

"Die Fotobranche hat gute Voraussetzungen"

Autor(en): **Muheim, Peter**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **6 (1999)**

Heft 20

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979272>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

FOTO

neuheiten

handel

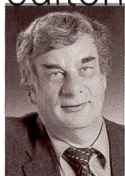
wirtschaft

mit digital imaging

INTERN 20/99 15. Dez. 1999

FOTOintern, 14-tägliches Informationsblatt für Berufsfotografen, den Fotohandel und die Fotoindustrie
Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.–

editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist
und Herausgeber
von FOTOintern

Jetzt ist sie plötzlich da, diese magische Zahl 2000, die uns immer als etwas weit entferntes und futuristisches vorgeführt wurde.

Im Jahr 2000 – so wollte man uns weismachen – würden wir in grossen Siedlungen auf dem Meeresboden leben, wir würden unseren Urlaub auf dem Mond oder gar auf dem Mars geniessen, und die Autos würden von Fernleitsystemen gesteuert fahrerlos über die Strassen gleiten ... Jules Vernes lässt grüssen! Alledem ist nicht so. Wir haben die wichtigsten Probleme auf unserer Erde noch immer nicht gelöst, und die phantasievollen Zukunftsmaler sind plötzlich stumm geworden.

Ob Sie bald den Anbruch eines neuen Jahrtausends feiern oder damit noch ein Jahr zuwarten wollen, überlasse ich Ihnen. Sie haben auch allen Grund gleich zweimal zu feiern, obwohl sich das neue Jahrhundert wohl kaum sonderlich von dem sich verabschiedenden unterscheiden wird.

Ich möchte Ihnen auf alle Fälle herzlichst alles Gute wünschen und hoffe, dass Sie auch im neuen Jahrhundert zur treuen Leserschaft von FOTOintern gehören.

Urs Tillmanns

millennium: «Die Fotobranche hat gute Voraussetzungen»



Die Fotobranche steht an der Schwelle zum Millennium – Grund für Rückblick und Ausblick. Wir haben mit Peter Muheim gesprochen, der als Client Manager der IHA·GfM, dem grössten Marktforschungsinstitut der Schweiz, die Fotobranche seit langem aus einer neutralen Position heraus sehr genau beobachtet.

Standardfrage, die man Ihnen am Jahresende öfters stellen wird: Wie war dieses Jahr, und wie wird das nächste?

Vielleicht zunächst einmal zur aktuellen Situation der Bran-

che. Sie hat dieses Jahr insgesamt zugelegt, und liegt mit 21 Umsatzprozenten bis Ende September in einem Rahmen, der sich auch im Vergleich zu anderen Branchen absolut

sehen lassen darf.

Wieviele Prozente sind es bei anderen Branchen?

Bei der Telekommunikation sind es in der gleichen Zeitspanne 12 Prozent, doch gehen wir davon aus, dass es der jetzige Handyboom auf 18 Prozent bis Ende Jahr bringt. PC und Bürogeräte liegen bei etwa sieben Prozent, gleichviel wie Haushaltskleingeräte, während sich die Unterhaltungselektronik dieses Jahr mit vier Prozent wird begnügen müssen.

Wie erklären Sie den Zuwachs im Fotobereich?

Sicher sind viele Gründe dafür anzuführen: Nachdem jeder zweite Haushalt in der Schweiz einen Computer hat und auch die Telekommunikationsprodukte eine hohe Marktpenetration erlangt haben, scheint das Interesse an der Fotografie wieder zu wachsen. Hinzu kommt die Verbesserung des allgemei-

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Wettbewerb: Anzeige des Jahres

