

Der neue Mann bei Olympus : Kurskorrekturen?

Autor(en): **Brooks, John**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

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

Heft 11

PDF erstellt am: **09.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-980132>

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

HAND

WIRTSCHAFT

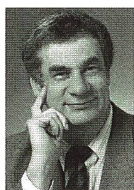
Juli-Ausgabe
Nächstes FOTOintern erscheint am 2. August

INTERN

Nr. 11/95
3. Juli 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

Es stimmt natürlich nicht, dass FOTOintern künftig nur noch monatlich erscheint. Nur in den Sommermonaten Juni, Juli und August ist dies der Fall, weil es an warmen Sommerabenden am Gartengrill eben schöner ist als vor dem Computer. Zudem sehnt sich der Schreiber nach einem warmen Palmenstrand, um dort wieder die unerlässliche Ration Jahresenergie zu tanken. Ab September geht es bei FOTOintern dann wieder im Zwei-Wochen-Rhythmus weiter, um Ihnen wieder die gewohnt schnelle Information aus der Fotobranche zu vermitteln. Dass es zur Zeit im Fotomarkt ungewohnt ruhig ist, liegt natürlich wieder einmal am Wetter – woran denn sonst? Wie die derzeitige Marktlage des Fotohandels wirklich ist, und wie aufgrund einer Umfrage der IHA die Entwicklung bis Jahresende eingeschätzt wird, lesen Sie auf Seite 5. Sie deckt sich übrigens auch mit ähnlichen Marktanalysen aus dem Ausland. Nur sind dort die Margen noch schlechter als bei uns.

Urs Tillmanns

Der neue Mann bei Olympus: Kurskorrekturen?

John Brooks ist seit einigen Monaten für den Fotobereich der Olympus (Schweiz) AG verantwortlich. Wir wollten von ihm wissen, wie er die Schweizer Fotoszene einschätzt, und welchen Kurs er bei Olympus einschlagen will.

FOTOintern: Herr Brooks, Sie sind seit drei Monaten Leiter der Consumer Products Division und damit für den Fotobereich bei Olympus Optical (Schweiz) AG verantwortlich. Wie verlief Ihre berufliche Laufbahn zuvor?

John Brooks: Seit 1988 bin ich bei der Olympus Europa Zentrale in Hamburg tätig und war da zuletzt für die Kamera-Geschäfte in Osteuropa zuständig. Das bedeutete dort Unterstützung und Aufbau von unseren Partnern in den ehemaligen sozialistischen Ländern wie Polen, Russland und Ungarn. Wie Sie wissen,

verliess Herr Kuhn Ende Februar die Firma Olympus. Seitdem bin ich interimswise in der Position des Division Manager

Consumer Products in der Schweiz tätig. Ich bleibe solange, bis wir den richtigen Ersatz für Herrn Kuhn gefunden haben. Wie lange das dauert, kann ich nicht sagen.

FOTOintern: Geschäftsführer ist Herr Masataka Suzuki. Wie sind die Verantwortlichkeiten intern abgegrenzt?

Brooks: Als Division Manager bin ich für das operative Geschäft im Bereich Con-

sumer Products verantwortlich. Dies beinhaltet die Leitung von Marketing, Vertrieb und Service. Gleichzeitig bin ich Anlaufstelle für alle Fotofachhändler. Als geschäftsführender Direktor ist Herr M. Suzuki für die rechtlichen Belange der Firma Olympus (Schweiz) AG verantwortlich und zwar abteilungsübergreifend, also auch für unseren medizinischen Bereich.

FOTOintern: Sie kennen aufgrund Ihrer früheren Tätigkeit bei Olympus Europe die internationale Szene des Fotohandels sehr gut. Was ist in der Schweiz anders, als beispielsweise in Deutschland oder England (Händlermargen, Wettbewerbssituation, Werbebeteiligungen etc.)?

Brooks: Jeder Markt hat seine eigene Charakteristik und Problematik. Ich denke, man

Fortsetzung Seite 3

5 Markt

Die Marktentwicklung des Fotofachhandels liegt unter den Erwartungen. Details dazu, mit den aktuellsten IHA-Umfrageergebnissen, lesen Sie auf Seite 5.

9 Hasselblad

Kürzlich hatte eine Schweizer Händlergruppe Gelegenheit, das Hasselblad-Werk in Schweden zu besichtigen. Dazu einige Eindrücke auf Seite 9.

