

"Wir haben uns dem Markt angepasst - mit Erfolg"

Autor(en): **Waller, Roland**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **11 (2004)**

Heft 13

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979445>

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.

fotointern

01. September 2004

13

digital imaging

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

Die Branche sieht sich vor neuen Herausforderungen. Der Handel ist nicht mehr wie er einmal war. Vieles hat sich gewandelt. Die Margen sind überall unter Druck geraten, es sind neue Anbieter da, der Wettbewerb ist generell härter geworden ...

Obwohl diese Zeilen topaktuell sind, hätten sie auch vor zwanzig, dreissig Jahren geschrieben worden sein, denn die Probleme, mit denen sich die Fotobranche auseinandersetzen muss, scheinen zeitlos zu sein. Deswegen sind sie nicht weniger brisant – und diese Brisanz fordert uns zu mehr Dialog und neuen Strategien heraus.

Das ISFL Marketing Forum, das am 6. September von 14 bis 17 Uhr im Swissôtel Zürich-Oerlikon stattfindet, ist eine ideale Gelegenheit, um die verschiedenen Meinungen aller Vertriebskanäle in der gesprächlichen Konfrontation einer interessanten Podiumsdiskussion zu hören. Sie soll für die Beteiligten als Denkanstoss dienen und ein Fenster in die Zukunft öffnen, das für unsere Branche spannender nicht sein könnte.

Wer sich in letzter Minute noch anmelden will, tut dies per Telefon 01 215 9966 oder via Internet unter www.isfl.ch.

Urs Tillmanns

pro ciné: «Wir haben uns dem Markt angepasst – mit Erfolg»



Pro Ciné hat im letzten Jahr durch Stellenabbau Schlagzeilen gemacht. Dahinter steht eine gesunde Firma, bestens für das digitale Zeitalter gerüstet und stets in Anpassung – zum Beispiel mit florierendem Handel. CEO Roland Waller zeigt Fotointern die Ziele.

Nach Entlassungen ist Pro Ciné in die Schlagzeilen gekommen. Was waren die Hintergründe?

Roland Waller: Die Entlassungen stellten eine notwendige Anpassung an den Markt dar. Die Umsätze waren generell rückläufig,

so dass wir die personellen Ressourcen anpassen mussten. Klar kommt man mit solchen Restrukturierungsmassnahmen ins Gerade. Darauf darf man jedoch nicht achten, sondern muss die neuen Ideen beharrlich weiterverfolgen.

Inwiefern hatte der Stellenabbau mit dem Wegfall des Migros-Auftrages zu tun?

In einer ersten Phase waren es rund 100 Stellen, die wir im September 2002 aufgrund der fehlenden Aufträge von der Migros streichen mussten. Rund ein Jahr später mussten wir nochmals 40 Entlassungen vornehmen, um uns der generellen Marktentwicklung anzupassen.

Pro Ciné vertreibt Minilabs der Marke Noritsu. Wie sieht es mit diesem Geschäftsbereich aus?

Der Schweizer Markt hat vor rund einem Jahr den Kulminationspunkt erreicht – er ist weitgehend gesättigt. Es werden kaum mehr Geräte gekauft oder geleast, sondern analoge durch digitale ersetzt. Wir bieten Minilabs im Klick-System an – der Händler bezahlt pro Bild. Bei den Fotofachhändlern ist eine gewisse Ernüchterung bezüglich der Auslastungsmöglichkeiten eingetreten. Trotzdem sind wir recht zufrieden, weil wir auch dieses Jahr

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Marktübersicht: Alle CH-Fotokioske

Seite 6

profis mobil

Fotografen wollen 22 Mpix-Rückteile universell und mobil einsetzen. Vier Top-Systeme auf

tutan chamun

Lange vor der Ausstellung wurden die Exponate in Kairo fotografiert. Ein Praxisbericht auf

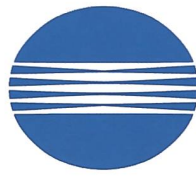
minolta dslr

Wann kommt die digitale Spiegelreflex von Minolta – und was erwartet der Handel?

