

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 15 (2008)
Heft: 12

Artikel: "Der Markt wird rauer, doch der Fachhandel dürfte gewinnen"
Autor: Geuking, Christian / Bechter, Thomas / Müller, Thomas
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-979571>

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>

editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist
und Herausgeber von
Fotointern

Die Würfel sind gefallen, die Resultate der diesjährigen «Qualifikationsverfahren» entschieden. Ehrlich gesagt, ich tue mich schwer mit diesem Unwort. «Lehrabschlussprüfung» sei out – sagt die strenge Staatsgewalt, «QV» müsse es in Zukunft heissen. Als ob sich damit irgend etwas geändert hätte. Die armen Prüflinge (=Qualifikationskandidaten) hatten deswegen nicht einen Schweisstropfen weniger auf der Stirne, und auch die Qualifikatoren, will heissen «Prüfungsexperten» (die heissen, glaube ich, immer noch so) sind dieses Jahr besonders gefordert gewesen. Erstmals wurde ja nach dem neuen Reglement in den drei Fachrichtungen (Fotografie, Finishing, Beratung und Verkauf) geprüft, und, wenn man in den Berichten der Qualifikations-Gurus ab Seite 10 zwischen den Zeilen liest, so haben dieses Jahr wohl beide Seiten etwas mit dem Neuland gekämpft. Wie dem auch sei: Die rund 100 Qualifikationsreüssitanten und -innen stehen vor einem neuen Lebensabschnitt, in dem sich nun beruflich bewähren soll, was sie ihrem Ausbilder zu verdanken haben. Wir von Fotointern gratulieren ihnen herzlich zu ihrem Erfolg und wünschen eine glückliche und erfolgreiche Berufslaufbahn.

Urs Tillmanns

nikon «Der Markt wird rauer, doch der Fachhandel dürfte gewinnen»



Christian Geuking übernimmt neue Aufgaben in Amsterdam. Sein Nachfolger an der Spitze von Nikon Schweiz heisst Thomas Bechter, der von Verkaufsleiter Thomas Müller unterstützt wird. Fotointern hat mit ihnen ein Exklusivinterview geführt.

Herr Geuking: Sie übernehmen neue Aufgaben am Hauptsitz von Nikon Europa in Amsterdam. Wie ist Ihre neue Tätigkeit definiert?

Christian Geuking: Zunächst einmal zeichne ich mich nach

wie vor als Delegierter des Verwaltungsrates für die Nikon Schweiz verantwortlich. Das operative Geschäft hingegen führen Thomas Bechter als General Manager für den Bereich Imaging, unterstützt durch unseren neuen

Verkaufsleiter, Thomas Müller, sowie Lukas Jufer für den Bereich der Mikroskopie.

Seit Herbst letzten Jahres ist Herr Toshiyuki Masai neuer Präsident Nikon Europa, vormals verantwortlich für Nikon USA. Im Rahmen seiner Zielsetzung, Europas Team zu stärken und die Marktposition weiter auszubauen, bin ich gebeten worden, ihn bei Fragen der strategischen Ausrichtung, der Europäischen Organisationsstruktur sowie der Weiterentwicklung des Managements direkt zu unterstützen. **Sie blicken auf sechs Jahre Nikon Schweiz zurück. Was haben Sie in dieser Zeit erreicht?**

Geuking: In den vergangenen Jahren konnten wir unsere Marktposition kontinuierlich verbessern, immer fokussiert auf das Ziel Marktführer in der Schweizer Imaging Welt zu werden. Diese erfreuliche Entwicklung wäre ohne eine gute, vertrauensvolle Kooperation mit unseren Ge-

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

ausbildung

Das Qualifikationsverfahren 08 nach neuem Modus ist durch. Die schönsten Arbeiten auf

Seite 10

Praxistest mit der neuen Nikon D700

Seite 6

panasonic

Bei der Lumix LX3 wurde für einmal nicht die Pixelzahl, sondern der Sensor selbst grösser.

Seite 18

handykamera

Wir lassen eine 5 MPix Sony Ericsson Cam gegen eine fünfjährige 5MPix Kompaktkamera antreten.

