Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 5 (1998)
Heft: 1

Artikel: Der Jahreswechsel im Rückblick und Ausblick
Autor: [s.n.] / [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-979827

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

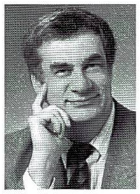
Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 08.08.2025

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

FOTO
MIT DIGITAL IMAGING
NEUHEITEN
HANDEL
WIRTSCHAFT
INTERN
Nr. 1/98
12. Januar 1998
FOTOintern, 14-tägliches Informationsblatt für Berufsfotografie, Fotohandel und die Fotoindustrie
Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.–

Editorial



Urs Tillmanns Fotograf, Fachpublizist und Herausgeber von FOTOintern

Das neue Jahr ist nur wenige Tage alt, und noch hüllt es sich in unendlich viele Fragezeichen. Was wird es uns bringen? Wird es ein gutes Jahr werden? Wie wird sich das Wirtschaftsbarometer entwickeln? Nehmen Arbeitslosigkeit, Investitionsfreude und Kauflust zu oder ab? Welche Auswirkungen zeigen die gigantischen Fusionen der letzten Zeit? Welche folgen heuer? Aus den Stimmen Prominenter unserer Branche geht ganz klar ein zwar gedämpfter, doch aber deutlicher Optimismus hervor. Meinungen, die nicht nur hoffen lassen, sondern die einen Trend andeuten, den wir uns alle nur wünschen können.

Eine interessante Epoche bahnt sich an, mit der Herausforderung der digitalen Fotografie und einer Menge von Neuheiten, die schon im Februar auf der PMA und später auf der photokina in Köln gezeigt werden. Spannende Zeiten kommen auf uns zu.

Wir von FOTOintern möchten Sie auch in diesem Jahr wieder ständig begleiten und Sie alle zwei Wochen über das Neueste, Trends und Branchenmeinungen informieren – und wir freuen uns darauf.

Der Jahreswechsel im Rückblick und Ausblick

Wie das Geschäftsjahr 1997 verlief, und welche Entwicklungen für das neue Jahr erwartet werden dürfen, wollten wir von einigen Geschäftsführern bekannter Unternehmen unserer Branche wissen. Hier sind die Antworten.

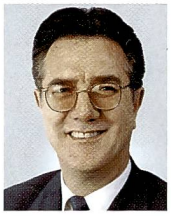
FOTOintern: *Wie verlief das Geschäftsjahr 1997 für Ihr Unternehmen? Weshalb war es positiver oder negativer als das Vorjahr?*

Walter Weber

Agfa: Wir sind mit dem Geschäftsjahr 1997 zufrieden. Bei allen Geschäftsfeldern der Sparte Foto (Film, Finishing und Laborgeräte) lagen wir innerhalb oder über den gesteckten Zielen. Das ganze Team hat sehr gut gearbeitet, und wir konnten Anteile gewinnen. Bei den Investitionsgütern, sprich Laborgeräten, spüren wir eine gewisse Aufbruchstimmung, die – in Verbindung mit einer marktkonformen Leistungspalette – sehr gute Resultate ermöglichte.

René Koller

Canon: Das vergangene Jahr war für Canon deutlich besser als das Vorjahr. Die Gründe dafür sind vielfältig: Einmal hatten wir sehr gute Produkte, die wir neu einführen durften und die auf eine sehr hohe Nachfrage stiessen. Dann haben wir in der Abteilung Foto/Video ein ausgezeichnetes Team, das einen hervorragenden Einsatz gezeigt hat, und schliesslich konnten wir uns verschiedenen Gesamtaktivitäten von Canon anschliessen, die sich sehr positiv auf unser Geschäftsergebnis auswirkten.



Willi Widmer

Fuji: Fujifilm kann auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken. Der konsolidierte Umsatz stieg um 12 % auf ca. 7,5 Mia. Schweizerfranken und der konsolidierte Gewinn erreichte ein Plus von 11,4 %. Die wirtschaftliche

Fortsetzung Seite 3

7 SVPG
K-Tip und kein Ende. Zwar liegt bezüglich Negativeigentum ein Gerichtsentscheid vor, aber der K-Tip legt diesen unkorrekt aus. Details dazu auf Seite 7.

