

**Zeitschrift:** Fotointern : digital imaging

**Herausgeber:** Urs Tillmanns

**Band:** 11 (2004)

**Heft:** 19

**Artikel:** "Wir glauben an den Fachhandel - wer diversifiziert, überlebt"

**Autor:** Ungricht, Michel / Rikli, Leo

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-979486>

### 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:** 11.01.2026

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

# fotointern

digital

imaging

interview  
1. Dezember 2004 19

## editorial



Urs Tillmanns  
Fotograf, Fachpublizist  
und Herausgeber von  
fotointern

Ich bin zwar nicht abergläubisch, aber es erscheint mir dennoch merkwürdig, dass sich gegen Ende Jahr die Hiobsbotschaften häufen. Die Einstellung der Bildproduktion im Kodaklabor in Renens, die Entlassung von 53 von insgesamt 97 Mitarbeitern bei Sinar und die Schliessung von fünf Kodaklabors in England mit rund 500 Betroffenen, stimmen einem nachdenklich. Die Digitalfotografie fordert ihren Tribut. Wie in anderen Branchen – zum Beispiel in der Druckindustrie – sind mit einem Schlag viele Leute arbeitslos geworden, weil sich die Produkte oder deren Herstellmethoden plötzlich verändern oder in der herkömmlichen Art weniger oder gar nicht mehr gefragt sind. Neben den vielen persönlichen Schicksalen, die sich hinter solchen Negativbotschaften verborgen, verlieren die Firmen, unsere Branche und schliesslich unser Land ein besonders wertvolles Gut, nämlich das Fachwissen, das jeder der Beteiligten aus seinem Betrieb trägt. Fachwissen und berufliche Erfahrung, die in den meisten Fällen verpuffen und für immer verloren sind, weil die Betroffenen wohl kaum wieder eine gleichartige Stelle finden. Das gibt zu denken ...

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

## gmc: «Wir glauben an den Fachhandel – wer diversifiziert, überlebt»



Nach der Übernahme von Remington durch die Firma Rayovac steht GMC nebst der Generalvertretung von Varta Batterien eine breite Produktpalette offen. Wo der Weg hinführt, zeigten Michel Ungricht und Leo Rikli.

**Vor rund einem Jahr haben wir bereits über die Generalvertretung durch GMC von Varta Batterien für den Fachhandel berichtet. Wie sieht der Markt ein Jahr später aus?**

**Leo Rikli:** Sehr gut, da wir ja

vorher bereits Subdistributoren für den Fotofachhandel waren, konnten wir die Marktposition im Fachhandel, also UE und Fotobranche, ausbauen und eine positive Entwicklung verzeichnen.

**Michel Ungricht:** Im Schweizer Markt ist Varta die Nummer eins bei den wiederaufladbaren Akkus. Varta ist ein sehr zuverlässiger Partner, was auf einer Batterie draufsteht, das leistet diese auch.

*Rayovac, der Mutterkonzern von Varta, hat ja dieses Jahr den Rasierapparate-Hersteller Remington übernommen. Im Mai haben wir in Fotointern berichtet, dass GMC die Remington-Produkte vertreiben wird. Wie sieht es jetzt aus?*

**Rikli:** Wir haben eine Liste von Kunden übernommen, die nicht sehr aktuell war. Wir sind also erst im Aufbau, sind aber bereits bei verschiedenen Fachmärkten und Grossverteilern mit den Remington-Produkten vertreten.

*Gibt es Synergien zwischen dem Fotobereich und den Remington-Produkten?*

**Rikli:** Natürlich sind es teilweise die gleichen Fachmärkte, aber andere Einkäufer. Bei uns hat der Bereich zu einem personellen

*Fortsetzung auf Seite 3*

## inhalt

### lichtführung

Ungewöhnliche Aufnahmen grosser bewegter Objekte mit Blitzlicht aus dem Helikopter.

