

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 1 (1994)
Heft: 4

Artikel: Keine Blisterpackungen, sondern Praxishilfe
Autor: Bissig, Markus
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-978733>

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: 28.03.2025

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

Editorial

Urs Tillmanns
Fotograf, Fach-
publizist und
Herausgeber von
FOTOintern

Das Jahresende kommt langsam in Sicht, und vor uns liegt der wohl hektischste und zugleich umsatzträchtigste Verkaufsmonat für den Fotofachhandel. Das Weihnachtsgeschäft und der Dezember wird dann weisen, ob das Jahr 1994 ein besseres war, oder ob viele der Prognosen nach der Rezession doch zu optimistisch waren. Eines ist sicher: Allzu schnell dürfen wir nicht mit einer wirtschaftlichen Erholung rechnen, hat doch die Rezession eine tiefe Scharte in unser empfindliches Wirtschaftsgefüge geschlagen. Die Hersteller haben sich auf der photokina mit innovativen Produkten alle Mühe gegeben, diese Scharte auszuwetzen. Die Neuheiten liegen fast ausnahmslos in einer höheren Qualitäts-, Preis- und damit Umsatzklasse. Sie sind eine grosse Chance für den Fotofachhandel, in der Vorweihnachtszeit den Jahresumsatz noch etwas zu verbessern. Dieser Chance kommt das Kaufverhalten von Herrn und Frau Schweizer entgegen, die immer noch vor dem günstigen Preis auf die Qualität achten.

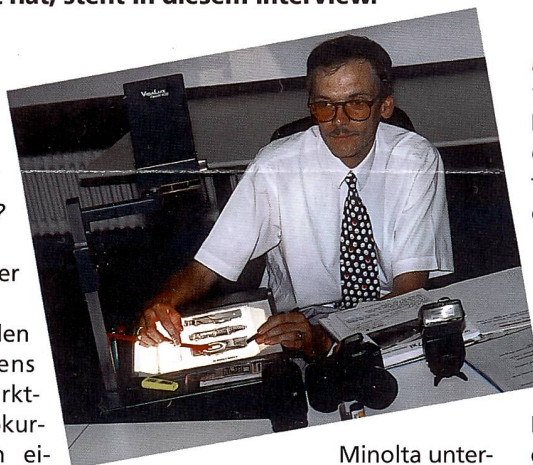
U. Tillmanns

Keine Blisterpackungen, sondern Praxishilfe

«Wir müssen nicht nur Kameras verkaufen, sondern auch das fotografische Know-how dazu» meint Markus Bissig, der das Minolta Schulungszentrum leitet. Rund 1000 Personen besuchen dort jährlich ein Fach-, Anwendungs- oder technisches Seminar, um mehr über die Produkte und deren praktischen Einsatzmöglichkeiten zu erfahren. Wie es zu dieser erfolgreichen Institution kam, und welche Bedeutung sie für Minolta und ihre Kundschaft hat, steht in diesem Interview.

FOTOintern: Herr Bissig, wie ist es eigentlich zum Minolta Schulungszentrum gekommen?

Markus Bissig: Ich sah als früherer Geschäftsführer eines bedeutenden Fotounternehmens in Chur die Marktlücke guter Fotokurse, nachdem ich einige probenhalber für unsere Kundschaft organisiert hatte. Dann habe ich die Idee gedanklich ausgebaut und sie Minolta präsentiert, in der Hoffnung, dass diese von



Minolta unterstützt würde. Ein Wort ergab das nächste, bis ich schliesslich die Chance packte und diese Aufgabe nicht für mich sondern für Minolta AG wahrnahm.

FOTOintern: Welche Kurse bieten Sie heute an?

Bissig: Es gibt drei verschiedene Seminararten. An den technischen Seminarien werden die Funktionsgrundlagen der Kameras vermittelt. Sie dienen auch als Entscheidungshilfe für Neukäufer. Die Fachseminarien sind auf Spezialgebiete ausgerichtet wie Blitz-, Makro- und Porträtfotografie oder Bildgestaltung. In den Anwendungsseminarien wird das Handling der Kameras erklärt sowie fotografisches Grundwissen vermittelt.

