Vivitar : "Wir glauben an die Zukunft von APS"

Autor(en): **Solera, Jaime / Ziswiler, Urs**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **3 (1996)**

Heft 13

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-979984

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

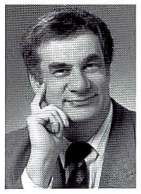
http://www.e-periodica.ch

FOTO
MIT DIGITAL IMAGING
INTERN
Nr. 13/96
2. September 1996
FOTOintern, 14-tägliches Informationsblatt für den Fotohandel und die Fotoindustrie
Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.–

NEUHEITEN
HANDEL
WIRTSCHAFT

photokina Köln 1996 18.–23. Sept.

Editorial



Urs Tillmanns Fotograf, Fachpublizist und Herausgeber von FOTOintern

Doch – Dein Lehrberuf war eine gute Wahl! Lass sie reden, diese Schwarzmaler, die in der Fotobranche keine Zukunft mehr sehen, weil jetzt sowieso alles digital werde, weil die Margen zu schlecht seien, und weil das ganze Geschäft eh' nur noch über Grossverteiler laufe ...

Die digitale Fotografie ist eine ganz grosse Herausforderung, mit der Du sicher gut umzugehen weisst. Grossverteiler hat es schon immer gegeben, und sie werden sich immer nur auf gewisse Produkte konzentrieren. Und die Margen sind in anderen Branchen noch viel schlechter.

Die Fotografie strahlt eine unwiderstehliche Faszination aus, mit der Du Dir in Deinem frischgewählten Beruf eine wertvolle Kompetenz rund um das Bild aufbauen kannst.

Übrigens begleiten wir Dich auf Deinem Berufsweg. Sende uns den ausgefüllten Coupon auf der letzten Seite zu, füge eine Kopie des Lehrlingsausweises bei, und Du erhältst FOTOintern bis zum Ende Deiner Lehrzeit alle zwei Wochen gratis. Alles Gute ...

Vivitar: «Wir glauben an die Zukunft von APS»

Um Vivitar, einst Marktführer für Wechselobjektive, ist es in den letzten Jahren ruhig geworden. Wie geht es Vivitar heute, wo liegen die Probleme, und was bringt Vivitar an Neuheiten zur photokina? Wir hatten kürzlich Gelegenheit, die Vivitar-Europazentrale bei London zu besuchen und uns nach dem Ergehen des amerikanischen Unternehmens zu erkundigen.

Bei Vivitar in England: Urs Ziswiler, Terry Carey (Managing Director und Verkaufsleiter Jaime Solera, der unser Gesprächspartner ist.

FOTOintern: *Jaime Solera, Sie sind Verkaufsleiter der Vivitar (Europe) Ltd. Für welche Exportländer sind Sie verantwortlich?*

Jaime Solera: Zunächst für alle europäischen Länder, ausser Frankreich, dann aber auch für Afrika und den Mittleren Osten.

FOTOintern: *Und Sie vertreten nur Fotoprodukte?*

Solera: Als Hauptgeschäft schon, und zwar vertreten wir die beiden Marken Hanimex und Vivitar. Als Landesvertretung gehören zum Beispiel auch AV-Produkte von Philips und Elmo dazu, die wir in England verkaufen.

FOTOintern: *Was bereitet Ihnen zur Zeit am meisten Kopfzerbrechen?*

Solera: Keine einfache Frage. Vielleicht sind es die langen Lieferzeiten der Waren, die aus den verschiedenen Werken in China, Taiwan, Malaysia und Korea über Hong Kong zu uns kommen. Von der Bestellungsaufgabe bis zum Eintreffen der Ware vergehen oft vier bis sechs Monate. Das ist bei dem heuti-

Fortsetzung Seite 3

8 photokina
Alles Wichtige für Ihren photokina-Besuch steht auf den Seiten 8 bis 11. Die «Weltmesse des Bildes» wird gigantisch! Gutes Vorbereiten lohnt sich.

