mit den klassischen, nicht destruktiven Bearbeitungsmethoden auf Ebenenbasis. Photoshop wirkt insgesamt stärker in professionelle Workflows integriert, während Affinity mit hoher Arbeitsgeschwindigkeit und vergleichsweise günstigeren Kosten überzeugt.

Ein Blick auf Geschwindigkeitsunterschiede

Zwischen Affinity und Photoshop gibt es bei Leistung und Geschwindigkeit je nach Aufgabe spürbare, jedoch stark situationsabhängige Unterschiede.

Allgemeine Performance

Affinity gilt insgesamt als ressourcenschonend und läuft häufig auch auf älteren oder weniger leistungsstarken Rechnern flüssig. Photoshop ist sehr leistungsfähig, nutzt jedoch mehr RAM und Grafikleistung und profitiert daher besonders von moderner, schneller Hardware.

Start, Dateiladen und Oberfläche

Tests zeigen, dass Photoshop beim Programmstart und beim Öffnen größerer Dateimengen teilweise leicht im Vorteil sein kann, etwa beim Laden einer Bildserie auf einem Mittelklasse-Laptop. Auf leistungsstarken Desktop-Systemen kann Affinity beim Öffnen einzelner Dateien dagegen minimal schneller wirken; insgesamt fallen die Unterschiede jedoch meist gering aus. Unterschiede in der wahrgenommenen Geschwindigkeit resultieren auch aus unterschiedlichen Arbeitskonzepten: Affinity reagiert unmittelbarer bei direkten Pixeloperationen und Filtern, während Photoshop durch umfangreiche nicht destruktive Workflows und Hintergrundprozesse mehr Systemressourcen nutzt und damit bei komplexen Projekten seine Stärken ausspielt.

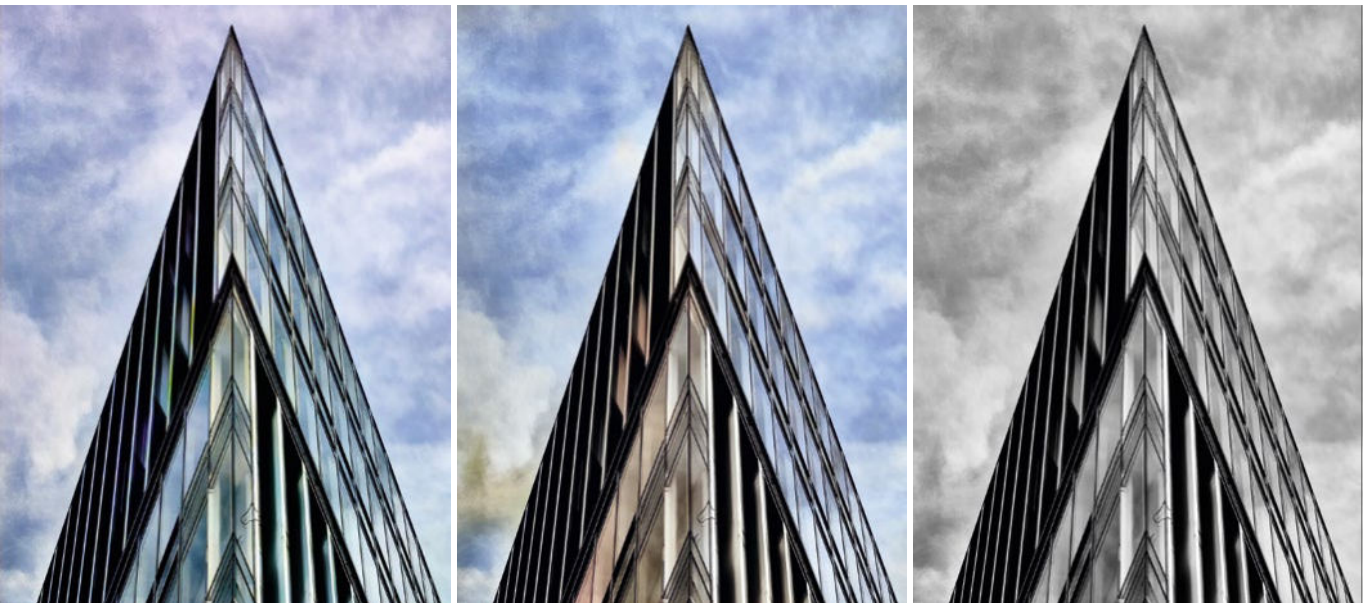
VERGLEICH KI-TOOLS

AFFINITY MIT CANVA AI	PHOTOSHOP
generatives Erstellen von Bildern und Vektorgrafiken	generatives Erstellen von Bildern und Vektorgrafiken
Hintergrund entfernen	Hintergrund entfernen
Motivauswahl	Motivauswahl
Tiefeninformationen erstellen	–
Werkzeug Generativ erweitern	generatives Erweitern
Werkzeug Generative Füllung. Objekte Ersetzen und erzeugen	Generative Füllung. Objekte ersetzen, erzeugen und entfernen
Werkzeug Generative Bearbeitung. Global oder selektiv, Objekte entfernen	–
Werkzeug Portraitschärfe	neuraler Filter Smart Portrait
Werkzeug Portraitausleuchtung	neuraler Filter Smart Portrait
Werkzeug Kolorieren	neuraler Filter Färben
Werkzeug Super-Auflösung	Menüpunkt Generativ hochskalieren
Werkzeug Ausgewählte Tiefe markieren	–
Filter Normals	–

Filter, Effekte und RAW-Entwicklung

Bei Filtern – etwa Weichzeichnern oder bestimmten Blur-Effekten – reagiert Affinity je nach Hardware und Bildgröße sehr schnell, teilweise nahezu in „Echtzeit“. Photoshop benötigt für vergleichbare Filterberechnungen mitunter länger, insbesondere wenn komplexe Ebenenstrukturen oder nicht destruktive Arbeitsweisen im Spiel sind. Bei großen oder stark bearbeiteten Bildern kann das subjektiv zu einem flüssigeren Arbeiten in Affinity führen. Umgekehrt ist der RAW-Editor von Photoshop (Camera Raw) sehr reaktionsschnell, auch auf weniger leistungsstarker Hardware. Anpassungen wie Belichtung oder Kontrast werden dort meist unmittelbar sichtbar, während Affinity im Modul „Entwickeln“ bei leistungsschwächeren Systemen gelegentlich etwas verzögert reagieren kann.

>>>



Das KI-Werkzeug „Kolorieren“ in Affinity (links) und der Neural Filter „Färben“ in Photoshop (Mitte) verfolgen ähnliche Ziele, liefern jedoch leicht unterschiedliche Ergebnisse. Photoshop interpretiert Farben tendenziell kräftiger, während Affinity etwas zurückhaltender wirkt. Beide Ergebnisse sind überzeugend. | Das Original (rechts) in Schwarzweiß, aufgenommen mit einer Phase-One-Achromatic-Kamera.



Links: Um in Affinity mit KI Objekte aus einem Motiv zu entfernen, ist Prompt-Arbeit nötig. Die einzelne Person auf der Straße (siehe Original) wurde mit dem Werkzeug „Generative Bearbeitung“ entfernt. Dazu wurde eine großzügige rechteckige Auswahl angelegt und der Prompt „Person in der Auswahl entfernen“ verwendet. | **Mitte:** Der Workflow in Photoshop für das Entfernen von Objekten ist etwas direkter. Nach einer rechteckigen Auswahl erscheint ein Panel mit der Funktion „Generatives Füllen“. Wird das Prompt-Feld leer gelassen, verschwindet das Objekt automatisch. Im direkten Vergleich erzeugt Photoshop an der ursprünglichen Stelle der Person ein Fenster inklusive Blumentopf. Dieses Detail fehlt im Affinity-Ergebnis, ließe sich dort jedoch vermutlich über einen entsprechenden Prompt ergänzen. | **Rechts:** Das Originalbild. Die Person in der Bildmitte soll entfernt werden.

>>> RAM-Verbrauch und große Projekte

Affinity benötigt im Leerlauf und bei vielen Standardaufgaben häufig weniger Arbeitsspeicher als Photoshop, was sich insbesondere auf älteren oder leistungsschwächeren Systemen bemerkbar machen kann. Auf aktuellen Rechnern mit ausreichend RAM spielt dieser Unterschied jedoch meist eine geringere Rolle als noch vor einigen Jahren.

Photoshop skaliert dafür sehr gut bei großen Projekten mit vielen Ebenen oder komplexen Bearbeitungsschritten, nutzt dafür aber bewusst mehr Speicherressourcen. Für umfangreiche Produktionsworkflows, Automatisierungen oder Skripte kann Photoshop durch optimierte Hintergrundprozesse und eine stärkere Ausnutzung leistungsfähiger Hardware dennoch sehr effizient arbeiten.

Performance-Fazit

Auf älteren oder leistungsschwächeren Systemen wirkt Affinity mitunter direkter und ressourcenschonender. Auf aktuellen Rechnern fallen die Unterschiede bei Standardaufgaben meist gering aus, sodass eher Funktionsumfang und Workflow entscheiden. Während Affinity bei vielen Filteroperationen sehr schnell reagiert, kann Photoshop insbesondere bei RAW-Entwicklung und komplexen Projekten seine Stärken ausspielen.

Kosten

Die Basisversion von Affinity steht ohne zusätzliche KI-Funktionen kostenfrei zur Verfügung. Ein direkter Preisvergleich mit Adobe Photoshop ist daher nur eingeschränkt möglich, da Adobe mit der Creative Cloud auf ein Abonnementmodell setzt. Das Fotografie-Abo mit Photoshop, Lightroom und Cloudspeicher liegt je nach Region und Angebot bei etwa 20 bis 25 Euro pro Monat. Für die komplette Creative Cloud mit weiteren Anwendungen für Grafik, Layout und Video fallen entsprechend höhere Kosten an.

KI-Funktionen stehen in Affinity über ein optionales Canva-Abonnement zur Verfügung, das derzeit bei etwa 10 bis 15 Euro pro Monat liegt.

Fazit

Der Pixel-Arbeitsbereich der Affinity-Suite erweist sich als leistungsstarker Herausforderer für Photoshop. Besonders die kostenlose Basisversion ohne zusätzliche KI-Funktionen kann überzeugen. Mit der Affinity-Lösung lässt sich ein großer Teil typischer Bildbearbeitungsaufgaben umsetzen. Dadurch ist sie nicht nur für preisbewusste Hobbyfotografen interessant, sondern erfüllt durchaus professionelle Ansprüche. Wer darüber hinaus umfangreiche KI-Funktionen benötigt, kann diese über das Canva-Abonnement ergänzen. In komplexen professionellen Produktionsworkflows ist Adobe Photoshop jedoch weiterhin eine „Bank“.

Glossar

KI | KI (Künstliche Intelligenz) ist ein Oberbegriff für Systeme und Methoden, die darauf abzielen, Aufgaben auszuführen, die typischerweise menschliche Intelligenz erfordern. Dazu gehören etwa das Interpretieren von Bildern, das Erkennen von Mustern oder das Treffen von Entscheidungen auf Basis von Daten. KI beschreibt damit grundsätzlich Systeme mit „intelligentem“ Verhalten.

Maschinelles Lernen | Maschinelles Lernen (ML) ist ein Teilgebiet der Künstlichen Intelligenz. Es umfasst Algorithmen, die Muster in Daten erkennen, aus Beispielen lernen und ihre Ergebnisse mit zunehmender Erfahrung verbessern können. ML eignet sich besonders für klar definierte Aufgabenstellungen wie Bildklassifikation, Objekterkennung oder automatische Bildoptimierung.



