**Zeitschrift:** Fotointern : digital imaging

Herausgeber: Urs Tillmanns

**Band:** 3 (1996)

Heft: 1

**Artikel:** Der Jahreswechsel im Rückblick aund Ausblick

Autor: Schmid, Peter / Schuler, Ulrich / Bär, Rudolf / Bächler, H.

**DOI:** https://doi.org/10.5169/seals-979929

### 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: 22.11.2025** 

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

## **FOTOintern** Nächste Ausgabe erscheint erst am 2. Februar 1996

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

## Editorial



Urs Tillmanns Fotograf, Fachpublizist und Herausgeber von **FOTO**intern

Das neue Jahr präsentiert sich wie eine Wundertüte. Da und dort schimmert zwar einiges des mysteriösen Inhalts durch das dünne Papier hindurch. APS, PMA und photokina sind solche Eckpunkte, die sich bereits für 1996 ausmachen lassen. Die digitale Fotografie, die vor allem im professionellen Bereich einen immer wichtigeren Stellenwert einnimmt, lässt die Prognose zu, dass die elektronische Revolution auch im eben begonnenen Jahr unbeirrbar auf Erfolgskurs ist.

Man muss sie ernst nehmen, diese neuen Wortgebilde, wie Compuserve und Internet, die vom einstigen Studentenplausch zu weltumspannenden Kommunikationsnetzen avanciert sind. Sie zeigen den Trend in der elektronischen Revolution, der die früheren, phantasievollen Visionen eines fernen Jahres 2000 immer mehr zur Realität werden lässt. Zu einer Realität, der wir uns gerade in der Fotografie als

bildschaffendes Kommunika-

tionsmedium - stellen müssen.

Denn die Jahrtausendwende

rückt immer näher...

## Der Jahreswechsel im Rückblick und Ausblick

Wie war 1995, was bringt 1996? Wir haben verschiedene Persönlichkeiten nach dem Geschäftsgang und ihren Prognosen befragt. Daraus ergibt sich für die Fotobranche ein interessantes Stimmungsbild.

«Wie beurteilen Sie die wirtschaftliche Entwicklung des Jahres 1995 rückblickend für die Fotobranche?»

#### Peter Schmid:

Die konjunkturelle Erholung Schweizer Wirtschaft verlief harzig. Im Grosshandel, einem der wichtigsten Vorindikatoren für die wirtschaftliche Entwicklung in der Schweiz, musste gesamthaft ein negativer Trend fest-

**SVPG** 

Am 5. Februar findet in Baden

eine Tagung statt, bei der das

gestellten neu definiert werden

Unter der Bezeichnung «FOTO-

online» bietet die Zeitschrift

PHOTOGRAPHIE einen umfas-

senden und aktuellen Informa-

Computer-Netzwerk Internet.

tionsdienst im weltweiten

soll. Mitsprechen? Anmelden!

Berufsbild des Fotofach-An-

gestellt werden. Nach einer kurzen Aufschwung-

phase um den Jahreswechsel 1994/95 und im 1. Quartal 1995 verschlechterte sich die Lage in der zweiten Jahreshälfte. Dabei gehört die Fotobranche noch zu den Bereichen, die den Geschäftsgang als befriedigend einschätzen. Das Bruttoinlandprodukt (BIP) hat aber eine weitere Wachstumsabschwächung erfahren. Die schwache Koniunkturdvnamik ist we-

Frankenkurs

und die Sanierungsbemühungen der öffentlichen Haushalte bedingt. Der private Konsum nahm durch eine ungünstige Entwicklung der verfügbaren Realeinkommen (Überwälzung der MwSt., erhöhte Beitragssätze bei der ALV) nur schwach zu. Davon wurde auch die Fotobranche

Fortsetzung Seite 3

Peter Schmid

Präsident ISFL

# sentlich durch den hohen

**Einladung** 

## Minox

Minox wurde von Rollei übernommen. Stellungnahme von Rollei-Geschäftsführer Sass und Hintergrundinformationen finden Sie auf Seite 7.

Das neue Flaggschiff der Zoomstellung auf Seite 9.

Nicht verpassen: Am 15. Januar führen verschiedene ISFL-Firmen wiederum einen Rampenverkauf in Dintikon durch. Eine Super-Gelegenheit, um preisgünstig Gesuchtes zu finden.

bunte Unterhaltung

Die 87. Generalversammlung

in Baden statt. Neben dem

des SVPG findet am 4. Februar

geschäftlichen Teil gibt es eine

kompakten heisst Yashica Microtec Zoom 120. Über die reichhaltige Ausstattung berichtet unsere Neuheitenvor-



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.



