

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 4 (1997)
Heft: 19

Artikel: Kodak in den Schlagzeilen : was sagt Lausanne dazu?
Autor: Barth, Jürg
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-978949>

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: 14.03.2025

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

FOTO

MIT DIGITAL IMAGING

NEUHEITEN

**FOTOintern
im Internet**
<http://www.fotoline.ch/FOTOintern>

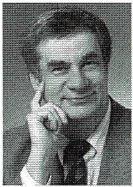
WIRTSCHAFT

INTERN

Nr. 19/97
1. Dezember 1997

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

Editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fach-
publizist und
Herausgeber von
FOTOintern

Stellen Sie sich ein Messband vor. Es ist etwa siebeneinhalb Meter lang – und jeden Tag schnipseln Sie einen Zentimeter ab. Wenn Sie an seinem Ende angelangt sind, ist es da, das neue Jahrhundert, das neue Jahrtausend – und ein Schaltjahr soll es auch noch sein. Wahrscheinlich spinnen dann nicht nur alle Computer, sondern auch andere ...

Ich habe nicht schlecht gestaunt, als ich kürzlich eine Werbeuhr erhielt, die in einem speziellen Digitalfeld eine Tagesanzeige bis zum Jahr 2000 aufwies. Das Jahr 2000, das einst von allen als Inbegriff des Futurismus genutzt wurde, kommt nun als Realität der Gegenwart immer näher.

Was muss man sich jetzt aussuchen, wenn man ein zukunfts-trächtiges Produkt speziell als solches auszeichnen möchte.

«2000plus» habe ich kürzlich irgendwo gelesen. Man scheint sich mit Zahlen doch nicht mehr so sehr festlegen zu wollen.

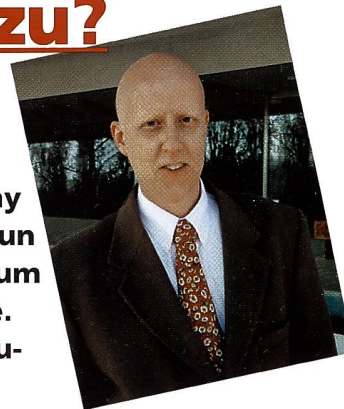
Die rund 750 Tage scheinen jedenfalls noch einiges an Überraschung für uns bereitzuhalten. Dabei soll das Bild als Kommunikationsmittel immer mehr an Bedeutung gewinnen.

Gut für uns!

Urs Tillmanns

Kodak in den Schlagzeilen. Was sagt Lausanne dazu?

Kodak ist in den letzten Wochen und Monaten in die Schlagzeilen der Wirtschafts- und Tagespresse gekommen. Der Umsatz der Eastman Kodak Company sank im dritten Quartal dieses Jahres um weitere neun Prozent auf 3,8 Milliarden Dollar, der Gewinn brach um 42 Prozent ein. Von 10'000 Entlassungen ist die Rede. Was meint die Schweizer Kodak Niederlassung in Lausanne dazu? Wir waren mit Jürg Barth im Gespräch.



FOTOintern: Das Geschäftsjahr 1997 scheint für Kodak kein gutes zu werden. Welches sind denn die Gründe dafür?

Jürg Barth: Es gibt eine ganze Reihe von Ursachen. Da ist einmal die Währungssituation, welche sich immer negativ auf den globalen Konzernumsatz ausgewirkt hat; dann sind – besonders im Digitalfotografie-Bereich – geringere Mengen verkauft worden als budgetiert; dazu kommt noch der harte Preiskampf im Filmgeschäft in den USA.

FOTOintern: Als weitere Hauptgründe werden die digitale Fotografie und APS erwähnt, zwei vielversprechende Geschäftsbereiche von Kodak, die aber offensichtlich noch Verlust einbringen...

Barth: Das ist teilweise richtig. Beides sind Bereiche, in die Kodak in den letzten Jahren enorme Summen an Forschungs- und Entwicklungsgeldern investiert hat, die im Verhältnis zu den erzielten Umsätzen ganz einfach zu hoch waren. Kodak stellt in Zusammenarbeit mit Chinon

einige der führenden Digitalkameras her, die in der Schweiz über Partnerfirmen, z.B. über die Firmen Schmid AG, Oberentfelden, und Engelberger, Stansstad, für den Fotofachhandel verkauft werden. Weiter ist Kodak Partnerschaften mit Danka, Heidelberg, und Sun Chemical eingegangen, um gemeinsam eine bessere Marktposition erreichen zu können. Es wird damit eine Reihe von Synergien ausgenutzt, die aber erst

Fortsetzung Seite 3

5 SVPG

Die Arbeitszeitenregelung über die Feiertage ist alles andere als einheitlich. Hans Peyer hat sich in den einzelnen Kantonen umgehört.

