

Objektyp: **Advertising**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **2 (1995)**

Heft 8

PDF erstellt am: **12.07.2024**

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.



SVPG



Gute Fotoverkäufer fotografieren



Hans Peyer
Präsident
und Sekretär
des SVPG

Anlässlich der vor kurzem durchgeführten FOTO PROFESSIONAL hat die ISFL einen Wettbewerb für Lehrlinge der Fotobranche ausgeschrieben. Sowohl die Teilnehmerzahl wie auch die Qualität der Arbeiten war überwiegend sehr erfreulich. Aus den Zahlen lassen sich recht interessante Rückschlüsse auf das Berufsinteresse der Lehrlinge sowie auf die ihnen zukommende Unterstützung durch die Lehrbetriebe und die Berufsschule ziehen. So waren 40 Einsender Berufsfotografenlehrlinge, leicht untervertreten mit 25 waren die Fotofachangestellten, 17 sind als Fotolaboranten tätig. Damit hat sich's. Ich finde auf der Liste keinen einzigen Fotoverkäuferlehrling!

Brauchen die Fotoverkäufer nicht zu fotografieren? Sollen sie nur verkaufen? Oder, wenn sie doch fotografieren sollten, um eine gewisse Freude zu entwickeln zu dem, was sie verkaufen, wo liegt der Fehler, wenn sie es nicht tun? Fehlt es an den Lehrlingen, den Lehrmeistern, oder liegt es gar an der Berufsschule?

Auch da gibt mindestens zum Teil die Statistik der Teilnehmer Auskunft: So entsprechen die Zahlen, mit Ausnahme der Schule Luzern, die nur gerade einen Teilnehmer aufwies, ungefähr dem Verhältnis der Schülerzahlen in den Berufsschulorten.

Wie weit die Lehrbetriebe ihre Lehrlinge zum Fotografieren ermuntern und zur Teilnahme am Wettbewerb angeregt haben, kann nur schwer festgestellt werden. Ich glaube aber, dass kein Lehrbetrieb sich darauf verlassen kann, dass seine Lehrlinge aktiv selbst fotografieren, wenn sie nicht extra dazu angehalten werden. Im Gegenteil: Ich bin überzeugt, dass – obwohl es mühsam erscheint – so ein Wettbewerb zur Prestigesache des Geschäftes gemacht werden sollte. Manches, zu dem ein Lehrlinge angeregt, ja fast gezwungen wird, bereitet ihm im Endeffekt auch bei mässigem Erfolg Freude und hilft dazu, dass er später wiederum mitmacht. Zu glauben, das gelte nur für Berufe, die das Fotografieren im Programm haben, ist falsch. Wenn Fotografieren auch bei den Verkäufern nicht direkt Programmbestandteil ist, stellt der Umgang mit der Kamera eben doch die Grundlage seiner Tätigkeit und den Ausgangspunkt für seinen Verdienst dar.

Eine Wettbewerbssteilnahme aller Berufsgruppen, und im Speziellen auch der Fotoverkäufer, wäre gleichzeitig ein Dankeschön an die Spender der ausserordentlich schönen Preise gewesen, an die Mitgliedfirmen der ISFL.

Hans Peyer, SVPG-Sekretariat: T. 01 341 14 19, F. 01 341 10 24

+++ ZEF AKTUELL +++

Kinder-Fotosafari im zef

In Zusammenarbeit mit dem «Modeblatt» und Agfa führt das zef am Sonntag 21. Mai und Sonntag 11. Juni eine Foto-Safari für Kinder und Jugendliche von 5 bis 12 Jahren durch. Auf einem speziellen Fotoparcours wird unter Anleitung fotografiert. Die Filme werden danach sofort entwickelt. In einer Festwirtschaft wird für das leibliche Wohl gesorgt.

Aufruf: Wir suchen noch einige freiwillige Lehrlinge oder Angestellte, die uns bei der Durchführung des Anlasses behilflich sind.

Anmeldungen: zef Zentrum für Foto Video Audio, J. Schwarzenbach, 6260 Reidermoos, Tel.: 062/81 19 56, Fax: 062/81 13 50

Indexziffern der Detailhandelsumsätze

Fotoartikel, entspr. Vorjahreszeitraum = 100

Berichtsperiode	Monat	Jahr
November	101,8	101,8
Dezember 1994	106,2	99,1
Januar 1995	104,4	99,8
Februar	94,8	99,6

OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE

THE
DAVID
BAILEY
COLLECTION



Das neue, nach dem bekanntesten Fotografen Englands benannte, Zubehör-Programm.

