

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 4 (1997)
Heft: 6

Artikel: Die Bedeutung der digitalen Fotografie für den Fotohandel
Autor: Hupp, Werner / Hämmerlin, Rolf / Geiger, Markus / Thévenaz, Albert
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-978887>

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: 15.01.2026

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

Editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fach-
publizist und
Herausgeber von
FOTOintern

Ach so, Sie haben einen Aprilscherz erwartet und sind nun enttäuscht, dass Sie ein Editorial vorfinden, das aus ganz gewöhnlichem Holz geschnitzt ist. Aprilscherze und Redaktionsarbeit vertragen sich nicht besonders gut, weil man das Jahr hindurch genug Meldungen bekommt, die man mehrmals lesen muss, um sich nicht verulken zu lassen. So stand kürzlich im Presstext einer bekannten Marke: «Die XY verfügt über einen Sucher mit einem dreimal grösseren Bildwinkel als herkömmliche Kameras ... Neu ist der Sucher direkt über dem Objektiv angebracht, was die horizontale Parallaxe eliminiert und sich positiv auf die Gewichtsverteilung auswirkt».

Bingo! Und die armen Journalisten sollen sich dann selbst ausmalen, was der Textverbrecher eigentlich gemeint hatte, und wie das nun wirklich sei mit dem dreimal grösseren Blickwinkel und der ausgewogenen Gewichtsverteilung. So, jetzt sind Sie doch noch zu einer Art «Aprilscherz» gekommen. Traurig ist nur, dass er wahr ist.

h. Tillmanns

Die Bedeutung der digitalen Fotografie für den Fotohandel

Die digitale Fotografie ist in Händlerkreisen zum wichtigsten Thema geworden. Wir haben einige Fachhändler nach ihren Meinungen und den bislang gemachten Erfahrungen befragt. Ein interessanter Stimmungsbericht, der einen klaren Trend bestätigt.

FOTOintern: Welche Bedeutung hat der Verkauf von Digitalkameras in Ihrem Geschäft?

Werner Hupp: Digitalkameras haben bei uns bereits einen sehr hohen Stellenwert. Von den fünf wichtigsten Anbietern führen wir momentan zehn verschiedene Modelle ab Fr. 300.– bis Fr. 2000.–. Wir werden das Sortiment je nach Angebot weiter ausbauen. Neben dem Kamerasortiment halten wir Thermosublimationsdrucker und Scanner im Angebot.

Roland Schaich: Der Digitalfotografie gewähren wir in unserem Geschäft einige Aufmerksamkeit. Sicher ist im Moment der Anteil am Gesamtumsatz eher bescheiden. Wir glauben aber, dass in der Zukunft kein Weg an der Digitalkamera vorbeiführt. Und sehen es als Chance, von Anfang an dabei zu sein und unsere Kunden schon jetzt kompetent zu beraten. Die Möglichkeiten der Verarbeitung (z.B. Dia, Negativ ab Datenträger, Thermoprints, Fotoprints) ergeben



Foto Bären Optik AG, Zürich, Werner Hupp:
«Die Kunden wollen den schnellen Zugriff auf ein Bild, das kreativ bearbeitet werden kann.»

einen Synergieeffekt für unser Labor. Durch Mund zu Mund-Propaganda und gezielte Aktionen sollen neue Kundengruppen angesprochen und gewonnen werden. Die Entwicklung der Verkaufszahlen in den letzten sechs Monaten stimmt uns optimistisch, und wir sehen gespannt in die Zukunft.

Albert Thévenaz: Seit der Einführung von Digitalkameras arbeiten wir damit und

Fortsetzung Seite 3

6 Foto Prof.

Die FOTO PROFESSIONAL war wiederum ein grosser Erfolg. Einen Stimmungsbericht über die Schweizer Fachmesse für Berufsfotografie ist auf Seite 6.

8 zef

Das zef wartet wieder mit einer ganzen Reihe von interessanten Aktivitäten auf. Beachten Sie zusätzlich die Kursdaten für digitale Fotografie auf Seite 5.

11 Agfa

Die Frühjahrs- und Sommerpromotion von Agfa wird von der Comic-Figur Garfield begleitet. Details über diese Aktion lesen Sie auf Seite 11.

12 PMA (2)

Der zweite Teil des PMA-Berichtes, mit den Neuheiten von Kodak bis Vivitar, zeigt weitere Trends in der Fach- und Amateurfotografie auf.

