

"Die Kreativität der Fotografen passt zu unserer Philosophie"

Autor(en): **Ziv, Oren**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **8 (2001)**

Heft 6

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979763>

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.

editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist
und Herausgeber
von Fotointern

Die Meldung auf Seite 20, dass Gretag das letzte Geschäftsjahr mit einem Verlust von 49 Millionen Schweizerfranken abschloss und neben anderen Sparmassnahmen nun weltweit 320 Personen entlassen muss, berührt uns wahrscheinlich wenig. Man nimmt solche Meldungen zur Kenntnis und kehrt gedanklich wieder in den Alltag zurück.

Mich berührt sie, ist doch Gretag ein bedeutender Technologie-Standort, auf den wir Schweizer berechtigt stolz sein dürfen.

Schade hat sich die Gretag von einem ehemaligen Quallex-Boss zu «höheren Zielen» verleiten lassen, dessen börsenorientiertes Denken das Unternehmen auf eine falsche Fährte lockte.

Expansionsdrang, zu frühe Produktankündigungen und unhaltbare Versprechen gegenüber Kunden haben zu einem Desaster geführt, das ohne einen massiven Schrumpfungsprozess wohl kaum über die Runden geht. Nach einem Dämpfer in der knallharten Börsenwelt wird sich Gretag auf eine Kurskorrektur und auf ihre Kernkompetenz besinnen müssen. Wir alle drücken ihr dazu die Daumen!

Urs Tillmanns

apple: «Die Kreativität der Fotografen passt zu unserer Philosophie»

Anlässlich des von Apple organisierten Seminars «Going Digital in Professional Photography» in Zürich sprachen wir mit Oren Ziv, Vice President Creative Markets Europe. Welches ist die Marktposition von Apple, welche Strategien verfolgt das Unternehmen, und wie wichtig ist die Fotografie?



Oren Ziv, Sie sind für das kreative Marktsegment in Europa zuständig. Was versteht man darunter?

Apple hat in den Bereichen kreativer Tätigkeiten eine sehr starke Marktposition und

noch immer ein grosses Potential vor sich, denn immer mehr Leute erhalten durch die Verfügbarkeit neuer Technologien und die dazugehörigen technischen Hilfsmittel die Möglichkeit, wirk-

lich kreativ tätig zu sein. Wo früher Spezialisten jeweils für einzelne Schritte innerhalb eines Workflows zuständig waren, kann man heute auch als generell Kreativer ganze Workflows selbst umsetzen. Zu den kreativen Bereichen zählen wir grafische Gestaltung, Druckmedien, Musik, Video, Webdesign und natürlich die Fotografie.

Apple hat ein eher schwaches letztes Quartal 2000 hinter sich. Wie geht es Apple heute?

Es ist richtig, dass das Ergebnis des vierten Quartals – eigentlich für die ganze Computerindustrie – eher enttäuschend war. Das hing in erster Linie damit zusammen, dass die Produkte im Markt nicht richtig abflossen, was mehr ein wirtschaftliches Problem war als ein markenspezifisches. Aber Apple hat vergleichsweise stärker darunter gelitten als grössere Firmen.

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

www.svpg.ch

Die SVPG-Homepage präsentiert sich neu mit mehr Inhalt. Sofort anklicken!

contax t3

Neue Version der Edel-Kompaktkamera. Werner Rolli hat die erste Kamera getestet.

olympus c1

Olympus bringt die Camedia C-1 auf den Markt, die speziell für Einsteiger gedacht ist.

Live von der CeBIT: Seite 6 das waren die Highlights

Seite 5

Seite 13

Seite 21

Neu
Die präzisesten
Agfa Farben.
Vista 800

VISTA



AGFA 

Agfa Vista mit Eye Vision Technology. Das Auge im Film.

Fortsetzung von Seite 1

Es ist in der Computerindustrie ausserordentlich schwierig, die Marktentwicklung einzuschätzen und die Strategien entsprechend zu planen.

Sehen Sie einen Silberstreifen am Horizont?

Absolut. Mehr als das. Der Markt läuft wieder stabiler und wir haben eine ganze Reihe neue, faszinierende Produkte, die vom Markt sehr gut aufgenommen werden. Dazu gehört der neue High-End PowerMac G4 mit CD-DVD Brenner und mitgelieferter iDVD- oder für Profis separat erhältlicher DVD Studio Pro Software, die gerade für speicherintensive Anwendungen in der Musik und bei umfangreichen Bildersammlungen und bei Videosequenzen oder ganzen Filmen ganz neue faszinierende Möglichkeiten bietet.

Welchen Marktanteil hat Apple weltweit und in der Schweiz?

Weltweit liegt unser Marktanteil bei etwa vier Prozent. In der Schweiz ist er deutlich höher und beträgt rund acht Prozent. Betrachtet man nur den Consumerbereich in der Schweiz, so steht die Schweiz mit 12 bis 15 Prozent Marktanteil sehr gut da.

Hier hat wahrscheinlich auch Ihre iMac Verkaufsaktion über die Poststellen kräftig beigetragen.

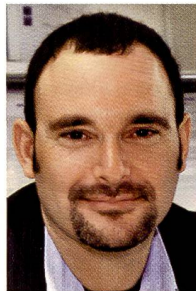
Richtig. Die Schweizer Post hat sich als ein sehr guter Verkaufskanal erwiesen. Aber auch in den Schulen der Schweiz sind Macintosh Computer sehr stark präsent. Ich glaube sogar, dass hier die Schweiz in unserer Statistik weltweit die Nummer eins ist.

Worin unterscheidet sich Apple von seinen Mitbewerbern?