WE MAKE A DIFFERENCE

PRODUCTS AND SERVICES THAT DISPLAY THE TIPA
LOGO IS YOUR ASSURANCE OF THEIR OUTSTANDING
QUALITY, DESIGN AND PERFORMANCE

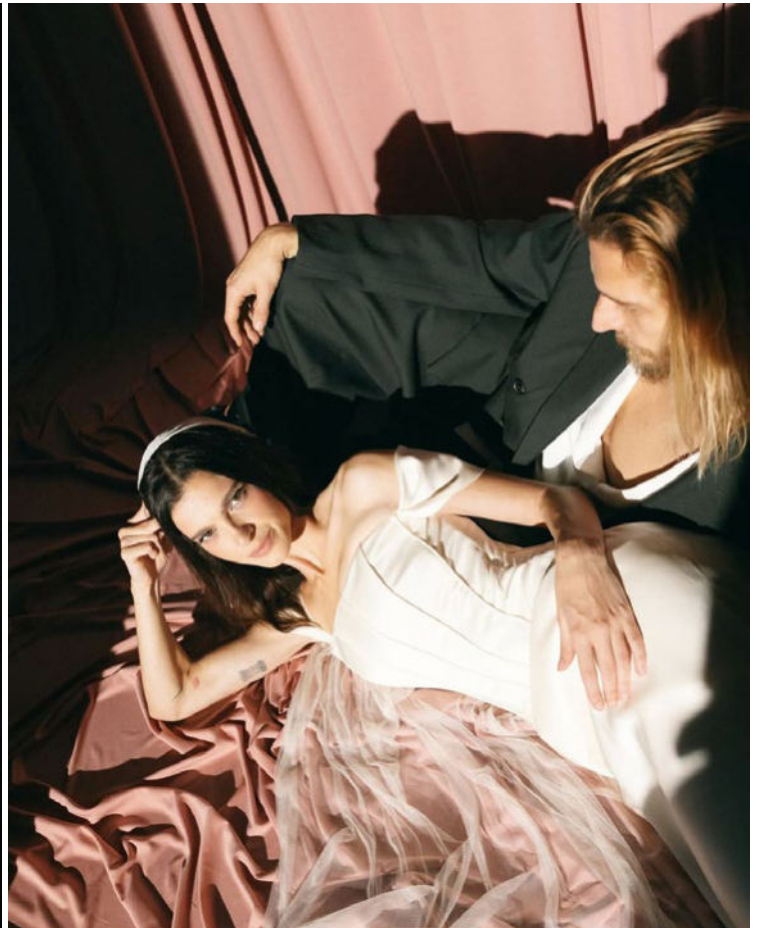
Every year since 1991, TIPA awards have been given to the best photo, video and imaging products and accessories, including smartphones and equipment for printmaking, image editing and display. The TIPA logo is awarded by a large group of respected editors of technical magazines and websites from around the world, including the Camera Journal Press Club of Japan.



Visit our website to learn more about our
organization and TIPA World Awards
www.tipa.com

FOTOGRAFIE-TRENDS 2026

2026 zeichnet sich nach Ansicht internationaler Fotografen in der Imagingbranche ein leiser, aber deutlicher Wandel ab: Nach Jahren perfekt inszenierter Bildwelten, algorithmisch geprägter Ästhetik und eines wachsenden Strebens nach technischer Perfektion wächst bei Bildgestaltern und Auftraggebern der Wunsch nach Bildern, die wieder stärker menschliche Nähe vermitteln. Das zumindest ergibt eine Studie des Anbieters Aftershoot.



Fotos: Fran Ortiz (links) & Joy Zamora (rechts)

Um ein besseres Verständnis für die kommenden Entwicklungen zu gewinnen, hat Aftershoot mit international tätigen Hochzeits-, Portrait- und Dokumentarfotografen gesprochen. Ihre Perspektiven verweisen auf eine Zukunft, in der Emotion vor Perfektion steht, Substanz wichtiger wird als Stil – und Technologie im Hintergrund bleibt, unterstützend statt bestimmend. Die folgenden fünf Trends geben einen Überblick über die Entwicklungen, die Fotografen für das Jahr 2026 erwarten.

Trend #1 Emotionen statt Perfektion: Die Rückkehr echter Momente

2026 löst sich die Fotografie zunehmend von kontrollierten, makellosen Bildwelten und wendet sich Momenten zu, die roh, intim und unverstellt wirken. Unschärfe und Brüche gelten dabei nicht länger als Mängel, sondern als Teil der Bildsprache. „Was kommt, ist mehr Menschlichkeit und weniger Pose“, sagt der Destination-Hochzeitsfotograf Fran Ortiz. „Unfokussierte Bilder, die berühren, Tränen ohne Retusche, Umarmungen, die man beinahe riechen kann. Fotografie, die sich anfühlt wie eine bereits erlebte Erinnerung.“

Diese Haltung findet sich genreübergreifend wieder. Portrait- und Hochzeitsfotografen beobachten gleichermaßen, dass sich Auftraggeber zunehmend von Bildern angesprochen fühlen, die echte Emotionen zeigen, statt visuelle Trends zu bedienen. „Menschen sehnen sich nach authentischen Ausdrücken und echten Momenten“, ergänzt die Portraitfotografin und Dozentin Tanya Smith. „Gefragt sind Marken mit Persönlichkeit – reale Menschen mit einer eigenen Haltung, nicht nur schöne Bilder.“

In einer von visuellen Reizen überfluteten Umgebung wird emotionale Ehrlichkeit damit zum entscheidenden Unterscheidungsmerkmal.

Trend #2 Erzählerische Bildwelten und dokumentarischer Einfluss

Statt einzelner ikonischer „Hero-Shots“ denken Fotografen 2026 zunehmend in Sequenzen. Bilder werden zu Kapiteln, die gemeinsam eine Geschichte erzählen und sich Schritt für Schritt entfalten. „Dokumentarische, erzählgetriebene Arbeiten gewinnen.“

nen stark an Bedeutung“, sagt Paul Williams. „Der Fokus verschiebt sich klar hin zu echten Momenten, Nähe und inhaltlicher Substanz, weg von reiner Stilinszenierung.“

Besonders deutlich zeigt sich dieser Wandel in der Hochzeitsfotografie. Immer mehr Paare lösen sich von minutiös geplanten, Pinterest-perfekten Abläufen und entscheiden sich für Feiern, die ihre Persönlichkeit widerspiegeln. „Die Zukunft von Hochzeiten liegt nicht in makellosen Editorials“, erklärt Joy Zamora. „Es geht darum, die Geschichte eines Paares – mit all seinen Eigenheiten, Werten und Emotionen – in etwas zu übersetzen, das Bestand hat.“

Fotografie rückt damit weg von der reinen Inszenierung und hin zu Präsenz und Beobachtung.

Trend #3 Analoge Ästhetik und die Rückkehr der Nostalgie

Filmische und analoge Bildsprachen sind längst kein Randphänomen mehr. Sie prägen zunehmend, wie Fotografen und Auftraggeber über Erinnerung, Zeit und Beständigkeit nachdenken. „Analoges wird stark an Bedeutung gewinnen“, prognostiziert Paul Williams. „Es ist unperfekt und hat Seele. Genau deshalb wirkt es.“

Nostalgie meint dabei 2026 nicht den Einsatz von Filtern oder kurzlebige Trends, sondern emotionale Dauerhaftigkeit. „Vintage kommt zurück, aber nicht als Instagram-Filter“, sagt Fran Ortiz. „Entscheidend wird Fotografie sein, bei der man in zwanzig Jahren sagt: Das war ich.“

Körnung, weiche Kontraste und feine Unschärfen verleihen Bildern eine zeitlose Qualität, geschaffen nicht nur für den aktuellen Feed, sondern für die Erinnerung von morgen.

Trend #4 KI im Hintergrund, menschliche Handschrift im Vordergrund

Mit zunehmender Leistungsfähigkeit von KI-Werkzeugen integrieren Fotografen diese zunehmend in ihre Arbeit – leise und unaufdringlich. 2026 bestimmt KI nicht die Bildästhetik, sondern vor allem die Effizienz der Arbeitsabläufe. „KI wird Auswahl, Bearbeitung und Farbkorrekturen deutlich vereinfachen“, erklärt die Portraitfotografin Esther Kay. „Die künstlerische Arbeit bleibt jedoch menschlich. Der Luxus der Fotografie im Jahr 2026 liegt in Authentizität – in echter Textur, echten Emotionen und echter Verbindung.“

Indem technische Reibung reduziert wird, gewinnen Fotografen mehr Zeit für kreative Entscheidungen, erzählerische Konzepte und die Zusammenarbeit mit ihren Kunden, ohne Abstriche bei Qualität oder Konsistenz. Werkzeuge wie Aftershoot stehen exemplarisch für diesen Ansatz: Automatisierung läuft im Hintergrund, während die kreativen Entscheidungen klar in menschlicher Hand bleiben.

Trend #5 Persönliche Marken und identitätsorientierte Fotografie

Fotografie bedeutet 2026 nicht mehr nur, festzuhalten, wie Menschen aussehen – sondern sichtbar zu machen, wer sie sind. „Portraits sind längst mehr als Portraits, sie sind Ausdruck von Identität“, sagt Esther Kay. „Unternehmer, Kreative und Fachleu-

te wünschen sich Bildmaterial, das eine Geschichte erzählt und eine eigene visuelle Handschrift definiert.“ Soziale Plattformen verstärken diese Entwicklung. Perfekt kuratierte Oberflächen beeindruckt immer weniger – gefragt ist die Verbindung.

„Netzwerke sind keine Schaufenster mehr, sondern Sprachrohre“, erklärt Fran Ortiz. „Menschen wollen wissen, wer man ist,



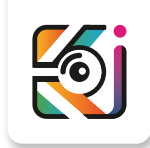
Foto: Fran Ortiz

wie man spricht, wie man fühlt. Die persönliche Marke ist nicht das Logo – sie ist die Person selbst.“

Entsprechend positionieren sich Fotografen zunehmend nicht nur als Bildproduzenten, sondern als visuelle Erzähler und Begleiter individueller Selbstinszenierung. Über Genres und Märkte hinweg zeichnet sich ein klares Bild ab: Die Fotografie rückt 2026 näher an das reale Leben heran.

Es geht weniger um visuelle Dominanz und stärker um emotionale Wahrhaftigkeit. Weniger um Perfektion, mehr um Präsenz. Weniger um Trends, mehr um Geschichten, die Bestand haben. Während sich Technologien weiterentwickeln, werden sich jene Fotografen behaupten, die Werkzeuge zurückhaltend einsetzen, mit Empathie arbeiten und Bilder schaffen, die unverkennbar menschlich wirken.

 aftershoot.com



KI FÜR BILDERMACHER | TEIL 7

FLUX – DER NEUE STERN AM KI-HIMMEL?

WIE DER BILDGENERATOR FLUX VON BLACK FOREST LABS DIE KI-WELT AUFMISCHT UND DABEI INS KREUZFEUER GERÄT

Sie schielen nach einem neuen Bildgenerator, weil Ihnen Midjourney zu teuer wird? Sie interessieren sich für die deutsche KI-Szene vor Ihrer Haustür? Sie scheuen noch nicht einmal vor einer lokalen Installation auf Ihrem heimischen PC zurück? Dann sind Sie hier richtig. Wir beleuchten den deutschen KI-Bildgenerator FLUX, erklären Geschichtliches und den Werdegang und zeigen Ihnen auch, wie Sie die kernoffene Variante „FLUX.2 klein“ lokal auf Ihrem PC installieren können. **Von Tilo Gockel**



labor mit Sitz in Freiburg. Die Gründer – darunter Robin Rombach, Andreas Blattmann, Axel Sauer und Patrick Esser – sind ehemalige Mitarbeiter von Stability AI, die teils zuvor in der Forschergruppe um Prof. Björn Ommer an der Ludwig-Maximilians-Universität München im Bereich der Künstlichen Intelligenz tätig waren. Als Ergebnis dieser Forschung entstand 2022 unter anderem der Bildgenerator Stable Diffusion.

Das wichtigste Produkt der Firma BFL ist der FLUX-Bildgenerator, der aus Prompt-Textbeschreibungen und/oder aus Referenzbildern wahlweise fotorealistische oder künstlerisch anmutende digitale Bilder erzeugt. Die Produktreihe der Generatoren begann mit FLUX.1, dann folgte 2024 das leistungsfähigere FLUX.2, und aktuell werden in Photoshop die Versionen FLUX.2 Pro sowie FLUX Context Pro unterstützt. In Photoshop können Sie FLUX also auch komfortabel testen. FLUX.2 unterscheidet sich von FLUX.1 dadurch, dass man nun bis zu zehn Referenzbilder mitgeben kann, was gerade für die vom Markt stark nachgefragte charakterkonsistente Bilderstellung von enormer Wichtigkeit ist (zu den Begriffen siehe unser Glossar am Ende).

