

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 10 (2003)
Heft: 5

Artikel: "Unsere Branche hat ein Kommunikationsproblem"
Autor: Freund, Matthias
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-978980>

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>

fotointern

1. April 2003 5

digital imaging

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

editorial

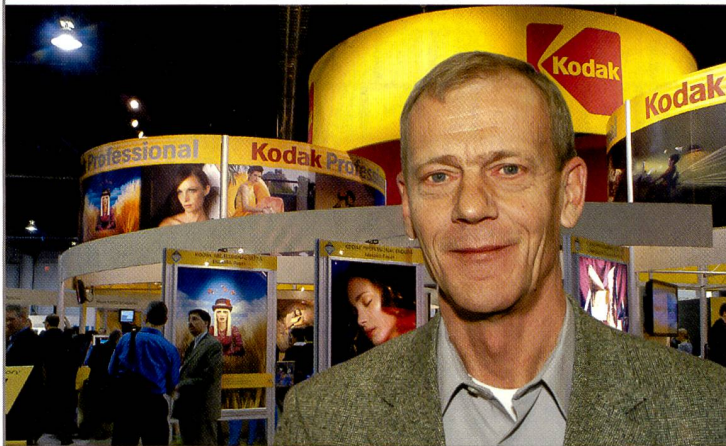


Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist
und Herausgeber von
Fotointern

Die Messehektik ist vorüber. PMA, Professional Imaging und CeBit folgten Schlag auf Schlag – wer überall dabei sein wollte, war wochenlang auf Achse. Alle drei Messen waren ausserordentlich erfolgreich. Besonders die Professional Imaging in Zürich konnte einen erfreulichen Besucherzuwachs von sieben Prozent gegenüber der letzten Messe vor zwei Jahren verbuchen – und das in einer Zeit, in der die meisten Messen einen Besucherrückgang von bis zu 30 Prozent einstecken müssen. Auch die Stimmung auf der Professional Imaging war äusserst gut, sowohl bei den Ausstellern als auch bei den Besuchern. Die Messe war nicht nur eine gelungene Neuheiten- und Praxisschau für den Consumer- und den Fachbereich, sondern sie lud auch zu interessanten persönlichen Begegnungen und Erfahrungsaustausch in Fachgesprächen ein. Dabei ist mir einmal mehr bewusst geworden, dass sich unsere Branche, mehr als andere, über beste persönliche Beziehungen freuen darf. Die Branche ist im Gespräch, und auch bissige Konkurrenten trifft man da und dort gemütlich an einem Tisch – oder an Verbandssitzungen der ISFL. Hoffen wir, dass dies so bleibt ...

Urs Tillmanns

kodak: «Unsere Branche hat ein Kommunikationsproblem»



Anlässlich der PMA in Las Vegas hatten wir Gelegenheit Matthias Freund, Chief Operating Officer Consumer Imaging der Eastman Kodak Company, einige Fragen zur gegenwärtigen Marktsituation zu stellen.

Wie geht es unserer Branche?

Im Vergleich mit anderen Branchen geht es ihr ganz gut, zieht man aber die gesamtwirtschaftliche Situation mit in Betracht, so sind die Perspektiven weniger positiv. Der Rückgang in der Reise-

branche hat zur Folge, dass das Bildergeschäft zurück geht. In den USA liegt dieser Rückgang bei etwa vier Prozent. Die positiven Impulse kommen von der Digitalfotografie, die grosses Wachstum zeigt.

Wie sehen Sie die Zukunft der analogen Fotografie?

Der Verkaufserfolg der digitalen Kameras ist sehr positiv für unsere Branche, dennoch gibt es sehr viele Verbraucher, für die eine digitale Kamera nicht in Betracht kommt, weil die Kameras zu kompliziert sind, weil vor allem die älteren Anwender gegenüber Neuem skeptisch sind, und weil die Verbraucher bisher mit Film sehr gut zurecht gekommen sind. Viele denken nicht daran, eine Digitalkamera zu kaufen, weil das Fotografieren mit Film für sie einfach und selbstverständlich ist. Dann gibt es auch Länder, in denen die Analogfotografie jetzt erst richtig in Schwung kommt, wie die meisten asiatischen Länder, Lateinamerika oder Russland. Das sind Länder, die auch für die analoge Fotografie noch immer ein immenses Potential vor sich haben. Hier ist auch die Computerdichte noch sehr niedrig, und in vielen Regionen fehlt das Geld, um teurere Kameras zu kaufen.

