

Aus Beeli wird Hama, "weil alle unsere Töchter Hama heissen"

Autor(en): **Thomas, Christoph / Alten, Jürgen**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **5 (1998)**

Heft 3

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979835>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fach-
publizist und
Herausgeber von
FOTOintern

Jahrelang hat man den Studentenummelplatz nicht ernst genommen, und jetzt ist das Internet plötzlich unverzichtbar. Es ist nicht nur eine der wichtigsten Informationsmedien in allen Bereichen (auch für die Fotografie!), sondern es mausert sich zum schnellen und salonfähigen Briefersatz. Eine Notiz über E-Mail kostet kein Porto und ist (fast) augenblicklich beim Empfänger. Wer E-Mail hat, möchte es nicht mehr missen, und schon alleine diese Eigenschaft des Internet wäre es Wert, sich «internetfähig» auszurüsten. Was es dazu braucht, steht in einem Grundlagenartikel auf Seite 7. Internet kommt mir manchmal ähnlich vor wie damals der elektrische Strom in den ersten Haushaltungen. Es gab Häuser, die nach dem Eindunkeln hell erleuchtet waren, und andere, in denen der schummrige Lichtschein einer Kerze oder einer Petrolampe ausgemacht werden konnte. Die einen hatten's – und die andern eben nicht. Und genauso trennt heute Internet unsere Gesellschaft: Die einen haben's – und die andern eben (noch) nicht.

Urs Tillmanns

Aus Beeli wird Hama, «weil alle unsere Töchter Hama heissen»

Was gerüchtehalber schon lange die Runde machte, wird Wirklichkeit: Die Firma Beeli AG wird in Hama Technics AG umbenannt und gehört damit zum Hama-Konzern. Wir wollten Hintergrundinformationen und haben uns mit dem Hama-Geschäftsführer Christoph Thomas und Jürgen Alten unterhalten.

FOTOintern: Herr Thomas, die Namensänderung von Beeli AG in Hama Technics AG überrascht wahrscheinlich niemanden. Welches sind die Gründe dafür?

Christoph Thomas: Es gibt eigentlich zwei: Erstens ein formal-juristischer, weil der Name Beeli AG die Vermutung aufkommen lässt, dass die Familie Beeli noch an der Firma beteiligt sei. Dies ist schon lange nicht mehr der Fall. Das Unternehmen ist eine hundertprozentige Hama-Tochter. Übrigens, alle unsere Tochterfirmen heissen

Hama, und es gibt keinen Grund, weshalb die Schweiz dabei eine Ausnahme machen sollte. Zweitens: Der Name Hama verfügt insbesondere in der Unterhaltungselektronik über eine grössere Markenbekanntheit als der Name Beeli, der besonders bei Neukunden immer wieder erklärt werden muss.

FOTOintern: Nun führt die Schweizer Niederlassung neben Hama auch noch andere Marken. Wird dies auch in Zukunft so sein?

Jürgen Alten: Sicher, das ist auch bei unseren anderen



Von Beeli zu Hama: Christoph Thomas und Jürgen Alten informieren.

Niederlassungen der Fall. Unsere Partner werden durch diesen Schritt insofern profitieren, als man den Namen Hama mehr mit Fotografie in Verbindung bringt als den früheren Namen Beeli.

FOTOintern: Unsere Branche ist im Umbruch wie noch nie. Neue Märkte öffnen sich. Wie geht es Hama?

Thomas: Sehen Sie, gerade dieser Umbruch zu neuen Märkten hat Hama zu einer Neuorientierung bewegt, in

Fortsetzung Seite 3

4 SVPG

Am 25./26. Januar fand in La Neuveville die 63. Generalversammlung des SVPG statt. Eine Zusammenfassung der wichtigsten Themen steht auf Seite 4.

13 Filme

Auf der PMA wurde eine Reihe neuer Filme gezeigt. Hier eine Vorabinformation. Die PMA-Neuheiten bilden das Hauptthema unserer nächsten Ausgabe.

5 Gewinner

Die Lose der zef-Lotterie sind gezogen – die Gewinnernummern bekannt. Eine Liste der 30 Gewinn-Nummern ist auf Seite 5 abgedruckt. Viel Glück.

14 Leica

Modellpflege bei der Leica M6. Was der neue Sucher des zusätzlichen Kameramodells für Praxisvorteile bietet, steht auf Seite 14.

6 zef

Die Fotoberufe sollen mit einem eidgenössischen Diplom aufgewertet werden. Eine Idee, die weiterverfolgt werden sollte. Hier die Erstinformation.