7 zef

Der neue Beruf des Fotofinishers ist provisorisch genehmigt. Im zef findet dazu demnächst ein Informationstag statt. Ausschreibung beachten auf Seite 7.

8 Digital

Bildausgabe und Druckqualität sind für Fotografen wichtige Themen. Wir stellen hier die verschiedenen Arten von Thermodruckern vor.

9 Internet

FOTOintern ist im Internet. Was Sie auf der beliebten Homepage <http://www.fotoline.ch> sonst noch alles finden, steht auf Seite 9. Klicken Sie mal rein ...

10 AWARD

Ein Wettbewerb «Pressefoto AWARD '97» für Bildjournalisten findet bereits zum 2. Mal statt. Verlockende Preise bis Fr. 5000.–. Formular anfordern.

15 Kodak

Der neue Kodak Professional Ektachrome E200 dürfte für Profis interessant werden: Er lässt sich leicht bis ISO 1000 pushen. Details auf Seite 15.



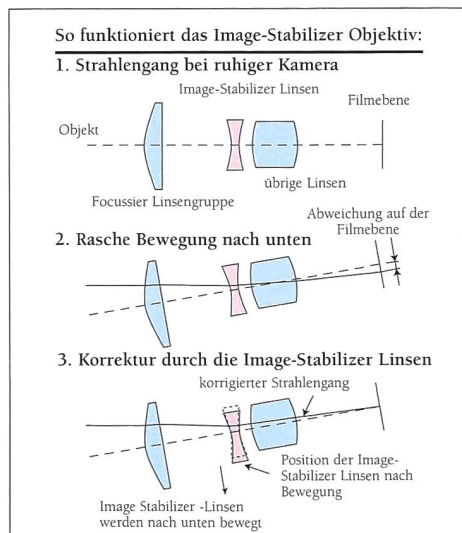
Canon EF-75-300mm f/4-5.6 IS USM, 1/125, f/11

Er sass hinten in einem 50 Jahre alten Flugzeug und wurde ordentlich durchgeschüttelt. Aber die Aufnahme ist kein bisschen verwackelt. Muss ein Wunderobjektiv gewesen sein.

Des Rätsels Lösung: Unser Photograph hatte an seiner Kamera ein Canon EF 75-300 mm f/4-5.6 IS USM - das erste Spiegelreflexkamera - Objektiv mit eingebautem Bildstabilisator (IS). Inzwischen ist ein weiteres Modell mit 300 mm Brennweite hinzugekommen. Diese Wunderwerke modernster Technik verhindern auch

in schwierigsten Situationen das Verwackeln. Hochempfindliche Gyro-Sensoren reagieren auf rasche Objektivbewegungen und ein 16-Bit Mikrocomputer rechnet in Mikrosekunden aus, wie die optische Achse

im Objektiv und nicht im Kameragehäuse integriert, was die Scharfeinstellung nicht nur präziser, sondern auch noch schneller macht. Hinter diesem Erfolg stehen 60 Jahre Erfahrung des grössten Objektiv-Herstellers der Welt. Canon kann dem professionellen Photographen und dem Amateur heute eine Auswahl von über 50 Objektiven anbieten, die wirklich keine Wünsche für die kreative Bildgestaltung offenlassen.



**EF-OBJEKTIVE MIT
OPTISCHEM BILDSTABILISATOR
GESCHAFFEN VON PROFIS
FÜR PROFIS**

horizontal oder vertikal verschoben werden muss, um das Verwackeln wieder auszugleichen. Dies geschieht durch entsprechende Bewegung einer Bildstabilisator-Linsengruppe. Kommt hinzu, dass die Teleobjektive von Canon Fluorit-Elemente und Glassorten mit besonders niedriger Streuung (UD-Glas) enthalten, welche die bei langen Brennweiten sonst übliche Überstrahlung verhindern. Der Motor für den Auto-Focus ist ebenfalls

**EF LENSES
IMAGE STABILIZER**



<http://www.canon.com>
© 1997 Canon Inc.

Canon

Fortsetzung von Seite 1

längerfristig Gewinn bringen können. Wir haben viel aus-
gesäht, aber die Ernte lässt
noch auf sich warten.

FOTOintern: Und APS?