Seite 8

medialab

Besuch in einem der modernsten Digitallabs Europas. Ein Blick in die Zukunft auf

Seite 11

laborpraxis

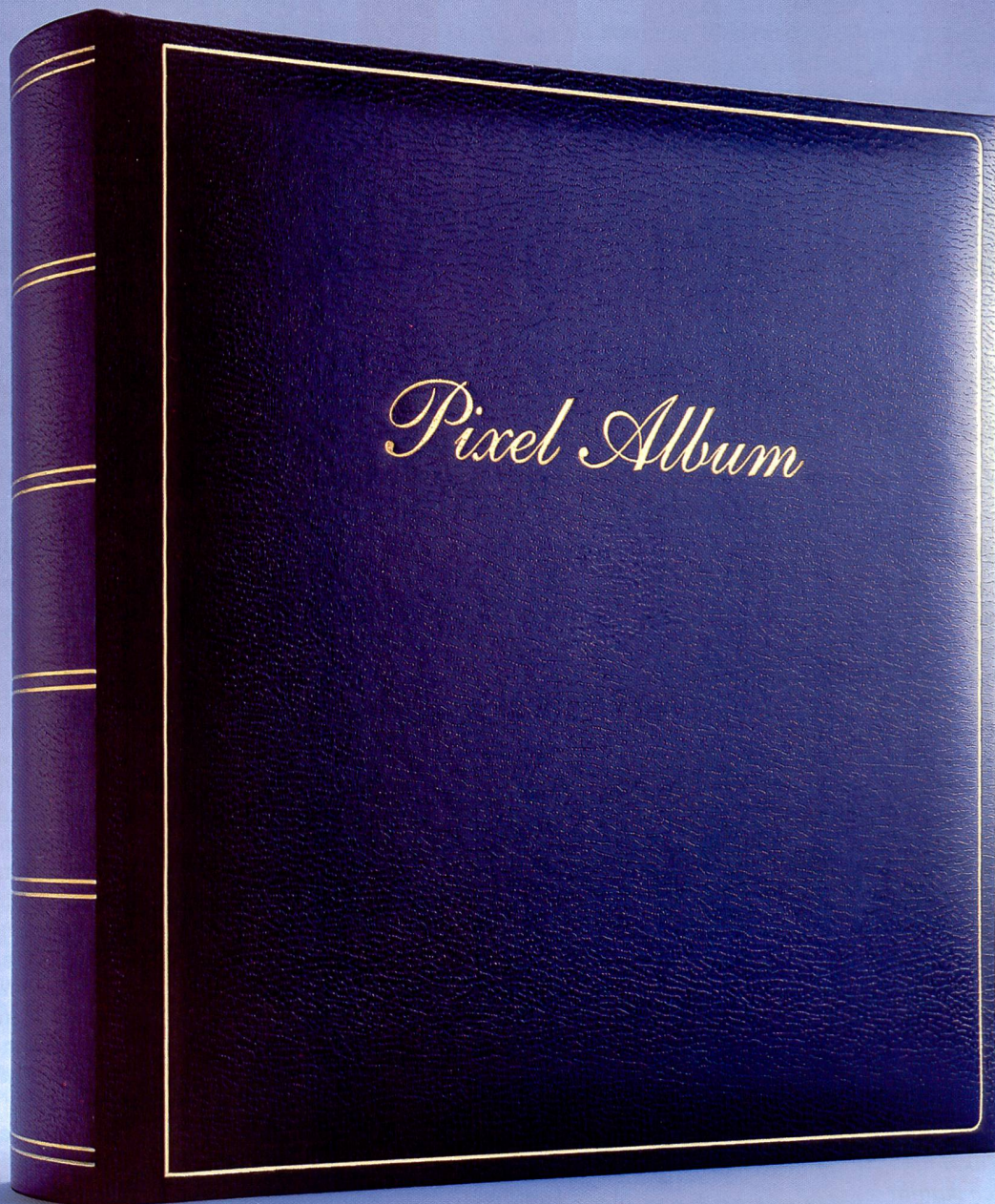
Lith-Entwicklung für dramatisierte Bildeffekte. Wie man es macht steht auf

Seite 14

fuji award

Das sind die Siegerbilder der Schweizer Ausscheidung. Wer gewinnt den Hauptpreis?

Seite 16



Einst machten Kameras nur Fotos.

Für uns ist das noch immer so. Denn vor allem anderen war und ist Canon ein Fotokamera-Hersteller. Wir haben die letzten 60 Jahre damit verbracht, Kameras immer besser zu machen.

Und die PowerShot-Serie ist die Krönung unserer Bemühungen. Wenn Sie eine PowerShot S10 Kamera mit ihren 2,1 Megapixel Auflösung erwerben, dann erhalten sie nicht nur der Welt kleinste Digitalkamera mit



Zoom-Objektiv. Sondern auch eine Kamera, die so präzise gebaut ist, so hervorragend funktioniert und über die gleichen optischen Qualitäten verfügt wie jene Modelle, die uns weltweit zur

Nummer Eins bei den professionellen Fotografen gemacht haben. Sie bekommen eine echte Fotokamera. Wenn Sie echt gute Fotos machen wollen, sollten Sie sich nicht mit weniger begnügen. www.canon.ch

