Die Zukunft des chemischen Filmmaterials aus Herstellersicht

Autor(en): **Weber, Walter / Kipfer, Pierre / Stähli, Jacques**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **12 (2005)**

Heft 13

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-979340

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

fotointern

digital imaging

1. September 2005 13

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

Bei allem Digitalboom – das Filmgeschäft ist noch immer ein sehr wichtiger und nicht zu unterschätzender Pfeiler der Fotobranche! Allerdings – darin haben sich alle Branchenpropheten getäuscht – geht das Filmvolumen deutlich schneller zurück als erwartet. Nicht nur der Handel klagt, sondern vor allem die Labore, für die die hoch standardisierte Bilderproduktion ab Film über Jahrzehnte das Kerngeschäft darstellt. Digital mag da wohl noch eine Weile nicht mithalten. Das Volumen fehlt, und die Ertragslage ist mit 19 Rappen pro Kopie bereits in den Keller gefahren.

Ob das Film- und Bildergeschäft wirklich so preissensibel ist, wage ich zu bezweifeln. Der Preisdruck entsteht grösstenteils aus einer unerbittlichen Konkurrenzsituation. Aber letztlich zählt die Qualität der Bilder – und da gibt es, viele Tests von Konsumentenforen zeigen es immer wieder deutlich, noch immense Unterschiede.

Es gilt also in erster Line die Qualität zu pflegen, denn jene Kunden, die mit der Qualität der Billigbilder nicht zufrieden sind, reklamieren kaum. Sie suchen sich einfach ein anderes Labor oder lassen die Bilder seltener printen. Die Qualität der Bilder ist also wichtig, nicht der günstigste Preis ...

filmmarkt **Die Zukunft des chemischen Filmmaterials aus Herstellersicht**

In dieser und der nächsten Ausgabe präsentieren wir eine Marktübersicht über die in der Schweiz erhältlichen Filme. Teil 1: Diafilme. Vor wenigen Jahren füllte dies vier bis fünf Seiten, heute noch zweieinhalb. Wir haben die vier grossen – Agfa, Fujifilm, Kodak und Konica Minolta – über die Zukunft des Filmes befragt.

Kleinbildfilme sind wegen der Überproduktion so billig wie noch nie. Wann denken Sie, wird sich der Filmpreis auf einem ertragsspendenen Niveau stabilisieren und wann wird der Film teuer und exklusiv sein?

Walter Weber, Agfa: Aus Sicht des Produzenten können wir Ihre erste Aussage nur bedingt nachvollziehen. AgfaPhoto und sicher auch die übrigen Filmhersteller produzieren seit langem nicht mehr «auf Halde» sondern basierend auf der kurzfristigen Nachfrage. Es ist also nicht so, dass bei uns im Zentrallager Millionen von Filmen auf den Abverkauf warten und nur durch massivste Preissenkungen losgeschlagen werden können. Sicher mussten aber auch wir die Produktionskapazität der Nachfrage anpassen, sprich bei den Herstellungsprozessen Personal abbauen. Generell können wir in den Handelsstufen lokal keine kurzfristige dramatische Preiserosion feststellen. Es finden zwar da und dort Lagerbereinigungen statt, aber über alles gesehen ist der Filmpreis nicht linear mit dem Nachfragerückgang gesunken. Der Amateur-Konsument wird auch nicht wieder vermehrt zum Film zurückkehren, nur weil dieser plötzlich nur noch die Hälfte kostet. Er wird aber andererseits auch nicht bereit sein, für einen Film plötzlich doppelt so viel zu bezahlen. Wenn der Hersteller nicht mehr in der Lage ist, den Nachfragerückgang zu kompensieren, so muss das Sortiment

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Digitechnologien: Was steckt dahinter Seite 6

filme
Marktübersicht über alle im Schweizer Markt erhältlichen Diafilme.
Seite 10

pdf universal
Das Datenformat für den optimalen Workflow erhält Konkurrenz von Microsoft.
Seite 14

reparaturen
Chako in Delémont hat sich auf die Marke Canon spezialisiert – Verkauf und Reparaturen.
Seite 16

www.theagency.ch

perfekt versteckt

perfekt verewigt

FinePix

neu

FinePix Z1 – dank ihrem extrem flachen Design im Kreditkartenformat lässt sie sich zwar in jeder Tasche verstecken. Ihr edles Alu-Finish oder ihr tiefes Schwarz machen sie aber auch zum absoluten Hingucker. Und ihr technischer Charakter überzeugt dann vollends: z.B. die rekordverdächtig kurze Einschaltzeit und die kaum mehr wahrnehmbare Auslöseverzögerung. Oder die integrierte «Real Photo Technology» für noch naturgetreuere Aufnahmen. Oder die intelligente Elektronik zur Verstärkung des Sucherbildes im grossen 2,5"-Monitor bei schlechten Lichtverhältnissen. Oder, oder, oder ...

