

# "Gleiche Chancen für Fachhandel und Grossverteiler"

Autor(en): **Rehmann, Franz**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

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

Heft 10

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-980130>

## **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

HANDE

WIRTSCHAFT

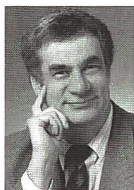
**Juni-Ausgabe**  
Nächstes FOTOintern erscheint am 3. Juli

INTERN

Nr. 10/95  
8. Juni 1995

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

Kürzlich fand in Prag die Interkamera statt, die zweitwichtigste europäische Fotomesse nach der photokina. Über 100'000 Besucher, vorwiegend aus osteuropäischen Ländern, bestaunten ein westliches und fernöstliches Schlaraffenland-Sortiment, das bei einem Durchschnittsgehalt von umgerechnet Fr. 450.- monatlich und praktisch identischen Preisen wie in der Schweiz wohl für die wenigsten Erschwingliches zeigte. Auch wenn eine neue Kamera für die meisten Besucher im Bereich mehrerer Monatsgehälter liegt, so spiegelten die vielen interessierten, vor allem jungen Gesichter auf der Interkamera eine ungebrochene Faszination für die Fotografie wider. Es ist jene Faszination, die uns vielleicht im Laufe der Wohlstandsjahre abhanden gekommen ist, und auf die wir uns wieder zurückbesinnen sollten, um die Fotografie als das ausdrucksstärkste Bildmedium erleben zu können. Allerdings gehören dazu nicht nur Kamera und Film, sondern vor allem Verständnis und Begeisterungsvermögen.

Urs Tillmanns

## «Gleiche Chancen für Fachhandel und Grossverteiler»

Das Geschäftsjahr der meisten japanischen Firmen stimmt nicht mit unserem Kalenderjahr überein, sondern es endet im ersten Jahresdrittel. Minolta hat soeben seine Bücher 94/95 abgeschlossen. Wir wollten von Geschäftsführer Franz Rehmann wissen, wo die Zuwachsraten lagen, und wie er die Trends sieht.

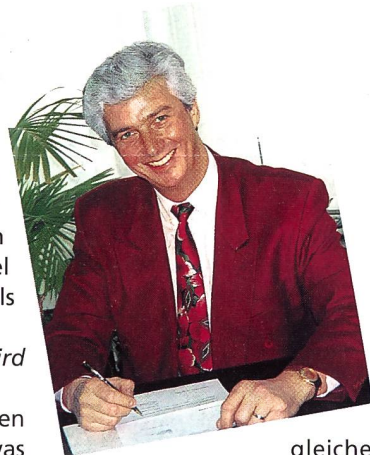
**FOTOintern:** Herr Rehmann, das Minolta-Geschäftsjahr 94/95 ist vorüber. Wie sind Ihre aktuellsten Zahlen?

**Franz Rehmann:** Wider erwarten konnte Minolta (Schweiz) das vergangene Geschäftsjahr 94/95 sehr zufriedenstellend abschliessen. Die ersten Wochen des neuen Geschäftsjahres entwickelten sich dagegen eher unerfreulich. Nicht nur wir, sondern die gesamte Fotobranche hat im Moment etwas Mühe. Verantwortlich dafür ist eine Summe von Faktoren. Die Konsumenten sind noch immer durch die hohe Arbeitslosigkeit verunsichert.

Folge: Die Sparquote war selten so hoch wie momentan! Überdies steht den meisten ein tieferes Einkommen zur Verfügung als in den Vorjahren. Ganz klar, dass für den Konsum wesentlich weniger Mittel zur Verfügung stehen als früher.

**FOTOintern:** Und doch wird unverändert viel geist...

**Rehmann:** Die Ferien waren schon immer das letzte, was sich Herr und Frau Schweizer nehmen liessen. Hingegen werden heute sehr oft Spontanreisen unternommen, während denen das Fotografieren nicht mehr den



gleichen Stellenwert innehat wie früher. Oft wird heute auf den Kauf einer neuen Kamera für die Reise verzichtet.

Fortsetzung Seite 3

### 5 Hasselblad

Rund 20 Händler konnten sich im Hasselblad-Werk in Göteborg von der hohen Fertigungsqualität der legendären Mittelformatkamera überzeugen.

### 7 Test

Edelkompakte Kameras im Härtestest. Sind sie nur spezieller oder auch besser? Adrian Bircher vergleicht die wichtigsten Modelle des aktuellen Marktes.

### 11 Leica

Nach Redaktionsschluss: Rechtzeitig zur Sommersaison kommt die Leica minilux mit lichtstarkem Objektiv und Titangehäuse auf den Markt. Hier die Details.

### 14 Samsung

Samsung präsentiert auf der Interkamera in Prag drei neue Kompaktmodelle und informierte über die nahe Zukunft: Die Koreaner wollen Spiegelreflex und APS bringen.