Ihre nächste Kamera.

#### Fortsetzung von Seite 1

ersten Monaten 1995 wieder wachsende Investitionen in der Fachfotografie, speziell im Digital Imaging, zu beobachten, so verlor dieses Geschäft in der 2. Jahres-

hälfte an

Markt. In rezessiven Phasen sind die Konsumenten noch beeinflusst. Waren in den preisbewusster, sicher ein Vorteil für Interdiscount.

### Hanspeter P. Bächler:

Das Umsatzvolumen im Laborbereich ist gesamtschwei-

zerisch im Jahre 1995 leicht zurückgegangen. Und das Marktsegment des Fotofachhandels war gegenüber den Grossverteilern und dem Direktversand durch immer stärker werdenden Konkurrenzkampf auf der Preisfront

Rudolf Bär

geschäftsführender

Direktor der

Interdiscount AG

stark unter Druck. Trotzdem



Schwung. Der private Konsum litt unter einem Mangel an Innovationen; es waren kaum neue Geräte auszumachen. Im Schnitt verharrte die Fotobranche auf Vorjahresniveau oder musste gar leichte Einbussen in Kauf nehmen.

#### **Ulrich Schuler:**

Trotz sehr geringer Erwartungen wurden diese nicht erfüllt. Die Umsätze stagnierten auf dem Niveau von 1994, bei leicht gestiegenen Unkosten. Zwei Gründe dürften dafür massgebend sein; 1. Die fortwährende Rezession mit dauernden Meldungen über Entlassungen, welche unsere Kunden verunsichern. 2. ist auch die Modellpolitik der wesentlichen Hersteller dafür verantwortlich. Die Industrie fabriziert zur Zeit an den Wünschen der ernsthaften Amateure vorbei mit zuviel unsinniger Automatik und zu wenig dauerhafter Qualität.

#### Rudolf Bär:

Die Entwicklung war positiv. Interdiscount realisiert für den Bereich Foto (ohne Camcorder) ein zweistelliges Umsatzplus. Vermutlich liegt diese Zunahme besser als der feststellen, dass dynamische Fotofachgeschäfte ihren Umsatz auch dieses Jahr im Amateurbereich halten, ja teilweise sogar verbessern konnten. Wir sind überzeugt, dass ein aktiver Fotofachhändler trotz der heutigen Situation mit hoher Sparquote, Konsumunlust, weniger Spontankäufe, Verzicht auf Luxusprodukte, zunehmende Arbeitslosigkeit

usw. durch gezielte Massnah-

men immer noch gute Chan-

durften wir

cen im Markt hat. Im Amateurbereich waren wir als Partnerlabor des Schweiz. Fotofachhandels auch in diesem Jahre stark mit dem Trend zum Microlabor konfrontiert. Unser Pro Ciné Microlabor-Konzept konnte unsere Partner in ihren Aktivitäten wirkungsvoll und erfolgreich unterstützen. Unsere Marktstellung in den Bereichen Filmentwicklung E6. DigiPrint und Photo CD haben wir massiv ausgebaut und sind heute ein kompetenter Partner mit einer zukunftsorientierten Produktpalette.

#### **Hans-Carl Koch:**

1995 ist es uns gelungen, unsere führende Marktposition im Absatz von Fachkameras für chemische Fotografie in rückläufigen Märkten zu halten, gleichzeitig konnten wir uns in der digitalen Fachfotografie ebenso führend etablieren. Der Aufschwung, wie er sich anfangs Jahr abzeichnete, blieb jedoch aus.

Die wirtschaftliche Entwicklung 1995 für Fachkameras und Zubehör ist unerfreulich. Europa und auch speziell die Schweiz liegen weit unter

unseren Erwar-

tungen; Japan ist immer noch in einer Rezession, nur die Asean-Länder boomen. USA, welches sich einer guten Konjunkturentwicklung erfreut, leidet unter der Kombi-

nation von starkem Franken und schwachem Dollar. Das drückt doppelt auf die Margen.

