Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 8 (2001)
Heft: 4

Artikel: Der Kunde bestimmt den Erfolg, nicht der Aktionär ...
Autor: Freund, Kurt
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-979753

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: 01.02.2026

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

fotointern

digital imaging

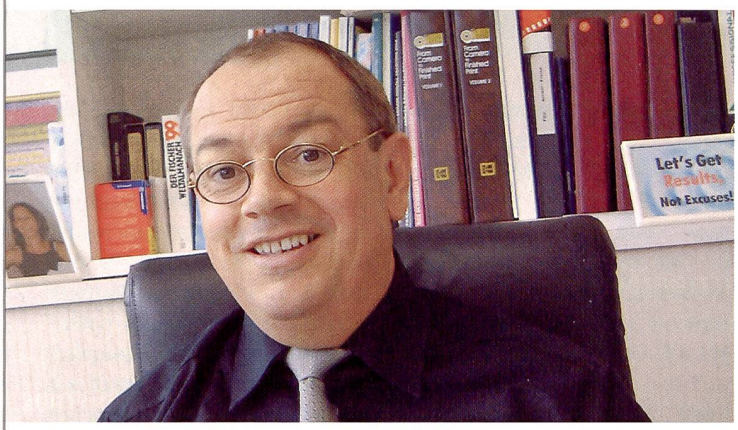
9. März 2001 4

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

Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist und Herausgeber von Fotointern

In wenigen Tagen ist es so weit: Die PROFESSIONAL IMAGING öffnet ihre Tore. Die Leistungsschau der Foto- und Imagingbranche des Jahres 2001 scheint eine Fachmesse der Superlative zu werden. Erstens ist sie flächenmässig grösser als vor zwei Jahren, und zweitens bietet sie einen noch nie dagewesenen Überblick über das aktuelle Marktangebot sowohl analoger als auch digitaler Fach- und Amateurprodukte.
Der Zeitpunkt für die PROFESSIONAL IMAGING ist ideal gewählt. Zeitlich genau zwischen der amerikanischen PMA und der Monstermesse CeBIT zeigt die Fachmesse in Bern eine Menge Neuheiten, aus denen sich entscheidende Trends ableiten lassen.
Die PROFESSIONAL IMAGING ist aber auch ein Ort der Begegnungen. Die Branche trifft sich zu spannenden Fachdiskussionen und in interessanten Seminaren und Vorträgen wird wertvolles fachliches Knowhow vermittelt. Alle Informationen zur PROFESSIONAL IMAGING entnehmen Sie dem offiziellen Katalog, der dieser Ausgabe beiliegt.
Auf Wiedersehen in Bern, vom 14. bis 16. März 2001.

technologie: **Der Kunde bestimmt den Erfolg, nicht der Aktionär ...**



Einer der profundesten Kenner digitaler Bildmethoden ist Kurt Freund, technischer Direktor der Pro Ciné AG. Seit vielen Jahren besucht er die PMA in Amerika nicht der Neuheiten wegen, sondern, weil er dort wichtige Persönlichkeiten aus Forschung und Entwicklung trifft. Wir haben ihn nach seinen Eindrücken der amerikanischen Fachmesse befragt.

Für mich war es eine der interessantesten PMAs überhaupt. Es waren noch nie so viele Technologien reif für völlig neue Praxislösungen. Und die Konfusion war noch nie so gross wie jetzt: Silberhalogenid neben Inkjet und Laserdruck, Low-Density-Control, Anti-Scratch-Verfahren, Film-Trockenentwicklung bis hin zur Bildbestellung über das Internet – alles Verfahren, die innerhalb von zwei Jahren entstanden oder zur Reife getrieben worden sind. Das gibt für die Bildindustrie, für das Imaging Business, völlig neue und eine Fülle von Möglichkeiten, den Kunden Positives anzubieten. Was mich zudem auf der PMA beeindruckt hat, war die Tatsache, dass mehr als ein Drittel der Stände Newplayers waren. Neue Namen aus den grafischen und elektronischen Branchen, die sich plötzlich auf einer Fotomesse nach neuen Kunden und Geschäftsmöglichkeiten orientieren. Alleine schon diese Tatsache zeigt, auf welches enorme Interesse moderne Bildtechnologien stossen.

Die Digitaltechnik schwappt nun ja auch ins Grossfinishing über. Führt das nicht zu einer grossen Verunsicherung bei den Grosslaboren?

