Zeitschrift: Fotointern : digital imaging
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 13 (2006)
Heft: 5

Artikel: "JVC ist eine auf den Fachhandel orientierte Marke"
Autor: Hauser, Walter / Häner, Heinz
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-979084

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: 09.07.2025

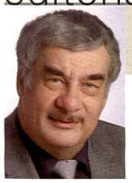
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

3. April 2006 5

fotointern
digital imaging

14-tägliches Informationsmagazin für Digitalprofis. Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.–

editorial



Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist und Herausgeber von Fotointern

Kein Zweifel, das Internet wird immer wichtiger. Von den 460 Millionen Europäern haben 222 Millionen, wie eine jüngste Studie zeigt, Zugang dazu – das ist eine Haushaltpenetration von 48 Prozent. Wir Schweizer, die wir ja nicht zu Europa gehören, sind da nicht nur nicht mitgerechnet, sondern wir schlagen diese Dichte mit gegen 70 Prozent. Nur: Zugang zu Internet haben heisst nicht gleich alles dort kaufen. Die Leute sind vorsichtig geworden mit dem Internethandel, denn dort wimmelts von Abzockern und schwarzen Schafen. Und wer einmal schlechte Erfahrungen gemacht hat, wird sich künftig seine Partner sehr gut aussuchen. Und vorher die Preise vergleichen, denn nicht alles was da über den Bildschirm rauscht ist unbedingt billiger als in herkömmlichen Verkaufskanälen.

Dennoch sollte man sich allmählich überlegen, ob man nur auf der Nutzerseite bleiben will, oder ob die Zeit nicht gekommen ist, um aktiv im Internet aufzutreten. Ganz nach dem Motto: «If you cannot beat them, join them». Der Internethandel ergänzend zur bisherigen Geschäftsform wird wohl früher oder später zum Gebot der Stunde, sonst machen alle andern das Geschäft ...

jvc schweiz ag «JVC ist eine auf den Fachhandel orientierte Marke»

Am 1. April ging die Schweizer Vertretung der Marke JVC weg von der bisherigen Spitzer Electronic zu der neu gegründeten JVC-Tochter «JVC Schweiz AG». Was sich für Händler ändert haben wir von Managing Director Walter Hauser und Product Manager Heinz Häner erfahren.

Was war der Grund für die Neuorganisation des JVC-Vertriebs in der Schweiz?

Walter Hauser: Generell ist eine Tendenz zu Tochterfirmen anstelle privater Importeure festzustellen im Markt. JVC hat in fast allen Ländern Europas Tochtergesellschaften. Es ist für ein Familienunternehmen auch nicht mehr so einfach, in der heutigen Situation Geld zu verdienen bzw. eine gute Rendite zu erwirtschaften.

Ausserdem wären bei Spitzer aufgrund der Anpassung an den Markt massive Restrukturierungen notwendig geworden, die man aber nicht mehr in der bisherigen Struktur machen wollte. Der Übergang zur JVC-Tochterfirma ist deshalb sehr harmonisch abgelaufen und wurde sorgfältig vorbereitet.

Wie sieht die neue Struktur nun aus?

Hauser: Was früher alles unter dem Namen «Spitzer Electronic» lief, ist neu in drei Bereiche aufgeteilt. Die JVC Schweiz AG, die rund 90 Prozent des Umsatzes ausmacht, ist für den Verkauf und das Marketing der Consumer Produkte zuständig, als Tochter von JVC Europa. Der zweite Bereich ist die JVC Professional Schweiz, eine Niederlassung von JVC Pro Europa, und betreut die professionellen Videogeräte, Projektoren, Broadcasting-Produkte, Häusersteuerungen und Überwachungsanlagen mit vier Personen. Ich bin in einer Dop-

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

Cebit: Multimedia ist Trumpf Seite 6

mamiya zd
Die Verschmelzung von Mittelformat und digitaler Spiegelreflex mit 22 Megapixel.
Seite 10

pma teil 3
Fotokioske waren DAS Thema im Laborbereich, aber es gab auch neue Minilabs.
Seite 12

sonyville
Der Multimedia-Anbieter zeigte das Zusammenspiel digitaler Geräte an der Frühjahrshow.
Seite 16

No Tape – No Disc – It's HardDisk

Filmen ohne Ende!

