

Kino zu Hause

Michael Liesenfeld. Wer möchte es nicht, das Kino in den eigenen vier Wänden? Die Technik ist heute vorhanden und ausgereift. g+h sprach über das Thema mit dem Gründer der Image Vertriebs GmbH.

Herr Liesenfeld, beschreiben Sie uns doch einmal kurz Ihren beruflichen Werdegang.

Zunächst habe ich nach Erreichen der Fachhochschulreife zwei technische Ausbildungen absolviert. Die erste berufliche Station lag im Verkauf von Hifi & Unterhaltungselektronik. Mit dem erworbenen Wissen und den gewonnenen Erfahrungen trat ich 1995 den Weg in die Selbstständigkeit an.

Zunächst mit einem Einzelhandelsgeschäft?

Ja, und bereits nach kurzer Zeit kam ich mit einem norwegischen Unternehmen in Kontakt, das einen Vertrieb für seine DLP-Projektoren in Deutschland suchte. Mit dieser Technik, die ihrer Zeit weit voraus war, konnten wir rasch Erfolge erzielen.

Der Bereich Heimkino oder Kino zu Hause steckte damals, wobei „damals“ ja gar nicht so lange her ist, noch in den Kinderschuhen.

Ich würde die Jahre von 1996 bis 2000 als zweite größere Welle im Heimkinobereich bezeichnen.

Wann war die erste?

Das war die Zeit der Röhrenprojektion, die den Freaks vorbehalten war oder Menschen, die sich diesen Luxus leisten wollten und konnten. Mit Einzug der Digitaltechnik wurden die Geräte kleiner, erheblich leistungsstärker und z.T. auch günstiger. Die rasche Entwicklung führte dann auch dazu, dass wir das Einzelhandelsgeschäft aufgaben und uns auf den Import und Vertrieb von Heimkino- und Systemlösungen für Home-Entertainment spezialisierten. Hinzu kam die Produktion von eigenen Leinwänden.

Ist ein Vertriebsunternehmen mit einer eigenen Produktion nicht eher ungewöhnlich?

Es ist zwar ungewöhnlich neben dem Vertrieb auch noch eine eige-

ne Produktion zu platzieren, dennoch war es absolut der richtige Schritt. Nicht zuletzt qualitative Bedürfnisse sowie individuelle Lösungen in diesem Segment sind und waren deutlich sichtbar. In 2000 haben wir dann mit der Entwicklung und Produktion von Heimkinoleinwänden begonnen. Seitdem geben wir dem Markt mit unseren Ideen immer neue Impulse und werden seit 3-4 Jahren in diesem Segment als Premium-Marke wahrgenommen.

Ihr Standort Braunschorn ist sicherlich nicht der Nabel der Welt, ist das ein Nachteil?

Nein, denn als wir angingen, bedienten wir einen sehr exklusiven Nischenmarkt mit einem Einzelhandelsgeschäft. Zunächst kamen die Kunden aus dem direkten Umkreis und dann via Fachzeitschriften und Internet auch von weit her. Seit wir 2001 den Wechsel vom Einzelhandel zum reinen

Vertrieb vollzogen haben, ist der Standort, um Ihre Frage abschließend zu beantworten, ohnehin kein Problem mehr.

Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie zurzeit?

Unser Team besteht aus 20 Mitarbeitern im Kerngeschäft plus 25 in der Leinwand-Produktion.

Wie verlaufen die technischen Trends im Augenblick?

Das ist eine ganz spannende Frage, denn die meisten klassischen Röhrenanbieter haben den Sprung in die Digitaltechnik nicht geschafft. Der Massenmarkt wird heute von den traditionellen Displayherstellern bestimmt.

Dazu zählen große Unternehmen wie Epson, Toshiba oder NEC. Die Trends gehen ganz klar in Richtung höhere Leistung und Auflösung, kleinere Geräte und hin zur Integration in moderne Gebäudesystemtechnik. →



Die Rendite, die man mit der Technik erzielen kann, ist überdurchschnittlich und somit ausgesprochen attraktiv.

Michael Liesenfeld, Image Vertriebs GmbH





Exklusivität wird über das Know-how und Spezialistentum bestimmt.

Michael Liesenfeld, Image Vertriebs GmbH

Wie groß ist das Marktvolumen?

Wir bedienen das mittlere Segment durchgehend bis zum Top-Segment, also die Preisklasse ab 4.000 € aufwärts. Hier werden in Deutschland pro Jahr weit über 10.000 Systeme verkauft; berücksichtigt man nicht ausschließlich Projektionsanwendungen sondern selbstverständlich auch Flachdisplays in Home-Entertainment-Lösung.