Mitte 2024 wurde FLUX in Elon Musks xAI-Chatbot Grok integriert und auf der Plattform X verfügbar gemacht. Anfang 2025 ging BFL dann eine Partnerschaft mit dem Grafikkartenhersteller Nvidia ein, um FLUX als Basismodelle in Nvidias Blackwell-Mikroarchitektur zu integrieren. Im Jahr 2025 stieg die Bewertung der kleinen Firma BFL (< 50 Mitarbeiter) laut Financial Times auf über 3 Milliarden US-Dollar,

FLUX: Geschichtliches, die Hintergründe und der aktuelle Stand

Der Bildgenerator FLUX.1 und seine neuere Version FLUX.2 sind Produkte des Start-ups Black Forest Labs, BFL GmbH. Black Forest Labs ist ein privatwirtschaftliches deutsches KI-Forschungs-

und BFL zieht auch heute noch bedeutende Investoren an. Die feingranulare Timeline zur Entwicklung von BFL und von FLUX sehen Sie in der Grafik. Unsere Recherchequellen, zusammen mit den im Artikel verwendeten Prompts, stehen Ihnen hier zum Download zur Verfügung: <https://tinyurl.com/digit-shortlink>.

BLACK FOREST LABS UND FLUX: DIE TIMELINE

2019–2023



Vorläuferphase

Die späteren Gründer von Black Forest Labs arbeiten an latenten Diffusionsmodellen im akademischen und industriellen Umfeld, unter anderem in der Forschergruppe um Prof. Björn Ommer an der LMU München. In dieser Phase entstehen wichtige Konzepte wie *Latent Space*, *Diffusion* und *Prompt Conditioning*.

Stability AI, Stable Diffusion

Die Firma Stability AI veröffentlicht den wegweisenden Bildgenerator Stable Diffusion. Die Entwickler Robin Rombach, Patrick Esser u. a. spielen hierbei eine maßgebliche Rolle. Stable Diffusion wird zum Meilenstein der quelloffenen KI-Geschichte.

stability.ai

2022

2023



Bruch mit Stability AI, Entstehung einer neuen Firma

In der Firma Stability AI entstehen strategische Differenzen und Diskussionen über Kommerzialisierung versus freie Forschung. Es beginnt die Planung eines neuen, unabhängigen Forschungslabors.

Gründung der Black Forest Labs GmbH (BFL)

Die Black Forest Labs GmbH wird gegründet. Das Ziel der jungen Firma ist die Entwicklung einer High-Performance-KI in der Form eines (teilweise) quelloffenen Projekts, das aber auch eine kommerzielle Nutzung ermöglicht. Verwendet wird der sog. Open-Core-Ansatz, der nur den Kern der Entwicklung quelloffen verfügbar macht.



August 2024

Herbst 2024



BFL mausert sich

Erste Finanzierungsrunde mit internationalen Investoren, Aufbau eines kleinen, hochspezialisierten Forscherteams. Veröffentlichung des ersten FLUX-Modells FLUX.1. FLUX.1 ermöglicht bereits Text-zu-Bild- und Bild-zu-Bild-Generierung, Inpainting, Outpainting und Stilübertragung.

FLUX wird in Grok integriert

Integration von FLUX in den Chatbot Grok (ein Produkt von Elon Musks Firma xAI). Positive Medienresonanz: Die europäische Presse bezeichnet BFL als „vielversprechendstes KI-Start-up Deutschlands“.



Frühjahr 2025

Mitte 2025



Verschiedene FLUX-Versionen entstehen

Veröffentlichung verschiedener FLUX-Versionen wie *max*, *pro*, *flex* und *klein* mit unterschiedlichen Ausprägungen hinsichtlich Qualität, Schnelligkeit und Kosten. *FLUX.2 klein* ist die Open-Source-Variante, die auch für eine eigene lokale Installation verwendet werden kann (siehe dazu auch unsere Installationsbeschreibung).

Schlechte Presse, Bruch mit xAI und Grok

BFL beendet die Kooperation mit xAI/Grok. Ein wichtiger Grund dafür war die deutlich negative Berichterstattung zu der sexualisierten Bilderflut, die auf X mit Grok/FLUX erstellt wurde.



Ende 2025, Anfang 2026

Die Gegenwart



Die Gegenwart

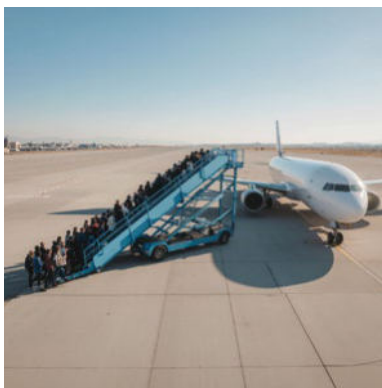
BFL gilt als führendes europäisches KI-Forschungslabor und agiert auf Augenhöhe mit der US-Konkurrenz. Parallel muss sich die Firma nun auch dem zunehmenden regulatorischen Druck stellen. Im Zusammenhang mit dem in der Umsetzung befindlichen EU AI Act droht der Zwang einer Offenlegung der Bildquellen sowie eine Kennzeichnungspflicht für KI-generierte Inhalte. Darüber hinaus hat der Eklat um die Sexdarstellungen auf Grok, die laut Quellen bis hin zur Kinderpornografie reichten, auch zu einer neuen Diskussion und Bewertung der ethischen Aspekte der KI-Bilderzeugung geführt. Hier sind als erste Schritte umfangreiche (intelligente) Zensurmaßnahmen für die Prompts, für die Referenzbilder und auch für die dann neu erzeugten Bilder zu erwarten.

>>>

FLUX.2



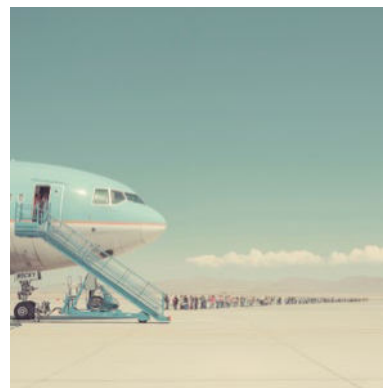
ADOBE FIREFLY IMAGE 4 ULTRA



GOOGLE NANO BANANA PRO



MIDJOURNEY 7



>>> FLUX.2 gegen Firefly, Nano Banana und Midjourney

Die Platzhirsche im Revier der KI-generierten Standbilder sind aktuell Firefly 4, Google Gemini Nano Banana Pro und Midjourney 7. So sollen genau diese drei Engines auch gegen FLUX.2 zum Wettbewerb antreten. Wenn Sie die Bildergebnisse nachvollziehen möchten (was ohne die Seeds zwar nicht perfekt, aber doch recht gut funktioniert), finden Sie unsere Prompts hier zum Download: <https://tinyurl.com/digit-shortlink>.

Wir können Ihnen hier zwar die Ergebnisbilder im direkten Vergleich zeigen. Man sollte aber nicht unerwähnt lassen, dass auch andere Features, vor allem die Benutzerschnittstelle, die Qualität eines Generators bestimmen. Hier ist Google Nano Banana Pro aktuell ungeschlagen, denn es versteht auch komplexe Befehls-Prompts wie „Färbe die Haare des zweiten Mädchens von rechts von blond nach rot“ oder „Ersetze den Schriftzug Porsche durch den Text Porree im gleichen Font“.

FLUX ALLEIN ZU HAUS ODER WIE MAN FLUX LOKAL AUF DEM HEIMISCHEN PC INSTALLIERT

FLUX.1 und FLUX.2 sind zwar nicht komplett quelloffen, aber sie arbeiten mit einem offengelegten Kern (das ist das sogenannte Open-Core-Modell, siehe unser Glossar). Zusammen mit der vergleichsweise liberalen Lizenzpolitik des Herstellers BFL ermöglicht dies die lokale Nutzung auf dem heimischen PC, und zwar komplett ohne Netz und doppelten Boden. Sie können nach geglückter Installation tatsächlich den Netzwerkstecker ziehen. Grau ist alle Theorie, die digit! ist aber nicht grau, sondern bunt und steht für praxisrelevante Inhalte. Natürlich haben wir die FLUX.2-Installation für Sie durchgespielt!

FLUX.2

ADOBE FIREFLY IMAGE 4 ULTRA

GOOGLE NANO BANANA PRO

MIDJOURNEY 7



Die Hardware-Anforderungen

Die Anforderungen an die Hardware haben es wirklich in sich. Selbst wenn Sie einen modernen Gaming-PC Ihr Eigen nennen, heißt das noch lange nicht, dass FLUX (oder generell ein autarker Bildgenerator) darauf läuft, geschweige denn, dass er so schnell und rund läuft, dass es Freude bereitet, damit zu arbeiten. Nach einer kläglichen Bauchlandung beim Versuch, FLUX auf einem älteren Redaktions-PC zum Laufen zu bringen, haben wir nun in folgendes System investiert:

- PC mit Intel® Core™ i9-14900KF (Herstellerfirma Sedatech)
- 64 GB RAM
- Grafikkarte Nvidia RTX 5080 mit 16 GB VRAM
- SSD mit 2 TB
- Windows 11

Die Kosten beliefen sich zum Kaufdatum Mitte Januar 26 auf ca. 3.300 Euro brutto. Das erscheint auf den ersten Blick viel Geld zu sein, aber unter 64 RAM, RTX 5070 und 12 GB VRAM wird die Software wahrscheinlich nicht nur schlecht, sondern schlicht überhaupt nicht laufen. Das andere Ende der Fahnenstange ist dagegen weit weg. Angesagte High-End-Grafikkarten von Nvidia wie die Nvidia RTX PRO 6000 Server-Edition mit 96 GB VRAM liegen einzeln bereits weit über 9.000 Euro. Hochleistungssysteme setzen Verbünde hiervon ein.

Sind Sie noch bei uns? Dann können wir ab hier Entwarnung geben, denn mit einem System wie dem oben beschriebenen PC, mit Intel-Prozessor, Nvidia-Grafik und Windows 11, setzt man sozusagen auf die Standard-Software und -Hardware, die der Installer erwartet. Linux- und Mac-Systeme sind grundsätzlich auch möglich, dito sogar mit AMD-Grafik, aber dann muss man während der Installation selbst mehrfach eingreifen.