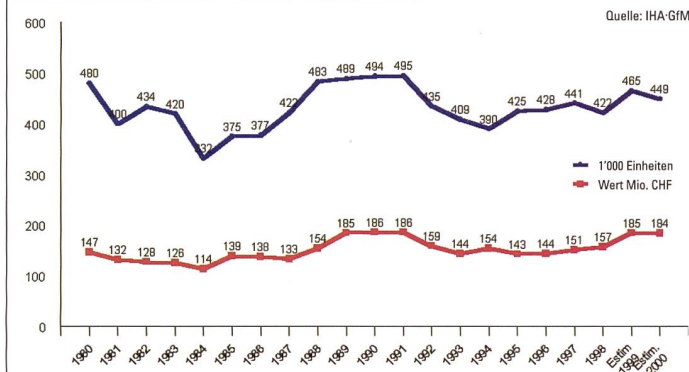
PowerShot S10
DIGITAL CAMERA
Canon

FÜR DEN
FOTOGRAFEN
IN IHNEN.

Fortsetzung von Seite 1

nen Konsumklimas in der Schweiz sowie attraktive Preisangebote mit High-Tech Kameras, die ein erstaunliches Nutzungsprofil technischer Möglichkeiten aufweisen. Weiter bieten moderne Geräte interessante Verbindungen zu Computern und vielfältige Möglichkeiten der Bilddigitalisierung, sei es bei der Aufnahme oder bei der Nachbearbeitung, nachdem das Bild über einen Scanner eingelesen wurde. Und letztlich ist es die Digitalfotografie selbst, die ein neues Nutzersegment anspricht und technisch immer ausgereifere Produkte zu einem guten Preis hervorbringt.

Kameramarkt 1980 bis 2000



Der Schweizer Kameramarkt war in den letzten 20 Jahren relativ stabil und entsprach ziemlich genau den konjunkturellen Schwankungen.

Wie erklären Sie dies?

Einmal damit, dass APS-Produkte sowohl technisch als auch vom ihrem Design her dieses Jahr wenig zugelegt haben, während man bei den

Kleinbildkameras durchaus eine Weiterentwicklung mit kleineren Modellen und neuem Gewand feststellen kann. Auch steht nicht fest, dass bei Ablöschungkäufen von Klein-

bildkameras unbedingt auf eine APS-Kamera umgeschwenkt wird. Nicht zuletzt wird diese Weiche beim Verkaufsgespräch gestellt, und da kommt es sehr auf die persönliche Überzeugung und Argumentation des Verkäufers an. Zwischen Kleinbild und APS liegen bezüglich Gebrauchsnutzen keine Welten, wie beispielsweise zwischen digital und analog. Hier wäre mit entsprechender Konsumenteninformation sicher noch einiges zu verbessern.

Der starke Zuwachs im Spiegelreflexbereich ist wohl auf einzelne Aktionen zurückzuführen ...

... und auf das technische Leistungsprofil einiger Modelle, vor allem der Nikon F-100 und der Canon EOS-3. Das sind technologisch sehr weit fortgeschrittene Geräte, die eigentlich auf Profiansprüche ausgelegt sind. Mit entsprechenden Preisangeboten bewegen sie plötzlich etwas im Markt.

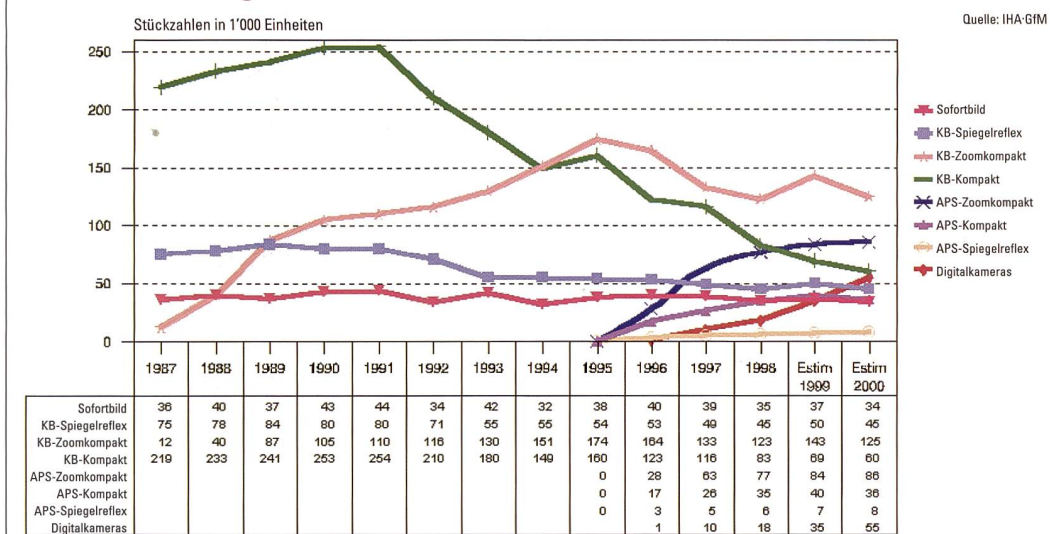
Untersucht Ihr Institut auch, wieviel über den Fachhandel abgesetzt wird?

