

# "Die Profifotografen müssen sich neu orientieren"

Autor(en): **Merki, Paul**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **10 (2003)**

Heft 10

PDF erstellt am: **09.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979001>

## **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.

digital imaging

Fotointern, 14-tägliches Informationsblatt für Berufsfotografen, den Fotohandel und die Fotoindustrie. Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.–

editorial



Urs Tillmanns  
Fotograf, Fachpublizist  
und Herausgeber von  
Fotointern

Mehr Bilder bestellen – weiter-sagen! Wir alle reiten zur Zeit auf den Wellen des Digital-booms. Die Produkte sind trendy, die Preise (leider zu) attraktiv und Fotografieren ist «in». Selbst junge Leute, die früher kaum zur Kamera griffen, zeigen heute mit Stolz ihre Digitale, und werden damit in ihrem Freundeskreis zum Trendleader und Meinungs-bildner. Nur Bilder machen sie keine, weil sie gar nicht auf die Idee kommen dazu zu einem Fotohändler zu gehen, oder weil das Material zu teuer ist auf dem die Bilder in akzeptabler Grösse selbst ausgedruckt werden können. Dabei müssen wir genau diese Jugendlichen gewinnen, wenn wir langfristig das Bildergeschäft am Laufen halten oder gar steigern wollen! Weshalb gibt es eigentlich keinen Jugendrabatt auf Digitalbildern? Wer sich als Schüler ausweisen kann, erhält einen Rabatt von beispielsweise 20 Prozent. Und ob die jungen Kunden das schätzen! Jedes Entgegenkommen wird gespeichert, und die Kunde, dass Foto XY speziell jugendfreundlich ist, wird sich wie ein Lauf-feuer in den Schulen verbreiten. Nur eine von vielen Ideen – aber wir sollten etwas für die fotografierende Jugend tun ...

*Urs Tillmanns*

## light & byte «Die Profifotografen müssen sich neu orientieren»



Die Digitalfotografie hat Zeichen gesetzt. Nicht nur die Arbeitsmethoden sind andere geworden, sondern auch die Ansprüche sind stark gewachsen. Über die Trends in der Berufsfotografie haben wir uns mit Paul Merki, Geschäftsführer Light & Byte AG, unterhalten.

### Die Zeiten sind härter – auch im Profibereich. Wie läuft zur Zeit das Geschäft bei Light & Byte AG?

Wir sind zur Zeit recht gut zufrieden, nachdem der Jahresanfang eher schleppend war. Aber jetzt

sind wir wieder im Budget, und der April-Umsatz war sehr erfreulich. Übers Jahr gesehen konnten wir bisher den Umsatz sicher halten, wahrscheinlich schliessen wir sogar mit einem leichten Plus ab.

### Wie beurteilen Sie die Auftragslage der Profifotografen in der gegenwärtigen wirtschaftlichen Situation?

Ich glaube die Auftragslage bei den Fotografen hat sich schon letztes Jahr verschlechtert. Im Moment zeigt der Trend aber erstaunlicher Weise wieder leicht aufwärts. Unseren Umsatz konnten wir aber auch letztes Jahr leicht steigern.

### Hat sich das Nachfrageprofil verändert?

Ganz eindeutig! Der neue Digitalback Ixpress von Imacon zum Beispiel erfreut sich grosser Nachfrage und entwickelt sich zu einem starken Umsatzträger. Wir haben in der kurzen Zeit seit der Übernahme der Distribution schon einige Rückteile verkauft. Eines konnten wir kürzlich an die renommierte Fotoschule in Vevey liefern, nach dem alle Anbieter von Digitalbacks die Gelegenheit hatten, dort ihre Geräte zu präsentieren und testen zu lassen. Offenbar hat das Rückteil und

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

## Nikon: Eröffnung und Exklusivinterview

Seite 8

samsung

hat alle Neuheiten dieses Jahres vorgestellt. Lesen Sie die Details auf

sunpak

hat einen Systemblitz mit wechselbaren Lampenköpfen im Programm. Praxistest auf

sbf

der Verband der Schweizer Berufsfotografen ist wieder auf neuem Kurs. Details auf

Seite 10

Seite 13

Seite 23

# Scratch and win with KODAK!

## 2003 prizes

Sommer-  
Promotion



Mit dem **Gewinnspiel von 2003** Sofort-Preisen - unter anderem auch ein PEUGEOT 206 CC Cabrio - **unterstützen** wir Sie **beim Abverkauf** von KODAK Filmen.



