Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 5 (1998)
Heft: 11

Artikel: Digitalfotografie : wo stehen wir in der Schweiz?
Autor: Erhardt, Brigitta / Morgenegg, Hans-Rudolf / Grau, Hansjürg
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-979875

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

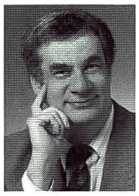
Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on 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
FOTOintern http://www.fotoline.ch
NEUHEITEN
HAN
WIRTSCHAFT
Schwerpunktthema: Digitalfotografie
INTERN Nr. 11/98 6. Juli 1998
FOTOintern, 14-tägliches Informationsblatt für Berufsfotografen, den Fotohandel und die Fotoindustrie
Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.–

Editorial



Urs Tillmanns Fotograf, Fachpublizist und Herausgeber von FOTOintern

«Wann wird die Digitalfotografie endlich zum Durchbruch kommen?» Eine oft gestellte Frage, die wohl kaum jemand beantworten kann. Was man zu wenig tut, wenn man über Erfolg oder Misserfolg der Digitalfotografie spricht, ist die Differenzierung nach Benutzergruppen. Wo wird dieser Durchbruch erwartet? Im Amateursegment? Im Office-Bereich? Bei den Freaks oder bei den Profis? Sie alle haben grosses Interesse an dieser neuen Möglichkeit, Bilder aufzunehmen, nur haben sie völlig unterschiedliche Erwartungen an das neue Medium und sind nur bedingt bereit, dafür viel zu investieren.

Welche Chancen die Digitalfotografie in welchen Märkten hat, ist die zentrale Frage dieser Ausgabe, mit vielen kompetenten Meinungen. Was wir uns dabei immer wieder vor Augen führen müssen, ist die Tatsache, dass die Digitalfotografie noch über längere Zeit für alle ein Zusatzgeschäft mit minimalen Margen bleiben wird. Es reicht eben nicht, schlecht kalkulierte Produkte in einen gesättigten Markt zu pumpen, sondern man muss auch etwas dafür tun, um das Kaufinteresse und die Verkaufsmotivation zu wecken!

Digitalfotografie: Wo stehen wir in der Schweiz?

Marktforscher prognostizieren der Digitalfotografie für die kommenden Jahre eine jährliche Verdoppelung. Sind diese Prognosen realistisch, oder wurde hier die Rechnung ohne den Kunden gemacht? Wie verkaufen sich Digitalkameras zur Zeit in der Schweiz, und wer sind die Käufer? FOTOintern-Redaktor Romano Padeste hat sich mit einigen Schweizer Händlern dazu unterhalten.

Brigitta Erhardt, Foto Ganz: «Die Kunden greifen bei Digitalkameras zur Zeit nur sehr zögerlich zu.»

FOTOintern: *Wie beurteilen Sie persönlich das derzeitige Preis-/Leistungsverhältnis der Digitalkameras?*

Brigitta Erhardt: Das Preis-/Leistungsverhältnis der Digitalkameras stimmt unserer Meinung nach heute noch nicht. Die Kameras sind im Vergleich zur erreichbaren Qualität der Bilder eindeutig zu teuer.

Hansjürg Grau: Wie bei allen Neuheiten im elektronischen Bereich sind die heutigen Preise eher hoch. Dies wird sich aber, wie etwa bei den Digital-video-Kameras, sehr schnell ändern.

Hans-Rudolf Morgenegg: Im grossen Ganzen scheint mir das Preis-/Leistungsverhältnis recht vernünftig zu sein, wobei aus Händlersicht gewisse Lieferanten zu bevorzugen sind.

FOTOintern: *Welche Reaktionen hören Sie diesbezüglich von interessierten Kunden?*

Morgenegg: In unserem Kundenkreis sind sie durchwegs positiv. Gefragt sind bei uns jedoch am ehesten Digitalkameras um 2'000 Franken.

Fortsetzung Seite 3

5 SVPG
Die Weiterbildungsmöglichkeit zum eidg. dipl. Fotofachmann dürfte schon bald Realität sein. Lesen Sie zum Stand der Verhandlungen auf Seite 5.

8 Kunden?
Der Digitalmarkt stockt! Woran liegt es? Wer sind die potentiellen Käufer? Welche Bedürfnisse haben die Kunden? Wir bringen das Resumé einer Marktstudie.

13 Praxis
Wir haben die neue Fuji MX-700 einem Praxistest unterzogen und neben vielen inneren Werten auch einige Schwächen aufgedeckt.

