

Leica Camera AG und Perrot Image SA werden verkauft

Autor(en): **Zapf, Gerhard / Kaufmann, Andreas**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **15 (2008)**

Heft 16

PDF erstellt am: **21.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979597>

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

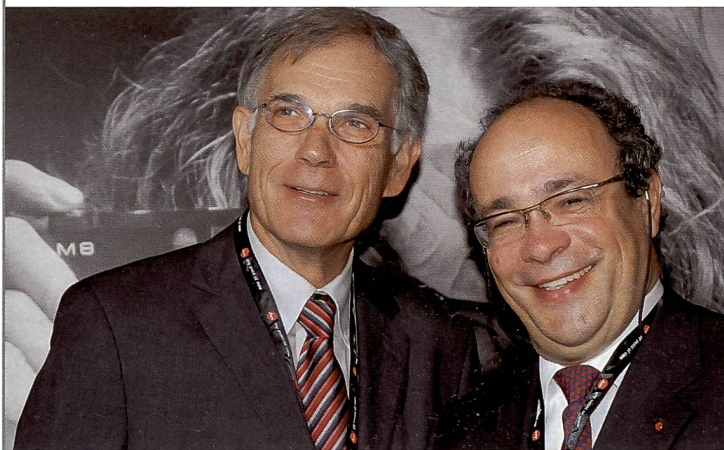


Urs Tillmanns
Fotograf, Fachpublizist
und Herausgeber von
Fotointern

Die photokina in Köln war dieses Jahr nicht nur erfolgreich, sondern die Stimmung auf der Messe war ausserordentlich positiv – trotz schlechter Wirtschaftsnachrichten, die uns von «Drüben» erreichen. Die Kölnmesse, Veranstalterin der photokina, kann stolze 169'000 Besucher zählen, das sind immerhin 7'000 mehr als vor zwei Jahren. Flächenmässig war die Messe etwas kleiner, weil die Aufteilung optimaler gestaltet werden konnte, so dass die Hallen 7 und 8 nicht benutzt werden mussten. Das gab weniger Kilometer, die die Besucher zurücklegen mussten. Auch das Konzept mit dem Boulevard, der letztes Mal noch nicht durchgängig benutzt werden konnte, kam jetzt zum Tragen und verkürzte die Wege enorm. Die alle zwei Jahre stattfindende photokina ist eine wichtige und zuverlässige Standortbestimmung für die Branche. Sie zeigt nicht nur Innovationen, sondern sie ist Stimmungs- und Wirtschaftsbarometer zugleich. Kaum jemand, der dieses Jahr über nicht erreichte Umsatzziele berichten musste, kaum jemand, dessen Produkte bei den Besuchern nicht auf Interesse stiessen. Die Branche ist auf gutem Kurs – hoffentlich bleiben es die Preise auch ...

Urs Tillmanns

Ica holding: Leica Camera AG und Perrot Image SA werden verkauft



Leica war auf der photokina gleich für zwei Überraschungen gut: Erstens für die Vorstellung der Mittelformatkamera S2 und zweitens für die Ankündigung, dass sich die Besitzverhältnisse der Leica Camera AG in Nidau ändern.

Herr Zapf, auf der photokina war zu erfahren, dass Sie die LCA Holding Gruppe, die Muttergesellschaft der Leica Camera AG und der Perrot Image SA, an die Leica Camera AG in Deutschland verkaufen. Weshalb?

Nach sorgfältiger Überprüfung anderer Möglichkeiten bin ich zum Schluss gekommen, dass dies die beste Lösung ist, um die Kontinuität der Firmengruppe über meine Pensionierung hinaus in meinem Sinne auch langfristig si-

cherzustellen. Hinzu kommt, dass ich weiterhin in der Geschäftsleitung des Unternehmens bleibe – allerdings mit einem reduzierten Pensum.

Hat diese Veränderung der Besitzverhältnisse personelle Konsequenzen?

Nein. Sowohl das Management als auch die Teams der beiden Firmen Leica Camera AG und Perrot Image SA bleiben unverändert, und auch das Markenportfolio sowie die Vertriebsstruktur bleiben gleich. Beide Firmen werden auch künftig unabhängig mit ihren Teams im Markt auftreten. Für unsere Kunden ergeben sich somit keine Änderungen der Ansprechpartner. Möglich ist jedoch, dass jemand aus Deutschland in unserem Verwaltungsrat Einsitz nimmt.

Die beiden Firmen vertreten neben Leica auch andere Marken. Ändern daran die neuen Besitzverhältnisse etwas?