14 Labor

«Nicht alles geht digital besser», sagt Kurt Freund von PPP. Wo die konventionelle und wo die digitale Fotografie ihre Stärken haben, steht auf Seite 14.

17 Minolta

Minolta bringt eine preisgünstige und optisch attraktive Kameralinie für junge Leute. Details über die vier neuen APS-Kameramodelle stehen auf Seite 17.

Vorbei ist Vorbei.



BILDER AUF KODAK ROYAL GOLD FILMEN GEHEN UNTER DIE HAUT. DENN ROYAL GOLD FILME VON KODAK SIND DIE SCHÄRFSTEN IHRER KLASSE, DAS NONPLUSULTRA FÜR ENGAGIERTE FOTOGRAFEN. DIE NEUE T-KRISTALL-EMULSION ERGIBT DIE FEINKÖRNIGSTEN BILDER IN UNERREICHTER BRILLANZ UND SCHÄRFE. UND WENN SIE AUF KODAK ROYAL FOTOPAPIER KOPIERT WERDEN, BEMERKEN SIE VIELLEICHT Sogar BEI IHREM LIEBLINGSSUJET FEINHEITEN, DIE IHNEN NOCH NIE AUFGEFALLEN SIND. **KODAK ROYAL GOLD. MEHR ALS BILDER.**



FOTO FEELING WETTBEWERB: ÜBERALL, WO ES KODAK GIBT.

Fortsetzung von Seite 1

bieten die Kameras auch zum Kauf an. Die digitalen Kameras haben bei uns einen relativ hohen Stellenwert, und wir bauen das Angebot der Nachfrage entsprechend weiter aus.

Rolf Hämmerlin: Für uns ist es wichtig, die neuesten Entwicklungen der Fotografie



Foto Schaich, Baden, Roland Schaich: «In fünf Jahren sind digitale Kameras nicht mehr aus dem Sortiment eines Fotofachgeschäftes wegzu-denken».

kompetent anzubieten. Nur so können wir den Anspruch, ein modernes, zukunftsorientiertes Fachgeschäft zu sein, überzeugend beweisen. Neben APS gilt dies natürlich auch für die digitale Fotografie. Wir müssen unseren Vorsprung, als Bildspezialisten anerkannt zu sein, gegenüber dem Computerhandel verteidigen.

Markus Geiger: Eine grosse Bedeutung, insbesondere weil das APS-System eher halbherzig durch den Grossisten lanciert wird.

FOTOintern: Wer sind die Käufer von Digitalkameras in Ihrem Geschäft?

Hupp: Sehr viele Interessenten, die mit PCs arbeiten oder an der Uni oder ETH sind, gehören zu unserem Kundenkreis. Aber auch Geschäftsleute, Versicherungsexperten, Internet-Benützer haben grosses Interesse an der digitalen Fotografie. Alle möchten Fotos in Texte einfügen, per E-Mail weiterleiten, etwas kurz festhalten zur Dokumentation oder nur zum Plausch

Bilder machen und kreativ arbeiten.

Schaich: Der Hauptteil der Käufer stammt aus der Industrie. Einsatzgebiete sind das Festhalten technischer Abläufe, Kontroll- und Schadensaufnahmen, Personalausweise usw. Weiter sind es Banken und Gewerbe. Die Kombination Bild/Text auf dem PC spielt eine wichtige Rolle, die rasche Verfügbarkeit der Bilder auf der ganzen Welt, die Archivierung, Handbücher usw. Die Kameras decken zum grossen Teil die Qualitätsansprüche dieser Firmen schon heute gut ab.

Thévenaz: Besonders grosses Interesse an der digitalen Fotografie haben Geschäftsleute, Versicherungen und private PC-Anwender gezeigt. Die Kameras kommen dort zum Einsatz, wo ein Bild schnell zur Verfügung stehen sollte; für Dokumentationen, in Korrespondenzen oder einfach so zum «Plausch», um Bilder auf dem PC zu verändern oder etwas zu kreieren.

Hämmerlin: Industrie, Gewerbe, Freaks. Genau in dieser Reihenfolge. Die Kameras werden verwendet für Dokumentation, Archivierung, Offerten, Organigramme etc. Die meistfotografierten Objekte sind Menschen, Maschinen(teile), Fassaden, Kleinobjekte.

