

Die analoge Fotografie ist kein Wachstumsmarkt mehr

Autor(en): **Hofer, Andreas**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

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

Heft 10

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979778>

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 digitale Revolution geht in die nächste Runde: Nachdem sich die filmlosen Kameras im Handel immer stärker durchsetzen, ist jetzt auch die Bildherstellung mit digitaler Technologie angesagt. Dies nicht nur im Bereich der Minilabs – dort hat vor allem das Fuji Frontier bereits den Ton angegeben – sondern nun auch im Grossfinishing. Die beiden auf der photokina erstmals gezeigten Grosslaborlösungen Gretag Cyra und Kodak i-lab sollen sich mittlerweile sehr erfolgreich in einem Feldtest bewähren. Digitale Bildverarbeitung im Grosslabor dürfte wieder einer jener grossen Schritte der Fototechnik sein, die klammheimlich ablaufen, jedoch eine enorme Qualitätsverbesserung zur Folge haben. Das war schon immer so bei den Filmen (siehe unseren Artikel auf Seite 8 und folgende). Bei der Bildherstellung dürfte die digitale Technik bewirken, dass viele Aufnahmefehler, von übermässigem Kontrast bis hin zur Schärfe, vollautomatisch und standardmässig korrigiert werden können. Damit dürfte in der Fotografie bald und leise eine erhebliche Qualitätsverbesserung stattfinden.

Urs Tillmanns

image trade **Die analoge Fotografie ist kein Wachstumsmarkt mehr**



Vor zwei Jahren hat Andreas Hofer die Firma Image Trade in Safenwil gegründet. In unserem Gespräch analysiert er die Situation eines sich schnell verändernden Marktes und erläutert seine Strategie für die Zukunft.

Herr Hofer, Image Trade ist eine junge Firma. Wie ist sie entstanden?

Ich habe 14 Jahre lang bei der Firma Schmid AG in Oberentfelden gearbeitet und war dort sehr glücklich. Als sich herauskristallisierte, dass die Firma

nicht weiterbestehen kann, habe ich Herrn Schmid vorgeschlagen, dass ich mich mit dem Produktebereich, den ich vorher in seinem Auftrag bearbeitet hatte, selbständig machen würde. Er hat diese Idee von Anfang an unter-

stützt und so konnte ich einen nahtlosen Übergang realisieren. Für Lieferanten und Kunden entstanden keine Engpässe. Ich hatte auch das Glück, dass mir die wichtigsten Kunden beim Start die Treue gehalten haben. Dafür möchte ich mich an dieser Stelle auch bedanken.

Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie, wer macht die Firma Image Trade aus?

Es sind insgesamt fünf Personen: Zwei Aussendienstmitarbeiter, Jean-Marc Rihs für die Westschweiz und ab 1. Juli Daniela Grädel für die Deutschschweiz, Frau Antoinette Fischer im Büro, Lager und zu 20 Prozent im Aussendienst und Jolando D'Allessandro in der Spedition.

Wer sind ihre Kunden?

Das sind in erster Linie der Fotohandel, Grossverteilern, Fachgeschäfte, Fachfotografen, die Industrie, Universitäten und der Bund. Im Moment

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

olympus

Knapp 30 Händler wurden für ihren Einsatz mit einer Erlebnisreise nach Sizilien belohnt

Seite 6

Farbfilme: Was ist wirklich neu?

Seite 8

labshow

Ende Mai fand in Tokio die Lab System Show statt. Wir berichten darüber exklusiv

Seite 23

nfs

Am 3. Juni wurde in Mörel der Verein Naturfotografen Schweiz (NFS) gegründet

Seite 25

Cyber-shot

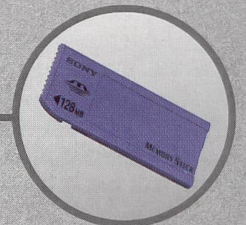
Digital Still Camera

SAATCHI & SAATCHI



Die neue Sony Cyber-shot S75. Ihre ganze Ausrüstung in einer Kamera.

