

Stimmen zur FOTO PROFESSIONAL : "Qualität ist wichtiger als Quantität"

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **4 (1997)**

Heft 6

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-978888>

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.

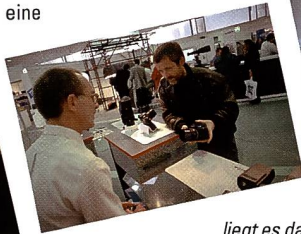
Haftungsausschluss

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.

Stimmen zur FOTO PROFESSIONAL: «Qualität ist wichtiger als Quantität»

Vom 19 bis 21. März fand in der Halle 1.1. der Messe Zürich die Foto Professional statt. Sie war ein grosser Erfolg, und sowohl die 2273 Besucher als auch die 45 Aussteller waren rundum zufrieden. Und doch wird man sich für die nächste ähnliche Messe einige Gedanken machen müssen.

Wenn die Besucherzahl der alle zwei Jahre stattfindenden Foto Professional für viele unter den Erwartungen liegt, so darf man zwei Tatsachen nicht übersehen: Erstens eine rein mathe-



eine grosse Verunsicherung herrscht, was die digitale Fotografie anbelangt. Es ist nun an uns, sehr viel Aufklärungsarbeit zu leisten.

nicht erreicht. Vielleicht liegt es daran, dass dieses Potential hinter dem Namen 'Foto Professional' ausschliesslich Fotoprodukte vermutet.

matische, nämlich dass die diesjährige Messe einen Tag kürzer dauerte und dass das Tagesmittel der Besucher beträchtlich höher lag als vor zwei Jahren. Dann eine qualitative: Die Messe wurde von einem sehr interessierten Publikum besucht, das auf dieser reinen Fachmesse voll auf seine Rechnung kam. Was die Besucherzahl anbelangt meinte René Koller von Canon AG: «Die tägliche Besucherzahl an unserem Stand war spürbar höher als vor zwei Jahren. Man spürt ganz deutlich, dass beim Handel ein grosser Bedarf nach Messen besteht. Gleiches gilt für die Profis, die sich sowohl für die digitale Fotografie aber auch für unsere Profilinie interessierten».

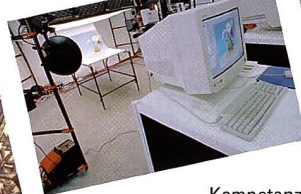
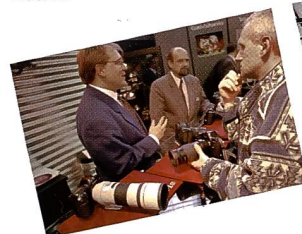
Generell wurde die positive Stimmung gelobt, verbunden mit einem grossen Interesse an Neuheiten, vor allem was die digitale Fotografie anbelangte. «Es herrschte eine angenehme Atmosphäre für Aussteller und Besucher» erklärte Michel Ungricht von Gujer Meuli. «Der Fotohandel hat eine Plattform gefunden, auf der er sich in der Schweiz über aktuelle Produkte und Neuheiten informieren kann. Das ist heute wichtiger denn je, denn unsere Branche befindet sich in einem enormen Wandel».

Rainer Leifermann von Agfa AG stellte fest: «Für uns gab es ganz klar zwei Besuchergruppen von unterschiedlichen Interessen: Fotohändler, die sich in erster Linie für unsere Angebote und die aktuelle Garfield-Aktion interessierten, und Fachleute, die alles über digitale Fotografie wissen wollten».

