Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 2 (1995)
Heft: 11

Werbung

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

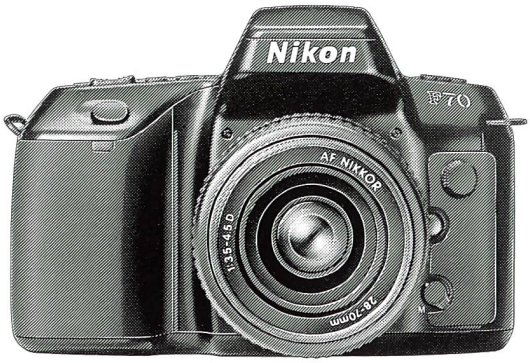
Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans 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: 26.11.2025

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

Nikon behauptet: Fotografieren ist keine Kunst.



Sie haben die Bildidee, und die Nikon F70 macht die guten Bilder für Sie. So einfach und komfortabel die Nikon F70 für Sie ist, so kompliziert ist sie aus unserer Sicht. Technisch gesehen ist sie nämlich eine der aufwendigsten Kameras, die wir je gebaut haben. Ihre Vielseitigkeit setzt Ihrer Kreativität beim Fotografieren keine Grenzen. Und gerade weil sie so viele Möglichkeiten bietet, haben wir besonders grossen Wert auf ihre einfache Bedienung gelegt. Die neu konzipierte LCD-Anzeige ist farbcodiert und dient als interaktive Schaltzentrale: z.B. für so ausgeklügelte automatische Steuerungen wie der Hochleistungsautofokus oder die Belichtungsprogramme. Diese Schaltzentrale erleichtert Ihnen aber auch den gezielten manuellen Eingriff für besondere gestalterische Effekte. Ein weiteres Highlight ist der ausklappbare Aufhellblitz. Mit der präzisen 3D-Multisensor-Technologie ist er eine Weltneuheit. Deshalb ist richtig Blitzen ab sofort keine Kunst mehr.

Nikon

Ihre nächste Kamera.

Nikon AG, Kaspar Fenner-Str. 6, 8700 Küsnacht

WIRZ

SVPG

Begriffsverwirrung pflegen ...

Hans Peyer Präsident und Sekretär des SVPG

Ich glaubte bisher, ein Tarif sei der Preis einer Leistung, z.B. des Anwaltes, des Arztes oder des Fotografen.
Der Preis, meinte ich, sei an der Ware angeschrieben, die zum Verkauf angeboten wird.
Jetzt gibt es neu auch Flexi-Tarife. Das sind offenbar Preise, bei denen derjenige der Dumme sein soll, der nur eine Kamera bestellt, da er viel mehr bezahlt als der Käufer, der zwei Kameras ordert. Dieser erhält nämlich eine Kamera zum halben Preis, glaubte ich. Bis ich das Angebot so lange studiert habe, bis ich begriffen habe, was ein Flexi-Tarif ist: Ein Preis, der so schwer verständlich angeboten wird, dass der Käufer, der nicht ganz genau hinschaut, glaubt, er bekomme die Kameras zu einem viel besseren Preis als dies wirklich der Fall ist.
Achten Sie also beim Einkauf von Kameras bei Firmen (nicht Marken), die Sie noch nicht so lange kennen, auf jeden Buchstaben in den Angeboten. Offenbar kann man Begriffsverwirrungen auch bewusst pflegen. Wenn Sie meinen Ratschlag beachten, werden Sie vielleicht auch einen Begriff wie «Marktstörung» plötzlich irgendwie anders lesen. Sollten Sie keine Zeit haben, alles so genau zu studieren, sind Sie selber Schuld, wenn Sie den Markt nicht mehr verstehen.
Hans Peyer, SVPG-Sekretariat: T. 01 341 14 19, F. 01 341 10 24

