

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 5 (1998)
Heft: 19

Artikel: Sigma trotz Asienkrise auf dem Vorwärtskurs
Autor: Wyss, Hanspeter
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-979920>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 16.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fach-
publizist und
Herausgeber von
FOTOintern

Und ob Schwarzweiss ein Thema ist! Dass wir in der letzten Ausgabe eine Marktübersicht über Schwarzweissfilme und in diesem Heft eine Auflistung aller Schwarzweisspapiere des Weltmarktes bringen, ist kein Zufall. Es hat in letzter Zeit eine Menge neuer Schwarzweissprodukte gegeben, die eine wesentlich verbesserte Qualität auf die Papiere bringen – auch auf solche mit PE-Träger.

Wie bei den Farbfilmen hat der Fortschritt klammheimlich auch bei den Schwarzweissmaterialien Einzug gehalten, und wer aussergewöhnliche und kreative Ausdrucksmittel für seine Bildideen sucht, der sollte sich wieder einmal auf Schwarzweiss zurückbesinnen. Die Filme sind immer feinkörniger und schärfer geworden, und die Papiere zeigen einen breiteren Tonwertumfang mit satteren Schwärzen als noch vor ein paar Jahren.

Holt die verstaubten Schalen aus den Regalen und setzt frischen Entwickler an! Das «Erlebnis Schwarzweiss» wartet hinter der Labortüre. Nicht zuletzt ist die pure Schwarzweissfotografie ein kreativer Kontrapunkt zu allzu viel Digitalem ...

Urs Tillmanns

Sigma trotz Asienkrise auf dem Vorwärtsskurs

Schaut man sich die photokina-Neuheiten von Sigma an, und hört man von neuen Strategien, die die Schweizer Generalvertretung Ott+Wyss AG demnächst umsetzen will, so entsteht Neugier. Wir haben uns zur Marktlage und zu den neuen Plänen mit dem Geschäftsführer der Ott+Wyss AG, Zofingen, Hanspeter Wyss, unterhalten.



FOTOintern: Die Asienkrise und die Rezession machen der japanischen Wirtschaft zu schaffen. Wie beurteilen Sie die Lage?

Hanspeter Wyss: Die Wirtschaftskrise in Asien ist wohl existent, nicht aber in dem Mass, in dem sie insbesondere durch die Medien dargestellt wird. Die Berichterstatter haben ganz einfach nie mit einer Abkühlung in der nun tatsächlich eingetretenen Form gerechnet. Die Prognosen für die japanische Wirtschaft basierten lediglich auf der Extrapolation der Ent-

wicklung der vergangenen zehn bis fünfzehn Jahre. Dass es aber auch in einer stagnierenden Wirtschaft, insbesondere in Nischen, Gewinner geben kann, zeigt sich am Beispiel der japanischen Objektivhersteller. So haben sich ihre im ersten Semester dieses Jahres erreichten Umsätze gegenüber der Vergleichsperiode im Vorjahr um 13.9% erhöht. In den vergangenen drei Monaten stiegen die Exporte mengenmässig um 17.3 Prozent! Ich bin überzeugt, dass sich dieser Trend fortsetzen wird.

FOTOintern: Welche Bedeutung hat Sigma in Japan und in der Schweiz?

Wyss: Sigma hat sich in den letzten fünf Jahren zum wichtigsten Hersteller von Objektiven für Spiegelreflex-Kameras entwickelt. Sigma belegt sowohl in Japan als auch in der Schweiz unangefochten den Spitzenplatz in der Liste der erfolgreichsten Anbieter.

FOTOintern: Der Fotofachhandel beklagt die Sommerumsätze. Wie beurteilen Sie die derzeitige Situation?

Fortsetzung Seite 3

5 Berufe

Kürzlich hat das zef über die Fotoberufe und die neuen Reglemente orientiert. Dabei gab es eine Überraschung: den Foto-Multimedia-Spezialisten.

9 SW-Papier

Alle Schwarzweisspapiere des Weltmarktes auf einen Blick. Neben den bekannten Marken und Typen gibt es viele weniger bekannte Spezialpapiere.

