

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Band: 12 (2005)
Heft: 9

Artikel: "Die Speicherung digitaler Daten ist ein zentrales Thema"
Autor: Alten, Jürgen
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-979318>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

digital imaging

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

editorial

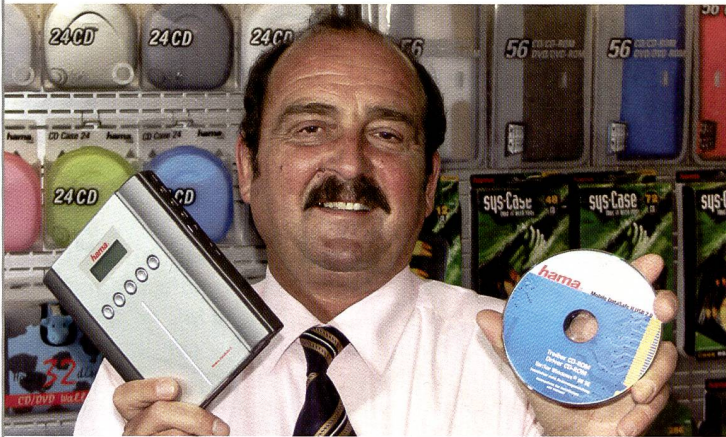


Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist
und Herausgeber von
Fotointern

Man muss ganz schön Google haben, um im Internet unter www.fotohandel.at zu erfahren, dass der Österreichische Fotohändlerverband, gegründet 1910, und die ihm angeschlossene Gesellschaft zur Förderung der Fotografie mit Beschluss der Mitgliederversammlung per Ende Dezember 2004 aufgelöst, bzw. «geschlossen» wurden. Gründe dafür schien es viele gegeben zu haben, z.B. die durch das liberalisierte Wettbewerbsrecht bedingte Veränderung des Marktes, Firmenaufgaben sowie neue Vertriebsformen im Bereich der Digitalkameras und Fotohandys mit Auflösungen im Megapixelbereich. Aber, aber, liebe Österreicher, weshalb die Flinte knapp vor den Hundertjährigen gleich ins Korn werfen? Solche Herausforderungen hat es doch in Eurer bewegten Verbandsgeschichte immer schon gegeben, mit den Kriegsjahren, der Besatzungszeit und dem Aufkommen der Discounter. Auch bei uns sind die Zeiten zwar nicht besser, aber der Lichtblick, dass das Bild als Kommunikationsmedium immer populärer wird, sowie die Tatsache, dass man neben dem Verkauf auch interessante Dienstleistungen anbieten kann, motivieren doch zum Weitermachen ...

Urs Tillmanns

hama «Die Speicherung digitaler Daten ist ein zentrales Thema»



«Hama hat's!» Dieses Motto gilt mehr denn je, hat doch die innovative deutsche Firma stets den Finger am Puls der Zeit. Jürgen Alten, Geschäftsführer von Hama Schweiz, über die neuesten Trends und die hohen Anforderungen an eine langlebige Datensicherung.

Wie steht Hama in einem wirtschaftlich sich langsam erholenden Umfeld da?

Jürgen Alten: Alle klagen, aber uns geht es gut, was vor allem dem deutschen Mutterhaus zu verdanken ist, das sehr schnell

auf den Markt reagiert und stets gute Innovationen bringt.

Die Marge bei den Digitalkameras fällt in bedrohliche Tiefen...

Natürlich ist auch beim Zubehör die Marge sinkend, wie überall, aber nach wie vor lässt sich mit

Zubehör – im Gegensatz zu den Kameras selbst – gutes Geld verdienen.

Kann der Fotofachhandel gegenüber den Grossmärkten bestehen?

Die Margen beim Zubehör unterscheiden sich im Grossen und Ganzen wenig voneinander. Auch Zubehör unterliegt durchaus gewissen Trends, wobei der Fotofachhandel mit guter Beratung und persönlichem Engagement durchaus punkten und überzeugen kann.

Welches Zubehör hat denn noch Potential?

Zu jeder Kamera gehört beispielsweise eine Tasche und natürlich Speicherkarten. Sowie so empfehle ich, mehrere Speicherkarten von kleinerer Grösse, so dass, falls doch mal eine kaputt oder verloren geht, nicht gleich eine zu grosse Zahl Bilder weg ist.

Bezüglich Datenspeicherung, wie sollten die Bilder für die Zukunft konserviert werden?

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Bildstabilisation: Kompakte Megazooms

Seite 6

epon

Neue Tinten und passende Drucker für bessere Schwarzweiss-Bilder.

Seite 12

nachtsicht

Tiere und Nachbarn nachts im Dunkeln beobachten wird auch bei Privaten Mode.

