

Gesamtlösungen sind in Zukunft gefragter denn je

Autor(en): **Barth, Jürg**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **14 (2007)**

Heft 16

PDF erstellt am: **09.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-978832>

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

14-tägliches Informationsmagazin für Digitalprofis. Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.–

editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist
und Herausgeber von
Fotointern

Abgesehen von unseren Lesern der welschschweizer Ausgabe interessieren wir Deutschschweizer uns eigentlich recht wenig um den Imaging- und Fotomarkt in Frankreich. Da ist einmal für viele die Sprachbarriere und andererseits die Tatsache, dass Frankreich kaum noch eine eigene Fotoindustrie hat. Die Orientierung nach Deutschland scheint aus beiden Gründen logischer.

Der «Salon de la Photo», der jedes zweite Jahr alternierend zur Photokina stattfindet, war dieses Jahr ein Besuch wert. Nicht wegen der präsentierten Herbstneuheiten – diese konnten wir unseren Lesern bereits in den letzten Nummern vorstellen. Der Salon wurde dieses Jahr nach einem neuen Konzept durchgeführt: Erstens wurde er mit entsprechender Werbung für ein breites Publikum geöffnet, was in den fünf Ausstellungstagen von rund 48'000 Besuchern goutiert wurde. Zweitens waren als absolutes Novum neben den Markenvertretungen auch Händlerketten mit ihren Ständen vertreten und verkauften die begehrten Neuheiten direkt an die Besucher. Weiter hat uns der Salon ermöglicht interessante Zahlen und Trends zum Fotomarkt in Frankreich in Erfahrung zu bringen. Lesen Sie dazu den Bericht auf Seite 16.

Urs Tillmanns

fujifilm «Gesamtlösungen sind in Zukunft gefragter denn je»



Seit eineinhalb Jahren ist Jürg Barth CEO von Fujifilm (Switzerland) AG und Erno GmbH Albruck. Wir haben ihn um einen Rückblick gebeten und ihn nach seiner Strategie für die Zukunft befragt.

Herr Barth, Sie sind seit eineinhalb Jahren CEO bei Fujifilm.

Was hat sich in dieser Zeit in der Branche verändert?

Innerhalb der Fotobranche hat sich der Trend zu digitalen Produkten rasant weiterentwickelt,

sei es bei den Kameras, Laborleistungen oder Laborgeräten. Der Markt der analogen Produkte dürfte heute über alles gesehen mal gerade noch etwa 10 Prozent der Marktgrösse des Jahres 2000 sein! Diese dramatisch

schnelle Veränderung hat natürlich tiefgreifende Veränderungen hervorgerufen. Verblieben sind diejenigen Unternehmungen, welche sich am schnellsten auf die Marktveränderungen eingestellt haben. Wir glauben, dass wir uns bei Fujifilm auf diesen Trendwechsel ebenfalls früh und konsequent ausgerichtet haben. Neue Trends waren seit Beginn des digitalen Zeitalters in der Fotografie nicht nur die Digitalkameras und digitale Minilabs, sondern auch die digitalen Dienstleistungen der Labors.

Hier sehe ich nach wie vor ein grosses Potenzial auch für die Zukunft, denn es gibt immer noch viele Konsumenten, die noch nie oder sehr selten den digitalen Bilderservice, sei es am Verkaufspunkt oder via Grosslabor, in Anspruch genommen haben. Ferner werden in Zukunft Dienstleistungen wie das Fotobuch, gewisse Foto-Fun Artikel und die digitalen Poster, oftmals direkt am Verkaufspunkt produziert, weiter an

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

scanner

Drei Scanner für verschiedene Anwendergruppen im Test. Welches sind die Unterschiede?

Seite 10

mittelformat

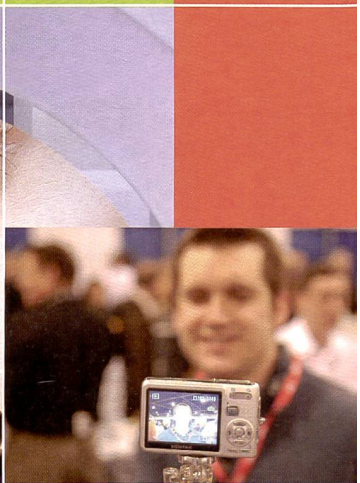
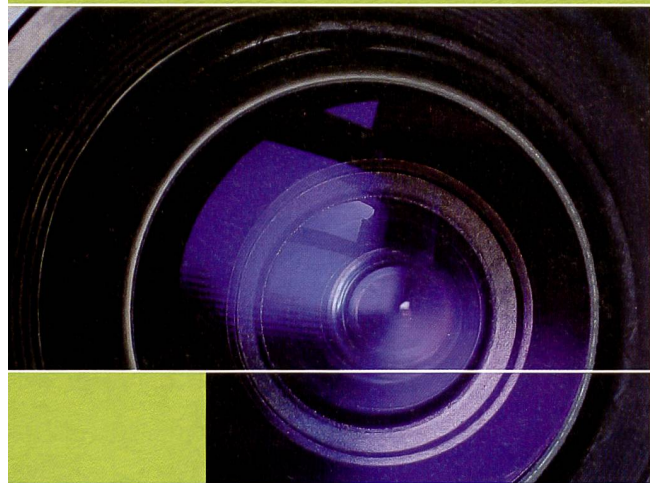
Die Markteinführung der Sinar Hy6 steht kurz bevor. Wird sie das Mittelformat revolutionieren?

