Sigma-Präsi Yamaki : "Die Schweiz ist ein Erfolgsmarkt"

Autor(en): **Yamaki, Michihiro**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **2 (1995)**

Heft 9

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-980126

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

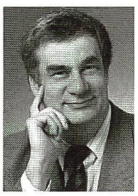
FOTO INTERN

NEUHEITEN
HANDEL
WIRTSCHAFT

Nr. 9/95
15. Mai 1995

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

Editorial



Urs Tillmanns Fotograf, Fachpublizist und Herausgeber von FOTOintern

Die Probleme der Fotobranche scheinen weltweit dieselben zu sein. Preiskampf bis aufs Messer, volle Regale, wenig attraktive Neuheiten.
Und doch hat vor allem der kleinere Fotohändler wieder gute Chancen, im harten Kampf gegen die Grossen besser zu bestehen. Diese Meinung vertritt auch Sigma-Präsident Michihiro Yamaki, mit dem wir uns kürzlich über die Verhältnisse in Japan unterhielten. «Es sind die kleinen, aktiven Fotohändler, meist Familienbetriebe ausserhalb der Grossstädte, die zur Zeit brillante Umsätze erzielen und aufgrund ihrer Betriebsgrösse absolut konkurrenzfähig zu den Grossen sind», meinte Yamaki.
Das gilt für schweizer Verhältnisse genauso. Vor allem jene Fotohändler, die sich neben Kameraverkauf und Bildergeschäft auch noch aufs Fotografieren besinnen, dürften auch weiterhin gute Zukunftsperspektiven haben. Wie heisst es doch: «Handwerk hat goldenen Boden». Das gilt im übertragenen Sinn auch für das Fotografieren.

Sigma-Präsi Yamaki: «Die Schweiz ist ein Erfolgsmarkt»

Michihiro Yamaki, Präsident von Sigma, war kürzlich für ein paar Stunden im Flughafen Kloten. Grund für uns, ihn über die neuesten Zahlen und Trends aus Japan zu befragen.

FOTOintern: *Herr Yamaki, wie sieht zur Zeit die Wirtschaftslage der Fotobranche aus japanischer Sicht aus?*

Michihiro Yamaki: Die Situation in Japan ist zur Zeit alles andere als gut. Gegenüber dem Vorjahr vergleicht sich die Zeitspanne mit einem Umsatzrückgang von 22,6 Prozent wobei vor allem die Klasse der Kompaktkameras starke Einbussen erlitt. Dem Export geht es etwas besser. Dieser hat um rund 15 Prozent zugelegt. Betrachtet man die einzelnen Länder, so liegen zur Zeit – ohne Ihnen schmeicheln zu wollen – die Schweiz und Deutschland an der Spitze.

FOTOintern: *Im japanischen Kamerageschäft hat ja der Spiegelreflexmarkt letztes Jahr um erstaunliche 21 Prozent zugelegt, und sogar der Export war um 16 Prozent besser. Worauf führen Sie diesen Trend zurück?*

Yamaki: Das hat drei Gründe: Erstens sind den Leuten die Kompaktkameras verleidet. Es gibt daran zuwenig Neues. Zweitens legen sie wieder mehr Wert auf Kreativität und schätzen die Möglichkeit, mit Wechselobjektiven fotografieren zu können. Drittens spielt der Preis eine wichtige Rolle. Einige Spiegelreflexmodelle sind gleich teuer wie eine Zoomkompaktkamera. Da entscheidet sich mancher Käufer für die ausbaubare Kamera. Und es ist vor allem diese Kategorie der preisgünstigen Modelle,

Sigma-Präsident Michihiro Yamaki auf seinem kurzen Zwischenhalt in Kloten.

die am Spiegelreflexumsatz etwa 80 Prozent ausmachen.

