

Warum Vitec Imaging Solutions auf Vielfalt Marken schaffen Mehr

Mit Neuheiten und strategischen Akquisitionen hat Vitec Imaging Solutions in den vergangenen Jahren sein Zubehör-Sortiment konsequent ausgebaut. Neben den bewährten Premium-Marken Manfrotto und Gitzo kamen dabei unter anderem Lowepro, Joby und zuletzt der neuseeländische Videospezialist Syrp dazu. Gleichzeitig verstärkte das Unternehmen auch seine Marketing-Aktivitäten und intensivierte die Zusammenarbeit mit den Handelspartnern. imaging+foto-contact hat mit Jörg Schönbeck, Geschäftsführer der Vitec Imaging Distribution GmbH, über die Ziele und Strategien des Unternehmens gesprochen.

imaging+foto-contact: Seit einigen Jahren investiert die Vitec Group wie kaum ein anderes Unternehmen in das Segment Foto- und Videozubehör. Dieses Segment hängt traditionell stark vom Kameraverkauf ab, der sich kontinuierlich abwärts entwickelt. Auch die aktuellen Marktzahlen für das erste Quartal lassen zumindest für Deutschland keine Trendwende erkennen. Gestatten Sie uns deshalb bitte die Eingangsfrage: Lohnt sich der Aufwand eigentlich noch?



Jörg Schönbeck, Geschäftsführer der Vitec Imaging Distribution GmbH: „Weder Hersteller noch Händler können das Internet als Vertriebsweg ignorieren.“

Jörg Schönbeck: Ja, das Zubehörgeschäft lohnt sich – vor allem dann, wenn man den Blick nicht allein auf die verkauften Kamera-Stückzahlen richtet. Der Fotomarkt ist – wie andere Märkte auch – im Zeitalter der Digitalisierung vor allem viel komplexer geworden als früher. Die Menschen haben heute die Wahl zwischen zahlreichen unterschiedlichen Aufnahme-geräten – von der Vollformat-Spiegelreflexkamera über spiegellose Modelle und Kompaktkameras bis zu Drohnen, Actioncams und natürlich den Smartphones. Und sie haben die Wahl zwischen ganz verschiedenen Anwendungen, vom klassischen Foto und Videofilm, über das Teilen in sozialen Netzwerken bis zur Life-Übertragung auf Facebook oder YouTube. Das hat auch Konsequenzen für das Zubehör-Geschäft.

imaging+foto-contact: Welche Konsequenzen sind das?

Jörg Schönbeck: Der Wandel zur digitalen Gesellschaft verändert auch das Konsumentenverhalten, die Handelsstrukturen und natürlich die Produktentwicklung. So reicht es z. B. nicht mehr aus, nur eine klassische Fototasche anzubieten, die Platz bietet für eine oder zwei Kameras, ein paar Objektive sowie ein Stativ und etwas Zubehör. Die Menschen haben heute vielleicht gar keine klassische Kamera dabei, möchten aber ihre Actioncam, einen Gimbal, eine Drohne sowie ihr Laptop oder Tablet mitnehmen und erwarten ein Design, das ihrem persönlichen Geschmack entspricht. Auf solche Bedürfnisse geben wir mit unseren Marken Manfrotto und Lowepro zahlreiche Antworten. Ähnliches gilt für den Bereich Stative. Ein Naturfotograf mit einer schweren Spiegelreflex-Ausrüstung hat hier ganz andere Ansprüche als ein Tourist mit einer kompakten, spiegellosen Systemkamera oder ein Vlogger, der Videos mit seinem Smartphone aufnimmt, das er z. B. mit einem Joby Stativ an einem Geländer befestigen oder mit einem Mini-Rig verwacklungsarm bewegen möchte. Dieser Vlogger braucht vielleicht zusätzlich noch ein kleines Mikrofon und eine Lichtlösung.

imaging+foto-contact: Bieten denn die als Kamera-Killer bekannten Smartphones tatsächlich Chancen für den Zubehör-Verkauf?

Jörg Schönbeck: Selbstverständlich. Ich habe ja gerade ein Beispiel

setzt wert

Mit dem richtigen Zubehör kann der Fachhandel auch Smartphone-Fotografen und Vlogger als Kunden gewinnen.



genannt, aber es gibt noch sehr viel mehr. Die Fotofähigkeiten von Smartphones haben sich gerade in jüngster Zeit spektakulär verbessert, was sich ja auch in der Zusammenarbeit von Herstellern wie Huawei und Leica ausdrückt.

Das Thema Zubehör ist allerdings auch nicht ganz neu, denn eines der erfolgreichsten Produkte seit Erfindung der Handy-Fotografie ist bekanntlich der Selfie-Stick. Heute wird er durch kleine Stativ, Gimbals und Mini-Rigs ergänzt, weil die Konsumenten mit ihren Mobilgeräten nicht nur fotografieren, sondern auch filmen.

imaging+foto-contact: Nun gelten Smartphone-Fotografen und vor allen Dingen Vlogger eher als junge Zielgruppe. Suchen die ihre Zubehör-Angebote nicht lieber online als beim Fachhandel?

Jörg Schönbeck: Das Internet spielt als Vertriebsweg in allen Segmenten eine immer größere Rolle, und die

Fotobranche ist davon besonders betroffen. Das können weder Hersteller noch Händler ignorieren, denn Kameras und Zubehör rangieren derzeit auf Platz 3 in der Rangliste der Produkte, die am häufigsten online gekauft werden. Das bedeutet aber nicht, dass der Fachhandel hier keine Rolle spielen kann. Im Gegenteil: Viele Kunden wissen gar nicht, mit welchem Zubehör sie ihre Fotos und Videos verbessern können. Hier kann gerade der qualifizierte Fachhandel durch kompetente Beratung Nachfrage schaffen. Für den Fotohandel bietet Fotozubehör für Smartphones zudem die Chance, Kunden anzusprechen, die sonst gar nicht ins Geschäft kommen würden.

imaging+foto-contact: Wie kann man denn diese Kunden erreichen?