9 Imaging
Im dritten Teil unserer Folge über Farbdrucker wird die Lasertechnologie vorgestellt mit der Erklärung der Funktionsweise und den wichtigsten Typen.

13 Erno
Die Erno-Gruppe feierte im Zirkus Conelli ihr 50. Jubiläum. Neben zirzensischen Höhepunkten war allerhand Neues zu erfahren.

14 Imation
Imation – die Nachfolgefirma von 3M – hat eine neue 3,5"-Diskette mit 120 MB und abwärtskompatiblem Laufwerk entwickelt.

17 Nikon
Die neue Nuvis 160i ist die APS-kamera mit dem grössten Zoombereich. Was das neue APS-Topmodell von Nikon sonst noch kann, steht auf Seite 17.

18 zef
Der Kursplan des ersten Halbjahres ist erschienen. Die Kurse sind sehr preiswert und bieten im Foto- und im EDV-Bereich ein breites Spektrum.

Eigentlich wollten wir bloss eine APS-Kamera bauen.

Jetzt ist daraus eine der besten geworden.

Das neue Advanced Photo System (APS) vermittelt der Fotografie eine neue Faszination: drei Formate, Datum auf der Bildvorder- oder -rückseite, einfaches Archivieren und Nachbestellen. Die Samsung Rocas 200 ist mit allen Features ausgestattet, um das neue Fotosystem vollumfänglich auszunutzen. Hinzu kommt ein Zoomobjektiv, volle Blitzautomatik und Nahaufnahmeprogramm. Für Leute, die etwas Besseres wollen.

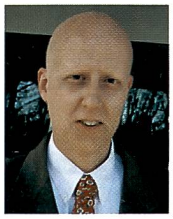
SAMSUNG

Zuppinger AG, Letzigraben 176, 8047 Zürich
Tel. 01 - 491 77 88, Fax 01 - 493 47 16, http://www.samsung.ch

SAMSUNG by ZUPPINGER

Fortsetzung von Seite 1

Erholung in Europa sowie das anhaltende Wirtschaftswachstum in den USA trugen zu diesem Erfolg bei. Fujifilm hat seine globalen Marketing-Aktivitäten verstärkt und ganz massiv in die Produktbereiche «Advanced Photo System» und «Imaging-System» investiert.
Fujifilm Switzerland konnte 1997 von diesen grossen Anstrengungen profitieren und darf ebenfalls auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken.


Jürg Barth

Kodak: Wir sind im allgemeinen sehr zufrieden mit unserem Geschäftsjahr 1997. Wir konnten generell eine leichte Zunahme in einem stagnierenden Markt verzeichnen. Insbesondere haben sich die neuen Kodak Gold und Royal Gold Filme sehr gut im Markt etabliert, und nicht zuletzt wegen des Fotohandels konnten wir unsere Marktposition im Bereich Farbnegativfilme, Farbnegativpapier und Einfilmkameras weiter ausbauen. Ebenso erfreut sind wir natürlich über den Anteil von APS im Gesamtmarkt Film und Kameras: Bis Ende 1997 wird der Filmanteil APS bei gut 6 % liegen, und bei den Kameras dürften es gut 25 % sein, dies jeweils gemessen am Gesamtmarkt Farbnegativfilme, respektive Gesamtmarkt Kameras. An dieser Stelle möchte ich mich im Namen des gesamten Kodak Teams bei all unseren treuen Partnern im Fotohandel für Ihren Einsatz im Verkauf der Kodak Produkte ganz herzlich bedanken.

Leica: Das Jahr 1997 verlief für uns sehr erfreulich. Die Umsätze entwickelten sich sowohl gegenüber dem Vorjahr als auch gegenüber unserem Budget sehr positiv. Besonders erfreulich für uns war die Einführung der Leica R8, die eine sehr gute Resonanz im Markt fand und uns im Reflexbereich deutliche Zuwächse brachte. Sehr stark entwickelte sich auch der Fernoptikbereich weiter, wo wir uns seit Jahren in stetigen Aufwärtstrend befinden. Und natürlich hat auch unsere neue Markenvertretung Hasselblad zu der guten Entwicklung bereits erheblich beigetragen.

