

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 10 (2003)
Heft: 17

Artikel: "Konica Minolta breit im Schweizer Markt abstützen"
Autor: Rehmann, Franz
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-979043>

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: 05.05.2026

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

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

Das Bildergeschäft steht im Argen, weil der Filmverbrauch zurückgeht und Digitaldaten nur auf den Speichermedien bleiben und kaum als haltbare Bilder ausgeprintet werden. Das spürt die Branche, für die das Bildergeschäft von jeher das wichtigste Standbein überhaupt war.

Um konkurrenzfähig zu bleiben, haben die Labors in den letzten Jahren ihre Bilderpreise immer weiter in den Keller gefahren, und jetzt wird das Eis langsam dünn ...

Pro Ciné muss das zur Zeit sehr schmerzhaft erfahren. Nach der Migros-bedingten Entlassungswelle vom letzten Herbst, folgt jetzt die zweite: Weitere 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben den blauen Brief erhalten, damit das Unternehmen wieder auf eine gesunde Basis gestellt werden kann – wie es in der offiziellen Erklärung heisst.

Nicht nur die Marktsituation sondern auch das Bestellverhalten haben sich verändert. Die neuen Anwender müssen sich zuerst daran gewöhnen, dass man Digitaldaten auch kostengünstig in Fotoqualität ausdrucken kann. Dabei wird zuerst selektiert und dann ausgedruckt, während man bislang immer zuerst ausgedruckt und dann selektiert hat.

Urs Tillmanns

fusion: «Konica Minolta breit im Schweizer Markt abstützen»



V.l.n.r.: Franz Rehmann, Yuzo Kitajima, Christoph Dermon, Kazunari Hanada, Max Eppenberger, Tetsuya Numata, Takeji Yada.

Seit 7. Januar 2003 ist die freundschaftliche Fusion von Minolta und Konica beschlossene Sache. Die Schweiz hat als erstes Land den Zusammenschluss umgesetzt. Franz Rehmann, General Manager Konica Minolta Schweiz, zu den Konsequenzen.

Wie ist der aktuelle Stand der Fusion von Konica und Minolta?

Die eigentliche Fusion findet erst jetzt statt, das heisst, die globale Umgestaltung der Firmenstrukturen, Namen und oft auch Änderungen des Firmensitzes wie

in Deutschland beispielsweise. **An welchem Punkt steht die Schweiz?**

Wir sind das erste Land überhaupt, das den neuen Firmennamen offiziell eintragen liess und bereits konsequent in den

Logos umgesetzt hat. Unsere Muttergesellschaft heisst aber immer noch Minolta Europe. **Und wie geht es dort weiter?** Ab Januar/ Februar wird die neue Europazentrale von Konica Minolta in München tätig sein. Ich möchte an dieser Stelle aber nochmals betonen, dass hier keine Übernahme stattgefunden hat, sondern dass es sich wirklich um eine freundschaftliche Fusion unter gleichen Partnern handelt, bei der Synergien genutzt werden sollen.

Welcher Art sind diese Synergien?

Es besteht ein enormes Potential für die Zusammenarbeit in Bereichen wie Laserprinter, Kopierer und Digitalkameras.

Gibt es bereits konkrete Resultate aus dieser Zusammenarbeit?

Das erste Kind der Zusammenarbeit ist die Nachfolgerin der Konica Revio 410, die in der Schweiz als Minolta Dimage G400 verkauft wird. In anderen Län-

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Spiegelreflexsysteme: Seite 6 digitale Halbprofis

showkalender

Sinar zeigt jedes Jahr die Möglichkeiten der professionellen Fotografie, heuer mit Autos.

pixelgiganten

Übersicht über fünf 22-Megapixel-Rückteile, jetzt erhältlich oder demnächst auf dem Markt.

