

KAMERASORTIMENT IM BAUKASTENPRINZIP

Kameras nach Wunsch



■ **Herr Birrong, braucht der deutsche Markt wirklich eine zusätzliche Digitalkamera-Marke?**

Von einigen Händlern habe ich gehört, dass sie das grundsätzlich positiv sehen. Ich persönlich denke, dass der Markt zwar keine weiteren Billigprodukte braucht, aber durchaus Platz für eine hochwertige, aber preislich sehr attraktive Marke bietet. Außerdem braucht der Fachhandel

eine Marke, die ihm eine gute Marge bringt.

■ **Seit einem Jahr gibt es die GE-Kameras nun in den USA. Wie verlief der Start dort?**

Die Kameras wurden in den USA mit großer Begeisterung vom Markt aufgenommen und werden von vielen wichtigen Händlern und Versendern im Sortiment geführt. Dort haben wir einen Marktanteil zwischen 2 und 3 % erreicht, das ist doch sensationell für ein ganz neues Label. Wir sind aber nicht nur in den USA, sondern auch in Südamerika, Asien und Australien bereits erfolgreich gestartet.

■ **Im Gegensatz zu Amerika, wo jedes Kind GE kennt, ist der Namensgeber General Electric hier aber weniger populär.**

GE ist auch in Deutschland eine etablierte Marke. Da gibt es auf der einen Seite die GE Money-Bank und sechs Niederlassungen von internationalen Abteilungen. In München z.B.

ein Europäisches Forschungszentrum, dass nach innovativen Lösungen für Verbraucher auf der ganzen Welt sucht. GE ist ein weltweit operierendes Unternehmen mit Niederlassungen in über 100 Ländern und zählt zu den größten Firmen weltweit.

■ **Was macht die GE-Kameras denn so besonders, dass Sie sich auf dieses Wagnis einlassen?**

Das Besondere daran ist natürlich die gute Marge, die General Imaging den Händlern bietet. Die wird übrigens nach dem Straßenpreis kalkuliert und nicht nach dem empfohlenen Verkaufspreis. Da ergeben sich schon überdurchschnittliche Spannen.

Ein weiterer Pluspunkt für den Handel ist die Flexibilität in unserer „kleinen“ Firma General Imaging. Wir können unsere Modelle „nach Wunsch“ gestalten. Farben, Ausstattung, teils sogar die Gehäuseform ist – natürlich ab einer gewissen Menge – wählbar. Dabei muss nicht mal ein einziger Händler – sagen wir mal 5000 Stück – von einer Kamera bestellen, die zum Beispiel für eine Sonderfarbe erforderliche Stückzahl können wir auch durch Bestellungen in ganz Europa oder sogar weltweit zusammen bekommen. Da kommt uns allen der enge Zusammenhalt und die kurzen Wege der verhältnismäßig kleinen Firma zugute.

■ **Aber Margenversprechungen gut und**

Seit einem Jahr ist die „Rentner-Gang“ von General Imaging mit dem Kamera-Label von General Electric in den USA auf dem Markt – und zwar recht erfolgreich. Jetzt will Manfred Birrong, ein in der Branche alter Bekannter, die GE-Kameras in Deutschland einführen. FOTO-wirtschaft sprach mit ihm über sein Vorhaben

schön, wie wollen Sie das denn handhaben, dass keiner den von Ihnen kalkulierten Straßenpreis massiv unterbietet und damit die schöne Margen-Rechnung hinfällig macht?

Durch die enorme Vielfalt, die wir anbieten können. Nicht nur mit unseren „normalen“ Modellen, sondern auch durch Sondermodelle und vor allem durch unser „Baukasten-Prinzip“ können wir verschiedene Kanäle mit unterschiedlichen Kameras bedienen. So nehmen wir den Druck aus dem Preiskampf. Sicher verkaufen wir auch an die Großfläche oder an TV-Shops, aber der Fachhandel könnte zum Beispiel ein eigenes, besonders hochwertiges Produkt erhalten. Wobei wir über Typenbezeichnung, Farbe, Ausstattung, Zubehörpaket und vieles mehr reden können. Wir sind quasi in der Lage, maßgeschneiderte Ware anzubieten. Das kann so kein Mitbewerber und daher sehe ich eine echte Chance für die Kameramarke GE – auch in Deutschland.

