

**Zeitschrift:** Fotointern : digital imaging  
**Herausgeber:** Urs Tillmanns  
**Band:** 2 (1995)  
**Heft:** 1

**Artikel:** Stimmen und Meinungen zum Jahreswechsel  
**Autor:** Conzelmann, René / Furrer, Markus  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-980101>

### **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:** 27.12.2024

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

# FOTO

NEUHEITEN

HANDEL

WIRTSCHAFT

INTERN

Nr. 1/95  
3. JANUAR 95

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

## Editorial



Urs Tillmanns  
Fotograf, Fachpublizist und  
Herausgeber von  
FOTOintern

So unglaublich es sich anhört: FOTOintern kommt mit dieser Ausgabe bereits in den 2. Jahrgang – mathematisch wenigstens.

Jahresfreude: FOTOintern ist bei den Lesern sehr gut angekommen, und die vielen positiven schriftlichen und mündlichen Reaktionen spornen alle Beteiligten an, FOTOintern noch besser, noch informativer und noch schneller zu machen.

Wie das letzte Jahr verlief und was vom eben begonnenen Jahr erwartet wird, lesen Sie in dieser Ausgabe als Leitartikel. Wir haben einige Persönlichkeiten unserer Branche nach ihren Eindrücken befragt, die sich erfreulicherweise vorwiegend positiv äusseren. Die Branche scheint tatsächlich wieder tiefer zu atmen. Wir von der Redaktion möchten Ihnen zum neuen Jahr herzlichst alles Gute wünschen. Wir werden uns im Rahmen unserer publizistischen Möglichkeiten bemühen, Ihnen zum Erfolg zu verhelfen und wünschen Ihnen persönlich weiterhin viel Glück.

Urs Tillmanns

## Stimmen und Meinungen zum Jahreswechsel

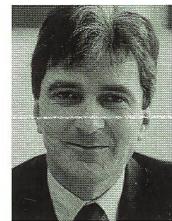
Wir war 1994? Wie wird 1995 werden? Wir haben für Sie einige Persönlichkeiten aus unserer Branche nach ihrer Meinung befragt, was ein erfreulich positives Bild, sowohl für den Rückblick auf 1994 als auch für den Ausblick ins eben begonnene Jahr abgibt. Hier die Stimmen im Originalton.

**„Wie verlief 1994 für Ihre Firma? War es besser/schlechter als erwartet, und in welcher Hinsicht war es besonders positiv?“**

**Canon:** Das Geschäftsjahr 1994 verlief für uns äusserst positiv. Wir können auf eine gelungene Integration in die Walter Rentsch AG zurückblicken und sind in Zukunft in der Lage, die Synergien der einzelnen Geschäftszweige optimal zu nutzen. Daraus

ergeben sich in verschiedenen Bereichen deutliche Verbesserungen der Dienstleistungen für unsere Partner.

**Foto-Shop:** In meiner Firma muss man die verschiedenen Bereiche gesondert betrachten: Vor allem die Aufträge für Industrie- und Werbeaufnahmen hatten ziemlich zugenommen. Das Kamerageschäft blieb etwa gleich wie

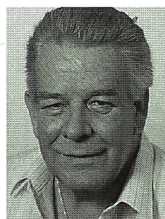


Markus Furrer  
Direktor der  
Pentax  
(Schweiz) AG,  
Dietlikon

im Vorjahr, während das Passbildgeschäft deutlich besser war. Zurückzuführen ist dies natürlich auch auf die neue Identitätskarte, die viele Leute veranlasste, wieder einmal neue Passbilder machen zu lassen.

**IHA:** Trotz hoher Zielsetzungen wurden die geplanten Er-

Fortsetzung Seite 3



René  
Conzelmann  
Geschäftsinhaber  
Zuppinger AG  
Zürich

### 7 ZEF

Intensivkurs im zef, der nicht alltägliche Gebiete der Foto- und Videografie in 5 Tagen praktisch behandelt. Achtung: nur ein Kursdatum!

### 7 Labor

Konzentration in der Schweizer Laborszene: Pro Ciné hat ein Gross- und ein Fachlabor übernommen. Hier erste Details – mehr dazu baldmöglichst.

