

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging

Herausgeber: Urs Tillmanns

Band: 4 (1997)

Heft: 3

Artikel: Sigma : "Drei Objektive pro Gehäuse sind unser Ziel"

Autor: Yamaki, Michihiro / Wyss, Hanspeter

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-978875>

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: 14.01.2026

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

Jetzt schon notieren:
FOTO PROFESSIONAL
19. bis 21. März in Zürich

Editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist und
Herausgeber von
FOTOintern

Ich hätte mit ihm wetten sollen – mein Weinkeller wäre um eine Flasche reicher geworden. Um eine schöne sogar! Kollege X (der sich nun gleich wiedererkennt) behauptete, als APS vorgestellt wurde, dass das neue Fotosystem bis Ende des Jahres 1996 keine fünf Prozent des Kameramarktes ausmachen werde. Und wo stehen wir heute?

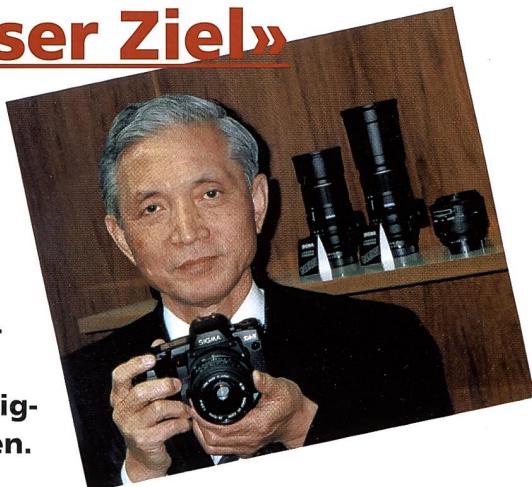
Ehrlich gesagt, ich weiß es auch nicht genau. Vor allem weiß ich nicht, ob das Weihnachtsgeschäft – allgemein als zufriedenstellend bezeichnet – dem neuen System über die 20 Prozent-Hürde verhalf oder nicht. Wenn nicht, dann sind wir nur knapp darunter. Jedenfalls dürfen wir Schweizer mit dem Anfangserfolg von APS zufrieden sein. Zieht man die Stimmen aus Amerika und Japan mit in Betracht, so

dürften wir Helveten sogar Weltmeister im APS-verkaufen sein, denn die anderen europäischen Länder liegen deutlich unter der Fünfzehn-Prozent-Marke. Kompliment an den Fotohandel. Und jetzt hat er noch ein Argument mehr, das für APS spricht.

Urs Tillmanns

Sigma: «Drei Objektive pro Gehäuse sind unser Ziel»

Die auf der photokina vorgestellte Spiegelreflexkamera Sigma SA-5 feiert ihr Schweizer Debüt auf der Foto-Professional, die vom 19. bis 21. März in Zürich stattfindet. Welche Ziele Sigma damit verfolgt, wie die Kamera zu positionieren ist, und wie das Objektivgeschäft läuft, wollten wir kürzlich vom Sigma-Präsidenten Michihiro Yamaki wissen.



FOTOintern: Herr Yamaki, das Jahr ist noch jung – wie war 1996 für Sie?

Michihiro Yamaki: Das letzte Jahr war für uns – trotz der Rezession – ein sehr gutes Geschäftsjahr. Wir erzielten ein Umsatzplus von rund zehn Prozent, was einmal auf die positive Entwicklung des Yen zurückzuführen war, andererseits aber auch auf unsere neuen Produkte, die vom Markt sehr gut aufgenommen wurden.

FOTOintern: Haben von dieser Situation auch die Händler profitiert?

Yamaki: In erster Linie, denn Objektive und Kameras sind in der rezessiven Zeit preislich attraktiv geblieben und haben sich weltweit sehr gut verkauft. Die Händler haben von dem guten Geschäftsjahr wahrscheinlich mehr profitiert als wir, denn gerade in der Rezession haben wir sehr viel in Neuentwicklungen investiert.

FOTOintern: Da gehört wohl auch die neue Spiegelreflexkamera SA-5 dazu ...

Yamaki: Zum Beispiel. Aber auch viele neue Objektive, die sowohl auf den Massenmarkt als auch auf den professionellen Benutzer ausgerichtet sind.

FOTOintern: Dazu später. Was gibt es über die SA-5 zu berichten? Eigentlich sollte sie ja schon auf dem Markt sein.

Fortsetzung Seite 3

4 SVPG

Die Generalversammlung in Zug war nicht nur rege besucht, sondern sie gestaltete sich auch interessant, weil es um das Ausbildungsreglement ging.

6 Digital

Nicht nur die Kamera entscheidet über die Qualität der Digitalaufnahmen, sondern auch das Licht. Elinchrom bietet zwei Spezialleuchten an.