Die Fachfotografen sind zu einem grossen Teil immer noch von Unsicherheit gegenüber den neuen Technologien geprägt und sie haben Angst vor der Zukunft, Neue Investitionen werden nur zögernd getätigt. Und dies nicht nur in der

Schweiz. Neben dem harten Schweizerfranken erfordert das für eine Firma, die über 90 Prozent exportiert, eine Strategie des Durchhaltens. Dabei

liegen die Fakten klar auf dem Tisch: Für 80 Prozent der heutigen Fachfotografie, welche für die Verwendung im Druck bestimmt ist, kann mit den professionellen Digitalausrüstungen von Sinar der Prozess von der Aufnahme bis zur Druckvorstufe zeitlich um die Hälfte abgekürzt werden, 30 Prozent der Kosten gespart und ein kontinuierliches Qualitätsniveau garantiert werden. In den USA werden heute 60 Prozent aller Digitalkameras auf der Welt für Fachapplikationen gekauft. Man fragt sich, warum und wie lange wir uns in Europa diesen Dämmerschlaf noch leisten können.

#### **Rudolf Dech:**

Im Bereich der Laborgeräte unterscheiden wir grundsätzlich zwischen Minilabs und den Produkten für die Fotofinisher. 1995 haben wir unsere Ziele in beiden Geschäftsbereichen erreicht - wir konnten sogar einen Mehrumsatz verbuchen. Die Rezession betrachten wir, was den Filmverbrauch anbelangt, als beendet, nicht jedoch, was die Investitionsvorhaben der Grosslabore betrifft. herrscht deutlich mehr Zurückhaltung vor als im Bereich der Mini- und Microlabs.

In APS werden mit einer allgemein guten Stim-



grosse Erwartungen gesetzt; das hat auch die PMA in London deutlich gezeigt. Allerdings hat das Geschäftsjahr auch mit seinen Schattenseiten nicht gegeizt, zum Bei-

spiel mit einem hartnäckigen

Währungsnachteil für eine Schweizer Herstellerfirma wie die Gretag Imaging AG.

#### **Peter Muheim:**

Seit 1991 sind die Verkaufszahlen von Fotokameras mit Ausnahme von Zoom Kompaktkameras rückläufig. Nach zum Teil positiven Entwicklungen im 1994 ist die Stimmung 1995 wieder schlechter geworden. Gegenüber den 80er Jahren werden heute fast 30'000 Spiegelreflexkameras weniger verkauft. Das bedeutet ca. 25 Mio. Franken weniger Umsatz pro Jahr für die Fotobranche bei weiter sinkenden Preisen. Auch 1995 werden gegenüber dem Vorjahr fast 10 Prozent weniger SLR-Kameras einen Käufer finden. Der unabhängige Fachhandel realisiert in diesem Bereich dank Beratungsintensität dieser Kameras einen Marktanteil von 65 Prozent

Kompaktkameras werden 1995 zwischen 10 bis 15 Prozent mehr verkauft werden als noch im Vorjahr. Dreihundertdreissigtausend Schweizer werden 1995 im Besitze einer neuen Kompaktkamera sein. Dieser Bereich teilt sich heute preismässig in zwei Teile. Entweder werden günstige Kame-

Hans-Carl Koch

Verwaltungsratspräsident der Sinar AG

Ger

ras unter 100
Franken gekauft, oder dann
in Zoom Kameras investiert,
die ca. 250 bis 700 Franken
kosten. Dabei werden insgesamt nur noch ein Drittel
der Kompaktkameras im unabhängigen Fachhandel verkauft. Die Fachfilialisten
haben 1995 massiv Markt-

anteile gewonnen. Seit der Einführung Ende 1995 wurden ca. eine Million Zoom Kompaktkameras verkauft. Ich gehe davon aus, dass dieser Teilmarkt noch mindestens zwei bis drei Jahre wachsen wird. Aber der Preiszerfall von ca. 5 bis 10 Prozent pro Jahr wird umsatzmässig seine Spuren hinterlassen.