NEU: Bildbearbeitung auf Mac oder PC !

über 37 Stunden
maximale Aufnahmedauer.
Über 7 Std. Aufnahme in
DVD Movie-Qualität.

über 37 Stunden
maximale Aufnahmedauer.
Über 7 Std. Aufnahme in
DVD Movie-Qualität.

über 25 Stunden
maximale Aufnahmedauer.
Fast 5 Std. Aufnahme in
DVD Movie-Qualität.

GZ-MG37
- 30 GB HardDisk
- Foto-Funktion
- 32x optischer Zoom
- 2.7" (16:9) LCD-Monitor
- USB 2.0-Anschluss

GZ-MG77
- 30 GB HardDisk
- 2.18 Megapixel
- F1.2-Objektiv
- Foto-Funktion mit 2 MB
- 2.7" (16:9) LCD-Monitor
- USB 2.0-Anschluss

GZ-MG21
- 20 GB HardDisk
- Foto-Funktion
- 32x optischer Zoom
- 2.5" LCD-Monitor
- USB 2.0-Anschluss

Everio G Series
HARD DISK CAMCORDER

JVC
The Perfect Experience

www.jvc.ch

Fortsetzung von Seite 1

pelfunktion sowohl Managing Director der JVC Schweiz AG als auch Niederlassungsleiter der JVC Professional Schweiz.
Der dritte Bereich, der Service, wurde an die Firma Aerne AVS in Goldach «outgesourct», die eine Filiale in Oberwil eröffnet hat und einen Teil des bestehenden Servicepersonals übernommen hat. Die Filiale wird also unter unserem Dach betrieben. Hier wird der ganze Service für die Produkte ausgeführt.

Wie sieht es mit personellen Veränderungen aus?

Hauser: Von den bisherigen 60 Mitarbeitern haben rund 45 einen Job in einer dieser drei Firmen bekommen, für den Rest haben wir einen Sozialplan ausgearbeitet.

Wird noch viel repariert auch bei den heutigen Geräten?

Hauser: JVC ist keine Billigmarke, da lohnt es sich auch noch, Defekte, die beim Gebrauch passieren, wie beispielsweise ein bei einem Sturz eingedelltes Gehäuse, zu ersetzen. Wir haben ein sehr grosses Ersatzteillager in London. In der Schweiz sind es rund 10'000 Reparaturen pro Jahr.

Was ändert sich für die Händler?

Hauser: Für die Händler gibt es nur positive Auswirkungen: die Ansprechpartner bleiben dieselben, die Kommunikationswege werden kürzer, JVC wird wie bisher die Produkte ohne Distributor selbst vertreiben. Es wird einen neuen, attraktiveren Werbeauftritt geben und das Team ist sehr motiviert. Für die technischen Fragen bleiben zwei Spezialisten bei der JVC Schweiz AG, um die Händler zu betreuen. Gerade in technischer Hinsicht kommen wir als Tochterfirma von JVC schneller an mehr Informationen.
Lager und Auslieferung bleiben wie bisher organisiert, der Händler bekommt die Ware durch die Firma Post Logistics AG zugestellt. Das hat sich bewährt und ist ideal für eine schnelle Kommunikation und Lieferung.

Wie wichtig ist der Fotobereich für JVC?

Hauser: JVC hat im Sortiment 2006 keine «reinen» Fotoapparate. Trotzdem wird der Fotobereich immer wichtiger, durch das Zusammenwachsen der verschiedenen Medien und das Multimediaangebot, in dem JVC sehr stark ist. HDD-Camcorder besitzen eine hochauflösende Fotofunktion, Beamer werden zunehmend wichtiger, bei den LCDs haben wir bereits 40' Diagonale, 46' kommt im Herbst, LCD gehen bis 70' Grösse.

«Der Fotohändler muss sich überlegen, wo er in fünf Jahren steht und sich der Multimediawelt anpassen.»

Walter Hauser, Managing Director JVC Schweiz AG

Welche Rolle spielt da der Fotofachhandel?