Lübco: Der spürbare Aufwärtstrend von 1996 hat auch in diesem Jahr weiter zugenommen. Erfreulich ist, dass wir nicht nur im Fachbereich, sondern auch im Handel zulegen konnten.
Neben der momentan besseren Wirtschaftslage und einer marktfähigen Produktepalette ist es vor allem wichtig, dem Kunden vollste Aufmerksamkeit zu widmen und ihn mit Service, Know-how und Kompetenz zu gewinnen.

Minolta: Minolta hat ein gutes Jahr erlebt. Die Umsätze steigen wieder etwas an, neue Produkte wie die Dynax 800si werden vom Markt sehr gut aufgenommen und die digitale Dimâge V hat die Erwartungen übertroffen. Die Umsätze wären noch besser gewesen, wenn alle Produkte zum richtigen Zeitpunkt lieferbar gewesen wären. Insbesondere die Spiegelreflexkameras der Mittel- und Unterklasse sind europaweit in ungenügenden Stückzahlen ausgeliefert worden.

Thomas Koller

Olympus: Trotz der weiter anhaltenden Rezession blicken wir auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Viel zu diesem positiven Resultat haben unsere Digitalkameras beigetragen, die im schnellwachsenden Digitalmarkt eine dominierende Stellung einnehmen. Im Kleinbild-Bereich erweiterten wir unsere beliebte µ[mju:]-Kamera Reihe und decken so fast jedes Kundensegment ab. Grossangelegte Kampagnen wie die BMW Z3 oder Top Model-Promotion sorgten für sehr gute Abverkäufe. Nicht ganz zufrieden sind wir mit unseren APS- und Spiegelreflexverkäufen. Eine nicht optimale Line up sowie wenig Marketing-Aktivitäten in diesen Segmenten sind die Gründe hierzu.

Pentax: Das lässt sich leider noch nicht abschliessend beantworten, da unser Geschäftsjahr der japanischen Tradition folgend erste Ende des ersten Quartals 1998 abschliesst. Aber soviel lässt sich jetzt schon sagen: Unsere Umsätze im Fotobereich werden leicht über denjenigen des Vorjahres liegen. Neue Produkte wie unsere Pentax efina verkaufen sich so gut, dass sich Rückstände leider nicht immer vermeiden lassen, und unsere erste Digitalkamera entspricht auch punkto Verkaufszahlen unseren Erwartungen.

Peter Schmid

Schmid: Umsatzmässig verlief 1997 leicht positiver als das Vorjahr. Allerdings waren die Gewinnspannen noch gedrückter als 1996, eine Tatsache, mit welcher wir auch in Zukunft leben werden müssen. Durch die rasante technische Entwicklung war auch der Abschreibungsbedarf enorm. Negativ wirkte sich der beinahe vollständige Ausfall der Marke Reflecta auf unser Geschäft aus. Sehr positiv hingegen konnten wir das Geschäft mit den digitalen Aufnahmetechniken gestalten.

FOTOintern: *Welches war für Sie die grösste Überraschung im letzten Jahr?*

Agfa: Es war ein Jahr ohne Überraschungen, und selbst diese Tatsache überrascht mich nicht. Technologische Entwicklungsschritte waren absehbar, ebenso die Konjunkturlage. Der Markt ist transparent, und seine Grenzen sind bekannt. Erfolg zeigt sich durch dauerhafte Anstrengungen, grosse Kundennähe und die Möglichkeit, auf Bedürfnisse schnell und individuell eingehen zu können. In diesem Kontext sind Überraschungen selten, zumindest positive werden aber immer noch gerne angenommen.

Canon: 1997 war ein sehr dynamisches Jahr, das im fachlichen Bereich für mich kaum Überraschungen zeigte. Hingegen haben die wirtschaftlichen Entwicklungen mit gigantischen Fusionen und einer unerwarteten Börsenentwicklung für viel Unvorhergesehenes gesorgt.
Weniger eine Überraschung aber eine erfreuliche Entwicklung war für uns die Nachfrage nach unseren Produkten, insbesondere der Ixus.