Und ob, vor allem dürfte es

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Kleinbildscanner: Grosser Praxistest Seite 12

mittelformat
Werner Rolli hat die Kompakten unter den Mittelformatkameras getestet.
Seite 8

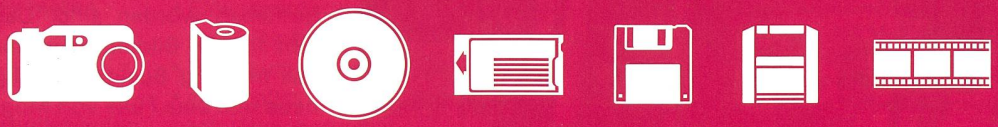
leica-perrot
Leica und Perrot haben zusammen eine neue Firma gegründet. Exklusivinterview
Seite 18

fujiaward
Die Schweizer Gewinner für den Fujifilm Euro Press Award 2000 stehen fest.
Seite 28

gretag
THE IMAGING COMPANY

PROFESSIONAL IMAGING '01, BERN
bei Kodak, Stand Nr. 066

«WOLLEN» UND «KÖNNEN» AUF KLEINSTEM RAUM VEREINT



DAS ERSTE UND EINZIGE DIGITALE «ALL IN ONE» MINILAB

Alle Funktionen auf nur 1.3 m² Standfläche! Das digitale Minilab Master Flex D 1008 von Gretag integriert Filmprozessor, Scanner, digitale Ein- und Ausgabeinheiten sowie Digitalprinter und Papierprozessor in einem einzigen Gerät.

Dank vollautomatischer Bildkorrektur erreichen auch Mitarbeiter ohne fachspezifische Ausbildung 1000 brillante Prints pro Stunde.

Die intuitive Benutzerführung mit grossem Touch-Screen und klaren Symbolen garantieren einen effizienten Arbeitsablauf, so dass Sie wenig Zeit am Gerät, aber umso mehr Zeit mit Ihren Kunden verbringen.

master*flex digital*

Gretag Imaging Trading AG
Landstrasse 176, CH-5430 Wettingen
Tel. 01 842 26 00, Fax 01 842 22 04
masterflex@gretag.com www.gretag.com

W4 0800 www.w-4.com

Fortsetzung von Seite 1

für viele Labors schwierig sein, den richtigen Investitionsweg einzuschlagen. Es gibt nicht nur im Grossfinishing, sondern genauso im Minilab-Bereich verschiedene Technologien, die – relativ gesehen – nach beträchtlichen Investitionen rufen. Es gibt neue Output-Möglichkeiten, die Trocken-Filmentwicklung ist ein Thema, Minilabs werden zum Digital Printing System, und der Imaging-Kiosk gewinnt zur Verarbeitung von Kleinvolumen am Verkaufspunkt plötzlich weltweit an Bedeutung.

Eine der interessantesten Entwicklungen findet ja bei der Inkjet-Technologie statt. Sehen Sie längerfristig auch Inkjet-Verfahren im Grossfinishing?

Kaum, denn Inkjet ist zur Zeit noch zu langsam und zu teuer für das Grossfinishing. Aber ich sehe im Bereich der Micro- und Minilabs durchaus eine Verbreitung der Inkjet-Verfahren. Schauen Sie sich beispielsweise die Qualität des Photohub von Gretag an. Es ist kein Zufall, dass Gretag Epson als Partner gewählt hat und Kodak zusammen mit Hewlett-Packard die Phogenix gegründet haben.

Wer ist besser?

Das lässt sich noch nicht sagen. Ich sehe bei der Piezo-Technologie von Gretag/Epson den Vorteil, dass keine Lichtschutzfolie notwendig ist. Aber es ist keine Frage, dass hier die Entwicklung noch lange nicht abgeschlossen ist. Die Tinten werden besser, lichtbeständiger und sicher auch umweltfreundlicher. Hier muss man es wieder einmal sagen: Der Fotoprozess ist ökologisch etwas vom saubersten was es gibt.

Noch einmal zum digitalen Grossfinishing: Sehen Sie in diesen Systemen einen technologischen Meilenstein?

«Technologieschritte sind immer dann Meilensteine, wenn der Kunde eine bessere Qualität wahrnimmt.»

Kurt Freund, technischer Direktor Pro Ciné AG.