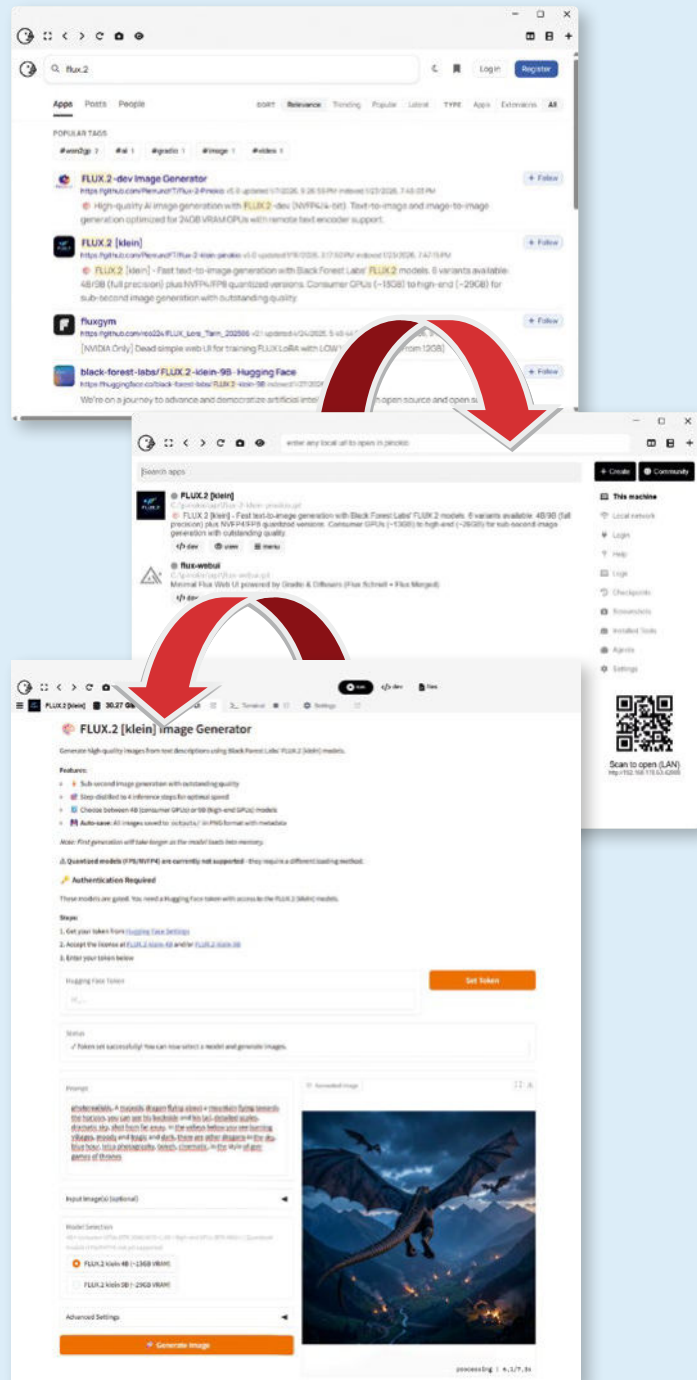
>>>

>>> Der Installer Pinokio

Die Installation eines Bildgenerators auf dem heimischen PC besteht aus einer Vielzahl von Software-Komponenten wie der Programmierumgebung Python unter Visual Studio, der Software-Verwaltung Git, der Benutzerschnittstelle und letztendlich auch dem vortrainierten Sprachmodell. Um den Ablauf der aufwändigen Installation zu vereinfachen und zu automatisieren, haben uns findige Köpfe Rundum-Sorglos-Pakete geschnürt. Man wählt ein Paket entsprechend dem eigenen Betriebssystem aus (Windows, Linux, MacOS) und startet es. Im Idealfall wird es klaglos durchlaufen. Bekannte Installations-Tools sind Automatic1111 für Stable Diffusion (auch auf über Google Colab „gemietete“ Hardware möglich) oder Pinokio für FLUX. Wir haben Pinokio gewählt (pinokio.co).

Nach der problemlosen Installation des Pinokio-Installer-Frameworks kann man nach Paketen suchen (bei uns nach **FLUX.2 [klein]**) und diese dann durch Anklicken auch installieren. Der damit angeschobene Vorgang ist langwierig. Rechnen Sie mit mindestens 40 Minuten, eher mit einer Stunde. Während des Vorgangs treten lange Pausen auf, in welchen Sie aber standhaft und geduldig bleiben sollten. Am Ende startet die schlanke FLUX-GUI und erwartet als erste Amtshandlung nicht etwa die Eingabe des ersten Prompts, sondern die eines **Hugging Face Tokens**. Der Aufwand ist zum Glück aber klein. Nachdem Sie ein kostenfreies Hugging-Konto angelegt haben, ist das Token in Sekunden generiert (huggingface.co).

Ist das **Face Token** eingegeben, steht dem ersten Prompt nichts mehr im Wege, allerdings dauert die erste Berechnung mit einem neuen Modell nochmals gefühlt ewig, weil *erst jetzt* die zum Modell gehörenden Parameter (die Kantengewichte des neuronalen Netzes) heruntergeladen werden. Rechnen Sie nochmals mit bis zu 30 Minuten. Danach generiert Ihnen die Bildmaschine die Bildergebnisse im Takt von rund 8 Sekunden (1.024x1.024).



FLUX: der Ausblick

Aktuell ist Black Forest Labs die wichtigste KI-Softwareschmiede in ganz Europa, und die Produkte können auch im internationalen Vergleich standhalten. Es bleibt aber abzuwarten, ob BFL weiter das Niveau halten und kontinuierlich neue Innovationen liefern kann. Wie groß der Konkurrenzdruck ist, hat man bei FLUX.1 gesehen, das doch relativ schnell von Midjourney, Firefly und vor allem auch von Google Nano Banana Pro überholt wurde. Die FLUX-Produkte sind zwar bisher nicht komplett quelloffen verfügbar, setzen aber zumindest auf das Open-Core-Modell. Die Konkurrenz macht es anders. Auch hier bleibt abzuwarten, ob die Teiloffenlegung des Codes die Gewinne schmälert und damit die

Wettbewerbsfähigkeit verschlechtert – bei anderen Softwares wie Qt, VTK oder OpenCV war das allerdings nicht der Fall. Was BFL weiterhin fehlt, ist ein großer Bruder im Rücken. Das muss nicht gerade Elon Musks xAI sein, das könnte auch ein europäisches Unternehmen sein, das mittelfristig Interesse an BFL zeigt.

Aktuell ist die Berichterstattung zu FLUX tendenziell negativ. Es werden Deepfakes mit Motiven bis hin zur Kinderpornografie genannt, es wird die Verbindung zum unseligen Elon Musk kritisiert, und auch die verschlossene Bilddatenbank lässt potenzielle Kunden eher zögern. Grok wird sich wohl langfristig komplett von FLUX verabschieden, a man dort gerade das von xAI selbst ent-

wickelte Aurora integriert. Dann fällt für BFL eine wichtige Einnahmequelle weg.

Am Ende ist es vielleicht die Umsetzung des EU AI Acts, die BFL zwingen kann, die Bildquellen offenzulegen. Und dann heißt es vielleicht, frei nach den „Prinzen“: *Das ist alles gar nicht Eures, das ist alles nur geklaut und gestohlen, nur gezogen und geraubt. Entschuldigung, das haben wir Euch erlaubt, tun es aber jetzt nicht mehr!* Die Bild- und Filmdatenbasen aktueller KIs sind riesig. Die häufig verwendete, eher noch schlanke LAION-5b-Bilddatenbank umfasst fünf Milliarden Bilder (das 5b steht für das englische „5 billion“). Wenn BFL auf eine neue Datenbasis umsteigen müsste, wäre der Aufwand enorm und könnte, wenn zu einem kritischen Zeitpunkt erzwungen, das Aus für die junge Firma bedeuten.

Flux 2 und Pornografie? Ja und nein. Der Bildgenerator lässt in der lokalen Variante zwar alle Prompts zu. Was rauskommt, erinnert aber eher an David Cronenberg als an die klassische Erwachsenenunterhaltung.



Glossar

Charakterkonsistenz, Charakterreferenz | Wenn man eine virtuelle Person erschafft, die in verschiedenen Szenen und Posen immer gleich aussieht, spricht man von Charakterkonsistenz. Hierfür gibt man dem Bildgenerator eine Charakterreferenz anhand eines Bildes oder mehrerer Bilder vor.

Deep Fake | Deep Fakes sind KI-generierte oder manipulierte Medien, die (foto-)realistisch wirken, aber falsche Inhalte darstellen.

Diffusionsmodell | Ein Diffusionsmodell ist ein KI-Modell, das Bilder schrittweise aus Rauschen erzeugt, indem es dieses auf der Basis zuvor gelernten Bildwissens kontrolliert entfernt. Das Diffusionsmodell ist die Grundlage für Stable Diffusion, DALL-E, FLUX und Co.

EU AI Act | Der EU AI Act ist das erste umfassende Gesetz zur Regulierung Künstlicher Intelligenz. Es reguliert die Kennzeichnungspflicht, die Nutzungsrechte zugrunde liegender Daten, die Anwendungen u.v.a.m. Es befindet sich noch in der Umsetzung. Aktuell greifen noch nicht alle Module, und so besteht bspw. noch keine gesetzliche Kennzeichnungspflicht für KI-generierte Inhalte.

Grok | Grok ist ein KI-basierter Chatbot auf der Plattform X (vergleichbar mit ChatGPT). Grok enthält auch einen KI-Bildgenerator (ehemals FLUX, mittlerweile das eigene xAI-Erzeugnis Aurora).

Hugging Face Token | Ein Hugging Face Token (oft auch Access Token oder API-Key genannt) ist eine sichere Zeichenfolge, die als Passwort bzw. Schlüssel fungiert, um sich bei der Hugging-Face-Plattform zu authentifizieren. Es ermöglicht Anwendungen, Skripten (z.B. Python) oder lokalen Tools, sicher auf die Hugging Face API zuzugreifen, um Modelle herunterzuladen, Datensätze abzurufen oder private Repositories zu verwalten.

Inpainting, Outpainting | Gezieltes Ersetzen oder Ergänzen einzelner Bildbereiche, Erweitern eines bestehenden Bildes über dessen ursprünglichen Rand hinaus.

Latent Space, latenter Raum | Der Latent Space ist ein hoch verdichteter mathematischer Raum, in dem Bilder nicht als Pixel, sondern als abstrakte Merkmalsvektoren dargestellt und verarbeitet werden. Merke: Ein-

fache, noch vorstellbare Merkmale sind Kanten oder Farben. „Faltende“ neuronale Netze können aber mittlerweile auch selbst neue Merkmale bzw. neue Merkmalsarten generieren. Das kann man für einen menschlichen Betrachter nicht mehr sinnvoll visualisieren.

Multi Reference Conditioning | Technik, bei der mehrere Referenzbilder gleichzeitig genutzt werden, um bspw. die → Charakterkonsistenz (gleiche Person, gleicher Stil) zu gewährleisten.

Open-Core-Ansatz | Beim Open-Core-Ansatz wird nur ein wichtiger Teil der Software als Quelltext offen verfügbar gemacht (bei Open Source wird alles verfügbar gemacht). Dieser Ansatz ermöglicht es, bestimmte nicht quelloffene Module kommerziell zu vermarkten. (en.wikipedia.org/wiki/Open-core_model)

Prompt | Texteingabe, um ein Bild zu erzeugen. Beispiel: fotorealistisches Bild eines Fahrrades, das an einer Mauer lehnt. Das Licht entstammt der tief stehenden Sonne und kommt von rechts.

Prompt Conditioning | Prompt Conditioning bezeichnet bei einer generativen KI den Prozess, das Modell durch spezifische Instruktionen, Beispiele oder externe Daten zu steuern, um gezielt bestimmte Ergebnisse zu erzeugen. Vorgegeben wird damit die „Bedingung“ (Conditioning), unter der die KI Inhalte generiert, etwa durch Vorgabe von Stil, Struktur, Lichteinfall, Kontext oder räumlicher Anordnung.

Seed | Ein Seed (englisch für Saat oder Samen) ist bei Bildgeneratoren ein Zahlenwert, der als Startpunkt für den Erzeugungsprozess dient. Er steuert den Zufallsgenerator, der das anfängliche Rauschen erzeugt, aus dem das Bild entwickelt wird. Mit der Kenntnis des Seeds und des Prompts lässt sich ein bestimmtes Bild auch später 1:1 wieder erzeugen. Nur mit der Kenntnis des Prompts gelingt das nicht.

VRAM | Video RAM, Speicher der Grafikkarte

xAI | xAI (Firmenname X.AI Corp.) ist ein US-amerikanisches Unternehmen, das 2023 von Elon Musk gegründet wurde. xAI entwickelt Software im KI-Bereich.



KAMERALOS GLÜCKLICH

Über 20 Jahre arbeitete Brenda de Vries als Werbe-, Mode- und Portraitfotografin. 2023 entdeckte sie das KI-Tool Midjourney für sich, legte ihre Kamera beiseite und spricht heute von „kreativer Befreiung“.

Von Peter Schuffelen, Bilder: © Brenda de Vries



Was ist Foto-, was Promptografie? Angesichts von De Vries kongruenter Handschrift lässt sich das meist nicht unterscheiden (hier zwei fotografische Arbeiten).

