

"Wir sind Komplettanbieter für Profis ..."

Autor(en): **Soldi, Mario / Merki, Paul**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **7 (2000)**

Heft 12

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-980066>

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>

FOTO

neuheiten

handel

wirtschaft

mit digital imaging

INTERN 12/00 7. August 2000

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

Es ist soweit: Rund 100 junge Berufsleute haben ihre Lehrzeit hinter sich und sehen mit Spannung den nächsten Monaten und Jahren entgegen. Spannung deshalb, weil sich ihr Beruf – sei es Fotografachangestellter, Fotofinisher oder Fotograf – mitten in einem Umbruch befindet. Im digitalen Umbruch.

«Hat es sich für mich überhaupt gelohnt, drei oder vier Jahre in eine Ausbildung zu investieren, die vielleicht morgen bereits überholt ist und meine soeben erworbene Grundlage gänzlich auf den Kopf stellt?» mag sich mancher fragen.

Nein, so schnell läuft der Film nun auch nicht wieder ab. Denn die digitale Fotografie – noch mehr als die analoge – gehorcht bestimmten physikalischen Gesetzen, die unweit von dem liegen, was Sie nun erlernt haben. Und wer gut verkaufen oder fotografieren kann, der kann das mit digitalen Produkten ebenso gut wie mit analogen.

Aber dranbleiben ist wichtig! Information ist in dieser schnellen Entwicklung das Wichtigste überhaupt!

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen alles Gute für eine erfolgreiche berufliche Zukunft – digital oder analog.

Urs Tillmanns

light + byte ag «Wir sind Komplettanbieter für Profis ...»



Herr Merki und Herr Soldi, Sie sind als Inhaber Partner zu gleichen Teilen an der Firma Light + Byte AG. Wer Sie kennt, weiss, dass Sie vom Wesen und den Interessengebieten her recht verschieden sind. Wie funktioniert ihre Zusammenarbeit?

Mario Soldi: Eigentlich sehr gut, und vielleicht ist es gera-

de diese Andersartigkeit, die uns verbindet. Ich bin sehr stark auf den Aussendienst ausgerichtet, insbesondere auf den Fotofachhandel, denn dort liegen meine Wurzeln. Weiter pflege ich sehr viele unserer Kundenkontakte, vor allem weil ich die internationalen Beziehungen, zum Beispiel auf Messen, und das

Die Light + Byte AG ist mit ihrem Sortiment professioneller Produkte seit Jahren ein wichtiger Lieferant für Berufsfotografen, des Fachhandel und Industriekunden. Welche Trends es in diesem Bereich gibt, wollten wir von den beiden Inhabern Paul Merki und Mario Soldi wissen.

praktizieren von Fremdsprachen sehr schätze.

Paul Merki: Ich konzentriere mich eher auf den Innendienst und den Fachbereich, insbesondere auch auf das Computergeschäft, das mit der zunehmenden Digitalisierung der Fotografie immer wichti-

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Lehrabschluss: Bilder und Berichte

Seite 8

tipa

Die besten Fotoprodukte des Jahres 2000/2001 mit den offiziellen Jurykommentaren.

sigma

Der zehnfache Zoombereich des neuen Sigma 50-500 mm fasziniert.

contax n1

Neues Spiegelreflexmodell mit neuen AF-Objektiven. Hier alles über die Technik.

Seite 14

Seite 18

Seite 27

genial digital

FinePix 4700zoom



Hier kommt die erste kompakte **Digitalkamera** mit **Super-CCD**-Technologie. Die **FinePix 4700zoom** liefert dank des neuen **SUPER CCD** extrem hoch aufgelöste Bilddateien mit **4,3 Millionen** Bildpunkten.

Der optische Input ist vom Feinsten: Das **Dreifach-Zoom** ist aus mehrfach vergüteten Linsenelementen in sechs Gruppen aufgebaut. Ein hochpräzises Autofokussystem sorgt für die akkurate Scharfeinstellung von makro bis unendlich.

Zusätzlich darf von dieser Kamera alles erwartet werden, was bereits bekannt ist. Plus einige neue Features, die sie wirklich einmalig machen.

Neu: **SUPER CCD**, Pixelanordnung im Waffelmuster! Dadurch wird die Raumnutzung der Fotodioden deutlich verbessert.

Der Effekt: höhere Lichtempfindlichkeit, verbessertes Signal-Rausch-Verhältnis, grössere Dynamik.

 **FUJIFILM**

Fortsetzung von Seite 1

ger wird. Sie sehen, wir haben unsere Tätigkeiten ganz klar abgegrenzt, und wenn man die Stärken des Partners kennt und diese gegenseitig respektiert, so ist eine solche Andersartigkeit eher befruchtend als



«Wir müssen dem Fotofachhandel preis- und margensichere Produkte anbieten, damit er überleben kann.»

Mario Soldi betreut den Fotofachhandel.

hinderlich. Bei uns hat sie sich jedenfalls in den letzten knappen zehn Jahren sehr bewährt.

Wie hat Ihre Zusammenarbeit begonnen?

Merki: Ich war zuvor bei Tekno tätig und habe mich 1992 entschlossen, zusammen mit meiner Frau die Light + Byte AG zu gründen. Ziel war ein Komplettanbieter für Profis zu sein, von Kameras über Studio-Einrichtung bis hin zum künstlichen Eiswürfel.