### 7 Meckern!

Der SVPG-Präsident ruft seine Mitglieder zum «Meckern» auf. Gute Idee! Auch wir sind interessiert, Ihre Meinung über FOTOintern zu erfahren.

### 10 MWSt

Unser Briefkasten zu Mehrwertsteuerfragen wurde rege benutzt. Lesen Sie die interessantesten Leserfragen mit den Antworten eines Spezialisten auf Seite 10.

### 11 Aktuell

Aktuelles aus der Schweizer Fotoszene. Termine, Workshops, neue Vertretungen, Neuheiten und vieles anderes mehr. Wichtige Lektüre, um gut informiert zu sein.

### 15 Quiz

Die «Fr. 100.– Frage» ist eine neue Rubrik in FOTOintern. Sie beantworten sechs Fragen zu einer Kamera, senden den Coupon ein und können schnelle Fr. 100.– gewinnen.





## KLASSISCH WIE IMMER, GENIAL WIE NOCH NIE

Der Klassiker CONTAX revolutioniert einmal mehr die Kunst des Fotografierens. Die neue CONTAX G1 Sucherkamera verbindet das Beste aus drei Kamera-Welten: Sie ist handlich und dezent wie eine klassische Messsucherkamera, schnell und komfortabel wie eine moderne Kompaktkamera und – dank der hochwertigen Carl Zeiss-Wechselobjektive – universell wie eine professionelle Systemkamera.

Absolut überzeugend – der Leistungsumfang der CONTAX G1:

**DAS GEHÄUSE** besticht durch kompaktes Design, perfektes Finish (Titan-Legierung) und einem robusten Kern (Kupfer/Silizium-Legierung).

**DER SUCHER** ist ein Realbildsucher, brennweitengekoppelt und mit automatischer Nahbereichskorrektur. Mit LCD-Anzeige für die wichtigsten Funktionen.

**DIE BELICHTUNGSMESSUNG** geschieht auf TTL-Basis, mittlenbetont integral, für Dauer- und Blitzlicht.

**DIE FOKUSSIERUNG** kann entweder automatisch mittels externem passivem Autofokus oder manuell über elektronischen Fokusindikator vorgenommen werden.

**DAS BLITZSYSTEM.** Neben dem kleinen G1-Systemblitz TLA 140 sind auch die CONTAX TLA-Geräte 280/360/480 verwendbar.

**DER FILMTRANSPORT** geschieht automatisch und leise (gekapselter Mikromotor). Sie haben die Wahl zwischen Einzelbild- und Serienschaltung oder Mehrfachbelichtung.

**DIE SONDERFUNKTIONEN** sind: ein Messwertspeicher über Hauptschalter oder Auslöser; die Reihenfolgänderung der automatischen Belichtungsreihe; auf Wunsch eine Filmrückspulung mit Filmzunge ausserhalb der Patrone.

**DIE WECHSELOBJEKTIVE** Carl Zeiss HOLOGON T\* 8,0/16 mm, Carl Zeiss BIOGON T\* 2,8/28 mm, Carl Zeiss PLANAR T\* 2,0/45 mm, Carl Zeiss SONNAR T\* 2,8/90 mm. Zudem lassen sich mit einem Adapter auch einige CONTAX SLR Objektive verwenden.

# CONTAX G1

*The Classic Evolution.*

Yashica AG, 8800 Thalwil



Fortsetzung von Seite 1

gebnisse erreicht und teilweise sogar übertroffen. Die Basis dazu bildet sich vor allem aus einer gezielten Markterweiterungsstrategie, der Einhaltung hoher Qualitätsnormen und einem hohen Mass an Mitarbeiterschulung- und -förderung.

**Kodak:** Der Gesamtmarkt lag besonders in der ersten Jahreshälfte unter unseren Erwartungen hat sich aber seit Juni deutlich erholt.

Der Verkauf an den Handel für das Weihnachtsgeschäft läuft ausgezeichnet, und wir hoffen, dass die Verkäufe an die Endkonsumenten diese Tendenz bestätigen. Beson-



**René Koller**  
Spartenleiter  
Foto/Video/  
Audio, Walter  
Rentsch AG,  
Dietlikon

ders positiv; unsere weiterhin starke Marktposition für Kodak Gold Filme und die gute Akzeptanz von Kodak Elite.