Wenn es einen roten Faden im Leben von Brenda de Vries gibt, ist es dieser: der stete Wille zur Neuorientierung. Brenda de Vries wurde 1974 in Amsterdam geboren. Mit 15 arbeitete sie in Restaurants und Clubs, besuchte dann eine Fachhochschule für Bekleidungsindustrie, machte zusätzlich einen Abschluss in Marketing und arbeitete zunächst als Produktionsleiterin in der Bekleidungsindustrie. Sie langweilte sich und suchte einen neuen Job und arbeitete als Marketingplanerin mit der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG zusammen. Dann gewann die passionierte Amateurfotografin einen Fotopreis, entschloss sich, ihr Hobby zum Beruf zu machen, und schrieb sich an einer Akade-

mie für Fotografie ein. 2003 machte sie sich als Werbefotograf selbstständig, gewann Preise und wurde in Lürzer's Archive „200 Best Ad Photographers Worldwide“ aufgenommen. Über 20 Jahre lang arbeitete sie als Fotografin für Kunden wie Adidas, Colgate, Ikea, Gillette, Sony Ericsson oder Wrangler Europe – bis sie 2023 mit dem ein Jahr zuvor vorgestellten generativen KI-Tool Midjourney in Kontakt kam.

Wie viele sah sie zunächst die Gefahren für ihren Berufsstand, die Angst aber wich schnell einer Faszination für die scheinbar uferlosen Möglichkeiten: eine neue Technologie als Werkzeug >>>



Oben: Kampagnenmotiv für den pflanzenbasierten Kunststoff „Releaf“.
Rechte Seite: Freie KI-Arbeiten.

der Software das kreative Potenzial. Bildideen sofort umsetzen, freier experimentieren, neue ästhetische Wege erkunden: De Vries war begeistert. Heute arbeitet sie praktisch ausschließlich KI-basiert, zuweilen auch hybrid – etwa wenn sie Personen in KI-generierte Szenen einbaut. Neben der gewachsenen kreativen Freiheit und der Produktionsgeschwindigkeit schätzt sie das spielerische Element und sogar „Fehler“, welche die KI hervorruft.

Einer der ersten Jobs, den sie kameralos umsetzte, war eine Kampagne für Est. (Established Sparkling Tea), eine Marke für alkoholfreien „Sekt“, der auf Teebasis gebraut wird. Die in Zusammenarbeit mit der Amsterdamer Kreativagentur The Stone Twins Anfang 2024 entstandenen schwarzweißen Bildwelten überzeugen durch ihre Anspielungen auf ausgelassene Partys aus verschiedenen Jahrzehnten, von den 20er-Jahren bis heute, und ihren fotografischen Look. Das gilt ebenso für die Kampagne für den pflanzenbasierten recycelbaren Kunststoff „Releaf“ aus demselben Jahr.

Fotografie- und KI-Bildwelten aus einem Guss

Apropos „fotografischer „Look“: Durchstöbert man de Vries' Portfolio, vermag man auf Anhieb kaum zu sagen, was fotografisch und was promptografisch entstanden ist. Die Bildermacherin spielt in beiden Fällen mit Zeitkolorit, dandyhaftem Glamour, kunsthistorischen und modegeschichtlichen Referenzen, ähnli-

>>> der Befreiung. „Zu diesem Zeitpunkt hatte ich meine Arbeit zunehmend als mechanisch und entfremdend erlebt“, sagt de Vries. „In der kommerziellen Fotografie habe ich Tausende Bilder pro Tag produziert, aber immer weniger kreative Kontrolle, ich fühlte mich zeitweise wie eine professionelle ‚Knopfdrückerin‘, weil viele Entscheidungen bereits vor dem Shooting von Kunden und Agenturen getroffen wurden.“

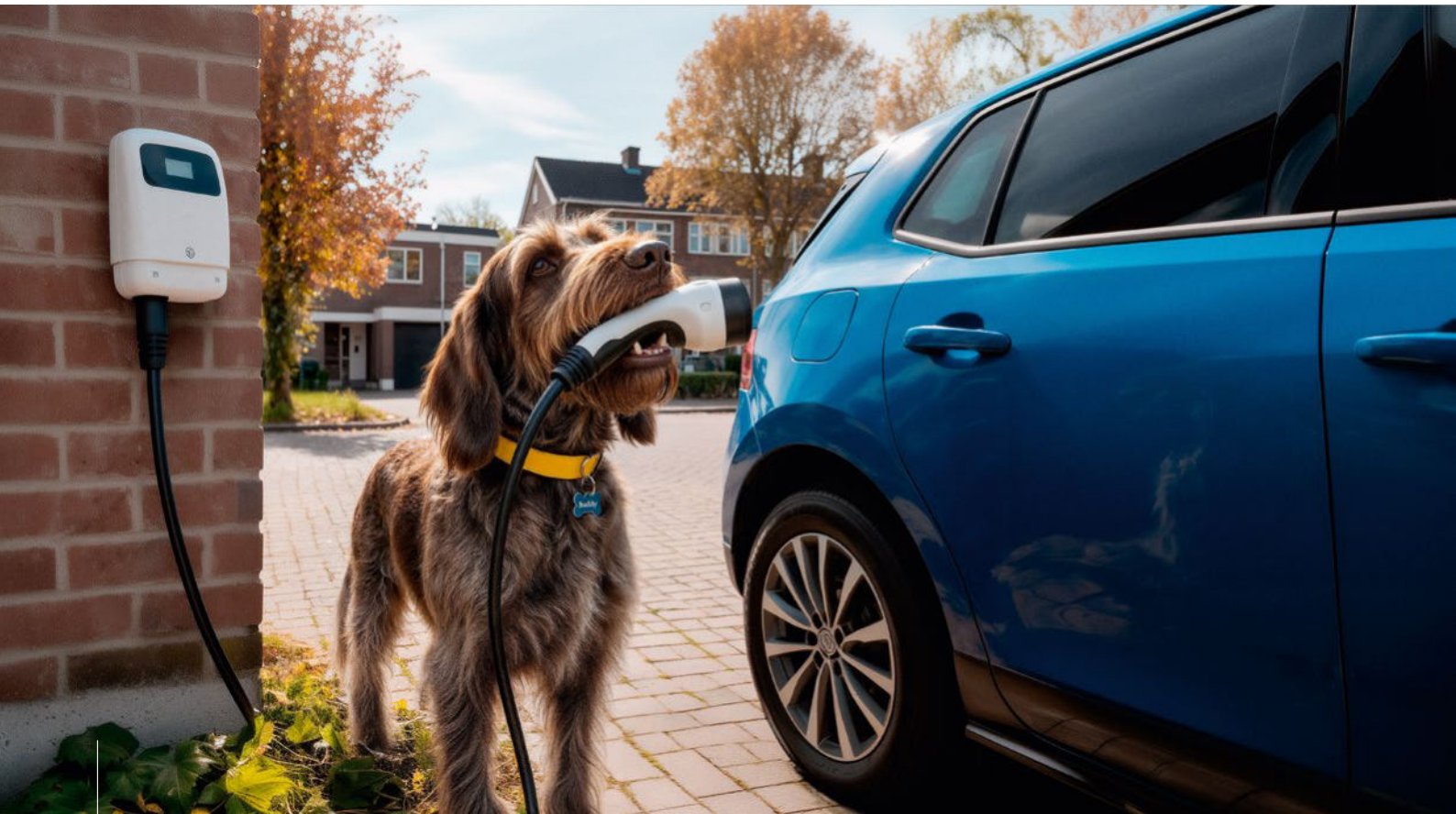
Ausbruch aus dem Hamsterrad

De Vries begann sich intensiv mit Midjourney auseinanderzusetzen und erkannte mit den sich schnell verbesserten Versionen

chen, vielfach pastellfarbigen Moods und der Reduktion auf wenige Elemente. Einige ihrer High-Gloss-Lichtbilder wirken so perfekt, dass man auf KI tippen würde, während manche ihrer KI-Bilder vollkommen fotografisch daherkommen. Etwa die Kampagne für den Pannendienst ANWB, den „holländischen ADAC“, bei dem ein Assistenzhund das Ladekabel in der Schnauze trägt. „Das“, sagt de Vries, „war noch vor Erscheinen von Googles Bild-Generator Nano Banana Pro, ich musste den Hund also aus Dutzenden Perspektiven fotografieren, um einen digitalen Zwilling von ihm zu erzeugen, der sich in Flux Dev LoRa (Plug-in zum Training nutzerspezifischer Charaktere im KI-Modell Flux, Anm. d. Red.) nutzen ließ.

>>>





Oben: Aus einer Kampagne für den niederländischen Pannendienst ANWB.
Rechte Seite: Freier Akt (fotografiert).

>>> „Für mich bleibt das Fotografische zunächst einmal die ästhetische Referenz, die ich mit der KI erreichen will“, sagt de Vries. „Gleichzeitig aber muss man offen sein, denn die KI geht ein Stück weit ihre eigenen Wege, selbst wenn man sie sehr gut beherrscht. Ein Beispiel: Ein Creative Director hat mir einmal gesagt, die Blende in einem meiner KI-Bilder sei ‚fotografisch nicht korrekt‘. Er hatte recht, meine Antwort aber lautete: Es tut mir leid, damit müssen Sie leben, es ist eben keine Fotografie.“

Auch sonst müsse sie ihren Kunden manchmal „schlechte Nachrichten“ überbringen, sagt die 51-Jährige. „Manche haben einfach falsche Vorstellungen, was möglich ist und was nicht, vor

allem bei begrenztem Budget“, sagte de Vries. Auch hinsichtlich der öffentlichen Akzeptanz hapere es noch. „Viele größere Unternehmen bekennen sich aktuell nicht dazu, dass ihre Bildwelten per KI entstanden sind, aber ich bin mir sicher, dass sich diese KI-Scham bald legen wird“, so de Vries, die ihr Wissen auch weitergibt: In ihren Kursen unterrichtet sie vor allem Kreative wie Fotografen und Artdirectors im Umgang mit Midjourney & Co. Ihr Rat an Neueinsteiger: einfach ausprobieren und keine Angst vor Veränderungen haben. Persönliche Entwicklung entstehe oft genau dort, wo man Unsicherheit verspüre. De Vries: „Es ist ein bisschen so, als wäre man wieder ein Kind. Es gibt kein richtiges oder falsches Prompten: Das Experimentieren selbst ist der Weg.“



BRENDA DE VRIES

ist eine niederländische Fotografin und Künstlerin aus Amsterdam, die sich in der Werbe-, Editorial- und Modefotografie einen Namen gemacht hat. Seit Anfang 2024 arbeitet sie fast ausschließlich KI-basiert. Darüber hinaus gibt sie ihr Wissen in Midjourney-Workshops an Anfänger und Fortgeschrittene weiter.

brendadevries.com





Liebelei in Wien

Fünf Freunde, sieben Tage, eine Kamera: Corporate-Fotograf Deniz Saylan über seine wiedergefundene Erzählleidenschaft und eine ungeschminkte Reportage über ein besonderes Hotel in Wien.

Von Peter Schuffelen



Wie bringt man eine Corporate-Story auf Betriebstemperatur? Mit sinnlichen Vor-Ort- (oben) und assoziativen Stegreifmotiven (links) ist man definitiv auf einem guten Weg.

Das Bedürfnis, Geschichten zu erzählen, ist etwas zutiefst Menschliches. Es ist wohl in unseren Genen verankert. Anders lassen sich weder die frühen Zeichnungen der Höhlenmenschen erklären noch das unermüdliche Drängen meiner Kinder, denen ich jahrelang allabendlich Geschichten vorgelesen habe. Beruflich war mir das Geschichtenerzählen hingegen irgendwann abhandengekommen. Zu Beginn meiner Karriere hatte ich als Fotojournalist aus Krisenregionen berichtet und in dieser Zeit ein Gespür für Dramaturgie und authentische Momente entwickelt. Ich war damit, wenn man so will, auch ein Geschichtensucher und -erzähler.

