

"Mit Zubehör ist jeder Kunde eine neue Chance im Handel"

Autor(en): **Alten, Jürg**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **10 (2003)**

Heft 18

PDF erstellt am: **09.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979048>

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.

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

In den belebten Strassen Tokios sieht man kaum jemanden, der kein Handy gut sichtbar auf sich trägt – die meisten haben es gerade am Ohr. Und ein Besuch bei Yodobashi, dem grössten Retailer Japans bestätigt, dass es praktisch keine Mobiltelefone mehr ohne integrierte Kameras gibt. Wer etwas auf sich hält, muss nicht nur überall erreichbar sein, sondern er muss auch jederzeit seinem neugierigen Bekann-tenkreis zeigen können, wo er gerade was sieht.

Ob die Qualität der Bilder in Japan besser ist? Und wie ist sie bei uns eigentlich?

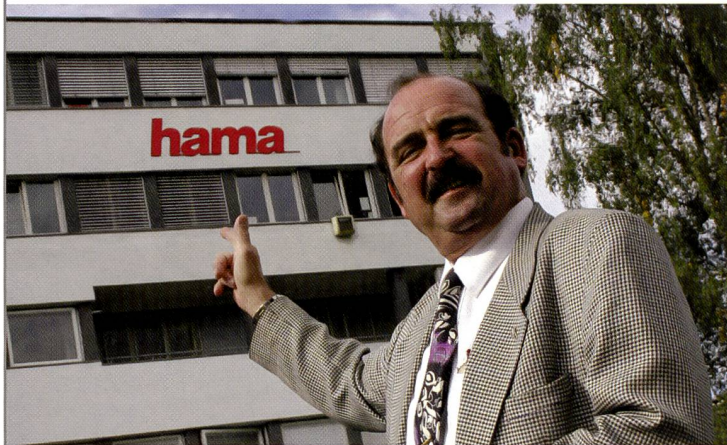
Wir wollten es genau wissen und haben die geläufigsten Foto-Handys genauer unter die Lupe genommen.

Wie die Bilder sind? Lausig! aber sie sind auf einem sicheren Weg zur Besserung. Bereits gibt es Kameras mit VGA-Auflösung, und die Modelle mit 1,3 Mpix sind in der Pipeline Japans und dürften im nächsten Frühjahr bei uns auf den Markt kommen.

Was heisst das für uns? Augen auf! Sie kommen, die Bilder-Handys – und wir müssen darauf vorbereitet sein, dass ein Kunde in den Laden kommt, uns ein Handy hinreckt: «Bitte je ein Abzug.» «Aber gerne, kommt sofort ...».

Urs Tillmanns

hama: «Mit Zubehör ist jeder Kunde eine neue Chance im Handel»



Das deutsche Unternehmen Hama hat sich in den letzten Jahren zum Elektronikspezialisten gewandelt. Weshalb der Fotobedarf nach wie vor eine zentrale Rolle spielt – ein Gespräch mit Jürgen Alten, Geschäftsführer Hama Schweiz.

Wie gross ist das Angebot von Hama zurzeit?

Wir haben 19'000 Artikel in fünf verschiedenen Haupt-Katalogen, dazu kommen immer kleine Zusatzkataloge. Jede Woche kommen rund 50 Neuheiten

dazu. Die Bereiche umfassen Foto, Video und Digital, Multimedia, Bildzubehör wie beispielsweise Bilderrahmen, Telekommunikation und den ganzen Kabelbereich für Computer und Home Entertainment.

Welche Rolle spielt das Fotozubehör?

Nach wie vor sind rund 30 Prozent des Umsatzes im Fotozubehörhandel, wobei diese Zahl schwierig zu verifizieren ist. Zwar sind die analogen Teile rückläufig, wie Deckel, Pinsel usw., dafür sind aber neu die Speicherkarten dazugekommen, die in der digitalen Fotografie eine wichtige Rolle spielen, bei uns aber nicht alle dem Fotozubehör zugeordnet werden können.

Hat das auch Auswirkungen in der Vertriebsstruktur?

Das Digitalzubehör wird mehr über den Flächenhandel vertrieben. Nicht umsonst sind in den letzten zehn Jahren 13 Mediamärkte in der Schweiz aufgegangen, mit grossem Erfolg. Wir schätzen natürlich jeden Einkäufer, unterstützen aber nach Kräften den Fotofachhandel. Dort ist jeder Kunde, der zur Tür hineinkommt eine Chance, und das Zubehör eine gute Möglichkeit, Geld zu verdienen. Der Händler

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Fotohandys: Seite 6
Was taugen die Bilder?

epon japan

Mehr als einer der führenden Hersteller von Druckern; Besuch beim Technologiekonzern

rohdaten

Diverse Software um das Maximum aus Digitalkamera-Rohdaten herauszukitzeln

sigma sd10

Die einzige Kamera mit dem Foveon Dreischichtensensor hat eine verbesserte Nachfolgerin

Seite 10

Seite 12

Seite 21

Mit Anschluss an die Elite.