Seite 14

salon de la photo

Die grösste Fotomesse Frankreichs zog Publikum in Scharen an. Welches sind die Trends?

Seite 16



Machen Sie sich selbst ein Bild von ...



Innovationen

- Über 600 Aussteller präsentieren die neuesten Produkte und Technologien – damit Sie wissen was in Zukunft läuft.

Ideen

- Inspirierende Vorträge von **Stuart Varney**, und das **PMA Visionaries Panel; Dr. Andrew Lippman**, von MIT; und dem National Football League Hall of Fame Mitglied **Gayle Sayers**.
- Mehr als 200 Seminare und Weiterbildungsveranstaltungen, genau auf die Foto/Imaging Branche zugeschnitten.
- Einige Vorträge werden in deutscher Sprache gehalten!
- Praktische Workshops, Computerschulungen, und andere Kurse.

Globalen Kontakten

- Ihre Chance Kollegen, Lieferanten und Händler aus aller Welt zu treffen – auf der Messe und anderswo.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Klaus Petersen
 PMA Büro für Europa
 Hiltenspergerstr. 9
 80798 München Germany
 Fax: 089-273-0291
 E-mail: pmaeurope@pmai.org

Elisabeth Scherer
 PMA World Headquarters
 3000 Picture Place
 Jackson, MI 49201 USA
 Fax: 001-517-788-7809
 E-mail: escherer@pmai.org



31. Januar - 2. Februar 2008
 Las Vegas Convention Center,
 South Hall
 Las Vegas, Nevada USA

Auch Teil der PMA08

DIMA 2008
 29. - 30. Januar 2008

PSPA 2008
 30. Januar - 1. Februar 2008

SPAA 2008
 31. Januar - 1. Februar 2008

PPFA 2008
 31. Januar - 2. Februar 2008

Scrapbook Retail Education by
THE 9TH ANNUAL
memorytrends
 2008 CONFERENCE & EXPO

co-locating at PMA 08

Fortsetzung von Seite 1

Terrain gewinnen und so auch die mit dem Betrachten der Bilder verbundenen Emotionen bei den Konsumenten wieder verstärken.

Welche Veränderungen haben Sie bei Fujifilm (Switzerland) AG in dieser Zeit eingeleitet?

Bei Fujifilm haben wir in den letzten 18 Monaten einige wichtige, zum Teil auch schmerzhaft, Entscheidungen getroffen, um auf einer gesunden Basis in die Zukunft blicken zu können. So haben wir den defizitären Geschäftsbereich Laborproduktion in der Schweiz stillgelegt und haben seit dem 1. Oktober 2006 alle Laborproduktionsdienstleistungen ausgelagert.

Parallel dazu haben wir uns zu einer profitablen Wachstumsstrategie verpflichtet und neue Bereiche innerhalb der Fujifilm integriert. In den Geschäftseinheiten Medical und Industrial haben wir unser Produktportfolio weiter erweitert und diversifiziert. Im Bereich Foto sind die nennenswerten Neuigkeiten der exklusive Vertrieb aller Vanguard Produkte (Taschen, Koffer, Stativ, Ferngläser), die Einführung neuer elektronischer Produkte wie digitale Bilderrahmen sowie ein neues Batteriesortiment von Camelion. Bei den Laborgeräten sehen wir uns heute als «Solution Provider», das heisst wir streben kundenspezifische Lösungen an, welche weitgehend markenunabhängig sind. Wie bei den Minilabs bieten wir digitale Grossformatdrucker von Canon, Epson oder HP an, und dies von der Beratung, Schulung über Installation bis zur Wartung.

Und was hat sich bei der Erno GmbH verändert?

Unsere 100prozentige Tochterfirma Erno GmbH in Albruck bei Waldshut erfreut sich seit geraumer Zeit ebenfalls einer sehr positiven Entwicklung. Einerseits haben neue Produkte wie digitale Rahmen, neue Markenalb - darunter ganz neu auch Panodia für Deutschland - sowie die ebenfalls für den deutschen Markt neue Exklusiv-Vertretung der Marke Vanguard zur Verstärkung unserer Marktpräsenz bei-

getragen und andererseits sind wir sehr stark im Ausbau des Exportgeschäftes der Erno Produkte in ganz Europa. Mittlerweile sind wir in allen wichtigen europäischen Ländern vertreten und sehen auch in der Zukunft einer weiteren Steigerung des Umsatzes entgegen.



«Analoge Produkte machen heute noch etwa 10 Prozent der Marktgrösse des Jahres 2000 aus»

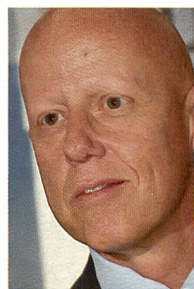
Jürg Barth, CEO Fujifilm (Switzerland) AG

Welche Entwicklungen sehen Sie im Minilab-Markt und welche neuen Minilab-Systeme bietet Fujifilm an?