15 Digital

Der erste Digitalshop in Japan bietet von der Visitenkarte über Buttons und Telefonkarten bis hin zum grossformatigen Plott alles in jeder Qualität.

16 Termine

Alle wichtigen Messe- und Veranstaltungstermine für 1999 auf einen Blick. Am besten Ausschneiden und in der Agenda aufbewahren.

18 Nikon

Die Nikon F100 wird demnächst lieferbar sein. Die neue Profi-Spiegelreflex hat viel von der F5 geerbt. Was sie alles kann, steht auf Seite 18.

21 Sinar

Sinar organisiert den Vertrieb in der Schweiz neu. Wir haben mit Peter W. Schlatter gesprochen, Geschäftsführer des neuen Sinar Imaging Centers.

MACHEN SIE SICH IHR EIGENES BILD
VON DER DIGITALEN WELT.

DIE NEUE DIGITALKAMERA C-900 ZOOM.



www.olympus-europa.com

Die **CAMEDIA C-900 ZOOM** setzt neue Maßstäbe in der digitalen Kompaktklasse: Neueste Generation eines 1,3-Mio.-Pixel-CCDs, besonders hochqualitatives 3-fach-Zoomobjektiv für hervorragende Bildqualität. Ausgeklügeltes Farbmanagement und eine Vielzahl von verbraucherfreundlichen Bedienelementen in Hard- und Software. Mehr dazu im Fachhandel oder über die kostenlose **Olympus-Hotline** (0 800-67 10 83 00).

OLYMPUS DIGITAL
THE VISIBLE DIFFERENCE

Fortsetzung von Seite 1

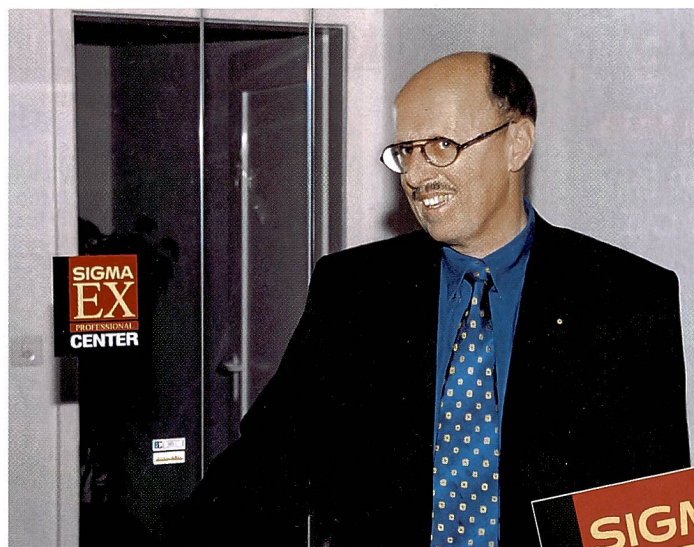
Wyss: Die in den Sommermonaten erzielten Umsätze sind generell, d.h. für den Fotohandel insgesamt, wie Sie zu Recht behaupten, alles andere als zufriedenstellend. Mit unseren Sigma-Objektiven indes haben wir die nicht unbescheidenen Zielvorstellungen erreicht. Das war allerdings nur deshalb möglich, weil uns unser japanischer Partner einige neue, durch den Markt äusserst positiv aufgenommene Objektive zur Verfügung gestellt hat.

Die Entwicklung im Fotohandel dürfte sich aufgrund verschiedenster Indikatoren in den kommenden sechs Monaten nachhaltig verbessern.

FOTOintern: Welche Bedeutung hat das Objektivgeschäft bezüglich Umsatzgrösse, Margensituation etc. in der Schweiz?

Wyss: In der Schweiz sind im vergangenen Jahr gemäss der Export-Statistik Japans ungefähr 40'000 Objektive verkauft worden. Diese Grösse bewegt sich im Rahmen der Zahlen der vorangegangenen Jahre. Die in diesem Segment erwirtschaftete Marge wird von allen Beteiligten übereinstimmend als gut beurteilt. Bei Spezialitäten ist sie sicher höher als bei den in einem starken Konkurrenzkampf stehenden «Normal-Objektiven».