Apple hat eine eigene Philosophie. Steve Jobs, der Gründer und CEO von Apple, hat einmal gesagt: "Apple liegt im Schnittpunkt von Kunst und Technologie". Das umschreibt exakt den Kern unserer Philosophie. Wir wollen kreativen

Menschen technisch höchstentwickelte Hilfsmittel in die Hand geben, die ihnen mit einfacher Bedienung helfen, ihre Ideen in eigenständige Werke umzusetzen. Darin unterscheidet sich Apple von der Ausrichtung her von anderen Computeranbietern.

Ein weiterer Unterschied ist die Tatsache, dass wir die einzige Firma unserer Branche sind, die sowohl Hardware, als auch Betriebssysteme und



«Die Fotografie ist ein riesiges Feld, und wir haben in den meisten Fällen die optimale Lösung dazu ...»

Oren Ziv, Vice President von Apple

Applikationen entwickelt. Das hat den Vorteil, dass die Hardware-Komponenten schon bei der Entwicklung exakt auf die Software abgestimmt werden können und umgekehrt.

Apple ist deshalb in der Produkteentwicklung sehr viel freier als unsere Mitbewerber und können schneller mit kreativen Innovationen am Markt agieren.

Vergleicht man die Windows mit der Mac-Plattform, oder auch die Menüstrukturen der einzelnen Programme, so ist der Unterschied eigentlich sehr gering. Ist bei Mac bald wieder eine neue Richtung angesagt?

Sicher. Jüngstes Beispiel dafür ist das neue Betriebssystem OS X, das diese Tage auf den Markt kommt. Es ist ein Meilenstein in der Mac-Geschichte, nicht zuletzt, weil es auf der Unix-Technologie basiert. Es ist etwas völlig Neues entstanden mit einzigartigen Anwendungen und Eigenschaften, das das Ergebnis einer dreijährigen Entwicklungsarbeit ist und das im Ursprung aus der damaligen Übernahme der "Next-Software" hervorgeht.

Wie wichtig ist die professionelle Fotografie für Apple?

Das ist für uns ein ausserordentlich wichtiges Marktsegment. Einmal, weil Fotografen genau jene Kreativität pflegen, die unserer Philosophie entspricht. Dann aber auch, weil sehr viele Fotografen mit Macs arbeiten, was zweifellos aus der Nähe zur grafischen Industrie gewachsen ist. Und drittens sehen wir vor allem bei den jungen Fotografen noch immer ein sehr grosses Potential.

Dass wir mit unseren Überlegungen richtig liegen, zeigt nicht zuletzt der Erfolg dieses Seminars. Es hatten sich für den heutigen Tag über 750 Teilnehmer angemeldet, vorwiegend Fotografen, für die die digitale Fotografie einen existenziellen Stellenwert bekommt, aber auch sehr viele Zuhörer aus der grafischen Branche und der Werbung. Sie führen diese Workshops in verschiedenen Ländern durch und suchen sich dazu Partnerfirmen aus. Sind dies immer dieselben?

Mehr oder weniger schon. Nikon, Agfa, Adobe, Sony, Hewlett-Packard, aber auch Canon und PhaseOne, sind ausgesprochen gute Partner – nicht nur für Veranstaltungen, sondern auch für andere gemeinsame Tätigkeiten. Es zeigt sich auch im Markt, dass viele Mac-User in der Praxis mit diesen Produkten arbeiten. Gewisse Symbiosen sind offensichtlich, wie zum Beispiel Mac und Photoshop. Dieses Adobe-Programm läuft auf einem modernen Power Mac als genau aufeinander abgestimmte Einheit viel problemloser und erheblich schneller als auf einem Windows-Rechner.

Wie schätzen Sie das Mac-Potential im Amateurfotosegment ein?

Das ist sehr schwierig. Erstens gibt es darüber kaum verlässliche Zahlen. Zweitens ist der Übergang von Amateur- und Berufsfotografen fliessend. Aber gerade durch den hohen Marktanteil von Apple in der Schweiz im Consumerbereich schätzen wir sowohl die Marktpräsenz als auch das Potential für unsere Produkte als sehr gut ein. Die Fotografie ist ein riesiges Feld, und wir haben meistens die optimalen Lösungen dazu.

Wo sehen Sie zukünftige Anwenderpotentiale im Fotobereich?

Da wird es in Zukunft noch sehr viele geben. Sehr wichtig ist einmal die Tatsache, dass digitales Imaging nicht nur die Aufnahme betrifft, sondern auch die Digitalisierung von Bildern mittels eines Scanners. Schauen Sie sich beispielsweise die Bildqualität und die einfache Bedienung eines Nikon Coolscan an. Der Scanner ist ein ganz wichtiges Tool für die Fotografie und die Bildbearbeitung. Das wird auch in Zukunft so bleiben. Dann ist die Verbindung der digitalen Fotografie und des Internets eine ganz wichtige Zukunftsausrichtung für die Fotoindustrie und für uns. Mit unseren kostenlosen iTools oder z.B. der FireWire Technologie haben wir diese Verbindung von Digitalfotografie, deren Bearbeitung und dem Netz als Speicher- und Distributions-Tool stark vereinfacht, weil wir immer wieder feststellten, dass die Anwender mit der Bilddatenübermittlung ins Internet Probleme haben. Dabei wird das Internet für die Bildkommunikation in Zukunft eine ganz enorme Bedeutung erhalten. Das Internet stimuliert die Fotoindustrie – vielleicht hört sich dies noch etwas utopisch an, aber ich bin fest überzeugt davon.

Oren Ziv, wir danken Ihnen bestens für dieses Gespräch.