### 15 Minolta

Die neue Minolta Zoom Riva 135EX ist eine der leichtesten und kleinsten Kompaktkameras mit Dreifachzoom und vier asphärischen Flächen. Näheres darüber steht auf Seite 15.

### 15 Kodak

Kodak rundet das Ektar-Sortiment mit dem neuen 200er ab und bietet damit einen Universalfilm für höchste Ansprüche an. Mehr zur neuen Filmtechnologie auf Seite 15.



YASHICA Contax is a product of Kyocera Corporation, Japan



## 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, mittenbetont 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 Reihenfolgeänderung 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.

Weitere Informationen und Testberichte erhalten Sie direkt bei Yashica AG, Postfach, 8800 Thalwil.

# CONTAX G1

*The Classic Evolution.*

Yashica AG, 8800 Thalwil

**Baar:** Foto Grau / **Basel:** Eschenmoser, Foto Hämmerlin, Foto Wolf / **Bern:** Eschenmoser, Foto Dany, Photo Vision Schuler, Foto Zumstein / **Biel:** Foto Kühni, Photo Vision Schuler / **Chiasso:** Photo Centro / **Chur:** Foto Wuffli / **Dübendorf:** Schwarzenbachs Fotobörse / **Genève:** EURO PHOTO, Photo Claudine, Photo Florissant, Photo Molard, Photo Mont-Blanc / **La Chaux-de-Fonds:** Photo Vision du Théâtre / **Langenthal:** Foto Lang / **Lausanne:** Colora Photo Maxim, Photo Grancy, Photo Vision St. François / **Lugano:** Photo Catena / **Luzern:** Foto Ecker / **Mels:** Foto Wuffli / **Neuchâtel:** Photo Vision Neuchâtel / **Olten:** Foto Wolf / **Rheinfelden:** Foto Marlin / **St. Gallen:** Eschenmoser, Foto Gross, Foto Mayer / **Thun:** Photo Vision Schuler / **Wallisellen (Glattzentrum):** Kochoptik / **Winterthur:** Foto Steiner / **Zug:** Foto Grau / **Zürich:** Eschenmoser, Foto Bären, Foto Ganz, Foto Motion, Fust AG (im Jelmolli), Kochoptik.



Fortsetzung von Seite 1

**FOTOintern:** Der engagierte Fotoamateurliebling kauft sich eher eine Systemkamera als eine Kompakte. Dazu müsste Minolta eigentlich sehr viel sagen können.

**Rehmann:** Das ist richtig. Minolta hat im Spiegelreflexbereich stückzahlenmässig nochmals um rund 10 Prozent zugelegt und einen Marktanteil von über 40 Prozent erreicht. Auch hier sind die Preise weiterhin rückläufig, und der Trend zu preisgünstigen Einstiegermodellen hält ebenfalls unverändert an.

**FOTOintern:** Dann dürfte die Dynax 300si zur Zeit das fleisigste Pferd im Stall sein.

**Rehmann:** Nein, es ist immer noch die Dynax 500si, die übrigens weltweit eine der meistverkauften Spiegelreflexkameras ist. Bei den Kompaktkameras kaufen Herr und Frau Schweizer eher das bestausgestattete Modell, während bei den Spiegelreflexkameras die Preisklasse unter Fr. 1000.– weitaus bevorzugt wird. Einzig im Fachhandel stellen Geräte mit einem Verkaufspreis über Fr. 1000.– noch immer ein wichtiges Segment dar.

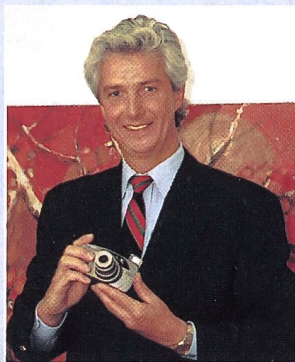
**FOTOintern:** Wie sieht bei Minolta das Objektivgeschäft aus?

**Rehmann:** Mit diesem Bereich sind wir recht zufrieden; betrug doch die Zunahme im letzten Geschäftsjahr über 20 Prozent. Allerdings beschränkte sich auch hier das grosse Geschäft auf einige wenige Typen wie AF35-70 und 70–210 mm. Auch der Fachhandel verkaufte sehr häufig ganze Sets mit Kamera und Objektiven. Das halten wir nach wie vor für eine sehr gute Verkaufsstrategie des Handels, weil dadurch der künftige Kamerabesitzer sofort die wichtigsten Vorteile einer Systemkamera erkennt.