Und mit 580 Fernsehspots auf 10 Sendern schaffen wir über **35 Millionen Kontakte** zu potentiellen Filmkunden.

Wundern Sie sich also nicht, wenn diesen Sommer die Nachfrage nach **KODAK Filmen** alle Rekorde schlägt!



Bestellen Sie jetzt KODAK Filme, damit Sie immer genügend Vorrat haben!

KODAK SOCIÉTÉ ANONYME  
Avenue de Longemalle 1  
1020 Renens  
Tel. 021 631 01 11  
Fax 021 631 01 50



Share Moments. Share Life.™



Fortsetzung von Seite 1

unsere Demonstration dort überzeugt: Wir haben unser Digitalback angeschlossen und einfach fotografiert – und alles hat perfekt geklappt.

**Was ist das Besondere am Ixpress Digitalback?**

Die Datenqualität, die Schärfe und der Tonwertreichtum sind sehr überzeugend. Das kommt daher, dass im Imacon die neueste Chip-Generation von Kodak eingesetzt wird, über die andere Hersteller zur Zeit noch nicht verfügen. Hinzu kommt die einfache Handhabung des Systems und der Vorteil der portablen Lösung. Bis zu 1'200 Bilder finden auf der portablen Imagebank Harddisk Platz, und dies bei einer kontinuierlichen Bildfolge von 1,5 bis zwei Sekunden für alle 1'200 Bilder. Der Datentransfer ist sehr schnell, weil kein Wechselmedium beschrieben wird. Hinzu kommt, dass das Back mit entsprechenden Adaptern an alle gängigen Mittelformatkameras angesetzt werden kann, was gerade im Fall der Fotoschule Vevey, wo verschiedene Kamerasysteme benutzt werden, ein weiteres entscheidendes Argument war.

**Wie sieht der Scannerbereich von Imacon aus? Ist dies bei Ihnen ein wichtiger Geschäftsbereich?**

Wir sind seit vier Jahren Händler für die Imacon High-End Scanner und haben über 25 dieser Geräte vorwiegend an Fotografen verkauft. Die Imacon Scanner sind fantastisch im Handling, können perfekt Negative scannen und sind wahre Arbeitstiere. Der Trend zeigt aber in Zukunft eher hin zu Digitalkamerasystemen. **Gibt es einen Trend zurück zum Negativ?**

Absolut. Diejenigen Fotografen, die hybrid arbeiten, ziehen heute auf Grund des grösseren Tonwertumfangs Negative den Dias vor. Ein Negativ hat einen Tonwertumfang von etwa sieben bis neun Belichtungsstufen, während ein Diafilm nur vier bis fünf schafft. Deshalb kommt das Negativ näher an die Detailzeichnung von Digitalbacks heran, die rund zwölf Blendenstufen Be-

lichtungsumfang aufweisen. Viele Fotografen benutzen im High End-Bereich Negativ-Filmmaterial und scannen die Bilder danach mit einem Imacon Hochleistungs-Scanner ein. Damit haben Sie nicht nur eine hervorragende Datenqualität, sondern sie können jederzeit wieder auf



«Die Auftragslage der Fotografen zeigt zur Zeit wieder leicht aufwärts, und wir konnten den Umsatz auch letztes Jahr leicht steigern.»

Paul Merki, Geschäftsführer Light & Byte AG

das Ausgangsmaterial zurückgreifen, um bedarfsweise eine noch höhere Datenqualität zu liefern.

**Was ist sonst noch ein wichtiger Bereich bei Light & Byte?**

Das Rentgeschäft, in dem wir auch ein breites Sortiment von Nikon, Canon, Kodak und Imacon anbieten, entwickelt sich in Zeiten der wirtschaftlichen Rezession sehr positiv. Sehr viele Fotografen können jetzt nicht in eine teure Ausrüstung investieren, sondern sie mieten jene Geräte, die sie gerade für einen bestimmten Auftrag benötigen. Das ist für viele, die unterschiedliche Aufträge erhalten und dafür eine breite Ausrüstung anschaffen müssten, eine sehr vorteilhafte Lösung und der einzige Weg, um gewisse Aufträge überhaupt abwickeln zu können. Für uns rechnet sich diese Abteilung nicht schlecht, denn die Geräte sind relativ schnell amortisiert, und wir können unseren Kunden immer das neueste Material in Top-Zustand anbieten. Das wird von unseren Kunden sehr geschätzt. Auch unser Mietstudio entwickelt sich derzeit sehr erfreulich, und wir konnten die Auslastung markant steigern.