Fortsetzung auf Seite 4

inhalt

Live aus Las Vegas: Seite 9
Die PMA-Neuheiten (2)

prof imaging

Die drei Tage in Zürich waren für die Branche ein Erfolg. Was könnte besser sein?

Seite 6

4/3 system

Ein offenes System für digitale Spiegelreflexkameras. Worum geht es dabei genau?

Seite 16

apple ilife

Ein Programmbundle für Bild-, Ton- und Filmfreaks. Was kann es, und für wen ist es?

Seite 19

* Basisstation nicht im Kaufpreis enthalten. © 2003 Apple Computer, Inc. Alle Rechte vorbehalten. Apple, das Apple Logo, AirPort und PowerBook sind Marken der Apple Computer, Inc., die in den USA und anderen Ländern eingetragen sind. Andere hier genannte Produktamen können Marken der jeweiligen Firmen sein.



Weniger ist mehr.

Hier ist das kompakteste Notebook der Welt mit Vollausstattung. Im Gegensatz zu anderen kompakten Notebooks ist hier schon alles drin. Zum Beispiel ein blitzschneller G4-Prozessor, ein superscharfer 12"-Bildschirm (1024 x 768), ein DVD/CD-RW-Combo-Laufwerk mit Direkteinzug sowie integrierte Bluetooth-Technologie. Dazu besitzt es eine Batterie mit bis zu 5 Stunden Laufzeit. So können Sie einfach mehr erledigen – und das überall. Alles zusammen ist auf perfekte Weise in ein edles Aluminium-Gehäuse eingebaut, das nur 3 cm schlank ist. Das neue 12" PowerBook.





Mehr ist mehr.

Hier ist das erste 17"-Notebook der Welt. Es besitzt einen atemberaubenden 17"-Breitformat-Bildschirm, einen blitzschnellen 1GHz G4-Prozessor, ein SuperDrive-Laufwerk mit DVD-Brenner und Direkteinzug sowie die erste Tastatur der Computerindustrie mit Hintergrundbeleuchtung. Dazu machen es AirPort Extreme* (802.11g) und die integrierte Bluetooth-Technologie gerade im kabellosen Betrieb zum leistungsfähigsten Notebook aller Zeiten. Alles zusammen ist auf erstaunliche Weise in ein 2,6 cm schlankes, ultra-leichtes Gehäuse eingebaut und das macht dieses Notebook einfach ultra-begehrtest. Das neue 17" PowerBook.



Fortsetzung von Seite 1

Wo sehen Sie für unsere Branche das grösste Problem?

Unsere Branche ist geprägt durch einen technologischen Umbruch durch die Digitaltechnologie, hinzu kommt das wirtschaftliche Umfeld und der bereits erwähnte Rückgang in der Tourismusbranche. Das Konsumverhalten hat sich mit der Digitalfotografie grundlegend verändert. Früher hat man einen 36er-Film belichtet und von allen Aufnahmen mindestens ein Bild bestellt. In der digitalen Fotografie löscht man zunächst die misslungenen oder wenig gefälligen Aufnahmen, und mit den verbleibenden geht man sehr selektiv um. Bilder werden per E-Mail verschickt und es werden weniger Bilder ausgedruckt, weil die Verbraucher glauben, alles im PC archivieren zu können.

Was kann die Fotoindustrie tun, um das Papierbild zu fördern?

Das ist in erster Linie ein Kommunikationsproblem. Viele Verbraucher wissen nicht, wo sie einen digitalen Printservice finden, um Prints von ihren digitalen Speichermedien zu bekommen. Es gibt noch zu wenig Fotokioske im Markt, und viele Menschen haben eine Hemmschwelle diese zu bedienen. Digitalprints sollten billiger werden und damit populärer sein. Das dritte Problem ist das erwähnte selektive Bildverhalten der Digitalfotografen. Wenn die Konsumenten realisieren, dass ein Papierbild ein sehr viel praktischerer Erinnerungsspeicher ist als jedes digitale Medium, erwacht der Bedarf für Papierprints wieder.