10 Imageria

Welche Chancen hat heute der Fotofachhandel neben den Grossverteilern und den Copyshops noch. René Schlachter hat sich dazu seine Gedanken gemacht.



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 / **Oltten:** 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 Jelmoli), Kochoptik.

Fortsetzung von Seite 1

kann nicht alle Märkte mit einer einzigen «Universal-lösung» bearbeiten. Die Schweiz ist für mich ein besonders interessantes und vielseitiges Land, nicht zuletzt wegen der sprachlichen und kulturellen Unterschiede, welche die Schweiz einzigartig machen. Auch ist der Kameramarkt in der Schweiz in mancher Hinsicht einmalig. Hier gibt der Konsument für seine Kamera deutlich mehr Geld aus als in jedem anderen europäischen Markt (durchschnittlich ca. Fr. 380.-). Dies scheint nicht aussergewöhnlich hoch zu sein, tatsächlich liegen die Schweizer damit aber 75% über dem europäischen Durchschnitt! Einen grossen Teil nehmen Zoom Kameras ein, die zurzeit 52% des Kompakt-Kameramarktes ausmachen, ebenfalls der höchste Anteil in Europa. So fällt dem Fotofachhändler in der

Länder begrenzt. Oft sind diese Grossverteiler auch international tätig oder haben Partner im Ausland. Gerade in der vergangenen Zeit war zu beobachten, dass grosse europäische Retailer mit Firmen in Amerika und Japan zusammenarbeiten, um Erfahrung in verschiedenen Bereichen auszutauschen, vor allem in Sachen Einkauf. Wie ich aber bereits erwähnte, ist die Position des Fotofachhändlers wichtig für den Markt und die Industrie. Hier sind einerseits die Hersteller gefordert, vernünftige Verkaufsstrategien zu entwickeln – und zwar für alle Verkaufskanäle –, andererseits auch die Fotohändler, denn sie müssen heutzutage mindestens so kreativ und dynamisch agieren wie die «Grossen».

FOTOintern: Olympus hat sich in der letzten Zeit durch ihre Preisgestaltung und mit verschiedenen Aktionen der Kritik, insbesondere der Fachhändler, ausgesetzt. Welche Kurskorrekturen der Verkaufsstrategien haben Sie vorgesehen?

Brooks: Olympus gehört zu den grossen Namen der Foto Branche. In den meisten europäischen Ländern sind wir Marktführer, so auch in der Schweiz. Im vergangenen Jahr wurden hier mehr 35mm Sucher Kameras von Olympus verkauft als von jedem anderen Hersteller. Es dürfte klar sein, dass ein Händler oder Grossverteiler, der eine Anzeige schaltet, eine Promotion startet oder ein Jubiläum feiert, einen Marktführer mit dabei haben möchte. Ebenso klar, dass der einfachste Weg, sich zu profilieren, über den Preis führt. Wir unterstützen die Fachhändler auf andere Weise. Sie brauchen Instrumente, womit sie sich abheben können und auch Unterstützung, die auf ihre speziellen Bedürfnisse ausgerichtet sind. Ich denke hier an Modellvarianten, flippige Verpackungen, Exklusivmodelle usw. Eine vernünftige

Zur Person:

Jahrgang: 1962
Nationalität: Britisch
Zivilstand: ledig
Wohnort: Hamburg/Zürich
Studium: Betriebswirtschaft (UK)
Bei Olympus: seit 1988

Schweiz eine entscheidende Rolle zu. Gerade weil derart viele hochwertige Produkte in der Schweiz abgesetzt werden, ist die Beratung durch den Fachhändler unersetzbar. Die Tatsache, dass annähernd 65% des gesamten Foto Umsatzes von Fachhändlern erzielt werden, spricht für sich.

FOTOintern: Erachten Sie die Konkurrenzsituation durch Grossverteiler in der Schweiz für den Fachhandel als besonders dramatisch, oder ist sie, im Vergleich zu ausländischen Situationen, eher gemässigt?

Brooks: Die Verdichtung der Vertriebskanäle und das Wachstum der Grossverteiler ist ein europäisches Phänomen und nicht auf einzelne

Für Sie gelesen...