Seite 20



At the heart of the image

Begeisternde Fotografie zum Greifen nahe.
Die Nikon D60.



Nikon
D60



10.2
MEGA
PIXEL
WENIG VOLUMEN
VIELE FUNKTIONEN

- Leicht & kompakt
- Integriertes Staubreduktionssystem
- Objektive mit Bildstabilisator
- Benutzerfreundliche Menüführung
- Schnelle und einfache integrierte Bildbearbeitung

EXPEED

Machen Sie den nächsten Schritt unter www.nikon.ch

Fortsetzung von Seite 1

schäftspartnern sowie einem kompetenten, engagierten Team im eigenen Hause nicht möglich. Daher haben wir immer viel Wert auf die verbesserte Zusammenarbeit mit unseren Kunden gelegt, gleichzeitig die eigene Organisation, die Prozesse und das Team an sich, sukzessive auf einen sich verschärfenden Wettbewerb hin ausgerichtet.

Welches waren die wichtigsten Ereignisse während dieser Zeit?

Geuking: Kurz vor meinem Engagement bei der Nikon Schweiz wurde weltweit mit der D1 die erste digitale Spiegelreflexkamera für Profis vorgestellt. 2002 folgten dann mit der D100 und zwei Jahre später mit der D70 Nikon Kameras für den Konsumenten; alle für sich genommen, wichtige Etappen der Produktentwicklung.

Mit den diesjährigen TIPA Awards für die D3, die D300 sowie dem AF-S 1:2,8/14–24mm wurde im Prinzip ein ganzes Nikon System ausgezeichnet. Die Erfahrungen der Profis mit unseren Produkten untermauern den von Nikon eingeschlagenen Weg, bei dem die Qualität des Signals und die Bildaufbereitung Vorrang vor einfacher Pixelmaximierung geniessen.

Herr Bechter: Sie übernehmen die Leitung von Nikon Schweiz zu einem interessanten aber auch schwierigen Zeitpunkt. Die in Sie gesetzten Erwartungen dürften sehr hoch sein.

Thomas Bechter: Wir sind uns einig, dass das enorme Marktwachstum der vergangenen Jahre bald ein Ende hat. Das DSLR-Segment wird sicherlich noch ein bis zwei Jahre weiter wachsen, dann aber, wie bereits das Kompaktsegment, stagnieren oder sogar rückläufig sein. Somit werden alle Marktteilnehmer unter einem erhöhten Druck stehen, jedoch wird es dadurch zu einer weiteren Marktberreinigung kommen, weil sich Teilnehmer, die vom Boom der letzten Jahre profitierten, sich aber nie mit dem Imaging Business identifiziert haben, zurückziehen werden, sowohl auf Produzentenseite wie auch im Handel.

Der engagierte und kreative (Fach)handel wird gestärkt aus dieser Phase kommen. Nikon stellt ausschliesslich optische Highend-Produkte her. Wir verkaufen keine Fernseher, Spielkonsolen, Beamer und Drucker. Die Optik und die damit verbundene Fotografie ist unsere Kernkompetenz und unsere Zukunft. Im Consumer Bereich wollen wir unsere Marktanteile



«Es wird noch Bereinigungen geben, doch wird der engagierte und kreative Fachhandel gestärkt aus dieser Phase hervorgehen.»

Thomas Bechter, CEO der Nikon (Schweiz) AG

weiter ausbauen. Persönlich habe ich kein Problem mit den Erwartungen an meine Person umzugehen, ich weiss ein motiviertes und professionelles Team hinter mir und gemeinsam werden wir unsere Ziele erreichen.

Welches sind die vordringlichsten Aufgaben in den kommenden Monaten und Jahren?