Hauser: JVC ist fachhandelsorientiert. Die Händler haben das Know-how, seien es UE-Händler für Bildschirme oder Fotohändler für Beamer und Kameras. Mehr noch als in der Industrie findet im Handel die Verschmelzung der Produkte zu einem Multimediaangebot statt. Dabei wird der Fotohandel zunehmend wichtiger. Es wäre gut, wenn die Fotohändler sich mehr um die bildbezogenen UE-Produkte kümmern würden. Der Fotohändler muss sich auch angesichts der hochauflösenden Kameras in Handys überlegen, wo er in fünf Jahren noch steht mit seinem Angebot.

Wie soll der Fotohändler die Umgestaltung angehen?

Hauser: Viele UE-Händler haben erkannt, dass sie Autoradios gut verkaufen können, wenn sie einen Spezialisten für den Einbau dieser Geräte engagieren. Entsprechend sollten Fotohändler sich überlegen, einen UE-Verkäufer anzustellen, der auf Bildschirme etc. spezialisiert ist. Zusammen mit dem Bild-Know-how, das nur der Fotohändler hat, wäre das eine ideale Kombination. Vor einiger Zeit hatte man geglaubt, die IT-Branche werde den UE- und Fotobereich übernehmen, was nicht eingetroffen ist, die IT-Branche ist eher rückläufig. Da fehlt es am entsprechenden Know-how und gerade im Audio- und Videobereich ist das Fachwissen wichtig, weil der Kauf über den Menschen geht. Die Chancen für die Fotohändler sind also gerade jetzt gross, wenn er zusätzlich über gute Audio- und Video-Kenntnisse verfügt.

Welches Sortiment bietet JVC an?

Heinz Häner: JVC ist ein Vollsortiment-Anbieter. Das umfasst (nach Wichtigkeit abgestuft) LCD-Fernseher, HDD- und MiniDV-Camcorder, Micro Hi-Fi-Anlagen zusammen mit Home-Cinema-Anlagen, DVD Recorder und Player, Car Hi-Fi und Navigationsgeräte, MP3-Player und Zubehör wie Kassetten, CD, DVD, Kopfhörer. Zusätzlich sind noch die erwähnten professionellen Videogeräte.

«JVC ist ein Vollsortimentanbieter mit Produkten von hoher Qualität, High Definition ist ein wichtiges Thema.»

Heinz Häner, Product Manager JVC Schweiz AG

Und wohin gehen die Trends?

Hauser: Die Mobilität der Geräte wird immer grösser, letztes Jahr hat die Autoindustrie damit begonnen, serienmässig Monitore in den Fahrzeugen hinten in den Kopfstützen anzubieten, die Video-Wiedergabe im Auto ist stark im Kommen. Dazu werden PDAs und Handys mit Video- und Fotofunktionen immer wichtiger, was generell die Lust am Filmen wieder steigert.

Häner: Bei den Videogeräten steigt der Anreiz zur Benutzung, da sie einfacher und kompakter geworden sind bei immer noch besserer Bildqualität. Das Design trägt der Reisefreudigkeit der Menschen Rechnung, und mit den Harddisc-Geräten ist auch bereits ein riesiger Speicher inbegriffen.

Wie wichtig ist das Thema High Definition dabei?

Häner: JVC hat im Sortiment praktisch nur noch Produkte mit dem Label «HD ready». Ein sehr wichtiges Argument im Handel, da diese Produkte zukunftstauglich sind. Demnächst werden im Teleclub die ersten Programme in HD-Qualität ausgestrahlt. Die Bilder sind sehr viel besser, aber HD ist etwas, das man den Kunden zeigen muss, damit sie es verstehen.
Wenn die Menschen im Fernsehen sich an HD gewöhnt haben, dann folgt auch die Nachfrage nach HD-Camcordern. JVC wird dann sicher auch entsprechende Produkte bieten.

Hauser: In ein paar Jahren wird es nur noch HD-Produkte auf dem Markt geben, bei der Wiedergabe wie auch bei der Aufnahme.

Was sind die Ziele der JVC Schweiz AG?

Hauser: Wir wollen ganz klar eine Steigerung des Umsatzes und der Marktanteile. Ein Mittel dazu werden die erwähnten neuen Werbeauftritte sein. Dann wollen wir eine saubere Vetriebspolitik mit guten Partnern. Die Rendite soll für JVC und für den Händler stimmen. Wir wollen also nicht Umsatz um jeden Preis machen.
Die positiven und dynamischen Entwicklungen im multimedial gesteuerten Video- und Fotomarkt deuten auf eine gute Zukunft.