14 Herma

Neues Papiersortiment mit elf verschiedenen Spezialpapieren für Inkjet-Ausdrucke. Welches Papier für welchen Zweck, steht auf Seite 14.



Sieger EISA Awards '97/98
 Der EPSON Stylus Photo wurde von den 40 führenden Fachmagazinen aus 18 Ländern zum weltweit besten Fotodrucker gewählt!



EPSON macht mehr aus Ihren Fotos

Früher kam die Vergrößerung als Abzug aus dem Labor.
 Heute kommt sie aus dem neuen EPSON Stylus Photo-Drucker.

EPSON Photo PC 600

Mit der Digitalkamera EPSON Photo PC 600 können Sie Fotos auch direkt – ohne Umweg über den PC oder Mac – auf dem EPSON Stylus Photo produzieren. Einfach abdrücken, anschliessen und ausdrucken. Der integrierte Druckertreiber garantiert Fotoqualität in den verschiedensten Formaten.

Die Photo PC 600 schießt digitale Bilder der XGA-Klasse, mit einer brillanten Auflösung von 1024 x 768 Pixel und ist Teil der Komplettlösung EPSON Photo Studio.



Fr. 1450.–



EPSON Stylus Photo
Fr. 848.–
 Referenzpreis inkl. MWST
 Das persönliche Fotostudio

Auch als Normal-Drucker einsetzbar.

EPSON Stylus Photo-Drucker

Der neue EPSON Stylus Photo druckt Fotos in den unterschiedlichsten Formaten bis A4 bzw. bis 20 x 28 cm – mit der immer gleichen, einzigartigen Brillanz – ganz gleich, ob die Daten auf der Festplatte über den Filmscanner, den Flachbettscanner oder die digitale Kamera eingelesen wurden. Dank Piezo-Technologie und sechs Druckfarben liefert er kräftige, leuchtende Farben und brilliert auch bei Pastell- und Hauttönen. Und mit der im Lieferumfang enthaltenen Bildbearbeitungssoftware LivePix können Sie noch mehr aus Ihren Fotos herausholen. Sie ermöglicht es Ihnen, z. B. Farben zu optimieren, Hintergründe zu verändern, den Kontrast zu verbessern und vieles mehr.

Bitte senden Sie mir weitere Produktinformationen.

Name

Strasse

PLZ/Ort

Excom AG, Moosacherstrasse 6, Au, 8820 Wädenswil
 Info-Service: d 01 / 782 25 13, f 021 / 621 92 20
 Telefon 01 / 782 21 11, Fax 01 / 781 13 61
 Internet: www.excom.ch

EPSON
 TECHNOLOGIE, DIE ZEICHEN SETZT.

Fortsetzung von Seite 1

der die besprochene Firmenumbenennung nur eine logische Folge ist. Wir haben vor einigen Jahren die Weichen gestellt und sind ausser dem Fotobereich noch in anderen Branchen tätig.

FOTOintern: In welchen, und wie kam es dazu?

Thomas: Bis 1980 konzentrierte sich Hama ausschliesslich auf Fotoprodukte. Dann brach das Video-Zeitalter an, was uns die Möglichkeit bot, in Camcorder-Zubehör zu diversifizieren. Und damit war der Einstieg in die UE-Branche vorprogrammiert. Die Fortsetzung lässt sich erahnen: Die digitale Fotografie hat den Fotografen den Computer näher gebracht, und so ist es naheliegend, dass wir nun auch Computer-Zubehör anbieten.

FOTOintern: Welchen Umsatzanteil erzielen Sie in den einzelnen Segmenten?

Thomas: Der Löwenanteil ist heute die Unterhaltungselektronik mit rund 50 Prozent, dies aber nur, weil wir auch die Zubehöre der Mobilkommunikation dazuzählen – ein gigantischer und boomender Markt. Dann kommt Foto mit etwa 30 Prozent hinzu und schliesslich Computerzubehör mit etwa 20 Prozent.

FOTOintern: Das heisst, die Fotografie ist auf Talfahrt ...

Thomas: Könnte man meinen, ist aber nicht so. Foto ist nicht weniger geworden, sondern wir sind damit gewachsen. Das einzige, was im Fotobereich rückläufig ist, ist das Geschäft mit dem Diazubehör und den Camcorder-Accessoires. Deshalb positionieren wir Foto neu: Wir verkaufen nicht nur Fotozubehör, sondern wir sehen uns als 'Rund-ums-Bild'-

Anbieter. Das ist das Konzept, welches wir zur Zeit dem Handel vorstellen.