12 Digital
Die digitalen Amateurkameras kommen. In einem Grundlagenartikel steht das Wichtigste zu diesem aktuellen Thema. Jetzt ist Information dringend.

13 Ilford
Zwei neue Printasia-Ausrüstungen sind als interessante Ergänzungen im Minilab gedacht. Ihr Angebot lässt sich jetzt mit neuen Dienstleistungen ergänzen.

14 Pentax
Die neue Pentax MZ-10 ist eine der kleinsten und leichtesten Spiegelreflexmodelle im mittleren Preissegment des Marktes. Welche technischen Eigenschaften sie bietet steht auf Seite 14.

16 Rollei
Die Rolleiflex 6003 ist eine preislich und technisch interessante Mittelformatkamera, die auch den Einstieg in die digtale Fotografie ermöglicht. Eine Modellbeschreibung auf Seite 16.

18 Canon
Drei APS-Modelle und eine Kleinbild-Spiegelreflexkamera präsentiert Canon bereits im Vorfeld der photokina. Sie haben gute Chancen, den Markt zu beleben.

CANON.

GGK Basel

AND ACTION!

Canon PRIMA Super 135

In so einem Moment können Sie von Glück reden, wenn Sie eine kleine Kompakte von Canon dabei haben. Während Sie blitzartig zoomen und abdrücken, sorgt Spitzentechnik dafür, dass Schärfe und Belichtung automatisch stimmen. Und zwar so präzis, wie es nur eine Canon kann. Wäre doch wirklich schade, wenn Ihnen so ein Ferien-Schnappschuss ins Wasser fallen würde.

Canon (Schweiz) AG, Industriestrasse 12, 8305 Dietlikon, Telefon 01 835 61 61, Fax 01 835 65 26.

Canon
FOTO · VIDEO

Fortsetzung von Seite 1

gen schnellen Produktezyklus ausserordentlich lange.

FOTOintern: *Sie vertreten die beiden Marken Vivitar und Hanimex für Europa. Worin unterscheiden sich die beiden Sortimente?*

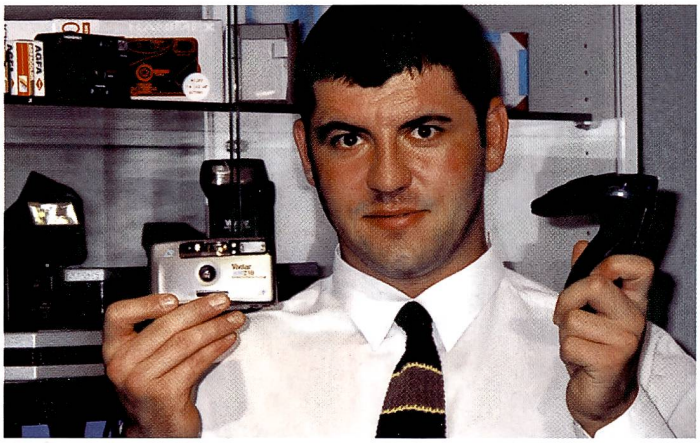
Solera: Grundsätzlich umfasst das Hanimex-Sortiment kostengünstigere Produkte als das Vivitar-Programm, das auf höhere Qualität ausgerichtet ist. Die beiden Marken sind in den einzelnen Märkten auch unterschiedlich stark vertreten. Das hängt einerseits mit der unterschiedlichen Kostenstruktur, andererseits auch mit der Herkunft der beiden Marken zusammen: Der Name Hanimex kommt aus Australien, während Vivitar ein traditionsreicher amerikanischer Markenname ist, der vor allem in den USA einen ausserordentlich hohen Bekanntheitsgrad aufweist.

FOTOintern: *Herr Ziswiler, wie ist die Markensituation in der Schweiz?*

Urs Ziswiler: In der Schweiz ist der Markenname Vivitar, insbesondere die Bezeichnung «Serie 1», sehr bekannt. Mit Hanimex operieren wir nur in seltenen Fällen und dann vor allem im Postengeschäft.