Dass Berufsfotografen und Fachhändler mit unterschiedlichen Interessen den Weg in die Züsphallen gefunden haben, zeigt, dass eine Messe dieser Art einem echten Besucherbedürfnis entspricht. «Wir haben einen sehr positiven Eindruck», sagt Jean-Luc Pignet von Kodak SA. «Die vielen Gespräche, die wir in einer guten Atmosphäre mit unseren Kunden führen durften, waren für beide Seiten sehr wertvoll. Allerdings müssen wir die Werbung für diese Ausstellung noch stärken auf die einzelnen Zielgruppen ausrichten. Viele Interessierte aus dem Prepress-Bereich haben wir

Das Interesse an der digitalen Fotografie der meisten Besucher war unüberhörbar. Sie wollten sich über die trendweisende Technologie informieren, die nicht nur Mittel für schnellere und zeitgemässe Produktionsmethoden in der Werbefotografie ist sondern auch immer mehr von der Kundschaft an der Verkaufstheke verlangt wird. Die Erfahrung von Martin Schwarz, Fujifilm: «Die Messe war für uns positiv. Allerdings haben wir festgestellt, dass unter den Fachbesuchern

dass im Fotohandel ein enormer Informationsbedarf besteht. Etwa zwei Drittel der Besucher wollten sich an unserem Stand über digitale Fotografie informieren». «Für uns ist die Messe super gelaufen» kommentierte Tenba-Importeur Paul Wyss. «Es hatte nicht nur wesentlich mehr Händler als vor zwei Jahren, sondern zum ersten Mal stellten wir einen deutlichen Trend zu grösseren Taschen und Koffern fest». Mehr Händler also als vor zwei Jahren. Dazu Piet Bächler von Pro Ciné: «Wir sind ausgesprochen positiv überrascht. Die Messe hat einen grossen Zuspruch gefunden. Besonders positiv empfanden die Besucher, dass die Stände generell sehr offen sind, und dass sie damit zu eigentlichen Begegnungszentren werden. Wir finden es schade, dass die Messe so kurz war». Was meinen die Händler? Heinz Weninger der Händlergruppe Interphot: «Für uns war die Messe ein sehr wichtiger Be-



gegnungsort für Gespräche mit Händlerkollegen. Die Produkte stehen nicht unbedingt im Vordergrund. Es ist sogar ein Überfluss an Produkten gezeigt worden, und oft herrschte Ratlosigkeit, worauf man sich nun konzentrieren soll».

Fragwürdiger Name?

Wahrscheinlich sollte man sich für die Messe in zwei Jahren einen zeitgemässeren Namen einfallen lassen, wie beispielsweise «Professional Imaging» oder «Image-Pro», um ein neues Potential aus der Druckvorstufe zu erreichen. Das meinte auch Pascal Balmer der Ilford-Anitec AG: «Trotz der persönlichen Einladungen, die wir verschickten, sind viele unserer Kunden aus der grafischen Industrie nicht gekommen. Der Name 'Foto Professional' entspricht nicht mehr dem ganzen Produktespektrum dieser Messe».

Andere Öffnungszeiten?

Viele Kommentare betrafen die Öffnungszeiten. «Bis 18 Uhr würde reichen», meinte Irène Cavelti von Canon AG. «Danach sind kaum mehr Besucher da. Auch wäre es besser, wenn die Messe über ein Wochenende dauern würde, damit auch die Lehrlinge zum Besuch Gelegenheit haben. Diese für die Zukunft unserer Branche sehr wichtige Zielgruppe hat etwas gefehlt».

Kompetenz ist gefragt – kompetentes Fachwissen in einer völlig neuen Richtung, die man bislang als Domäne einiger weniger Freaks abstempelte. Heute findet ein Umdenken statt. Die digitale Fotografie ist nicht mehr wegzureden.

Gute Geschäfte

Aber auch, was den geschäftlichen Teil der Aussteller betrifft, enttäuschte die Messe in keiner Weise. «Wir sind sehr zufrieden. Wir haben einen guten Umsatz erreicht, und es ist das erste Mal, dass sich der Aufwand gelohnt hat», meinte Rudolf Gross der Perrot AG. Und Vito Aurora der Olympus AG fügte bei: «Für uns war die Messe ein voller Erfolg. Wir stellen fest,

Gutes Seminarprogramm

Das Rahmenprogramm rundete die Veranstaltung optimal ab. Organisator René Schlachter meint: «Ich bin mit dem Ablauf der Seminare sehr zufrieden. Wir hatten ausgezeichnete Referenten, und der fast immer gefüllte Saal bestätigte, dass ein echtes Bedürfnis nach einem solchen Vortrags- und Seminarprogramm besteht. Schade allerdings, dass die Projektionsverhältnisse nicht besser waren; der Tageslichtanteil war viel zu hoch».