**Welchen Umsatzanteil lässt sich damit generieren?**

Das Rentgeschäft beträgt zirka fünf bis sechs Prozent unseres Gesamtumsatzes. Aber das ist auch nicht entscheidend. Entscheidend ist die Dienstleistung, die sich bei den Kunden herum-

spricht. Oft kann man damit jemandem auch in einer Notlage helfen und gewinnt damit einen Kunden, der später wieder eine Anschaffung tätigt. Es ist eine Dienstleistung, die sich sowohl monetär als emotionell lohnt.

**Wie entwickelt sich das Geschäft mit dem Licht?**

Zur Zeit ist es sowohl beim Dauer- als auch beim Blitzlicht sehr ruhig. Das ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass es beim Licht nichts wirklich Neues gibt und die Fotografen jetzt in Digitalkameras und Digitalbacks investieren müssen, um weiterhin konkurrenzfähig zu bleiben. Hier ist die Entwicklung rasant, während der technische Fortschritt beim Licht nur wenig anstieg. Zudem sind die meisten Fotografen aus der analogen Zeit mit genügend Licht ausgestattet. Für uns kommt noch hinzu, dass Balcar vor dem Wechsel zu uns in den letzten Jahren nicht beson-



«Das Berufs-Know-how der Fotografen entwickelt sich in eine völlig neue Richtung. Es wird eine definitive Datenqualität verlangt.»

Paul Merki, Geschäftsführer Light & Byte AG

ders aktiv promotet wurde und jetzt ein eigentlicher Relaunch der Marke bevorsteht. Wir erwarten im nächsten Monat einen ganz neuen Akkugenerator an dem Blitzköpfe verschiedenster Marken angeschlossen werden können. Er wird durch eine neue kompakte Generation von Blitzgeneratoren ergänzt, welche eine extrem stabile Lichtleistung bieten, was vor allem bei Multishot Digitalkameras ein entscheidender Faktor ist.

**Was sind sonst noch wichtige Produkte in Ihrem Sortiment?**

Neben Apple Computern – wir sind seit vielen Jahren autorisierter Apple Händler – sind zur Zeit TFT-Monitore ein unübersehbarer Trend, und hier ist bei uns Quato ein führendes Produkt. Hier steht ein Generationenwechsel an, denn die Röhrenmonitore haben allmählich ausgedient, und die Flachbildschirme kommen nun in einer Qualität auf den Markt, welche in Farbe und Kontrast grosse Fortschritte gemacht haben.

**Muss der Fotograf nun auch das Colormanagement beherrschen?**

Die Anforderungen im Rahmen der zu vergebenden Aufträge steigen immer weiter, und von den Fotografen wird verlangt, dass sie ihre Bilddaten in einer Qualität abliefern, die kaum noch nachbearbeitet werden muss. Das gehört zum Standard, der von Profis künftig gefordert wird.

**Mit andern Worten: Wer dabei bleiben will, muss sich nun auch mit Colormanagement befassen müssen ...**

Ja, davon bin ich überzeugt. Für viele Fotografen ist das auch keine Frage mehr. Das zeigt auch die grosse Nachfrage nach Workshops zu dieser Thematik. Schon an der PIX02 haben wir über 90 Fotografen gezeigt, in welcher Richtung sich das Know-how

entwickeln muss, und viele sind uns dafür sehr dankbar gewesen. So führt die Firma Quato regelmässig Colormanagement Workshops bei uns durch, weil wir eine unverändert starke Nachfrage verspüren, und die TFT Monitore jetzt eine neue Runde einläuten. Allerdings wird man gar nicht viel für die Markteinführung der neuen TFT-Flachbildschirme tun müssen, weil die natürliche Ablösung eigentlich schon begonnen hat ...