**Leica:** Mit dem Geschäftsgang 1994 sind wir zufrieden. Unsere Zahlen liegen im Rahmen unserer Erwartungen und deutlich über dem Vorjahr. Die Verkäufe von Systemkameras konnten 1994 stabilisiert werden.

Positiv hat sich für Leica der Bereich der Kompaktkameras entwickelt, wobei besonders die Nachfrage nach der kleinen Leica mini zoom deutlich über unseren Erwartungen liegt. Sehr erfreulich ist auch der Fernglassektor, in dem wir mit sehr attraktiven Produkten deutliche Zuwächse erzielen.

**Minolta:** Für uns war das Jahr 1994 ein Jahr der Konsolidierung. Die Umsätze sind entsprechend den Erwartungen auf gleicher Höhe wie im Vorjahr ausgefallen.

Die Akzeptanz der neuen Produkte ist sehr positiv, und der Jahresabschluss scheint sogar

das Vorjahr zu übertreffen. Negativ war eigentlich nur, dass die Konjunkturerholung nicht auf den Konsum im Fotobereich durchgeschlagen hat.

**Nikon:** 1994 haben wir bei Nikon in der Schweiz den gleichen Umsatz wie im Vorjahr erzielt. Wir müssen also von einer Stagnation sprechen, wobei das Budget knapp unterschritten wurde.

**Olympus:** Die Ergebnisse sind leicht besser als budgetiert. Neue Anbieter am Markt haben zwar für einigen Wirbel

**Samsung:** 1994 war für uns und Samsung ein sehr erfolgreiches Jahr. Insbesondere die Auszeichnungen für unsere



**Adolf Meier**  
Stellv. Direktor  
der Firma  
Nikon AG,  
Küsnacht

38-140mm Zoomkamera ECX 1 zur «European Camera of the Year '94-'95 (EISA)» und

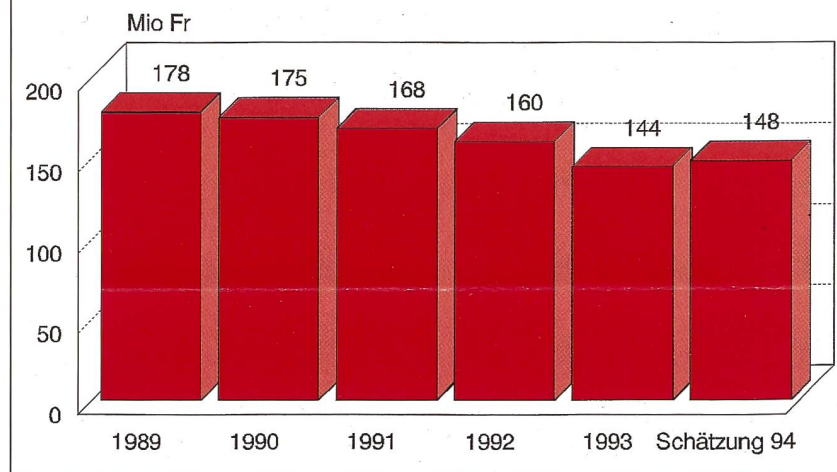
kauft. Die dadurch frei werdenden Occasionsgeräte behinderten natürlich Neuananschaffungen.

b) Der Aufbruch der Fotografie in die digitale Aufnahmetechnik und Bildbearbeitung lässt Unsicherheit aufkommen und wirkt dadurch investitions-hemmend.

c) Einen negativen Einfluss auf das Investitionsklima hat zweifellos auch die Umstellung der Verbrauchssteuer von der WUST zur MwSt. Grössere Anschaffungen wer-

## Fotoapparatemarkt Schweiz

### Verkäufe in Mio. Franken

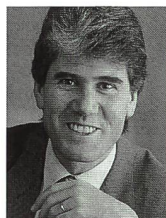


Zwar sind die Jahreszahlen noch nicht verfügbar, doch dürfte die Schätzung der IHA Hergiswil mit einer leichten Zunahme der Kameraverkäufe für 1994 zutreffen.

gesorgt, sind aber weniger aggressiv als erwartet.