■ **Das sind die Pluspunkte für den Handel. Was macht denn GE-Kameras für den Endkunden interessant?**

Ganz klar der Mehrwert im Verhältnis zum Preis gegenüber den Modellen der Mitbewerber. In unseren Kameras gibt es Funktionen, die es sonst – zumindest in der Preisklasse – nicht gibt. Da ist die super einfach zu



Die E-Serie ist die hochwertigste Reihe und die E1050 (hier schwarz) gibt es sogar mit integriertem GPS-Modul

bedienende Panoramafunktion. Das Panoramabild entsteht schon bei der Aufnahme und zwar so einfach, dass es wirklich jeder kann. Hier bietet sich übrigens dem Händler ein echter Zusatzverdienst. Gerade die mit eigenem Minilab können zusätzlich Panoramaprints verkaufen, die nun wirklich nicht unter Preisdruck stehen.

Eine zweite Besonderheit ist die „Geschlossene-Augen-Funktion“ in unseren Kameras. Auf Knopfdruck meldet die Software, wenn auf einem Gruppenbild irgendjemand gerade die Augen geschlossen hatte. Das ist doch eine prima Sache, denn gerade Gruppen kann man zwar unmittelbar danach noch einmal fotografieren, aber die Aufnahme so gut wie nie wiederholen, wenn man das Malheur erst bei der Kontrolle auf dem PC bemerkt. Die Software entdeckt also nicht nur Gesichter, sondern registriert auch fehlende Augen zu einem Gesicht.

Ein weiterer Pluspunkt für den Endverbraucher, aber auch für den Verkäufer, ist, dass in allen unseren Modellen die gleiche Bediensoftware steckt. Kennt man eine Kamera, kann man alle bedienen. Außerdem erscheinen alle Icons groß und gut lesbar auf dem Monitor, da kann die Lesebrille in der Tasche bleiben.

■ **Sie sprachen gerade über ein Zubehörpaket. Wie sieht das denn aus?**

Wie immer bei General Imaging: nach Wunsch und Absprache. Einen zweiten Akku, eine Garantieverlängerung oder ein Reinigungsset – Flexibilität ist unsere Stärke.

■ **Wie sieht denn nun das Line-up für den Start in Deutschland aus?**

Im Einstiegsbereich haben wir die A-Serie, dann die G-Modelle und als bisherige High-End-Reihe die E-Kameras. Alle Reihen sind wiederum modular aufgebaut. Mit unterschiedlicher Pixelausstattung, Zoombereich, Monitorgröße und mehr. In den E-Modellen kann man sogar ein integriertes GPS-Modul bekommen. Die Software ist dann natürlich auch schon drin. Verkauft werden sollten die Kameras übrigens zu Straßenpreisen zwischen ca. 80 bis hin zu 200 Euro – damit können wir uns doch gut sehen lassen. Geliefert wird übrigens ab April, nur das Flaggschiff, die E1050, kommt ab Mai in die Läden.

General Imaging

General Imaging wurde letztes Jahr vom Veteranen-Club um Hiroshi „Hugh“ Komiya (Ex-Olympus-Entwickler), Mike Feng (Kapital-Profi), Rene Buhay (Verkaufsstrategie) und Yasuhisa Nishida (Ex-Fuji-Marketing-Spezialist) gegründet. Wie auch immer erhielten die hochverdienten, aber im Ruhestand wohl gelangweilten Manager die Lizenz für Digitalkameras vom Technologieriesen General Electric. Das weltweit operierende Unternehmen ist in

fast allen Technik-Bereichen tätig und hat sogar eine eigene Bank. Seit der Gründung durch den legendären Thomas Alva Edison im Jahr 1892 steht das Kürzel GE für Innovationen vom Staubsauger bis zu Luftfahrtturbinen. Nur Digitalkameras gab es noch nicht – oder man traute sich selbst nicht so recht ran. Bis die foto-begeisterte Rentner-Gang kam und mit der geballten Ladung an Wissen, Können und Erfahrung in diesem Sektor die General Electric-Manager überzeugten. In den USA legte das junge Unternehmen General Imaging mit sei-

nem kleinen, aber wohldurchdachten Kamera-Sortiment einen Raketenstart hin. Innerhalb von wenigen Monaten pendelte sich der Marktanteil zwischen zwei und drei Prozent ein. 20000 Outlets dort verkaufen bereits GE-Kameras – und das nicht nur mit steigendem Erfolg, sondern auch mit Gewinn. Von England aus soll nun ganz Europa erobert werden. Verkaufsleiter Deutschland ist Manfred Birrong. Er war früher für Braun, die Mechanische Weberei und zuletzt für S&M Rehberg tätig.

