

Unternehmen

## Ein bißchen verrückt

**Die deutsche Fotoindustrie schien schon tot. Doch Leica-Kameras erleben ein erstaunliches Comeback.**

**D**as Wasser muß handwarm sein. „Dann paßt sich der Radius schneller an“, doziert Friedel Martin, 59, und taucht das kleine, gewölbte Glas in einen weißen Emaille-Topf. Einen Augenblick später drückt er die Linse zwei-, dreimal liebevoll auf einen rotierenden Mini-Rundschleifer.

„Ein Hauch zuviel, und sie ist aus der Toleranz“, sagt Martin, kontrolliert im Gegenlicht die spiegelnde Oberfläche und legt das Glas zufrieden ins Kästchen.

Handarbeit hat Tradition beim Kamerahersteller Leica. Während japanische Foto-Giganten wie Canon, Nikon oder Olympus High-Tech-Apparate in Millionen-Stückzahlen produzieren, baut Leica edles Werkzeug für Puristen: technisch etwas angestaubt, aber optisch perfekt.

Die deutsche Edelmarke meldet erstaunliche Erfolge. Die Fotobranche klagt über mangelnde Nachfrage und lustlose Käufer, doch die Handarbeit aus dem hessischen Solms verkauft sich besser denn je. Seit Monaten kommen Friedel Martin und seine Kollegen mit der Produktion nicht nach.

„Das ist unser großer Kummer“, sagt Vertriebschef Wolfgang Müller. „Wir können den Markt nicht befriedigen.“

Selbst die jüngste Preiserhöhung schaffte keine Abhilfe.

Das klingt merkwürdig in einem Markt, der nicht nur schrumpft, sondern der auch durch einen drastischen Preisverfall geprägt wird: Fotoausrüstung war noch nie so günstig. Dennoch ging der Absatz von 1993 auf 1994 von 4,29 auf 4,07 Millionen Stück zurück.

Der Markt für höherwertige Kameras wächst jedoch gegen den Trend, und in diesem Segment ist der traditionsreiche Leica-Hersteller ganz oben angesiedelt.

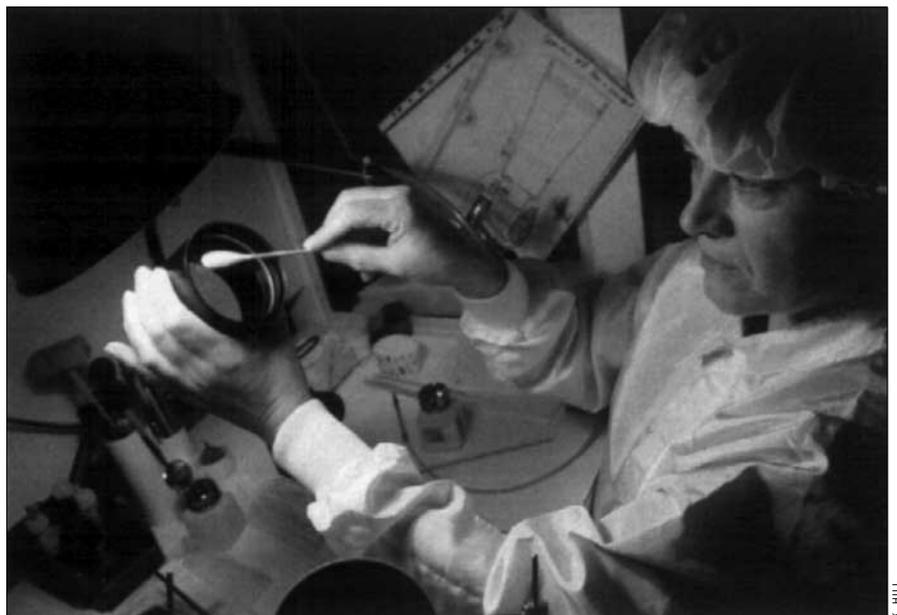
Daß Foto-Freaks bereit sind, fast jeden Preis zu zahlen, um eine der begehrten Kameras zu besitzen, erstaunt selbst den Vertriebschef. „Unsere Käufer sind schon ein wenig verrückt“, sagt er.

Die Firma, die einst die Kleinbildfotografie erfand, lebt vom Mythos, und an dem wird ständig gearbeitet. Die Fachpresse schwelgt jedenfalls in Superlativen (*Foto Magazin*: „für den Qualitätsfanatiker“), wenn sie über Leica-Kameras berichtet.