FOTOintern: Wie hoch schätzen Sie den Anteil der Objektivverkäufe der Kameramarken?



Wyss: Kameras sind normalerweise mit einem bis zwei eher preisgünstigen Objektiven ausgerüstet. Der Markt der zusätzlich verkauften Objektive dürfte sich meiner Meinung nach zu etwa gleichen Teilen auf Kamerahersteller und Universal-Objektivhersteller aufteilen.

FOTOintern: Sigma fährt eine neue Qualitätslinie. Was ist ausser dem Design an den neuen EX-Objektiven wirklich anders?

Wyss: Vorerst eine Bemerkung zur Philosophie von Sigma: Sigma ist bestrebt, die Objektive zu entwickeln und herzustellen, die sich normalerweise nicht im Sortiment der Mitbewerber, oder aber dann nur zu sehr hohen Preisen, finden. So gesehen ist die neue EX-Linie der Ausdruck dieser Überlegungen. Die neuen Objektive sind einerseits sehr lichtstark, trotzdem

aber kompakt und mit neuen, umweltfreundlichen Materialien gefertigt. Die beiden Stoffe Blei und Arsen sind vollständig ersetzt worden. Für Sigma ist Ökologie ein ernsthaftes Anliegen!

FOTOintern: Was steht hinter der Idee der Sigma EX-Center? Ist es die alte Stützpunkthändler-Idee in neuer Verpackung?

Wyss: Das Gütesiegel Sigma EX-Center wird nur an ausgewählte Händler, die den hohen Anforderungen, die wir klar definiert haben, abgegeben. Der Sigma EX-Partner soll sich durch Sachkenntnis auszeichnen. Er ist bereit, ein komplettes Sigma EX-Sortiment an Lager zu halten, sein Personal permanent schulen zu lassen und eine

korrekte Preispolitik zu applizieren. Wir sind der absoluten Überzeugung, dass mit dieser Politik der aktive und kompetente Fachhändler zum Nutzniesser unserer Idee werden wird.

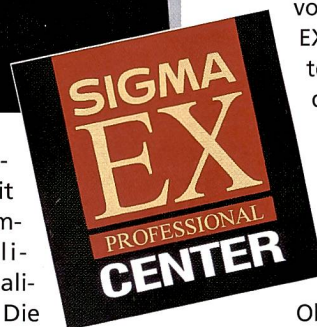
FOTOintern: Welche Verpflichtungen muss der Händler eingehen, und welches sind seine Vorteile?

Wyss: Der Sigma EX-Partner profitiert nach Unterzeichnung eines Vertrages von spezifisch auf die EX-Reihe ausgerichteter Werbung in den konventionellen Medien und im Internet; er wird bevorzugt beliefert, und hat die Möglichkeit, längerbrennweitige Objektive, die nicht zum Grundsortiment gehören, für seine Werbeaktivitäten anzufordern. Serviceleistungen werden von uns innerhalb von 24 Stunden ausgeführt. Zudem gewähren wir den EX-Partnern Spezialkonditionen, die eine lukrative Marge, das Mass aller Dinge, garantieren.

FOTOintern: Wird es die Sigma EX-Center auch in anderen Ländern geben?

Wyss: Sigma EX-Center sollen im Verlauf des nächsten Jahres weltweit aufgebaut werden, eine Leistung, die speziell den Auslandsreisenden zu gute kommen wird.

FOTOintern: Herr Wyss, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.



Handkehrum.

Tele-Zoom Pak lässt sich dank Reissverschluss-Deckel und -Vortasche handkehrum öffnen. Die Original-Tamrac-Entwicklung fasst eine Kleinbildkamera mit einem Zoom bis zu 19 cm Länge oder entsprechender Ausrüstung, nebst Filmen, Zubehör, Filter und Objektivdeckel.

tamrac
Foto- und Videotaschen

Gujer, Meuli & Co.
Schöneggstrasse 36, 8953 Dietikon
Telefon 01 745 80 50
Internet: www.gujermeuli.ch