

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 8 (2001)
Heft: 12

Artikel: "Das Fotografieren muss wieder attraktiver werden ..."
Autor: Barth, Jürg
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-979786>

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: 29.03.2025

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

Dass die vorliegende Ausgabe schwerpunktmässig vor allem der Aus- und Weiterbildung gewidmet ist, ist kein Zufall. Die Lehrabschlussprüfungen sind vorüber und über 100 junge Fachleute – Fotofachangestellte, Fotofinisher, Fotoverkäufer, Fotolaboranten und Fotografen – stehen an der Schwelle ihres Berufslebens. Sie haben interessante Berufe gewählt, die nicht nur interessante menschliche Kontakte bieten, sondern vor allem die Faszination des Bildes mit unendlichen kreativen Möglichkeiten. Kommt hinzu, dass diese Berufe mitten in einem technischen Umbruch stehen, in dem digitale Arbeitsmethoden mit völlig neuen Möglichkeiten aufwarten. Abgesehen von den Lehrabschlussprüfungen finden auch die erstmals durchgeführten Fachprüfungen Erwähnung. Mit dieser neuen Weiterbildung wurden alle Fotoberufe erheblich aufgewertet und durch ein eidgenössisches Diplom gekrönt. Man darf nicht nur den ersten Absolventen herzlich gratulieren, sondern auch allen, die diese höhere Weiterbildung ins Leben gerufen haben.

Urs Tillmanns

kodak «Das Fotografieren muss wieder attraktiver werden ...»



Digital Imaging ist in aller Munde. Die trendigen Digitalkameras drohen der analogen Fotografie den Rang abzulaufen. Hat die Ablösung bereits begonnen? Wo steht der Film heute?

Wir haben dazu Jürg Barth, General Manager der Kodak SA Lausanne, befragt.

Herr Barth, es war in der Presse zu lesen, dass zur Zeit jede zweite Kamera eine Digitalkamera sei. Ist das wirklich so? Wo bleibt dann das Filmgeschäft?

Die Information mag auf gewisse Verkaufspunkte zu gewissen Zeiten zutreffen. Betrachtet man den Gesamtmarkt, so zeigt sich ein anderes Bild: Zur Zeit ist in der

Schweiz nur jede sechste Kamera eine digitale.

Gibt es schon erste Anzeichen einer Marktsättigung?

Glaube ich nicht, denn dazu sind die Produkte zu innovativ. Aber man darf nicht übersehen, dass die Enthusiasten und die professionellen Kunden sehr stark abgedeckt sind. Jetzt sind einerseits die Ersatzverkäufe interessant, und andererseits dürften die Kameras in günstigerer Preisklasse beliebter werden. Allerdings bleibt dabei ein geringer Verdienst beim Fotohandel. Die Preisstabilität und damit die Marge für den Fotofachhandel bei den analogen Produkten ist erheblich besser, vor allem auch, weil mit mehr Zusatzverkäufen aus dem Bildergeschäft gerechnet werden kann.

Das Filmgeschäft ist rückläufig. Mit wieviel Prozent Rückgang rechnen Sie in diesem Jahr?

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Lehrabschluss: Bilder und Berichte

Seite 6

bp – hfp

Die ersten Absolventen der Fachprüfungen haben erfolgreich abgeschlossen.

toshiba

Toshiba-Kameras werden neu von Perrot Image SA vertreten und bringen neue Modelle.

pentax

bringt die kleinste Digitalkamera mit Dreifachzoom und 3,3 Mpix CCD.

Seite 12

Seite 17

Seite 27

Der Türöffner zu neuen Kunden!

Kodak images MIT KODAK IN DIE DIGITALE FOTOWELT!

PROMOTION
vom 16. Juli bis
15. September 2001

FOTOS AUF CD

Aufpreis nur
Fr. 5.-

für PC oder Mac

Ihre Fotos auf
KODAK PICTURE CD

Bei der 135 oder APS Filmentwicklung
mit Kopien gleich mitbestellen

SHARE MOMENTS. SHARE LIFE.™ 

Ein Grund mehr, alle Entwicklungsaufträge
dem KODAK Labor anzuvertrauen!



Informationen und Werbematerial bei KODAK PHOTO SERVICE SA,
Longemalle 1, 1020 Renens, 021-631 01 11, Fax 021-631 01 50

www.kodak.ch

Fortsetzung von Seite 1

Ich rechne in der Schweiz mit etwa minus drei Prozent.

Eine Auswirkung des Digital-booms?

Auch, aber nicht nur. Es sind in erster Linie andere Freizeitaktivitäten, die die Leute vom Fotografieren abhalten. Wir haben eine sehr hohe Computerdichte im Privatbereich – in der Schweiz hat jeder zweite Haushalt einen PC. Es wird heute auch wieder mehr Sport getrieben und die Leute nutzen die Freizeit aktiver als früher. Das kommt alles mit dazu. Aber die Branche sollte unbedingt mehr tun, um das Fotografieren wieder attraktiver zu machen.

Der Rückgang des Filmgeschäfts um drei Prozent ist für Sie also keine Überraschung.

Nein, er war absehbar. Hingegen ist es erfreulich zu sehen, wie sich gewisse Segmente im Filmgeschäft entwickeln. Der neue Ultrafilm beispielsweise, der im Vergleich mit dem Vorjahr eine Verdoppelung verzeichnen konnte. Jeder sechste in der Schweiz verkaufte Kodak Film ist ein Ultra 400, der sich als Universalfilm führend im Markt positioniert. Dabei sind Mehrfachpackungen besonders im Trend der Zeit, und mehr Filme pro Kaufakt sind auch für den Fotofachhandel interessant.