Sicher, sehr genau sogar. Über alle Produkte und Kanäle gesehen, liegt der Fachhandelsanteil bei etwa 60 Prozent, wegen der hohen Fachkompetenz, die für den Verkauf dieser Produkte erforderlich ist. Bei einigen Produktgruppen liegt der Anteil sogar deutlich darüber, zum Beispiel bei den Spiegelreflexmodellen. Dann gibt es Produkte, die vor allem über den Preis verkauft werden und bei den Grossverteilern gut laufen, ich denke an preisgünstige Kompaktmodelle.

Welches sind die wichtigsten Verkaufskanäle für Digitalkameras?

Der Löwenanteil mit 44,9 Prozent läuft über den Fotofachhandel, weil die Käufer hier eine sehr hohe Fachkompetenz erwarten. Dann folgen die Fachmärkte mit 26,7 Prozent, der UE-Handel mit 13,6 Prozent und die Computershops mit 8,5 Prozent. Dabei gibt es sehr grosse mar-

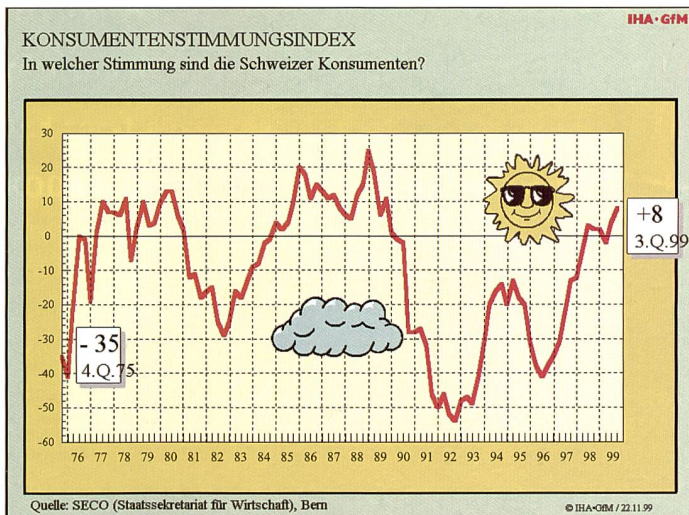
Die Entwicklung der Kameraarten von 1987 bis heute



Im letzten Jahr haben alle Produktgruppen deutlich zugelegt – mit Ausnahme der Kleinbildkameras mit Festbrennweiten. Bei den Digitalkameras darf man jedes Jahr eine Volumenverdoppelung erwarten.

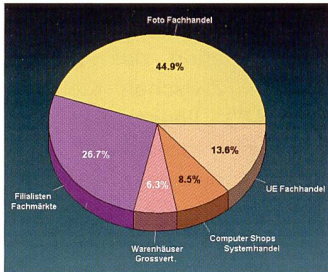
Wie sehen die Zuwachsraten in den einzelnen Produktgruppen aus?

Der Umsatz mit Digitalkameras hat sich mehr als verdoppelt, und bei den Spiegelreflexkameras ist der Zuwachs mit 28 Prozent gegenüber den Vorjahren beachtlich, fast sogar überraschend. Soweit die Rosinen. 35mm-Kompaktkameras haben mit vier Prozent und Sofortbildkameras mit sechs Prozent nur wenig zugelegt, und enttäuschend ist eigentlich der Umsatzzuwachs der APS-Kompaktkameras mit nur zwei Prozent.



