

# "Der Fotohandel muss zum Multimedia-Geschäft werden"

Autor(en): **Maciucci, Gianfranco**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **13 (2006)**

Heft 12

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979120>

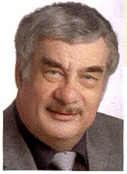
## **Nutzungsbedingungen**

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

*Es ist geschafft! Gegen 100 junge Berufsleute haben die Lehrabschlussprüfung bestanden und stehen an einer wichtigen Schwelle ihrer Karriere. Der Berufsalltag nimmt eine Wende, mit einer neuen Stelle oder einer neuen Position, und die oft lästige Zeit des «Stiften-Daseins» gehört der Vergangenheit an.*

*Ob es die richtige Berufswahl war? Die Branche ist in der Endphase der digitalen Revolution. Der Handel kennt neue Spielregeln und neue Mitbewerber. Alles ist in Bewegung geraten. Nichts ist mehr so, wie es noch vor der Lehrzeit war ... Doch, ich glaube die Entscheidung war richtig, einen Fotoberuf zu wählen, weil er in jedem Falle eine ideale Grundlage für irgendeine Tätigkeit im Imagingbereich ist, und weil Bilder die Sprache der Zukunft sind. Ob ein Bild mit einer teuren Fachausrüstung oder mit einem lausigen Handy gemacht wurde – es braucht immer Leute, die kompetent mit Bildern umgehen und die ihre Kunden beraten können, welches die beste Kamera für ihre Bedürfnisse ist.*

*Wir von Fotointern beglückwünschen Euch zu diesem Schritt und zur bestandenen Prüfung und wünschen Euch weiterhin alles Gute!*

*Urs Tillmanns*

## casio «Der Fotohandel muss zum Multimedia-Geschäft werden»



Casio bietet eine kleine, aber feine Auswahl von sieben kompakten Kameramodellen, ideal für die Westentasche und Schnappschüsse. Wir haben von der Schweizer Importfirma Hotline SA den Besitzer Gianfranco Maciocci (links), Sohn Andreas (rechts) und Verkaufsleiter Antonio Frezza (Mitte) getroffen.

**Casio ist ein wohlklingender Name, wenn es um Innovationen im Elektronikbereich geht oder wenn man an Uhren denkt. Wie positioniert sich die Marke im Kamerabereich?**

**Gianfranco Maciocci:** Casio ist ein Technologieleader, der stets Produkte mit exklusiven Eigenschaften hervorgebracht hat. Im Digitalkamerabereich hat Casio bereits 1995 ein Modell vorge-

stellt. Man darf nicht vergessen, dass diese Marke führend ist bei der Herstellung von Hochleistungs-CCD, Displays und auch im Bereich Prozessoren und Akkus die Entwicklung weltweit vorantreibt. Das spürt man auch bei den Kameras, die eine extrem kurze Auslöseverzögerung und Startzeit, unendliche Schussfrequenzen und eine gute Bildverarbeitung besitzen. Ausserdem reichen die Akkulaufzeiten dank der LSEI-Technologie extrem lange, bis zu 550 Aufnahmen. Ausser den Objektiven, die Casio bei namhaften Herstellern wie Konica Minolta, Canon oder Pentax einkauft, produziert Casio die Kameras komplett selbst.

**Antonio Frezza:** Wir haben sieben Modelle im Sortiment, die alle sehr klein und nicht im untersten Preissegment sind, die aber über spezielle Eigenschaften verfügen. Nehmen wir die Z1000 mit 10 Megapixel: Als erste Kompaktkamera mit dieser Auflösung hat sie einen neuen Trend

Fortsetzung auf Seite 3

### inhalt

## Lehrlingsarbeiten: Seite 6 Die schönsten Bilder

### samsung

Mit der NV-Serie dringt Samsung in die Oberklasse der Kompaktkameras vor.

### digi-mikroskop

Klein, günstig und nicht nur für neugierige Kinder ein witziges Tool: das Dino-Lite Mikroskop.

