Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 12 (2005)
Heft: 6

Artikel: Digitalfotografie : der Schweizer Markt nimmt eine Vorreiterrolle ein
Autor: Kotoulas, Konstantinos / Isler, Marcel
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-979301

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.07.2025

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

fotointern

15. April 2005 6

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

Vorbei ist sie, die Professional Imaging. Mit einer leichten Steigerung der Besucherzahl gegenüber vor zwei Jahren und rundum zufriedenen Ausstellern darf sie als grosser Erfolg für unsere Branche gewertet werden. Natürlich gab es da und dort auch kritische Stimmen, die sich vor allem auf unvorteilhafte Stand-Orte bezogen oder auf Nachbarn, die jede Aus- und Weitsicht verbauten. Aber es gab in keinem Punkt generelle Mängel, die bei unserer Ausstellerumfrage angekreidet wurden.

Auch die Repetitionsfrage, ob die Ausstellung an einem zusätzlichen Tag für ein grösseres Publikum geöffnet werden sollte, scheint mit einer klaren Zweidrittelmehrheit vom Tisch zu sein. Die Professional Imaging soll so bleiben wie sie ist und sich (mehr oder weniger ausschliesslich) an ein Fachpublikum richten.

Ob sie weiterhin nur alle zwei Jahre stattfinden soll, das steht auf einem anderen Blatt. Da und dort waren Stimmen unüberhörbar, dass sich die Messe dem schnellen Produktezyklus anpassen und jährlich durchgeführt werden müsste. Eine interessante Idee, die wahrscheinlich auch zu einer höheren Besucherfrequenz führen dürfte.

hp «Digitalfotografie – der Schweizer Markt nimmt eine Vorreiterrolle ein»

Hewlett Packard bietet mit Druckern, Computern und jüngst auch Kameras den Kunden rund um das Digital Imaging eine Komplettlösung. Konstantinos Kotoulas, verantwortlich für den Fotobereich und Marcel Isler, Verantwortlicher für Consumerdrucker, über Strategien und Produkte.

Hewlett Packard hat vor über 60 Jahren mit Oszillographen angefangen, später wissenschaftliche Taschenrechner gebaut und ist heute nach der Übernahme von Compaq im Computerbusiness stark. Was ist von der alten HP noch vorhanden?

Isler: Vor allem der Gedanke, dem Anwender das Leben einfacher zu machen. Dieser hat die Gründer Hewlett und Packard zum Bau der Oszillographen bewogen.

Kotoulas: Die wissenschaftlichen Taschenrechner führen wir noch immer im Programm.

In welchem Markt ist HP heute am stärksten?

Kotoulas: Unsere Kernkompetenz liegt nach wie vor bei den Druckern, Notebooks und PC's.

Isler: Seit 1984 baut HP Drucker für den Consumermarkt, bis 2004 waren es zum Beispiel über 37 Millionen verkaufte Laserjet-Drucker.

Welche Position nehmen da die Fotodrucker ein?

Isler: HP bietet mit den Colorinkjet-Druckern schon seit Anfang der 90er-Jahre die Möglichkeit, Farbbilder auszudrucken. Explizit Fotodrucker bauen wir seit fünf Jahren. Dieser Bereich ist mit dem Aufkommen der digitalen Fotografie stark am wachsen, insbesondere der Bereich der mobilen 10x15 cm Drucker.

Was zeichnet die HP-Drucker aus?

HP hat eine eigene Technologie mit der Dye-Tinte, die seit sechs

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Minlabs: Marktübersicht, Neues Seite 6

messeerfolg
Von den Profis bekam die Professional Imaging Zulauf wie nie zuvor.
Seite 17

fotolaboclub
Weshalb steht eines der grössten Fachlabore der Schweiz zum Verkauf?
Seite 18

scanner
Konica Minolta zeigt mit der neuesten Scannertechnologie was mehr in den Dias steckt.
Seite 20

7 Schuss in Serie.

LUMIX

Mit diesem Tempo drehen Sie schon fast einen Film. Nur halten Sie mit der neuen digitalen Fotokamera Lumix DMC-FZ5 am Ende ein Set hochwertiger Bilder in der Hand. Dabei sorgt die Venus Engine II für eine Auslösezeit von nur 0,008 Sekunden, während das LEICA-DC-VARIO-ELMARIT-Objektiv und der optische Bildstabilisator die Bildqualität auf höchstes Niveau heben. Doch auch das optische 12-fach-Zoom mit einer Brennweite von 36 bis 432 mm und die 5 Megapixel helfen mit, dass Sie Ihre Fotoalben wieder mit Freude herumzeigen werden. Ein noch genaueres Bild machen Sie sich auf **www.panasonic.ch**

