

## Tetenal sieht im Fotomarkt neue Chancen

# Mut zum Aufbruch

Als Spezialist für Fotochemie war das Norderstedter Traditionsunternehmen Tetenal besonders stark vom digitalen Umbruch betroffen. Unter der Leitung von Hauptgesellschafter Matthias Hübener reagierte der Hersteller mit der Etablierung neuer Geschäftsbereiche, baute die Markendistribution im Segment Imaging aus und erschloss sich auch neue Geschäftsfelder außerhalb des Fotomarktes. Am 1. April hat Hübener sich aus dem operativen Geschäft zurückgezogen und die Geschäftsführung in die Hände des Neuzugangs Daniel Middendorf übergeben. imaging+foto-contact hat mit dem neuen Mann an der Tetenal-Spitze über seine Ideen für die Zukunft des Unternehmens gesprochen.



Unter der eigenen Marke OnZen Cosmetics bietet Tetenal Bade- und Duschzusätze in Tablettenform an, die nach den Wirkungsmechanismen der traditionellen japanischen Naturquellen entwickelt wurden und auch in Japan sehr geschätzt werden.



Hübener die große Herausforderung des digitalen Umbruchs in Angriff genommen. Deshalb können wir uns heute neben der Fotochemie auf weitere zukunftsträchtige Geschäftsfelder stützen. Meine Aufgabe sehe ich darin, dieses Potential weiterzuentwickeln – und zwar im Fotomarkt ebenso wie in den neuen Bereichen.

**imaging+foto-contact:** Welche Märkte haben Sie außerhalb der Fotobranche im Visier?

**Daniel Middendorf:** Tetenal hat seine Kompetenz in der Herstellung von Chemie bereits seit langem genutzt, um Produkte für andere Unternehmen herzustellen. Dazu gehören z. B. Wasseraufbereitungsmittel für die Aquaristik und Aquakultur sowie Mikronährstoffe für die Lebensmittelindustrie. Ganz neu sind wir im vergangenen Jahr in den Bereich Kosmetik eingetreten, und zwar mit unserer eigenen Marke OnZen Cosmetics. Dabei handelt es sich um Bade- bzw. Duschzusätze in Tablettenform, die nach den Wirkungsmechanismen der

**imaging+foto-contact:** Herr Middendorf, vor Ihrem Einstieg bei Tetenal waren Sie vornehmlich in der Konsumgüter-Industrie bei Markenunternehmen für technisch-industrielle Gebrauchsgüter und in der Automotive-Branche tätig. Wie geht es Ihnen nach sechs Monaten in einem bisher inhabergeführten Unternehmen, das seine Wurzeln in der chemischen Industrie hat?

**Daniel Middendorf:** Es geht mir ausgezeichnet, vielen Dank. Der Mittelstand, das eigentliche Rückgrat der deutschen Wirtschaft, ist ja für mich kein Neuland, denn ich habe im Laufe meiner Karriere bereits in Unternehmen mit ähnlicher Struktur gearbeitet. Tetenal ist sehr gut aufgestellt und hat bereits unter der Führung von Matthias



traditionellen japanischen Naturquellen entwickelt wurden. Mit dieser Produktlinie sind wir sehr erfolgreich gestartet, denn in Japan ist „Made in Germany“ auch für traditionelle Produkte ein hervorragendes Verkaufsargument. 2016 sind wir mit der patentierten Dusch- und Badetablette für Hunde, Animal Care Dogs, auch in den wachsenden Markt für die Pflege von Haustieren eingestiegen.

**imaging+foto-contact:** Bei dem Wort *Tablette* erinnert sich mancher sicher noch an die *Fotochemie*, die Sie für *Konica Minolta Minilabs* entwickelt haben.

**Daniel Middendorf:** Und das zu Recht, denn genau dieses Know-how setzen wir jetzt in den Bereichen *Kosmetik* und *Tierpflege* ein. Die *Tablettenform* macht die Handhabung besonders einfach, und die Produkte sind viel leichter zu transportieren als Flüssigkeiten.

**imaging+foto-contact:** Welche Bedeutung hat für *Tetenal* das klassische *Fotogeschäft*?

**Daniel Middendorf:** Wenn Sie unter klassischem *Fotogeschäft* die *Chemie* verstehen, so geht die Nachfrage der Marktentwicklung folgend



*Die Fotoalben Silverbook und Silverino von Tetenal werden aus edlen Materialien handwerklich hergestellt.*

zurück, auch wenn wir Synergie-Effekte realisieren können, weil wir europaweit das *Kodak Fotopapier* an *Bilddienstleister* vertreiben. Diese Entwicklung ist nicht überraschend, und deswegen hat *Tetenal* ja seit vielen Jahren den Bereich *Markendistribution* ausgebaut. Vor allem das Segment *Sofortdruck*, für das wir Lösungen von *Epson*, *Kodak* und *DNP* anbieten, zeigt aktuell einen deutlichen Aufwärtstrend, den wir vor allem den *Smartphones* zu verdanken haben. Hier sehe ich durchaus Wachstumschancen, nicht nur für *Tetenal*, sondern auch für den *Foto-*

handel. Denn Marktuntersuchungen zeigen, dass gedruckte Fotos insbesondere für junge Menschen immer attraktiver werden.