#### **Christian Frey**

Das Wirtschaftsjahr 1995 hat nicht ganz das gehalten, was man sich anfänglich davon versprochen hatte. Gemessen der gesamtwirtschaftlichen Erzeugung (Bruttoinlandprodukt, BIP) ist die Rezession zwar bereits seit 1993 überwunden, doch gilt dies noch nicht für sämtliche Branchen und vor allem nicht für alle Unternehmen. Die Bauwirtschaft beispielsweise ist nach dem letztjährigen zinsbedingten «Strohfeuer» wieder in eine rückläufige Phase getreten, wozu die vorhandenen Überkapazitäten und die ausbleibenden öffentlichen Aufträge entscheidend beitrugen. Unter der markanten Frankenaufwertung dieses Jahres litten neben der direkt betroffenen Exportwirtschaft

und dem Tourismus nicht
zuletzt auch
die Zulieferbetriebe, da
entsprechende Produkte günstiger importiert
werden
konnten.
Am meisten ins
Gewicht fällt

aber die verschlechterte Stimmung der Konsumenten, trägt doch der private Konsum über 60 Prozent zum schweizerischen BIP bei. Die Zurückhaltung ist im wesentlichen auf eine Verunsicherung aufgrund der obigen Faktoren zurückzuführen, denn trotz rückläufiger Arbeitslosenguote haben sich

die Beschäftigungsperspektiven und damit die Arbeitsplatz-Sicherheit noch nicht entscheidend gebessert. Zudem sind die Lohnerhöhungen bescheiden ausgefallen und wurden real durch steigende Sozialabgaben und teilweise Steuern neutralisiert. Immerhin ergab eine grosse Umfrage der SBG, dass sich die Foto-

branche 1995 im Vergleich zum gesamten Detailhandel überdurchschnittlich gut behaupten konnte. die Fotobranche profitieren können. Die Umsätze dürften leicht steigen, Lieferfristen, Einkaufs- und Verkaufspreise zumindest für die nächsten 3 Monate stabil bleiben.

#### **Ulrich Schuler**

1996 dürfte kaum wesentlich besser werden. Es zeigen sich keine deutlichen Zeichen für ein Ende der Rezession. Unsere Kunden müssen mit dem gleichen



## «Welche Prognose stellen Sie für 1996?»

#### **Peter Schmid:**

Im kommenden Jahr wird das Wachstum der inländischen Nachfragekomponenten gering bleiben. Der private Konsum dürfte sich leicht beschleunigen, die Exporte aufgrund des wieder stärkeren Wachstums in den OECD-Ländern ebenfalls leicht zunehmen, vorausgesetzt, dass der Frankenkurs sich gegenüber den wichtigsten Währungen (DM, US-Dollar, Yen) normalisiert. Nach Abschluss von MwSt-bedingten Preisanpassungen dürfte die Teuerungsrate 1996 auf 1 bis 1,6 Prozent zurückgehen. Zudem werden auch die müde Konsumnachfrage, erbitterte Konkurrenzkämpfe, ein Kapazitätsüberhang, moderate Lohnabschlüsse den Teuerungsauftrieb dämpfen. Das BIP-Wachstum wird keine entscheidenden Beschäftigungsimpulse bringen, die Arbeitslosenrate bei 4 Prozent verharren. Durch die Einführung des Advanced Photo Systems im Frühjahr 1996 wird Einkommen auskommen. Die Erhöhung der Krankenkassenprämien tragen zur weiteren Verunsicherung bei; auch auf dem Sektor der Mieten ist keine echte Erleichterung zu erwarten. Ein kleiner Lichtblick könnte APS bedeuten, wobei sich dieses System wieder an den Knipser wendet und die ernsthaften Amateure sich davon keine Verbesserungen versprechen. Gerade für die ernsthaften Amateure fehlen weiterhin attraktive Kameras und Zubehöre.

#### Rudolf Bär

Für 1996 gehe ich von einem weiteren Konsumzurückhalten aus bei zunehmendem Wettbewerb. Da im April APS eingeführt wird, ist Foto sicher im Gespräch und wir erwarten entsprechende Impulse.

### Hanspeter P. Bächler:

Wir sind überzeugt, dass die Einführung des APS-Systems im Frühling 1996 neue Impulse auch im Photofinishing auslösen wird und den Umsatz im Amateurbereich massgeblich beleben wird. Wir

glauben, dass APS gerade für den Fotofachhandel eine grosse Chance ist, da dieses System eine grosse Kompetenz am Verkaufspunkt erfordert und auch junge Leute wieder zu vermehrtem Fotografieren animiert. Mit diesen positiven Vorzeichen, neuen Ideen und Strategien schauen wir zuversichtlich ins neue Jahr.

