

**Zeitschrift:** Fotointern : digital imaging

**Herausgeber:** Urs Tillmanns

**Band:** 8 (2001)

**Heft:** 10

**Artikel:** Die analoge Fotografie ist kein Wachstumsmarkt mehr

**Autor:** Hofer, Andreas

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-979778>

#### 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:** 02.02.2026

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

digital

imaging

15. Juni 2001 10

## editorial



Urs Tillmanns  
Fotograf, Fachpublizist  
und Herausgeber  
von Fotointern

Die digitale Revolution geht in die nächste Runde: Nachdem sich die filmlosen Kameras im Handel immer stärker durchsetzen, ist jetzt auch die Bildherstellung mit digitaler Technologie ange sagt. Dies nicht nur im Bereich der Minilabs – dort hat vor allem das Fuji Frontier bereits den Ton angegeben – sondern nun auch im Grossfinishing. Die beiden auf der photokina erstmals gezeigten Grosslaborlösungen Gretag Cyra und Kodak i-lab sollen sich mittlerweile sehr erfolgreich in einem Feldtest bewähren. Digitale Bildverarbeitung im Grosslabor dürfte wieder einer jener grossen Schritte der Fototechnik sein, die klammheimlich ablaufen, jedoch eine enorme Qualitätsverbesserung zur Folge haben. Das war schon immer so bei den Filmen (siehe unseren Artikel auf Seite 8 und folgende). Bei der Bildherstellung dürfte die digitale Technik bewirken, dass viele Aufnahmefehler, von übermäßigem Kontrast bis hin zur Schärfe, vollautomatisch und standardmäßig korrigiert werden können. Damit dürfte in der Fotografie bald und leise eine erhebliche Qualitätsverbesserung stattfinden.

*Urs Tillmanns*

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

## image trade **Die analoge Fotografie ist kein Wachstumsmarkt mehr**



Vor zwei Jahren hat Andreas Hofer die Firma Image Trade in Safenwil gegründet. In unserem Gespräch analysiert er die Situation eines sich schnell verändernden Marktes und erläutert seine Strategie für die Zukunft.

### Herr Hofer, Image Trade ist eine junge Firma. Wie ist sie entstanden?

Ich habe 14 Jahre lang bei der Firma Schmid AG in Oberentfelden gearbeitet und war dort sehr glücklich. Als sich herauskristallisierte, dass die Firma

nicht weiterbestehen kann, habe ich Herrn Schmid vorgeschlagen, dass ich mich mit dem Produktebereich, den ich vorher in seinem Auftrag bearbeitet hatte, selbstständig machen würde. Er hat diese Idee von Anfang an unter-

stützt und so konnte ich einen nahtlosen Übergang realisieren. Für Lieferanten und Kunden entstanden keine Engpässe. Ich hatte auch das Glück, dass mir die wichtigsten Kunden beim Start die Treue gehalten haben. Dafür möchte ich mich an dieser Stelle auch bedanken.

### Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie, wer macht die Firma Image Trade aus?

Es sind insgesamt fünf Personen: Zwei Aussendienstmitarbeiter, Jean-Marc Rihs für die Westschweiz und ab 1. Juli Daniela Grädel für die Deutschschweiz, Frau Antoinette Fischer im Büro, Lager und zu 20 Prozent im Aussen dient und Jolando D'Allesandro in der Spedition.

### Wer sind ihre Kunden?

Das sind in erster Linie der Fotohandel, Grossverteiler, Fachgeschäfte, Fachfotogra f en, die Industrie, Universitäten und der Bund. Im Moment

*Fortsetzung auf Seite 3*

## inhalt

### olympus

Knapp 30 Händler wurden für ihren Einsatz mit einer Erlebnisreise nach Sizilien belohnt