Absolut, weil in der Grossproduktion plötzlich automatisch Fehler korrigiert und die Bilder qualitativ in einer Art und Weise verbessert werden können, die bisher eigentlich nur manuellen Verfahren vorbehalten war. Nehmen Sie zum Beispiel die Kontrastkontrolle, die Kratz- und Staubeliminierung, das generelle Schärfen von Aufnahmen oder den Randlichtabfall. Dann kann auch die Unterbelichtung – bei Billig- und Einfilmkameras eine häufige Fehlerquelle – digital sehr viel besser korrigiert werden als mit dem heutigen optischen Verfahren. Solche elektronisch standardisierten Vorgänge sind erhebliche Schritte für eine besser Bildqualität. Technologieschritte sind immer dann wichtig, wenn der Kunde eine bessere Qualität wahrnimmt.

Nun werden schon bald zwei Anbieter mit digitalen Grossprintern da sein: Gretag mit Cyra und Kodak mit i-lab. Wem geben Sie den Vorzug?

Das lässt sich heute noch nicht sagen. Beides sind sehr zukunftsträchtige, hochmoderne Imagingsysteme. Es ist keine Frage, dass Kodak mit ihrer Scanner-Erfahrung und der Picture CD sehr gute Voraussetzungen mitbringt, dass aber andererseits auch Gretag mit der DMD-Technologie und anerkannt guter Software Pluspunkte für sich wird buchen können. Sicher ist, dass das digitale Grossfinishing ein Meilenstein im Imaging ist, mit einem Wandel Weg von der Optik, hin zum Digitalen und Hybriden. Denn die Bildausgabe erfolgt immer noch auf Fotopapier, weil hier der fotografische Prozess punkto Qualität, Einfachheit, Wirtschaftlichkeit und Sauberkeit nicht zu überbieten ist.

Wie denken Sie über die Trocken-Filmentwicklung?

Sie wird vorerst sicher die Filmentwicklung nicht ersetzen, aber sie wird vor allem im Bereich der Imaging-Kiosk Lösungen ihren Platz haben. Wir müssen uns auch fragen, wer der Kunde von morgen ist? Für die ältere Generation ist heute das Negativ ein wertvolles Original. Aber braucht die Game-Boy-Generation noch Negative? Sie wollen in erster Linie gute Bilder und in zweiter Linie digitale Bilddaten, nicht zuletzt fürs Internet. Massgebend für beide Anwender ist die Bildqualität und deren Preis.

Nun gibt es ja auch verschiedene neue Printverfahren, die z.B. auf Tonerbasis funktionieren. Wie sehen Sie deren Chancen?

Eigentlich gilt für alle dasselbe: Es sind grundsätzlich keine neuen Technologien, sondern es sind Verfahren, die sich bei anderen Anwendungen – zum Beispiel in der Fotokopie – bewährt haben und nun auch für die Herstellung von Farbprints eingesetzt werden. Obwohl die Qualität dieser Verfahren in den letzten Monaten erheblich gesteigert werden konnte, reichen Sie noch bei weitem nicht an die fotografische Qualität heran.

Wo sehen Sie deren Einsatzmöglichkeiten?

Zum Beispiel bei Grossauflagen von fotoähnlichen Drucken, die zu Werbezwecken gestreut werden. Eigentlich gehören diese Techniken eher ins Druckgewerbe, haben aber dort bis heute keine grossen Erfolge buchen können.

Wie sehen Sie die Zukunft der Bildbestellung über das Internet?

Einer der PMA-Speaker hatte es auf den Punkt gebracht: Die «Dot.comers» sind zu «Dot.goners» geworden. Der Grund: Sie haben die Markt-

Fotointern-Leser profitieren
Eintritt zur PROFESSIONAL IMAGING
zum halben Preis!
Coupon ausschneiden und mitnehmen!

Messekatalog liegt bei

Gutschein Fr. 10.–
Professional Imaging
14. bis 16. März 2001
Messe Bern

Gegen Vorweisung dieses Abschnitts an der Tageskasse erhalten Sie eine Vergünstigung von **50% auf den regulären Eintrittspreis von Fr. 20.–** (einschl. MWSt). Nicht kombinierbar mit anderen Vergünstigungen; nur ein Bon pro Person und Tag einlösbar.

