

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging

Herausgeber: Urs Tillmanns

Band: 2 (1995)

Heft: 19

Artikel: Spürt auch Leica die gegenwärtige Flaute?

Autor: Zapf, Gerhard / Tillmanns, Urs

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-980157>

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: 11.01.2026

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

FOTO

NEUHEITEN

HANDEL

WIRTSCHAFT

I N T E R N

Nr. 19/95
1. Dezember 1995

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

So schnell wie die Nikon F90x kann kein Mensch fotografieren.



Von 0 auf 36 Bilder in 8,8 Sekunden, das schafft kein Mensch von Hand. Es sei denn, die Hand hält eine Nikon F90x, eine der schnellsten Profikameras der Welt. Denn ihr professionelles AF-System stellt schneller scharf, als die Formel-1-Piloten vorbeirasen. Ihre dynamische Schärfennachführung rechnet mit 4,1 Bildern pro Sekunde noch schneller, als Radprofis spurten. Dem AF-Kreuzsensor mit zuschaltbarer Gross- oder Breitfeldmessung entgeht kein Tor des Monats. Die 3D-Matrixmessung und die 3D-Multisensor-Blitzkontrolle meistert auch bei schnellem Lichtwechsel die schwierigsten Kontraste. Und damit die Bilder genauso scharf sind, wie die Rallyfahrer die Kurve kriegen, ist die Belichtung im Bereich von 1/8000 bis 30s in 1/3-Stufen einstellbar. Noch professioneller wird die Nikon F90x nur noch mit dem Blitzgerät SB-26 und dem Handgriff MB-10 mit Zweitauslöser. Damit machen Sie Hochformataufnahmen ohne unsportliche Verrenkungen.

Nikon

Ihre nächste Kamera.

Fortsetzung von Seite 1

Erzeugnisse weniger anfällig auf Schwankungen reagieren. Die zurückhaltende Produktpolitik, mit langen Produktlebenszyklen, ergibt für Leica Kameras eine Stabilität und Kontinuität im Markt. Unter den Absatzturbulenzen leidet hauptsächlich das mittlere Preissegment, in dem wir weniger vertreten sind. Eine Tatsache, die man auch aus anderen Branchen kennt.

FOTOintern: Vielleicht ist es noch etwas verfrüh, schon jetzt nach einem Jahresergebnis zu fragen; das Weihnachtsgeschäft fehlt noch. Wagen Sie trotzdem schon eine Prognose?

Zapf: Unsere Erwartungen im laufenden Geschäftsjahr wurden bislang erfüllt, obwohl auch wir von der schwachen Konsumnachfrage betroffen sind. Wir bewegen uns etwa auf dem Niveau des letzten Jahres. Das Weihnachtsgeschäft ist jedoch für uns ein wichtiger Faktor. Wir sind zuversichtlich, dass wir ein gutes Resultat erzielen werden; von Zweckessimismus halten wir wenig. Viel wichtiger ist die Tatsache, dass wir auf eine solide Unternehmensstrategie bauen können. Die eingeleiteten Aktivitäten, eine realistische Zielbildung und starke Partner sind eine gesunde Basis für den langfristigen Geschäftserfolg.

FOTOintern: Leica führt im Kamerabereich zwei Produktlinien, die Messsucherkamera M6 und die Spiegelreflexmodelle R 6.2 und R7. Welche Anteile haben die beiden Kameramodelle, und war in den letzten Jahren eine Trendveränderung zu erkennen.

Zapf: Die Identifikation mit der Marke Leica geschieht hauptsächlich über die Messsucherkamera M6, die zu einem Klassiker geworden ist. Die R-Serie verfügt über ein leistungsstarkes und hochwertiges Objektivprogramm,

das eine klare Abgrenzung des Produktes zu der Konkurrenz ermöglicht. Trotz der Absatzprobleme im Spiegelreflex-Markt bleibt die R Serie ein wichtiges Standbein für Leica. Wir übernehmen keine Trends um ihrer selbst willen, sondern überlegen uns sehr genau, welche Entwicklungen für uns von Bedeutung sind. Und als Anmerkung darf ich anfügen, dass zu jedem Trend ein Gegentrend entsteht. Die zunehmende Technologisierung bewirkt auch wieder eine Rückbesinnung auf Bewährtes, auf überschaubare Vorgänge und rückt das manuelle Arbeiten und Gestalten wieder in den Vordergrund. Wir verfügen aber neben der R- und M-Linie über ein gut eingeführtes Kompaktkamerasystem, als dritte Produktlinie im Fotobereich. Die Absatzentwicklung der Leica minilux bereitet uns viel Freude. Von der Bedeu-

