

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 10 (2003)
Heft: 1

Artikel: "Die Konsumstimmung bleibt harzig, doch sie zeigt nach oben"
Autor: Widmer, Ernst
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-978960>

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: 30.12.2025

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

fotointern

9. Januar 2003

1

digital imaging

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

Doch, insgesamt dürfte das Weihnachtsgeschäft trotz Wirtschaftsflaute recht erfolgreich gewesen sein. Das bemerken wenigstens die meisten der befragten Fotohändler. Digitalkameras – wen wundert – waren die Highlights der Verkäufe, die Trendprodukte unserer Branche, die alles in Bewegung zu halten scheinen. Analog nicht vergessen! Nicht jede Grossmutter braucht unbedingt eine 5 Mpix Digitalkamera um ihre Enkel abzulichten. Der Film ist noch immer der einfachste und universellste Bildspeicher. Jeder kann damit umgehen. Einmal entwickelt sind die Daten praktisch unbeschränkt haltbar. Hält man die Negative gegen das Licht, so sieht man was drauf ist – ohne booten und ohne spezielle Software. Kommt hinzu, dass wir über die Haltbarkeit digitaler Daten relativ wenig wissen. Datenträger werden technologisch überholt, und letztlich überleben nur die Prints.

Was soll diese Arie auf den alten Film? Ganz einfach: Nicht alle sind mit einer Digitalkamera am besten bedient. Zudem wollen Analysten wissen, dass der Digitalmarkt in zwei Jahren gesättigt sein soll. Vielleicht wird dann der alte Film plötzlich wieder interessant ...

h. Tillmanns

2003 «Die Konsumstimmung bleibt harzig, doch sie zeigt nach oben»



Der Jahreswechsel gibt Anlass zu Besinnung und zur Chancenaussicht in die unmittelbare Zukunft. Wir haben Ernst Widmer, Sekretär der ISFL, nach einer Standortbestimmung und einem Ausblick ins neue Jahr gebeten.

Wir leben in einer wirtschaftlich schwachen Zeit. Welche Prognosen stellen Sie für 2003?

Wir sind dabei, eine Epoche zu liquidieren, die immerwährende Produktivitätsfortschritte bei tiefen Zinsen, niedriger Inflation

und steigenden Löhnen verhiess. Nun findet eine gründliche Flurbereinigung statt. Werden notwendige Strukturreformen zügig durchgeführt, bleiben wir vor der Deflationsfalle à la Japan verschont. Aber es gibt Risiken. Man

denke an die Immobilienblase in den USA und die Strukturschwäche in Deutschland. Positiv stimmt mich der Stand des Lagerabbaus und die zu erwartende Nachfragebelebung im Investitionsgütersektor. Auch die im Finanzbereich aufgehäuften liquiden Mittel werden vermehrt wieder an die Börsen fliessen. Für uns besonders wesentlich ist die Konsumentenstimmung, welche trotz der widrigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bisher noch verhältnismässig wenig gelitten hat. Es bleibt vorerst harzig, aber ich glaube die allgemeine Richtung zeigt nach oben.

Die Börse hat an Popularität verloren. Ihre Rolle als wichtiger Wirtschaftskatalysator ist fragwürdig geworden. Wie beurteilen Sie den Einfluss der Börse auf die mittelfristige Wirtschaftsentwicklung?

Die Funktion der Börse ist die günstige Mittelbeschaffung für Unternehmen zwecks Finanzierung von Investitionen aller Art.

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

farbfilme

Welches waren die wirklichen Verbesserungen der letzten zwei Jahre?

Seite 7

sigma sd-9

Was bietet die neueste Digital-Spiegelreflexkamera mit dem Foveon-Chip?

Seite 16

nikon d

Warum bringt Nikon jetzt Spezialobjektive für ihre digitalen Spiegelreflexkameras?

Seite 21

Lifestyle-Digicams und ihre Besonderheiten

Seite 12

FOTOQUALITÄT RAUF. PRINTKOSTEN RUNTER.