Was gedenkt Kodak zu tun, um dieses Konsumverhalten zu beeinflussen?

Wir sind im Augenblick dabei, das Verbraucherverhalten der Digitalfotografen detailliert zu ergreifen. Zu diesem Zweck läuft seit Oktober in Atlanta, Georgia, ein Feldtest, bei dem unsere Picture Maker und die digitalen Orderstationen an den verschiedensten Orten aufgestellt wurden, zum Beispiel in Hotels und in Einkaufszentren. Das Beispiel einer Kundin, die spontan nach Hause ging,

nachdem sie die Printmöglichkeiten entdeckte und kurz darauf wieder mit ihren Speicherkarten zurückkam um über 100 Bilder auszudrucken, zeigt, dass ein sehr grosses Potential für Digitalprints vorhanden ist. Doch wissen viele Verbraucher nicht, wie und wo sie Bilder von digitalen Dateien bestellen können.



«Früher hat man von einem Film alle Bilder bestellt. Digitalverhalten sich die Konsumenten sehr selektiv und printen nur wenige Bilder.»

Matthias Freund, Eastman Kodak Company

Auch das Selbstprinten über einen Fotokiosk muss noch sehr viel einfacher werden. Wir sind zur Zeit dabei, das Projekt in Atlanta auszuwerten und rechnen damit, bis im Sommer detaillierte Informationen präsentieren zu können. Diese Auswertung des Verbraucherverhaltens wird uns und auch der gesamten Branche helfen, auf die Bedürfnisse der Digitalfotografen gezielter eingehen zu können.

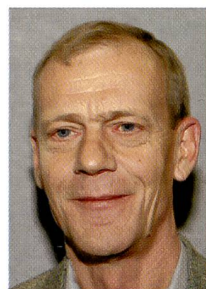
Ein anderes Thema: Sämtliche Kameramarken, ausser Kodak und Fujifilm, haben sich von APS verabschiedet. Kodak hat zur PMA drei neue Kameras vorgestellt. Glauben Sie noch an dieses System?

Wir sehen bei APS erstens eine sehr hohe Benutzerzufriedenheit und zweitens sehen wir in APS noch immer ein sehr gutes Potential. Wir werden auch in Zukunft noch weiter in APS investieren, um vor allem für das Photofinishing noch bessere Lösungen anbieten zu können. Ich denke dabei auch an hybride Lösungen mit Aufnahmen auf Film und an Bilder mit CD als Endprodukt. Im amerikanischen Markt bringen wir jetzt eine entsprechende Einfilmmkamera «plus Digital» heraus, bei der im Kaufpreis die Bilder auf CD inbegriffen sind. Das ist unserer Meinung nach für jeden Konsumenten eine sehr einfache und kostengünstige Möglichkeit zu digitalen Bilddaten zu kommen, ohne auf den Vorteil des Films ver-

zichten zu müssen. Es gibt übrigens sehr interessante Studien aus Japan, die zeigen, dass viele Leute nach einer gewissen Zeit auch wieder ihre traditionelle Kamera benutzen. Wir dürfen nie vergessen, was die Leute wirklich wollen: Sie wollen ganz einfach gute Bilder. Und das bieten wir Ihnen – ob mit Film oder digital.

Alle arbeiten ja daran, auch das digitale Fotografieren zu vereinfachen ...

... wir auch, Kodak hat hier mit dem Easy Share Konzept eine führende Rolle eingenommen. Zur PMA haben wir die neue Digitalkamera LS 633 mit einer einfachen Printstation für den Heimbereich vorgestellt, und damit ist ein weiterer Schritt getan, dem Digitalfotografen zu Hause die Möglichkeit zu geben, ohne Computer und ohne Fachwissen seine Bilder sofort auf haltbarem Ther-



«Wir müssen Lösungen anbieten, um das Interesse an der Fotografie wieder wachsen zu lassen.»