FOTOintern: *Hält dieser Trend zur billigen Spiegelreflexkamera auch dieses Jahr an?*

Fortsetzung Seite 3

4 Agfa-Lego
Agfa startet eine grosse Verkaufsaktion und legt den Doppelfilmpacks LEGO-Spiele bei. Details und eine Übersicht der Verkaufshilfen auf Seiten 4 / 5.

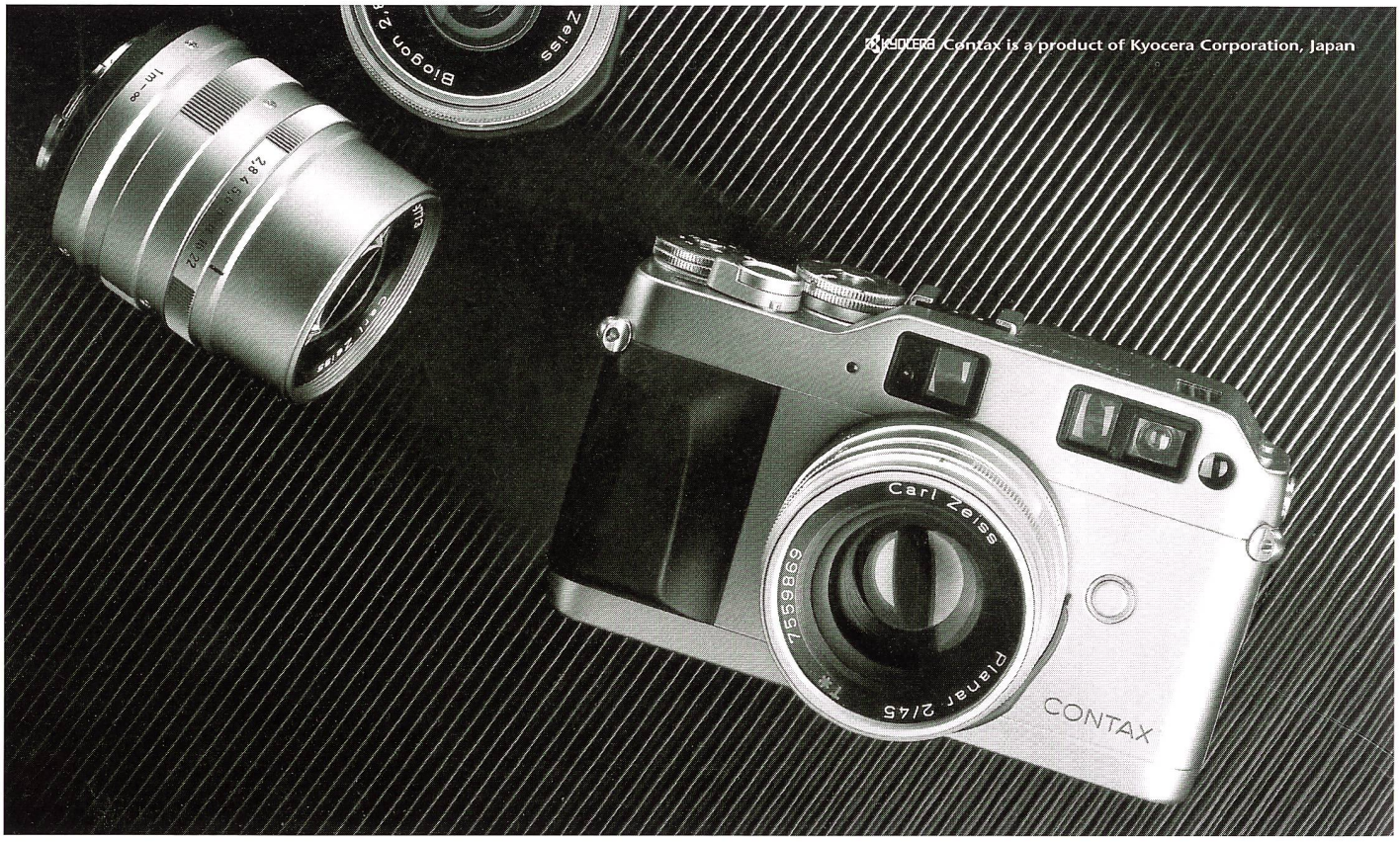
7 SVPG
Hans Peyer war am Händlertreffen der Firma Masterline und macht sich seine Gedanken zu den interessanten Referaten und Teilnehmermeinungen.