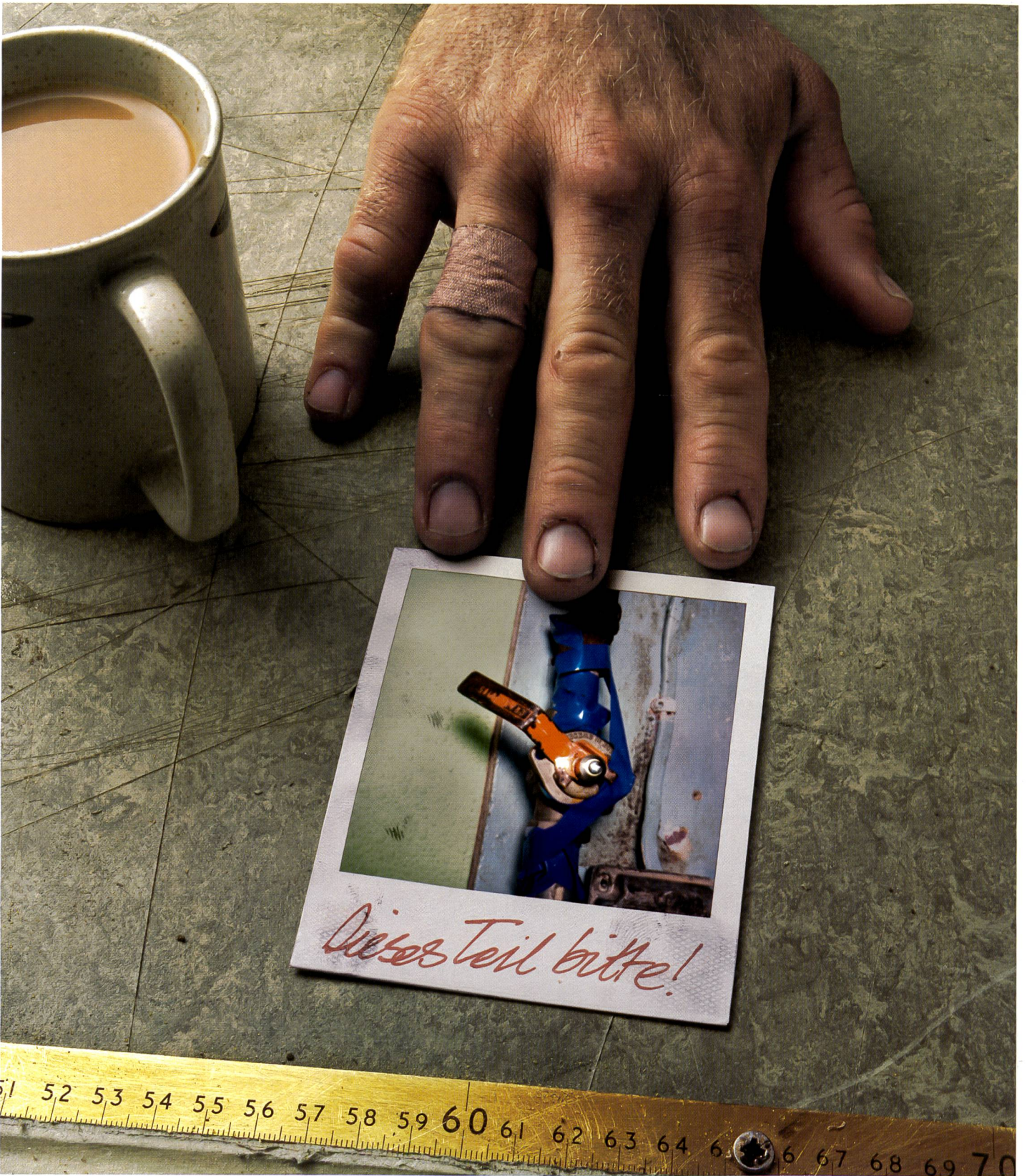
645 magnum

Drei 645er Mittelformatsysteme mit Autofokus gibt es zurzeit – ideal für Digitalrückteile.