Der empfohlene Verkaufspreis (inkl. MwSt.): Fr. 678.–

FUJINON	SUPER CCD	5,1 mio	3x	2,5" LCD	xD	
QUALITÄTS-OPTIK	5. GENERATION	PIXEL EFFEKTIV	OPTISCHES ZOOM	MONITOR	PICTURE CARD	PICT BRIDGE

2 Jahre Original Garantie

FUJIFILM

Fujifilm. Das perfekte System für Ihre Fotos.
Digitalkameras, Kameras, Filme, Labor

Alle vorkommenden Produktnamen sind Handelsnamen oder eingetragene Warenzeichen der entsprechenden Hersteller.

Fortsetzung von Seite 1

angepasst und das entsprechende Produkt eingestellt werden.

Jacques Stähli, Fujifilm: Der Konsument kauft die Marke, der er vertraut und nicht unbedingt das billigste Produkt. Ein ruinöser Preiskampf bringt niemanden weiter, es werden die überleben, die die besseren Produkte verkaufen, die grössere Akzeptanz bei den Konsumenten geniessen und genügend finanzielle und technische Ausdauer haben.

Der Film kann nicht ein exklusives und teures Gut werden. Jede Fabrik braucht eine bestimmte minimale Menge, um überhaupt produzieren zu können. Es ist also nicht eine Frage des Preises, sondern des Absatzes. Unter dieser Minimalmenge muss eine Fabrik schliessen. Auch der Konsument kennt eine obere Schmerzgrenze beim Preis. Kleinere Produktionsmengen werden sicher teurer und müssen mittelfristig zu Preiserhöhungen führen. Zuerst werden die traditionellen Konsumenten aussteigen und nur noch digital fotografieren. Die überlebenden Fabriken werden nur noch Profiprodukte herstellen, die noch Absatz finden.

Pierre Kipfer, Kodak: Der Preis einer Ware wird in der Regel durch das Verhältnis von Angebot und Nachfrage geregelt und das ist auch beim Film so. Wir beobachten die momentane Entwicklung sehr genau und sind der Meinung, dass der Filmpreis nicht ins Bodenlose fallen, sondern sich auf einem immer noch attraktiven Niveau stabilisieren wird. Aus heutiger Sicht eine Aussage zu treffen, ob und wann der Film einmal ein teures exklusives Gut sein könnte, wäre reine Spekulation.

Franz Rehmann, Konica Minolta: Wir von Konica Minolta glauben nicht, dass in der Preisentwicklung grosse Veränderungen stattfinden. Zumindest bei unserer Marke sind die Preise stabil günstig.

Wir dürfen nicht ausser acht lassen, dass es weltweit immer noch Märkte gibt, die sich entwickeln, obwohl auch diese wissen, dass es Digitalkameras gibt. Ein Markt wie Brasilien hat immer noch eine sehr tiefe Kamera pro Haushalt Penetration.

Der Film wird wohl genauso wenig ein seltenes und teures Gut, wie es heute ein Super Acht Film ist.

Die Sortimente werden nach und nach gestrafft. Welche Sorten Filme wird es in ca. drei Jahren noch geben?

Weber, Agfa: Angesichts der unterschiedlichen Ausprägung der Konsumentenbedürfnisse auf dem Weltmarkt kann davon ausgegangen werden, dass auch in drei Jahren Kleinbildfim für alle Anwendungen (Neg., Dia, S/W) produziert wird. Sicher wird aber die Sortimentstiefe (Empfindlichkeit, Filmlänge, Produktvarianten) deutlich reduziert werden. Auch bei APS- und Rollfilm dürfte ein absolutes Rumpfsortiment Bestand haben. Bestimmt wird aber nicht mehr jeder Produzent sämtliche Produktvarianten herstellen und die zum Verkauf angebotenen Sortimente werden je nach Region unterschiedlich aussehen.