8 Porträt
Im Händlerporträt – einer neuen Rubrik in FOTOintern – stellen wir Foto Baer in St. Gallen vor, der sich vor kurzem ein neues Minilab angeschafft hat.

9 Polaroid
Das Erfolgsmodell 636 ist ab sofort mit Autofokus lieferbar. Wie die raffinierte Technik der Kamera mit ihrer intelligenten Lichtmischung arbeitet, erfahren Sie auf Seite 9.

11 Pentax
Pentax bringt eine neue Spiegelreflexkamera auf den Markt. Die Z-70 richtet sich in erster Linie an Einsteiger, ist preiswert und verfügt über eine beachtliche technische Ausstattung.

12 Jobo
Fachfotografen, die unabhängig arbeiten wollen, sind auf die eigene Filmentwicklung angewiesen. Welche Jobo Autolab-Geräte für welchen Zweck geeignet sind, steht auf Seite 12.



KLASSISCH WIE IMMER, GENIAL WIE NOCH NIE

Der Klassiker CONTAX revolutioniert einmal mehr die Kunst des Fotografierens. Die neue CONTAX G1 Sucherkamera verbindet das Beste aus drei Kamera-Welten: Sie ist handlich und dezent wie eine klassische Messsucherkamera, schnell und komfortabel wie eine moderne Kompaktkamera und – dank der hochwertigen Carl Zeiss-Wechselobjektive – universell wie eine professionelle Systemkamera.

Absolut überzeugend – der Leistungsumfang der CONTAX G1:

DAS GEHÄUSE besticht durch kompaktes Design, perfektes Finish (Titan-Legierung) und einem robusten Kern (Kupfer/Silizium-Legierung).

DER SUCHER ist ein Realbildsucher, brennweitengekoppelt und mit automatischer Nahbereichskorrektur. Mit LCD-Anzeige für die wichtigsten Funktionen.

DIE BELICHTUNGSMESSUNG geschieht auf TTL-Basis, mittenbetont integral, für Dauer- und Blitzlicht.

DIE FOKUSSIERUNG kann entweder automatisch mittels externem passivem Autofokus oder manuell über elektronischen Fokusindikator vorgenommen werden.

DAS BLITZSYSTEM Neben dem kleinen G1-Systemblitz TLA 140 sind auch die CONTAX TLA-Geräte 280/360/480 verwendbar.

DER FILMTRANSPORT geschieht automatisch und leise (gekapselter Mikromotor). Sie haben die Wahl zwischen Einzelbild- und Serienschaltung oder Mehrfachbelichtung.

DIE SONDERFUNKTIONEN sind: ein Messwertspeicher über Hauptschalter oder Auslöser; die Reihenfolgänderung der automatischen Belichtungsreihe; auf Wunsch eine Filmrückspulung mit Filmzunge ausserhalb der Patrone.

DIE WECHSELOBJEKTIVE Carl Zeiss HOLOGON T* 8,0/16 mm, Carl Zeiss BIOGON T* 2,8/28 mm, Carl Zeiss PLANAR T* 2,0/45 mm, Carl Zeiss SONNAR T* 2,8/90 mm. Zudem lassen sich mit einem Adapter auch einige CONTAX SLR Objektive verwenden.

Weitere Informationen und Testberichte erhalten Sie direkt bei Yashica AG, Postfach, 8800 Thalwil.

CONTAX G1

The Classic Evolution.