Von der Leder-Tasche bis zum Red-Eye-Remover Stift bietet Ihnen das umfangreiche Angebot dank hoher Margen ein attraktives Zusatzgeschäft. Weitere Infos finden Sie in Kürze in Ihrem Briefkasten. Oder fragen Sie einfach unsere Gebietsverkaufsleiter oder unser Verkaufsbüro.

**Go for Gold! Sofortpreis im Mai:
50 x ein Original Zippo-Feuerzeug**

OLYMPUS OPTICAL (Schweiz) AG,
Chriesbaumstrasse 6, Volketswil, 8603 Schwerzenbach
Tel. 01 947 66 62, Fax 01 946 02 20

Wirtschaftszahlen Februar '95

Nach den Erhebungen des Bundesamtes für Statistik (BFS) verzeichneten im Februar 1995 die wertmässigen Detailhandelsumsätze im Total der erfassten Betriebe innert Jahresfrist eine Erhöhung um 0,2 Prozent, verglichen mit einer Zunahme um 0,9 Prozent im Januar 1995 und einer solchen um 3,1 Prozent im Februar 1994.

Die Entwicklung der Umsätze zeigte für die verschiedenen Waren- und Artikelgruppen im Vergleich zum Februar des Vorjahres ein uneinheitliches Bild. Bei Nahrungs- und Genussmitteln resultierte innert Jahresfrist eine Zunahme um 0,5 Prozent, während bei Bekleidungsartikeln und Textilwaren eine Abnahme um 3,1 Prozent zu registrieren war. Im Total der übrigen Branchen lagen die Umsätze um 1,4 Prozent über dem Vorjahresstand. Überdurchschnittliche Umsatzsteigerungen ergaben sich insbesondere für Automobile, Metall- und Eisenwaren, Drogerieartikel, Früchte und Gemüse, Backwaren, Bücher und Zeitschriften sowie für Papierwaren.

Dagegen lagen die Umsätze für Wirk- und Strickwaren, Brenn- und Treibstoffe, Büromaschinen, Uhren und Bijouteriewaren, Schuhe und Kristallwaren deutlich unter dem Niveau des Vorjahres. Die anhand des Landesindex der Konsumentenpreise errechneten realen Umsätze lagen im Februar 1995 für das Total der erfassten Betriebe um 0,6 Prozent unter dem Niveau vom Februar 1994. Sie sanken bei Nahrungs- und Genussmitteln um 1,1 Prozent und bei Bekleidungsartikeln und Textilwaren um 3,4 Prozent. Im Total der übrigen Branchen nahmen die realen Umsätze um 1,4 Prozent zu.

Die kumulierten Umsätze der Monate Januar und Februar 1995 stiegen im Vergleich zu 1994 insgesamt um 0,6 Prozent. Für Nahrungs- und Genussmittel erhöhten sie sich um 1,2 Prozent, sanken aber für Bekleidungsartikel und Textilwaren um 1,6 Prozent. Im Total der übrigen Branchen lagen sie um 0,8 Prozent über dem Vorjahresstand. Die realen Umsätze blieben gesamthaft unverändert. Auch für Nahrungs- und Genussmittel wurde keine Veränderung ermittelt, dagegen ergab sich für Bekleidungsartikel und Textilwaren ein Umsatzrückgang um 1,8 Prozent. Bei den übrigen Branchen lagen die Umsätze real um 0,8 Prozent über dem Vorjahresstand.

Für Sie gelesen...

Samsung kauft Optik-Unternehmen

Samsung, das grösste Industrieunternehmen Koreas, hat die 54,5 Prozent des Aktienkapitals der japanischen Union Optical übernommen, nachdem sie bereits im letzten Jahr eine Mehrheitsbeteiligung an der japanischen Lux-Company, einem Hersteller von Audiogeräten, erworben hat. Union Optical ist auf die Herstellung von Industriemikroskopen spezialisiert. Weiter wendet die japanische Firma auch neuartige Halbleitertechnologien an, die für Samsung vor allem im Bereich der Büromaschinen interessant sein könnte. Union Optical verspricht sich durch den Zusammenschluss mit Samsung weltweit einen besseren Vertrieb ihrer Produkte, während Samsung vor allem an neuen optischen und elektronischen Technologien des Japaners interessiert ist.

Zwei japanische Fotomessen fusionierten

Seit Jahren führen die Japan Camera Industry Association und die Japan Photo and Video Accessory Association ihre Publikumsmessen in verschiedenen Einkaufszentren getrennt durch. Dieses Jahr fanden die Messen vom 3. bis 5. März gemeinsam unter einem Dach statt, was zu einem Rekordbesuch von 92'300 Interessierten führte. Als besondere Attraktionen fanden Versteigerungen zu Gunsten der Erdbebengeschädigten von Kobe durch.

