Zeitschrift: Fotointern : digital imaging

Herausgeber: Urs Tillmanns

Band: 4 (1997)

Heft: 13

Artikel: Hasselblad bei Leica : welches sind die Hintergründe?

Autor: Bernhoff, Göran / Forssb

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-978923

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: 03.12.2025

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

DIGITAL IMAGING



FOTOintern, 14-tägliches Informationsblatt für den Fotohandel, Berufsfotografen und die Fotoindustrie Abo-Preis für 20 Ausgaben Fr. 48.-

Editorial



Urs Tillmanns Fotograf, Fachpublizist und Herausgeber von **FOTO**intern

Zugegeben: Die letzte Ausgabe - übrigens ein 32-Seiter - war etwas reichlich mit Internet, Digital und ähnlichem befrachtet. Aber das ist nun mal die Sprache unserer Zeit, denn was sich zur Zeit im Bereich der Elektronik, von Multimedia und digitaler Kommunikation tut, ist kaum noch mit klarem Kopf zu verfolgen. Die Trendsetter von den Eintagsfliegen zu unterscheiden, ist selbst für Propheten alles andere als einfach. Wer jedoch meint, die konventionelle Fotografie bleibe dabei auf der Strecke, der irrt. Zur Zeit brodelt es in der Gerüchteküche, und will man auch nur der Hälfte dessen Glauben schenken, was hinter vorgehaltner Hand herumgeboten wird, dann bahnt sich ein wahrhaftig spannender Kameraherbst an. Man könnte meinen, es stünde eine photokina vor der Tür ... Erfreulich: Der Trend scheint eindeutig in Richtung hochpreisigerer Produkte zu laufen, und das passt ausgezeichnet zum Kaufverhalten von Herr und Frau Schweizer.

Der Fotofachhandel könnte demnach doch noch etwas für den schäbigen Regensommer entschädigt werden.

<u>Hasselblad bei Leica.</u>

<u>Welches sind die Hintergründ</u>

Die Leica Camera AG, Nidau, hat die Vertretung von Hasselblad für die Schweiz übernommen. Wir wollten mehr wissen und haben den neuen Geschäftsführer Göran Bernhoff und den Verkaufsleiter Bengt Forssbæck bei Hasselblad AB in Göteborg nach den Hintergründen befragt.

FOTOintern: Herr Bernhoff, Sie sind seit dem 1. Juli neuer Geschäftsführer von Hasselblad. Zunächst wünschen wir Ihnen alles Gute für Ihre neue Tätigkeit. Was taten Sie bisher?

Göran Bernhoff: Ich war die letzten 16 Jahre geschäftsführender Direktor von Orrefors und Kosta Boda, das sind zwei führende schwedische Marken der Kristallbranche. FOTOintern: Wie sind Sie

zu Hasselblad gekommen? Bernhoff: Ich war von 1986 bis 1992 bereits im Aufsichtsrat von Hasselblad und hatte damit einen sehr guten Einblick in das Unternehmen. Das Angebot, diese Firma nun zu führen, ist für mich eine grosse Herausforderung und eine Aufgabe, die sehr viel Ähnlichkeit mit meiner bisherigen Tätigkeit hat. Beide Marken haben eine lange Tradition, bewegen sich in Marktnischen und zeichnen sich durch ein hohes Qualitäts-/Preisniveau aus. Hasselblad hat einen guten Ruf, aber wir sind uns bewusst, dass wir ständig etwas dafür tun müssen.

FOTOintern: Wem gehört Hasselblad?



Gerhard Zapf der Leica Camera AG im Gespräch

Bernhoff: Die Schweizerische Bankgesellschaft (UBS) verfügt über die Aktienmehrheit, 30 Prozent gehören der englischen Investmentgruppe CINVen und der Rest dem Hasselblad-Management.

Fortsetzung Seite 3

zef-Seite

Das zef geht ins Internet. Künftig können Sie die aktuellen Kursdaten übers Modem auf Ihren Bildschirm holen. Alle Details dazu stehen auf Seite 4.