Yashica AG, 8800 Thalwil

Baar: Foto Grau / **Basel:** Eschenmoser, Foto Hämmerlin, Foto Wolf / **Bern:** Eschenmoser, Foto Dany, Photo Vision Schuler, Foto Zumstein / **Biel:** Foto Kühni, Photo Vision Schuler / **Chiasso:** Photo Centro / **Chur:** Foto Wuffli / **Dübendorf:** Schwarzenbachs Fotobörse / **Genève:** EURO PHOTO, Photo Claudine, Photo Florissant, Photo Molard, Photo Mont-Blanc / **La Chaux-de-Fonds:** Photo Vision du Théâtre / **Langenthal:** Foto Lang / **Lausanne:** Colora Photo Maxim, Photo Grancy, Photo Vision St. François / **Lugano:** Photo Catena / **Luzern:** Foto Ecker / **Mels:** Foto Wuffli / **Neuchâtel:** Photo Vision Neuchâtel / **Olten:** Foto Wolf **Rheinfelden:** Foto Marlin / **St. Gallen:** Eschenmoser, Foto Gross, Foto Mayer / **Thun:** Photo Vision Schuler / **Wallisellen (Glattzentrum):** Kochoptik **Winterthur:** Foto Steiner / **Zug:** Foto Grau / **Zürich:** Eschenmoser, Foto Bären, Foto Ganz, Foto Motion, Fust AG (im Jelmoli), Kochoptik.

Fortsetzung von Seite 1

Yamaki: Ja, er scheint sich weiterhin zu bestätigen, vor allem auch in China. China hat einen enormen Nachholbedarf, und da wird dieser Typ sehr stark gefragt. Ein bestimmtes Kameramodell wurde sogar ausschliesslich für China gebaut.

FOTOintern: *Hat dieser Zuwachs von Spiegelreflexmodellen die Rangfolge der grossen Fünf verändert?*

Yamaki: Die Rangfolge ist zwar diesselbe geblieben, doch hat Canon etwas an Terrain verloren, während insbesondere Minolta, aber auch Nikon und Pentax, zugelegt haben.

FOTOintern: *Sigma produziert ja auch Spiegelreflexkameras. Beabsichtigen Sie ebenfalls in dieses Billigsegment einzusteigen?*

Yamaki: Nein, im Gegenteil. Wir bedienen einen anspruchsvollen Nischen-Markt, und unsere Produktion ist auf wesentlich niedrigere Stückzahlen ausgerichtet. Unsere SA-300N ist ein Highend-Produkt, dessen Preis wir demnächst um etwa zehn Prozent anheben werden.

FOTOintern: *Hat sich dieser Spiegelreflex-Boom auf Ihren Objektivumsatz ausgewirkt?*

Yamaki: Nur sehr gering. Wie gesagt, der Erfolg hat sich in einer Preisklasse abgespielt, in der kaum Zusatzkäufe gefragt sind. Das Verhältnis von Gehäusen zu Objektiven beträgt bei uns noch immer 1:1,7, während er im Exportbereich um 1:1,35 liegt. Daran wird sich so schnell nichts ändern. Unser Wunsch wäre, in Japan auf 1:1,8 und im Export wenigstens auf 1:1,5 zu kommen.