2003 habe ich mich dann neu orientiert, nicht zuletzt weil es mir als Familienvater unverantwortlich schien, in Kriegsgebiete zu reisen. Fortan konzentrierte ich mich auf Portraits und Unternehmensfotografie; später kam die Automobilfotografie hinzu. Etwa seit der Corona-Pandemie habe ich mich dann nach und nach von dieser werblichen Art der Fotografie verabschiedet und rückbesonnen auf das Geschichtenerzählen, wenngleich weiterhin im Auftrag von Unternehmen und Dienstleistern, darunter auch Hotels.

Als mich der Betreiber des Hotels Liebelei in Wien anrief und mich bat, im Vorfeld der Hoteleröffnung klassische Hotelfotos zu

>>>



>>>

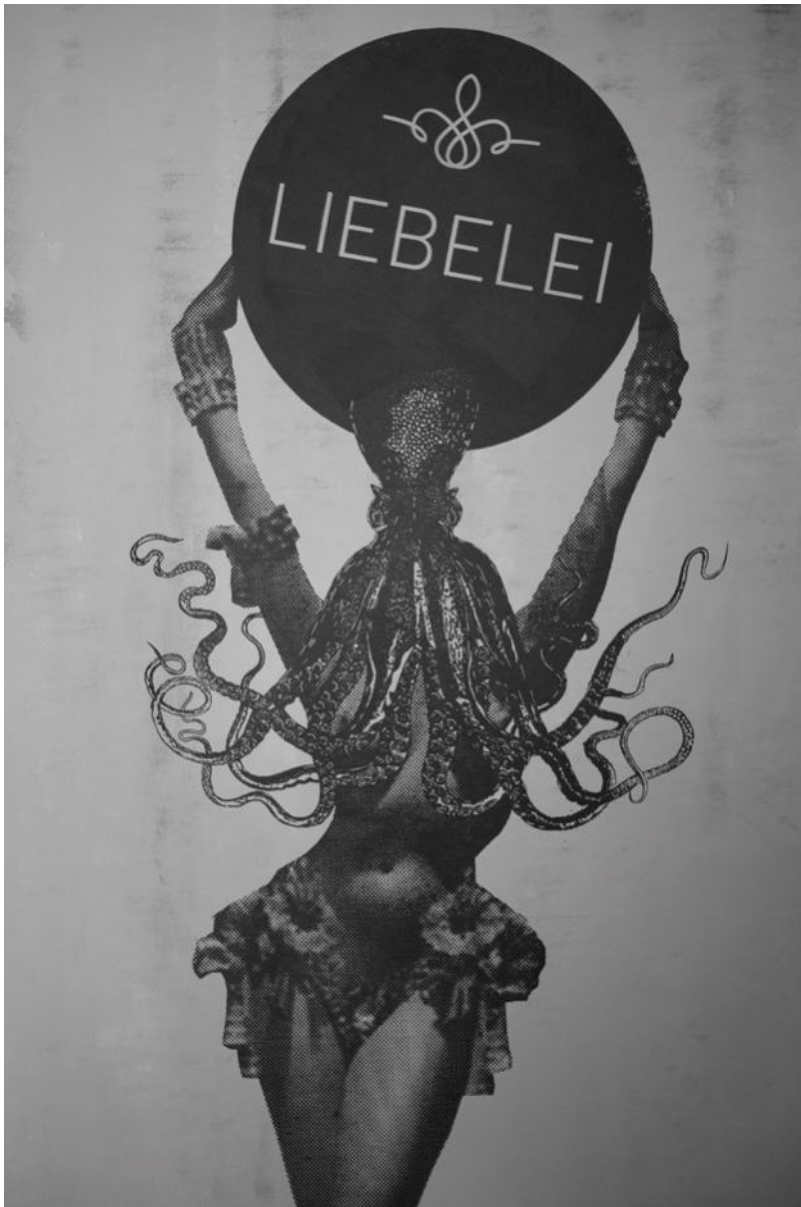
erstellen, kam mir bei der Beschreibung des Hauses, einem ehemaligen Wiener Stundenhotel, sofort eine andere, deutlich spannendere Idee: ein Mix aus Street Photography und Reportage in und rund um das Hotel, erzählt als authentisches, erlebnisorientiertes Storytelling mit echten Menschen statt Models. Dokumentierte Momente in Wien und eine verspielte Erkundung des Hotels mit den Protagonisten. Wie fühlt es sich an, in Wien zu sein und in diesem Hotel zu wohnen? Was lässt sich erleben, wie lebt es sich in den unterschiedlichen Zimmern?

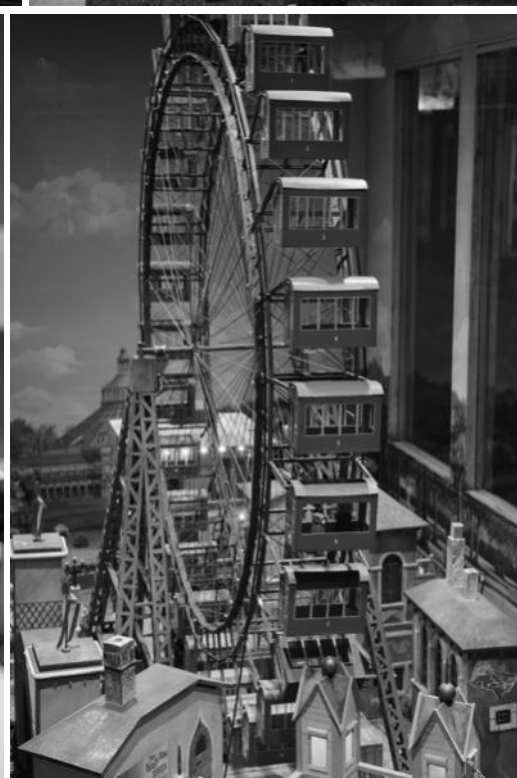
Dem Hotelier gefiel dieser Ansatz, auch wenn er ungewöhnlich war und der Aufwand im Vergleich zu klassischen Hotelfotos deutlich höher lag. Doch das Risiko sollte sich am Ende für ihn auszahlen.

Im Frühjahr 2023 war es so weit: Gemeinsam mit vier Freunden – zwei Männern und zwei Frauen – bezog ich für eine Woche das noch im Probetrieb befindliche Hotel im Herzen Wiens. Neben einigen eher klassischen Interieurmotiven fotografierte ich vor allem meine Freunde bei ihrem Treiben. Wir frühstückten im Zimmer, veranstalteten Kissen-schlachten, fotografierten in den Zimmern, Gängen und Treppen und machten das gesamte Hotel zur Fotolocation. Wir erkundeten vom „Liebelelei“ aus das Grätzl – was auf Wienerisch so viel wie Kiez bedeutet. Einige Shooting-Locations standen bereits fest, darunter das traditionsreiche Restaurant „Zum Schwarzen Kameel“, Schloss Schönbrunn, Die Loos Bar oder einer der Wiener Kunst- und Flohmärkte. Kaffeehäuser, Würstelbuden, Trafikanten – eben was sich einem in Wien so in den Weg wirft, wenn man sich treiben lässt.

Hier und da ließ ich Anklänge an den in Wien spielenden Filmklassiker „Der Dritte Mann“ einfließen, eine Prise „Wiener Schmah“ rundete mein Storytelling-Konzept ab. Stets dabei: meine Fujifilm X100 – mit ihrer kompakten Größe und kleinbildäquivalenten Festbrennweite von 35 mm genau das richtige Reportagewerkzeug. Was die Bilder aber am Ende zum Leben erweckt hat und das Kopfkino losschnurren lässt, ist die Ausgelassenheit und Spontaneität, mit der wir zu Werke gingen. Reminiszenzen an die erotische Vor-

Über Bande gespielt: Natürlich ging es am Ende des Tages darum, das Hotel zu promoten. Die auch optisch fesselnde Geschichte ist aber nicht zuletzt über die Facetten des „Drumherum“ entstanden.







Authentische Wiener Locations (oben) und die suggestive Anspielung auf eine Liebelei (rechts): Am Ende kamen Setting und Spannungsbogen offenbar an – die Zahl der Buchungen stieg jedenfalls signifikant.

>>> geschichte des Hauses ließ ich auch in meinen Bildern aufflackern: eine sinnliche Körpersprache und flirtige Augenblicke, erwachsen aus der Leichtigkeit des Moments. Eine visuelle Sprache, welche die Fantasie anregt: Erzählen die Bilder, so mag sich der Betrachter fragen, am Ende vielleicht von einer tatsächlichen Liebelei?

Wie dem auch sei, Fakt ist:

Das Konzept ging auf, denn das Hotel verzeichnete nach dem Launch der Bilder auf der Website und in den sozialen Medien einen Buchungszuwachs von 40 Prozent. Visuelles Storytelling wirkt – jedenfalls wenn es authentisch und ungeschminkt daher-

Visuelles Storytelling wirkt – jedenfalls wenn es authentisch und ungeschminkt daherkommt. Was es dazu braucht, ist Zeit.

kommt. Was es dazu braucht, ist Zeit. Ein Faktor, der bei vielen Fotoproduktionen heute leider fehlt. Wobei ich glaube, erste Gegenbewegungen auszumachen. Dem zwischenmenschlichen Faktor, so scheint mir, wird wieder mehr Gewicht beigegeben. Was auch daran liegen mag, dass KI-Inhalte bei mir, wie auch bei einer wachsenden Zahl an Leuten aus meiner Umgebung, inzwischen ein Gefühl der Übersättigung auslösen. Dem glatten, künstlichen Glanz der geprompteten Bildwelten setze ich bewusst etwas „Echtes“ entgegen. Die Nachfrage nach meiner Arbeit zeigt, dass ich damit offenbar einen Nerv getroffen habe.



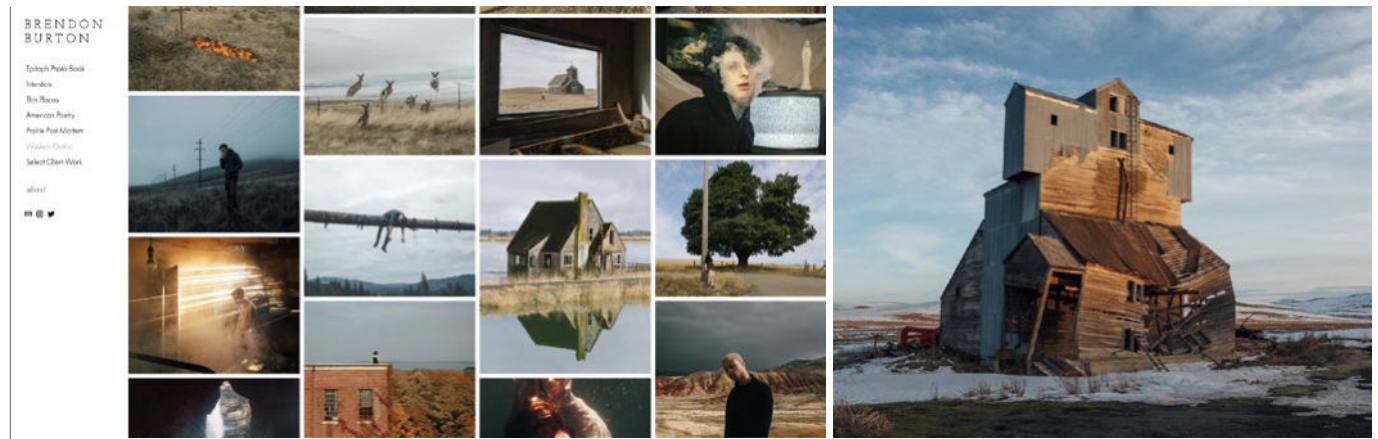
DENIZ SAYLAN ist ein österreichisch-türkischer Fotograf und Filmemacher mit Sitz in Stuttgart. Saylan begann seine Karriere als Magazin Fotograf für internationale Nachrichtenmagazine, später verlagerte er seinen Fokus auf Werbe-, Portrait- und Automobilfotografie. Seit einigen Jahren hat er sich auf Business-Portraits spezialisiert, die Vertrauen durch authentische Menschen statt Posen schaffen. Saylan ist Fujifilm-Ambassador und BFF-Professional.

denizsaylan.com | [instagram.com/denizsaylanphotographer](https://www.instagram.com/denizsaylanphotographer)



THIS IS (NOT) AMERICA

Landschaftsfotografie als Gesellschaftskritik, bewegende Sozialreportagen aus Venezuela sowie Mexiko und ein Deutscher, der das Lebensgefühl an einem Strand zwischen der Alten und der Neuen Welt einfängt.