Klage von Kodak wegen Diskriminierung in Japan

Wenige Tage nach der Ankündigung von Sanktionen der USA gegenüber Japan wegen dessen Weigerung, den Automobilmarkt zu öffnen, hat die Eastman Kodak Co. beim US-Handelsbeauftragten eine Klage eingereicht, in der die japanischen Behörden und namentlich Fuji Photo Film Co. beschuldigt werden, Kodak den Marktzutritt durch illegale Praktiken zu erschweren. Die Eingabe von Kodak macht den Abschnitt 301 des amerikanischen Handelsgesetzes geltend. Dieser international umstrittene Abschnitt sieht im Fall unfairer Handelspraktiken Vergeltungsmassnahmen vor.
Kodak weist auf die engen Beziehungen zwischen Produzenten und Vertreibern von Filmen und Fotopapier hin und führt diskriminierende Praktiken wie wettbewerbsfeindliche Rabatte, Preisbindungen und -Absprachen auf. Durch diese monopolähnlichen Strukturen werde Kodak effektiv vom Markt ausgeschlossen. Diese Praktiken würden vom japanischen Ministerium für Handel und Industrie (MITI) nicht nur geduldet, sondern gefördert.
In einer ersten Stellungnahme auf die Vorwürfe von Kodak weist das MITI diese als unbegründet zurück: Gemäss MITI betrug der Marktanteil von importiertem Filmmaterial 1994 41,7%; eine deutliche Zunahme gegenüber 1993 aufgrund des starken Yens. Ebenso steigen die Importe von Fotopapier drastisch. Dass Fuji in Japan etwa 70% Marktanteil hält – verglichen mit 8% von Kodak – ist laut MITI nichts aussergewöhnliches, da Fuji auch in anderen asiatischen Ländern mehr Marktanteil als Kodak besitze. Im Vergleich dazu erreicht Kodak im amerikanischen Markt 70% Marktanteil, wogegen Fuji auf etwa 12% kommt. Schliesslich erwähnt das MITI, dass Japan 1990 die Einfuhrzölle für Film und Fotopapier abgeschafft hat, während die USA immer noch einen Einfuhrzoll von 3,7% auf solche Produkte erheben.
Der US-Handelsbeauftragte hat 45 Tage Zeit, über die Entgegennahme der Klage zu entscheiden. Tut er es, so erfolgt eine einjährige Untersuchung der Angelegenheit, und sollte der Argumentation von Kodak gefolgt werden, so könnten Handelssanktionen in der Grössenordnung von 5,6 Mrd. US-Dollar verhängt werden. So hoch beziffert nämlich Kodak die entgangenen Verkaufserlöse in den letzten Jahren. Beobachter werten das Vorgehen von Kodak als Teil einer langfristig ausgerichteten Strategie, um in Japan mehr Marktanteil zu gewinnen.
Zur Zeit sorgt auch Agfa in Japan für einigen Wirbel: Mit einer Preisoffensive und der Zusammenarbeit mit der grössten japanischen Supermarktkette bietet Agfa auf Amateur-Filmmaterial bis zu 40% Rabatt an.

OLYMPUS
THE VISIBLE DIFFERENCE

GO FOR GOLD
SOFORTGEWINNE
IM JULI:

10 JAHRE OLYMPUS

100
SUMMERPROOF-T-SHIRTS

Am Strand, in den Bergen oder in der Stadt – mit dem originellen Olympus-Summerproof-T-Shirt aus hochwertiger Baumwolle sind Sie in der Hitze des Sommers immer passend angezogen.

Nicht vergessen: Diese Sofortgewinne warten in fast jeder Olympus-Packung. Einfach den goldenen Kreis freirubbeln. Erscheint das «10 Jahre Olympus»-Logo – ab ins Couvert damit und Sofortpreis gewinnen.

OLYMPUS OPTICAL (Schweiz) AG,
Chriesbaumstrasse 6, Volketswil, 8603 Schwerzenbach
Tel. 01 947 67 67, Fax 01 947 66 55

Wo bleibt die Kauflust

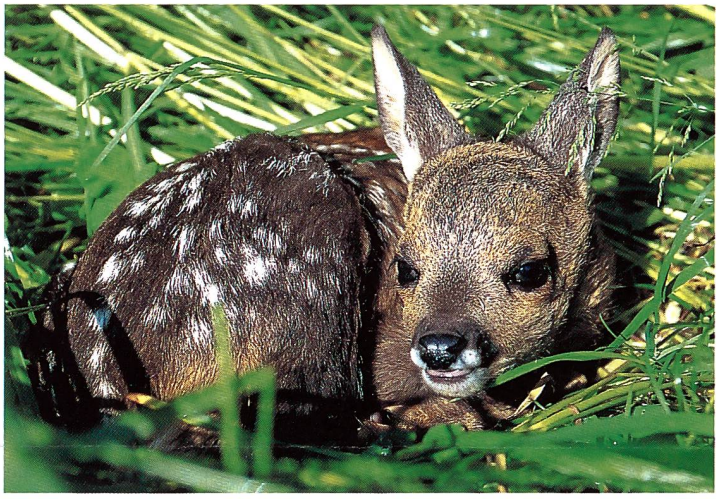
Gemäss der vierteljährlich durchgeführten Umfrage des Bundesamtes für Konjunkturfragen zur Konsumentenstimmung sind Frau und Herr Schweizer wieder etwas kauffreudiger geworden: Der Konsumentenstimmungsindex stieg von -20 Punkten im Januar 1995 auf -13 im April und erreicht damit wieder etwa das Niveau vom 2. Halbjahr 1994. Die 1100 befragten Haushalte stuften vor allem die zukünftige Lage ihres Haushaltes, aber auch die vergangene wirtschaftliche Entwicklung weniger schlecht ein als noch zu Jahresbeginn. Die Konsumenten erwarten nach wie vor kaum eine Verbesserung der Wirtschaftslage. Hingegen glauben sie, dass die Preise merklich langsamer steigen werden als im vergangenen Quartal.
Auf den Fotohandel scheinen diese Erhebungen allerdings nicht ganz zuzutreffen: Laut den aktuellsten IHA-Zahlen hat in den Monaten Februar und März gegenüber dem Vorjahr vor allem der Spiegelreflexbereich wiederum eine Einbusse von 17% nach Stückzahlen und 20% wertmässig erlitten, während der Erhebungsbereich der Kompaktkameras einen leichten Zuwachs von 4% bzw. 1% verzeichnen konnte.
Befragt man die Fotohändler nach dem Bildergeschäft, das für den Fotofachhandel noch immer Hauptumsatzträger ist, so ist die Stimmung etwas besser: Das Film- und Bildervolumen scheint – trotz des schlechten Wetters – wieder etwas zugelegt zu haben. Frau und Herr Schweizer fotografieren zwar wieder häufiger, aber sie kaufen deshalb nicht gleich eine neue Kamera.
Gespannt blicken die Marktbeobachter nun auf die Ferienmonate, die in den vergangenen Jahren meistens einen deutlichen Zuwachs der Kameraverkäufe einbrachten. Vorsichtigen Schätzungen zu Folge, soll sich das zweite Halbjahr allgemein besser entwickeln als das erste.