Seite 6

### Farbfilme: Was ist wirklich neu?

### labshow

Ende Mai fand in Tokio die Lab System Show statt. Wir berichten darüber exklusiv

Seite 23

### nfs

Am 3. Juni wurde in Mörel der Verein Naturfotografen Schweiz (NFS) gegründet

Seite 25

Seite 8

**Cyber-shot**

Digital Still Camera

SAATCHI & SAATCHI



## Die neue Sony Cyber-shot S75. Ihre ganze Ausrüstung in einer Kamera.

Wohin mit der Sony DSC-S75? Ihr Carl-Zeiss-Objektiv mit 3fach Zoom-Linse und einer maximalen Auflösung von 3.34 Millionen Pixeln garantiert Ihnen eine hochprofessionelle Bildqualität. Sie können auch ISO-Empfindlichkeit, Blende und Belichtungszeit einstellen, genau wie bei einer Normalfilm-Kamera. Aber weil sie eine Digitalkamera ist, können Sie Ihre Aufnahmen auf einen Sony Memory Stick\* speichern und dann auf Ihren PC transferieren. Das heisst, Sie können so lange retouchieren und nachbearbeiten, bis Ihr Bild genau so ist, wie Sie es haben wollen. Wohin also mit der Sony DSC-S75? In Ihre Westentasche.



go create

**SONY**

**INFO STATION**  
Jetzt Anwenderkurse. Info: 01 733 35 99

Infoline: 0848 80 84 80 oder [www.sony.ch](http://www.sony.ch), [www.gocreate.sony.ch](http://www.gocreate.sony.ch)  
Übrigens: Neuheiten von Sony gibt's zum Anfassen und Ausprobieren im Sony  
World Showroom in Schlieren ZH.

\* 8MB Memory Stick inbegriffen.

Fortsetzung von Seite 1

sind wir daran, Papeterien und Geschenkboutiquen als neue Kunden zu gewinnen. Für letztere sind natürlich unsere Bilderrahmen und Fotoalben interessant.

**Sie haben Rahmen und Alben angesprochen. Können Sie ihr Gesamtportiment kurz umschreiben?**

Unser Handelsprogramm umfasst die Marken Rowi, Gepe Diarrahmen und Magazine, Benetton Fototaschen und Einwegkameras, Panodia, das Herma Fotoprogramm sowie Projektionswände der mechanischen Weberei. Im ganzen Sortiment hat es auch Produkte, die speziell Fachfotografen und die Industrie ansprechen. So ist der Durchlaufrockner von Rowi ganz klar ein professionelles Produkt, die Industriepackungen der Gepe Diarrahmen verkaufen wir vorwiegend an Labors. Panodia ist sowohl für Fachfotografen als auch für den Fachhandel interessant, weil dieses Programm Artikel für die Präsentation und Archivierung und Bilderrahmen und Fotoalben beinhaltet.

**Welche Marke oder welcher Artikel ist ihr Zugpferd?**

Panodia ist sicher unser stärkstes Produkt, aber auch Benetton entwickelt sich zu einem Zugpferd, weil der Name sehr bekannt ist. Wir mussten natürlich zuerst einmal das Sortiment bereinigen. Da waren noch viele Artikel am Lager, die heute einfach «out» sind. Wir haben uns also auf jene Produkte konzentriert, die eine Daseinsberechtigung haben. Neue Möglichkeiten haben sich uns eröffnet durch die Zusammenarbeit mit Benetton. Aber auch Rowi und Gepe sind für uns wichtige Marken.

**Kommt Benetton gut an? Normalerweise denkt man bei Benetton ja an Bekleidung und an aggressive Werbung.**

Benetton polarisiert die Meinungen, vor allem der Wer-

bung wegen. Wir haben festgestellt, dass man über Benetton spricht. Der Name Benetton hat uns aber sehr viele Türen geöffnet...

**Jetzt kommen immer mehr Produkte und Zubehör für die digitale Fotografie auf den Markt. Auch umsatzmäßig läuft das Digitalsegment der analogen Fotografie den Rang ab. Wie wirkt sich das auf ihr Sortiment aus?**

Wir führen von Herma diverse Inkjet-Papiere, wo wir ein

wie Inkjet-Papiere und ähnliches zu forcieren. Wir haben über eine gewisse Zeit auch sehr viele Digitalkameras verkauft, mussten dann aber feststellen, dass dies zwar Umsatz brachte, aber leider immer weniger Gewinn. Im Klartext: Wir betrieben einen hohen Aufwand für einen geringen Ertrag. Deshalb haben wir uns entschieden, auf jene Produkte zu setzen, die uns und dem Händler eine Verdienstmöglichkeit bieten. Wir haben