Fortsetzung Seite 3

5 Diskussion

Anlässlich einer Podiumsdiskussion der UE-Branche wurden Probleme des Detailhandels erörtert, die auch für den Fotohandel interessant sind.

6 Aktuell

In Japan werden die Kaufhäuser immer stärker. Wie die Stimmung unter den Fotohändlern ist, und welche Massnahmen sie treffen werden, steht auf Seite 6.

7 Wettbewerb

Die ISFL führt unter den Foto-Lehrlingen einen attraktiven Wettbewerb durch. Die Siegerbilder sollen auf der FOTO PROFESSIONAL ausgestellt werden.

7 SVPG

Sind Video-Passbilder tatsächlich ab 1. Januar 1995 nicht mehr zugelassen? Das Bundesamt für Polizeiwesen drückt ein Auge zu. Den offiziellen Wortlaut lesen Sie im SVPG-Kasten.

7 MWSt

Mehrwertsteuer – alles klar? Ab 1. 1. 95 gilt es, einiges zu bedenken. Die wichtigsten Punkte haben wir für Sie nochmals zusammengefasst. Haben Sie noch Fragen? Wir antworten!

9 Neuheiten

Das Aktuellste seit unserer letzten Ausgabe finden Sie auf den Seiten 9 bis 11. Wichtig: Es ist Foto-Kalenderzeit. Einige davon gibt es nur in kleinen Auflagen. Sichern Sie sich Ihr Exemplar.

Die neue Pentax Espio 140: 132 x 74,5 x 61,5 mm kompakt, 305 g leicht, Pentax SMC Power Zoom 38-140 mm/1:4,1-10,2 (9 Linsen in 7 Gruppen), Autofokussystem mit Fünfpunktmessung, LCD-Realbildsucher mit Parallaxenausgleich, Programmautomatik oder Langzeitbelichtung, eingebauter Zoomblitz mit diversen Automatikfunktionen, Panorama-Umschaltung für Breitformat u.v.a.m. Auch als Pentax Espio 140 Data erhältlich.



PENTAX®
Eine Kompaktklasse für sich.

Die 5 - m m - m e h r - a l s - a l l e - a n d e r e n - Kamera. Kamera. Kamera. Kamera. Kamera. Kamera. Kamera. Kamera. Kamera.

Wer die grösste Röhre führt, hat nicht unbedingt auch die längste. Das beweist Pentax mit der neuen Espio 140, der ersten echten Kompaktkamera mit 3,7-fachem Superzoom

von 38 bis 140 mm. Und hält damit einmal mehr, was die Konkurrenz verspricht: den absoluten Weltrekord in der Superkompaktklasse! Es ist eben schon so: Wer erfindet, ist im Vorsprung.

In die neue Espio 140 hat der Erfinder der Zoomkompaktkamera sein gesamtes Know-how im Objektivbau gesteckt. Plus die ganze Spitzentechnologie, die in allen Lebenslagen für schärfere und brillantere Bilder sorgt. Und beides so kompakt und nur 305 g leicht verpackt, dass andere Kameras nicht nur beim Zoomobjektiv den kürzeren ziehen.

Sie aber werden mit der neuen Pentax Espio 140 am längeren Hebel sitzen. Und staunen, wie sehr ein paar Millimeter Nasenlänge mehr den kreativen Spielraum vergrössern.

Fortsetzung von Seite 1

FOTOintern: Dann organisieren Sie ja auch noch Leserreisen mit dem Minolta-Spiegel. Wieviele sind das etwa pro Jahr?

Bissig: Das sind vier bis sechs Reisen pro Jahr mit 10 bis 25 Teilnehmern, mit Destinationen wie Venedig, Kenia, Malta, Santorin oder die Steiermark.

FOTOintern: Ist das, gegenüber dem Alltagsleben der Seminaren, Ihre Erholungszeit?