Soldi: Meine Stärke war von jeher der Verkauf. Ich war sechs Jahre Verkäufer bei Koch Optik an der Bahnhofstrasse, 12 Jahre Vertreter bei Canon AG und zehn Jahre Exportmanager bei Balcar. Dort wurde ich vom Reisebazillus befallen. Die Entwicklung bei Balcar in Baar als Produktionsstandort ausserhalb der EU zeichnete sich immer ungünstiger ab, so dass ich nach einer Alternative suchte. Und so konnte ich meine internationalen Beziehungen in die Light + Byte einbringen. **Der wahrscheinlich wichtigste Name in Ihrem unendlichen Produkteangebot ist Manfrotto. Wie kam es zu dieser Verbindung.**

Merki: Manfrotto hat für sein Sortiment von Kamerastativen in jedem Land einen Vertreter gesucht. Und da mich die Firma bereits von meiner Tekno-Zeit sehr gut kannte,

haben wir die Generalvertretung für die Schweiz erhalten. **Aber Manfrotto-Produkte gibt es noch bei mindestens zwei anderen Lieferanten. Wie kommt's?**

Soldi: Manfrotto hatte früher als grösster professioneller Stativhersteller und Studio-

einrichter der Welt sein System allen Lichtherstellern auf ihre Systeme adaptiert angeboten. Deshalb sind Manfrotto-Teile auch in verschiedenen anderen Lichtsystemen zu finden. Was jedoch die Kamerastative von Manfrotto anbelangt sind wir offizieller Generalimporteur.

Nicht nur das Manfrotto-System ist kaum überschaubar, sondern ebenso das gesamte Liefersortiment von Light + Byte. Wieviele Produkte vertreiben Sie?

Merki: Es sind etwas über 8'000, doch sind viele nützliche Kleinigkeiten dabei, die Sie sonst nirgendwo bekommen – mit denen man aber auch keinen grossen Umsatz generieren kann. Wichtig für mich ist, dass wir dem Berufsfotografen helfen können, seine Alltagsprobleme zu lösen. Darauf waren wir von jeher spezialisiert.

Wie teilt sich der Fach- und der Handelsbereich etwa in ihrem Gesamtumsatz auf?

Merki: Rund 50 Prozent des Umsatzes machen wir mit den Profis, etwa 30 Prozent kommen von Fotohändlern und 20 Prozent entfallen auf den Grosshandel und andere.

Die Digitalfotografie wird immer wichtiger. Wie hoch ist der Umsatzanteil entsprechender Produkte bei Ihnen?

Soldi: Die digitalen Produkte machen rund 25 Prozent unse-

res Umsatzes aus. Das ist aber das Spezialgebiet von Paul ...

Merki: Für mich war von Anfang an klar, welche Revolution der Computer in der Fotografie bewirken würde, und so befasste ich mich sehr früh mit der Digitaltechnik. Heute sind wir offizieller Apple Wiederverkäufer und Lieferant aller wichtiger Software. Zudem vertreiben wir Kamera-backs von Sienna, Imacon-Scanner, Quato-Monitore und Lacie Peripheriegeräte. Ein zunehmend wichtiger Bereich ist die Systemkalibrierung, die wir als besondere Dienstleistung anbieten. Viele Bildbearbeiter unterschätzen diese für einwandfreie Druckergebnisse enorm wichtige Grundlage.

Wie weit sind solche Dienstleistungen profitabel?

Merki: Das ist eine sehr berechtigte Frage, die den Support generell betrifft. Es ist



«Es bleibt eine Ermessensfrage, wieviel Support man den Kunden bieten kann – und vor allem zu welchem Preis.»

Paul Merki ist der Spezialist für Fachprodukte.

immer eine Ermessensfrage, welchen Support man den Kunden noch kostenlos bieten kann, und was wieviel kosten darf. Hier macht man oft schmerzliche Erfahrungen, indem man dem Kunden gutgläubig hilft und hinterher feststellen muss, dass er die umsatzträchtigen Produkte letztlich zum fast gleichen Preis woanders kauft.

Wie sind Ihre Erfahrungen mit digitalen Produkten im Fotofachhandel?

Soldi: Wir sind Gottseidank dem Preiserfall mit unseren Produkten weniger unterworfen als andere Lieferanten. Aber ich sehe hier eine sehr grosse Gefahr für die gesamte Digitalbranche, dass der Preis- und Margenzerfall für den Fachhandel tödlich ist, wenn die Produkte nicht sehr schnell

rotieren. Nicht nur dabei sein ist alles, sondern auch sehr schnell verkaufen.

Was heisst das für Sie als Lieferant?

Soldi: Das heisst, dass wir den Kunden laufend neue Produkte anbieten müssen, die ihm möglichst lange eine sichere Marge und einen stabilen Preis bieten. Und das heisst für uns weiter, dass wir mit Argus-Augen verfolgen müssen, was auf internationalen Messen und in anderen Ländern angeboten wird. Deshalb sind unsere Kontakte mit dem Ausland so wichtig.

Ein wichtiger Bereich bei Ihnen ist der Mietservice.

Lohnt sich dieses Geschäft?

Merki: J-ein. Einerseits muss der Preis für den Kunden attraktiv sein, andererseits funktioniert der Leihservice nur mit einer sehr kurzen Amortisationszeit. Ich sehe die

Kontaktpflege zu unseren Kunden noch als weiteren Nutzen. Wenn jemand drei- oder viermal ein Produkt für seine Aufträge gemietet hat, dann kauft er es letztlich in vielen Fällen. Andererseits kommen für viele Fotografen die massiven Investitionen kaum noch in Frage. Deshalb bieten wir beispielsweise auch die Benutzung von Highend-Scannern mit dazugehöriger Workstation als eine immer wichtiger werdende Dienstleistung an. Von den Fotografen werden immer höhere Qualitäten gefordert, bei denen viele an Investitionsgrenzen stossen. Bei der heutigen rasanten Entwicklung wird dies ein immer wichtigerer Teufelskreis.

Meine Herren, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.