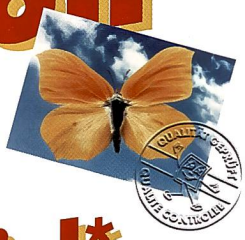
Fuji: 1997 war die grösste Überraschung für mich die rasante Entwicklung im digitalen Fotobereich. Im weiteren hat mich sehr angenehm überrascht, dass es Fujifilm gelungen ist, mit dem Fujicolor Superia Film den bereits sehr hohen Qualitätsstandard der Fujicolor Super-G Plus Negativfilme nochmals sichtbar zu verbessern. Speziell erwähnen möchte ich den Superia 800 ISO, der im Kornverhalten manchem 200 ISO Film der Mitbewerber überlegen ist.

Kodak: Überraschungen kommen in der Regel erst zu Weihnachten – dennoch überrascht hat mich persönlich der sehr ausgeprägte Anstieg des Einfilmkamera-Marktes in diesem Jahr mit plus 50 %, nachdem die letzten Jahre ein Plus von zwischen 15 - 20 % in dieser Kategorie verzeichnet werden konnte.

Leica: Eigentlich verlief das Jahr 97 für uns ohne grosse Überraschungen, sowohl im

Fortsetzung Seite 5

Riesen-APS-Aktion*



1. Wir arbeiten gratis für Sie!*

In den Monaten November '97, Dezember '97, Januar '98 und Februar '98 verarbeiten wir einen ganzen Tag lang Ihre sämtlichen APS-Erstaufträge (Entwicklung, Index und Kopien in allen drei 10er-Formaten) **zum Nulltarif!** Am Ende jedes Monats wird der Gratis-Tag ausgelost. Sie erhalten eine 100%ige Gutschrift für alle APS-Erstaufträge von diesem Tag.

2. Vier Monate lang gratis APS-Miniposter!*

In den Monaten November '97, Dezember '97, Januar '98 und Februar '98 schenken wir Ihren Kunden mit jedem APS-Erstauftrag (Entwicklung, Index und Kopien) einen **Gutschein für 1 Gratis-APS-Vergrösserung** in den Formaten 20 x 30 cm (C), 20 x 35 cm (H) oder 13 x 35 cm (P).

Immer einen Schritt voraus!*

Neu (typisch Pro Ciné) – Mehr Bild zum gleichen Preis mit dem Panorama Plus-Format: Der Panorama-Negativausschnitt beträgt beim Panorama Plus-Format in der Höhe 13 mm statt des Standard-Panorama-Ausschnitts von nur 9,5 mm.

Panorama Plus 15 x 35 cm (statt 13 x 35 cm)
Panorama Plus 26 x 60 cm (statt 20 x 60 cm)
Panorama Plus 33 x 75 cxm (statt 25 x 75 cm)

Neu (typisch Pro Ciné) – Stärkere, umweltfreundliche APS-Box
Ab sofort wird unsere APS-Box zusätzlich in einer stabilen Kartonhülle geliefert. Damit werden Transportschäden endgültig vermieden.

Digital (typisch Pro Ciné) – Photo-CD, FlashPix-CD und Photo-Disk von APS-Filmen

Exklusiv (typisch Pro Ciné) – APS-Standard-Ausschnittvergrösserungen
Die Ausschnitt-Breite von 12 mm kann auf dem APS-Negativ beliebig verschoben werden. Damit können z.B. Personen im Portrait-Ausschnitt vergrössert werden.

*typisch Pro Ciné!

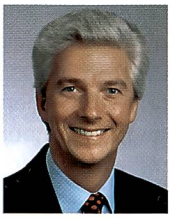
Pro Ciné Colorlabor

Pro Ciné Colorlabor AG, 8820 Wädenswil
Tel. 01 / 783 71 11, Fax 01 / 780 69 41

Fortsetzung von Seite 3

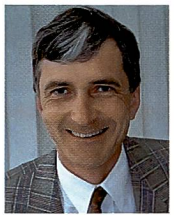
positiven als auch im negativen Bereich. Wir konnten uns aber über die stabile Marktentwicklung der von uns betreuten Marken freuen.