Bechter: Kontinuität ist das Stichwort. Wir werden unsere begonnen Marktbearbeitungsstrategien weiterführen, aber auch laufend überprüfen und anpassen. Handlungsbedarf gibt es bei der Betreuung einzelner Verkaufspunkte sowie beim generellen Auftritt unserer Produkte. **Herr Müller, Sie haben Anfang Mai bei Nikon als Verkaufsleiter begonnen. Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten der einzelnen Verkaufskanäle?**

Thomas Müller: Wie die Telekom-Branche befindet sich auch die Fotobranche in einem schnelllebigen Umfeld. Wettbewerbsvorteile können erzielt werden, wenn Veränderungen nicht als Gefahr sondern als Chance akzeptiert werden. Aus Kundensicht hat jeder Verkaufskanal dann seine Berechtigung, wenn er einen gewünschten Kundennutzen bietet und sich auch entsprechend positioniert. Unabhängig vom Verkaufskanal werden die Partner auf der Gewinnerseite stehen, die Ihre Positionierung konsequent umsetzen.

Seit einiger Zeit schon wird der Handel über Distributoren geregelt, Profis werden mit dem NPS bedient, der ausgelagert wurde. Wie hat sich diese Massnahme bewährt?

Müller: Beim Einführen eines Zusammenarbeitmodells mit ausgewählten Distributoren war es uns wichtig, gewisse Marktsegmente weiterhin direkt zu

bearbeiten. Nikon betreut rund 70 Händler mit 350 Verkaufspunkten direkt. Diese Betreuung wollen wir intensivieren und sind deshalb daran, unser Verkaufsteam aufzustocken. Ein klares Bekenntnis zum Schweizer Fotomarkt.

Unsere Profi-Kundschaft wird von sieben engagierten NPS Stützpunkten mit total zehn Verkaufspunkten in der Schweiz betreut. Seitens Nikon konzentrieren wir uns auf die strategische Bearbeitung des Profi-Segments,



«Der Markt wird rauer. Kurz- und mittelfristig wird das Angebot die Nachfrage nach Kameras überschreiten. Wir sind darauf vorbereitet.»

Christian Geuking, Delegierter des Verwaltungsrates

reflexkamera in kompakter und leichter Ausführung. Sie teilt sich eine Vielzahl innovativer Technologien mit der D3, ist aber, wie die D300, in einem kompakteren Gehäuse untergebracht, welches entsprechend stabil und wetterfest konstruiert wurde.

Wie sieht die Entwicklung im Einsteigersegment aus?

Müller: Das Einsteigersegment ist ein wichtiger Produktbereich in der Schweiz, ist doch die Preisklasse unter CHF 1'000.– in den letzten Monaten gegenüber dem Vorjahr um über 120 Prozent gewachsen. Nikon arbeitet kontinuierlich an der Weiterentwicklung seiner Kameras, doch können wir zu diesem Zeitpunkt keine Auskunft über zukünftige Kameramodelle geben.

Welche Coolpix-Modelle sind an der Photokina zu erwarten?

Müller: In den Nikon Coolpix-Kameras kommt die gleiche, leistungsfähige Bildverarbeitungs-Engine wie in den Spiegelreflex-Profi-Modellen zum Einsatz: Expeed. Die bestehenden Coolpix Modelle decken bereits fast das gesamte Kompaktkamera-Segment ab. Zur Photokina werden wir unsere Modellpalette weiter überarbeiten, insbesondere im Premium Segment können Sie mit Neuheiten rechnen.

wobei das operative Geschäft durch unsere NPS Partner erledigt wird. Erste grosse Erfolge konnten bereits realisiert werden, namhafte Bildagenturen und Fotografen, insbesondere im Sportbereich haben sich für Nikon Produkte entschieden.

Was bedeutet die D700 im Portfolio von Nikon Schweiz. Wie ist die Kamera positioniert?

Bechter: Die D700 schliesst für uns die wichtige Lücke zwischen der D3 und der D300. Die D700 ist eine digitale Vollformat-Spiegel-

Welchen Herausforderungen wird sich Nikon in Zukunft stellen müssen?

Geuking: Der Markt wird rauer. Kurz- und mittelfristig wird das Angebot die Nachfrage nach Kameras überschreiten. Für den daraus resultierenden intensiveren Wettbewerb fühlt sich die Nikon Schweiz dank unseres professionellen Teams in Egg, der guten Unterstützung durch die Europazentrale, vor allem aber dank der starken Produktpalette bestens vorbereitet.