

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 8 (2001)
Heft: 19

Artikel: Neuorientierung und Rückbesinnung auf Kerngeschäft
Autor: Jung, Patrick
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-979818>

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

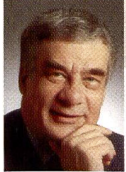
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.03.2025

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

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

Das zef scheint am Ende zu sein. Die Verantwortlichen haben in unzähligen Sitzungen mit SVPG und ISFL nach Lösungen gesucht, um das zef zu retten. Dabei geht es in erster Linie um die Sicherstellung einer fachlich fundierten Ausbildung unseres Berufsnachwuchses. Wenn nicht noch ein Wunder geschieht – und solche sind in der heutigen Zeit immer seltener – dann wird das zef Mitte nächsten Jahres seine Pforten schliessen, und bis dahin muss für die Einführungskurse eine neue Lösung gefunden werden. Das Ende des zef kommt für niemanden überraschend. Es stand von Anfang an auf finanziell schwachen Beinen und hatte nie Gelegenheit Rückstellungen für schlechtere Zeiten zu tätigen. Und jetzt sind diese offensichtlich da, und die Branche hat die Mittel nicht mehr diese Institution in der viel zu teuren Liegenschaft aufrecht zu erhalten. Sicher wird es Wege geben, um die Ausbildung der jungen Berufsleute auch ohne zef zu gewährleisten. Aber der Branche wird etwas fehlen, auf das wir insgeheim doch alle stolz waren: Ein Ort fachlicher und kollegialer Begegnungen!

Urs Tillmanns

gretag Neuorientierung und Rückbesinnung auf Kerngeschäft



Gretag hat die im Bereich Professional Imaging tätigen Unternehmensteile an Océ verkauft. Wir wollten von Dr. Patrick Jung, designierter CEO von Gretag Imaging, mehr über seine Zielsetzungen und die Neuausrichtung von Gretag wissen.

Herr Jung, haben Sie mit dem Professional Imaging Bereich die beste Kuh im Stall verkauft?

Der Vergleich mit der besten Kuh ist allenfalls im Sinne

einer Momentaufnahme für das Geschäftsjahr 2001 zutreffend; in strategischer Sichtweise ist er sicherlich falsch. Beim Verkauf der Professional Imaging Division standen

ganz andere Zielsetzungen im Vordergrund. Wir wollen uns voll auf das Kerngeschäft von Gretag konzentrieren: auf den Bereich Consumer Imaging, das heisst auf Minilabor- und Grosslaborlösungen. Hier liegt unsere Kernkompetenz, und in diesem Bereich wollen wir unseren Kunden in Zukunft noch umfassendere Lösungen als bisher anbieten. Auf dieser Basis werden wir uns eine gesicherte Zukunft aufbauen.

Nun wird Ihnen der Vorwurf eines Insidergeschäfts gemacht. Was sagen Sie dazu?

Zwischen der Vertragsunterzeichnung mit Océ und der koordinierten Information der Öffentlichkeit lagen nur wenige Stunden, in denen Gretag Aktien gar nicht gehandelt werden konnten. Im Vorfeld haben wir alles sehr vorsichtig geplant, der Kreis der Informierten wurde so klein

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Im Test: Mittelformatscanner

Seite 6

spiegelreflex

Fünf wichtige Spiegelreflexmodelle im technischen und praktischen Vergleich

sinarback 44

Der neueste Digitalrückteil Sinarback 44 brilliert mit 16 Mio. Pixel und Aktivkühlung

minolta

Minolta bringt von Dynax 7 eine Sonderserie von der es weltweit nur 700 Stück gibt

Seite 12

Seite 23

Seite 29

Was man unbedingt einpacken muss für die PMA 2002 in Orlando:

Visitenkarten
Terminplaner
Handy
Sonnenbrille

Was man ruhig zurücklassen kann:
die Konkurrenz

Die PMA 2002 in Orlando, Florida, bietet Ihnen mehr als je zuvor die Gelegenheit sich über die neuesten Entwicklungen in der Foto/Imaging Branche zu informieren und dadurch einen Vorsprung auf die Konkurrenz zu bekommen. Auf dieser Messe werden alle führenden Hersteller vertreten sein, und neben 150 Fortbildungsveranstaltungen werden zur Kontaktpflege zahlreiche gesellschaftliche Veranstaltungen von Empfängen bis Golf stattfinden. Dazu gibt es verbilligte Tickets für Disney World. Kommen Sie nach Orlando - und die Konkurrenz wird von Ihnen nur noch eine Staubwolke sehen...