Geiger: Bei uns sind es ganz klar zwei verschiedene Gruppen. Der Amateur, der mit den preiswerten Kameras bis ca. Fr. 2000.– für den privaten Gebrauch Bilder schießt, sie in ein Textdokument importiert oder es fürs Internet verwendet. Bei den professionellen Kameras ab der Preisklasse ab Fr. 5000.– sind es Druckvorstufe, Zeitungen, Spitäler, Universität, Industrie zur Qualitätssicherung, usw.

FOTOintern: Welches sind die besten Verkaufsargumen-

tationen oder Verkaufsstrategien für Digitalkameras?

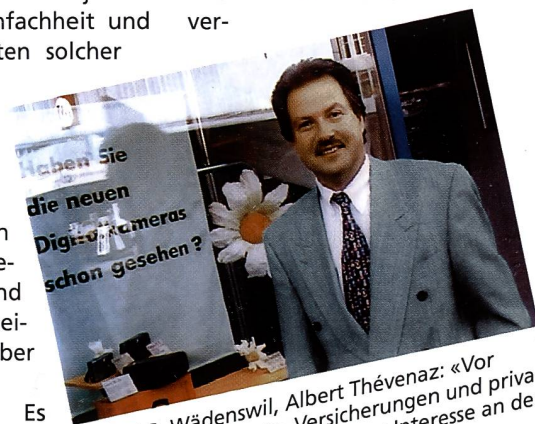
Hupp: Das Hauptargument ist sicher der schnelle Zugriff auf ein Bild, über welches sofort verfügt werden kann, und die kreativen Möglichkeiten, die die digitale Fotografie bietet. Wichtig ist ein ausgewogenes Sortiment und die Möglichkeit, das Angebot einem breiten Publikum zeigen zu können. Dazu sind gute Schaufensterauslagen, Promotionen und gut informierte Mitarbeiter nötig, welche die Kunden beraten, Bilder in den Computer einlesen und ausdrucken. Zum Angebot sollte ein Seminarprogramm für Anfänger und Fortgeschrittene nicht fehlen.

Schaich: Die Argumente: schnell, günstig im Einsatz, via PC jede gewünschte Möglichkeit offen. Via Internet kostengünstige Werbung. Die Strategie: Grundsätzlich wichtig ist, dass wir jedem Kunden die Einfachheit und die Möglichkeiten solcher Geräte erklären. Eigene Musterbilder zeigen. – Der Kunde sieht, dass wir auch mit Digitalkameras arbeiten und die Bildbearbeitung am PC selber praktizieren.

Thévenaz: Es sofort betrachten zu können und zur Verfügung zu haben, wenn es benötigt wird, ist sicher das grösste Argument. Aber auch die kreativen Möglichkeiten spielen eine immer grössere Rolle. Digitale Fotografie muss gezeigt werden. Es benötigt Musterbilder, um die Bildqualität der verschiedenen Kameras zu zeigen und Beispiele, was an einem Bild verändert werden kann. Der Kunde sollte selbst ein Bild machen und das Bild auf den Computer laden, damit er ein eigenes Erfolgserlebnis hat. Natürlich sind interessierte Mitarbeiter

ein wichtiger Faktor, damit die Beratung stimmt. Promotionen und Kurse sollten die Angebotspalette abrunden.

Hämmerlin: Die Argumente drängen sich für den beruflichen Anwender förmlich auf: Schnelligkeit, sofortige Bearbeitungsmöglichkeit, Kommunikation/Verbindung. Für den privaten Bereich zählen die attraktive Technologie, einfache Digitalisierung und Bearbeitungsmöglichkeiten eigener Fotos, die Herstellung von Bilderzeugnissen für den familiären Bereich (z.B. Glückwunschkarten, Einladungen). Und natürlich auch die Möglichkeit, mit Modem und Internet die fotografische Verbindung zur grossen weiten Welt herstellen zu können. Verkäufe digitaler Kameras und entsprechender Peripherie werden unserer Meinung nach durch Kompetenz am besten gefördert. Aus diesem Grund ver-



Tevy AG, Wädenswil, Albert Thévenaz: «Vor allem Geschäftsleute, Versicherungen und private PC-Anwender zeigen grosses Interesse an der digitalen Fotografie».