Seite 14

bobos

Die neue Kundenschicht, die Profiqualität für Privatgebrauch kauft.

Seite 16

Starten Sie jetzt in Ihre Zukunft. Mit dem neuen d-lab.1s starter.

Schon ab
Fr. 1'900.-
monatliche Rate*

*abhängig von Gerätekonfiguration
und Leasing-Konditionen.

Einfache Bedienung bei hoher Bildqualität und Produktvielfalt.

- Geringe Stellfläche von 1,3 m²
- Ausgezeichnete Bildqualität und höchste Erstkopierraten dank des AgfaPhoto-eigenen Bildverbesserungs-Systems d-TFS
- Aufrüstbar je nach künftig benötigter Printkapazität
- Volldigitale Verarbeitung inkl. automatische CD-Produktion ab Film und Daten
- Vorbereitet für Bildproduktion via Internet



Der Einstieg in die Welt der Agfa d-labs war noch
nie so preiswert. Vereinbaren Sie noch heute
einen Termin mit Ihrem AgfaPhoto-Fachberater!
Tel. 044 823 72 24

 **AGFAPHOTO**

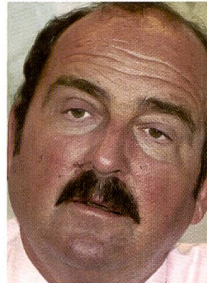
Fortsetzung von Seite 1

Die Archivierung von Daten ist ein Thema ohne Ende, gibt dem Fotofachhändler aber auch gute Möglichkeiten für Beratung und Zubehörverkauf. Eine Möglichkeit ist es, die Bilder auf den dafür speziell günstigen kleineren Speicherkarten von Hama zu lassen, die man wie einen Film einsenden oder abgeben kann und die anschliessend mit den ausbelichteten Bildern in der Fototasche aufbewahrt werden. Diese «digitalen Filme» sprechen speziell – beispielsweise dadurch, dass darauf gross die Anzahl möglicher Bilder vermerkt ist – eine Kundengruppe an, die mit Computern nicht soviel am Hut haben und traditionell auch stark im Fotofachhandel einkaufen. Die Digitalfilme werden wie die herkömmlichen analogen Filme an der Bildertheke verkauft und sind – gemessen an der Bilderzahl, die darauf gespeichert werden kann – auch preislich mit diesen vergleichbar. Generell bieten wir auf Speicherkarten bis zu 10 Jahre Garantie, was deren Langlebigkeit aufzeigt. Für den Transport der Speicherkarten haben wir praktische Boxen im Sortiment.

Wie lange halten CDs?

Für die Datensicherung ist es sicher sinnvoll, nicht nur auf ein Speichermedium zu setzen. Eine gute Möglichkeit ist es, bereits vor Ort oder zuhause CDs zu brennen, die sollten unbedingt in guten Aufbewahrungstaschen aufbewahrt werden, da sie im Gegensatz zu Harddisks zwar unempfindlich gegen Magnetfelder und dergleichen, dafür sehr sensibel auf mechanische Beschädigung sind. Zum Beschriften muss unbedingt ein spezieller CD-Marker, wie es ihn von Hama gibt, verwendet werden, der säurefrei ist und die Oberfläche nicht beschädigt. CDs halten in der Regel zehn bis fünfzehn Jahre, man sollte sie aber alle zwei bis drei Jahre im Computer prüfen und am besten gleich umkopieren. Teurere Industrierohlinge halten sogar bis zu 25 Jahre. DVDs sind meines Wissens ähnlich in der Lebensdauer. **Erwarten Sie einen zunehmenden Bedarf für Datensicherung?**

Mit dem Boom der digitalen Spiegelreflexkameras und den immer grösseren Auflösungen sind die Leute auch auf das Thema der Bildaufbewahrung sensibilisiert, einfach auf dem Computer aufbewahren genügt den meisten



«Besser und schneller, das ist das Motto des Fotofachhandels, dann dürfen die Produkte marktwirtschaftlich aber auch etwas teurer sein.»

Jürgen Alten, Geschäftsführer Hama Schweiz

nicht. Oft will man gleich vor Ort die Daten – entweder als Backup oder zumindest um die Speicherkarte wieder leer zu bekommen – sichern. Dazu dienen auch die Bildtanks, wovon wir im Moment zwei Varianten anbieten, die beide sehr handlich sind, 20 bis sogar 40 Gigabyte internen Speicher bieten, sich aber in der technischen Ausstattung durchaus unterscheiden und unterschiedliche Käuferschichten ansprechen. Oder eben mobile CD-Brenner wie der «Mobile Data Safe II». Mit den Speichermedien kommt es übrigens zu einer Verschmelzung des Audibereiches mit der Fotografie. «Mobile Entertainment» heisst das Zauberwort, bei dem Bilder, Musikstücke und andere Digitaldaten auf USB-Sticks oder Festplattenspeichern mitgenommen werden. Auch da bietet sich dem Fotofachhandel eine zusätzliche Verdienstmöglichkeit.