Auch hier ist es in Zukunft immer wichtiger, auf einen Anbieter zählen zu können, welcher nicht nur eine Marke sondern ein Gesamtkonzept anbietet. Hervorheben möchte ich das bei allen neuen Fujifilm-Minilabs integrierte Frontier Workflow Management, mit welchem verschiedene Ausdruckseinheiten wie Minilab, Grossformatdrucker, CD/DVD Brenner, Thermofotoprinter oder Laserdrucker von einem zentralen System aus gesteuert werden können. Alle diese Einheiten bietet Fujifilm individuell oder in einer Gesamtlösung an. In den nächsten Tagen wird die neue Generation der Fujifilm Frontier Minilab lanciert. Es sind insgesamt sieben (!) neue Geräte mit Kapazitäten von 800 bis 2400 Prints pro Stunde und mit maximalen Printformaten von 203 x 610 bis 305 x 914 mm. Daneben werden wir für den Fotofachhandel auch ein sehr interessantes Konzept für die Herstellung von Fotobüchern am Verkaufspunkt vorstellen. Das System umfasst den Xerox Phaser 7760, den Order-it Micro mit dazugehöriger Fotobuch Software sowie ein Unibind XU 138 Bindesystem. **Fujifilm (Switzerland) AG diversifiziert auch in neue Bereiche wie digitaler Grossformatdruck. Welches sind Ihre Strategien?** Der digitale Grossformatdruck

hat natürlich eine grosse Bedeutung in der grafischen Branche. Seit einiger Zeit jedoch nimmt auch das Interesse der Fotobranche rapide zu. Diesen Trend wollen wir nutzen um das Large Format Printing (LFP) beim Fotofachhandel weiter zu verstärken. Es ist eine Tatsache, dass der

Fachhändler mit den Posterdruck am Verkaufspunkt mittels eines LFP Inkjet Printers eine überdurchschnittliche Marge erzielen kann. Zudem sind Fotoposter mehr denn je wieder beliebt beim Publikum, was zusätzlich ein Anreiz für eine Investition in dieses Segment darstellt. Wir bieten eine abgerundete Gesamtlösung an mit Grossformatdrucker von Canon, Epson und HP sowie das dazugehörige Verbrauchsmaterial. Die Geräte können jederzeit in unserem neuen Showroom in Zürich und demnächst auch in Bussigny bei Lausanne besichtigt werden.



«Es wird in Zukunft immer wichtiger, auf einen Anbieter von Gesamtlösungen zählen zu können.»

Jürg Barth, CEO Fujifilm (Switzerland) AG

Ihre neuen Entwicklungen zeigen Sie in Ihrem neuen grosszügigen Showroom. Welches ist Ihr Konzept?

In unserem neuen Demoparc finden unsere Kunden das gesamte Produktportfolio für die grafische Industrie und den Fotomarkt. Von kleiner bis grösster Druckgrösse sind die Geräte der Fujifilm (Switzerland) AG und der Chromos AG auf rund 250 Quadratmetern ausgestellt. Ob HP Indigo, Agfa Anapurna, Minilabs,

Kiosksysteme, Silverlab-Sofortprintstationen, mehr als 10 aktuelle Grossformat-Inkjetdrucker von Epson, Canon und HP, im Demoparc findet der Besucher alle modernen Produktionsgeräte aus einer Hand. Daneben werden die neuen Finepix Digitalkameras präsentiert, genauso wie die Palette der Vanguard- und der Erno-Produkte. Auf welches Interesse der Demoparc stösst haben unsere Open-Days im September gezeigt, an denen sich gegen 200 Kunden über die neuen Lösungen und das umfassende Produktportfolio der Chromos-Gruppe informiert haben. Das Fujifilm- und das Chromos-Team freuen sich natürlich auch in Zukunft auf jeden Besuch unserer Partner aus der grafischen Industrie und aus dem Fotohandel.

Apropos Digitalkameras: Welches sind die Highlights für das Weihnachtsgeschäft?

Da wären gleich mehrere zu nennen: Im Superzoom-Bereich ist sicher die S8000fd mit 8MP, einem optischen 18fach-Zoom ab 27 mm, einer Serienbildfunktion bis zu 15 Bildern/Sek., sowie doppelter Bildstabilisierung und Gesichtserkennung die neue Leaderin. In der gehobenen Kompaktklasse glänzt die F50fd mit einem 12MP Super-CCD, doppelter Bildstabilisierung, max. 6'400 ISO,

Gesichtserkennung mit vollautomatischer Rote-Augen-Entfernung und einer Serienbildfunktion mit 5 Bildern/Sek. In der Klasse der Super-Kompakten sticht die Z100fd hervor mit einem ultraflachen Metallgehäuse in vier Farben. Nicht zu vergessen ist zudem, dass wir wiederum exklusiv für die Schweiz ein Set-Angebot mit der F480 auflegen, welches Kamera, Speicherkarte, Etui und Kombi-Tragriemen zu einem attraktiven Preis vereint.