Matthias Freund, Eastman Kodak Company

mosublimationsmaterial auszudrucken. Wir versprechen uns von dieser Lösung sehr viel, denn in diese Richtung muss die Digitalfotografie gehen, damit die Benutzerzufriedenheit und die Popularität gesteigert werden können. Und genau das ist es, was die Branche braucht. Diese Kamera verfügt übrigens als erste weltweit über ein OLED-Display, das nicht nur sehr viel heller und brillanter ist, sondern aus jedem Winkel ein betrachtbares Bild zeigt – auch bei Tageslicht. Zudem kommt der neue Monitor mit sehr viel weni-

ger Strom aus als ein TFT-Monitor. Damit sind also gleich mehrere Schwachpunkte der Digitalfotografie beseitigt.

Kodak bietet verschiedenste Technologien der Printherstellung an, von Fotochemie über Thermosublimation bis zu Inkjet. Welches ist Ihr favorisiertes Verfahren?

Es wird in Zukunft für verschiedene Anwendungen alle diese Verfahren brauchen, und alle haben ihre Stärken und Schwächen. Das chemische Fotopapier ist bezüglich Qualität und Produktivität noch immer unschlagbar. Die Thermosublimations-Technologie hat dort ihre Stärke, wo Schnelligkeit und sofortige Verfügbarkeit gefragt ist. Und Inkjet ist sowohl im Grossformat- als auch im Minilabbereich sehr zukunftsträchtig – ich denke hierbei vor allem an Phogenix Minilabs, die jetzt auf den Markt kommen werden, mit dem Vorteil, dass die Bilder in verschiedenen Formaten auf das gleiche Medium gleichzeitig ausgegeben werden können. Kodak nutzt alle diese Technologien, um für jeden Fall das geeignetste Verfahren anbieten zu können.

Wie ist Ihre Vision der Fotografie für den nächsten übersehbaren Zeitraum?

Wir müssen dem Konsumenten Lösungen anbieten, die das Interesse an der Fotografie wieder wachsen lassen. Wir müssen mit dem Verbraucher kommunizieren, seine Bedürfnisse und sein Verhalten studieren, um ihm in jeder Hinsicht optimale Lösungen anbieten zu können. Der Kunde will für sein Geld einen möglichst hohen Gegenwert. Je einfacher und kreativer die Lösungen sind, desto schneller verhilfen wir dem Markt wieder zum Wachstum. Wir von Kodak sehen uns hier auf dem richtigen Weg.



Peter W. Schmid
Prüfungskommission VFS

Positive Reaktionen auf die Einführungskurse

Ideal sind die Einführungskurse (EK), wenn sich für die Lehrmeister und für die Lehrlinge ein optimaler Nutzen ergibt. Dieses Ziel kann, aus verschiedenen Gründen, mit den neuen Kursen besser erreicht werden.

Erstens: Durch die lokale Organisation der Kurse wird ein engerer Kontakt zu der Berufsschule und zu den Lehrmeistern ermöglicht. Dies bringt Verbesserungen bei der Kurs-Planung und -Durchführung.

Zweitens: Aktuelle Techniken verlangen einen zeitgemässen Kursinhalt. Die Kursräume und Geräte werden nur gemietet, dadurch kann schneller auf neue Bedürfnisse eingegangen werden.

Drittens: Die enge Zusammenarbeit mit den Lieferanten fördert die Motivation bei den Lehrlingen. Hier möchte ich im Namen des Verbandes allen Lieferanten, welche die Einführungskurse unterstützen, herzlich danken.

Im Schuljahr 2002/03 finden 29 Kurse an den neuen Kursorten St. Gallen, Zürich und Bern statt. Total werden rund 255 Lehrlinge der Berufe Fotofachangestellter, Fotolaborant, Fotofinisher und Fotoverkäufer die Kurse besuchen. Dies ergibt ein Durchschnitt von 127 Lehrlingen pro Lehrjahr in der deutschsprachigen Schweiz. Die Berufskollegen aus der französisch sprechenden Schweiz organisieren die Kurse in Vevey und die Kollegen aus dem Tessin die ihren in Bellinzona.