Wie entwickelt sich dieser Markt im Augenblick?

Im unteren Bereich tut sich relativ wenig. Im mittleren Segment, also zwischen 5.000 und 10.000 € verzeichnen wir ein positives Wachstum. Am stärksten aber bewegt sich der Markt im oberen Preissegment auch deutlich über 10.000 €. Damit sind wir ausgesprochen zufrieden.

Wenn wir die einzelnen Segmente betrachten, wie sieht das Kino daheim in der unteren

Preisklasse aus und wo liegen die Unterschiede zu den Hochpreissegmenten?

In der untersten Preislage möchte man mit relativ wenig Aufwand ein möglichst großes Bild haben. Die Zielgruppe, die wir mit unserer Technik ansprechen, wünscht die harmonische Integration und zwar von Bild und Ton. Projektor und Leinwand sowie Flachbildschirm sollen möglichst unsichtbar sein, also nur bei Bedarf per Lift oder Spiegelsystem aus dem Verborgenen auftauchen. Hier wird gezielt geplant. Dabei werden die örtlichen Lichtverhältnisse und die Abdunklungsmöglichkeiten und das Bedienkonzept mit einbezogen.

Welche technischen Lösungen bietet Ihr Unternehmen für das Kino zu Hause?

Wir liefern die klassische Projektionstechnik und setzen bevorzugt DLP-Systeme, also Spiegeltechnik ein, die aus unserer Sicht mittel-

und langfristig die konstanteste Performance liefert. Darüber hinaus bieten wir natürlich die Lautsprecher und Leinwände sowie die Technik, die Systeme in Decken und Wände zu integrieren. Das Know-how für die Audio-/Videosignalverteilung gehört ebenso zu unserem Leistungsspektrum wie komplexe Servertechnik.

Findet bereits eine Einbindung die Gebäutechnik statt?

Das verhält sich in etwa 50:50. Kunden, die wissen, dass man die Gebäudetechnik integrieren kann, binden viele Funktionen mit ein. Vieles steckt hier aber noch in den Kinderschuhen, sodass die Integration im Augenblick noch etwas verhalten realisiert wird. Genau hier liegt noch sehr großes Potenzial für den Installateur.

Mit welchen Gewerken arbeiten Sie zusammen?

Wir bedienen ausschließlich den Spezialisten, der sich mit Audio-/Videotechnik auseinandersetzen möchte. Für diesen ist es wichtig, nicht nur ein Produkt weiterzuverkaufen, sondern Systeme zu liefern und auch in die Gebäudetechnik einzubinden.

Welche Rolle könnte das Elektrohandwerk spielen?

Bei den innovativen Partnern im Elektrohandwerk könnte das Thema eine ausgesprochen interessante und auch lukrative Rolle

spielen. Unsere Partner sind hier Betriebe, die das Thema Gebäudeautomation ganzheitlich betrachten und dabei auch das Audiovisuelle mit integrieren. Schauen Sie sich doch einmal den normalen Haushalt an.

Da gibt es viele Insellösungen vom CD-Player auf der Kommode bis zum Radio unter der Dusche. Der Markt für Multiroomlösungen bietet ungeahnte Möglichkeiten und Chancen.

Der Vorteil für den Elektrotechniker liegt in seiner Kundennähe. Er kennt die vorhandene gebäudetechnische Infrastruktur und kann beratend eine Komplettlösung anbieten, bereitstellen, integrieren und warten. Dadurch steigt auch die Akzeptanz für Gebäudesystemtechnik insgesamt, denn der Anwender kann endlich auch einmal den Gästen seines Hauses zeigen, warum er in Gebäudeautomation investiert. Elektroinstallation wird damit buchstäblich sichtbar und noch wichtiger: erlebbar.

Welche Hürden muss ein Elektrotechniker nehmen, bevor er die Technik professionell in seinem Markt umsetzen kann?

Technisches Know-how und Training sind unerlässlich. Deshalb bieten wir hier im Haus, aber auch vor Ort regelmäßig Schulungen an. Dort findet bereits ein beträchtlicher Wissenstransfer statt; in Form von theoretischem und praktischem Unterricht.

PARTNERSCHAFTEN

Know-how-Bündelung

Mit seinen Partnern möchte Image seinen Kunden einen Komplettservice bieten. Deshalb arbeitet das Unternehmen mit Heimkinoexperten, Home Entertainment Installern und Spezialisten aus allen Sparten der Unterhaltungs- und Hauselektronik zusammen. Einer der Partner, die im Elektrohandwerk nicht unbekannt sind, ist die Crestron Electronics mit Hauptsitz in Rockleigh (USA). Steuern und Visualisieren über Crestron Touchpanel oder Internet-Browser gehören ebenso zum Leistungsspektrum wie die Fernwartung und Vernetzung der Steuerungen über Ethernet, Intranet oder Internet.