Lübco: Dass die Marke «Soligor», welche wir in der Schweiz das erste Jahr vertreten, auf eine bereits enorme Akzeptanz im Handel sowie beim Endverbraucher gestossen ist.


Franz Rehmann

Minolta: Die grösste Überraschung des Jahres war die Tatsache, dass sich die neue Dynax 800si trotz des Preises von über Fr. 1'000.- «in der heutigen Zeit» so gut verkaufen lässt.
Offensichtlich ist der Konsument trotz «Konsumflaute» bereit bei einem guten Preis/Leistungsverhältnis Geld auszugeben.

Olympus: Der grosse Boom im Digital-Bereich hat unsere Erwartungen deutlich übertroffen. Wir konnten die Leaderposition in diesem Markt erreichen. Eine Überraschung war sicher, dass unsere Camedia C-800L dabei während ihrem gesamten Lebenszyklus ihren Preis halten konnte, was beim Handel viel Goodwill auslöste.


Markus Furrer

Pentax: Die hervorragende Entwicklung der Pentax MZ-Linie hat im Spiegelreflexbereich unsere Hoffnungen übertroffen. Wir sind hier wieder zu einem echten «Vollsortimenter» geworden. Von der rein manuellen MZ-M bis zum Flaggschiff MZ-3 ist alles in einem eigenständigen Design und in herausragender Kompaktheit vorhanden. Das weiss offenbar nicht nur der Fachhandel, sondern auch der Konsument zu schätzen.

Schmid: Ganz klar war es unser Erfolg im digitalen Geschäft, wo wir in gewissen Bereichen sogar höhere Umsätze erzielten als Deutschland. Dieses Geschäft werden wir auch 1998 ganz besonders fördern.

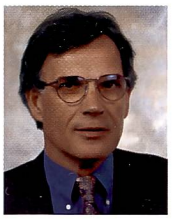
FOTOintern: Welche Prognosen stellen Sie für 1998 generell? Welche Bereiche oder Produktegruppen werden sich am positivsten entwickeln?

Agfa: Der Markt verspricht nur noch in Teilbereichen Zuwächse. Der Verdrängungskampf in allen Branchenbereichen und Handelsstufen wird andauern, vor allem, was die Verbrauchsmaterialien angeht. Wir versprechen uns jedoch ein sehr interessantes Jahr für alle Produktesparten. Beim Laborgerätebereich mit der Einführung unseres sensationell gut angekommenen Grossfinishing Printers MSP Dimax und eines hervorragenden Minilab-Sortiments. Auch im Materialbereich werden wir einige Innovationen bringen. APS wird sicher weiter festigen, und im Bereich der Digitalkameras für den SoHo-Kanal werden sich einzelne Leistungs- und Preisgruppen noch stärker abzeichnen und etablieren. Wir sind auf jeden Fall für alle Herausforderungen bereit.

Canon: Obwohl gewisse negative Einflussfaktoren der wirtschaftlichen Entwicklung, wie Fusionen und bedrohte Arbeitsplätze, unübersehbar sind, sehe ich optimistisch in das neue Jahr und erwarte ein leichtes Wachstum für die Fotobranche. APS wird sich nicht nur für uns, sondern auch für unsere Mitbewerber positiv entwickeln, und im Bereich der digitalen Fotografie – der immer noch auf einem tiefen Niveau liegt – ist ein interessantes Zusatzgeschäft für den Fotohandel zu erwarten.

Fuji: Fujifilm Japan rechnet mit einem weiteren Anstieg des Konzernumsatzes um ca. 8 % weltweit. Auch wir von Fujifilm Switzerland haben optimistisch budgetiert und nehmen die Herausforderungen des Schweizer Fotomarktes an. Besonders in den Produktegruppen APS, Digital Imaging und Minlab sehe ich für unser Unternehmen gute Wachstumschancen.
Wir werden dem Fotohandel für 1998 zu den oben genannten Wachstumssegmenten ganz gezielte, kundenspezifische Marketingkonzepte zur Verfügung stellen.