Den generellen Schlusskommentar zur diesjährigen Foto Professional möchten wir dem wohl am weitesten gereisten Besucher überlassen: Allen Verch, Presseverantwortlicher von Polaroid USA, sagte nach seinem Rundgang: «Die Messe ist sehr grosszügig gestaltet und sehr angenehm für die Besucher. Man hat wirklich die Möglichkeit alles Wichtige in einem Rundgang zu sehen und fühlt sich nachher über alles informiert. Ich glaube solche lokalen Messen sind heute wichtiger denn je». Tm



Die glücklichen GewinnerInnen des Lehrlingsfotowettbewerbs.



SVPG



Steht jeder alleine in der Lehrlings-Ausbildung?



Hans Peyer
Präsident
und Sekretär
des SVPG

Die Berufsschule der Stadt Luzern hat am 12. März einen Lehrmeister-, Lehrlings- und Elternabend veranstaltet. Der Fachlehrer für die Fotobranche Wolfgang Goda bestritt zusammen mit der Lehrerin für Verkaufskunde V. Christen und dem Warenkundelehrer R. Fischlin den branchenbezogenen Teil des Abends. Ich selbst referierte über das neue Reglement, das jetzt gerade in Bern eingereicht wurde.

Es ist selbstverständlich, dass alle Lehrkräfte an diesem Anlass teilgenommen haben. Von fünfzehn Lehrlingen haben nur gerade drei teilgenommen, begreiflich, denn die Lehrlinge haben den Abend nicht organisiert und es ging schliesslich nur um die Schule. Ferner haben drei Elternpaare und vier Einzelertern teilgenommen. Auch das ist begreiflich, denn auch sie haben den Abend nicht verlangt – es ging ja nur um ihre Kinder. Dagegen ist schon fast als sensationell die Beteiligung von fünf Lehrmeistern aus den 13 Lehrbetrieben anzusehen, man kann einfach annehmen, dass die Lehrbetriebe alle schon oft die Berufsschule besucht haben.

Ich habe schon oft an Diskussionen von Lehrmeistern, Lehrlingen und Eltern oder Lehrern teilgenommen. Dabei musste ich feststellen, dass jede Gruppe überzeugt ist, in einem Lehrverhältnis der entscheidend wichtigste Teil zu sein. Vor allen auch der Teil, der alles richtig macht und der es kaum nötig hat, mit den anderen das Gespräch zu suchen. Die Einladung der Berufsschule Luzern beweist, dass wenigstens diese den Kontakt zu den anderen Parteien sucht. Wenn die Partner – Lehrmeister, Lehrlinge und Eltern – nur mit so geringem Interesse reagieren, kann dies von der Schule gut als schweigende Zustimmung zu ihrer Arbeit angesehen werden.

Ein weiterer Partner in der Ausbildung ist das Zef mit den obligatorischen Einführungskursen. Auch da ist ein ähnliches Bild. Es wird wohl von Lehrbetriebsseite manches an diesen Kursen kritisiert. Einen Lehrmeister im Einführungskurs zu sehen, ist jedoch ein ausserordentlich seltenes Ereignis. Ich bitte deshalb wieder einmal, besuchen Sie einen Einführungskurs, bevor Sie die Kurse kritisieren. Sie können sich gerne vorher telefonisch versichern, dass ein von Ihnen gewünschter Gesprächspartner anwesend sein wird. Sei es der Zentrumsleiter Herr Schwarzenbach, ein Kursleiter oder ein Vertreter des Verbandes, respektive der Kurskommission. Diese Kommission ist die richtige Instanz, um Wünsche oder Beanstandungen anzubringen. Nur ein Bitte habe ich. Reklamieren Sie nicht über Ereignisse, die Sie nur vom Hörensagen her kennen. Kommen Sie zu einem Besuch nach Reiden, wo Sie gerne begrüsst werden.