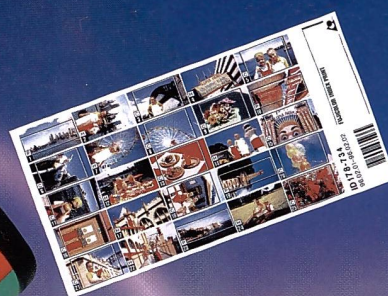
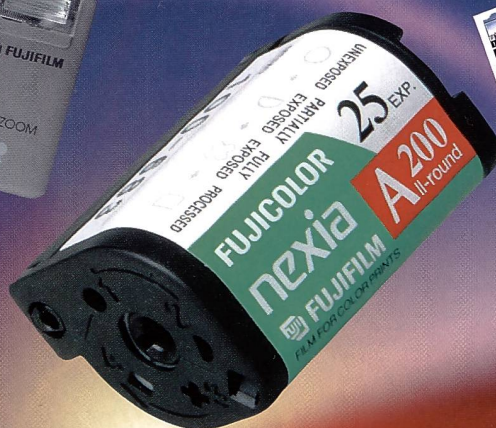
treibe ich diese Geräte nicht im üblichen Rahmen, sondern mit einem hochspezialisierten Foto- und Computerfachmann in unserem Zweitgeschäft, der Rolf Hämmerlin GmbH, Basel. So sind wir sicher, dass alle Anfragen und Wünsche durch den Geschäftsführer Flavio Cavaleri qualifiziert erfasst und professionell betreut werden. Die Vorleistung der Kunden – z.B. berufliches Wissen – wird aufgenommen und

Fortsetzung Seite 5

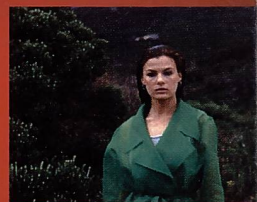
FUJIFILM

ADVANCED
PHOTO SYSTEM

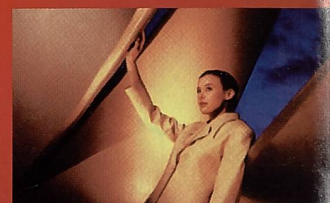
the next generation



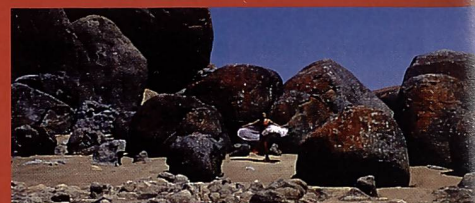
C-Format (2:3)



H-Format (9:16)



P-Format (1:3)



FUJIFILM SWITZERLAND

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



Photo Wolf AG, Basel, Flavio Cavaleri (links) und Rolf Hämmerlin (rechts): «Für uns ist es wichtig, die neuesten Entwicklungen der Fotografie kompetent anzubieten».

Fortsetzung von Seite 3

kann für spätere Argumentationen verwendet werden. Der damit erreichte, dichte Informationsfluss hilft uns, Erfahrung zu speichern und kompetent wieder abzugeben. Zudem ist es wichtig, mit Schaufensterwerbung, Inseraten, Demonstrationen, Mailings und natürlich einem gut eingerichteten Kamera/PC Demoplatz das Angebot zu unterstützen.

Geiger: Das beste Verkaufsargument ist fundiertes Fachwissen und dieses haben wir uns angeeignet. Insbesondere die digitalen Fotokameras für den professionellen Anwender lassen sich nicht über den Preis verkaufen. Der Support nach dem Kauf zählt. Zusätzlich benötigt man einen entsprechenden Computer mit viel Arbeitsspeicher, damit die Bilder innert nützlicher Zeit geöffnet werden können. Gute Kenntnisse im Photo-shop gehören sicher auch dazu.

Es gibt noch viele weitere Verkaufsargumente wieso der Endverbraucher die Kamera bei mir und nicht beim Mitbewerber kaufen sollte. Diese behalte ich aber für mich.

FOTOintern: Wie wird sich Ihrer Meinung nach die Digitalfotografie neben der konventionellen Fotografie in den nächsten fünf Jahren entwickeln?

Hupp: Die digitale Fotografie wird sich sehr rasant entwickeln, da der multimediale Markt in diesem Segment erst

in der Startphase ist. Der digitale Bereich und die Fotografie rücken sehr nah zusammen. Je nach Qualität wird die digitale Fotografie sich stärker durchsetzen können.

Die konventionelle Fotogra-

fie mit den hervorragenden Filmmaterialien wird aber nach wie vor den angestammten Platz behaupten können, denn die Qualität wird dem digitalen Bild noch über lange Zeit überlegen sein. Zudem liefert der Film für die gebotene Qualität ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis. Nicht zu vergessen sind die qualitativ hochwertigen Vergrösserungen, welche so kostengünstig auf digitaler Basis noch nicht hergestellt werden können. Die konventionelle Fotografie bietet im APS-System erweiterte Möglichkeiten an, die auch eine Verarbeitung über den Computer ermöglichen, oder denken wir an die Photo-CD, mit welcher wir eine sehr hohe Auflösung erreichen. Die konventionelle Fotografie hat in der Qualität Vorteile, welche die digitale Fotografie erst erreichen muss. Wir glauben an eine Ko-Existenz der Systeme, welche je nach Anspruch eingesetzt werden.