Panasonic
ideas for life

Distributed by John Lay Electronics AG, 6014 Littau

JUNG v. MATT / Limmat

Fortsetzung von Seite 1

Monaten in einer neuen Generation als Vivera-Tinte auf dem Markt ist. Nach der erwähnten HP-Philosophie, es dem Consumenten einfach zu machen, bietet HP eine Komplettlösung für Papier, Tinte und Drucker an, mit der eine optimale Qualität und vor allem auch eine Lichtbeständigkeit über 100 Jahre unter Glas erreicht wird. Gegenüber herkömmlichem Fotopapier ist das mehr als dreimal soviel. Die Lichtbeständigkeit wurde übrigens durch das unabhängige William-Gartner-Institut getestet.

Die HP-Drucker zeichnen sich vor allem durch eine hohe Funktionalität aus, sie können auch Bilder editieren, sind bluetooth-tauglich oder haben beispielsweise eine integrierte Rote-Augen-Korrektur.

Welche Drucker sind im Schweizer Fotomarkt erfolgreich?

Kotoulas: Die All-in-One-Geräte sind in der Schweiz generell seit fünf Jahren ein grosser Erfolg, mit einem Marktanteil von 70 Prozent gemäss GFK und erst jetzt kommt der Rest Europas nach. Das zeigt, dass der Schweizer Markt auch hier eine Vorreiterrolle eingenommen hat. Mit unserem neuen A3 Fotodrucker HP Photosmart 8750 haben wir ein Gerät, das für den Fotofachhandel spezialisiert ist. Wir denken, dass die Schweiz auf diesen Drucker im Vergleich zu anderen europäischen Ländern schnell ansprechen wird und grossen Erfolg haben wird.

Welche Rolle nehmen in diesem Umfeld die Kameras ein, sind sie ein eigenständiges Produkt oder dienen sie dazu, den Druckerverkauf zu unterstützen?

Kotoulas: Zum einen sind die Kameras keine Me-too-Lösung bei irgendeinem OEM-Hersteller eingekauft, sondern sie weisen sehr HP-spezifische Technologien auf, wie die Real-Life-Technologien, die die Bilder naturgetreu wiedergeben.

Isler: Beispielsweise sind die Rote-Augen-Korrektur in der Kamera, das automatische Zusammenfügen von einzelnen Fotos zu einem Panoramabild sowie die adaptive Belichtung Technologien, die von HP-Scannern erfolgreich abgeleitet worden sind.

Kotoulas: Andererseits wollen wir natürlich dem Kunden eine Komplettlösung bieten, er soll von der Aufnahme bis zum Druck auf einfache Weise ein qualitativ hochstehendes Produkt zu einem günstigen Preis erhalten – best pictures, surprisingly easy.

«Bis in 2 Jahren werden ca. 90% der Kameras bis 600.– Franken gekauft. In diesem Segment hat HP bereits einen Marktanteil von 9 bis10 Prozent in der Schweiz.»

Konstantinos Kotoulas, Category Manager Photo HP

Wie sieht die Kameraproduktepalette aus und was ist das Ziel von HP mit den Kameras?

Kotoulas: Das langfristige Ziel ist der Massenmarkt mit einer breiteren Produktepalette. Bereits 2003 hatten wir mit der 935 ein gutes Modell, das bis zu 14 Prozent Marktanteil gewinnen konnte. Die R707 hat im Jahr 2004 europaweit über 60 Awards gewonnen und war ebenfalls sehr erfolgreich. Dieses Jahr wird HP mit sieben neuen Kameras auf den Markt kommen, nächsten Frühling werden wir Kameras mit zukunftsweisenden Innovationen präsentieren. Damit werden wir das Ziel, eine führende Rolle im Kameramarkt einzunehmen, erreichen.

Wieviele Modelle sind es aktuell?

Kotoulas: Zurzeit haben wir sieben Modelle, die aber teilweise abgelöst werden. Ab Sommer werden es zehn verschiedene Kameramodelle sein.