Brendon Burton

Brendon Burton

Unheimliche Staaten von Amerika: die Weiten des Pazifischen Nordwestens – als Sinnbild für den Niedergang der USA.

Brendon Burton lebt in einer Kleinstadt in Oregon; der dünn besiedelte US-Bundesstaat, der im Süden an Kalifornien und im Westen an den Pazifischen Ozean grenzt, ist sein fotografisches Revier. Vordergründig zeigen seine oftmals nebelverhangenen Bilder Halbwüsten, Gras- und Buschlandschaften, darin verwaiste Höfe, eingestürzte Kirchen, verfallende viktorianische Bauten, Geisterdörfer und verfallende Holzhäuser, deren Restmobiliar von den Ex-Bewohnern erzählt. Der 31-Jährige malt ein düsteres Portrait seiner Heimat: Lost Places, die an Gruselmärchen denken lassen oder an Filme wie Blair Witch Project und Fargo. Symbole der Vergänglichkeit und des Unheimlichen allerorts: Tierkadaver, faulendes Holz, dazu „creepige“ (Selbst-)Inszenierungen: ein brennendes Grab inmitten der Prärie, der Fotograf als von Rauch umwobene Gestalt oder versinkend in einer Pfütze. Burton, dem auf Instagram knapp 90.000 Menschen folgen, weckt Urängste und lässt, jenseits des offensichtlich Gezeigten, unheilvolle Geschichten in unseren Köpfen entstehen. Er könne seine Arbeit nirgendwo anders machen, sagt der Fotokünstler, dessen Bilder allesamt im



brendonburton.com

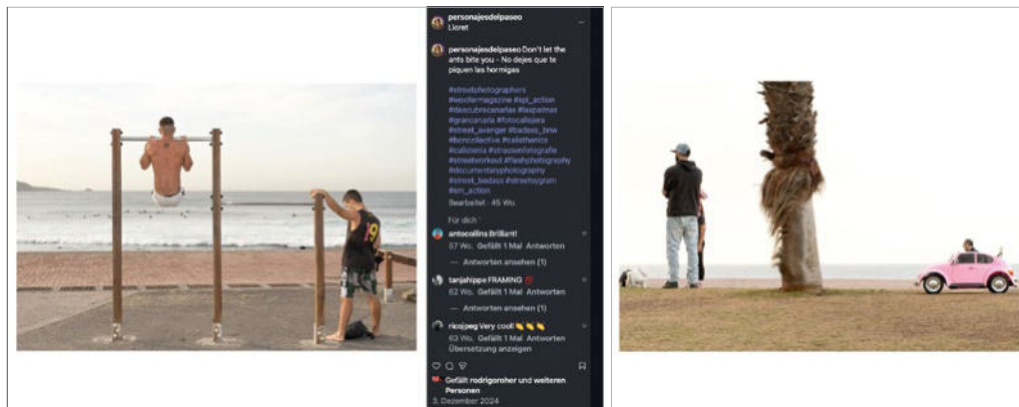
[instagram.com/burtoo](https://www.instagram.com/burtoo)

Pazifischen Nordwesten entstehen. Und doch erzählen sie von den USA als Ganzem: einem Ort, den der Fotograf auch angesichts der aktuellen politischen Entwicklungen als „sehr dunkel“ und „destruktiv“ beschreibt.

Personajes del paseo

Ein Deutscher sucht nach „der Schönheit im Gewöhnlichen“ an den Stränden der Kanaren.

Die Kanarischen Inseln gehören geografisch zu Afrika, politisch zu Europa und kulturell ebenfalls. Allerdings nicht zu 100 Prozent. Nach Südamerika sind es zwar rund 5.000 Kilometer und etwa sieben Flugstunden, trotzdem besteht eine kulturelle Bindung an und in die Region, die sich in Direktflügen nach Caracas, kubanischen Restaurants, kolumbianischen Bars und uruguayischen Nachspeisen ebenso zeigt wie im Kanarischen Spanisch, das durch Immigration und Remigration von und nach Lateinamerika vom dortigen Sound geprägt ist. Wer an dem von Einheimischen wie Touristen gleichermaßen frequentierten Strand von Las Palmas flaniert, gewinnt den Eindruck, dass das auch für den Blick auf die Welt insgesamt abfährt. Surfer, Badende, Jogger, Yoga-Aficionados, Sonnenanbeter, Kinder, Jugendliche und Alte: Allen scheint die Momentversessenheit und der leichtfüßige Umgang mit der Zeit innewohnen, der für viele Teile Lateinamerikas charakteristisch ist. Es



Personajes del paseo



WEBCOUTS LIEBLING: Alejandro Cegarra, [alecegarra.com](https://www.alecegarra.com), [instagram.com/alecegarra](https://www.instagram.com/alecegarra)

ist ausgerechnet ein Deutscher, der dieses Lebensgefühl treffend festhält: Axel Bruck kam vor einigen Jahren im Rahmen seines PhD in erneuerbaren Energien auf die Insel, frönte in seiner Freizeit dem Surfen, und fand, als ihn ein Bandscheibenvorfall von dieser Leidenschaft abhielt, zur Fotografie. Seither sucht Bruck am Strand der Kanarenhauptstadt wie auch an anderen Küstenabschnitten des Archipels erklärtermaßen nach „der Schönheit im Gewöhnlichen“. „Personajes del paseo“, zu Deutsch etwa „Persönlichkeiten der Promenade“ hat er sein an der Street-Photography geschultes Instagram-Projekt genannt, dem fast 3.500 Menschen folgen. Spektakuläre Bildwelten sucht man vergebens; stattdessen findet man kleine poetische Versatzstücke, die das Tun und Sein der Menschen an einem der schönsten Stadtstrände Europas treffend beschreiben.



[instagram.com/personajesdelpaseo](https://www.instagram.com/personajesdelpaseo)

WEBCOUTS LIEBLING

Alejandro Cegarra

Eindringliche Schwarzweißbilder vom Niedergang Venezuelas sowie von Flüchtenden an der Grenze zwischen Mexiko und den USA. Kaum ein Land hat einen derart brutalen ökonomischen Zerfall erlebt wie Venezuela, immerhin das Land mit den größten nachgewiesenen Erdölreserven, inzwischen aber einer der gefährlichsten Orte der Welt. Boomte die Wirtschaft die ersten Jahre unter dem Neosozialisten und großem Umverteiler Hugo Chávez noch, brach sie unter seinem von den USA im Februar 2026 entführten Nachfolger Nicolás Maduro zusammen. Hyperinflation

und die Lebensmittelknappheit stürzten einen Großteil der Bevölkerung in den Hunger. Alejandro Cegarra, Jahrgang 1989, hat den Niedergang seines Heimatlands und das daraus folgende Leid und die Hoffnungslosigkeit der Menschen zwischen 2013 und 2018 eingefangen. Aufsehen erregt hatte der Fotojournalist bereits zuvor – mit einer Reportage über die rund 5.000 Menschen, die illegal in einer 195 Meter hohen Bauruine im Zentrum der venezolanischen Hauptstadt leben. Für die Serie über das selbstverwaltete Leben im vertikalen Slum von Caracas erhielt er 2014 den Leica Oskar Barnack Award Newcomer. Letztes Jahre wurde er dann für sein Langzeitprojekt „The Two Walls“ mit dem Hauptpreis, dem Leica Oskar Barnack Award 2025, ausgezeichnet und ist damit der erste Fotograf, der in beiden Kategorien geehrt wurde. „The Two Walls“ erzählt in eindringlichen Schwarzweißbildern von der schwierigen Situation von Asylsuchenden und Migranten an der Grenze zwischen den USA und Mexiko – jenem Land, von dem aus der Venezolaner seit einiger Zeit freiberuflich u. a. für die *New York Times*, *National Geographic*, *Associated Press* berichtet. Wir sehen eine junge Familie, die mit angsterfüllten Gesichtern in einer Bauruine ausharrt; Jugendliche, die sich gegenseitig mit einer Strickleiter über den Stelenzaun an der Grenze helfen; die entmutigten Mienen einer Mutter und ihrer beiden Kinder oder Menschen auf dem Dach der „Bestie“, jenes Güterzuges, der von vielen Flüchtenden zur illegalen Einreise in die USA genutzt wird und immer wieder Menschen in den Tod reißt. Cegarras Bilder sind stark, weil sie die Auswirkungen von Politik anhand von Einzelschicksalen sichtbar machen.



[alecegarra.com](https://www.alecegarra.com)

[instagram.com/alecegarra](https://www.instagram.com/alecegarra)



STEIB GEHT STEIL

UTOPIA MIT PERSPEKTIVE

oder

Chancenfindung für Foto-Optimisten
Eine Kolumne von **Stefan Steib**

Oben: KIs sind jetzt schon dabei, Produktschots, Möbelkataloge, Schrauben, Ersatzteile etc. zu generieren ... alles, was früher die Brot-und-Butter-Jobs waren, ist bald „Foto“-Geschichte.

Unten: Der Medienkoordinator vor Ort ist der neue Fotoreporter, mit viel breiteren Aufgaben, unterstützt von KI, aber eben mit der menschlichen emotionalen Komponente.

Was für verrückte Tage, was für eine verrückte Welt. Während ich das schreibe, hat im Iran ein Krieg begonnen, die Welt hält den Atem an, die Konsequenzen sind noch gar nicht absehbar. Trotzdem wird es weitergehen – mit unserer Foto- und Videografie, mit Menschen, die diese konsumieren, und Menschen, die diesen Konsum mit allem, was mit diesen Medien zusammenhängt, beliefern und zu ihrem Lebensunterhalt machen.

Jetzt gerade werden im Nahen Osten Tausende von Videos gedreht, oft mit Handys, die das Kriegsgeschehen zeigen. Auch die Presse ist vor Ort, mit Kamerateams und Fotografen. Die Doku-

mentation des Geschehens ist unerlässlich, keine KI kann das ersetzen (oder sollte das zumindest nicht). Wir nähern uns durch diesen Prozess einer Besinnung auf das Wesentliche, den Kern der Fotografie: zu zeigen, was wirklich ist – auch wenn der Prozess natürlich immer subjektiv bleibt. Es gibt und wird immer einen Markt dafür geben, den Menschen, die nicht vor Ort waren, zu zeigen, was passiert. Tages-, ja sekundenaktuell und möglichst in bester Qualität, um den Eindruck so immersiv wie möglich zu gestalten.

Da kommt mir ein Gedanke zur nächsten Generation vernetzter Kameras in den Sinn. Es ist absehbar, dass kommende Modelle serienmäßig mit Internet- und Bildserver-Infrastrukturen verbunden sein werden. Bilder und Videos ließen sich bereits während der Aufnahme „on the fly“ durch KI analysieren und verschlagworten: Ortsdaten, technische Bildinformationen sowie Angaben zu Fotografen, Einsatzort oder Auftraggeber würden automatisch in die Metadaten einfließen.

Ebenso denkbar ist, dass Bildtexte oder Kurzbeschreibungen unmittelbar generiert werden – bei Bedarf sogar komplette Medienpakete mit Audiokommentaren, Headern oder begleitenden Textformaten, bereit für die sofortige Veröffentlichung durch Nachrichten- und Medienplattformen. Die Kamera würde damit nicht mehr nur Aufnahmegerät sein, sondern Teil

einer durchgängigen Produktions- und Distributionskette. Anwendungen außerhalb der klassischen Medienproduktion sind dabei ebenso vorstellbar.

Unersetzbar bleibt dennoch der Mensch vor Ort. Ein Medienkoordinator – vielleicht der Nachfolger des klassischen Reporters – würde dieses System „füttern“ und am Laufen halten, Inhalte kuratieren, Kontext recherchieren und Interviews organisieren. Die Rolle des Fotojournalisten erweitert sich. Teams werden kleiner, während die Anforderungen an Kompetenz und Verantwortung der Einzelnen steigen.