At the heart of the image

WECHSELOBJEKTIVE



ZUSATZ-POWER



EXTERNE BLITZE



SOFTWARE



NIKON D100. Die ideale Digitalkamera zu Ihren guten Vorsätzen: Eingebettet ins legendäre Nikkor-Objektivsystem. Ausgestattet mit allem, was Könnern brauchen. Eine wahre Karriereleiter, falls Sie bisher unter ferner liefen. > 6,1 Megapixel > 3D-Matrix-Bildsteuerung > bis 2,5 B/s > integrierter D-TTL-Hochleistungsblitz > Rauschunterdrückung > Fünffeld-AF > Zusätzlicher optischer Sucher mit einblendbaren Gitterlinien > Optionales Multifunktions-Batteriepack mit Zweitauslöser und Audiofunktion > Für CompactFlash™ Speicherarten. Nikon AG, Telefon 01 913 61 11, eMail nikon@nikon.ch, www.nikon.ch

Mit Gratis-Zugriff auf Ihr persönliches Internet-Fotoalbum Nikon FotoShare.

Nikon
FotoShare

Fortsetzung von Seite 1

muss einfach seine Position gegenüber den Grossfachmärkten finden, wobei er sich durchaus auch über einen absolut wettbewerbsfähigen Preis positionieren kann, vor allem aber durch Beratung.

Welches sind die wichtigsten Vertriebskanäle für Hama Produkte?

Ein Schwerpunkt liegt ganz sicher immer noch im Fotofachhandel. Je nach Produkten sind wir aber auch im Radiofachhandel und mit den Massenprodukten sehr gut in den Grossfachmärkten mit grossen Flächen vertreten.

Und wie sieht es mit den Umsätzen in der Schweiz aus?

Beim Zubehör ist zum Glück der Margenschwund nicht so drastisch wie bei der Hardware, ausgenommen bei den Speicherkarten, die eine relativ schlechte Marge haben. Durch natürliche Geschäftsaufgabe, vor allem aber durch Schliessung gibt es immer weniger Verkaufsstellen – besonders im Fotofachhandel – die den Umsatz machen.

Im Zubehörhandel liegt aber ein grosses Potential für die Fachgeschäfte und zu Unrecht fristet das Zubehör ein wenig ein Schattendasein.

Ist es aber für den Händler nicht einfach unattraktiv, so viele Teile an Lager zu nehmen?

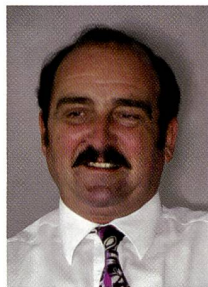
Klar kann ein Händler nicht alles am Lager haben. Hama Schweiz hat aber zu 95 Prozent die Artikel des gesamten Sortimentes an Lager, rund 15000 Teile, und kann sofort liefern. So braucht der Händler nicht alles an Lager zu haben. Wir vertreiben pro Jahr über eine Million Teile in der Schweiz.

Wie unterscheiden sich Schweizer und Deutscher Markt?

Zum Teil hat sich das Kundenverhalten angeglichen, die Schweizer Kunden sind wie die Deutschen zu Schnäppchenjägern geworden, aber sie sind den nördlichen Nachbarn noch voraus im technischen Interesse. Die Schweizer wollen stets das Neueste und in Top-Qualität. Die Schweiz ist auch ein interessanter Testmarkt zum Beispiel für

Computer, mit guten Profiten. **Was produziert Hama selbst und was sind zugekaufte Produkte?**

Hama ist einer der wenigen Zubehöranbieter mit eigenen Entwicklungs- und Designabteilungen. So etwas ist natürlich nur dann rentabel, wenn ein sehr hohes Umsatzvolumen dahinter



«Wir haben zwar die Rezession nicht gespürt, wir mussten uns aber für den Mehrumsatz auch wesentlich mehr anstrengen.»

Jürgen Alten, Geschäftsführer Hama Schweiz

steht, wie es bei Hama der Fall ist. Ein Grossteil der Produktion von Hama Artikeln erfolgt dann als Auftragsfertigung bei Vertragsherstellern, welche sich strikt an die Hama Qualitätsvorgaben halten. Wir haben auch 100 prozentige eigene Fertigungsbetriebe, wie beispielsweise unsere Bilderrahmenfabrik in Tschechien mit über 150 Mitarbeitern. Hama betreibt intensive Marktforschung und reagiert sehr schnell auf Trends. Dadurch ist die Firma weltweiter Marktführer im Zubehör, mit rund 1650 Mitarbeitern. Der Schweizer Vertrieb ist eine Tochterfirma von Hama Deutschland.