Anzeige aus einer amerikanischen Zeitschrift, in der Vivitar auf ihre photokina-Aktivitäten hinweist.

FOTOintern: *Vivitar umfasst ein breites Produktesortiment an Objektiven, kostengünstigen Kompaktkameras, Blitzgeräten und Zubehören. Welche Prozentanteile würden Sie für die einzelnen Bereiche einsetzen.*



Vivitar-Verkaufsleiter Jaime Solera präsentiert zwei Neuheiten: eine APS-Kamera und einen drahtlosen Joystick.

Solera: Rund die Hälfte des Exportumsatzes erwirtschaften wir aus den Kameras. 20 Prozent entfallen auf die Wechselobjektive, Blitzgeräte und Ferngläser schlagen mit je 5 Prozent zu Buche und für die Stative und Zubehöre bleiben zusammen noch 10 Prozent.

FOTOintern: *Die Kameras haben demnach in den letzten Jahren erheblich zugelegt...*

Solera: Das ist richtig. Die Strategien der grossen Kameramarken haben uns zu einer schweren Kurskorrektur gezwungen: Vor zehn Jahren erzielten wir mit den Objektiven rund 80 Prozent des Umsatzes. Dann kam Autofokus, und die Kameramarken boten ihre Wechselobjektive plötzlich erheblich günstiger an. Noch dramatischer war es im Bereich der Blitzgeräte: Nachdem jede Kamera mit einem eingebauten Blitzgerät versehen wurde, waren die Verkäufe aller Blitzgerätehersteller rapide gesunken.

FOTOintern: *Wie gedenken Sie, das verlorene Terrain wieder zurückzugewinnen?*

Solera: Indem wir uns bei den Objektiven deutlicher auf Marktnischen konzentrieren; auf jene Typen, die für die auf den Massenmarkt ausgerichteten Markenanbieter weniger interessant sind. Bei den Blitzgeräten ist dies etwas schwieriger. Hier ist das Ziel für die nächsten Jahre, den Umsatz halten zu können.

FOTOintern: *Was ist bei den Objektiven neues zu erwarten?*

Solera: In der Reihe unserer Serie 1-Objektive sind wir überzeugt, dass die beiden Autofokus-Zooms 1:3,5–4,5/19–35 mm und 1:4–6,3/28–300 mm sowie das Zoomobjektiv 1:4,5–6,7/100–400 mm vom Markt sehr gut aufgenommen werden. Sie sind nicht nur sehr kompakt und preisgünstig, sondern sie haben auch in Tests amerikanischer Fotozeitschriften bewiesen, dass sie qualitativ zu den besten gehören.

FOTOintern: *Wie sieht es mit Zubehör und Diversifikationen aus?*

Solera: Da gibt es eine ganze Menge von Projekten, die zum Teil im amerikanischen Heimmarkt von Vivitar bereits sehr erfolgreich sind. Zum Beispiel gibt es einen drahtlosen Joy-Stick für Videospiele, eine Kommunikationskamera als Bildschirmzubehör für den PC oder ein Videosystem für Türüberwachung und weiteres. Solche Diversifikationen in die Elektronik sind heute enorm wichtig, weil die Bereiche Fotografie und Elektronikprodukte immer mehr zusammenwachsen werden.

FOTOintern: *Was wird es von Vivitar zur photokina Neues geben?*

Solera: Abgesehen von einigen Kompaktmodellen setzen wir mit sechs verschiedenen APS-Modellen voll auf dieses neue Fotosystem. Wir glauben an die Zukunft von APS. Wir sind aber auch von der digitalen Fotografie sicher, dass sie sich in einem anderen Marktsegment bald durchsetzen wird..

photokina-Neuheit: Eines von sechs APS-Modellen von Vivitar.