Barth: Das Advanced Photo System erfreut sich einer zunehmenden Beliebtheit. Die Kameraverkäufe nehmen weltweit ständig zu. In den USA schätzen Händler mit eigenen Minilabs, dass das APS System einen Anteil von 25 Prozent an ihrem Umsatz hat. In der Schweiz liegt der Marktanteil von APS-Kameras bei rund 30 Prozent und derjenige von Filmen bei rund sechs Prozent. Damit sind wir unverändert das umsatzstärkste APS-Land nach Japan. Ein wichtiger

Aspekt kommt noch hinzu: Wir haben eine Umfrage bei Besitzern von APS-Kameras durchgeführt, die verdeutlicht, dass mehr als 75 Prozent aller Befragten das APS-System als sehr gut bis ausgezeichnet beurteilen. Etwa gleich viele, nämlich 71,2 Prozent, würden APS-Kameras ihren Freunden empfehlen. Diese hohe Kundenzufriedenheit spricht für das neue Fotosystem, und gerade im Hinblick auf das bevorstehende Weihnachtsgeschäft dürfte APS ein zentrales Thema für den Fotofachhandel sein.

FOTOintern: Dazu kommen wir noch. Nochmals zurück zur wirtschaftlichen Situation. Welche Massnahmen sind weltweit geplant, um die Ertragslage von Kodak zu verbessern und auch die Aktionäre wieder in eine bessere Laune zu versetzen?

Barth: Laut einem Brief von unserem CEO George Fisher an die Belegschaft will Kodak vorrangig in den drei Bereichen Verkauf und Administration, Forschung und Entwick-

lung sowie Produktion die Kosten innerhalb von zwei Jahren weltweit um mindestens 1 Milliarde Dollar kürzen und die Organisation so verändern, dass Kodak noch effizienter und profitabler dem Wettbewerb begegnen kann. In Forschung und Entwicklung sollen die Ausgaben für 1998 um 100 bis 150 Millionen Dollar unter den Stand von 1997 gebracht werden.



Darüber hinaus werden die Strategien zur Kostenreduzierung in den Herstellungs-
bereichen das Outsourcing bestimmter Aktivitäten ebenso einschliessen wie die Verbesserung der Qualitäts- und Durchlaufzeiten sowie das Zusammengehen mit Partnerfirmen.

FOTOintern: Dazu kommt die Streichung von 10'000 Stellen. Welchen Einfluss hat dieses Programm auf die Schweizer Kodak Niederlassung?

Barth: Das können wir im Moment leider noch nicht sagen. Wir gehen jedoch klar nicht davon aus, dass Kodak SA einen breitangelegten Stellenabbau zu befürchten hätte.

FOTOintern: Wir haben bisher über die Situation von Kodak weltweit gesprochen, die ja schliesslich auch zu den Schlagzeilen in

der Presse geführt hat. Wie sieht das Geschäftsjahr 1997 für die Kodak SA, Lausanne, aus?

Barth: Wir sind mit dem Geschäftsjahr 1997 sehr zufrieden. Einerseits hat APS die erhoffte Marktpenetration erreicht und ist «mitverantwortlich» dafür, dass sich der Filmmarkt zum ersten Mal seit rund fünf Jahren nicht mehr leicht zurückgebildet hat. Andererseits haben wir dieses Jahr mit der Einführung unserer neuen Kodak Gold und Royal Gold Filme – diese wurden von der EISA mit dem «Filme des Jahres»-Award gekrönt – einen neuen Standard setzen können, welcher vom Handel und von den Konsumenten äusserst gut aufgenommen wurde.

FOTOintern: Nun ist das Jahr ja noch nicht zu Ende. Welche Verkaufsförderungs-massnahmen sind für das Weihnachtsgeschäft geplant?

Barth: Zum Weihnachts-/Neujahrgeschäft sind fünf neue APS-Kameramodelle lieferbar, darunter als besondere Highlights die Kodak Advantix 1600 Auto und die Advantix 4700ix Text Zoom. Neben einem ergonomisch und elegant durchdachten Design, dem berühmten «Anti-Rotaugeffekt» Cobra Flash (3400 AF, 3800ix und 4700ix Text Zoom) weisen alle Modelle ein wichtiges Detail auf: Ein Sicherheitsriegel am Filmfach verhindert das Öffnen des Faches, solange der Film nicht gänzlich in die Kassette zurückgespult ist. Das bringt für den Kamerabnutzer noch mehr Sicherheit.

Was die Verkaufsförderung angeht, planen wir einen grossen Auftritt mit APS, der aus



einem neuen Verkaufsdisplay und diversen Werbeaktionen besteht. Flankiert werden diese Massnahmen durch einen TV-Spot zum Thema APS, der Ende November bis Weihnachten insgesamt 141 Mal am Schweizer Fernsehen ausgestrahlt wird.

FOTOintern: Herr Barth, wir danken Ihnen bestens für dieses interessante Gespräch.