10 Samsung

Das lang erwartete Zoommodell Rocas 200 von Samsung ist in Kürze lieferbar. Die technischen Details lesen Sie in unserem Artikel auf Seite 10.

12 Minolta

Die APS-Reihe von Minolta wird durch ein Dreifachzoommodell erweitert. Was die Vectis 30 alles kann, steht in unserer Neuvorstellung auf Seite 12.

12 Internet

Wichtig für alle Surfer: neue Internetadressen von Fotofirmen. Die gesamte Adressliste können Sie bei uns anfordern. Wie? Steht auf Seite 12.

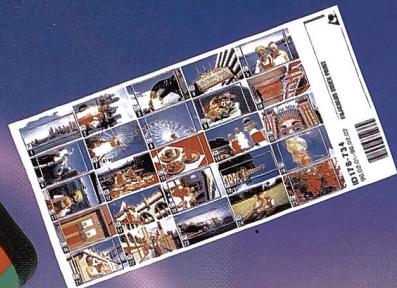
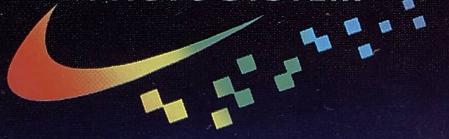
14 Leica

Leica wird voraussichtlich den Prototypen der Scankamera S1 auf der Foto Professional zeigen. Die technischen Details lesen Sie auf Seite 14.

the next generation

 FUJIFILM

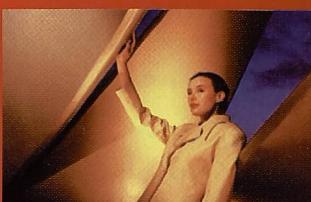
ADVANCED
PHOTO SYSTEM



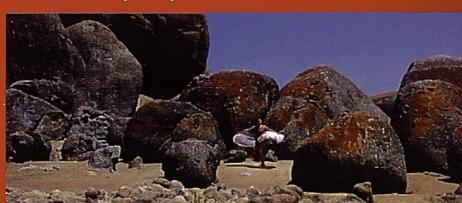
C-Format (2:3)



H-Format (9:16)



P-Format (1:3)



FUJIFILM SWITZERLAND

FUJIFILM DIELSDORF LTD, 8157 Dielsdorf, Niederhasistrasse 12, Telefon 01/855 50 50, Telefax 01/855 51 10

Fortsetzung von Seite 1

Yamaki: Das ist richtig. Wir haben in der Produktion eine geringfügige Verzögerung. Sie wird Ende Februar aus Japan ausgeliefert, soll dann aber gleich in ausreichenden Stückzahlen zur Verfügung stehen.

FOTOintern: Was heisst das? Wieviel produzieren Sie davon pro Monat?

Yamaki: Unsere Produktionskapazität ist zur Zeit auf 2000 Einheiten pro Monat ausgelegt.

FOTOintern: Das ist wenig.

Yamaki: Richtig. Aber wir zielen auch auf ein anderes Marktsegment. Die SA-5 wird – wie schon das Vorgängermodell SA-300 – kein Massenprodukt sein, sondern eher eine Marktnische bedienen. Sie ist der Geheimtip für Kunden, die eine Alternative suchen. Ideal auch für den Fachhändler, der bereits sehr gut Sigma-Objektive verkauft und nun die Kamera dazu anbieten will.

FOTOintern: Wie positionieren Sie die Sigma SA-5 in der Schweiz. Was kostet sie?

Hanspeter Wyss: Wir versuchen die SA-5 so zu positionieren, dass sie für den Fachhändler preislich interessant sein wird. Die Fachhändler sind unsere angestammten Kunden, mit denen wir seit Jahren auf Vertrauensbasis arbeiten und die es verstehen, ein solches Produkt mit einer guten Argumentation zu verkaufen.

FOTOintern: Der Preis?

Wyss: Wir haben die Kamera noch nicht definitiv kalkuliert, aber wir rechnen mit einem Endverkaufspreis von rund 750 Franken.

FOTOintern: Herr Yamaki, Sie haben die Vorgängerin SA-300 erwähnt, die nun durch die SA-5 abgelöst wird. War sie ein Erfolg?

Yamaki: Ehrlich gesagt: nein. Erstens ist sie in die Zeit einer ungünstigen Wirtschaftsentwicklung gefallen, und zweitens konnten wir ihr

nicht die Produktionskapazitäten zuordnen, die wir eigentlich wollten.

FOTOintern: Wieso nicht?