16 1,3 Mega
Quantensprung in der digitalen Bildqualität. 1,3 Megapixel wird neuer Standard und verspricht erheblich bessere Bilder. Hier Details der aktuellsten Modelle.

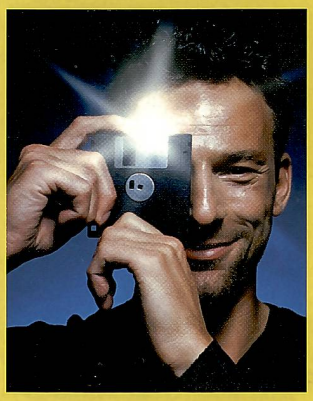
26 TIPA
TIPA hat die besten Produkte des Jahres '98-'99 auserwählt und diese mit ihren jährlichen Awards ausgezeichnet. Welche Produkte steht auf Seite 26.

27 Ricoh
Die flachste Kamera des Marktes kommt in einer preisgünstigeren Neuauflage. Eine ausführliche Modellbeschreibung der Ricoh GR10 ist auf Seite 27.

Mavica MVC-FD71

Die meistverkaufte Digitalkamera. (Ihre neue noch nicht mitgerechnet.)

Sony revolutioniert die digitale Fotografie. Mit der Standard 3,5" PC-Floppy-Disk. Und mit Erfolg: Schon die erste MAVICA-Generation war Nummer eins unter den Digitalen – jetzt kommt's noch besser. Noch leichter, noch schneller, noch vielseitiger. Aber so einfach wie bisher. Bis zu 40 Bilder speichert eine Floppy-Disk. Das Stamina Energiekonzept ermöglicht Aufnahmen von bis zu 2000 Bildern nonstop. Und die einfache Einbindung in PC-Programme aller Art hilft beim Gestalten von Präsentationen, Einladungen, Hauszeitungen, Preislisten, Homepages usw. Kurz: Sie werden begeistert sein. MAVICA ab Fr. 898.–. Keine Kabel, kein Entwickeln, keine Umstände. Übrigens: Die abgebildete Kamera MVC-FD71 ist mit einem 10fachen optischen Zoom ausgerüstet. It's a Sony.



Seiler DDB

SONY

Mehr Infos unter www.mavica.com oder auf Demo-Diskette, kostenlos zu beziehen bei Sony (Schweiz) AG.

Erhältlich in Sony Centers, Sony Shops sowie beim Sony Fachspezialisten. Sony (Schweiz) AG, Schlieren, Telefon 01/733 32 11, www.sony.ch, E-Mail customer-service@sony.ch

Fortsetzung von Seite 1

Erhardt: Kunden greifen bei Digitalkameras zur Zeit nur sehr zögerlich zu. Entscheidungshemmend ist sowohl der Preis als auch eine gewisse Verunsicherung: Zuviele Neuheiten mit schier unglaublichen Möglichkeiten zu erstaunlichen Preisen geistern herum und verunmöglichen einem potentiellen Käufer die Übersicht über das Angebot.

Grau: Wir haben durchwegs positive Reaktionen, auch von Kunden, die eine Kamera gekauft haben. Dies erreichen wir dadurch, dass wir die Kunden optimal beraten und ihnen alle Möglichkeiten, aber auch Einschränkungen aufzeigen.

FOTOintern: *Wie setzt sich Ihre Kundenstruktur bei den Digitalkameras zusammen?*

Morgenegg: Bis jetzt überwiegen die professionellen Anwender, beispielsweise aus Architektur oder Handwerk, die die Bilder in Text einbinden.

Grau: Da sind zum einen die Technik- und PC-Freaks. Vor allem aber halbprofessionelle und professionelle Anwender kaufen heute Digitalkameras.

Erhardt: Gegenüber vor zwei Jahren hat sich die Kundenstruktur in Richtung Amateur ausgedehnt. Der «Familienfotograf» hat gegenüber dem Benutzer mit rein beruflicher Ausrichtung an Boden gewonnen.

FOTOintern: *Welche Punkte sind für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch besonders wichtig?*

Morgenegg: Von zentraler Bedeutung ist die kompetente Aufklärung darüber, was derzeit tatsächlich möglich, aber auch, was unmöglich ist. Dabei ist das Thema Bildqualität besonders wichtig.

Erhardt: Wir haben versucht, eine «Hitliste» der Präferenzen der Kunden zusammenzustellen: einfache Handhabung, hohe Speicherkapazität, zur Aufgabe passende Auflösung, geringer Batterieverbrauch (siehe Sony MVC-FD7!). Kaum ein Thema sind zum Beispiel Kameras mit Wechselobjektiven.