FOTOintern: Das heisst, dass nicht mehr Drahtauslöser und Linsenreinigungspapier im Vordergrund stehen, sondern die Bildpräsentation.

Thomas: Richtig. Attraktive Präsentationsformen für Bilder sind immer wichtiger. Nehmen Sie irgendeine Vergrösserung, und halten Sie sie vor einen Rahmen. Sie sehen, sie gewinnt sofort an Wert, und ihre Bildaussage wird gesteigert. Wir werben die Fotografie auf, und der Handel hat eine gute Chance, damit Zusatzverkäufe mit guten Margen zu erzielen. Er muss lernen, nach oben zu verkaufen, und zwar just zu dem Zeitpunkt, wo der Kunde sein Bild beim Abholen das erste Mal sieht und Spass daran hat.

FOTOintern: Wie entwickelt sich denn das Geschäft in der Unterhaltungselektronik?

Thomas: Der Einstieg gelang uns damals über Camcorder-Zubehör, wo wir ein Vollsortiment anboten – Videoleuchten, Kabel, Stecker, bis zum Polfilter. Das Camcorder-Geschäft entwickelte sich rückläufig, und die Geräte waren bei allem Preiserfall immer besser ausgestattet. Es brauchte kaum noch Zubehör. Aber gleichzeitig mit diesem Rückwärtstrend kamen die Handys auf. Und das war unsere Chance, um in der UE-

Branche präsent zu bleiben und den Umsatz enorm zu steigern. Und jetzt zurück zu unserem Namenswechsel: Gerade in der Unterhaltungselektronik ist der Name Beeli erklärungsbedürftig, während Hama seit Jahren eine gut eingeführte Marke ist.

FOTOintern: Handy-Zubehör als Expansionshelfer?

Thomas: Absolut. Im Zubehörbereich der Mobilkommunikation ist Hama heute die unbestrittene Nummer eins. Taschen, Ladegeräte, Akkus, Autoeinbau, Freisprecher – alles ...

FOTOintern: Herr Alten, Sie haben ja wahr-scheinlich mit Ihren Kunden als 'Herr Hama, Schweiz' schon erste Gespräche geführt. Wie kommt die Neuerung an?

Alten: Bisher waren die Reaktionen durchwegs positiv. Die Umbenennung war schon lange fällig, doch liess uns der gute Geschäftsgang mit seiner Hektik schlicht keine Zeit, uns damit zu befassen. Aber mit den heutigen Marktverlagerungen und dem immer breiteren Sortiment von Hama muss Klarheit herrschen, wer hinter der Firma steckt.

FOTOintern: Marktverlagerungen? Welche?

Alten: Alles ist doch in Bewegung, und zwar branchenübergreifend. Was früher für das Labor ausgegeben wurde, wird heute in Bildbearbeitung am PC investiert, und wer



Christoph Thomas: «Attraktive Präsentationsformen für Bilder sind immer wichtiger.»



Auch hier wird demnächst ein Firmenschild ausgewechselt...

früher in HiFi investiert hat, braucht jetzt zuerst einmal ein neues Handy. Dabei ist der Freizeitfranken nicht kleiner, sondern grösser geworden. Und in allen diesen Bereichen hat Hama dem Handel ein interessantes Sortiment anzubieten.

FOTOintern: Nochmals zurück zum Fotohandel. Hama ist nicht einziger Zubehöranbieter. Kaiser und Rowi sind zwei weitere bekannte Namen. Worin unterscheiden sich die drei deutschen Zubehörlieferanten?

Thomas: Sie sind weniger Konkurrenten als früher, weil sie ihre Sortimente unterschiedlich ausgebaut haben. Kaiser hat sich ganz klar auf das professionelle Angebot konzentriert, mit Schwergewicht Leuchtplatten und Reprogeräten. Darin sind sie auch Marktführer. Rowi pflegt einen Nischenmarkt fotografischer Zubehörteile mit einer beachtlichen Vielfalt. Hama richtet sich im Fotobereich vor allem auf die Bildpräsentation aus. So pflegt jede der drei Firmen eine bestimmte Produktlinie, und ich glaube, langfristig ist dies der einzige Weg, um nebeneinander überleben zu können. Einfach gesagt, wir kommen uns heute weniger ins Gehege als früher.

FOTOintern: Meine Herren, wir danken Ihnen bestens für dieses Gespräch.

Haben Sie FOTOintern abonniert?
einfach Fr. 48.- auf das Postkonto 82-9013-4 einbezahlen