DER NEUE 8500 DIGITAL PHOTO PRINTER

- Professionelles Thermoprint-Verfahren
- Super Fotoqualität zum Einsteigerpreis
- Für Bilder so haltbar wie Fotoabzüge
- Oberflächen matt oder glänzend
- Druckzeit weniger als 75 Sekunden
- Bildgrösse 20,3 x 25,4 cm
- Staubsicherer Papiertransport
- Für WINDOWS & MACINTOSH
- Mit ADOBE PHOTOSHOP Elements Software



Mehr Infos und
Händlerverzeichnis dazu unter

Tel. 021 631 06 31

www.kodak.ch/go/professional

Kodak Professional

Sie haben tolle Aufnahmen gemacht und Ihre Kunden sind begeistert. Klar, dass sie sofort Bilderergebnisse mitnehmen möchten. Nutzen Sie diese Situation und beweisen Sie mit professionell aussehenden Bildern des 8500 Digital Photo Printers, dass gutes Aussehen keine Frage des grossen Budgets ist, sondern nur eine Frage des richtigen Print-Verfahrens.

Fortsetzung von Seite 3

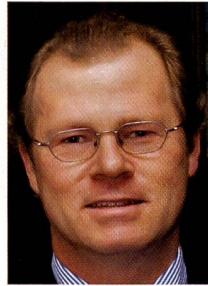
Sie kann diesen Auftrag nur erfüllen, wenn die Leute, die ihr Geld an die Börse bringen, damit selbst etwas verdienen. Zur Zeit bringt sie den Anlegern eher Verluste statt Gewinne. Hat sie damit ausgedient? Wohl kaum! Solange es Unternehmen gibt, die Geld brauchen, wird es die Börse geben, denn die Idee, den wildfremden Anleger am Risiko des Unternehmenserfolgs zu beteiligen und ihn dafür speziell zu belohnen, ist einfach unschlagbar. **Wie ist die Stimmung derzeit unter den Lieferanten?**

Man hat alle Hände voll zu tun, nicht ohne Ängste, aber auch nicht ohne Lichtblicke. Man sorgt sich um das Papierbildersegment des Fotogeschäfts und versucht, der Nachfrage nach Kameras gerecht zu werden, vor allem der heiss begehrten Digitalkameras. Paradoxiert haben heute viele Lieferanten das Problem, von den Herstellern nicht rechtzeitig und nicht in ausreichendem Masse mit gross angekündigten und begehrten Neuheiten, teilweise aber auch mit markteingeführten Produkten beliefert zu werden. Vielleicht werden Neuheiten bewusst zu früh versprochen, um den Markt zu besetzen, obwohl voraussehbar ist, dass die Ware zur angekündigten Zeit noch nicht verfügbar ist? Dieses Problem hat sich für das Weihnachtsgeschäft noch akzentuiert und ist mehr als ärgerlich für Importeure, Händler, und Konsumenten. Letztlich ist es auch imageschädigend für den betreffenden Markeninhaber. Darüber hinaus fragt sich in der Branche jedermann, was die Zukunft bringen wird. Eins ist klar: Leicht ist es zur Zeit für niemanden. Alle kämpfen darum, ihre Kosten in den Griff zu bekommen.

Im Gegensatz zu anderen Branchen kann sich die Fotobranche über innovative Produkte freuen, die den Markt beleben. Wie, glauben Sie, wird sich dieser Trend weiter entwickeln?

Der Innovationsrhythmus in der Fotografie ist zur Zeit in der Tat unglaublich hoch. Die Einführung der Digitaltechnologie stellt einen

Quantensprung der Entwicklung dar. Diese Kadenz wird nicht ewig aufrecht zu erhalten sein. Aber es werden heute neue Anwendungsbereiche für das Bild erschlossen. Darin liegt eine langfristige grosse Chance und ebenso eine Herausforderung für die Branche. Das grenzenlose Bedürfnis nach Bildern und deren nun fast unbeschränkte Verfüg-



«Die Lieferanten haben das Problem, dass die meisten Neuheiten nicht oder nur in ungenügender Menge geliefert werden. Das lähmt die Kauflust.»

Ernst A. Widmer, Sekretär der ISFL

barkeit über elektronische Medien fördert auch die Nachfrage nach der Fotografie, d.h. nach der Herstellung eigener Bilder, und zwar sowohl im Geschäft wie auch im Privatleben. Man muss das neue Interesse für das Fotografieren kräftig fördern und unterstützen. Man muss Anstrengungen unternehmen, die Technologien zu standardisieren und nutzerfreundlich zu gestalten. Das Fotografieren kann heute als vielfältige Freizeitbeschäftigung fast neu lanciert werden.