Wir haben unser Markenportfolio im Vorfeld auf mögliche Kollisionen überprüft und haben die

Fortsetzung auf Seite 3

inhalt

fine art

Alles über Fine Art Medien: Technik, Besonderheiten und Anwendung.

Seite 12

photokina-Rückblick: Seite 6 Licht, Zubehör, Software

adobe cs4

Die neue Creative Suite von Adobe: Was bietet sie dem Fotografen Neues?

Seite 15

kultur

Was Schiffscontainer und Hotelzimmer mit Fotografie zu tun haben.

Seite 16



DIE KAMERA
ÖFFNET ERST DIE AUGEN
UND DANN DAS HERZ.

Die neue LEICA M8.2



Mehr Informationen bei ihrem
Leica Händler oder im Internet:
www.leica-camera.ch

Leica Camera AG/Hauptstrasse 104/2560 Nidau
Tel. 032 332 90 90/Fax 032 332 90 99/www.leica-camera.ch

Fortsetzung von Seite 1

neue Situation inzwischen mit der Mehrzahl der Lieferanten besprochen. Die nun getroffene Lösung wurde von allen – auch von unseren Mitarbeitenden – als gute und zukunftsgerichtete Lösung begrüsst.

Herr Dr. Kaufmann, wir gratulieren Ihnen zur Übernahme der neuen Schweizer Tochter. Was hat Sie zu diesem Schritt bewogen?

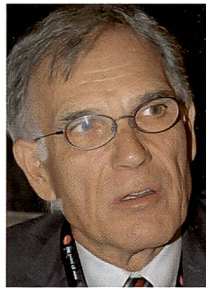
Die Schweiz ist für Leica traditionell ein sehr wichtiger Markt, der von unserer bisherigen Vertretung auch sehr gut bearbeitet wurde. Als Herr Zapf uns im Frühjahr informierte, dass er eine Nachfolgeregelung sucht, haben wir die sich uns daraus bietende Chance für ein direktes Engagement in diesem Schlüsselmarkt schnell ergriffen.

Vor vier Jahren stiegen Sie mit Ihrer Firma ACM bei der Leica Camera AG ein. Warum?

Als wir mit der ACM 2004 bei Leica einstiegen, war uns allen klar: Das ist nicht irgendeine Firmenbeteiligung. Erst recht keine, die schnelle Renditen verspricht. Nein, das ist eine Investition in die Zukunft! Wir haben nicht gezögert, als sich die Chance bot, die Mehrheit an der Leica Camera AG zu übernehmen. Weil wir langfristig denken. Und weil Leica wieder das ausstrahlen muss, was es im Kern ist: eine der besten Marken der Welt. **Welches sind Ihre Ziele mit Leica?** Heute stehe ich nach schwierigen Tagen auch an der Spitze des Vorstands. Ich sage Ihnen, warum: Leica ist für mich Passion und Mission zugleich. Gemeinsam mit meinen Vorstandskollegen und den Mitarbeitern will ich dieses Unternehmen dorthin führen, wohin auch seine Produkte gehören: an die Spitze. Nie wieder soll Leica, dieses an Innovationskraft und Know-how so reiche Unternehmen, unter mangelnder Kraft oder strategischen Fehlentscheidungen leiden! Dafür steht die ACM. Dafür stehe ich selbst. Und nicht zuletzt steht dafür das Management der Leica Camera AG.

Leica hat ja nach dem Abgang von Steven Lee eine weitere Bewährungsprobe hinter sich. Was hat sich seither in der Führungsetage getan?

Es hat sich in den vergangenen Monaten gezeigt, dass Leica auch in Krisenzeiten auf das erstklassige Know-how und die hohe Motivation der Belegschaft zurückgreifen kann. Wir haben in den vergangenen Monaten gemeinsam mit den Kollegen aus Fertigung und Management unsere Strukturen verbessert. Wir sind



«Der Verkauf der Schweizer Leica Camera AG wird von allen als gute und zukunftsgerichtete Lösung begrüsst.»

Gerhard Zapf, Leica Camera AG, Nidau

schlanker geworden, innovativer, besser und schneller. In den vergangenen zwei Jahren haben wir mehrere Sanierungsrunden erfolgreich durchgeführt, Fehlentwicklungen gestoppt und Leica konsequent auf Konsolidierungskurs gebracht. Die Sanierung schreitet weiter gut voran. Die neue Ära bei Leica hat begonnen!

Leica will von Solms nach Wetzlar zurück, um dort Produktion, Verwaltung und ein Museum in einem Industriepark zu vereinen. Weshalb wieder Wetzlar?