Kodak: Wir hoffen, dass sich die allgemeine Wirtschaftslage, wie von den meisten Instituten prognostiziert (nur irren diese sich leider oft ...), auch tatsächlich entwickeln wird, und dass auch unsere Branche davon profitieren wird. Sicherlich glauben wir, dass APS weiterhin auf dem Vormarsch bleibt, und dass sich die Zahlen per Ende 1998 im Vergleich mit 1997 verdoppeln werden. Für den Gesamtmarkt der Farbnegativfilme inklusive APS sind schätzen wir vorsichtig ein Plus von etwa 1 % im Vergleich mit 1997. Dann hoffen wir auch, dass der Stellenwert der Fotografie als Hobby wieder zunehmen wird und dies insbesondere auch beim jüngeren Publikum. Wir werden uns in unseren Werbeanstrengungen im nächsten Jahr weiter bemühen, dies zu realisieren.


Gerhard Zapf

Leica: Generell zeigt sich jetzt endlich eine Stabilisierung im wirtschaftlichen Bereich. Die massgeblichen Indikatoren zeigen fast alle in die richtige Richtung. Die nach wie vor pessimistische Konsumentenstimmung sollte sich weiter aufhellen, was letztlich der ganzen Branche helfen wird, die Ziele im neuen Jahr zu erreichen.
Wir sind für die klassische Fotografie weiterhin positiv eingestellt. Wir erwarten hier auch zusätzliche Impulse von der kommenden photokina. Grosse Erwartung haben wir für Hasselblad, die im Jahr des 50jährigen Jubiläums einige Aufmerksamkeit erzielen sollte. Sehr optimistisch sind wir aber auch weiterhin für den Leica Fernoptikbereich, wo wir uns mit sehr guten Produkten eine starke Marktstellung erobert haben.

Urs Ziswiler

Lübco: Nachdem sich die meisten Wirtschaftsunternehmen restruktuiert haben und nun einen Nachholbedarf an Investitionen verspüren, sind wir überzeugt, dass für unsere Produkte in erster Linie im Fachbereich noch viel Potential liegt. Der traditionelle Fachhandel muss unbedingt seine Kompetenz im Digitalbereich verstärken, damit er diesen Bereich nicht an andere Branchen verliert. Wobei die konventionelle Fotografie nicht vernachlässigt werden darf, da sie sich in diesem Bereich mit qualitativ hochklassigen Produkten von den Fachmärkten abheben kann.

Minolta: Für 1998 sind wir bei Minolta super-optimistisch. Nicht nur, weil wir von einem erneut verbesserten Konsumklima ausgehen, sondern auch, weil wir von den vielen Neuheiten, die wir im neuen Jahr einführen können, begeistert sind. Wir gehen speziell auch von einem Wachstum im APS-Markt aus, aber auch Kleinbild-Spiegelreflex- und Digitalkameras werden in noch grösseren Mengen abgesetzt werden können.

Olympus: Sofern der Silberstreifen am Konjunkturhorizont nicht durch weitere Grossfusionen mit dazugehörenden Entlassungen wieder zerstört wird, rechne ich mit einer massiven Aus-

Fortsetzung Seite 6

Mehrwertsteuer

Anmeldepflicht

1. Steuerpflichtig ist, wer selbständig im Rahmen einer kommerziellen, industriellen, handwerklichen oder anderen gewerblichen oder beruflichen Tätigkeit steuerbare Umsätze tätigt und daraus, selbst ohne Gewinnabsicht, im Jahre 1997 mehr als 75'000 Franken Einnahmen erzielt hat (Art. 17 der Mehrwertsteuerverordnung/MWSTV). Als steuerbare Umsätze gelten, mit bestimmten Ausnahmen, Lieferungen von Gegenständen, Dienstleistungen und der Eigenverbrauch von Gegenständen (darunter fällt namentlich die Herstellung von Bauwerken zwecks Verkaufs, Vermietung oder Verpachtung). Wurde die für die Steuerpflicht massgebende Tätigkeit nicht während des ganzen Kalenderjahres ausgeübt, so ist der Umsatz auf ein volles Jahr umzurechnen. **Wer die Voraussetzungen der Steuerpflicht erfüllt, muss sich, sofern er/sie nicht schon als Mehrwertsteuerpflichtige(r) eingetragen ist, sobald als möglich, jedoch spätestens bis 31. Januar 1998, schriftlich anmelden bei:**