Jörg Schönbeck: Das ist in der Tat eine interessante Frage, an deren Antwort wir auch noch arbeiten. Für den Handel ist es besonders naheliegend, erst einmal das Schaufenster zu nutzen und z. B. ein Smartphone mit Stativ, Lichtlösung und Mikrofon zu dekorieren.

imaging+foto-contact: Sprechen wir einmal über den klassischen Bereich des Zubehörs zur Kamera. Stativ und Taschen gibt es praktisch an jeder Ecke. Warum sollte ein Fotohändler auf Vitec Imaging Solutions und ihre Marken setzen?

Jörg Schönbeck: Ich möchte drei Kriterien nennen: Qualität, Partnerschaft und Innovation. Die Vitec Gruppe ist der weltgrößte Hersteller von Stativsystemen, und sie ist bekanntlich nicht in China zu Hause. Wir produzieren vielmehr in unserer hochmodernen, nach dem Prinzip Industrie 4.0 automatisierten Fertigungsstätte in Italien nach europäischen Standards und bezahlen unsere Mitarbeiter mit europäischen Löhnen. Damit erweitern wir den Qualitätsbegriff über Zuverlässigkeit und Funktionalität hinaus um Kriterien wie faire Bedingungen und Nachhaltigkeit. Das sind übrigens auch gute Argumente für den Fachhandel, denn die Kunden sind in dieser Hinsicht sehr kritisch geworden, wie wir aus der aktuellen Diskussion zu den Themen Klima und Plastikmüll erkennen können. Dass die Premium-Qualität unserer Produkte auch von unabhängiger Seite anerkannt wird, zeigt ganz aktuell die Auszeichnung des Manfrotto befree GT Carbon Stativs mit TIPA-Award 2019 als bestes Reisestativ der Welt.

imaging+foto-contact: Was kann sich der Fotohandel unter dem von Ihnen erwähnten Thema Partnerschaft vorstellen?



→
Auch System-Energie-Lösungen gehören zum Sortiment von Vitec Imaging Solutions.

Jörg Schönbeck: Wir verstehen Partnerschaft als Geben und Nehmen. Das heißt von unserer Seite, dass wir den Fachhandel mit vielfältigen Maßnahmen unterstützen: 1. durch ein Produktsortiment, das sich in Qualität und Design deutlich von billiger Masseware unterscheidet, 2. durch attraktive PoS-Präsentationen vom Display bis zum kompletten Shop-in-Shop-System, 3. durch attraktive Abverkaufsaktionen wie z. B. die aktuelle Cashback-Promotion für Manfrotto und Lowepro, 4. durch Unterstützung von Hausmessen und Auftritten auf Foto-Events wie aktuell dem Umweltfotofestival horizontezingst oder der Photo+Adventure in Duisburg. Auch auf rund 60 Hausmessen unserer Handelspartner sind wir präsent. 5. sprechen wir die Konsumenten durch gezielte Werbung in Fachmedien und sozialen Netzwerken an. Auch die zahlreichen Profis, die wir als Ambassadore für unsere Premium-Marken Manfrotto, Gitzo und Lowepro einsetzen, unterstützen die Argumente unserer Handelspartner durch

ihre glaubwürdigen Erfahrungsberichte aus der Praxis. Zudem helfen uns gerade die Ambassadore sehr bei der Weiterentwicklung unserer Produkte.

imaging+foto-contact: *Wobei wir beim dritten Punkt wären, den Sie erwähnt haben: Innovationen.*

Jörg Schönbeck: Das ist richtig. Tatsächlich investiert die Vitec Gruppe intensiv in die Weiterentwicklung unseres Sortiments durch Neuheiten und Verbesserungen existierender Produkte. Dabei greifen wir nicht nur die Anregungen unserer Ambassadore auf, sondern auch die Wünsche der Konsumenten, die wir aus dem Dialog mit den Anwendern über soziale Netzwerke kennen. Selbstverständlich nehmen wir auch gerne Anregungen unserer Handelspartner auf. Und natürlich beobachten wir intensiv den Markt. So konnten wir durch Zubehör für die Smartphone-Fotografie neue Wachstumspotentiale erschließen und haben mit der Akqui-

sition von Joby eine Marke in unserer Portfolio integriert, die gerade bei jungen Konsumenten sehr gut akzeptiert wird.

Auch die vielfältigen Einsatzgebiete von Drohnen haben wir frühzeitig erkannt und dieses Segment mit interessanten Zubehör-Ideen erschlossen. Deshalb komme ich jetzt gerne noch einmal auf Ihre Eingangsfrage zurück: Auch wenn die Verkäufe klassischer Kameras zurückgehen, lohnt sich das Geschäft mit Zubehör, und zwar für Hersteller und den Fotohandel. Für den Fotohandel lohnt es sich besonders, wenn er sich mit Vitec einen Partner aussucht, der konsequent in den Wachstumssegmenten innovative Lösungen entwickelt, ein großes Portfolio attraktiver Marken anbietet und nicht zuletzt durch eine partnerschaftliche, zuverlässige Vertriebspolitik die Voraussetzungen für gute Erträge schafft.

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