Seite 14

## Digitale SLR-Tests Seiten 7/11 Olympus und Minolta

### sinar baut ab

53 Stellen – rund die Hälfte der Belegschaft – baut der Schweizer Kamerahersteller Sinar ab.

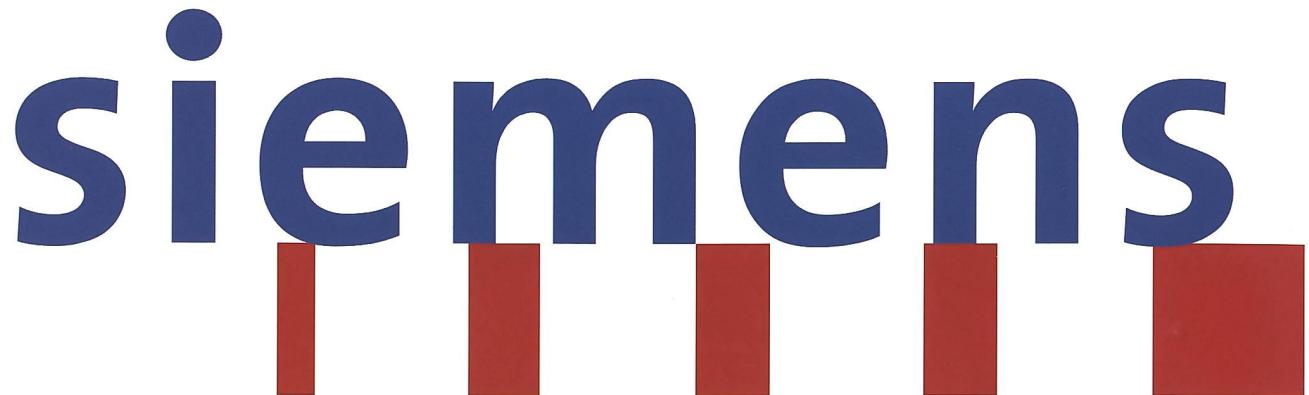
Seite 17

### bild-urteil

Das Bundesgericht hat entschieden, wann eine Fotoaufnahme Kunst ist.

Seite 20

# siemens



**Was wir für die Telco-Branche tun, können wir genauso gut auch für die Foto-, IT- und CE-Branche.** Wir verstehen viel von der Telco-Branche – so viel, dass wir uns nicht nur als führender IT-Distributor einen Namen gemacht haben. Sondern auch als ALSO Logistics Services. Das heisst zum Beispiel, dass wir alles unternehmen, damit die Swisscom Mobiles auf direktem Weg in die Migros Filialen kommen – und zwar genauso, wie es Swisscom und Migros gerne hätten: zu Promotionsbundles verpackt, mit der richtigen Software konfiguriert und mit Preisetiketten ausgezeichnet. Ein Know-how, das Sie sich einfach für Ihr Geschäft zunutze machen können. Telefon genügt: 041 266 11 11, [www.also-logistics.ch](http://www.also-logistics.ch)

**ALSO** LOGISTICS SERVICES

**Fortsetzung von Seite 1**

Ausbau geführt, ein neuer Produktmanager wird sich dem Thema Remington und weiteren neuen Produkten annehmen.

**Wie positionieren sich die Remington Produkte?**

**Ungicht:** Wir sehen Remington eher im edleren Segment, die Marke hat einen guten Namen, ist allerdings in der Schweiz insbesondere bei jungen Leuten nicht so bekannt wie in angelsächsischen Ländern. Durch Rayovac hat die Marke nun auch ein neues Erscheinungsbild bekommen und kommt mit innovativen Produkten auf den Markt, die andere Marken nicht bieten. 2005 werden das 25 neue Produkte sein.

**Denken Sie, dass auch der Fotofachhandel Remington-Produkte vertreiben könnte?**

**Ungicht:** Klare Antwort: Nein. Wir glauben an die Zukunft des Fotofachhandels und können uns bei vielen Händlern eine Sortimentsverbreiterung vorstellen, jedoch nicht mit den jetzigen Remingtonprodukten.

**Welche Neuheiten darf man in Zukunft von GMC erwarten?**

**Ungicht:** Die Firma Rayovac wird weitere Hersteller aufkaufen und uns damit die Möglichkeit für neue Produkte eröffnen. Welche das sein werden und ob wir diese ins Programm nehmen, wird aber erst anfangs 2005 bekannt sein. Die Fotowelt hat sich durch das digitale Business enorm verändert, sie ist trendiger und gigantisch schnelllebiger geworden. Es ist sinnvoll, bei den Vertriebskanälen zu diversifizieren.

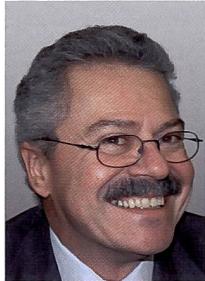
**GMC vertreibt ja auch andere Produkte und Kameras. Wie sieht da der Markt aus?**

**Rikli:** Beispielsweise Tamrac Taschen wurden 2004 wesentlich besser verkauft als im Jahr davor. Und dank dem Boom zu den digitalen Spiegelreflexkameras haben wir auch die Hoya Filter, speziell aber die UV- und Pol- und Skyfilter in den grossen Dimensionen, massiv besser verkauft.