Dabei war die Marke eigentlich am Ende gewesen. Sie landete als Sparte Kamerabau beim Optik-Konzern Leitz (Mikroskope, Spezialgläser) in Wetzlar, der schließlich in das Imperium des Schweizer Industriellen Stephan Schmidheiny eingegliedert wurde. Schmidheiny verschmolz Leitz Wetzlar mit dem britischen Unternehmen Cambridge Instruments.

So entstand der Leica-Konzern. Doch mit Kameras hatten die Schweizer Konzernbauer wenig im Sinn. Gegen die finanzstarken japanischen Konzerne und ihre Massenware rechneten sie sich keine Chance aus.

Die Japaner haben den Markt fest im Griff, von der einst führenden deutschen Fotoindustrie sind nur noch kleine Reste übriggeblieben – und die können



**Leica-Produktion:** Komfortabel in der Luxurnische



**Leica-Geschäftsführer Hofmann:** „Wir haben geschlafen“

nur in Nischen überleben. In der Luxusnische von Leica haust es sich inzwischen jedoch ganz komfortabel.

Das konnten die Schweizer Konzernherren allerdings nicht ahnen, als sie die eigenständige Leica Camera GmbH nach Solms in eine ehemalige Möbelfabrik abschoben. Eine Gruppe von Managern mühte sich vergebens, den Kamerahersteller im Rahmen eines Management-Buyouts zu übernehmen. Die Verhandlungen über eine Ausgliederung aus dem Konzern scheiterten, die betroffenen Manager verließen das Unternehmen. Inzwischen macht der einstige Pleitekandidat Gewinn, die Zahl der Beschäftigten steigt.

„Wir haben geschlafen“, sagt Klaus-Dieter Hofmann, der Sprecher der Geschäftsführung, „bis uns der Markt wie-

## Das große Geld für Investitionen und Entwicklungen fehlt

der eingeholt hatte.“ Statt blinkender, motorgetriebener und in Plastik gegossener Autofocus-Ungeheuer wollten gerade ambitionierte Amateure wieder einen Apparat einfach für gute Bilder.

Am besten verkauft sich bei Leica ein scheinbarer Kamera-Anachronismus namens M6 zum Preis von 4398 Mark (ohne Objektiv), der dem Fotografen wirklich gar keine Arbeit abnimmt. Die mechanische Sucherkamera entspricht im wesentlichen der M3 aus dem Jahr 1954. Die Neuerungen beschränken sich auf den Sucher, den eingebauten Belichtungsmesser mit Lichtwaage und die schräg angesetzte Rückspulkrurbel.

Gerade junge Fotografen steigen auf das schlichte Werkzeug um. „Viele stot-

tern den Preis für ihre Ausrüstung in Raten ab“, weiß Hofmann von Händlern. Vermutlich erhofft sich so der eine oder andere etwas vom Genius berühmter Leica-Fotografen wie Sebastiao Sälgado, Henri Cartier-Bresson oder Mary Ellen Mark.

„Am liebsten schon zur nächsten Photokina“, spätestens aber 1997 will Müller der Leica-Gemeinde Neues präsentieren: Neben hochlichtstarken Vario-Objektiven für das Spiegelreflex-Programm (Leica R) kommen für beide Systeme, R und M, Gehäuse mit kürzeren Verschlusszeiten und einer geradezu modernistischen Belichtungsautomatik. Nur Plastik und Scharfeinstellung per Computerchip bleiben tabu.

Doch trotz ordentlicher Gewinne, im vergangenen Jahr an die 20 Millionen Mark bei 235 Millionen Umsatz, fehlt das große Geld für Investitionen und Entwicklungen. Deshalb soll Leica möglichst bald an die Börse; die Emission könnte wenigstens eine halbe Milliarde Mark bringen.

„Seit erste Gespräche stattgefunden haben“, sagt Hofmann, „machen uns die Banken ständig Angebote.“

Vielleicht meldet sich ja auch der Sultan von Brunei. Auf der Suche nach einem standesgemäßen Präsent für hohen Staatsbesuch war der Feudalfürst in Solms fündig geworden und hatte sich, angetan von deutscher Wertarbeit, 350 Leica M6 bauen lassen – in 24karätigem Gold und mit Emuhaut beledert.

Mit dem fotografischen Enthusiasmus des spendablen Potentaten ist es allerdings nicht weit her. Als Hofmann ihm zum Geburtstag persönlich eine extra gefertigte M-Kamera überreichte, fragte der nur: „Hat die auch Autofocus?“ □