Seite 14

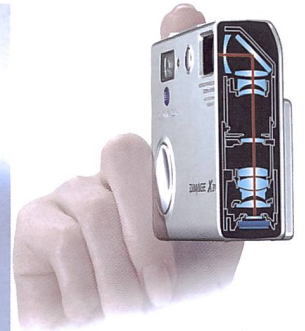
Seite 20

Seite 25



KONICA MINOLTA

DiMAGE X31



Highlights:

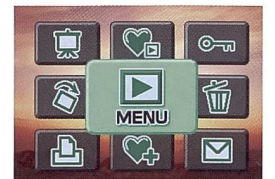
- 3.2 Megapixel-CCD
- 1.0 Sekunde Bereitschaftszeit
- 3fach optisches Zoom
- 4fach digitales Zoom
- Auslöseverzögerung 0.1 s
- PictBridge
- 115g leicht
- Fun-Funktionen
- Filmdauer so lange wie Speicherkarte zulässt
- Schärfereinstellung ab 10 cm



Fr. 348.-

Standardzubehör:

- Tragriemen
- 16 MB SD-Karte
- 2 AA Batterien
- USB-500 Kabel
- DiMAGE Viewer CD



www.konicaminolta.ch

Schlank, schnell und cool

Konica Minolta präsentiert die neue DiMAGE X31, die einfach zu bedienen ist und alle Wünsche "im Bild" festhält. Klein und stilvoll hat diese Kamera überall Platz und ist durch ihre Schnelligkeit auch sofort einsatzbereit. Als kleine kompakte Digitalkamera bringt sie alles mit, was Spass macht!

The essentials of imaging

Fortsetzung von Seite 1

noch einige neue digitale Minilabs als Ersatz für analoge Geräte platzieren konnten.

Heisst das, dass Sie den Verkauf von Minilabs nicht mehr fördern?

Es ist zwar kein Wachstumsmarkt, trotzdem wollen wir weitere (Ersatz-)Geräte platzieren, was wir mit guten Offerten unterstützen. Mit dem neuen Minilab 3201 von Noritsu haben wir ein hervorragendes Gerät, von dem wir auch bereits eines ausliefern konnten.

Ist das Filmgeschäft inzwischen stabilisiert?

Nein, die Entwicklung der Filme ist immer noch abnehmend. Allerdings ist der Rückgang nicht mehr so stark wie noch vor einem Jahr.

Und die Ausbelichtung von Digitalbildern nimmt nicht entsprechend zu?

Bei den Digitalbildern fehlt das Volumen, um den Verlust an Filmen auszugleichen. Es handelt sich um weniger Aufträge, die dann aber erstaunliche Mengen an Bildern bringen. Für Händler mit wenigen Digitalaufträgen bieten wir Fotokioske der Marken Kodak und Noritsu an. Für rund 17'000.- Franken kann der Händler ein Gerät aufstellen, auf dem die Kunden einzelne Bilder, egal ab welchem Digitalbildspeicher, ausbelichten können. Generell wird nämlich mehr denn je geknipst und das Bedürfnis nach einem Bild auf Papier bleibt weiter bestehen. Vor allem Frauen wollen Papierbilder, Männer sind eher computerorientiert.

Wie entwickelt sich der Bereich im Grosslabor?

Bei den Online-Aufträgen haben wir ein starkes Wachstum. Der Kunde lässt sich die ausbelichteten Bilder per Post zuschicken. Pro Ciné hat einen Marktvorteil gegenüber dem Händler, da wir als Grosslabor das 10 x 15 cm Bild für 40 Rappen anbieten können. Für den Kunden lohnt sich die Bestellung trotz Porto und es kommt seiner Bequemlichkeit entgegen.

Steuern wir in der Schweiz auf deutsche Verhältnisse mit Preisen von 5 Rappen pro Bild zu?

Die Schweiz ist nach wie vor eine Preisinsel, in der die Kunden bereit sind, mehr für ein Bild zu bezahlen. Allerdings sind die Qualitätsansprüche auch höher. Zwar werden wegen den Online-Bestellmöglichkeiten im Ausland die Preise noch etwas sinken, aber kaum auf ein so tiefes Niveau.



«Man muss sich dem Markt anpassen, was bei uns mit Stellenabbau verbunden war. Pro Ciné ist ein gesundes, rentables Unternehmen.»

Roland Waller, CEO Pro Ciné, Wädenswil

Wie werden sich Ihre Preise generell entwickeln?

Unser Ziel ist es, für digital hergestellte Produkte günstiger zu werden. Analog werden die Preise hingegen etwas steigen, da die Bildentwicklung ab Film bald eine Nische sein wird. Natürlich wird dies aber weiter angeboten.

Pro Ciné vertreibt Folex-Printerpapier. Wie sehen Sie die Entwicklung im Homeprinting?