Seite 11

Seite 16

Seite 20



Polaroid ist ein eingetragenes Warenzeichen der Polaroid Corp., Waltham, MA 02541, USA.



THE NEW **POLAROID ONE**
instant originals

Fortsetzung von Seite 1

dern wie Deutschland, Frankreich und England wird diese Kamera auch unter der Marke Konica angeboten.

Welche Auswirkungen hat nun die Fusion in der Schweiz auf die Firmenstruktur?

Im Gegensatz zu anderen Ländern sind die Auswirkungen abgesehen von Marketingkosten für die Änderung des Logos, was ja bereits vollzogen ist, minimal. Wir werden auch nur wenig Personal aufbauen müssen für die neuen Bereiche.

Die da sind?

Auf jeden Fall die Konica Filme, die ja bislang in der Schweiz nicht als solche am Markt angeboten wurden. Für die anderen Produkte können wir noch nicht bestätigen, ob diese über uns vertrieben werden, da laufen noch Abklärungen in den nächsten Wochen, der Prozess der Bereinigung ist da noch nicht abgeschlossen.

Aber Filme können ab sofort über Konica Minolta bezogen werden?

Nein, wir werden zuerst den Handel über die Details des Angebotes informieren und dann ein logistisches System aufbauen, das den Anforderungen gerecht wird. Dazu gehören: Filme mit langen Ablaufzeiten, attraktive Papieroberflächen etc..

Wie wollen Sie eine bislang nicht angebotene Filmmarke in der Schweiz einführen, zu allem noch in einem rückläufigen Segment?

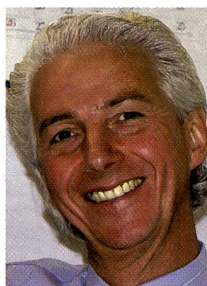
Wir sind noch dabei, eine geeignete Strategie zu entwickeln. Wir sind uns sehr bewusst, dass ein Markteintritt unter den gegebenen Umständen sehr schwierig ist. Der richtige Preis kombiniert mit einer guten Handelsmarge sind hier Schwerpunkte.

Konica Filme werden also als Billigprodukte angeboten?

Wir werden wohl unter den Preisen von Kodak verkaufen müssen. Konica hat aber im Fachhandel für Filme ein gutes Markenimage und ist weltweit die Nummer Drei.

Welches Sortiment wird angeboten werden?

Auch da sind wir noch am Evaluieren. Konica hat ein paar sehr interessante Spezialitäten im Programm, wie ein Infrarot- oder Schwarzweissfilm. Wir werden aber vermutlich nicht die ganze Bandbreite an Filmen anbieten und vielleicht beispielsweise mit einem Triopack ein interessantes Angebot machen.



«Wir wollen den bestmöglichen Preis bei einer für den Händler sehr interessanten Marge erzielen. Das kann ein tiefer Preis sein.»

Franz Rehmann, General Manager Konica Minolta

Wird es auch sogenannte «Single Use» Kameras von Konica geben?

Konica hat drei verschiedene Modelle im Sortiment, eine Schwarzweisskamera und zwei Farbkameras je mit und ohne eingebauten Blitz. Ob wir diese in der Schweiz anbieten werden, wissen wir noch nicht. Weltweit ist dieses Segment am Wachsen, als Alternative zu den Digitalkameras für an den Strand oder für Kinder. In der Schweiz ist das Wachstum aber – vermutlich wegen dem hohen Umweltschutzdenken der Schweizer – nur auf sehr kleinem Niveau.

Wie sieht die Strategie bei den Kameras aus?

Im Januar wurde beschlossen, dass gemeinsam Kameras unter dem Namen Minolta gebaut werden. So wird es in Zukunft wahrscheinlich nur noch Kameras unter der Bezeichnung Minolta geben, obwohl schon heute die Verpackungen der Neuheiten mit Konica Minolta bedruckt sind.