### kodak 12fach

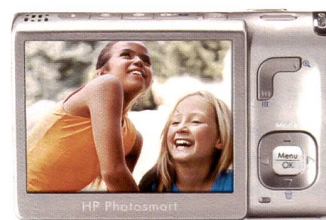
Zwei Kameras mit 12fach-Zoom, die sich nicht nur durch die Pixelzahl unterscheiden.

Seite 14

Seite 16

Seite 20

# UNSERE DRUCKER SIND JETZT NOCH BESSER



HP PHOTOSMART R 927

Denn von HP gibts auch Digicams.  
[www.hp.com/ch/digitalefotografie](http://www.hp.com/ch/digitalefotografie)  
HP – the leading printing company



Fortsetzung von Seite 1

eingeläutet: Das optische Zoom muss nicht mehr so gross sein, damit bleibt die Kamera im Westentaschenformat. Man kann nachträglich einen Ausschnitt nehmen und hat immer noch ausreichend Auflösung für einen guten Print in Reserve. Mit dieser Auflösung sind in Kombination mit dem 3-fach optischen Zoom Vergrösserungen bis zum 17-fachen in guter Qualität möglich. Unsere Kameras verfügen alle über eine Bildstabilisation, hohe Empfindlichkeit, wodurch kurze Verschlusszeiten bei minimiertem Rauschen möglich sind.

**Die Eigenschaften wie Geschwindigkeit, aber auch das Display, das sich dem Tageslicht in der Helligkeit anpasst, das sind Dinge, die man erfahren und erklären muss. Ist der Fotohandel für Sie deshalb als beratende Verkaufsstelle besonders wichtig?**

**Frezza:** Der Fotohandel ist für uns sehr wichtig, was wir auch mit dem Aussendienst, den wir eben erst um eine weitere Person auf drei Mitarbeiter ausgebaut haben, betonen. Wir wollen die Nähe zu den Fotohändlern, deshalb betreuen wir diese persönlich, nicht über eine Distribution, behandeln kleine Geschäfte mit gleicher Aufmerksamkeit wie grosse und legen besonderen Wert auf die After-Sales-Betreuung. Eine Werkstatt bei uns im Haus mit ausgewiesenen Fachleuten macht es uns möglich, schnell und unkompliziert auf die Anliegen der Kunden einzugehen.

**Wie sehen heute die Vertriebskanäle von Casio aus?**

**Frezza:** Bei den Grossverteilern ist Casio bereits recht gut vertreten und die Preise sind sehr stabil, wir vermeiden Preiskorrekturen. Der Kunde schätzt die Eigenschaften unserer Kameras, auch die technische Kontinuität, das heisst, die Akkus haben nur zwei Standard-Grössen, die Täschchen sind auch auf neuere Modelle anwendbar. Ausserdem ist die Wertigkeit der Kameras sehr hoch zu einem guten Preis. Eine Z60 im Einstei-

gersegment kostet im Handel 398.- Franken.

**Was sind Ihre Ziele im Kameramarkt?**

**Frezza:** Ganz klar mehr Marktanteile, die jetzt knapp unter fünf Prozent liegen. Wir wollen den Fotohändlern Hand bieten beim Ersatz von Konica Minolta und werden da mit neuen Produkten, die zur Photokina von Casio zu erwarten sind, auch zu-



«Wir bieten dem Fotohändler Lösungen an – er könnte zum Beispiel preisgünstige Dikom-Speicher inklusive Bildentwicklung verkaufen.»

Gianfranco Maciocci, Inhaber Hotline SA, Balerna

sätzliche Möglichkeiten haben.

**Maciocci:** Die Firma Hotline hat ja ein weitreichendes Sortiment, das dem Fotohandel durchaus interessante Möglichkeiten eröffnet. Der Fotohändler muss lernen, über das angestammte Business hinauszudenken. Mit portablen DVD-Playern mit integrierten Speicherkarten-Slots beispielsweise kann er eine Nische erschliessen, diese Geräte mit Harddisk eignen sich als Präsentations- und Speichermedien. Überhaupt hat sich die Digitalkamera sehr gut als Hobby- und Freizeitinstrument etabliert, aber es gibt noch viele Möglichkeiten sie zur Kommunikation zu nutzen. Hotline will da nicht einfach Produkte verkaufen, sondern Lösungen. Mit den Dikom-Speicherkarten beispielsweise haben wir eine kostengünstige Ergänzung zu in der Schweiz etablierten Marken. Auch GPS Navigationssysteme sehe ich beim Fotohändler, da diese immer multimedialer werden. Wichtig wird in diesem Zusammenhang auch immer mehr die Möglichkeit, mit MPEG4 Videosequenzen aufzuzeichnen, wie es mit den Casio-Kameras möglich ist. Kurz gesagt: Der Fotohandel muss zu einem Multimedia-Geschäft werden.