Chinesische Farbfilme in den USA

Die Farbnegative Lucky Color mit ISO 100 werden seit kurzem auch nach Amerika exportiert. In der zweiten Jahreshälfte sollen auch Filme mit ISO 200 und ISO 400 sowie Lucky Farbpapier exportiert sein.

Kodak baut weitere 800 Stellen ab

Der Stellenabbau im amerikanischen Stammhaus der Eastman Kodak Company in Rochester N.Y. geht weiter: 800 vorwiegend in administrativen Bereichen tätige Angestellte sollen mit attraktiven Abgangsentschädigungen zum Kündigen bewegt werden.

Recycling-Programm von Kodak und Konica

Kodak und Konica haben für den amerikanischen Markt eine Zusammenarbeit für die Wiederverwertung von Einfilmkameras vereinbart. Ein ähnliches Programm wird zwischen den beiden Firmen bereits seit 1991 in Japan mit grossem Erfolg praktiziert.

NC-Akkus aus China

Die im letzten Dezember errichtete Produktionsanlage der ToCad Company soll weiter ausgebaut werden, um die Monatskapazität von derzeit 1 Mio Akkus auf drei Millionen zu erhöhen. ToCad stellt in erster Linie wiederaufladbare Batterien für portable Telefone her und erwartet insbesondere in diesem Bereich noch ein enormes Wachstum. Das in Zuhai, Guangdong, domizillierte Unternehmen gehört zur Sunpak H.K. Ltd.

IS-100 ist Bestseller von Olympus

Die vor einem Jahr eingeführte Olympus IS-100 (L-10 in Japan und IS-10 in USA) ist der Bestseller im Hause Olympus: Bisher wurden 250'000 Stück produziert, von denen 20 Prozent im japanischen Heimmarkt abgesetzt wurden.

Billig-Camcorder von Hitachi

Der neue faustgrosse 8-mm-Camcorder Hitachi VK-C32 ist nur 250 g schwer und kostet rund 350 Franken. Er ist mit einem Fixfokusobjektiv mit Weitwinkel- und Normalbrennweite ausgestattet und soll mit seiner einfachen Bedienung besonders für Kinder, Überwachungsaufnahmen oder für Computerbilder geeignet sein. Es ist eine monatliche Produktionsmenge von 1000 Einheiten geplant.

Quellenangabe auf Anfrage

Interdiscount im Geschäftsjahr 1994

Die Interdiscount-Holding wies im vergangenen Jahr einen Gruppengewinn von Fr. 11.2 Mio. und einen Cash Flow von Fr. 69.2 Mio. auf. Während dem die Interdiscount in der Schweiz Rekordgewinne verzeichnete, verfehlte die internationale Gruppe ihre Umsatz- und Gewinnziele aufgrund von Markt- und teilweise auch mit Managementschwächen im Ausland (insbesondere in Deutschland und Frankreich) deutlich. Der konsolidierte Umsatz der Gruppe wuchs von Fr. 1819.8 Mio. im Vorjahr auf Fr. 2386.8 Mio. im Berichtsjahr. Im selben Zeitraum sank der Gewinn von Fr. 25.3 Mio. auf Fr. 11.2 Mio. nach Steuern und der Cash Flow bildete sich von Fr. 81 Mio. auf Fr. 69.2 Mio zurück.

regung ihrer Konzernleitung tritt die Interdiscount-Gruppe der Kritik, ihre Führungsstruktur sei ungenügend, entgegen: Dr. Leonardo E. Vannotti und Dr. Reto F. Domeniconi werden zur Wahl in den Verwaltungsrat vorgeschlagen. Vorgesehen ist, dass Dr. Leonardo E. Vannotti das Präsidium von Erich Traber, der dieses Jahr mit 65 Jahren wie geplant zurücktritt, anlässlich der Generalversammlung übernehmen wird. Als Verwaltungsrat wird Traber weiterhin die Interdiscount Holding AG bei diversen Tochtergesellschaften vertreten. Im neugebildeten Ausschuss sitzen Dr. Leonardo E. Vannotti, Dr. Georg Krneta und Rudolf Baer ein. Ausgebaut wurde schliesslich die Konzernlei-