Gibt es Pläne, unter dem Namen Konica eine zweite, vielleicht eine Billigkameralinie zu lancieren?

Nein, es gibt keinen Grund, eine zweite Marke einzuführen, wir haben bei Minolta die Varianten mit verschiedenen Typenzeichnungen.

Welches Wachstum ist durch die Fusion zu erwarten?

Wir haben sowohl in Europa als auch in der Schweiz ein starkes

Wachstum. Minolta hat in der Schweiz das letzte Finanzjahr mit über 30 Mio. Umsatz abgeschlossen und wird im laufenden Jahr den Umsatz um zwanzig Prozent steigern können.

Welchen Anteil wird Konica haben?

In der Schweiz wird sich das anfänglich kaum auswirken. Der

Zusammenschluss wird erst am 1. Januar 2004 voll wirksam werden, weil zuerst die Verhandlungen mit bisherigen Konica Partnern abgeschlossen werden müssen und dann auch die Marke neu aufgebaut werden muss.

Und in Europa?

In Europa war Konica im letzten Jahr mit ca. 300 – 400 Mio. Euro Umsatz gleich stark wie Minolta.

Wie wurde Konica bisher in der Schweiz vertrieben?

Seit der Aufgabe der Konica Vertretung durch Rumitas in den frühen 90er Jahren hat Interdiscount einen Teil des Film- als

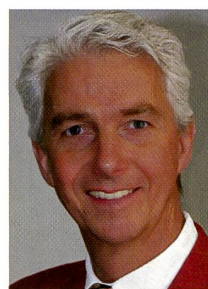
Spiegelreflexkamera einzubauen. Aber es gibt hierzu keine konkreten Ankündigungen.

Wie steht es mit den Minolta Kameraverkäufen?

Wir sind sehr zufrieden. Generell ist aber das Leben als Landesvertretung sehr schwer geworden. Es gibt einige Internethändler, die auf dem Weltmarkt zu tiefstmöglichen Preisen einkaufen. Ausserdem kaufen immer mehr Konsumenten im Internet zu günstigsten Preisen ein. Die Garantieleistungen müssen dann aber wir tragen. Wir können somit im gesamten Handel nur gering über diesen tiefsten Weltmarktpreisen liegen, um überhaupt noch eine Chance zu haben, liefern zu können und dem Handel ein Überleben zu ermöglichen. Auch wenn dieses aufgrund dieser Sachlage für alle Beteiligten immer schwieriger wird. Ein Thema, das nicht in einem Satz behandelt werden kann.

Ist das ein generelles wirtschaftliches Problem?

Bei den Kameras besteht gegenüber allen anderen Produkten der höchste Wert pro Kilogramm, das heisst, ein relativ kleines Paket mit wenig Gewicht aber mit hohem Preis kann verschickt werden. Das macht den Einkauf weltweit interessant.



«Konica Minolta Schweiz hat eine schlanke und effiziente Struktur. Eine gute Chance, die Filme zu attraktiven Preisen anbieten zu können.»

Franz Rehmann, General Manager Konica Minolta

auch Kamerasortimentes exklusiv in der Schweiz angeboten.

Wie geht es weiter mit Interdiscount?

Die Gespräche über die künftige Zusammenarbeit in diesem Bereich müssen zuerst geführt werden. Wir können darüber noch nichts sagen.

Wird es eine digitale Spiegelreflex von Minolta geben?

Rein von der Technologie her ist es nicht abwägig, den Bildstabilisator der Minolta A1 in eine

Wie überlebt eine Importfirma diesen zerstörerischen Preisdruck?

Konica Minolta Schweiz hat eine sehr schlanke Struktur. Wir haben in den letzten Jahren zum Teil schmerzhaft die Kosten gesenkt und können heute mit einer sehr tiefen Bruttomarge arbeiten. Dies ist auch unsere Chance für die Filme, da wir sehr effizient sind trotz hoher Personalkosten. Aus Kostengründen wird auch der Standort Dietikon beibehalten.