Quelle: SECO (Staatssekretariat für Wirtschaft), Bern © IHA-ÖRM / 22.11.99

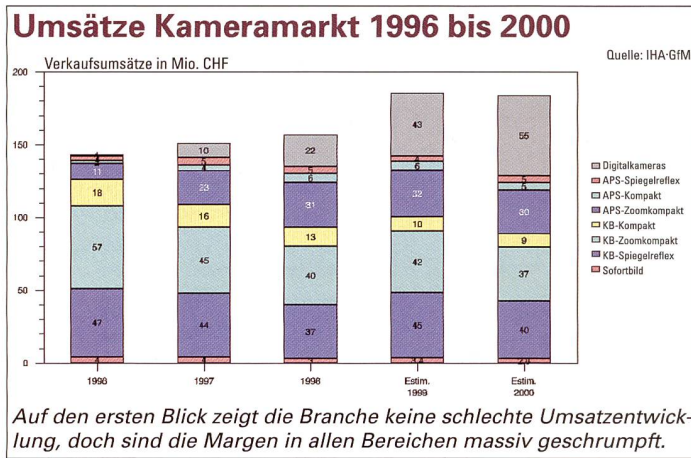
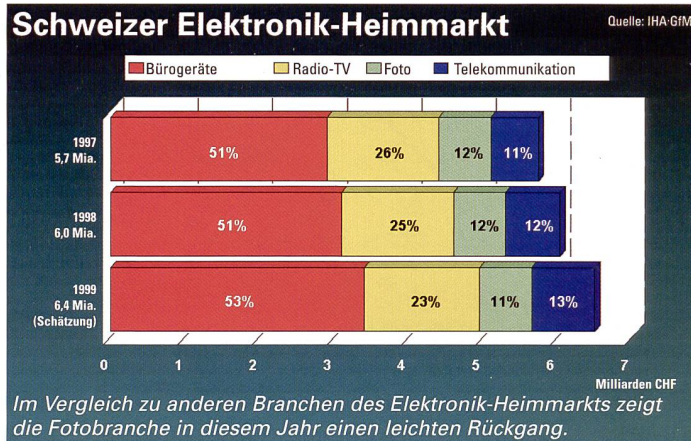
kenspezifische Unterschiede. Fotomarken sind beim Fotohandel stärker und PC- oder Druckermarken sucht der Interessent eher im PC-Shop.



Der grösste Teil der Digitalkameras (44,9%) wird über den Fotofachhandel verkauft.

Die magische Jahreszahl 2000 verlangt nach Langzeitprognosen und Visionen. Haben Sie welche?

Mit den rasanten technischen Entwicklungen und den extrem kurzen Produkt-Lebenszyklen, sind schon mittelfristige Prognosen kaum mehr sinnvoll, und Visionen sind immer nur persönliche Meinungen. Es lässt sich wenig seriös vorhersagen, aber es



gibt für den Fotobereich eine gute und eine schlechte Nachricht. Zuerst die schlechte: Gemäss dem IHA-GfM Trendbarometer sind im nächsten Jahr für analoge Kameras etwas tiefere Verkaufszahlen zu erwarten. Jetzt die gute: Die digitale Fotografie dürfte weiterhin stark zulegen – wiederum etwa im Bereich einer Umsatzverdoppelung. Auch insgesamt sieht es für den Fotofachhandel gut aus, weil die Fachkompetenz meistens mehr aufwiegt als ein Preisvorteil. Die Fotobranche ist über einen langen Zeitraum betrachtet eine sehr stabile Branche, die zwar auf Konjunkturschwankungen reagiert, sich dann aber relativ schnell wieder erholt. Vielleicht mangelt es ihr etwas an Innovationsschüben, doch ist sie mit technisch guten Produkten unverändert in der Lage, eine breite Käuferschaft zu begeistern.

Herr Muheim, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

Hot shots.



Die kinderleicht zu bedienenden Agfa Digitalkameras sind der kürzeste Weg zu Ihrem Bild. Einfach Sujet anvisieren, Auslöser betätigen und den Schnappschuss direkt von der Kamera auf Ihren Computer laden.

ePhoto CL30

Sucherkamera mit einfacher Einhand-Bedienung EasyPilot™ für brillante Bilder. Fünf Auflösungseinstellungen bis 1.5 Mio. Pixel (1440 x 1080 Pixel), 30-Bit Farbtiefe, Distanzeinstellung 10 cm bis unendlich, wechselbare CompactFlash-Speicherkarten bis 64 MB, USB-Anschluss für Schnellübertragung usw.

ePhoto CL50

Auflösung bis zu 1.9 Mio. Pixel (1600 x 1200 Pixel) mit Agfa PhotoGenie, bis zu 10 Sekunden Ton pro Aufnahme, Panorama- und Serienbildmodus, 6-fach-Zoom, energiesparender Sun-Catcher™, LC-Display, optischer Sucher, wechselbare SmartMedia™ Speicherkarten für unbegrenzte Speicherkapazität.

Software

Agfa PhotoGenie™ zum Aufwerten der Bilder beim Herunterladen auf Computer. Agfa PhotoWise™ zum Laden, Verwalten und Aufwerten Ihrer digitalen Fotos.

Agfa-Gevaert AG, Consumer Imaging, Stettbachstrasse 7, 8600 Dübendorf, Telefon 01 823 71 11, Fax 01 823 72 11.

www.agfa.ch

AGFA