**Und Cokin EffektfILTER?**

**Rikli:** Hier hat sich die Nachfrage noch nicht an den digitalen Boom angepasst. Das Magnetsystem ist immer noch im Wachsen.

**Ungicht:** An der Photokina wurden die magnetischen Filterhalter mit Gewinde für Polfilter und die magnetischen Effektfilterhalter gezeigt. Die magnetischen Weitwinkel- und Telewörtsätze haben ihren Platz im Markt gefunden. Zudem bieten wir auch Objektivsätze in zwei verschiedenen Grössen für Handys an.



«Mit Remington eröffnen sich für uns ganz neue Produkte – neben den Rasierapparaten wird es nächstes Jahr weitere Neuheiten geben.»

**Michel Ungicht, Geschäftsführer GMC**

**Wie behauptet sich Delkin im Speicherkartenmarkt?**

**Ungicht:** Dieses Jahr war mit Delkin schwieriger als noch 2003, insbesondere wegen der Preispolitik. Jetzt werden Delkinprodukte aber nicht nur preislich wieder interessant, sondern es kommen auch neue Produkte wie der portable Burn-away oder eine goldbeschichtete Archiv-CD.

**Rikli:** Der Preiszerfall mit sinkender Marge zwingt zu neuen Strategien. Beim Zubehör müssen wir zweimal monatlich die Preise neu kalkulieren.

**Varta hat ja das Schwergewicht an der Photokina auf das 15 Minute Charge-and-Go gesetzt. Was gibt es da Neues?**

**Rikli:** Ganz neu ist das «Professional»-Set mit zwei 2'300 mAh-Akkus, die in 15 Minuten geladen sind. Mit diesem Charger können

aber auch alle anderen Akkus in nur einer Stunde vollgeladen werden. Im Set für 98 Franken sind nebst Ladegerät, zwei Akkus auch noch ein 12 Volt Adapter und eine Tasche inbegriffen.

**Wie entwickelt sich das Business mit den Nikon-Ferngläsern?**

**Ungicht:** Natürlich ist es schwer, sich im gut besetzten Markt für Ferngläser mit einer neuen Mar-

ke zu behaupten. Nikon hat aber einen guten Namen von den Kameras her und die neuen Ferngläser sind sehr viel leichter geworden. Von den neuen Produkten versprechen wir uns viel und wir werden zudem auch noch die



«Die Schweizer sind sehr markenorientiert. Das ist bei den Ricoh-Kameras ein Nachteil, Remington hat aber einen guten Namen.»

**Leo Rikli, Verkaufsleiter GMC**

Nikon-Zielfernrohre ins Programm aufnehmen.

**Rikli:** Der Optikmarkt ist generell ruhiger geworden, aber er ist stabil. Zudem entwickeln sich die Zielfernrohre von Kahles sehr gut.

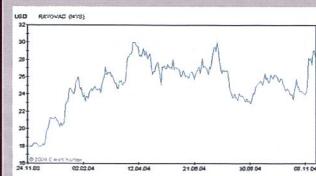
und Infrastruktur her passende Büroräumlichkeiten gefunden, die ideal sind. Nebst der zentralen Lage ist natürlich die Nähe zum Flughafen von Vorteil.

**Wird da auch das Lager sein?**

**Ungicht:** Nein, das Lager und die Logistik werden outsourct. Das macht uns flexibler. Wir wissen ja nicht, wieviele neue Produkte in welcher Menge auf uns zukommen, so können wir – bei einem sehr wahrscheinlichen Wachstum im nächsten Jahr – problemlos ausbauen, bleiben aber sowohl beim Bedarf an Lagerkapazität als auch personell flexibler.

**Welche Auswirkungen hat das für Ihre Kunden?**

**Rikli:** Ausser der neuen Adresse keine spürbaren. Die Verteilung wird weiterhin über die Post und das Swiss Post Net vorgenommen.

**Wer ist Rayovac?**

alle Sorten von Batterien, für Autos bis Uhren, her und ist Zulieferer für diverse Marken im Bereich der wiederaufladbaren Akkus. Remington ist im nordamerikanischen Markt führend mit elektrischen Rasierapparaten.

Rayovac hat das Steuerjahr Ende September mit einem Umsatz von 1,42 Mrd. Dollar (2003: 922,1 Mio.) und einem Gewinn von 156,2 Mio. Dollar (2003: 59,6 Mio.) beendet, inklusive den Resultaten von Remington (Übernahme September 2003), dem chinesischen Batteriehersteller Ningbo Baowang (Übernahme März 2004) und der brasilianischen Batteriefirma Microlite (Übernahme Mai 2004).