Welche Bereiche decken diese ab?

Kotoulas: Wir konzentrieren uns ganz gezielt auf den Massenmarkt. Dieses Jahr werden dies Ausführungen bis sechs Megapixel sein. Unsere Strategie beruht auf eigenen Marktforschungen, die ergeben haben, dass beinahe 90 Prozent der Kameras bis in zwei Jahren im Segment zwischen 0 und 600 Franken gekauft werden, alleine zwischen 150 und 300 Franken sind es 34 Prozent, bis 450 Franken dann nochmals 20 Prozent. Genau in diesem Bereich liegen unsere Kameras. In einem höheren Preissegment bieten wir zur Zeit keine Kameras an, aber auch keine unter 4 Megapixel. Die erfolgreiche R707 wird per Mai durch die R717 abgelöst.

Der Trend zu grossen Zooms und Bildstabilisatoren, wird er von HP aufgegriffen?

Kotoulas: Bis zum Sommer haben wir noch die Photosmart 945, die aber noch keine Nachfolgerin hat, Bildstabilisator ist dieses Jahr noch kein Thema. Ich denke aber, dass wir mit unseren Produkten richtig liegen, einfache Bedienung und höchste Qualität. Der Kameraverkauf ist in der Schweiz sehr erfolgreich, im Moment haben wir einen Marktanteil von 9 bis 10 Prozent, obwohl die Schweizer markentreu sind und eher angestammte Kameramarken berücksichtigen.

«Der Schweizer Fotohandel ist sehr markentreu – zum Glück aber auch bei den Druckern, die bei den innovativen Schweizer Kunden gut ankommen.»

Marcel Isler, Category Manager Consumer Printer HP

Welche Rolle spielt der Fotohandel bei den HP-Kameras?

Kotoulas: Wir haben seit einem Jahr eine sehr gute Zusammenarbeit mit der Firma Engelberger. Generell ist es schwierig, im Fotohandel Fuss zu fassen, da dieser Vertriebskanal in der Schweiz sehr markentreu ist. Mit unseren Fotodruckern bieten wir dem Konsumenten sehr interessante Lösungsangebote. Bereits gibt es Fachhändler, die Drucker gleichwertig wie Kameras im Schaufenster präsentieren, was den Trend zum Fotodruck zuhause zeigt.

Wo stehen die Large Format Printer von HP im Fotohandel?

Isler: Die Designjet-Printer gehören zur Kernkompetenz von HP und wir bieten eine sehr breite Produktepalette. Die professionellen Geräte werden zusammen mit einem iOne Colorimeter von GretagMcBeth angeboten, für einen optimal kalibrierten Workflow. Die Large Format Printer sind im professionellen Einsatz bei Fotografen und Grafikern etabliert.

HP bietet auch Projektoren an, sehen Sie diese als Ersatz für den Diaprojektor?

Kotoulas: HP ist Marktführer im Schweizer Projektorenmarkt, mit zwei Ausrichtungen: Der Office-Bereich umfasst die sehr lichtstarken Geräte, bei denen dafür die Farbverbindlichkeit nicht ganz so wichtig ist. Im Consumerbereich sind unsere Projektoren auf Spielfilme optimiert und eignen sich sehr gut auch für Digitalbilder. HP hat eine neue Eigenentwicklung in DLP-Technologie, indem mit einem Sechsfarbenrad mit doppelten RGB-Farben ohne Weiss gearbeitet wird und so perfekte Mischfarben und Abstufungen zustande kommen. Auch bei den Projektoren geht HP den Weg zum unkomplizierten All-in-one-Gerät inklusive Boxen und DVD-Player: Aufstellen und geniessen. Für die Projektoren ist der spezialisierte Fachhandel ein sehr wichtiger Absatzkanal, weil es eine kompetente Beratung braucht.

Wohin wird sich der Home-Entertainment-Markt entwickeln?

Isler: Das Zusammenspiel der Geräte wird immer einfacher. In Zukunft sehen wir die Verlagerung des Büros ins Wohnzimmer

Kotoulas: Der PC wird zum Zentrum für digitale Unterhaltung, Fotografie, Video und Musik. Der Drucker wird omnipotent: Bildbearbeitung, Diashow dank interner Festplatte und Fotodruck werden zum Familienerlebnis in der Stube.