#### **Hans-Carl Koch:**

Die in der Schweiz produzierende Industrie verdient im Mittel mehr als 50 Rappen iedes Frankens im Ausland. Die Wettbewerbssituation im Ausland verschärft sich laufend. Wenn in der Schweiz der überdurchschnittlich hohe Lebensstandard gehalten werden soll, muss die gesamte Kostenstruktur mindestens wieder auf ein, wenigstens in der westlichen Welt, konkurrenzfähiges Niveau gebracht werden. Andernfalls stirbt unsere für

Fotografen der Mumm, sein Fachwerkzeug dem technischen aktuellen Stand anzupassen, abhanden gekommen ist.

Die Sinar AG rechnet weltweit für 1996 mit beschei-Wachstumsraten denen Grossformatkameras für chemische Fotografie und mit zweistelligen Wachstumsraten für Fachkameras für digitale Fotografie. Wir sind überzeugt, dass bis zur Jahrtausendwende mehr als 50 Prozent aller qualitativ anspruchsvollen Fachfotografie digital erstellt wird. Mutiges, unternehmerisches Handeln ist heute angesagt, um den Erfolgreichen die Zukunft zu

#### **Rudolf Dech:**

öffnen.

Im Vordergrund einer Prognose für 1996 steht sicher APS mit diversen Vorteilen, die auch den Laborbereich

> betreffen. Wir rechnen für das kommende Jahr in beiden Geschäftsbereichen mit einer Investitionswelle für APS-Geräte, und wir sind überzeugt,

dass APS der Fotografie neue Impulse verleiht, die den gesamten Markt beleben werden. Diese werden nicht zuletzt durch die enormen Werbevorhaben der Herstellerfirmen erzeugt, die der gesamten Branche zu Gute kommen und für den Erfolg von APS eine wichtige Voraus-

Peter Muheim

Projektleiter

IHA Institut für

Marktanalysen AG

#### **Peter Muheim:**

setzung sind.

1996 wird sich die Marktentwicklung kaum verbessern. Die nicht sehr rosige Lage der uns immer stärker beeinflussenden Nachbarländer sowie die steigenden Belastungen im sozialen Bereich, man nehme hier als Beispiel die massiv steigenden Preise der Krankenversicherun-



gen etc.

etc., werden wenig positive Impulse bringen. Die negative Entwicklung in der Fotobranche ist iedoch nicht nur rezessionsbedingt. Der Mensch hat heute ein ganz neues Problem, nämlich ein Überangebot an zeitvertreibenden Tätigkeiten, kurz Hobbys genannt. Fotografieren kostet eben Zeit und diese Zeit wird heute von anderen Hobbys konkurrenziert. Wenn Systeme und Lösungen gefunden werden, die ein Zeitproblem lösen und nicht ein neues schaffen, wird die Fotografie konkurrenzfähig bleiben.

#### **Christian Frey:**

Ein eigentlicher Aufschwung ist auch für 1996 noch nicht in Sicht. Gesamtwirtschaftlich rechnen wir mit einem Wachstum von lediglich 1,3% (nach etwa 1% 1995), wobei von keiner Seite spektakuläre Impulse zu erwarten sind. Es gibt aber durchaus Lichtblicke, die zur Hoffnung auf eine allmähliche Stim-

> mungsverbesserung berechtigen. So sollte sich der zur Zeit eindeutig überhöhte Frankenkurs wieder etwas zurückbilden und das Geschäft mit dem Ausland erleich-

tern. Gleichzeitig bleibt die Wirtschaftslage auf unseren Exportmärkten vorteilhaft. was erfahrungsgemäss noch wichtiger als die Währungsentwicklung ist. Nicht vergessen sei schliesslich die geringe Inflation, die im Mittel 1996 bloss 1% betragen dürfte. Sie hält die Kaufkraft der Konsumenten intakt; bei geschätz-Lohnerhöhungen von ten 1,5% (Resultat einer SBG-Umfrage in allen wichtigen Branchen) bleibt real sogar etwas mehr für den Komsum übrig. Wenn sich wieder mehr Vertrauen in die Zukunft breit macht, wird dieses Geld sicher auch ausgegeben.



Die schweizerische Berufsfotografie ist neben vielen anderen Branchen mit wenigen löblichen Ausnahmen, ein Beispiel für defensives Verhalten. Während wir bei Sinar im internationalen Schnitt davon ausgehen können, dass schon 1996 bis zu 30 Prozent unseres Umsatzes in digitalen Fachkameras erarbeitet wird, liegt in der Schweiz dieser Prozentsatz weit im Abseits. Es scheint uns fast, dass dem durchschnittlichen Schweizer