Der Händler sollte Printerpapier im Sortiment haben, denn jeder-mann hat heute einen Printer zuhause und druckt auch mal selbst ein Bild aus. Die Ernüchterung bezüglich der Qualität und des Aufwandes kommt aber schnell und die meisten Bilder werden wohl zukünftig weiter im Grosslabor oder auf dem Minilab des Fachhändlers zur Ausbelichtung gelangen. In ein paar Jahren wird das Bildvolumen im Grosslabor wieder markant zunehmen, auch weil wir die günstigste Variante darstellen. In Städten werden aber nach wie vor die Dienste der Minilabs gefragt sein.

Welche Investitionen waren im Grosslabor nötig für die digitalen Bilder?

Schon seit Jahren arbeitet Pro Ciné mit der damaligen Firma Gretag, heute Imaging Solution, zusammen. Als Testlabor hatten wir als erste den digitalen Ausbelichter Cyra installiert. Als jüngstes Gerät haben wir das Laserlab von Polielectronica als Laserausbelichter

für die Grossformate angeschafft und damit die Produktion total auf digital umgestellt.

Wird die Schwarzweiss-Bildentwicklung weiter gepflegt?

Gerade in diesem Bereich wollen wir stark sein. Wir bieten Bilder auf speziellem Schwarzweiss-Papier an, ganz ohne den üblichen Farbstich, der bei der Ausbelich-

terung im normalen Farbentwicklungsprozess entsteht. Aber auch im Schwarzweiss geht die Entwicklung in die digitale Richtung.

Ist das Schwarzweiss-Volumen in einem rentablen Bereich?

Das Volumen ist zwar auch etwas kleiner, aber wir haben eine sehr treue Kundschaft, der wir auch eine gute Qualität offerieren wollen. Diese Kunden sind bereit, mehr für ein Bild zu bezahlen.

Bieten Sie Spezialprodukte an?

Ja, wir können auch die verschiedenen Tonungen wie Sepia anbieten, zu einem günstigen Preis. Nur für ganz spezielles Papier

ferienen wir den Profis die Kalibrierung seines Bildschirms – so kann er eine konstante Bilderqualität erwarten. Im Analogbereich werden wir nach wie vor eine Vielzahl von Formaten und Verfahren anbieten. Ferner werden wir zusammen mit Colour Art Kurse und Seminare veranstalten.

Entwickelt sich Pro Ciné nebenher immer mehr zu einem Handelsunternehmen?

Den Handelsbereich hatten wir schon immer mit Rahmen und Alben. Da diese Produkte heute aber immer mehr auch bei Grossverteilern erhältlich sind, haben wir neue Produkte gesucht und sind per Zufall auf die Crumpler Taschen gestossen. Es ist ein absoluter Glücksfall für uns, da diese äusserst strapazierfähigen und wasserdichten Taschen sehr trendy sind und sich gut als reine Lifestyleprodukte verkaufen. Das australische Produkt ist in den USA, England und Deutschland bereits ein Renner und auch wir haben als Generalimporteur für die Schweiz grossen Erfolg damit. Die Taschen sind für die hohe Qualität günstig. Neben dem Fotofachhandel sprechen wir mit den verschiedenen Modellen auch die IT-Branche, den Outdoor und Bike-Handel an.

Hat Pro Ciné noch weitere Neuigkeiten?

«Mit den Crumpler Taschen haben wir einen Glückstreffer gelandet. Es sind funktionelle und günstige Lifestyle-Produkte mit grosser Zukunft.»

Roland Waller, CEO Pro Ciné, Wädenswil



muss der Kunde noch in ein Schwarzweiss-Fachlabor.

Wie pflegen Sie den Profifektor?

Die Profifotografen sind für uns wichtige Kunden. Gleich wie bei den Fotohändlern holen wir die Aufträge neu nachts ab und produzieren am Morgen. Durch den geringen Verkehr nachts sind wir schneller und effizienter als bisher, der Kunde muss lediglich einen abschliessbaren Kasten zur Verfügung stellen. Für den digitalen Workflow im ECI-Farbraum of-

Die Digitalisierung von analogen Super8-Filmen, VHS, etc. auf DVDs ist neu in unserem Sortiment. Wir haben da einen Partner, der die Filme in unglaublich hoher Qualität digitalisiert (Bericht S. 26). Ein weiteres neues Produkt, das wir gerade evaluieren ist die Instandstellung von Speicherkarten, die defekt sind oder aus Versehen gelöscht wurden. Rund 80 Prozent der Bildinformationen können nämlich vollständig wiederhergestellt werden.