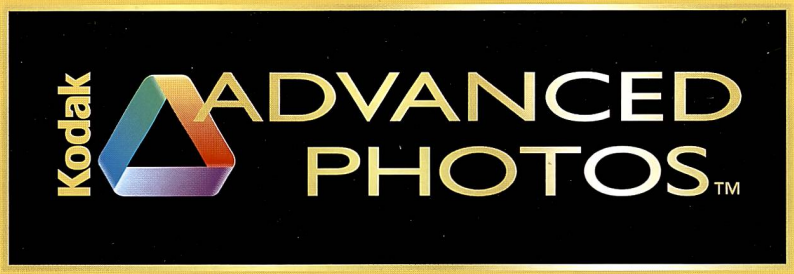
FOTOintern: *Werden Sie auch eine Digitalkamera zeigen?*

Solera: Vorgesehen haben wir es, und wir hoffen sehr, dass wir den Termin schaffen.

FOTOintern: *Das einheitliche Erscheinungsbild der Vivitar-Produkte ist heute deutlich schlechter als früher. Es gibt keine klare Designlinie mehr bei den verschiedenen Kameramodellen. Wie lautet Ihr Kommentar dazu?*

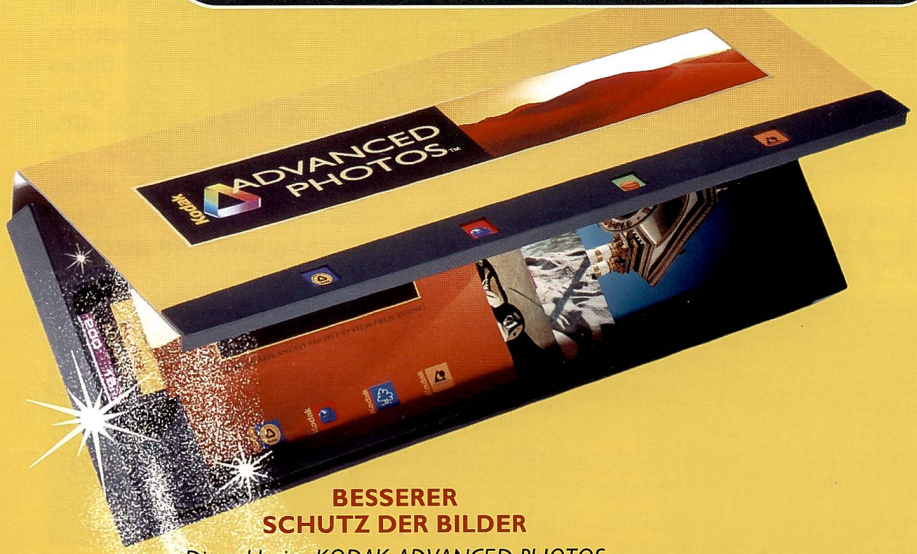
Solera: Für die Bemerkung haben wir durchaus Verständnis, doch kaufen heute die wenigsten Fotohändler ganze Kameralinien, sondern sie suchen jene Vivitar-Modelle heraus, die ihr Lagersortiment

Fortsetzung Seite 5



KODAK ADVANCED PHOTO SYSTEM PROCESSING

Kodak Labor Filmverarbeitung: eine runde Sache!



EINFACHERES NACHBESTELLEN

Der beigelegte Nachbestell-Umschlag erlaubt Ihnen ein bequemes, einfaches Nachbestellen.

BESSERER SCHUTZ DER BILDER

Die exklusive KODAK ADVANCED PHOTOS Foto-Kassette schützt Ihre Bilder, Index und Filmkassette optimal.

BESSERES ORDNUNGS-SYSTEM

Auf dem Index erscheint die Filmkassetten- und Aufnahme-Nummer. Die gleichen Kennziffern figurieren auf der Rückseite jedes Bildes, sowie mögliche, zusätzliche Informationen.

BESSERER SCHUTZ DER NEGATIVE

Sie erhalten die entwickelten Negative in der Original-Filmkassette zurück.

BESSERE BILDQUALITÄT

Die während den Aufnahmen gespeicherten Informationen werden beim Kopieren auf das spezielle KODAK ROYAL Papier individuell berücksichtigt.