Schaich: Ich bin der Meinung, dass sich in den nächsten fünf Jahren punkto Qualität (Auflösung, Ausstattung

der Kameras) einiges tun wird. Die Preise werden eher sinken. Der Absatz wird steigen. Der Kunde setzt die beiden Systeme nach Bedarf ein. In fünf Jahren ist die Digitalkamera bestimmt nicht mehr aus dem Sortiment eines Fotofachgeschäfts wegzudenken, und wir werden bis dahin sicher auch andere digitale Geräte anbieten wie z.B. Drucker, Belichter usw.

Thévenaz:

Momentan vertrauen sich die zwei Systeme sehr gut nebeneinander.

Jedes System hat seine Vorteile im Anwendungsreich. Von der Bildqualität her gibt es noch keine Alternative gegenüber dem konventionellen Bild. Sicher werden digitale Bilder bis zur Grösse 10 x 15 cm noch um einiges verbessert werden. Mit Vergrösserungen der konventionellen Fotografie werden diese aber kaum Schritt halten können. Mit APS steht uns zudem eine vielseitige Technologie zur Verfügung, welche die Sowohl-als-auch-Möglichkeit anbietet. Oder wenn wir ein Dia oder Negativ einscannen, haben wir doch hervorragende Ausgangsmaterialien, welche digital verwendet werden können, wie wir sie mit günstigen digitalen Kameras nicht erreichen. Es ist anzunehmen, dass

sich die konventionelle Fotografie aus Qualitäts- und Preisgründen nach wie vor behaupten wird. Die digitale Fotografie passt parallel aber sehr gut dazu, und sie



Zoom, Bern, Markus Geiger: «Das beste Verkaufsargument ist fundiertes Fachwissen».

wird auch qualitativ sicher sehr schnell viel besser. Wir müssen unsere Bildkompetenz auch im digitalen Bereich zeigen, sonst werden es die Computer-Shops tun. Wäre doch schade um die verpasste Chance.

Hämmerlin: Die digitale Fotografie wird einen wichtigen Platz in der Fotografie und somit hoffentlich auch im Fotohandel einnehmen. Die qualitative Weiterentwicklung sowie sinkende Preise werden dafür sorgen, dass vor allem auch junge Menschen, die der digitalen Technik sehr aufgeschlossen sind, einen starken Umsatzzuwachs bewirken. Mit dem gesamten Umfeld wie Dienstleistungen, PCMCIA-Karten, Druckern, Farbkassetten, Papieren und neuen, noch nicht bekannten Entwicklungen, ist es möglich, die digitale Fotografie in einigen Jahren vielleicht sogar zur wichtigsten Säule unseres ehrwürdigen Fotohandels werden zu lassen.

Geiger: Die Entwicklung der digitalen Fotokameras wird sich rasant entwickeln und in den nächsten fünf Jahren parallel zu den Kameras mit chemischer Aufzeichnung bei uns im Sortiment sein.

FOTOintern: Meine Herren, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

+++ ZEF AKTUELL +++

Aktuelle Kurse für digitale Fotografie

Das zef führt regelmässig Grund- und Weiterbildungskurse für Computerbenutzung und digitale Fotografie durch. Verlangen Sie die entsprechenden Kursdetails. Hier die nächsten Kurs- und Workshopdaten:

Mo./Di.	28./29.4., 5./6.5.	Digital total
Mo./Di.	12./13., 26./27.5.	Digital total
Mo.	2. Juni	Einstieg in die digitale Bildbearbeitung
Di.	3. Juni	Bilder digital bearbeiten
Fr.-So.	9. bis 11. Juni	Photoshop 4.0
Do./Fr.	12./13. Juni	Corel Photopaint
Mo.-Do.	16. bis 19. Juni	Digital total

Rasche Anmeldung empfohlen: Teilnehmerzahl ist auf 8 Personen beschränkt.
zef Zentrum für Foto Video Audio, J. Schwarzenbach, 6260 Reidermoos,
Tel.: 062/758 19 56, Fax: 062/758 13 50