**Pentax:** Das Jahr 1994 war trotz stark gedrückter Marge ein weit besseres Jahr als aufgrund der allgemein schlechten Wirtschaftslage hätte erwartet werden dürfen. Im 75. Jahr des Bestehens der Firma warteten unsere Ingenieure mit vorzüglichen Produktneueheiten auf, welche nicht nur die Gunst der Fachleute, sondern auch der Konsumenten fand.

**Photo-Vision:** 1994 war etwas besser als 1993, doch wurden die Erwartungen nicht erfüllt.



**Paul Kuhn**  
Direktor  
der Olympus  
Optical  
(Schweiz) AG,  
Volketswil

«Best Compact Camera in Europe '94-'95 (TIPA)» haben das Kamerageschäft sowie den Namen Samsung besonders positiv beeinflusst.

**Schmid:** Bis Ende August liefen wir unseren Budgets und Prognosen – die, zugegeben, ehrgeizig waren – hinterher. Auch die letztjährigen Umsätze erreichten wir nicht. Seit September hat sich die Situation zumindest in den Sektoren Handelsprodukte und Electronics gebessert. Sorgen bereitet uns nach wie vor die Investitionsunlust im Fachgebiet. Sie ist auf verschiedene Ursachen zurückzuführen:

a) Gekürzte Werbebudgets bei Industrie und Staat bringen weniger Aufträge für Fotografen. Zudem wurden verschiedene Industriestudios geschlossen oder an die ehemaligen Angestellten ver-

den bis 1995 zurückgestellt, weil dann ein Mehrwertsteuerabzug für Investitionsgüter möglich sein wird. Besonders positiv verlief für uns die «fera» und der Verkauf von Video-Peripheriegeräten.



**René Meier**  
Geschäftsführer  
Foto-Shop  
Wollerau

Auch Kostensenkungen auf verschiedenen Gebieten tragen zu einem befriedigenden Resultat bei.

**SVPG:** Nachdem sich zu Anfang 1994 eine Erholung abzeichnete, war der Sommer wiederum unbefriedigend. Herbst und Jahresende scheinen eher wieder besser zu



werden. Das Gesamtergebnis lag damit ungefähr im erwarteten Rahmen. In den Sparten, in denen besonders individuelle Leistung zählt, war der Erfolg eher besser.

### “Welchen Ausblick geben Sie für 1995? Wird es besser/schlechter werden als 1994, und worauf stützen Sie Ihre Prognose?”

**Canon:** Ich erwarte für 1995 einige positive Impulse, obwohl die Dynamik des wirtschaftlichen Aufschwungs nach einem starken ersten Halbjahr in der zweiten Jahreshälfte etwas verlor, können wir von einer Fortsetzung weiterhin ausgehen. So erwartet auch das Bundesamt für Konjunkturfragen einen kontinuierlichen Aufschwung mit einem Gesamtwirtschaftswachstum von + 2,2 % im Jahr



**Peter Muheim**  
IHA, Institut für Marktanalysen AG, Hergiswil

1995. Das Bewusstsein für qualitatives Leben und die Freude an Hobbies und Freizeit wird beim Konsumenten wieder vermehrt an Bedeutung gewinnen.

**Foto-Shop:** Ich glaube, es zieht überall wirtschaftlich wieder etwas an, so dass 1995 etwas besser werden dürfte. Ich stelle auch wieder ein grösseres Interesse für neue Kameramodelle fest, was für mich ein wichtiger Indikator eines Aufwärtstrends ist. Man spricht wieder vermehrt über neue Kameras und verlangt Prospekte über Neuheiten. Auch für den Aufnahmebereich sieht es positiv aus: Bereits haben einige Kunden ge-



**Hans Peyer**  
Präsident des Schweiz. Verband für Photo-Handel und -Gewerbe, Zürich

plante Katalogproduktionen angekündigt.

**IHA:** Trotz sinkender Stückzahlen (-8%) im Verkauf von Fotokameras wurden positive Umsatzzahlen erzielt (Feb. Sept. +3%). Auch die Wirtschaftslage 1994 stimmt mich grundsätzlich positiv für das kommende Jahr. Ein qualitatives Wachstum in kleineren Schritten ist meiner Ansicht nach besser als sprunghafte Entwicklungen.