   Eidg. Steuerverwaltung Telefax 031 325 75 61
   Hauptabteilung Mehrwertsteuer
   Schwarztorstrasse 50, 3003 Bern

   Steuerpflichtig sind insbesondere natürliche Personen (Einzelfirmen), Personengesellschaften wie Kollektiv- und Kommanditgesellschaften, juristische Personen des privaten und öffentlichen Rechts, unselbständige öffentliche Anstalten sowie Personengesamtheiten ohne Rechtsfähigkeit, die - wie z.B. im Bauwesen tätige Arbeitsgemeinschaften - unter gemeinsamer Firma Umsätze erbringen.

   Für die Abklärung der Steuerpflicht ist der Gesamtumsatz aus allen steuerbaren Tätigkeiten, mit Einschluss der Exporte, massgebend.

   Nicht zum massgeblichen Umsatz zählen von der Steuer ausgenommene Tätigkeiten (Art. 14 MWSTV), wie Leistungen im Bereich des Gesundheitswesens, der Sozialfürsorge und der sozialen Sicherheit, der Erziehung, des Unterrichts sowie der Kinder- und Jugendbetreuung die von gewissen nicht-gewinnstrebigen Einrichtungen (z.B. Vereine) ihren Mitgliedern gegen einen statutarischen Beitrag erbrachte Leistungen, gewisse kulturelle Leistungen, Versicherungsumsätze, Umsätze im Bereich des Geld- und Kapitalverkehrs (mit Ausnahme der Vermögensverwaltung und des Inkassogeschäfts), Handänderungen von Grundstücken sowie deren Dauervermietung, Wetten, Lotto und sonstige Glücksspiele.

   Nicht anmeldepflichtig sind:
   - Betriebe mit einem Jahresumsatz bis zu 250'000 Franken, sofern die nach Abzug der Vorsteuer verbleibende Steuer regelmässig nicht mehr als 4'000 Franken im Jahr beträgt;
   - Landwirte, Forstwirte und Gärtner, die ausschliesslich die im eigenen Betrieb gewonnenen Erzeugnisse der Landwirtschaft, der Forstwirtschaft und der Gärtnerei liefern;
   - Viehhändler für die Umsätze von Vieh;
   - Kunstmaler und Bildhauer für die von ihnen persönlich hergestellten Kunstwerke.

   Wird ein **Betrieb neu eröffnet oder ein bestehender erweitert,** kann die Steuerpflicht bereits im Zeitpunkt der Aufnahme oder der Erweiterung der Tätigkeit eintreten. Es wird deshalb empfohlen, sich rechtzeitig mit der oben genannten Amtsstelle in Verbindung zu setzen.

2. Wer, ohne als Mehrwertsteuerpflichtiger eingetragen zu sein, **in einem Kalenderjahr für mehr als 10'000 Franken steuerbare Dienstleistungen aus dem Ausland bezieht,** die zur Nutzung oder Auswertung im Inland bestimmt sind (*z.B. Bezug von Daten oder Computerprogrammen über Fernleitung, von Beratungs-, Vermögensverwaltungs- und Werbeleistungen, selbst wenn sie für von der Steuer ausgenommene Tätigkeiten - vgl. Ziffer 1 - oder für private Zwecke verwendet werden*), wird für diese Bezüge steuerpflichtig und **muss sich innert 60 Tagen nach Ablauf des betreffenden Kalenderjahrs bei der oben erwähnten Amtsstelle anmelden.**

Anmeldung

Name/Firma: _____

Vorname: _____

Genaue Adresse: _____

_____

Telefonnummer: _____

Art der Tätigkeit: _____

_____

Beginn der Tätigkeit: _____

Fortsetzung von Seite 5

weitung des Digitalmarktes, da nun die digitale Bildverarbeitung auch für den privaten Anwender interessant wird. Im 35mm Bereich wird der Markt weiter stagnieren.
APS trägt nicht zu einer Marktausweitung bei, sondern wird – auf Grund der grösseren Bedienungsfreundlichkeit – im unteren Preissegment, Marktanteile auf Kosten der Kleinbildkameras gewinnen.