**imaging+foto-contact:** Warum gerade junge Menschen?

**Daniel Middendorf:** Die wachsende Zahl junger Kunden ist nur auf den ersten Blick überraschend. Für die Älteren war ein gedrucktes Bild Teil der analogen Welt, die durch die Digitalfotografie und die Wiedergabe auf dem Monitor abgelöst wurde. Die jüngere Generation kennt deshalb eigentlich das gedruckte Foto aus ihrer eigenen persönlichen Historie fast gar nicht und empfindet es deshalb als etwas Neues. Das zeigt ja auch das Wachstum im *Sofortbild-Bereich*. Darum hat der *Fotohandel* jetzt eine große Chance, ganz neue Zielgruppen anzusprechen, und wir haben nicht nur Geräte, sondern auch die Konzepte dafür.

**imaging+foto-contact:** Ist der *Sofortdruck-Bereich* nicht mehrheitlich längst in den Händen der großen *Drogeriemärkte*?

**Daniel Middendorf:** Die *Drogeriemärkte* haben diesen Trend tatsäch-



*Bei der Distribution bekannter Marken setzt Tetenal auf den direkten Kontakt zum Fotohandel, z. B. hier auf der Ringfoto-Herbstmesse.*

lich schnell erkannt und reagieren mit interessanten Angeboten, während der Fotohandel sich lange Zeit sehr stark auf das Kamerageschäft konzentriert hat. Hier geht die Nachfrage inzwischen bekanntlich deutlich zurück, und damit fehlt in den Geschäften nicht nur Umsatz, sondern auch Kundenfrequenz. Es lohnt also, sich wieder mit Bilddienstleistungen im Allgemeinen und dem Sofortdruck im Besonderen zu beschäftigen. Dabei gibt es Geschäftsmodelle, die für Drogeriemarktketten schon aufgrund ihrer Struktur und Größe nicht geeignet sind.

**imaging+foto-contact:** Woran denken Sie dabei?

**Daniel Middendorf:** Der Fotofachhandel, der den direkten Kontakt zu seinen Kunden hat, kann Mikrokonzepte entwickeln und umsetzen. Dabei ist die klassische Druckstation oder der Kiosk im Geschäft nur ein Teil der Möglichkeiten, die der Fachhandel hat. Viele Fotohändler haben das bereits erkannt und stellen mobile Printlösungen auf Events wie Hochzeiten, Schützenfesten, Karnevalssitzungen usw. auf. Denn dort fotografieren die Menschen mit ihren Smartphones, und sie wollen Prints. Natürlich können diese mobilen Drucklösungen auch dazu eingesetzt werden, die eigenen Bilder des Eventfotografen direkt vor Ort zu verkaufen. Tetenal unterstützt aktive Fotohändler und Fotografen gerne mit maßgeschneiderten Gerätekonfigurationen und Konzepten dabei, dieses wachstumsträchtige Marktsegment systematisch zu erschließen.

**imaging+foto-contact:** Nun gehören nicht nur Sofortbilder in den Standardformaten, sondern auch wertschöpfungsstarke Bildprodukte und Wand-



Im Wachstumssegment Wanddekorationen bieten die Allure Metallplatten für den Direktdruck eine geradezu spektakuläre Bildqualität.

dekorationen zu den aktuellen Wachstumssegmenten. Welche Angebote hat Tetenal hier für den Fotohandel?

**Daniel Middendorf:** Neben Druckern von Epson, Kodak und DNP haben wir auch spezielle Lösungen für den High-End-Bereich. Ein Beispiel dafür sind die Allure Metallplatten für den randlosen Direktdruck, die eine geradezu spektakuläre Bildqualität bieten und besonders für hochwertige Wanddekorationen geeignet sind. Im Gegensatz zu anderen Metall-Medien erfordert Allure weder Sublimationsdrucker noch Heißpressen, sondern wird direkt mit dem Inkjetdrucker produziert.

Ein anderes Wachstumssegment für den Fotohandel ist der Bereich Personalisierung. Hier bieten wir mit unseren Marken Silverbook und Silverino handwerklich produzierte Fotoalben an, die professionelle Bildqualität mit edlen Materialien und sorgfältigster Verarbeitung kombinieren. So können z. B. Hochzeitsfotografen ihren Kunden die Erinne-

rung an den schönsten Tag des Lebens in einer Qualität anbieten, die auch nachfolgende Generationen noch begeistern wird.

**imaging+foto-contact:** Können wir aus all dem schließen, dass Sie auch in Zukunft auf die Zusammenarbeit mit dem Fotohandel setzen?

**Daniel Middendorf:** Selbstverständlich. Die langjährigen, guten Kundenbeziehungen in diesem Vertriebsweg sind für Tetenal ein wertvolles Kapital, das wir auch in Zukunft zum beiderseitigen Nutzen einsetzen wollen. Deshalb arbeiten wir sowohl in unserer eigenen Forschung und Entwicklung als auch gemeinsam mit unseren Lieferanten daran, dem Fachhandel weiterhin erstklassige Lösungen anzubieten, mit denen er von aktuellen Trends profitieren und sein Geschäft erfolgreich weiterentwickeln kann.

**imaging+foto-contact:** Herr Middendorf, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.