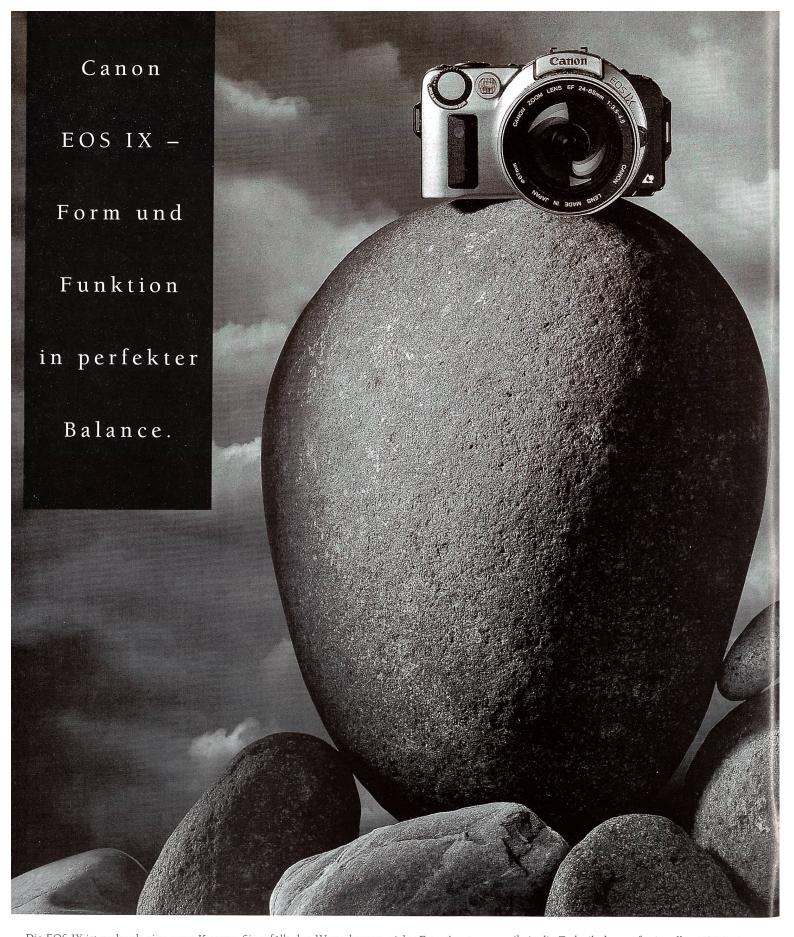
«Feeling», einer der grössten Fotowettbewerbe, läuft auf Hochtouren. Auf Seite 13 sehen Sie die Siegerbilder der Monate April, Mai und Juni.

Marcel Siegenthaler hat die Sigma SA-5 mit Zubehör getestet. Fazit: Die Kamera bietet für diesen Preis erstaunlich viel. Überraschung: das neue 300er.

Neue APS-Kamera der oberen Leistungsklasse mit Vierfachzoom. Die neue Fotonex 400ix Zoom MRC zeigt sogar an, wenn der Blitz verdeckt ist!

Das neue Topmodell Dynax 800si ist da und bietet uferlose Technik nach der Wunschliste von Fotografen. Was alles neu ist, steht auf Seite 9.

Eine der erfolgreichsten Digitalkameras wird weiter verbessert: Die Camedia C-820L speichert jetzt die Bilder auf SmartMedia-Karten ab.



Die EOS IX ist mehr als eine neue Kamera. Sie erfüllt den Wunschtraum vieler Foto-Amateure, weil sie die Technik der professionellen EOS Serie von Canon mit dem einfachen und zukunftsweisenden "Advanced Photo System" verbindet: Das Meisterwerk eines neuen Zeitalters der Fotografie. **EOS IX**

DIE EOS IX. VON
CANON GESCHAFFEN,
ALL IHRE SINNE
ZU ERFREUEN.



Hasselblad war hier von

Anfang an mit dabei, und wir

sehen heute unsere Aufgabe

darin, das Hasselblad-System

als Plattform den verschiede-

nen Herstellern von Digital-

rückteilen zur Verfügung zu

stellen. Wir sind in diesem

Bereich mit allen Anbietern

im Gespräch. Die Entwicklung

Zukunft

Marke

höhere

Zukunft

siver am

Markt auf-

INTERVIEW

Fortsetzung von Seite 1

FOTOintern: Wie ist es zu dieser Übernahme durch die UBS gekommen, und warum gerade UBS?

Bernhoff: Die früheren die Besitzer, schwedische Incentive-Gruppe, war ein Konglomerat verschiedenster Firmen, die sich nun wieder auf ihre Kernbereiche konzentrieren und sich dazu von gewissen Aktivitäten trennen wollten. Dazu gehörte auch Hasselblad. Es wurde ein Käufer gesucht und in UBS und CINVen gefunden.

FOTOintern: UBS ist die Hausbank von Stefan Schmidheiny, der zugleich Inhaber von Leica war. Nun wird Hasselblad in der Schweiz durch die Firma Leica Camera AG vertreten. Weist diese Konstellation auf eine verstärkte Zusammenarbeit mit Leica hin?