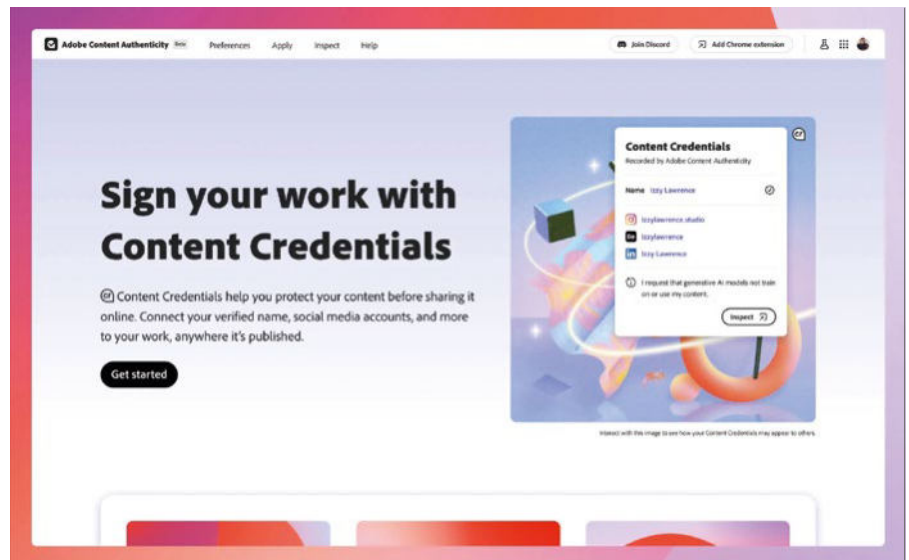
Wird man das lernen können? Ja – aber nur durch aktuelles Learning by Doing. Ausbildungsgänge an Schulen werden für diese technische Entwicklung zu langsam sein. Die Hersteller des Equipments werden unterstützend wirken, doch die Nutzung der neuen Werkzeuge werden wir Medienschaffenden selbst erfinden müssen. Das können wir, das haben wir schon oft bewiesen: bei Video, bei Drohnen, bei Bildagenturen (siehe Magnum – die sich ihren speziellen Markt quasi selbst erschaffen haben) und bei neuen Verlagsstrukturen. Auch das ist eine Chance, gerade für kleine Agenturen oder Freelancer, als Bildredakteure und Vermarkter im direkten Kontakt mit Medienkonzernen Content zu liefern. Und diese werden das dankend aufnehmen. Ich glaube nicht an Festanstellungen – selbst bei Reuters, dpa, AP oder ähnlichen Organisationen wird man eher zu kooperierenden Freelancern tendieren. Einfach deshalb, weil diese unter größerem Druck stehen und dadurch risikobereiter und „heißer“ agieren als Festangestellte.

In diesem Zusammenhang sehe ich außerdem neue Rollen von Co-Workern, also etwa Themensuchern, die Verlagen aktuelle Pakete anbieten, diese elektronisch an Freelancer ausschreiben und anschließend dem Ersten oder dem Besten beziehungsweise Schnellsten die Vermarktung erleichtern.

Sind das dann noch ganze Werbeagenturen? Ich glaube nicht. Per KI können inzwischen firmenspezifische Interfaces für diverse Aufgaben „on demand“ erstellt werden. Die Themenentscheider werden das wahrscheinlich Assistenten übertragen, welche die KIs entsprechend füttern und die Funktionsfähigkeit der Schnittstellen für die Auftragsvergabe sicherstellen.

Ähnlich entwickelt sich der direkt kundenspezifische Bereich der „klassischen“ Fotobranchen, also Portrait-, Hochzeits- oder Gesellschaftsfotografie sowie Bereiche wie die Yellow Press. Alles, wo konkrete Personen agieren, wird durch abgesicherte „reale“ Bilder (siehe Adobes Content Authenticity Initiative dazu [1](#)) bedient, für die inzwischen viele spezifische Anforderungsprofile definiert sind. Und das ist gut so. Denn wie man leider immer wieder sehen kann, gibt es immer mehr KI-Müll, den man als real zu vermarkten versucht. Man kann gar nicht erleichtert genug sein, dass wenigstens schon jetzt „echte“ Medienprodukte geschützt werden. Denn es wird bald unmöglich sein, allein anhand von Bildqualität oder Inhalten Authentizität zu prüfen und zu verifizieren. Ist diese Schnittstelle fälschungssicher? Man wird es sehen.

Und dann ist da der Kunstbereich. Immer mehr Menschen entdecken den Wert eigenständiger Gestaltung – seien es komplett neue Sichtweisen, die Wiederentdeckung alter Techniken wie Kollodium oder Schwarzweißfotografie oder Multimedia-Projekte in 2D, 3D und 4D (zum Beispiel Lichtskulpturen mit Drohnen und deren Dokumentation, auch mit durch diese „Skulpturen“ fliegenden Drohnen). In Asien, insbesondere in China, ist das



Adobes Content Authenticity Initiative gegen gefälschte Inhalte ist ein wichtiger Baustein für die neuen Medienschaffenden. Ich bin sicher, das wird in Kürze genauso Standard bei der Bildverarbeitung sein wie PDF oder ICC-Farbmangement.

heute schon ein Business. Wo bleiben die entsprechenden europäischen Bleeding-Edge-Foto- und Videografen?

Es gibt also durchaus Geschäftschancen für junge Nachrücker in unserem Bildberuf. Alle werden sich mit KI auskennen müssen – und wenn es nur zur Abwehr von Fälschungen und Plagiaten der eigenen künstlerischen und dokumentarischen Arbeit nötig ist. Elektronik- und Computerwissen sind ein absolutes Muss, ein sicheres Auge für Gestaltung und das Management fotografischen Contents eine echte Herausforderung.

Aber jetzt kommt das Gute daran. Meine These dazu:

KIs werden das nicht vollständig übernehmen können. Die Verzahnung mit der Realität ist zu groß, der Handlungsbedarf für eine Realisierung zu sehr an Interessen, Stil, Kommunikation und menschliche Interaktion gebunden. Ein Reporter-Roboter, der sich in eine Menschenmenge begibt, um die dortige Stimmung einzufangen, wird scheitern. Er wird nicht emotional sein können, sich nicht mitreißen lassen, nicht im entscheidenden Moment – wenn dieses Gefühl kulminiert – auf den Auslöser drücken können. Das wird uns Menschen bleiben. Menschen für Menschen. Hat etwas – irgendwie.

Jetzt aber die schlechte Nachricht: Für uns Werbe- und Studiofotografen und alle, die das werden wollen, sieht es düster aus. Die Render-Engines werden immer besser, Produkt- und Packshots werden bald nur noch gerendert. Möbel, Autos oder alles aus dem Großstudio, was früher richtig Umsatz brachte – das ist vorbei und kommt nicht wieder. Es gibt noch ein paar Spezialisten, doch es bleibt abzuwarten, wie lange klassische Werbeagenturen noch durchhalten. Auch die Printmedien werden verschwinden – und das waren ihre Hauptkunden. Influencer und Product-Placement brauchen keine Großagenturen mehr.

[1](#) contentauthenticity.adobe.com/ und adobe.design/stories/process/behind-the-design-adobe-content-authenticity-app

Sie sind Journalist?

Profitieren Sie von hervorragendem Service, Fachinformationen, qualifizierter Beratung, Presseausweis, wirksamem Engagement, Medienversorgung und zahlreichen weiteren Leistungen. Die Journalistenverbände informieren Sie gerne:

Journalistenzentrum
DEUTSCHLAND

DPV Deutscher
Presse-
Verband

bdfj bundesvereinigung
der fachjournalisten

Stresemannstr. 375
D-22761 Hamburg

Tel. 040 / 8 99 77 99
info@journalistenverbaende.de

www.journalistenverbaende.de

digit! MEDIADATEN



www.digit.de/mediadaten/

Ich gestalte **digit!**
und auf Wunsch
auch **Ihre Anzeigen**
und **Broschüren** für
Print oder Web.

dcreation

0228 28617070
mail@ad-creation.de
www.ankedievernich.com
www.ad-creation.de



IMPRESSUM

Verlag und Herausgeber:

rough concept
Agentur und Verlag GmbH
Hirschbergstraße 32
50939 Köln
Tel. 0221 9411335
Fax 0221 9411336

Geschäftsführer:

Dipl.-Ing. Roland Franken/DGPh
(V.i.S.d.P.)

Redaktion:

Redaktion digit!
Hirschbergstraße 32
50939 Köln
Tel. 0221 9411335
Fax 0221 9411336
✉ editors@digit.de

Gestaltung:

Dipl.-Des. Anke Dievernich

Anzeigenschluss:

drei Wochen vor Erscheinen

Erscheinungsweise:

vier Ausgaben im Jahr

Abonentenservice:

digit! Aboservice
Postfach 1331, 53335 Meckenheim
Tel. 02225 7085-340
Fax 02225 7085-399
✉ abo-digit@ips-d.de

Abo-Bezugspreis:

DE: 32,00 € inkl. 7% USt für vier Ausgaben
(AT: 42,00 €, CH: 50,00 €)

Online-Bestellung:

✉ www.digit.de/abonnements

Bankverbindung:

Sparkasse KölnBonn
Kto.-Nr. 193 047 41 09
BLZ 370 501 98

IBAN:

DE18 3705 0198 1930 4741 09

BIC-Code (früher SWIFT-Code):

COLSDE33XXX

Druck:

D+L Printpartner GmbH, 46395 Bocholt

Für eingesandte Manuskripte, Datenträger und Bilder übernimmt die Redaktion keine Gewähr. Eine Haftung für die Richtigkeit der Veröffentlichungen kann trotz sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion vom Herausgeber nicht übernommen werden. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist ohne Genehmigung des Verlages nicht gestattet. Gültig sind die Mediadata vom 15. Dezember 2025:

✉ www.digit.de/mediadaten

Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Köln.

Buchen Sie Ihre Werbeanzeige für die digit! Ausgabe 2-2026 am besten gleich – spätestens aber bis zum 20. Mai 2026.

digit! DAS PROFI-MAGAZIN FÜR DIGITALE BILDER

Home | News | Themen | Fotofestivals | Shop

Hier suchen

Die Fotoschule für Theorie und Praxis der Fotografie

✉ digit.de/fotoschule



jetzt bei
digit.de
online
lesen



Tilo Gockel

Die Neue Fotoschule

Von den Grundlagen
zur Fotopraxis

dpunkt.verlag edition digit!

digit! 2-2026

erscheint im Juni 2026

Bleiben Sie auf dem Laufenden und registrieren Sie sich
für den digit! Newsletter:

✉ digit.de/newsletter



NULL-RISIKO-JAHRESABO

Wir hoffen, dass Sie von digit! nie genug bekommen. Und falls doch, können Sie das Null-Risiko-Jahresabo jederzeit kündigen und bekommen Ihr Restgeld zurück.

**vier Ausgaben im Jahr für
nur 32 € (AT 42 €/CH 50 €)**



Jetzt die Vorteile nutzen

- ! schneller informiert:**
Sie erhalten digit! immer bereits vor dem Erstverkaufstag druckfrisch ins Haus geliefert.
- ! mehr Kompetenz:**
Mit einem digit! Abo sind Sie stets über alles bestens informiert, was Profi-Fotografen und Imaging-Experten interessiert.



digit! – DAS PROFI-MAGAZIN FÜR DIGITALE BILDER



Profitieren Sie von unseren Abo-Angeboten unter
www.digit.de/abonnements



Hahnemühle

NEU



Photo Gloss Baryta X 320

bright white, high-gloss

Hahnemühle Photo



www.hahnemuehle.com

Photo Gloss Baryta X

320 g/m² · 100 % Alpha-Zellulose · hellweiß · hochglänzend

Ab sofort erhältlich im Fachhandel und auf hahnemuehle.shop!

Druckqualitäten für den täglichen Bedarf

Fotos · Poster · Postkarten

www.hahnemuehle.com