

FOTOGRAFIE Wiener Unternehmer entwickelt neuen Film für Polaroidkameras

Unerwartetes Comeback der Sofortbildkameras

Im Schatten der Digitalkameras feiern Instantkameras ein Comeback. Heuer sollen neue Kameras und ein neuer Instantfilm auf den Markt kommen.

Menschen in ihren Dreißigern geraten regelmäßig ins Schwärmen, sobald die Rede auf Sofortbildkameras kommt. Doch nachdem Handys nun fast flächendeckend über eine Kamera verfügen, schienen die verwackelten, oft überbelichteten Bilder endgültig ein Ding der Vergangenheit zu sein. Auf der CES in Las Vegas ließ Polaroid jedoch mit der Nachricht aufhorchen, dass heuer wieder eine analoge Kamera auf den Markt gebracht werden soll.

Film neu entwickeln

Die Sofortbild-Fotografie findet auch heute immer noch ihre Fans. Neben privaten Nutzern sind es vor allem Profi-Fotografen, die die Eigenschaften des Sofortbildes für ihre Arbeit schätzen.

Nach der Ankündigung von Polaroid, 2008 die Filmproduktion einzustellen, hat momentan nur Fujifilm Instantkameras und passende Filme im Sortiment. Mit der Instax 210 wurde 2009 sogar wieder eine neue Kamera auf den Markt gebracht. „Die Nachfrage danach ist so groß, dass wir mit der Produktion nicht nachkommen“, sagt Stephan Althoff, Produktmanager bei Fuji Deutschland. Genaue Verkaufszahlen wollte das Un-



„Der schnellen Welt etwas entgegensetzen“, will Florian Kaps. Er arbeitet unter der Bezeichnung „The Impossible Project“ an der Neuentwicklung von Instantfilmen.

ternehmen jedoch nicht nennen. Auch der deutsche Photoindustrie-Verband erhebt keine genaue Statistik zum Sofortbild-Markt. Ausgegangen wird jedoch von einem „sehr kleinen, aber interessanten, Nischenmarkt“.

Von immerhin rund 300 bis

500 Millionen Polaroidkameras

weltweit geht Florian Kaps aus; keine schlechte Grundlage. Vor einigen Jahren startete er einen schwungvollen Internethandel mit alten Polaroid Film-Restbeständen. Internationale Aufmerksamkeit erlangte der Wiener, als er im

Oktober 2008 Polaroid die letzte noch verbliebene Fabrik für Instantfilm im holländischen Enschede abkaufte.

Finanziert wurde der Kauf von privaten Investoren. Für das Projekt sei kein Venture Capital aufzutreiben gewesen, erzählt Kaps: „Niemand glaubte, dass wir es schaffen können, wenn sogar Polaroid

ZAHLEN

3 Mrd. Dollar

Polaroid erlebte in den späten 70er-Jahren seine Hochblüte. 20.000 Menschen waren bei dem Unternehmen beschäftigt. 3 Milliarden \$ Jahresumsatz wurden damals erzielt. Zum Vergleich: Heute sind es noch rund 500 Millionen \$. In den vergangenen zehn Jahren musste Polaroid zweimal Insolvenz anmelden: 2001 wurde der Umstieg auf die Digitaltechnik verschlafen; 2008 wurde das Unternehmen in einen Betrugsfall um den damaligen Besitzer, den Investor Thomas Petters, verwickelt.

die Fabrik schließt.“ Nicht zuletzt, weil die Fabrik 2008 bei 30 Millionen verkauften Filmen noch einen Gewinn von 180 Millionen € erzielte.

Seit Ende 2008 wird in Enschede unter der Bezeichnung „The Impossible Project“ an der Entwicklung eines neuen Instantfilms gearbeitet. Schwarzweißfilme sollen ab Ende Februar erhältlich sein, Farbfilme wenig später. Allerdings nicht unter dem Namen Polaroid. „Wir dürften uns zwar so nennen“, sagt Kaps. Dann würden jedoch Gebühren an Polaroid für die Nutzung des Markennamens fällig. „Es gibt aber laufend Gespräche mit Polaroid“, sagt Kaps. So soll es für die heuer geplante neue Kamera eine limitierte Filmserie aus Enschede geben.

BEATRICE BÖSIGER
beatrice.boesiger@wirtschaftsblatt.at

USA

Google-Handy enttäuscht

Große Aufregung unter Technik-Fans, viele Gerüchte und am Ende doch einige Stolpersteine während der ersten Gehversuche: Googles eigenes Handy „Nexus One“ hat US-Käufer zum Teil schwer enttäuscht, wie die New York Times berichtet. Das große Problem des Internet-Giganten ist dabei die fehlende Support-Infrastruktur: Wer ein Problem mit seinem Google-Handy hat, kann in keinem Call Center anrufen, sondern bloß ein E-Mail an Google senden. Laut New York Times warten die Kunden teils mehrere Tage auf eine schriftliche Antwort.