Die Qualität der Kurse zu erhalten ist unser aller Anliegen. Eine wichtige Kontrolle ist die Beurteilung durch den Lehrling und Lehrmeister mit dem Fragebogen am Ende des Kurses. Hinweise und Anregungen sind uns sehr wertvoll.

Bei Fragen zur Organisation der Einführungskurse stehen die Leiter der Kurskommissionen gerne zur Verfügung:

Ostschweiz	Fritz Kopieczek	Tel. 071 446 55 47
Zürich	Heiri Mächler	Tel. 055 240 13 60
Bern	Urs Semlig	Tel. 062 961 33 73

Für Fragen über den Kursinhalt stehe ich gerne zur Verfügung: Tel. 031 331 11 00, E-Mail: ipsm@swissonline.ch, oder per Post:

Peter W. Schmid, Spitalackerstrasse 74, 3013 Bern

Gretag CLE gründet neue Firma

Nach dem Konkurs der Gretag Imaging Holding AG (siehe Fotointern 1/03 und 2/03) suchen frühere leitende Mitarbeiter noch immer nach Lösungen, um mindestens die wichtigsten Teilbereiche von Gretag zu retten. Bereits Mitte Januar 2003 konnte ein Notfalldienst für Service (Tel. 01 842 20 52) und Ersatzteillieferungen (Tel. 01 842 25 69) der Minilab- und Grosslabor-Kunden seine Dienste aufnehmen. Gleichzeitig gruppierte sich das frühere Kader des CLE-Bereichs (Central Lab Equipment), mit dem Ziel, vor allem das Cyra-Programm als eine zukunftssträchtige Digitallösung für Grosslabors zu retten. Dabei wurde eine Firmen-Neugründung per 1. April 2003 organisiert, und durch persönliche Kontakte konnte ein Abfließen des Know-hows weitgehend verhindert werden.

Welche Lösungen zeichnen sich heute konkret ab? Für den Minilab-Bereich ist es denkbar, dass entweder eine Interessentengruppe früherer Mitarbeiter oder San Marco in Italien von der Konkursverwaltung den Zuschlag für die Weiterführung des Masterflex-Geschäftes erhalten.

Was den CLE-Bereich anbelangt, so erwiesen sich die bisherigen Cyra-Kunden mit dem Kern der früheren Gretag solidarisch: Die rund 30 weltweit installierten Einheiten arbeiten zu voller Kundenzufriedenheit, und das Interesse an dieser Gerätelinie scheint ungebremst. Zudem dürfte die gegenwärtige Marktsituation mit dem anherrschenden Digitalboom, eine günstige Konkurrenzsituation für Cyra und die Gründung einer neuen Firma sehr vorteilhaft sein. Bei Redaktionsschluss stand die Firmengründung, die mit rund 100 in der Schweiz und weltweit insgesamt 160 Personen einen geplanten Umsatz von 30 bis 50 Millionen Franken erwirtschaften soll, unmittelbar bevor.

Betrachtet man die vergangenen Monate der Gretag-Geschichte, so führten eine Reihe unglücklicher Umstände (Firmenzukäufe, Quallex Garantielieferungen, Börsengang, der 11. September, Mangementfehler) zum Konkurs von Gretag. Der geplante Neuanfang fasst längerfristig in verwandten Technologiebereichen, insbesondere auch bei der Bildoptimierungssoftware, interessante Diversifizierungsmöglichkeiten ins Auge. *Tm*

INFO ECKE - OLYMPUS

CAMERA C-740 ULTRA ZOOM

Mit 10fach Zoom ganz nah am Geschehen



Das ideale Modell für alle, die die Welt der Ultra Zoom-Digitalfotografie entdecken wollen. Ihre Kennzeichen: Ein kompaktes, leichtes Gehäuse, 3 Megapixel Auflösung und die Power eines qualitativ hochwertigen 10fach Zoomobjektivs. Wird das 3fache Digitalzoom zugeschaltet, lassen sich sogar 30fache Vergrösserungen realisieren. Autofokus, Belichtungsfunktionen sowie mehrere voreingestellte Aufnahmeprogramme für immer wiederkehrende Fotomotive machen die Kamera besonders bedienerfreundlich.