Bissig: Nein, keineswegs. Das ist harte Knochenarbeit. Denn von morgens sieben bis abends elf stehe ich den Teilnehmern voll zur Verfügung. Hinzu kommt noch die ganze Organisation, sowohl im Vorfeld als auch vorort.

FOTOintern: Was ist positiv und was negativ an Ihrer Seminartätigkeit?

Bissig: Absolut positiv ist die Dankbarkeit der Teilnehmer für das, was ich ihnen vermitteln kann. Sie erfahren echte fotografische Lebenshilfe. Negativ? Negativ ist vielleicht, dass die Tätigkeit einen enormen persönlichen Einsatz verlangt, bei dem das Privatleben – insbesondere meine Familie mit vier Kindern – stark in den Hintergrund treten muss. Doch das Positive überwiegt haushoch. Die zufriedenen Gesichter in den Seminaren/Fotoreisen und die interessierten Fragen sind für mich jedesmal ein Erfolgserlebnis und eine grosse persönliche Befriedigung.

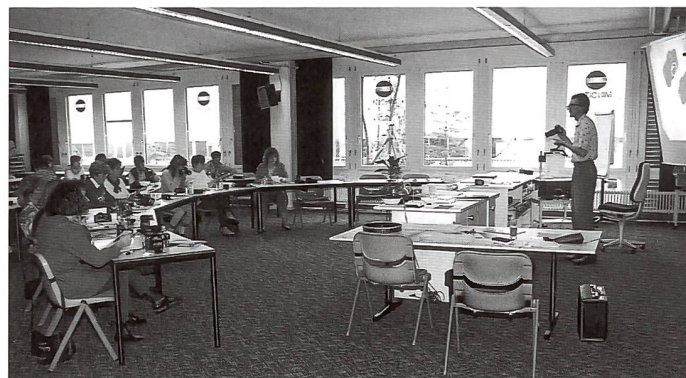
FOTOintern: Wie finanziert sich das Ganze? Sind die erfolgreichen Kurse ein Bombengeschäft für Minolta, oder legt das Unternehmen noch etwas Kohle nach, damit das Feuer besser brennt?

Bissig: Hier müssen wir unterscheiden zwischen dem mathematischen Rentieren und der Firmenphilosophie. Rein mathematisch gesehen, bezahlen die Kursteilnehmer ca. 70% der Gesamtkosten des Minolta-Schulungszentrums (MSZ), und zusätzlich

wird eine intensive Kundenbindung an die Marke Minolta erreicht. Der Konsument wird zudem motiviert, mehr zu fotografieren, was für die gesamte Branche wie Lieferant, Detaillist, Labor, etc. von Bedeutung ist.

FOTOintern: Verkaufen Sie auch Geräte direkt?

Bissig: Nein, grundsätzlich nicht.



Der Seminarraum des Minolta Schulungszentrums ist grosszügig konzipiert und ist mit modernster Infrastruktur ausgestattet.

FOTOintern: Auch nicht in den berühmten Ausnahmefällen?

Bissig: Nein, die gibt es bei uns nicht. Wir verweisen die Seminarteilnehmer immer an die Minolta Verkaufsstellen seiner Region. Dabei können die Teilnehmer beim Kauf eines Gerätes oder Zubehörs im Wert von über 200 Franken einen Gutschein im Wert von 30 Franken einlösen, den wir dem Händler zurückerstatten. Berücksichtigt man den Mehrumsatz daraus, so dürften die Seminare für Minolta doch ein positives Ergebnis bewirken. Das ist jedoch nicht messbar, sondern nur vermutbar. Wir stellen jedenfalls fest, dass mehr als 20% der drei Mona-

te lang gültigen Gutscheine zurückkommen, und zwar 90% davon aus dem Fachhandel. Nicht nur Minolta, sondern auch der Fachhandel profitiert – ausser den Teilnehmern – demnach von diesen Seminaren.

FOTOintern: Können Sie das Kaufverhalten der Leute stark beeinflussen?