Bernhoff: Eine Verbindung von Hasselblad über UBS und Herrn Schmidheiny zu Leica ist reine Spekulation. Wie mit anderen Firmen pflegen wir auch mit Leica einen sehr guten Kontakt, zumal sich die beiden Unternehmen mit ihren qualitativ sehr hochstehenden Produkten in einem ähnlichen Marktsegment befinden. Mehr steckt nicht dahinter.

FOTOintern: Wie ist es zur Partnerschaft zwischen Hasselblad und der Schweizer Leica Camera AG gekommen, und weshalb dieser Vertretungswechsel?

Bengt Forssbæck: Zuerst möchten wir betonen, dass wir uns in bestem Einvernehmen von der Firma Beeli getrennt haben, und dass wir auf eine gute Zusammenarbeit zurückblicken können. Schon als der Vertretungswechsel von Yashica zu Beeli erfolgte, kam Leica als möglicher Partner in Betracht.

Bedingt durch die Veränderung der Eigentumsverhältnisse der Firma Beeli und die verstärkte Ausrichtung auf die Consumer- und Verbrauchermärkte, suchten wir nach einer neuen Vertriebsfirma. die sowohl im Fachhandel als auch in Segment professioneller Anwender ihre Stärken hat. Unter dem Aspekt sich schnell verändernder Märkte und Zukunftsaussichten in der Fotobranche kamen wir zu dem Schluss, dass mit dem Vertrieb von Hasselblad durch Leica viele Synergien ge-

nutzt werden könnten. Es sind beides traditionelle Produktelinien mit den Schwerpunkvon Mechanik ten und Elektronik; die Produkte liegen etwa im gleichen Qualitäts- und Preissegment, und es werden oft die gleichen Kunden angesprochen.

FOTOintern: Welches sind die Zielsetzungen für die Schweiz?

Forssbæck: Wir haben keine konkreten Umsatzund Absatzziele festgelegt, wenigstens nicht in Form von Zahlen. Wir werden nun den Vertretungswechsel durchführen und uns dann über die Zielsetzungen für 1998 unterhalten. Wir sind jedoch sehr optimistisch, dass die Camera AG gute Ergebnisse mit Hasselblad erzielen wird. Herr Zapf verfügt über einen guten Mitarbeiterstab mit hoher Kompetenz, einen guten Service und einen gut eingeführten Aussendienst. Das sind für uns äusserst gute Voraussetzungen.

FOTOintern: Herr Bernhoff, Hasselblad hat in jüngster Zeit wichtige Veränderungen hinter sich. Wie geht es Hasselblad heute?

Bernhoff: In den letzten Jahren haben bei uns verschiedene Reorganisationsmassnahmen stattgefunden, die vor allem mehr Effizienz und eine optimierte Produktion zum Ziel hatten. Diese Phase haben wir nun zum grössten Teil hinter uns. Ebenfalls hinter uns haben wir die Rezession, wie wir glauben. Nun spüren wir einen deutli-Aufwärtstrend, allem in den Fernostländern und in den USA. In Europa legen zur Zeit Deutschland, Italien und Grossbritanien stark zu. Ebenfalls ein deutlicher Aufwärtstrend ist in Brasilien zu verzeichnen.

verläuft hier äusserst rasant, und es ist faszinierend, die laufenden Verbesserungen und neuen Trends zu verfol-FOTOintern: Welche Visionen oder Wünsche haben Sie an die Zukunft? **Bernhoff:** Die stimmt uns recht optimistisch. Wir glauben an unsere und Produkte, und wir werden mit einer Reihe interessanter Neuheiten Marktanteile in unserem Marktsegment erzielen. Hasselblad wird in Im Sucher: (vlnr.) Bengt Forssbæck, Gerhard Zapf auch aggres-

FOTOintern:

Wie erfolgreich ist Hasselblad in China?

und Göran Bernhoff

Bernhoff: Das Chinageschäft verläuft sehr erfolgreich. China ist heute unser drittwichtigster Absatzmarkt nach den USA, Japan und vor Deutschland.

FOTOintern: Wie sehen Sie die Entwicklung in der digitalen Fotografie?

Bernhoff: Die digitale Fotografie wird in Zukunft vor allem im professionellen Sektor immer wichtiger werden.

treten, weil die Konkurrenzsituation härter geworden ist als früher.

FOTOintern: Was bedeutet das für die Schweiz?

Bernhoff: Die Schweiz ist in unserem Vertrieb ein wichtiger Markt. Wir werden dafür gemeinsam mit der Leica Camera AG Sorge tragen, dass wir das dort für uns vorhandene Potential ausschöpfen. Wir sind überzeugt, in ihr einen hervorragenden Partner gefunden zu haben.

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