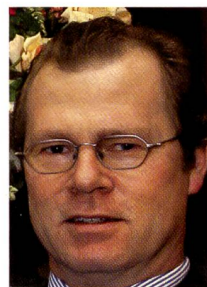
Der Gesamtmarkt ist zur Zeit von Direktimporten, die über das Internet vertrieben werden, stark gestört. Sehen Sie rechtliche Möglichkeiten, diesen Störfaktor zu minimieren oder auszuschalten?

Direktimporte über Internet oder anderswie nutzen das Preisgefälle zwischen regionalen oder nationalen Märkten zu Lasten der Vertriebsstrukturen der Hersteller aus. Vor allem das Internet wird dazu beitragen, die internationalen Preisstrukturen zu nivellieren. Je ausgeglichener die internationalen Preisstrukturen sein werden, desto geringer wird der Stellenwert der Direktimporte sein. Die rechtlichen Möglichkeiten zur Unterbindung von Direktimporten sind gering und der Trend läuft Richtung Konsumentenschutz und zum Recht auf den tiefsten Preis. Selbst der Kodak-Entscheid mit der Abwehr von Di-

rektimporten wird vielleicht auf dem Gesetzgebungsweg einmal wieder aufgehoben. Entsprechende Bestrebungen sind im Gange.

Verbände kämpfen um die Existenz. Auch in der ISFL gibt es Mitgliedfirmen, die deren Existenzberechtigung in der heutigen Zeit in Zweifel ziehen. Wie sehen Sie die Zukunft der ISFL?

Heute wird alles in Frage gestellt, was nicht niet- und nagelfest ist. Ein Branchenverband dient dazu, gemeinsame Interessen seiner im Markt konkurrierenden Mitglieder zu fördern. Solche Interessen sind z.B. gemeinsame Anstrengungen in Ausbildung, Umweltschutz, Arbeitssicherheit, Logistik, Informationsbeschaffung, Marketing (Messen) und Zugang zu vergünstigten Services anderer (z.B. Pensionskassenangehörigkeit). Solange es solche gemeinsamen Interessen gibt, solange hat ein Verband eine Funktion.



«Die Professional Imaging 2003 findet in Zürich statt, weil hier die meisten Kunden und Aussteller zu finden sind. Für die weitere Zukunft ist jedoch alles offen ...»

Ernst A. Widmer, Sekretär der ISFL

Die ISFL ist ein kleiner Verband, was ihm verunmöglicht, gewisse grössere Projekte zu verfolgen. Aber er hat seine Aufgabe im spezifisch fachbezogenen Bereich. Ich wünschte mir, die Mitglieder würden noch aktiver von dieser Plattform Gebrauch machen als sie es schon tun. Wichtig wäre es auch, wenn wir unsere Basis verbreitern könnten.

Die Professional Imaging wird dieses Jahr (12. bis 14. März) in Zürich durchgeführt. Weshalb

jetzt doch wieder in Zürich, und nicht wieder in Bern, wie vor zwei Jahren?

Bern hat uns sehr gut gefallen. Viele Aussteller schätzten die Nähe zur Zentral- und Westschweiz, vor allem auch zur Romandie. Auf der anderen Seite bleibt es ein Faktum, dass die Mehrheit der Aussteller und ein grosser Teil der Kunden im Raum Zürich zu finden sind. Wir suchen die Nähe zu den Kunden – einmal hier, einmal da. Es ist kein reumütiges Zurückkehren nach einem gescheiterten Ausbruchversuch. Für die Zukunft ist alles wieder offen.

Der Ruf nach einer eigenständigen Publikumsmesse wird laut. Wie schätzen Sie ihre Chance ein, und wie sollte diese konzipiert werden?

Anfangs der neunziger Jahre gerieten viele Publikumsessen in eine Krise. Kosten und Nutzen klappten mehr und mehr auseinander. Vor allem die grossen Marken fanden Messen immer unattraktiver und zu teuer. Dann kam der Technologieboom und mit ihm wuchs das Informationsbedürfnis. Das half auch den Publikumsessen. Ein umfassendes Produkteangebot macht eine Messe attraktiv. Eine Publikumsmesse, an welcher verkauft wird, ist dabei im Vorteil. Der Besucher,

der sich an der Messe von den Vorteilen eines Produkts überzeugen lässt, will auch gleich günstig kaufen können. Das erhöht den Nutzen der Messe auch für den Aussteller. Vielleicht wäre heute die Zeit reif für Events. Ich denke z.B. an ein Festival der (Digital-)Fotografie. An eine Informationsveranstaltung vermischt mit attraktiven Shows, zeitgemäss aufbereitet.

Herr Widmer, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.