**Kodak:** Trotz guten Prognosen für die schweizerische Wirtschaft glauben wir nicht, dass 1995 in der Fotobranche mit grossem Wachstum gerechnet werden kann; d.h. 1995 sollte etwa auf 1994 Niveau bleiben.

**Leica:** Wir erwarten, dass sich die Weltwirtschaft 1995 weiter verbessert und dass der Schweizer Konjunkturzug an Fahrt gewinnt. Auch unsere Branche wird in diesem positiven Umfeld von einem günstigeren Konsumklima profitieren. Mit einer ganzen Reihe neuer Produkte, die an der Photokino vorgestellt wurden, ist Leica für das kommende Jahr gut gerüstet. Wir sind deshalb überzeugt, dass 1995 ein gutes Leica Jahr werden wird.

**Minolta:** Unser Ausblick auf das Jahr 1995 ist äusserst positiv. Mit weiteren Minolta-Neuheiten, die geradezu auf den Schweizer Markt zugeschnitten sind, erhoffen wir uns ein echtes Wachstum. Zudem dürfte sich der seit einiger Zeit angekündigte Konjunkturaufschwung nun endlich auf die Umsätze auswirken.

**Nikon:** Wir sind optimistisch, viele Wirtschaftsindikatoren zeigen nach oben, und einige Branchen, wie Uhren, Maschinen, Export allgemein, haben auch schon grössere Zuwachs-

raten. In unserer Branche müssen wir den Aufschwung im neuen Jahr auch wahrnehmen können. Zudem rechnen wir nach Jahren der Zurückhaltung für Neuanschaffungen im Kamerabereich mit einem Nachholbedarf.

**Olympus:** Viele Indizien sprechen für eine Besserung des Wirtschaftsklimas. Für unsere Branche sehe ich allerdings weiterhin Probleme bezüglich strukturelle Veränderungen, Preisdruck und dadurch Erosion der Margen.

**Pentax:** 1995 sollte für die Fotobranche zu einem besseren Jahr werden als 1994. Eine optimistischere Einschätzung der Wirtschafts- und vor allem der Beschäftigungslage durch die Konsumenten sollte sich auch positiv auf den Fotohandel auswirken.

**Photo-Vision:** Wir hoffen, dass 1995 endlich den erwarteten Aufschwung bringt, die leicht verbesserten Umsatzzahlen deuten darauf hin.

**Samsung:** Wir sind zuversichtlich, das Ergebnis des letzten Jahres auch 1995 zu erreichen oder gar noch zu verbessern, da wir mit unseren Produkten sowohl im Preis-/Leistungsverhältnis wie auch bezüglich der Qualität keinen Vergleich zu scheuen brauchen, und dies auch immer stärker beim Fachhandel bzw. Endverbraucher registriert wird.

**Schmid:** Im kommenden Jahr dürften die Anschaffungen im Fachsektor zunehmen. Fachleute, die den Anschluss an die «digitale Zeit» nicht verlieren wollen, müssen sich



**Franz Rehmann**  
Direktor Minolta (Schweiz) AG, Dietikon

jetzt für den Einstieg entscheiden. Wir können durch unsere Zusammenarbeit mit kompetenten Partnerfirmen interessante, zukunftsgerichtete Lösungen sowie dazu

nötige Finanzierungsmöglichkeiten anbieten. Im Bereich der Konsumprodukte erwarten wir einen weniger steilen Anstieg der Verkäufe. Durch die verbesserten wirtschaftlichen Aussichten wird der typisch schweizerische (innere) Zwang zum Sparen in schlechten Zeiten gelockert. Zudem deuten alle Zeichen auf eine verbesserte Konjunkturlage bei gleichzeitig moderater Teuerung hin.