Pentax: Dank einer sich nun wiederbelebenden Konsumnachfrage wird sich der Kameramarkt im nächsten Jahr – nach sieben mageren Jahren – wieder besser entwickeln. Unsere Chancen sehen wir nebst dem angestammten Kleinbild-Zoomkompaktgeschäft vermehrt auch wieder im Spiegelreflexbereich. Hinzu kommt der APS-Bereich, in dem wir mit der Pentax efina einen vielversprechenden Start lanciert haben.
Die neuen Digitalkameras könnten sich bereits nächstes Jahr zu einem ernstzunehmenden Zusatzgeschäft für uns und den Fotofachhändler entwickeln. Auf jeden Fall: Wir gehen interessanten Zeiten entgegen.

Schmid: Wir rechnen mit einem weiteren erfolgreichen «Digitaljahr» und geben auch dem benutzerfreundlichen APS-System beim Amateur grosse Chancen. Um erfolgreich im Markt zu bestehen, werden wir auch unsere Dienstleistungen in unseren beiden Angebotsbereichen (Fach und Amateur) erweitern und ausbauen.

Für Sie gelesen...

Fotolabo-Club verarbeitet APS-Filme

Fotolabo-Club erweitert ihr Sortiment und bietet neu auch die Verarbeitung von APS-Filmen an. Der Pauschaltarif für alle drei Formate beträgt Fr. –.70. Werden zwei Bilder vom gleichen Negativ bestellt, beträgt der Preis Fr. 1.20. Das Triopack APS-Filme (Agfa) mit 25 Aufnahmen kostet für Clubmitglieder Fr. 12.–.

Olympus µ[mju:]-130 vorgestellt

Die µ[mju:]-Familie erhält demnächst Nachwuchs: In Japan wurde die µ[mju:]-130 vorgestellt, die ein Zoomobjektiv 38-130 mm mit asphärischen Linsenflächen besitzt. Sie passt in die Designlinie der bisherigen Modelle, ist spritzwasserfest und wiegt 255 Gramm.

APS-Kamera mit stärkstem Blitz

In Japan wurde die neue Konica Revio vorgestellt, die ein Zweifachzoom 24-24 mm besitzt und mit dem bisher stärksten Blitz ausgestattet sein soll. Seine Reichweite beträgt acht Meter mit einem 400 ISO-Film. Zudem erklärte Konica, dass bis zum Jahr 2000 der APS-Anteil ihrer Produktion 50 Prozent betragen werde.

Digital: Fuji DS-30 mit Dreifachzoom

Wie aus Japan verlautet, ist die Einführung der DS-30 vorgesehen, die ein optisches Dreifachzoom 32-96 mm, Blitz, Autofokus, SmartMedia-Speicherkarten und verschiedene Bildbetrachtungsfunktionen besitzt. Die Auflösung des CCD liegt bei 350'000 Pixeln und der Preis bei 79'800 Yen. Der Markteinführungszeitpunkt in Europa steht noch nicht fest.

Polaroid: Digitale Mikroskopkamera

Eine neue Mikroskopkamera von Polaroid ist speziell für den wissenschaftlichen und medizinischen Anwendungsbereich entwickelt worden. Sie hat eine Auflösung von 1,97 Mio. Pixeln und ein C-Mount-Objektivanschluss. Treiber für Windows und Mac.

Notizen auf den Film schreiben

Polaroid hat in einigen Ländern einen neuen Film mit der Bezeichnung «Notepad» vorgestellt, der im Bildsockel mit einem speziellen Feld für das Anbringen handschriftlicher Notizen versehen ist.