**Frezza:** Der Einsatz von MPEG4 ersetzt zwar nicht die Videoka-

mera, aber gewisse Momente wie das Kind, das zum ersten Mal läuft, kann man fotografisch nicht so gut festhalten, dafür sind die Videosequenzen wichtig. Dieser Bereich wird wachsen und auch im erwähnten beruflichen Einsatz an Bedeutung gewinnen.

**Speicherkarten werden aber sowieso immer billiger. Wozu dann noch eine Zweitmarke?**

**Maciocci:** Es gibt da durchaus noch Möglichkeiten, gerade für Fotohändler mit eigenem Mini-lab: Sie könnten die Karten wie Filme «Entwicklung inklusive» verkaufen, also eine Karte mit Platz für rund 40 Bilder mit Bildentwicklung für – sagen wir mal CHF 19.90. Die Speicherkarte erhält der Kunde als «Archiv» mit den Papierabzügen zurück.

**Hotline kennt man in der Schweiz als Marke für Telefone. Was ist der historische Hintergrund?**



«Casio hat ein Sortiment an Kameras mit hervorragenden technischen Eigenschaften, was mit einer grossen Kundentreue belohnt wird.»

Antonio Frezza, Verkaufsleiter Hotline SA, Balerna

**Maciocci:** Die Firma Hotline SA hat ihren Ursprung in den 50er-Jahren des letzten Jahrhunderts, als Ladenkette unter dem Namen «Galleria delle Novita SA», die später verkauft wurde. Hier in Balerna hat man sich auf die Belieferung konzentriert, tatsächlich war die Hotline SA die erste private Firma in der Schweiz, die nach der Liberalisierung des Marktes eigene Telefone vertrieben hat. Der Bereich Telefonie spielt immer noch eine

wichtige Rolle bei uns, dazu kommen aber Funkgeräte der Marke Vertex Standard, die Casio Rechner und Kameras sowie unter dem Markennamen Dikom die Speicherkarten, portable Fernseher und DVD-Player sowie MP3-Player und neu auch Navigationssysteme. Heute sind es 28 Mitarbeiter, die hier in Balerna arbeiten. Sehr wichtig ist für uns, dass die Händler keine Scheu haben, uns anzurufen: unsere Mitarbeiterinnen sprechen perfekt Deutsch und Französisch.

**Maciocci:** Die Zukunft wird sicher geprägt sein von schnellen Produktewechseln. Wir wollen da flexibel sein und haben mit Casio auch einen starken Partner. Ich habe selbst drei Jahre in Japan bei Vertex Standard (Marke Yaesu) gearbeitet, was mithilft, die japanische Mentalität etwas zu verstehen. Mein Sohn Andreas ist neu in der Firma Hotline und ist für die neuen Produkte zuständig. Er vertritt hier die junge Generation und beschäftigt sich beispielsweise intensiv mit dem Thema MP3, auch inklusive portablen Bildtanks.

**Wie kann der Fotohandel denn von der Zusammenarbeit mit Hotline profitieren?**

**Maciocci:** Wenn wir ein neues Produkt lancieren, dann wählen

wir es aber immer unter dem Aspekt aus, dass wir auch den Service dazu möglichst inhouse bieten können. Gerade für den Fachhandel ist dies wichtig, auch seinen Kunden gegenüber. Wir bieten ihm also nicht nur innovative Produkte der verschiedenen Marken, sondern auch den erwähnten Service, auf das ganze Sortiment zwei Jahre Garantie und den erwähnten Aussendienst mit persönlicher Kundenbetreuung.