...was Profis schätzen

SIGMA
Kameras, Objektive, Blitzgeräte

Rollei
Kameras, Diaprojektion, Metric-Systeme

RODENSTOCK
Fach- und Vergrösserungsobjektive

B+W
Filter und Effektvorsätze, Zubehör

Multiblitz
Studioblitzanlagen, Studiozubehör

QUANTUM
Blitzgeräte, Batteriesysteme

METEOR-SIEGEN
Laborgeräte und -Einrichtungen

planistar
Leuchtpulte, Leuchtrahmen

THERMAPHOT
Entwicklungsmaschinen

JOBO
Laborgeräte, digitale Kamerarückteile

TETENAL
Ink-Jet und Foto-Papiere, Chemikalien

FUJITSU
Batterien

Liesegang
OHP, Daten- und Videoprojekoren

BRAUN
Diaprojektoren, Projektionszubehör

S-DESIGN
Medienmobiliar

PROCOLOR
Projektionswände

abstracta
Schienensysteme

Ott + Wyss AG
Fototechnik
Napfweg 3
4800 Zofingen
Tel. 062 746 01 00
Fax 062 746 01 46
info@owy.ch
www.fototechnik.ch

entwicklung falsch eingeschätzt und ihre Bilder verschenkt. Nur wenige werden überleben, zum Beispiel O-photo und Shutterfly in Amerika, die recht überzeugende Strategien präsentiert hatten. Auf jeden Fall muss man das Internet als neuer Verteilkanal sehr ernst nehmen. Das gilt übrigens nicht nur für die Fotografie.

Die Picture CD ist in einer neuen Generation da. Wie sehen Sie ihre Bedeutung?

Zur Zeit unterschätzt man die Rolle der Picture CD. Sie ist für Leute, die keine Digitalkamera besitzen, der einfachste, billigste und qualitativ beste Weg der Bilddigitalisierung. Die Nachfrage nach digitalen Bilddaten von Filmen findet auch eine gegenläufige Parallele: Sehr viele Digitalkamerakunden entdecken nach einer gewissen Zeit den Film als grossartiges und problemloses Speichermedium.

War die Frage, wie lange es noch Filme gibt, auch ein Thema auf der PMA?

Sie wird immer wieder gestellt, aber sie ist im Kern schon falsch. Man muss Fragen, wie sich die digitale und die analoge Technologie *miteinander* entwickeln.

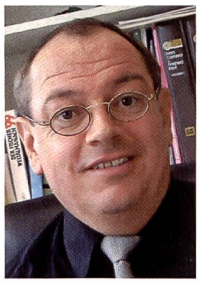
Digital Imaging ist im Consumer-Bereich gerade den Kinderschuhen entwachsen, und die Filme werden derzeit mit einer mächtigen Technologiespritze nochmals um eine Generation verjüngt. Hier findet zur Zeit ein Fortschritt statt, der leider viel zu wenig wahrgenommen wird. Schauen Sie sich einen 400er-Film von heute und einen von vor zwei Jahren an. Sie stellen eine qualitative Verbesserung fest, die nicht weiter kommentiert werden muss. Und diese Entwicklung ist noch nicht am Ende.

Was macht die Industrie heute falsch?

Kritisieren ist immer einfach. Aber ich bin überzeugt, dass zwei Themen in Zukunft stärker beachtet werden müssen: Einmal muss dem Segment der Jungkäufer stärker Rechnung getragen werden. Das macht – ausser Polaroid – eigentlich niemand in der Fotobranche konsequent. Weiter laufen viele Firmen Gefahr, dass sie vor lauter Strategien den Menschen oder vor lauter Shareholders den Kunden vergessen. Die Kernfrage wird nämlich nicht vom Aktionär entschieden, sondern von Frau Meier im Laden, der ein Bild gefällt oder eben nicht. Dem Shareholder geht es nur gut, wenn der Kunde mit der Bildqualität, dem Service und dem Preis den er dafür bezahlt zufrieden ist. Auch entscheidet alleine der Kunde welche Trends Zukunft haben werden, nämlich jene, die den Kundenbedürfnissen am ehesten entsprechen. Die Convenience ist entscheidend. Convenience heisst einfache, problemlose Handhabung von der Aufnahme bis zum fertigen Bild.

Der Zeitpunkt für kundenorientierte Entwicklungen war, mit all den überreifen Technologien, noch nie so günstig wie heute. Unsere Industrie hat noch nie so viele Chancen gehabt, wie heute. Aber nur, wenn wir vermehrt den Kunden und seine Bedürfnisse total im Fokus haben.

Herr Freund, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.



«Der Zeitpunkt für kundenorientierte Entwicklungen war mit all den überreifen Technologien noch nie so günstig wie heute.»

Kurt Freund, technischer Direktor Pro Ciné AG.