Bissig: Ja, schon. Es gibt ge-

dukte ausgerichtet. Zweitens sind wir der Ansicht, dass jede Weiterbildungsmöglichkeit der Fotobranche hilft. Je zufriedener unsere Kunden sind, desto besser geht es uns allen. Das «zef» hat einen ganz klaren Ausbildungsauftrag, den wir von Minolta sehr stark unterstützen. Auch besteht auf konzeptioneller Ebene eine gewisse Zusam-



In den Seminaren wird viel wertvolles Grundwissen vermittelt.

wisse Produkte, die mich einfach faszinieren, und von deren praktischem Nutzen ich sehr überzeugt bin. Beispiel: Das 1:2,8/20 mm erschliesst einen gestalterisch interessanten Bereich in der Weitwinkelfotografie. Logisch, dass ich solche persönlichen Überzeugungen in meinen Seminaren weitergebe. Und wenn nach einer Venedig-Reise dann plötzlich neun Exemplare dieses aussergewöhnlichen Objektivs mehr verkauft werden als üblich, dann ist das schon direkt auf das Seminar zurückzuführen. Dabei ist es weniger meine Meinung, als vielmehr die Tatsache, dass die Leute in den Anwendungsseminaren und Exklusivreisen mit den Leihgeräten fotografieren können und dabei selbst auf den Geschmack kommen.

FOTOintern: Nicht nur Sie bieten Fotokurse an, sondern auch beispielsweise das Ausbildungszentrum «zef» in Reiden. Ist das zef eine Konkurrenz für Sie?

Bissig: Nein, keineswegs. Erstens sind unsere Seminare vor allem auf Minolta-Pro-

menarbeit mit dem «zef», indem ich in der Kurskommission mitarbeite. Auch wurde ich im «zef» schon mehrmals als Seminarreferent eingesetzt.

FOTOintern: Dann würden Sie auch Kurse Ihrer Mitbewerber kaum als Konkurrenz betrachten.

Bissig: Nein, durchaus nicht – vor allem nicht, solange sie gut durchgeführt sind. Wenn sie schlecht sind, schaden sie der Sache. Wir sehen bei jedem Seminar, wie gross das Bedürfnis der Teilnehmer ist, dazuzulernen, um noch bessere Fotos zu machen. Diese Chance muss die Fotobranche unbedingt wahrnehmen. Kameras kann man nicht in Blisterpackungen verkaufen. Man muss den Leuten sagen, wie sie damit umgehen müssen, und wie sie die technischen Möglichkeiten nutzen können. Das betrachte ich als meinen Auftrag, und ich bin froh, dass Minolta für mein Anliegen so viel Verständnis zeigt.

FOTOintern: Herr Bissig, wir danken Ihnen bestens für dieses Gespräch. Tm

Zur Person

Markus Bissig, Jahrgang 1957, ist gelernter Fotofachverkäufer. Er arbeitet, ohne Unterbruch, seit über zwanzig Jahren in der Branche. Intensive Weiterbildung auf den Gebieten Fotografie, Präsentationstechnik, Verkauf sowie Rhetorik. Er wohnt seit vielen Jahren in Graubünden.

Für einen Sportwagen
sparst Du 5 Jahre.

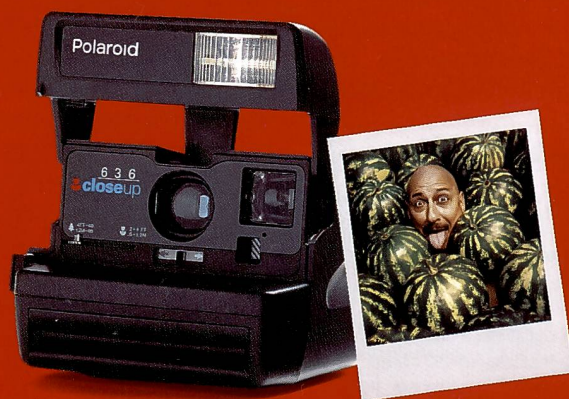
Für eine Yacht 28.

Für ein Schloss 197.

Schluss mit dem

Sparen,

her mit dem Spass.



Polaroid und Freude herrscht.