Yamaki: Weil bei uns die Objektivproduktion Vorrang hat. Das ist unser Hauptgeschäft, und da vor allem die professionellen Objektive eine weitaus höhere Nachfrage erzielten, als wir budgetierten, mussten wir die Kapazitäten der SA-300 zurückfahren und uns auf unser Hauptgeschäft konzentrieren. Hinzu kommt die damalige Währungssituation. Der Yen war zu hoch und die Kamera zu teuer. Selbst in Japan waren die Umsätze mit der SA-300 unbefriedigend, weil der Markt der Spiegelreflexkameras als Folge der Rezession sehr stark eingebrochen war.

FOTOintern: Braucht es nicht etwas Mut, nach den gemachten Erfahrung jetzt die SA-5 auf den Markt zu bringen?

Yamaki: Mut braucht man als Unternehmer immer! Wir sind jedoch vom Konzept dieser Kamera überzeugt, und wir glauben, dass sie nach einigen wesentlichen technischen Verbesserungen in ihrer Preisklasse sehr interessant sein wird.

FOTOintern: Welche technischen Verbesserungen sprechen Sie an?

Yamaki: Die wichtigsten sind das neue Autofokussystem mit einem Kreuzsensor sowie eine völlig überarbeitete Software, die die Kamera schneller werden lässt und damit vor allem in heiklen Situationen präziser einstellt.

FOTOintern: Sie bleiben jedoch beim Sigma-eigenen Objektivanschluss. Das war ja schon beim ersten Sigma-Modell ein kritischer Punkt.

Yamaki: Nun, wir hätten uns vielleicht mit einem befreundeten Hersteller auf ein gemeinsames Bajonett einigen können. Damit hätten wir uns jedoch ganz klar

mit einer bestimmten Marke identifiziert, und das wollten wir nicht. Zudem sind die Abmessungen unseres Bajonetts für künftige Entwicklungen ideal.

FOTOintern: Welche künftigen Entwicklungen? APS?

Yamaki: Zum Beispiel.

FOTOintern: Arbeiten Sie daran?

hiesigen Verhältnissen, nicht wahr, Herr Wyss?

Wyss: Nein, in der Schweiz haben wir einen sehr viel höheren Marktanteil, der um die 15 Prozent betragen dürfte. Für uns ist das APS allerdings nicht relevant, da unsere Lieferanten Sigma und

Rollei zur Zeit noch keine APS-Kameras anbieten. Dies könnte sich allerdings schon bald ändern.

FOTOintern: Wie verkaufen sich die Digitalkameras in Japan?

Yamaki: Sehr gut, insbesondere die billigen Modelle. Im

letzten Jahr wurden in Japan rund 700'000 Stück abgesetzt. Grösstenteils im Computerhandel und nicht über den Fotofachhandel.

FOTOintern: Noch eine Frage zum Objektivgeschäft. Wie war es 1996?

Yamaki: Sehr gut. Der Zuwachs betrug im Japanmarkt mengenmässig 9,4 Prozent und wertmässig 4,7 Prozent, während der Export mit plus 6,9 und einem Wertzuwachs von 8,6 abschloss. Auch für die Zukunft bin ich sehr optimistisch, denn es zeigt sich zur Zeit der Trend, dass viele Leute ihre Kamera nicht durch eine Neue ersetzen, sondern das bewährte System mit weiteren Objektiven ausbauen. Genau da liegt unsere Chance.

FOTOintern: Wie gross ist das Potential?

Yamaki: Zur Zeit rechnet man pro Kameragehäuse nur 1,2 Objektive. Ich bin überzeugt, dass mit entsprechenden Produkten und geeigneten Marketingmassnahmen eine Zahl von drei Objektiven pro Gehäuse zu erreichen ist. Das ist unser langfristiges Ziel.

FOTOintern: Herr Yamaki, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.



Hanspeter Wyss (links) und Michihiro Yamaki im Gespräch

Yamaki: Kein Kommentar.

FOTOintern: Aber Sie verfolgen sicher sehr aufmerksam, wie sich APS entwickelt?

Yamaki: Mit Argusaugen.

FOTOintern: Und?

Yamaki: Die Entwicklung ist völlig unbefriedigend, vor allem in Japan. Es fehlt an überzeugenden Vorteilen gegenüber den Kleinbildkameras. Im Weihnachtsgeschäft hat eigentlich nur die Canon Ixus gute Zahlen geschrieben, und das hat sie nicht den APS-Eigenschaften zu verdanken, sondern ihrem einzigartigen und luxuriösen Design. Sie ist die ideale Geschenkkamera.

FOTOintern: Wie wird sich APS entwickeln?

Yamaki: In Japan ist die Stimmung weder bei den Händlern noch bei den Herstellern gut. Sie haben die Produkte noch nicht voll im Griff. Es gibt zu hohe Produktionsausfälle und zu viele Reparaturen. Meine persönliche Prognose: Bis in zehn Jahren wird weltweit der APS-Anteil nur 30 Prozent betragen.

FOTOintern: Das entspricht glücklicherweise nicht den