Wohin mit der Sony DSC-S75? Ihr Carl-Zeiss-Objektiv mit 3fach Zoom-Linse und einer maximalen Auflösung von 3.34 Millionen Pixeln garantiert Ihnen eine hochprofessionelle Bildqualität. Sie können auch ISO-Empfindlichkeit, Blende und Belichtungszeit einstellen, genau wie bei einer Normalfilm-Kamera. Aber weil sie eine Digitalkamera ist, können Sie Ihre Aufnahmen auf einen Sony Memory Stick* speichern und dann auf Ihren PC transferieren. Das heisst, Sie können so lange retouchieren und nachbehandeln, bis Ihr Bild genau so ist, wie Sie es haben wollen. Wohin also mit der Sony DSC-S75? In Ihre Westentasche.



INFO STATION
Jetzt Anwenderkurse. Info: 01 733 35 99

Infoline: 0848 80 84 80 oder www.sony.ch, www.gocreate.sony.ch
Übrigens: Neuheiten von Sony gibt's zum Anfassen und Ausprobieren im Sony World Showroom in Schlieren ZH. * 8MB Memory Stick inbegriffen.

go create

SONY

Fortsetzung von Seite 1

sind wir daran, Papeterien und Geschenkboutiquen als neue Kunden zu gewinnen. Für letztere sind natürlich unsere Bilderrahmen und Fotoalben interessant.

Sie haben Rahmen und Alben angesprochen. Können Sie ihr Gesamtsortiment kurz umschreiben?

Unser Handelsprogramm umfasst die Marken Rowi, Gepe Diarahmen und Magazine, Benetton Fototaschen und Einwegkameras, Panodia, das Herma Fotoprogramm sowie Projektionswände der mechanischen Weberei. Im ganzen Sortiment hat es auch Produkte, die speziell Fachfotografen und die Industrie ansprechen. So ist der Durchlauftrockner von Rowi ganz klar ein professionelles Produkt, die Industriepackungen der Gepe Diarahmen verkaufen wir vorwiegend an Labors. Panodia ist sowohl für Fachfotografen als auch für den Fachhandel interessant, weil dieses Programm Artikel für die Präsentation und Archivierung und Bilderrahmen und Fotoalben beinhaltet.

Welche Marke oder welcher Artikel ist ihr Zugpferd?

Panodia ist sicher unser stärkstes Produkt, aber auch Benetton entwickelt sich zu einem Zugpferd, weil der Name sehr bekannt ist. Wir mussten natürlich zuerst einmal das Sortiment bereinigen. Da waren noch viele Artikel am Lager, die heute einfach «out» sind. Wir haben uns also auf jene Produkte konzentriert, die eine Daseinsberechtigung haben. Neue Möglichkeiten haben sich uns eröffnet durch die Zusammenarbeit mit Benetton. Aber auch Rowi und Gepe sind für uns wichtige Marken.

Kommt Benetton gut an? Normalerweise denkt man bei Benetton ja an Bekleidung und an aggressive Werbung.

Benetton polarisiert die Meinungen, vor allem der Wer-

bung wegen. Wir haben festgestellt, dass man über Benetton spricht. Der Name Benetton hat uns aber sehr viele Türen geöffnet...

Jetzt kommen immer mehr Produkte und Zubehör für die digitale Fotografie auf den Markt. Auch umsatzmässig läuft das Digitalsegment der analogen Fotografie den Rang ab. Wie wirkt sich das auf ihr Sortiment aus?

Wir führen von Herma diverse Inkjet-Papiere, wo wir ein



«Der Name Benetton hat uns aber sehr viele Türen geöffnet...»

Andreas Hofer, Inhaber Image Trade.

grosses Sortiment anbieten können, von normalen Druckerpapieren bis zu ganz speziellen Produkten, wie den bedruckbaren Fun-Stickern zum Beschriften von Alben und den grossen Spezialpapieren in den Formaten A4, A3 und A3+. Selbstverständlich braucht man auch für eine digitale Kamera eine entsprechende Fototasche. Ausserdem, führen wir Objektivvorsätze, Stative, die für Digitalkameras leichter und kleiner geworden sind. Und schliesslich kann man auch digitale Bilder ausdrucken und präsentieren, sei das nun in einem Bilderrahmen oder in einem Album. Ich gebe aber zu, dass wir eher traditionell orientiert sind. Software und Computerzubehör ist nicht unser Bereich.