**SVPG:** Der Kameraverkauf wird weiterhin unter dem starken Druck von Anbietern



**Peter Schmid**  
Direktor der Firma Schmid AG, Oberentfelden

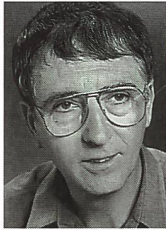
wie Mediamarkt leiden, aber auch in einem gewissen Masse von deren Werbefranken profitieren. Viele Händler, soweit es sich um Mittel- und Kleinbetriebe handelt, pflegen im besonderen die Umsätze im Gebiet Fach- und Colorarbeiten. Sie können damit ihre Umsätze zumindest halten. Auf der Gewinnseite sollte sich dies positiv auswirken.

### “Welches ist Ihr persönlicher Wunsch für 1995?”

**René Koller (Canon):** Mein persönlicher Wunsch ist es, dass wir möglichst vielen Leuten die Freude am Bild und am Fotografieren noch näher bringen können, und dass unsere Fachhandelspartner diese Herausforderung ebenfalls mit Begeisterung anpacken. Gemeinsam sind wir in der Lage, uns der anspruchsvollen Aufgabe zu stellen und diese auch zu lösen.

**René Meier (Foto-Shop):** Persönlich wünsche ich mir, dass ich, wie die letzten sechs Jahre, nie zum Arzt muss – trotz des Stresses. Geschäftlich hoffe ich





**Ulrich Schuler**  
Inhaber der  
Fotohandels-  
gruppe  
Photo-Vision

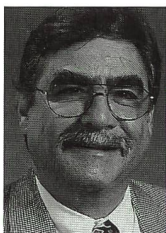
im nächsten Jahr auf eine bessere Preisstabilität der Produkte. Vor allem die Kameras dürften mit ihrer hohen technischen Ausstattung nicht mehr über den Preis verkauft werden. Damit leisten wir uns einen Bärendienst.

**Peter Muheim (IHA):** Für das kommende Jahr wünsche ich mir, dass die Fotografie als kommunikative Ausdrucksform sowie als Dokumentationshilfe weiterhin vielen Menschen Freude zu bereiten vermag.

**Urs Spühler (Kodak):** Mein persönlicher Wunsch: Dass jede Schweizerin und jeder Schweizer einen Film mehr belichtet als 1994.

**Gerhard Zapf (Leica):** Mein ganz persönlicher Wunsch für 1995 ist, dass es gelingt, den sinnlosen Krieg direkt vor unserer Haustür in Bosnien zu beenden und den betroffenen Völkern den Frieden zu bringen, den sie sich alle sehnlichst erhoffen.

**Franz Rehmann (Minolta):** Es wäre schön, wenn sämtliche Marktteilnehmer auf jeder Handelsstufe, also Lieferanten und Händler, ein Jahr der PR für die Fotografie durchführen würden. In jeder Stadt, in jedem Ort gibt es dutzende von Möglichkeiten,



**Urs Spühler**  
Direktor Ama-  
teurprodukte  
Kodak SA,  
Lausanne

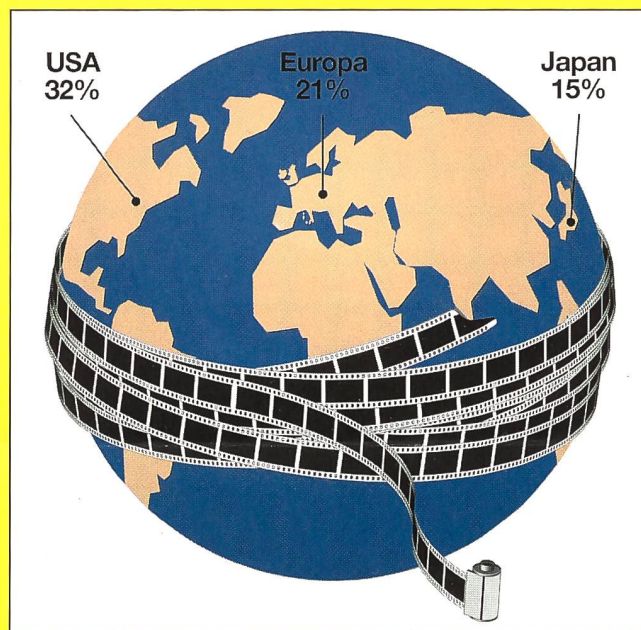
die Fotografie im weitesten Sinne zu fördern. Dies fängt beim Kindergarten an, geht über die Schule in die Vereine herein und von da zu Dorf-festen etc. Die Leute sollten

erneut die Fotografie als Hobby aber auch als Begleiter und zur Dokumentafion sämtlicher Freizeitaktivitäten nutzen.