[KODAK MACHT AUS IHREN BILDERN MEHR]

SVPG

Für die neuen Lehrlinge genügend Zeit aufwenden

Hans Peyer Präsident und Sekretär des SVPG

Lehrtöchter und Lehrlinge sind immer noch ein Gewinn. Es liegt vor allem in Ihrer Hand sie zu leistungsfähigen Mitarbeitern zu erziehen. Die Jugendlichen von heute sind noch immer bereit, Leistung zu erbringen. Sind wir auch noch bereit, unseren Pflichten als Lehrmeister nachzukommen?

Oft höre ich Klagen über die Probleme in der Lehrlingsausbildung. Die hohen Kosten für das Lehrgeschäft, die Schulen und die Lehrer, die glauben, wichtiger zu sein als der Lehrbetrieb, die Ausbildungskurse im Zef, die – als Gipfel der Frechheit – den Lehrlingen sogar gefallen. Zusammengefasst liegen alle Probleme bei den anderen und deshalb wolle man keine Fotoverkäufer und Fotofachangestellte mehr ausbilden. Irgend jemand wird schon für den beruflichen Nachwuchs sorgen, der übrigens, glauben die wie oben beschrieben denkenden, ohnehin nichts wert ist.

Es beginnt ein neues Schuljahr. Grund, einmal über die eigenen Leistungen in der Ausbildung nachzudenken und zu versuchen einige Grundsätze, die längst bekannt sind, in die Tat umzusetzen.

- Je mehr Zeit wir gleich zu Beginn für die neuen Lehrlinge aufwenden, desto schneller werden sie zu einer wertvollen Hilfe.
- Nachlässigkeit und falsches Lob zu Lehrbeginn wird sich rasch gegen uns selbst wenden.
- Erziehung zur Selbständigkeit beginnt am ersten Tag der Lehre. Übertragen von Verantwortlichkeiten, sei es in den einfachsten Aufgabenbereichen, hilft viel, um die Selbständigkeit zu fördern.
- Eigenes Denken verlangen bei den täglichen vielen unnötig gestellten Fragen
- Die Forderung nach sauberem, gepflegtem Auftreten, genauso wie gepflegtem Haar, ist auch heute noch aktuell.
- Pünktlichkeit beim Arbeitsbeginn und bei der Ausführung von übertragenen Aufgaben wie Führung des Arbeitsbuches usw. verlangen.

– ***aber*** –

- Der Chef hat irgendwann am Tag Zeit für den Lehrling, genau so wie für die Kaffeepause.
- Der Chef anerkennt gute Leistungen und schluckt schlechte Leistungen nicht ohne Beanstandung.
- Der Chef ist nicht weniger gepflegt als er vom Lehrling verlangt.
- Der Chef kommt nie unabgemeldet zu spät, höchstens unangemeldet zu früh.
- Der Chef vergisst weder die übertragenen Arbeiten zu kontrollieren noch die sehr bescheidenen Lehrlingslöhne pünktlich auszuzahlen.
- Der Chef ist all das, was er vom Lehrling erwartet, also ein nachahmenswertes Vorbild.

Hans Peyer, SVPG-Sekretariat: T. 01 341 14 19, F. 01 341 10 24

+++ ZEF AKTUELL +++

Grosse Neuheitenschau

Den 6. und 7. Oktober sollten Sie sich heute schon ganz dick in Ihrer Agenda anstreichen. Dann findet in drei grossen Ausstellungszelten auf dem Areal des zef eine interessante Neuheitenschau statt, an welcher alle wichtigen Neuheiten der photokina von den Schweizer Importfirmen präsentiert werden.

Rund 30 Anbieter der Schweizer Fotobranche vermitteln Ihnen eine komplette Übersicht über das aktuelle Marktangebot aus den Bereichen der Amateur- und Fachfotografie. Bieten Sie auch Ihren Angestellten und Lehrlingen die Gelegenheit, diese wichtige Veranstaltung zu besuchen. Zudem lockt eine Tombola mit attraktiven Preisen und guten Gewinnchancen.