Stähli, Fujifilm: Solche, die man noch ohne Verlust herstellen und konfektionieren kann. Nicht vergessen, dass die gleiche Giessmaschine verschiedene Emulsionen verarbeiten kann. Innert drei Jahren muss man nicht unbedingt das Sortiment straffen. Eher die Konfektionierungskosten (Kassette, Verpackung) werden bei kleinen Mengen untragbar.

Kipfer, Kodak: Kein Hersteller wird ein Produkt aus dem Markt nehmen, das ihm den erwarteten Umsatz und Gewinn verspricht. Nehmen die Verkaufsmengen aber ab, muss ein Hersteller sich unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten für eine Weiterführung, eine Straffung des Angebots oder gar die Einstellung entscheiden. Für Kodak als Marktführer hat das Filmgeschäft trotz des digitalen Booms hohe Priorität. Natürlich sehen wir, dass die Absatzzahlen im analogen Filmgeschäft rückläufig sind und sich das Verbraucherverhalten ändert. Dennoch haben wir ein umfangreiches, attraktives Filmportfolio und wir haben im Frühjahr sogar neue Filmemulsionen vorgestellt. Aussagen, mit welchem Filmportfolio wir in drei Jahren am Markt sind, können wir heute nicht machen, auch das wäre rein spekulativer Natur. Letztlich bestimmt der Verbraucher mit seinem Kaufverhalten, welche Filmtypen am Markt bestehen bleiben.

Rehmann, Konica Minolta: Wenn ein Film das Minimalvolumen nicht mehr erreicht, wird er irgendwann nicht mehr hergestellt. So gesehen wird es wohl die Negativfilme mit ISO 200 und 400 am längsten geben. Diafilme werden eher noch etwas früher wegfallen, weil die Verarbeitung teurer ist und auch Negativfilme digitalisiert werden können.

Die Digitalfotografie ist ausgereift, welche Vorteile sprechen heute und auch in Zukunft noch für Film-basierte Aufnahmen?

Weber, Agfa: Wir sehen hauptsächlich drei Faktoren, welche auch in Zukunft für den Einsatz von Film sprechen:

a) künstlerische Erwägungen, z.B. zwecks Erzielung bestimmter Resultate oder Effekte auf rein fotografischem Weg.

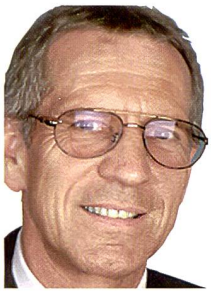
b) technische Erwägungen bei der Aufnahme, z.B. die Verfügbarkeit von Strom zur Speisung der Kamera oder die Verfügbarkeit von Speicherplatz.

c) technische Erwägungen bei der Produktion von Abzügen, z.B.

Fortsetzung auf Seite 5

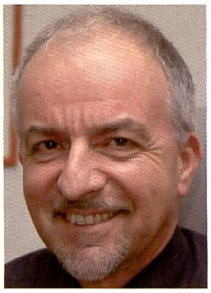
«Der Konsument ist nicht bereit, das Doppelte für einen Film zu bezahlen – andererseits bringen billige Filme die Amateure nicht zurück zur chemischen Fotografie.»

Walter Weber, Agfaphoto



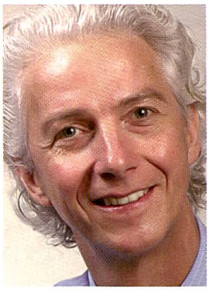
«Für Kodak hat das Filmgeschäft trotz Digitalboom hohe Priorität. Film ist immer noch die einfachste und günstigste Form zu fotografieren und bietet auch Profis Vorteile.»

Pierre Kipfer, Kodak



«Der Konsument kauft Qualität und die Marke seines Vertrauens – es wird also nicht der billigste Anbieter überleben, sondern der technologisch beste.»

Jacques Stähli, Fujifilm



«Es gibt keine Argumente mehr für Aufnahmen mit Film anstatt digital – alles nur noch Nostalgie! Diafilme verschwinden zuerst, sie sind teurer in der Verarbeitung.»

Franz Rehmann, Konica Minolta Schweiz