**FOTOintern:** Mit welchen Massnahmen fördern Sie den Verkauf der Spiegelreflexkameras im oberen Segment?

**Rehmann:** Neben der klassischen Werbung haben wir zum engagierten Spiegelreflex-Benutzer eigentlich einen sehr direkten Kontakt. Ich denke da an unser Kundenmagazin Minolta-Spiegel, das als Informationsmedium auf breiter Basis geschätzt wird oder an die Aktivitäten unseres Schulungszentrums mit Kursen, Workshops und Fotoreisen. Wir stellen eine anhaltend wachsende Nach-

## Zur Person



Franz Rehmann, geboren 1950, ist seit 29 Jahren in der Fotobranche tätig. Er war als Fotograf in einem kleinen Ladengeschäft, später als Verkäufer in Fachgeschäften und bei einem Discounter tätig, bevor er vor knapp 17 Jahren zu Minolta kam. Dort ist er seit 1990 Geschäftsführer.

frage nach Schulungen fest. Nachweislich resultieren daraus Zusatzverkäufe von Objektiven, Zubehör und Zweitgehäusen, was erwiesenermassen vor allem dem Fotofachhandel zu gute kommt. Alles in allem tun wir doch sehr viel für die Minolta-Konsumenten.

**FOTOintern:** Was immer wieder übersehen wird, ist der Ferngläserbereich von Minolta. Wie hat er sich im letzten Geschäftsjahr entwickelt?

**Rehmann:** Ehrlich gesagt: Gar nicht positiv. Der Markt für Ferngläser ist leider etwas rückläufig, aber für uns nach wie vor ein beachtlicher Umsatzträger, obwohl wir dieses Feld nie sehr stark beworben haben. Sicher attraktiv sind unsere Produkte bezüglich Preis-/Leistungsverhältnis. Der Spontankäuferanteil dürfte recht hoch sein.

**FOTOintern:** Zurück zu den Kameras. Wie präsentiert sich der Markt bei genauerem Hinschauen?

erwähnt, Marktführer im Spiegelreflexbereich, sondern gehören auch bei den Kompaktkameras zu den wichtigsten Anbietern.

Gemäss Institut GfK sind wir in der Periode Februar/März '95, gemessen an Stückzahlen, mit 14,3 Prozent und wertmässig mit 17,7 Prozent erneut Marktleader geworden. Nur bezogen auf das Segment Zoomkompaktkameras belegten wir Platz eins bei den Stückzahlen und erreichten beim Wert Platz zwei.

**FOTOintern:** Wie teilen sich die Verkaufskanäle auf?

**Rehmann:** Rund die Hälfte der im Gesamtmarkt verkauften Einheiten wird im Fachhandel abgesetzt. Je 20 Prozent entfallen auf die Kanäle Manor/Migros und Interdiscount/Steiner. Wertmässig hingegen liegt der Fachhandel etwa bei 60 Prozent. Beurteilt man nur die Stückzahlen der Spiegelreflexkameras, so stellt man erfreulicherweise fest, dass rund zwei

Drittel aller Käufer den Weg zum Fachhändler finden. Dort findet sich ein besseres Sortiment, und eine qualifizierte Beratung stellt bei einer grösseren Anschaffung eine unverändert geschätzte Dienstleistung dar, die man in erster Linie beim Fachhandel findet.

**FOTOintern:** Sie glauben also noch immer an die Zukunft des Fachhandels?

**Rehmann:** Ja. Ich bin überzeugt, dass der Fachhandel künftig Chancen haben wird, und es ist schade, dass auch gute Händler, nach der durchlebten Rezession, zur Resignation tendieren und in Zukunft nur noch auf das Bildergeschäft als einzige Säule setzen wollen. Vergessen wird, dass auch dieses Geschäft konjunkturabhängig ist.

Aber gerade die komplexeren Spiegelreflexmodelle und gut ausgestattete Kompaktkameras sucht der Käufer nach wie vor im Fachgeschäft.

**FOTOintern:** Und wie helfen Sie dem Fachhändler den Tageskampf mit den Grossverteilern zu überleben?

**Rehmann:** Indem wir beispielsweise bestimmte Angebote exklusiv dem Fachhandel zugänglich machen. Gemeinhin überschätzt wird auch die Differenz zwischen den Einkaufskonditionen der «Grossen» und des Fachhandels. Wir sind zum Beispiel gerne bereit, einen Fachhändler temporär bei eigenen Verkaufaktionen mit speziellen Verkaufsstrategien und Angeboten zu Spezialkonditionen zu unterstützen.

Für den Fachhandel ist der Kameraverkauf ein wichtiger Motor, der überhaupt erst die Voraussetzung für das Bildergeschäft schafft. Wir tun alles in unserer Macht stehende, was dem Fachhandel hilft, seine, zugegeben, oft schwierige Marktsituation zu verbessern und ihn konkurrenzfähig zu halten.

**FOTOintern:** Herr Rehmann, wir danken Ihnen bestens für dieses Gespräch.