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

FVGO

Der aktuelle Mitgliederbestand

In FOTOintern 3/57 vom 14. Februar wurde im Bericht der 88. Generalversammlung des SVPG über die Neuorganisation des FGVO fälschlicherweise festgehalten, dass nach dem Austritt von fast 20 Studiofotografen noch 24 Mitglieder zurückgeblieben seien. Tatsache ist, dass die Sektion folgenden Bestand aufweist:

45 Aktivmitglieder, 2 Ehrenmitglieder, 2 Mitglieder mit reduzierter Beitragspflicht (Ehemalige unter 70jährig) und 11 Mitglieder ohne Beitragspflicht (Ehemalige über 70jährig). Wir bitten um Kenntnisnahme.

Fotografen-Gewerbe-Verband der Ostschweiz, Max Baer
Tel. 071-277 77 88, Fax 071-277 77 24

INFO-ECKE OLYMPUS

NEU

DIGITAL-RECORDER D1000

Der D1000 ist das weltweite digitale Diktiersystem, das mit einer Miniatur Flash Memory Card ausgestattet ist.



Was das heisst und wann das digitale Zeitalter auch im Diktierbereich Einzug hält, erfahren Sie jetzt bei unseren Gebietsverkaufsleitern oder von unseren charmanten Damen des Verkaufsbüros unter Tel. 01 947 67 67.

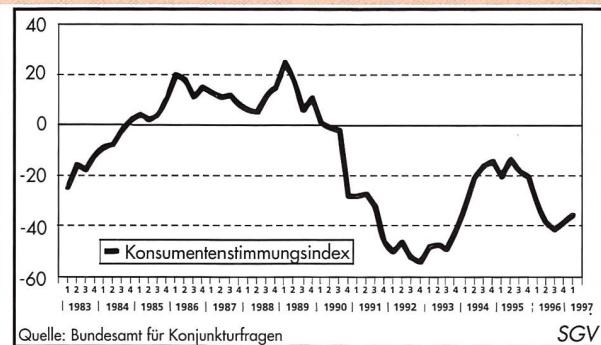
OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE

Photography · Endoscopy · Microscopy · Diagnostics · Communications

Postfach, 8603 Schwerzenbach, Tel. 01 947 67 67, Fax 01 947 66 55

Bessere Konsumentenstimmung



Die leichte Besserungstendenz bei der Konsumentenstimmung scheint anzuhalten. Gemäss einer vierteljährlich durchgeführten Umfrage verbesserte sich die Stimmungslage bei den Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten erneut geringfügig. Dies darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich der Index nach wie vor auf einem tiefen Niveau befindet und die marginalen Verbesserungen kaum dazu beitragen werden, die Binnennachfrage spürbar anzukurbeln. Sorge bereitet den befragten Haushalten immer noch die allgemeine Wirtschaftsentwicklung. Die Sicherheit der Arbeitsplätze wird nach wie vor von einer deutlichen Mehrheit als schlecht eingestuft. Verbessert hat sich demgegenüber die finanzielle Lage der Haushalte. Diese wird so optimistisch eingeschätzt wie seit sieben Jahren nicht mehr. Immer mehr der Befragten geben dann auch an, dass sie zur Zeit Ersparnisse bilden können. Für den einzelnen Haushalt mag dies positiv sein, für die konjunkturelle Entwicklung unserer Wirtschaft stellt die höhere Sparquote dagegen ein zusätzliches Hemmnis dar. Im Sinne eines anti-zyklischen Konsumverhaltens wäre es wichtig, dass seit längerem aufgeschobene Anschaffungen endlich getätigt werden. gpd