Hans-Rudolf Morgenegg, Foto Morgenegg: «Bis jetzt überwiegen die professionellen Anwender.»

Grau: Wichtig ist, dass man dem Kunden eine ausgewogene Auswahl an Geräten in allen Preislagen und dann natürlich auch ein Resultat – sprich Ausdruck – zeigen kann.

FOTOintern: *Wo sind Ihrer Ansicht nach die heute erhältlichen Digitalkameras am ehesten verbesserungsbedürftig?*

Morgenegg: Gefragt sind sicher mehr Auflösung und eine generell verbesserte Qualität der Pixel.

Erhardt: Die Handhabung sowohl bei der Aufnahme als auch bei der Übernahme der Daten in den PC muss vereinfacht werden. Wünschenswert sind auch höhere Auflösung bzw. bessere Prints und ein wesentlich geringerer Batterieverbrauch.

Grau: Die Geräte sollten kompatibel sein, sollten direkt an Bildschirm, Drucker etc. anschliessbar sein, damit auch ein Kunde ohne PC etwas damit anfangen kann.

FOTOintern: *Wo liegen die Vorteile des Fotofachhandels gegenüber Computerhändlern und Direktversand?*

Erhardt: Der Käufer will von einer digitalen Kamera nur eines, nämlich gute Fotos, die seinen Vorstellungen entsprechen. Deshalb ist fotografische Kompetenz beim Kauf einer Kamera, deren Bilder den Kunden nachher auch begeistern, ein Muss.

Morgenegg: Fotografieren – egal, ob digital oder konventionell analog – erfordert gute, solide Fachkenntnisse, die nur im direkten Gespräch vermittelt werden können.

Grau: Der Computerhändler hat mit der Fotografie nicht viel zu tun, der Kunde denkt, wenn er «Kamera» hört, zuerst an den *Foto*händler. Den PC aber soll er beim PC-Händler kaufen.

FOTOintern: *Welche Produktegruppen und Dienstleistungen muss ein Händler anbieten können, um in diesem Segment erfolgreich zu sein?*

Hansjürg Grau, Foto Optik Grau: «Das Geschäft mit konventionellen Fotogeräten könnte mittelfristig zurückgehen, und dies müssen wir mit der digitalen Technologie auffangen.»

Erhardt: Der Händler muss eine gewisse Auswahl an aktuellen Kameras vorzeigen und auch demonstrieren können. Gute Entscheidungshilfen sind dabei Vergleichslisten und Prints. Die digitale Kompetenz eines Geschäftes wird auch durch Systemdrucker (z. B. Olympus) und Dia-/Filmscanner unterstrichen.

Morgenegg: Ein sinnvolles Sortiment besteht aus Kameras von mindestens zwei bis drei renommierten Marken sowie einem Drucker und Zubehör.

Grau: Als Dienstleistung ist alles, was in Zusammenhang mit PhotoCD steht, wichtig sowie auch Kopien auf Fotopapier.

FOTOintern: *Wie beurteilen Sie die weitere Entwicklung dieses Marktsegments?*

Erhardt: Wir glauben, dass sich die Verkaufszahlen digitaler Kameras weiterhin erfreulich weiterentwickeln werden. Die prognostizierte jährliche Verdoppelung würde uns freuen, aber auch positiv überraschen.

Morgenegg: Wir sehen die Entwicklung der Digitalfotografie sehr positiv und halten sie für eine zukunftsorientierte Technologie.

Grau: Wir sehen das Ganze positiv und befassen uns denn auch permanent mit Neuheiten und Entwicklung. Das Geschäft mit konventionellen Fotogeräten könnte mittelfristig zurückgehen, und dies müssen wir mit der digitalen Technologie auffangen.

FOTOintern: *Meine Dame, meine Herren, besten Dank für dieses Gespräch.*

Weitere Artikel zum Thema

Die Stimmen aus dem Fachhandel sind bestimmt ein guter Gradmesser dafür, ob und wie weit die Prognosen der Marktforscher und die Ziele der Hersteller realistisch sind. Gerade in einer Welt, die durch die Vernetzung immer kleiner wird, scheint aber auch ein Blick auf andere Märkte sinnvoll. In dieser Ausgabe kommen deshalb zwei Vertreter des amerikanischen Fotohandels zu Wort. Interessant ist, wo sich ihre Aussagen mit denen der Schweizer Fotohändler decken und wo sie aufgrund wirtschaftlicher und kultureller Unterschiede davon abweichen. Den erwähnten Artikel sowie eine Menge interessanter Zahlen zum amerikanischen Markt finden Sie auf Seite 11 dieser Ausgabe.