If you're in imaging...you're at PMA

Für weitere Informationen besuchen Sie die deutsche Seite der PMA Homepage unter www.pmai.org, oder wenden Sie sich an das PMA Büro für Europa in München, Fax (089) 273 0291, e-mail pmaeurope@pmai.org

Günstige, flexible Reiseangebote erhalten Sie von ICT Reisen 72004 Tübingen (Herr Werner Hofmann) Telefon 07071-93030 Fax 07071-37061 und von travel24 GmbH 80809 München (Herr Günther Koch) Telefon 089-25007-1010 Fax 089-25007-4601 www.pma-messe.de



February 24-27, 2002

Orange County

Convention Center

Orlando, Florida USA

Fortsetzung von Seite 1

wie möglich gehalten. Zudem wurden alle beteiligten Mitarbeiter und externen Partner ausdrücklich darauf hingewiesen, dass bestimmte Informationen absolut vertraulich sind und dass sie keinen persönlichen Gebrauch davon machen dürfen.

Mit den ausgeschiedenen Firmen Raster Graphics und Onyx verliert Gretag Know how, das für spätere Anwendungen wichtig sein könnte.

Es liegt in der Natur der Sache, dass mit einem Unternehmensverkauf auch ein gewisses Know how abgegeben wird. Im vorliegenden Fall betrifft dies aber lediglich den Bereich Inkjet-Grossformatdruck, aus dem wir uns ohnehin zurückziehen.

Unser Fokus liegt klar im Bereich Consumer Imaging. Wir konzentrieren uns auf das Massenbildergeschäft, und hier verfügen wir mit den Produktionsstätten in der Schweiz, in Italien und in den USA sowie mit der kanadischen Firma Telepix als Forschungs- und Entwicklungszentrum über eine klare, zukunftsgerichtete Firmenstruktur. Im Bereich Inkjet-Anwendungen besteht zudem eine gute und enge technologische Zusammenarbeit mit Epson. Ein vielversprechendes Produkt dieser Zusammenarbeit, der Photohub 208, ein Selbstbedienungs-Fotokiosk mit Inkjet-Technologie, liegt bereits vor und wird nächstes Jahr auf den Markt kommen.

Mit dem Verkauf von Professional Imaging sind aber noch nicht alle Probleme gelöst, oder ...

Nein, aber mit der erreichten Lösung ist es gelungen, unsere Bilanz zu restrukturieren. Wir haben unsere Schulden im Ergebnis um 271 Millionen Franken abgebaut und die weiteren Rückzahlungsmodalitäten im Griff. Damit haben wir einen wichtigen Schritt nach vorne gemacht. Ange-

spannt bleibt im Moment unsere Liquiditätssituation; mittelfristig sind die Aussichten aber auch in dieser Hinsicht wesentlich günstiger geworden. Den Breakeven point sehe ich im nächsten Jahr.

Wie hoch ist die Verschuldung zur Zeit noch?

Die Restschuld bei unseren schweizerischen Geschäftsbanken beträgt 24 Millionen Franken. Der Gesamtbetrag der kurzfristigen Verbindlichkeiten beläuft sich auf ca. 120 Millionen. Das ist bei einem für nächstes Jahr budgetier-



«Wir wollen uns voll auf das Kerngeschäft konzentrieren, das heisst auf Minilabor- und Grosslaborlösungen.»

Patrick Jung, designer CEO von Gretag

tem Umsatz von 400 Millionen mit weltweit rund 1300 Mitarbeitern eine sehr solide Basis.

Hat die Trennung vom Professional Imaging Bereich in Regensdorf und Wettingen personelle Folgen gehabt?

Der Standort Schweiz ist vom Verkauf der Professional Imaging Division direkt kaum betroffen. Es entfällt eine Stelle, die bisher in diesem Bereich tätig war.

Eine Hauptursache für den negativen Geschäftsgang im zurückliegenden Jahr waren ja die Garantiezusagen an die amerikanischen Grosskunden Qualex. Hat man sich mit Qualex geeinigt?