Für weitere Informationen stehen Ihnen unsere Gebietsverkaufsleiter und unser Verkaufsbüro gerne zur Verfügung.

OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE

Chriesbaumstr. 6, 8604 Volketswil, Tel. 01 947 66 62, Fax 01 947 66 55
www.olympus.ch

agenda: Veranstaltungen

Branchenveranstaltungen

- 11.04. - 13.04., Kairo, *Photo Egypt 2003*
- 02.05. - 04.05., Basel, Buch- und Medienmesse
- 07.05. - 08.05., St. Gallen, *input 2003*
- 15.05. - 18.05., Seoul, *Photo + Imaging 2003*
- 30.05. - 01.06., Beijing, *Imaging Expo China*

Galerien und Ausstellungen Bereits eröffnet:

- bis 06.04., Genève, Maison Tavel, 6, rue du Puis-St-Pierre, «*Quartiers de mémoires : Vielle-Ville et ville vielle*»
- bis 12.04., Bern, Kornhausforum, Kornhausplatz 18, «*50 Jahre Fotoklub der Eisenbahner*»
- bis 19.04., Genève, Art & Public - Gallery, 35, rue des Bains, «*La photographie allemande*»
- bis 20.04., Genève, Centre d'Art Contemporain, 10, rue des Vieux-Grenadiers, «*Hayley Newman and Berclaz de Sierre*»
- bis 21.04., Vevey, Musée suisse de l'Appareil photographique, Grande Place 99, «*Gottard via subalpina*» Maurice Schobinger
- bis 26.04., Genève, Le Centre de la Photographie, «*adiz*» d'Anne Marie Jugnet et Alain Clàiret
- bis 26.04., Genève, Galerie Andata-Rittorno, 37, rue du Stand, «*Gérard Pascual*»
- bis 27.04., Bienne, Photoforum Pasquart, 71-75, Faubourg du Lac, «*Autour du photogramme*», Anita Pfauf, Françoise & Daniel Cartier
- bis 30.04., Zürich, Hotel Rössli, Rössligasse 7, «*Un-Sachliches*» Anita Pfauf, Fotoarbeiten
- bis 30.04., Zürich, Hotel Seehof, Seehofstr. 11, «*Die unendliche Reise*» Anna Halm Schudel

- bis 30.04., Genève, HUG, Hospital Cantonal 24., Rue Micheli-du-Crest, «*Les Chaises*» Marc-Albert Braillard
- bis 30.04., Zürich, Elten & Elten, Wilfriedstrasse 19, «*Legitime Aspekte des Alltags. Hochsitz*», Betram Kober,
- bis 03.05., Lugano, Fondazione Galleria Gottardo, 12, viale S. Franscini, «*Inside*» Francesco Radino
- bis 04.05., Bellinzona, Castelgrande, Bellinzona, «*Centrali Idroelettriche Svizzere-Architettura Industriale*» Alessandro Botteri Balli
- bis 08.05., Zürich, Kafigalerie, GZ Heuried, Döltschweg 130, «*Auf den Spuren von Buddha*» Toni Wasinger
- bis 09.05., Yverdon-Les-Bains, Y-PARC S.A. Parc Scientifique et Technologique, Rue Galilée 15, «*Exemples*»
- bis 10.05., Zürich, Galerie Peter Kilchmann, Limmatstrasse 270, «*Teresa margolles*»
- bis 25.05., Zürich, Kunsthalle Zürich, Limmatstrasse 270, «*Isa Genzken*»
- bis 28.05., Zürich, EB Wolfbach, Kantonschulstrasse 3, «*Farbspiele*» Antje Kruhl
- bis Frühjahr, Kriens, Museum im Bellpark, Luzernerstrasse 21, «*Flüchtlingsheim Sonnenberg bei Kriens*»

Diverses:

- 27.04., Rickenbach, 2. *Zentralschweizer Foto-flohmarkt*
- 29.05. - 01.06., Münsingen, «*Photo Münsingen*»

Weitere Daten im Internet:
www.fotoline.ch/info-foto