FOTOintern: *Wie sehen Sie die Wachstumschancen für das Objektivgeschäft?*

Yamaki: Eigentlich sieht es für uns recht gut aus, denn es sind weniger die Käufer einer Billig-Spiegelreflexkamera, die für uns interessant sind, als vielmehr jene Leute, die ihre bisherige Kamera weiter ausbauen wollen. Unsere Philosophie ist es auch, immer mehr Spezialitäten anzubieten, die die Interessenten nur in unserem Lieferprogramm finden. Das bestätigen uns auch die Fotohändler, die eingesehen haben, dass sich mit hochwertigem Zubehör mehr Geld verdienen lässt als im Preiskampf der Kameramodelle. Und das zeigen auch die Umsatzzahlen im japanischen Markt. Das Kamerageschäft lag letztes Jahr total bei 78 Milliarden Yen, und der Objektivumsatz bei 73 Milliarden Yen. Wahrscheinlich dürfte dieses Jahr der Objektivumsatz den Kameraumsatz übersteigen. Das ist übrigens nicht nur im Fotobereich so. In der Autobranche ist es genau dasselbe: Mit der Herstellung eines PW lässt sich kaum noch Geld verdienen, aber beim Autozubehör liegt das grosse Geschäft.

Michihiro Yamaki, Präsident von Sigma, und Hanspeter Wyss, Geschäftsführer von Ott + Wyss AG, auf dem Flughafen Kloten.

FOTOintern: *Wie schaut derzeit der Markt der Kompaktkameras in Japan aus?*

Yamaki: Es gibt unter den Kompaktkamera-Anbietern keinen eindeutigen Leader. Die Händler verkaufen das, was sie gerade in den Regalen haben. Es gibt praktisch keine Markentreue mehr. Kommt noch hinzu, dass die Modelle viel zu schnell wechseln, und die Preise laufend auf Talfahrt sind. Auch bieten praktisch alle Marken Modelle mit gleicher Ausstattung an. Es gibt keine Besonderheiten mehr, die für den Käufer interessant sein könnten.

FOTOintern: *Was haben die Kameras mit langen Zoombereichen bewirkt?*

Yamaki: Sie waren nicht besonders erfolgreich. Auch die Weitwinkelzooms nicht. Die Leute ziehen eine preisgünstigere und kleinere Kamera mit 35 bis 70 mm vor.

FOTOintern: *Welcher Trend zeigt sich bei den Einfilmkameras? Japan war damit ja letztes Jahr mit 72 Millionen verkauften Einheiten überraschend erfolgreich.*

Yamaki: Die Zahlen sind zur Zeit stark rückläufig – etwa in der Grössenordnung von zehn Prozent. Der Grund ist ein enormes Überangebot. Es gab sie überall zu kaufen: in jedem Kaufhaus, in Restaurants, an allen Kiosken... überall wurden sie zu Tiefstpreisen angeboten. Die Leute finden es ganz einfach nicht mehr lustig.

FOTOintern: *Wie kommen die digitalen Kameras an, die es ja in Japan bereits für umgerechnet ein paar hundert Dollar gibt?*

Yamaki: Sie verkaufen sich sehr schlecht, weil die Bildqualität nicht ausreicht. Es lässt sich auch nicht sagen, wer die Digitalkameras kauft. Die verkaufte Menge zu gering, um aussagekräftigen Erhebungen zu machen.

FOTOintern: *Ist das neue Fotosystem APS in Japan ein Thema?*

Yamaki: Das Interesse ist wieder etwas geschwunden, und die Stimmen dazu werden je länger je skeptischer. Bei allen technischen Unklarheiten, die zum jetzigen Zeitpunkt noch bestehen, glauben viele, dass die Produkte zu teuer werden und im Vergleich zu den heutigen Kameras zu wenig attraktiv sind. Aber warten wir ab, bis das System endlich da ist. Vielleicht gibt es doch noch eine Überraschung.

FOTOintern: *Herr Yamaki, wir danken Ihnen bestens für dieses Gespräch.*

Lithium – Energie für die Zukunft

- Dauert min. 3x länger als eine Alkali-Batterie
- Speziell für hohen Energieverbrauch
- Extrem temperaturbeständig
- 10 Jahre lagerfähig
- 30% leichter als eine Alkali-Batterie
- 0% Quecksilber, 0% Cadmium, 0% Blei

Perrot AG, Neuengasse 5, 2501 Biel
Tel. 032 22 76 32, Fax 032 22 13 92

CR2

Energizer