Standbein. Der Name Leica wird auch in erster Linie mit Foto assoziiert. Die Fernoptik wird für uns aber zunehmend wichtig, zurzeit realisieren wir in diesem Geschäftsbe- reich einen Viertel der Umsätze, wobei wir noch Potential für eine Marktentwicklung sehen. Die Projektion erreicht etwa einen Fünftel am Leica-Geschäftsvolumen. Hier konnten wir in einem stark rückläufigen Markt die Umsätze halten und somit unseren Marktanteil vergrößern.

FOTOintern: Wie man aus der Presse entnehmen kann, wird die Projektoren Marke Zett mit der Marke Leica zusammengeführt. Was waren die Gründe für diese Massnahme?

Zapf: In erster Linie geht es darum, in einem rückläufigen Markt die Wettbewerbsvorteile zu wahren, Kosten einzusparen und Synergien optimal zu nutzen. Denken Sie an



Schwerpunkte im Produktesortiment von Leica sind die Kamera- modelle der R- und M-Reihe

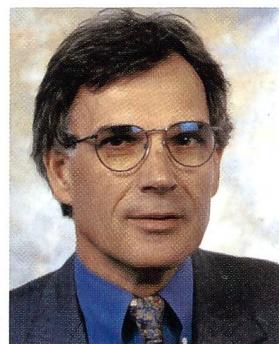
tung her sind die R- und M- Serie etwa gleich zu bewerten und mit den Kompaktkameras realisieren wir bereits rund 25 Prozent unseres Umsatzes im Geschäftsfeld Foto.

FOTOintern: Oft übersieht man neben dem reinen Kamerageschäft die anderen Produktbereiche von Leica. Wie teilt sich eigentlich der Umsatz in die Geschäftsbe- reiche Kameras, Objektive und Zubehör, Ferngläser und Projektoren auf?

Zapf: Der Fotobereich ist zweifellos unser wichtigstes

die Einsparungen, die im Einkauf, im Marketing, in der Entwicklung, im Service usw. getätigter werden können. Letztendlich entscheidet immer der Markt, ob ein Produkt ein Erfolg wird. Voraussetzung für einen Erfolg ist aber ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis. Gerade der Preis spielt beim Kaufentscheid eine entscheidende Rolle. Das Zusammengehen beider Marken ermöglicht wettbewerbsfähige und marktgerechte Preise. Zudem ergibt sich ein besserer und

Zur Person



Gerhard Zapf (1943) war nach seinem betriebswirtschaftlichen Studium bei der Firma Ernst Leitz GmbH in Wetzlar zuletzt als Bereichsleiter Logistik tätig. 1980 wechselte er als Mitglied der Geschäftsleitung zur damaligen schweizer Vertretung Petraglio & Co. AG nach Biel und wurde 1985 zum Delegierten des Verwaltungsrates ernannt. Nach der Gründung der Leica Camera AG in Nidau am 1. April 1995 übernahm Gerhard Zapf im Rahmen eines Management Buyouts die Mehrheitsbeteiligung an der schweizer Leica Camera Niederlassung.

einheitlicher Marktauftritt und die Produktpalette wird für den Kunden übersichtlicher.

FOTOintern: APS ist in aller Munde, und auch Leica gehört zu den Lizenznehmerfirmen. Wie ist Ihre persönliche Meinung zum neuen Fotosystem, und wie stellt sich Leica dazu? Wird es schon bald eine APS-Leica geben?

Zapf: Wir verfolgen die Entwicklung mit grosser Aufmerksamkeit. Ich persönlich hoffe, dass das APS System ein Markterfolg wird, denn die Fotobranche ist dringend auf eine Belebung angewiesen. Leica Entwickler setzen sich zurzeit intensiv mit APS auseinander, ein konkretes Modell ist jedoch noch nicht angekündigt. Man darf aber davon ausgehen, dass Leica bestimmt keine Vorreiterrolle bei der Markteinführung von APS übernehmen wird.

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

Urs Tillmanns