Auskünfte: zef Zentrum für Foto Video Audio, J. Schwarzenbach, 6260 Reidermoos, Tel.: 062/758 19 56, Fax: 062/758 13 50

INFO-ECKE OLYMPUS

CAMEDIA = DIGITALKAMERAS UND -DRUCKER VON OLYMPUS

Das abgerundete Digital-Konzept von Olympus heisst Camedia und besteht bereits jetzt aus drei Kameras und einem Farbsublimationsdrucker.

- Ergonomisches Design
- Genauso einfach zu bedienen wie eine gewöhnliche Kompaktkamera
- Hochleistungs-Glasobjektive
- Herausragende Auflösung mit bis zu 810'000 Pixeln
- Bis zu 120 Bilder Speicherkapazität
- Hochwertige Ausgabe direkt von der Kamera auf den Farbsublimationsdrucker

Mehr erfahren Sie an der Photokina oder direkt von unseren Gebietsverkaufsleitern.

OLYMPUS
THE VISIBLE DIFFERENCE
Photography · Endoscopy · Microscopy · Diagnostics · Communications
Postfach, 8603 Schwerzenbach, Tel. 01 947 67 67, Fax 01 947 66 55

Fortsetzung von Seite 3

sinnvoll ergänzen. Ein einheitliches Erscheinungsbild ist gar nicht mehr so wichtig. Im Gegenteil, wir haben mit unterschiedlichen Modellen mehr Chancen, in die Verkaufsregale zu kommen.

FOTOintern: *Herr Ziswiler, ist die Situation in der Schweiz ähnlich?*

Ziswiler: Durchaus. Auch bei uns kaufen die Fotofachhändler modellspezifisch. Es gibt noch einen weiteren Grund, weshalb oft Vivitar-Produkte vorgezogen werden: Vivitar gehört nicht zu den «Big Five» und ist als echtes Alternativprodukt auch nicht dem enormen Preisdruck ausgesetzt. Deshalb ist in vielen Fällen die Marge für den Händler bei unseren Modellen besser. Zudem können wir einen sehr guten Service bieten – in der Regel sogar innerhalb Tagesfrist.

FOTOintern: *Wenn Sie Ihre Marken mit Ihren Mitbewerbern vergleichen, wodurch unterscheidet sich Vivitar?*

Solera: Die Zeiten sind zwar für alle härter geworden, aber Vivitar hat den praktisch gleichzeitigen Einbruch im Bereich der Objektive und Blitzgeräte schwerwiegender zu spüren bekommen als andere Marken. Der Hintergrund dazu ist die Tatsache, dass praktisch alle Fotomarken längst in andere Bereiche diversifiziert haben – wie beispielsweise in die Bürokommunikation oder in die Medizintechnik – die wesentlich mehr abwerfen als der Fotobereich. Anders Vivitar: Wir waren schon immer ein reines Fotounternehmen, und die Diversifikation ist erst seit kurzem zu einem wichtigen Thema für Vivitar geworden.

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

SAMSUNG by ZUPPINGER

Sie legen auf das Objektiv wert!

Wir auch.

Deshalb ist die neue **Samsung Zoom 145** mit einem Objektiv von **Schneider-Kreuznach** ausgestattet. Ein Objektiv in **Profi-Qualität**. Denn das deutsche Optikunternehmen ist spezialisiert auf **Objektive für die bekanntesten Profikameras,** wie Rollei, Linhof, Sinar und viele andere. Die **Samsung Zoom 145** bietet deshalb mit einem **Juwel der Optikrechnung** etwas ganz Besonderes. Weil wir wissen, **was Sie wollen.**

SAMSUNG

Zuppinger AG, Letzigraben 176, 8047 Zürich
Tel. 01 - 491 77 88, Fax 01 - 493 47 16