**«Der Name Benetton hat uns aber sehr viele Türen geöffnet...»**

*Andreas Hofer, Inhaber Image Trade.*

grosses Sortiment anbieten können, von normalen Druckerpapieren bis zu ganz speziellen Produkten, wie den bedruckbaren Fun-Stickern zum Beschriften von Alben und den grossen Spezialpapieren in den Formaten A4, A3 und A3+. Selbstverständlich braucht man auch für eine digitale Kamera eine entsprechende Fototasche. Ausserdem, führen wir Objektivvorsätze, Stative, die für Digitalkameras leichter und kleiner geworden sind. Und schliesslich kann man auch digitale Bilder ausdrucken und präsentieren, sei das nun in einem Bilderrahmen oder in einem Album. Ich gebe aber zu, dass wir eher traditionell orientiert sind. Software und Computerzubehör ist nicht unser Bereich.

**Aber noch einmal: Wirkt sich der Vormarsch der digitalen Fotografie nicht auf ihren Geschäftsgang oder ihr Sortiment aus?**

Doch, natürlich. Die analoge Fotografie ist kein Wachstumsmarkt mehr. Um nur ein Beispiel zu nennen: Wir verkaufen heute praktisch keine Drahtauslöser mehr, deshalb versuchen wir eben Artikel

auch an der Professional Imaging, die dieses Jahr im März erstmals in den BEA-Hallen in Bern stattgefunden hat, ganz bewusst darauf verzichtet, irgendwelche digitale Produkte auszustellen.

**Und wie entwickelt sich die Fotobranche in der Schweiz nach Ihrer Meinung?**

Die digitale Fotografie hat den Markt bereits markant verändert. Man wird in Zukunft kaum mehr so viele analoge Spiegelreflexkameras verkaufen können, wie heute. Aber die analoge Fotografie wird deshalb nicht verschwinden. Die digitale Fotografie ist ein neues, sehr schnelles Medium, das sehr viel bietet. Die digitale Fotografie ist zu einem festen und wachsenden Teil des Marktes geworden. Das wird auch so bleiben. Aber die analoge Fotografie wird noch lange ihre Berechtigung haben, beide Medien werden künftig nebeneinander existieren.

**Sie haben bereits die schlechten Margen und den Preiszerfall bei digitalen Produkten angesprochen. Ist das nicht ein zweischneidiges Schwert für den Fotohandel?**

Ja, der Preiskrieg ist tatsächlich gewaltig. Ein Beispiel: Wenn wir einen Posten Speicherkarten nicht innerhalb von zwei Wochen verkauft haben, müssen wir mit einem Verlust rechnen. Deshalb noch einmal: Wir konzentrieren uns auf Produkte, die sich für uns und unsere Kunden – die Fotohändler – lohnen. Es ist heute auch praktisch für jedermann problemlos möglich, im Internet das günstigste Angebot zu suchen und eine Kamera, ein Zubehör direkt beim billigsten Anbieter zu bestellen. Leider ist auch der Service schon lange kein schlagkräftiges Argument mehr, da einige Landesvertretungen ihre Reparaturen in ihren europäischen Zentralen zusammengefasst haben und selbst keine Reparaturen mehr ausführen.

**Zurück zur Firma Image Trade. Wie wird sie sich weiterentwickeln?**

Wir werden ganz intensiv versuchen, neue Märkte zu erschliessen. Die Papeterien habe ich schon erwähnt, wir möchten insbesondere mit unseren Panodia-Bilderalben und Benetton-Fototaschen in Hotelshops und Geschenkboutiquen vertreten sein. Darum wird sich in Zukunft auch unsere Mitarbeiterin Frau Antoinette Fischer vermehrt kümmern.

**Sie verkaufen auch direkt ab Lager?**

Liquidationsartikel ja, im Grunde genommen kann jedermann bei uns vorbeischauen und diese Produkte einkaufen. Wir haben immer einen grösseren Posten an Waren, die wir zu besonders günstigen Konditionen verkaufen. Dabei handelt es sich meist um Auslaufmodelle, wo Händler und Endverbraucher profitieren können.

Das gesamte aktuelle Programm aber, verkaufen wir ausschliesslich über den Handel respektive an unsere Kundenschaft. Da gibt es keinen Direktverkauf.

**Herr Hofer, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.**