Kreditkarte mit Sofortbild

In Japan wird die Sumitomo Credit Service Ltd. zusammen mit Fuji neue Visa-Kreditkarten herausbringen, die den Karteninhaber mit einem Fuji Fotorama Sofortbild zeigen. Dadurch soll der Kartenmissbrauch verunmöglicht werden. Die beiden Unternehmen rechnen im ersten Jahr mit 500'000 Kreditkarten mit ID-Foto.

Kopiergerät blättert Seiten um

Der neueste Ricoh-Kopierer TP-108 ist mit einer speziellen Buchschublade ausgestattet, in welche ein zu kopierendes Buch offen eingelegt wird. Ist die Doppelseite kopiert, fährt das Gerät das Buch aus, blättert die Seite mittels statischer Elektrizität selbsttätig um und kopiert die nächste Doppelseite.

Fuji Einfilmmkamera mit ISO 800-Film

Fuji kündigte in Japan eine neue Einfilmmkamera an, die mit einem Fujicolor G ACE 800 Film für 27 Aufnahmen geladen ist. Die Kamera gibt es mit oder ohne Blitz. Im Laufe dieses Jahres soll eine noch preisgünstigere Version für 15 Aufnahmen und ohne Blitz auf den Markt kommen. Das Objektiv hat eine asphärische Linse.

Fuji baut Fabrik für APS-Filme

Fuji Photo Film Co. hat in ihrem japanischen Filmwerk in Ashigara eine neue Fabrik für das im nächsten Jahr auf den Markt kommende Fotosystem APS (Advanced Photo System) eingerichtet. Die Kosten dafür lagen bei rund 600 Millionen US-Dollar. Laut einer Meldung in einer japanischen Industriezeitung soll die Produktion von Testmaterial im Juni begonnen haben.

Quellenangabe auf Anfrage

Preis- und Margenpolitik ist selbstverständlich eine Voraussetzung.

FOTOintern: Dieses Jahr feiert Olympus (Schweiz) AG ihr zehnjähriges Bestehen. Sind dazu besondere Aktivitäten geplant?

Brooks: In der Tat. Obwohl die Firma Olympus jetzt 75 Jahre alt ist, besteht die Tochtergesellschaft in der Schweiz erst seit 10 Jahren. Zu diesem Anlass unterstützen wir den Verkauf mit unserem «Go for Gold» Wettbewerb, der das ganze Jahr seine Fortsetzung

findet. Seit dem 1. Januar 1995 liegen unseren Autofocus Kameras, Pearlcordern und Ferngläsern Rubbelkarten bei. Damit können wechselnde Sofortpreise gewonnen werden. Welcher Preis in welchem Monat zu gewinnen ist, ist jeweils im FOTOintern in der Olympus Ecke nachzulesen. Die Rubbelkarten können auch gesammelt werden und zum Gewinn eines Mini-Goldbarrens führen.

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

Akzent am Fotofest in Vevey

Nicht «nur» Fest – es wurde auch gearbeitet. Unter dem Titel «Enseigner la photographie» fanden Professoren, Lehrbeauftragte und eigentliche Fotolehrer aus Europa und Übersee den Weg in die Fotoschule Vevey, um in zwei vollbesetzten Kolloquiumstagen 24 Vorträge zum Thema zu hören und darüber zu diskutieren. Erfreulich die Beteiligung und das Versprechen, die Veranstaltung in zwei Jahren weiterzuführen. Wer fehlte, waren leider die deutschsprachigen Verantwortlichen. Dies obwohl gerade in diesem Sprachraum, diesseits und jenseits der Grenzen, die Meinungen recht weit auseinandergehen. Themen wie «Die Integration des elektronischen Imaging bei der fotografischen Ausbildung» (Sabine Süssstrunk vom RIT, Rochester USA) oder solche, die das Spannungsfeld Technik – Kunsthandwerk – Kunst und Kommerz betreffen, gewährleisteten die Präsenz wichtiger Mentoren wie Peter Knapp, ESAG Paris, Richard Woodfield, Nottingham Trent Universität, Edward Rozzo, IED Milano, Jean Bernard Mazens vom Ministerium für Jugend und Sport (!) oder Leena Saraste, Uni Helsinki – auch in zwei Jahren. Ein grosser Dank gilt dem Sponsor Kodak und den Verantwortlichen der Fotoschule Vevey, die mit dieser Veranstaltung einen beispielhaften Akzent zu ihrem 50-Jahre-Jubiläum setzten. RS