Suchen die Kunden überhaupt noch Qualitätsprodukte im Fotofachhandel?

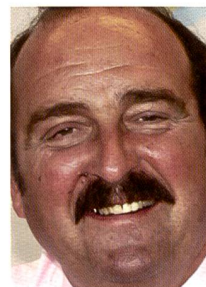
Suchen sicher auch. Doch jeder Händler sollte an seine Kunden herantreten, zum Beispiel durch lokale Werbung und interessante, aktuelle Schaufenster. Danach folgt die fachliche Beratung mit Ziel der Kundenbindung. Die Fragen: Kenne ich meine Kunden? Was erwartet er von mir? Und was kann ich für ihn tun? sind nach wie vor von grösster Wichtigkeit. Viele Kunden sind Schnäppchenjäger, aber noch lange nicht alle. Der Trendanalytiker David Bosshard sieht aber dabei folgenden Konflikt: (Zitat): Schneller und

besser ist teurer, besser und billiger ist langsamer und schneller und billiger ist schlechter. Ich lasse das einmal so stehen, mag sich jeder seine eigene Meinung bilden. Sicher ist, Qualität wird immer gefragt sein.

Wie wichtig ist der herkömmliche Fotobereich für Hama?

Ganz klar ist der Fotobereich im Verhältnis zu anderen Produktgruppen im Hama-Sortiment kleiner geworden, aber dennoch ist er sehr wichtig und wird auch im traditionellen Sektor des Kamerazubehörs gepflegt. Wie gesagt, die Bereiche vermischen sich auch zusehends, es ist schwierig, beispielsweise ein USB-Speicherstick genau zuzuordnen.

Ist das Sortiment am schrumpfen? Im Gegenteil, es wird in allen Bereichen immer grösser. Für den



«Datensicherung ist ein Thema ohne Ende – und ist gerade deshalb, wie der ganze Zubehörverkauf für den Fotofachhändler sehr interessant – mit guter Marge.»

Jürgen Alten, Geschäftsführer Hama Schweiz

Fotohandel haben wir neu beispielsweise mit «Case man» eine modische Fototaschenlinie ins Programm aufgenommen für junge Kunden.

Wie behält man als Händler den Überblick über das Hama-Sortiment?

Man kann sich auf dem Internet mit Suchbegriffen schnell ein Bild davon machen, welche Produkte zu welchem Thema bei uns erhältlich sind. Grundsätzlich gilt, wer irgend etwas an Zubehör für Kameras, Audio, Computer oder neu sogar Teile für optisches Autotuning wie Beleuchtungseffekte sucht, sollte zuerst einmal bei Ha-

ma nachfragen. Alle Produkte sind auf einer CD-ROM abrufbar, als Ergänzung dazu ist der gedruckte Katalog sehr hilfreich, um ein Produkt zu finden, wenn man die anderen Möglichkeiten gleich auf den umliegenden Seiten sieht. Als grösste Steigerung ist das Produkt selbst natürlich die beste Werbung.

Stichwort Werbung: Wie macht der Fotofachhandel am besten auf Zubehör-Produkte aufmerksam?

Da gibt es verschiedene Möglichkeiten. Die beste Grundlage ist natürlich eine gute Kundenkartei, um einen gezielten Werbeaussand zu machen. Wir bieten für Werbevorlagen und Prospekte allerhand Vorlagen und Material, das der Fotofachhändler nutzen kann. Sehr gut kommen auch unsere kleinen Booklets «Zubehör Faszination» an, von denen wir bereits sechs verschiedene Varianten herausgeben haben, mit den Bezeichnungen «Digital Foto», «Digital Video», «Notebook», «Digital-TV», «(Foto) Handy» und «Heimkino». Diese A6-Hefte können bei uns umsonst bezogen werden und sollten den Kunden ge-

zielt abgegeben werden, die ein Produkt kaufen oder Interesse zeigen.

Ist der Heimkino-Bereich für den Fotofachhandel wichtig?

Gerade in diesem neuen und der traditionellen Diaprojektion dennoch sehr verwandten Bereich sollte ein Kunde kompetent beraten werden, welches Produkt für ihn das richtige ist. Beamer werden zwar heute mehr in den Elektronik-Fachmärkten gekauft, aber das Know-how des Fotofachhändlers ist das grössere, welches Gerät oder welche Leinwand (von Hama) richtig ist.