Laut Blog des Netzkultur-Magazins „Wired“ kämpfen die Kunden hauptsächlich mit der 3G-Verbindung. Diese springe manchmal ohne den Willen des Nutzers von 3G auf EDGE um, heißt es.

Im Alleingang

Google hatte sein eigenes Handy „Nexus One“ am 5. Jänner präsentiert und bietet es seitdem in ausgewählten Ländern online zum Verkauf an; der Österreich-Start ist noch ungewiss. Es läuft auf dem Betriebssystem Android 2.1 und kostet in den USA umgerechnet 370 €. (stm)

IN KÜRZE

Internet löst sich nun vom PC

München. Laut einer Studie des Marktforschers Gartner wird das Handy bis 2013 den PC als gängigstes Gerät für den Zugang ins Internet ablösen. Dann soll es weltweit rund 1,8 Milliarden Handys mit Web-Fähigkeit geben; die Zahl der Computer werde knapp darunter liegen. Die Gestalter von Websites müssten daher noch mehr als bisher auf die Nutzung auf kleinen Bildschirmen Rücksicht nehmen, heißt es seitens Gartner.

Bulgarien: Streit um Datenschutz

Sofia. Nicht nur in Österreich, auch in Bulgarien ist der Datenschutz im Moment ein politisch heikles Thema: Die Regierung will dem Innenministerium leichteren Zugriff auf Kommunikationsdaten erlauben, speziell auf E-Mails und Handy-Gespräche. Die entsprechende Gesetzesänderung war in einer ersten Lesung bereits im Dezember verabschiedet worden, nun steht die zweite Lesung bevor. Die Opposition warnt aber vor „Big Brother“-Zuständen.

WEB 2.0 Wiener baut Web-Community auf, bei der sich die Mitglieder gegenseitig unterrichten

Online-Sprachportal macht Schüler zu Lehrern

Über den Nutzen diverser Web 2.0-Anwendungen darf gestritten werden – ob Facebook wirklich etwas für das berufliche Fortkommen bringt, ist fraglich. Im Fall von Bernhard Niesner und seiner Web-Plattform busuu.com steht aber zweifellos fest: Der Community-Gedanke schafft handfeste Vorteile. Das Sprachlernportal busuu.com baut nämlich nicht auf teure Software oder ausgeklügelte Technologien zum Lernen, sondern auf die Kenntnisse seiner Mitglieder: Neben grundsätzlichem Lernmaterial in fünf verschiedenen Sprachen (u. a. Deutsch, Englisch, Spanisch) werden mittels direkter Kommunikation mit anderen Usern, die die ge-

wählte Sprache als Muttersprache haben, die Fertigkeiten verbessert. So sind die Lehrer zugleich auch Schüler – und umgekehrt.

Der Wiener Bernhard Niesner hatte busuu.com gemeinsam mit dem Liechtensteiner Adrian Hiltl 2008 in Madrid gegründet, wo er einen MBA-Lehrgang besuchte. Er wollte die Trends des Web 2.0 und die Zuwachsraten am Markt für Sprachtrainings ausnutzen – derzeit werden pro Jahr rund 83 Milliarden Dollar dafür ausgegeben, sagt Niesner.

Er baut dabei auf ein sogenanntes Freemium-Modell, das bedeutet: Die Basisnutzung von busuu.com ist gratis, eine Premium-Mitgliedschaft kostet knapp acht € pro



Bernhard Niesner hilft mit busuu.com beim Lernen

KOOPERATIONEN

Anfang der Woche hat busuu.com eine Kooperation mit dem Sprachlern-Verlag Pons gestartet. „In einem ersten Schritt werden wir unseren Usern Materialien von Pons auf unserer Website anbieten“, sagt busuu-Gründer Niesner, der diese Zusammenarbeit als gutes Beispiel dafür sieht, dass etablierte Verlage verstärkt auf junge Web 2.0-Unternehmen setzen. Pons erhofft sich Zugang zu neuen Zielgruppen, wie es aus dem Konzern heißt. Busuu wiederum strebt weitere Kooperationen an, etwa mit Unis und anderen Bildungseinrichtungen; diesbezügliche Gespräche in Spanien laufen bereits.

Monat. „Über Werbeeinschaltungen ist eine solche Community nicht finanzierbar“, sagt Niesner. 250.000 User haben sich bisher registriert, laut Niesner kommen täglich tausend dazu; heuer soll die Million-Grenze geknackt werden. „Wir arbeiten fast kostendeckend“, sagt Niesner, der Investoren sucht, die „unser globales Wachstum finanzieren.“ Das sollten etwa Risikokapitalgeber mit Web-Erfahrung sein. „Wir suchen aber auch Investoren, die neben finanzieller Unterstützung weiteres Know-how oder Kontakte einbringen.“ Entsprechende Gespräche würden bereits laufen, vor allem in Spanien und England, aber auch in Österreich. (rp)

Hier Umsatz steuern.

Diesen Anzeigenraum können Sie buchen.

Kontakt: Tel: 601 17 193. Fax: 601 17 525. e-mail: anzeigen@wirtschaftsblatt.at

Klare Entscheidung.

WirtschaftsBlatt