Die nächste Ausgabe von FOTOintern erscheint am 2. August

Blaumeisen-Flügglinge (Parus caeruleus) flattern im April/Mai los.

Feldhasen-Nachwuchs (Lepus europaeus) gibt's bis zu 4x im Jahr.

Reh-Kitz (Capreolus capreolus) macht erste Kapriolen im Mai/Juni.



Küken des Fasans (Phasianus colchicus), April bis Juni.

Igel (Erinaceus europaeus) sind von Mai bis September jung.

Steinmarder-Welpe (Martes foina), entdeckt die Welt ab April/Mai.

DAS LEBEN IST VO

Unser jüngster Wurf: Heisst Minolta DYNAX 300si, ist bedienungsfreundlich wie eine Kompa
weite pirscht sie sich an jedes Motiv heran. Weitere schöne Exemplare der Spezies Camer

DYNAX 300si mit Objektiv AF 35–70 mm Fr. 670.–. Minolta (Schweiz) AG. Riedstrasse 6. 8953 Dietikon. Telefon 01/740 37 00. Fax 01/741 33 12.

Steinkauz-Ästlinge (Athene noctua), ab Mai/Juni aus dem Horst.

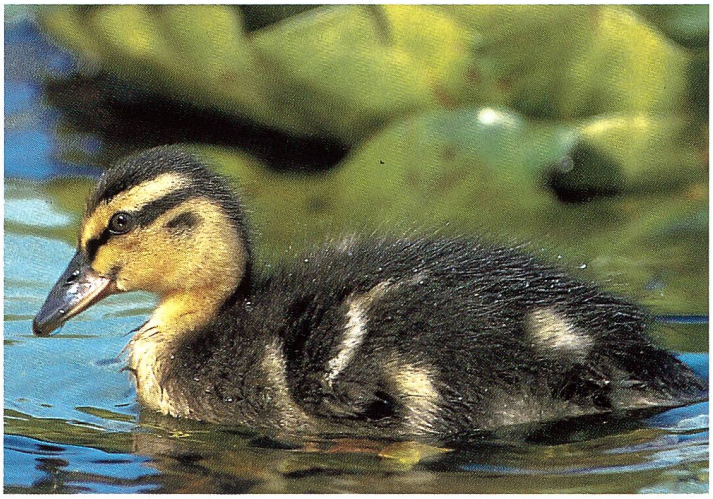
Der Wildschwein-Frischling (Sus scrofa) streift im Frühling umher.

Junges Murmeltier (Marmota marmota), ab Mai/Juni auf der Alp.

Das Gems-Kitz (Rupicapra rupicapra) steht ab Mitte Mai am Berg.

Fuchs-Welpen (Vulpes vulpes) lernen im März/April schnüren.

Kein hässliches Entlein: Stockente (Anas platyrhynchos), im April.



LLER MINOLTA.

kte und doch schon eine ausgewachsene Spiegelreflex-Kamera. Mit 60 Autofokus-Objektiven bis 600 mm Brenn-
Minolta entdecken Sie beim Fachhändler. Minolta DYNAX 300si. Die einfachste Spiegelreflex-Kamera der Welt.