Aber noch einmal: Wirkt sich der Vormarsch der digitalen Fotografie nicht auf ihren Geschäftsgang oder ihr Sortiment aus?

Doch, natürlich. Die analoge Fotografie ist kein Wachstumsmarkt mehr. Um nur ein Beispiel zu nennen: Wir verkaufen heute praktisch keine Drahtauslöser mehr, deshalb versuchen wir eben Artikel

wie Inkjet-Papiere und ähnliches zu forcieren. Wir haben über eine gewisse Zeit auch sehr viele Digitalkameras verkauft, mussten dann aber feststellen, dass dies zwar Umsatz brachte, aber leider immer weniger Gewinn. Im Klartext: Wir betrieben einen hohen Aufwand für einen geringen Ertrag. Deshalb haben wir uns entschieden, auf jene Produkte zu setzen, die uns und dem Händler eine Verdienstmöglichkeit bieten. Wir haben

auch an der Professional Imaging, die dieses Jahr im März erstmals in den BEA-Hallen in Bern stattgefunden hat, ganz bewusst darauf verzichtet, irgendwelche digitale Produkte auszustellen.

Und wie entwickelt sich die Fotobranche in der Schweiz nach Ihrer Meinung?

Die digitale Fotografie hat den Markt bereits markant verändert. Man wird in Zukunft kaum mehr so viele analoge Spiegelreflexkameras verkaufen können, wie heute. Aber die analoge Fotografie wird deshalb nicht verschwinden. Die digitale Fotografie ist ein neues, sehr schnelles Medium, das sehr viel bietet. Die digitale Fotografie ist zu einem festen und wachsenden Teil des Marktes geworden. Das wird auch so bleiben. Aber die analoge Fotografie wird noch lange ihre Berechtigung haben, beide Medien werden künftig nebeneinander existieren.

Sie haben bereits die schlechten Margen und den Preiserfall bei digitalen Produkten angesprochen. Ist das nicht ein zweischneidiges Schwert für den Fotohandel? Ja, der Preiskrieg ist tatsäch-

lich gewaltig. Ein Beispiel: Wenn wir einen Posten Speicherkarten nicht innerhalb von zwei Wochen verkauft haben, müssen wir mit einem Verlust rechnen. Deshalb noch einmal: Wir konzentrieren uns auf Produkte, die sich für uns und unsere Kunden – die Fotohändler – lohnen. Es ist heute auch praktisch für jedermann problemlos möglich, im Internet das günstigste Angebot zu suchen und eine Kamera, ein Zubehör direkt beim billigsten Anbieter zu bestellen. Leider ist auch der Service schon lange kein schlagkräftiges Argument mehr, da einige Landesvertretungen ihre Reparaturen in ihren europäischen Zentralen zusammengefasst haben und selbst keine Reparaturen mehr ausführen.

Zurück zur Firma Image Trade. Wie wird sie sich weiterentwickeln?

Wir werden ganz intensiv versuchen, neue Märkte zu erschliessen. Die Papeterien habe ich schon erwähnt, wir möchten insbesondere mit unseren Panodia-Bilder-alben und Benetton-Fototaschen in Hotelshops und Geschenkboutiquen vertreten sein. Darum wird sich in Zukunft auch unsere Mitarbeiterin Frau Antoinette Fischer vermehrt kümmern.

Sie verkaufen auch direkt ab Lager?

Liquidationsartikel ja, im Grunde genommen kann jedermann bei uns vorbeischauen und diese Produkte einkaufen. Wir haben immer einen grösseren Posten an Waren, die wir zu besonders günstigen Konditionen verkaufen. Dabei handelt es sich meist um Auslaufmodelle, wo Händler und Endverbraucher profitieren können. Das gesamte aktuelle Programm aber, verkaufen wir ausschliesslich über den Handel respektive an unsere Kundschaft. Da gibt es keinen Direktverkauf.

Herr Hofer, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.