Leica hat ihre Wurzeln in Wetzlar. Diese Stadt ist wie kaum eine andere mit der fotooptischen Industrie verbunden. Es ist ein Bekennnis zu Wetzlar, aber auch zu unseren eigenen Ursprüngen, wenn wir in rund zwei Jahren an die Wiege der Ur-Leica zurückkehren. Produktion, Logistik, Forschung, Entwicklung und Verwaltung werden nach Wetzlar ziehen, in unser Firmengebäude im Leitz-Park. Auch damit setzen wir ein deutliches Signal für den Neuanfang. Der Leitz-Park geht auf die Initiative unserer ACM zurück und soll neben anderen fotooptischen Betrieben auch Leica ein dauerhaftes Zuhause bieten. Im Leitz-Park Wetzlar soll daher auch ein Leica Camera Museum entstehen. **Was unterscheidet Leica von den Mitbewerbern?**

Der Mythos unserer Marke fehlt vielen unserer Mitbewerber. Ich weiss natürlich, wie die Marktverhältnisse sind. Auch in Asien wer-

den gute Kameras gebaut. Und von unseren Freunden in Japan haben wir viel gelernt. Teilweise kooperieren wir sogar mit ihnen. Aber Masse kann Klasse nicht ersetzen.

Leica stellte zur photokina die digitale Mittelformatkamera S2 vor. Hat Leica einen Nachholbedarf im digitalen Bereich?

Nein. Ich möchte mit dem Vorurteil aufräumen, dass Leica den digitalen Trend verschlafen hat. Vielmehr war die Pixel-Technik anfangs nicht weit genug, um unseren hohen Qualitätsansprüchen zu genügen. Wir verfolgten stets die Devise: keine Kompromisse an das optimale Bildegebnis.

Mit der S1 hatten wir vor zwölf Jahren eine hervorragende digitale Hochleistungs-Scannerkamera entwickelt. Leider fehlten damals die Kapazitäten und das notwendige Geld, die Entwicklung voranzutreiben. Wir haben uns schrittweise bewegt und ge-

ra für den Profi-Bereich, die als Technologie-Trägerin auch künftigen Produkten in anderen Segmenten den Weg weisen wird. Die Leica S2 wurde von Grund auf bei Leica in Deutschland entwickelt, konstruiert und gebaut. Sie ist kleiner und leichter als alle vergleichbaren Mittelformatkameras. Dank modernem Prozessor ist die S2 auch doppelt so schnell. Der Leica Maestro Bildprozessor ist eine Weltneuheit im digitalen Markt: Höchste Bildqualität, ultraschneller Zugriff und minimaler Energieverbrauch.

Welches sind Ihre Zielsetzungen mit der Leica S2?

Als «State of the art» greift die S2 im digitalen Profi-Segment an. Für uns ist das eine neue Zielgruppe, die wir sehr ernst nehmen. Wir haben viel investiert, um effiziente Vertriebswege aufzubauen und einen professionellen Kundendienst anzubieten. Wir haben auf der photokina auch eine strategische Allianz mit Phase One vereinbart und wollen bei der technischen Entwicklung und bei der Vermarktung unserer Profi-Produkte eng zusammenarbeiten. Leica und Phase One passen aufgrund ihrer Kultur, ihrer aussergewöhnlichen Innovationskraft und ihrer höchsten Qualitätsansprüche hervorragend zueinander. Wir ergänzen uns sehr gut, vor allem im Vertriebsbereich.



«Der Mythos, der die Marke Leica umgibt, fehlt bei unseren Mitbewerbern, denn Masse kann Klasse nicht ersetzen.»

Dr. Andreas Kaufmann, Leica Camera AG, Solms

eignete Kooperationspartner gesucht. Während andere die «Digitale Revolution» ausriefen und mit mehr oder minder ausgereiften Produkten in den Markt stolpten, gingen wir den Weg der «Digitalen Evolution», um die Technologie behutsam an unsere Ansprüche heranzuführen. Mit unserer Leica S2 beginnt bei Leica eine neue Ära: Sie ist unser Flaggschiff, eine Autofokus-Spiegelreflex-Kamera, wie sie keiner von Leica erwartet hat. Eine Kame-

Die S2 ist einerseits das Aufbruchsignal und gleichzeitig erst die digitale Spitze des Eisbergs. Erwarten Sie von uns in den kommenden Monaten exzellente High-End-Produkte in allen Segmenten.

Was passiert mit der R-Reihe?

Die R-Reihe wird neben der S2 ihren Platz haben. Ich kann Ihnen heute nur sagen, dass wir mit Hochdruck und viel Enthusiasmus an einer R10 arbeiten. Nageln Sie mich bitte nicht auf einen Zeitpunkt fest. Aber die R10 kommt.