Interdiscount Holding 1994: Umsatz, Cash Flow und Gewinn pro Markt

Marktregion	Beteiligung IDH	Umsatz Mio. CHF	Cash Flow (Mio. CHF)	Jahresergebnis (Mio. CHF) v. Minderheiten n. Min.
Schweiz				
Interdiscount / Microspot / Color Labor	100%	634.4	38.8	28.7
Deutschland / Ungarn				
Porst-Gruppe inkl. PORST Holding	53%	868.8	41.9	10.9
Frankreich	100%	494.6	-13.9	-19.1
Oesterreich				
Niedermeyer-Gruppe (Herlango / Nettig)	60%	291.3	3.8	-2.6
Belgien				
Polyfoto-Gruppe	100%	75.9	2.3	1.6
Spanien	75%	18.2	-1.4	-1.9
Ferner Osten				
ID (Far East) Hong Kong	80%	3.6	0.5	0.4
Übrige Gesellschaften				
ID Beteiligungs GmbH u.a.	-	-	-2.8	-2.8
Total in Mio. CHF		2386.8	69.2	15.2

In der Schweiz stieg der konsolidierte Umsatz der Verkaufsgesellschaften (Interdiscount, Microspot und Fotolabor) um 13,5% auf Fr. 612,5 Mio. Dies, obwohl der schweizerische Heim-elektronikmarkt nur leicht, um 1% auf rund Fr. 2,03 Mrd., anwuchs. Getrübt wurde die positive Entwicklung vor allem durch den Geschäftsgang in Frankreich, wo die Interdiscount France S.A. trotz einem markanten Umsatzplus von 62% gegenüber 1993 einen Verlust hinnehmen musste. Auch in Deutschland wurden die ehrgeizigen Umsatz- und Gewinnziele trotz der Integration der deutschen Interdiscount Filialen in die Porst-Gruppe nicht erreicht. Dafür waren der schwierige deutsche Markt, aber auch Managementfehler im Marketing verantwortlich. Bei der Tochtergesellschaft Niedermeyer in Österreich drückte die Integration der Ladenkette von Herlango auf die Erfolgsrechnung 1994. In Ungarn litt die Tochtergesellschaft Föfoto unter der misslichen Währungs-entwicklung. In Belgien schloss die Unternehmensgruppe trotz der schwachen Branchenkonjunktur mit dem erwarteten Gewinn ab. In Spanien führte der Bereinigungsprozess wie im Vorjahr zu einem Verlust. **Personelles:** Mit der Erweiterung ihres Verwaltungsrates und der Neu-

regung der Interdiscount Gruppe und deren angegliederte Führungsbereiche. In der Führungsspitze teilen sich der Verwaltungsratsdelegierte Rudolf Baer und neu ein Konzernleiter für den Finanz- und Organisationsbereich die Aufgaben. Beide stehen gemeinsam allen Ländergesellschaften vor. Neu wird ein Generalsekretariat für die Bereiche Administration, Kapitaltransaktionen, Rechtsdienste und Investors-Relations auf Holdingebene geschaffen, das durch Gerard de Sepibus geführt wird. **Massnahmen:** Nach Jahren starker Umsatzexpansion und ungenügender Gewinne konzentriert sich die Interdiscount-Gruppe nun auf ihr Kerngeschäft. Sie versteht sich als Nahversorger im Bereich der Konsumelektronik und des Fotofinishing. Beteiligungen ausserhalb dieses Kerngeschäfts wurden und werden abgestossen, die ausländischen Beteiligungen im Kerngeschäft erhöht. Dies gilt auch für Liegenschaften, die im In- und Ausland entbehrlich sind. Zudem wird das Wertschriften-geschäft der verschiedenen Vermögensverwaltungsgesellschaften aufgegeben. In den ersten drei Monaten des laufenden Jahres erhöhte sich der konsolidierte Umsatz der Interdiscount-Gruppe um mehr als 13% auf Fr. 532.8 Millionen.

160

400

Wir scheuen keinen Vergleich. Ihr Test beweist es Ihnen.

Sie vertrauen ja doch nur Ihren eigenen Augen. Also machen wir hier auch keine großen Worte. Testen Sie den neuen KODAK EKTACOLOR Pro GOLD Professional Film selbst.

Bestnote (★★★★★) für den KODAK EKTACOLOR Pro GOLD 160 Professional Film im „Fotomagazin“ 1/95

Erleben Sie die brillante Schärfe, die natürliche Hauttonwiedergabe und den hervorragenden Belichtungsspielraum unserer neuen Portraitfilme. Die neuen Filme gibt es in den Formaten 135-36 und 120.



PROFESSIONAL & PRINTING
IMAGING