Ja, Qualex ist nach wie vor Kunde von Gretag – ein sehr wichtiger sogar. Qualex hat übrigens auch im vergangenen Jahr unsere Geräte weiter installiert. Abgesehen von den erwähnten Garantieleistungen verfügte Qualex über hohe Lagerbestände, die sie nur verzögert abbauen konnten. Im Rückblick waren die Schwierigkeiten mit Qualex für uns eine bittere Pille; die Regelung ist uns teuer zu stehen gekommen. Aber wir haben die Pille geschluckt, und damit die Geschäftsbeziehung letztlich gefestigt.

Welches sind für Sie die wichtigsten Produkte?

Wir haben ein sehr gutes Sortiment. Das Master Flex Digital ist voll lieferbar, und unsere wichtigsten Neuheiten wie das Einstiegs-Minilabor Performa e.motion sowie der Fotokiosk Photohub liegen im Zeitplan. Ein sehr wichtiges Produkt ist auch Digital4-Master: Damit können Besitzer eines analogen Minilabors ihren Kunden die Möglichkeiten der digitalen Bildverarbeitung anbieten, ohne eine grössere Investition tätigen zu müssen. Digital4Master ist eine ideale Schnittstelle zwischen der analogen und der digitalen Welt.

Und im Grossfinishing?

Das Digitalsystem Cyra befindet sich bei drei Labors im Feldtest. Die Ergebnisse sind sehr gut. Die Geräte laufen nahezu problemlos und liefern einen Ausstoss von rund 12'000 Bildern pro Stunde. Wir liegen zeitlich gut im Rennen; die ersten Seriengeräte können wir in den kommenden Monaten ausliefern.

Wie sehen Sie die Entwicklung des Bildergeschäfts?

Wir erleben zur Zeit eine beeindruckende Evolution. Es gibt einen Bruch mit der Vergangenheit und der 150 Jahre alten Silberhalogenid-Fotografie; umgekehrt gibt es faszinierende Verbesserungen und neue Möglichkeiten durch die digitale Technologie. Wir können Bilder in der Massenproduktion verbessern, auf neuen Medien speichern und im Internet jedermann zugänglich machen. Dadurch resultiert ein höherer Kundennutzen, mehr Convenience, und das bringt die Konsumenten verstärkt mit der Fotografie in Kontakt.

Sehen Sie im digitalen Bild, in der Bildbetrachtung auf dem Monitor und im Internet langfristig keine Gefahr für das Papierbild und damit für Ihr Kerngeschäft?

Wir werden in Zukunft verschiedene Möglichkeiten haben Bilder zu betrachten und auch auszudrucken. Dass «Home-Imaging» je einen bedeutenden Marktanteil erlangen wird, halte ich für unwahrscheinlich. Es ist zu kompliziert und zu aufwändig. Unklar ist die Situation bei allen Möglichkeiten, Bilder auf dem Bildschirm oder anderen Anzeigen zu betrachten. Mit den einfacheren Möglichkeiten, wie wir in Zukunft Bilder nachbestellen werden, und mit vielen zusätzlichen Varianten, wie wir Bilder erzeugen können, sehe ich für unsere Industrie insgesamt eine gute Zukunft mit vielversprechenden Wachstumsraten.

Herr Jung, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

zur person **Dr. Patrick W. Jung**

1956	geboren in Zürich
Ausbildung	
1962 - 1975	Primarschule und Literargymnasium in Zürich
1975 - 1980	Studium an der Abteilung für Elektrotechnik an der ETH Zürich
1980 - 1982	Nachdiplomstudium: techn. Betriebswissenschaften, ETH Zürich
1984 - 1987	Dissertation am Betriebswissenschaftlichen Institut, ETH Zürich
1995	Harvard Business School AMP / ISMP
Beruflicher Werdegang	
1980 - 1988	Contraves, Leiter Leiterplattenfertigung
1988 - 1992	Gretag AG, Leiter Produktion, Mitglied der Geschäftsleitung
1992 - 2000	Huber+Suhner, Vorsitzender der Geschäftsleitung Stammhaus
2001	Gretag Imaging, Leiter Retail Division
Freizeit:	Fotografieren, Informatik, Sport, Lesen