Durch die vielen Schnittstellen des Systems (RS232, RS422, RS485, MIDI, Infrarot, Ethernet, EIB, LON, LCN, Luxmate, Lutron, MODBUS ...) können nicht nur Licht, Jalousien, Heizung, Klima, usw. gesteuert werden, sondern auch die Audio und Videotechnik.

www.crestron.de

Reicht das denn bereits aus?

Es kommt auf die Anwendung an. Steht gleich am Anfang ein sehr anspruchsvolles Projekt, dann sicherlich nicht. Wir geben unseren Partnern in solchen Fällen umfassende Unterstützung und unterstützen ihn ganzheitlich mit Know-how, in der Planung sowie ebenfalls bei der Ausführung vor Ort nach Bedarf. Wir verkaufen nicht nur Produkte, sondern übernehmen auch Verantwortung bis zum finalen Ergebnis. Eine Planung soll so umgesetzt werden, dass am Ende ein perfektes Ergebnis beim Nutzer vorliegt. Nur wenn dieser zufrieden ist, gibt es ein Folgegeschäft.

Muss ein eigener Präsentationsraum vorhanden sein, um das System verkaufen zu können?

Das ist nicht zwingend notwendig. Fachleute aus dem IT- oder Broadcastbereich haben gar keinen Vorführbereich. Wichtig ist

einfach das Vertrauen des Kunden gegenüber dem Installateur. Wenn er überzeugend berät, plant und umsetzt, dann kann er das Thema Heimkino professionell vermarkten. Hinzu kommt, dass es ohnehin nicht die Möglichkeit gibt, sich solch hochwertige Technik in ihren vielfältigen Ausführungen einfach auf Lager zu halten. Wer allerdings die Option hat, Kunden in das eigene Heimkino einzuladen, kann natürlich zusätzlich punkten.

Im Augenblick vollzieht sich ja auch hier – wenn auch, wie erwähnt, etwas verhalten – ein Wandel, denn zunehmend wird das Kino zu Hause auch mit Gebäudetechnik verknüpft. Das ist ein interessanter und vielversprechender Ansatz, denn in Zukunft wird es immer weniger Inselösungen geben – gefordert ist eben alles aus einer Hand, wie das Handy mit Kamera, Internetzugang und GPS für Fußgänger.

Beim Endkunden ist das Thema in seiner ganzen Komplexität sicherlich noch nicht angekommen. Unterstützen Sie Ihre Kunden in der Kommunikation?

Dafür haben wir seit acht Jahren unsere Internetplattform. Dort findet man Anwendungsbeispiele und auch Videos.

Das ist für uns ein ganz wichtiges Tool. Über die Besucheranfragen unserer Homepage stellen wir den Kontakt zu unseren Partnern her, die dann beratend vor Ort tätig werden können.

Wie schaut das Prozedere im Servicefall aus?

Der Partner vor Ort ist für die Abwicklung zuständig. Im Rahmen des Kundenservice arbeiten wir wiederum deutschlandweit mit vier Serviceunternehmen zusammen. Wenn ein 65"- oder 103"-Plasma defekt ist, dann stehen auch unsere europaweit im Einsatz befindlichen Servicetechniker vor

Ort mit Rat und Tat zur Seite. Im Regelfall ist ein Techniker innerhalb von 24 Stunden vor Ort.

Wie lukrativ stellt sich dieses Geschäft für einen modernen Elektrofachbetrieb dar?

Bei dem Konzept, das wir fahren – und das gilt fast für das komplette Produktspektrum – sind Know-how und Auseinandersetzung mit der Technik gefragt. Das wird von uns mit einer entsprechenden Rendite versehen.

Unsere Partner haben den klaren Vorteil, dass sie auf eine Technik zurückgreifen können, die weder im klassischen Handel noch im Internet zu finden ist und darüber hinaus meist auch eine professionelle Planung und Installation voraussetzt.

Herr Liesenfeld, vielen Dank für das Gespräch. ←

www.kinozuhaus.de

DENEX[®]
2008

MESSE UND KONGRESS
FÜR DEZENTRALE ENERGIESYSTEME, BIOENERGIE
UND ENERGIEEFFIZIENTES BAUEN UND SANIEREN

25. - 27. APRIL 2008, MESSE KASSEL

www.denex.info

Kongresse und Foren:
Gebäudemodernisierung - energieeffizient und nachhaltig
Optimierung der Energieeffizienz durch Passivhaustechnologie
Praxis Altbau on Tour
u.v.m.