**Adolf Meier (Nikon):** Persönlich wünsche ich mir, dass die Arbeitslosenzahlen in der Schweiz weiter zurückgehen, denn ich bin überzeugt, dass die Arbeitslosigkeit im grössten Mass zur Verunsicherung

del nicht alles nur vom Preis, sondern auch von der Qualität der Produkte und Dienstleistungen abhängt, ist ja sicher noch älter als die Fotografie. Wenn sich diese Erkenntnis 1995 in der Fotobranche vermehrt durchsetzen könnte, dann würde das wohl nicht nur mich fröhlich stimmen.

## FOTOMARKT 1994: 3,3 MIO KILOMETER FILM



2,77 Mrd. Filme prognostiziert die Agfa-Marktforschung für den weltweiten Filmverbrauch 1994. Die USA haben daran einen Anteil von 32 Prozent Europa von 21 Prozent und Japan von 15 Prozent. Alle Filme zusammen genommen ergeben ein Filmband, das über 83 mal um die Erde gelegt werden könnte. 85 Prozent aller Filme sind Farbnegativfilme, von denen Farb-Papierbilder gemacht werden. Ungeachtet dieser grossen Präsenz der Fotografie sieht die Branche auch zukünftig gute Wachstumschancen.

Graphik: Agfa

der Konsumenten beiträgt, was sich wiederum in unseren Verkäufen niederschlägt.

**Paul Kuhn (Olympus):** Mehr Partnerschaft – will heissen, dass wir als gesamte Branche mehr für die Photographie tun. Wir müssen uns Gedanken machen, wie der Schweizer den verfügbaren Kundenfranken auch wieder mehr in das Hobby Photographie investiert.

**Markus Furrer (Pentax):** Die Erkenntnis, dass im Han-

**Ulrich Schuler:** Mein grösster Wunsch wäre, dass unsere Hersteller vermehrt wertvolle Kameras ohne übermässige Elektronik auf den Markt brächten. Auch auf dem Video-Sektor fehlen uns wertbeständige Modelle.

**R. Conzelmann (Samsung):** Mein persönlicher Wunsch für das laufende Jahr ist es, dass die gegenseitige Akzeptanz und Anerkennung innerhalb der Fotobranche wieder einen Aufschwung verzeich-

net und sich nicht nur auf das «ausmanövrieren» der vermeintlichen Mitbewerber manifestiert. Konkurrenz belebt das Geschäft und die Branche, denn schlussendlich profitieren alle von der Vielfalt innovativer Produkte, die das Interesse des Konsumenten signalisieren und aktivieren sollen.

**Hans Peyer (SVPG):** Es ist zu hoffen, dass sich die Händler nicht dazu verleiten ihre Aktivitäten und ihr Sortiment allzu einseitig werden zu lassen. Das Allround-Fotogeschäft wird, besonders ausserhalb der eigentlichen Citylagen, weiterhin einen erheblichen Erfolg haben. Dies aber sicher nur, wenn es sich nicht zu übertriebenem Sortiments- oder Leistungsabbau hinreissen lässt. Wir sollten



**Gerhard Zapf**  
Direktor der  
Leica Camera  
AG, Nidau

weiterhin nicht vergessen, dass der Verdienst erarbeitet werden muss.

**Peter Schmid:** Mein persönlicher Wunsch hat nicht viel mit Geschäft und Erfolg zu tun: Ich wünsche mir für 1995 weniger Egoismus in Beruf und Geschäft, aber auch in der Politik. Einigkeit und Hilfsbereitschaft haben unser Land zu einem respektablen Mitglied der Völkergemeinschaft werden lassen. Erhalten und pflegen wir diese guten Eigenschaften. Vergessen wir die eigenbrötlerische und egoistische Nabelschau. Den «Sonderfall Schweiz» gibt es nämlich weder in der Politik noch in der Wirtschaft, höchstens noch den Fall der «Schweizer Sonderlinge». Öffnen wir uns gegenüber einer neuen faszinierenden Zukunft!