Stellt Hama auch für andere Marken Produkte her?

Hama stellt unter anderem die kleineren Taschen für Samsonite her – übrigens eine Kunde mit sehr hohen Qualitätsansprüchen –, aber hat auch Gastmarken wie Plantronics, SanDisk (Speichermedien) oder Tasco.

Die Telekommunikationsbranche boomt, hält Hama mit dem Zubehör da mit?

Der Zubehörmarkt für Mobiltelefone stagniert. Der Grund liegt im Trend zu den neuen Mode-Handies, die sehr einfach ausgestattet sind, ohne Bluetooth und für die auch kaum Zubehör wie Täschchen oder Ladegeräte gekauft wird.

Welcher Bereich hat dann die grösste Zuwachsrate?

Multimedia liegt sehr im Trend,

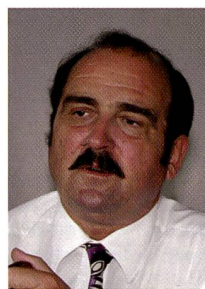
Home Cinema mit beleuchteten Leinwänden etc..

Aber auch bei den Computern gibt es einen Trend, den Hama anführt: PC-Moding. Die handelsüblichen Computer werden beispielsweise mit Plexiglas-Gehäusen und mit Neonlichtern zu blinkenden und leuchtenden Boxen etc..

Und die Kabel für Computer und den Heimbereich?

Hier ist die Schweiz ein schwieriger Markt für uns. Es ist wie bei den Autos, die Computer in der Schweiz werden sehr gut ausgerüstet verkauft, im Gegensatz zu Deutschland, wo kaum ein Kabel dabei ist. Hinzu kommt die immer stärker spürbare Entwicklung zu kabellosen Verbindungen wie Bluetooth und Wireless LAN. **Welches Zubehör für die Unterhaltungselektronik ist besonders im Aufschwung?**

Stark im Trend liegt alles, was der Aufbewahrung von CD Rom dient,



«Der Schweizer Kunde ist zum Schnäppchenjäger geworden. Trotzdem ist es ein Markt für topausgestattete Geräte und Zubehör.»

Jürgen Alten, Geschäftsführer Hama Schweiz

welche ja auch für die digitale Fotografie als Speichermedien Verwendung finden: Schutzhüllen, Aufbewahrungssysteme etc..

Was sind die Renner bei den Hama-Produkten?

Sehr gut laufen die Speicherkarten und die erwähnten CD-Aufbewahrungen. Aber auch die USB-Sticks sind sehr beliebt und nicht zuletzt verkaufen wir mehrere hunderttausend Stück Audio-Videokabel für Home Entertainment-Produkte pro Jahr.

Wie gross ist Hama Schweiz heute?

Zurzeit sind es 33 Mitarbeiter hier in Fällanden, in den letzten zehn Jahren haben wir um 12 Mitarbeiter aufgestockt. Der Umsatz nimmt jährlich im zweistelligen Prozent-Bereich zu.

Ist der Umsatz saisonal unterschiedlich?

Jetzt fängt das Weihnachtsgeschäft an und erfahrungsgemäss machen wir rund 30 bis 40 Prozent des Jahresumsatzes in den letzten drei Monaten des Jahres, plus noch in der ersten Januarhälfte, was aber nur das Auffüllen der Gestelle ist.

Hat Hama also die Rezession nicht gespürt?

Wenn man die Zahlen anschaut nicht. Wir mussten aber viel mehr tun für den Mehrumsatz als in früheren Jahren.

Was ist denn das Geheimnis des Erfolges von Hama?

Hauptsächlich kommt der Erfolg durch unsere sehr motivierten Mitarbeiter, dann durch ein gutes Preis-Leistungsverhältnis mit einer guten Qualität bei interessanten Produkten, immer vielen Neuheiten mit grosser Lieferbereitschaft und durch den Service, auf den wir grossen Wert legen. **Steckt noch viel Marktpotential in der Schweiz?**

Das Hama Sortiment bietet noch

viel Potential, das wir noch gar nicht voll nutzen in der Schweiz. Wir haben aber auch die Freiheit, Fremdprodukte ins Sortiment aufzunehmen, solange diese das Hama-Sortiment ergänzen.

Wie sind die Hama Kataloge für den Händler erhältlich?

Die Kataloge werden mit grossem Aufwand mehrmals jährlich aufgelegt und ergänzt, dazu gibt es viele Ergänzungsblätter und das Ganze auch auf CD Rom. Die Kataloge sind auf Anfrage erhältlich.