Picture CD ist eine alternative Art der Bilddigitalisierung, die von Kodak mit einer Preishalbung sehr stark gefördert wurde. Wie ist der Erfolg?

Sehr gut. Wir verkaufen zur Zeit zehnmal mehr Picture CDs als letztes Jahr. Bereits mehr als jeder zehnte entwickelte Film wird mit einer CD bestellt. Bis Ende Jahr könnte es sogar jeder sechste sein. Mit einem Preis von fünf Franken wird die Picture CD zu einem echten Massenprodukt, das zugleich die günstigste Art der Bilddigitalisierung darstellt. Hinzu kommt ein

sehr hoher Zusatznutzen durch die mitgelieferte Software. Erste Erkenntnisse waren, dass die hauptsächlichsten Verwender Fotoenthusiasten mittleren bis höheren Alters waren. In der neuesten Version soll mit den Disney Programmen der spielerische Umgang mit Bildern gefördert und damit eine zunehmend jüngere Generation angesprochen werden.



«Bereits wird zu jedem zehnten Film eine Picture CD bestellt. Bis Ende Jahr könnte es zu jedem sechsten sein ...»

Jürg Barth, Kodak SA.

Wie halbiert man den Preis eines Produktes? Lassen dies die Margen noch zu?

Das ist die erste Auswirkung vom Kodak ilab, unserer digitalen Grosslaborlösung. Zwar ist Kodak ilab noch nicht vollumfänglich produktionsreif bei uns in Renens installiert, doch läuft der Teil der Kodak Picture CD-Produktion schon so rationell, dass eine Preishalbung möglich wurde. Mehr über Kodak ilab werde ich Ihnen in ein paar Monaten erzählen können.

Ein Massenprodukt erhoffte sich Kodak schon mit der Photo-CD. Halten Sie den heutigen Zeitpunkt für besser?

Unbedingt. Die Photo-CD war ihrer Zeit voraus. Das Interesse an der Bilddigitalisierung war noch zu gering. Nun kommt noch ein weiterer interessanter Aspekt hinzu: Bis Ende Jahr werden weltweit bereits 30 Millionen DVD-Player für die Bildbetrachtung von Kodak Picture CD ausgerüstet sein. Man kann die Bilder also in naher Zukunft direkt am Fernseher betrachten und zu einem späteren Zeitpunkt per E-Mail verschicken. Damit haben Sie für Fotointern gleich noch einen Primeur ... Und DVD ist ein

boomender Markt, der gerade dabei ist, Video abzulösen.

Eine alte Frage erneut gestellt: Wird die Digitalfotografie den Film ablösen?

Wir glauben nicht an eine Substitution der analogen Kamera. Für eine Ablösung müssten mindestens zwei der folgenden Faktoren gegeben sein: Ein tieferer Preis, eine bessere Qualität oder eine einfachere Handhabung. Bei

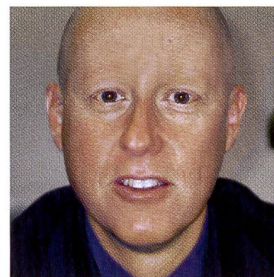
Zwischen den früheren KIS-Geräten und der heutigen Generation liegen Welten. Ich war mit unseren Fachleuten in Grenoble und habe mir dieses Werk genau angesehen. Nicht nur die Fertigung ist absolut überzeugend, sondern mehr noch die Bildqualität. Es sind Minilabs mit einem sehr günstigen Preis-/Leistungsverhältnis, einer hohen Produktivität und einer Qualität, für welche Kodak mit ihrem Namen bürgt. Und wir gewährleisten den Service für die Schweiz von Renens aus.

Amerika berichtet über erneute Entlassungen bei Kodak. Wie sind diese zu werten?

3'000 Entlassungen in 12 bis 18 Monaten sind auf weltweit 80'000 Mitarbeiter schon fast natürliche Abgänge. Ich sehe das nicht dramatisch, aber solche Meldungen sind immer willkommenes Futter für die Presse. Man darf auch nicht vergessen, dass diese Entlassungen mit der wirtschaftlichen Situation der USA zusammenhängen, die alles andere als erwartungsgemäss verläuft. Kodak geht es nach wie vor sehr gut. Kodak hat sich in den letzten Jahren auf das Kerngeschäft

Digitalkameras sind nicht zwei davon gegeben. Sie sind teurer, die Qualität des Films ist noch auf lange Sicht nicht erreicht und kann nicht übertroffen werden. Die Handhabung ist eindeutig komplizierter, besonders für Leute, die nicht oft fotografieren und nicht sehr PC-bewandert sind.

Noch eine Frage zu Minilabs: Sie vertreiben Gretag- und Noritsu-Geräte. Wie steht es mit den digitalen Lösungen?



«Bis Ende Jahr werden weltweit 30 Millionen DVD-Player für die Bildbetrachtung von Picture CD ausgerüstet sein.»

Jürg Barth, Kodak SA.

Das Gretag Masterflex Digital ist lieferbar und das erste digitale Noritsu 2901 wird im nächsten Monat platziert.

Nun bekommen Sie noch einen zweiten Primeur: Wir werden demnächst ein weiteres volldigitales Minilab unter der Bezeichnung System-88 einführen. Es ist eine europaweite Zusammenarbeit zwischen Kodak und Photo-me. **Darüber werden sich die KIS-geschädigten wenig freuen ...**

konzentriert, was ebenfalls zu Entlassungen und Rationalisierungen geführt hat.

Auch unser Kerngeschäft sieht anders aus. Imaging heisst heute das Schlagwort. Bilder werden zu Informationsträgern. Und 75 Prozent aller Bilder, die als Kommunikationsträger verwendet werden, stehen in irgend einer Form mit Kodak in Verbindung.

Herr Barth, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.